Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Fortschreibung 2021

Projektleitung: M.Sc. Humangeographie Benjamin Kemper
Bearbeitung: M.Sc. European Territorial Development Michelle Godon
Hannover, September 2021

Fokussiert auf die Zukunft von Stadt und Land. Seit 1988.

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien

CIMA Beratung + Management GmbH
Berliner Allee 12 30175 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezügen ggf. die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

Inhalt

1 Auftrag ... 7

2 Allgemeines ... 9

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen ... 9

2.1.1 Lage im Raum, zentralörtliche Funktion und verkehrliche Anbindung ... 9
2.1.2 Siedlungsstruktur & Gemeindegliederung Schloß Holte-Stukenbrock ... 10
2.1.3 Bevölkerungsentwicklung und Prognose ... 10
2.1.4 Beschäftigung und Pendlersituation ... 11
2.1.5 Tourismus ... 12
2.1.6 Kaufkraftsituation ... 13
2.1.7 Fazit siedlungsstrukturelle & sozioökonomische Rahmenbedingungen ... 14

2.2 Trends im Einzelhandel und allgemeine Rahmenbedingungen ... 14

2.2.1 Online-Handel ... 14
2.2.2 Veränderte Kundschaftsansprüche ... 17
2.2.3 Entwicklung der Betriebsformen ... 19
2.2.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel ... 21
2.2.5 Aktuelle Auswirkungen der Corona-Pandemie ... 23

2.3 Auswirkungen auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ... 23

3 Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten .. 25

3.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen ... 25

3.2 Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen ... 26

3.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte ... 30

4 Marktgebiet und Nachfragepotenziale ... 31

4.1 Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ... 31

4.2 Marktpotenzial der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ... 32

5 Einzelhandelsstrukturdaten ... 33

5.1 Strukturdaten auf Stadtebene ... 33

5.2 Einzelhandelszentralität ... 36

5.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels ... 39

5.4 Strukturdaten des Einzelhandels auf Ebene der Ortsteile ... 42

6 Nahversorgungssituation ... 43

6.1 Allgemeines zur Nahversorgung ... 43

6.2 Nahversorgungssituation in Schloß Holte-Stukenbrock ... 43

6.3 Beschreibung der Lebensmittelmärkte ... 47

6.3.1 Ortsteil Schloß Holte ... 47
6.3.2 Ortsteil Stukenbrock ... 49

6.4 Fazit zur Nahversorgung ... 52

7 Bewertung der Entwicklung seit dem Einzelhandelskonzept 2007 ... 53

8 Zentrenkonzept ... 55

8.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ... 55

8.2 Zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock und sonstige Standortkategorien ... 56

8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Schloß Holte (Hauptzentrum) ... 60
8.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stukenbrock (Hauptzentrum) ... 62
8.2.3 Einkaufszentrum am Rathaus ... 65

9 Ableitung der Sortimentsliste Schloß Holte-Stukenbrock.. 68
9.1 Vorbemerkung 68
9.2 Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente 68
9.3 Zur Ableitung der Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste 69
10 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock und Umsetzung des Konzeptes 75
10.1 Vorbemerkung 75
10.2 Übergeordnete Zielsetzungen und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung, Ansiedlungsmatrix 75
10.3 Baurechtliche und stadtplanerische Aspekte für die Implementierung des Einzelhandelskonzeptes Schloß Holte-Stukenbrock 78
11 Ergänzende Maßnahmen zur Belebung des Schloß Holte-Stukenbrocker Einzelhandels 80
11.1 Einzelhandelsspezifische Maßnahmen 80
11.1.1 EHG wiederbeleben und erweitern 80
11.1.2 Business Improvement District – ISG 80
11.1.3 Store-Checks und Online-Präsenz-Checks 81
11.2 Leerstands- und Flächenmanagement 82
11.3 Gestaltung 83
12 Expertengespräche 85
13 Online- und Passantenbefragung 87
13.1 Methodik 87
13.2 Soziodemografische Struktur und Herkunft 88
13.3 Einkaufsverhalten und -orientierung, Bewertung 89
13.4 Verkehrsmittel 101
13.5 Wochenmärkte 103
13.6 Informationsbeschaffung und Online-Marktplatz 104
14 Anhang 108
14.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials 108
14.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation 109
14.3 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung 111
14.4 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche 114

Abbildungen

Abb. 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion 9
Abb. 2: Bevölkerungsverteilung auf die Ortsteile 10
Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung seit dem Zensus 2011 10
Abb. 4: Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung bis 2030 11
Abb. 5 Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten 11
Abb. 6: Ein- und Auspendler, Pendlersaldo 12
Abb. 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen 12
Abb. 8: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 13
Abb. 9: Übernachtungen je Einwohner 13
Abb. 10: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2019 13
Abb. 11: Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 31
Abb. 12: Nachfragepotenzial in Mio. € p.a. im Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 32
Abb. 13: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Schloß Holte-Stukenbrock 33
Abb. 14: Verortung der Einzelhandelsbetriebe in Schloß Holte-Stukenbrock 34
Abb. 15: Ausgewählte Strukturkennziffern in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 36
Abb. 16: Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 36
Abb. 17: Ranking: Handelszentralität in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 38
Abb. 18: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels Schloß Holte-Stukenbrock 39
Abb. 19: Kaufkraftsalden der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 40
Abb. 20: Kennzahlübersicht Stadt Holte-Stukenbrock 41
Abb. 21: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in den Ortsteilen von Schloß Holte-Stukenbrock 42
Abb. 22: Nahversorgung in Schloß Holte-Stukenbrock - Übersicht 45
Abb. 23: Nahversorgung in Schloß Holte-Stukenbrock - Detail 46
Abb. 24: Elli, Kaunitzer Straße 61 47
Abb. 25: Netto, Holter Straße 240 48
Abb. 26: Netto, Beckersheide 4 48
Abb. 27: Penny, Sender Straße 8 49
Abb. 28: Rewe Buschkühle, Ottenheide 2 50
Abb. 29: Lidl, Lüchtenstraße 61 50
Abb. 30: Aldi, Holter Straße 137-147 51
Abb. 31: Marktkauf, Holter Straße 136 51
Abb. 32: Gegenüberstellung relevanter Kennzahlen 54
Abb. 33: Lage der zentralen Versorgungsbereiche und des Fachmarktzentrums „Einkaufszentrum am Rathaus“ in Schloß Holte-Stukenbrock 58
Abb. 34: Anteil der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 59
Abb. 35: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Schloß Holte 61
Abb. 36: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte 62
Abb. 37: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Stukenbrock 63
Abb. 38: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stukenbrock 64
Abb. 39: Abgrenzung des Einkaufszentrums am Rathaus 66
Abb. 40: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz am Einkaufszentrum am Rathaus 67
Abb. 41: Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene: Sortimente des periodischen Bedarfs 73
Abb. 42: Aperiodischer Bedarf - Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene 73
Abb. 43: Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste* 74
Abb. 44: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen (Ansiedlungsmatrix) 77

Abb. 45: Beispiel einer temporären Marketingaktion zum Quartiersmanagement Viersen-Dülken ... 80
Abb. 46: Verbesserungsvorschläge in Wortwolken (links: Einkaufszentrum am Rathaus, rechts: Zentrum Stukenbrock) ... 83
Abb. 47: Standortvorschlag, Parkfläche Einkaufszentrum am Rathaus ... 83
Abb. 48: Bewertungsmatrix Innenstadtcheck ... 84
Abb. 49: Befragungsstandorte ... 87
Abb. 50: Alter der Befragten ... 88
Abb. 51: Wohnort der Befragten ... 88
Abb. 52: Geschlecht der Befragten ... 89
Abb. 53: Besuchshäufigkeit ... 90
Abb. 54: Aufenthaltsgründe ... 91
Abb. 55: Aufenthaltsdauer ... 92
Abb. 56: Bewertung der Zentren ... 93
Abb. 57: Bewertung der Zentren (2) ... 94
Abb. 58: Verbesserungsvorschläge zum Zentrum Schloß Holte ... 94
Abb. 59: Verbesserungsvorschläge zum Zentrum Stukenbrock ... 95
Abb. 60: Verbesserungsvorschläge zum Einkaufszentrum am Rathaus ... 95
Abb. 61: Einkaufsverhalten ... 96
Abb. 62: Haupteinkaufsorte (Lebensmittel, Drogeriewaren) ... 97
Abb. 63: Haupteinkaufsorte (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren) ... 98
Abb. 64: Haupteinkaufsorte (Bücher/ Schreibwaren, Sportartikel) ... 98
Abb. 65: Haupteinkaufsorte (Elektronik/ Unterhaltungselektronik, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat) ... 99
Abb. 66: Haupteinkaufsorte - sonstige Orte ... 100
Abb. 67: Vermisste Angebote und Sortimente ... 100
Abb. 68: Vermisste Angebote und Sortimente (Nennung) ... 101
Abb. 69: Verkehrsmittelwahl ... 102
Abb. 70: Bewertung der Erreichbarkeit der Zentren ... 103
Abb. 71: Verbesserungsvorschläge zu den Wochenmärkten ... 104
Abb. 72: Einstellung zur Nutzung eines Online-Marktplatzes ... 104
Abb. 73: Benötigter Mehrwert eines Online-Marktplatztes ... 105
Abb. 74: Online-Informationskanäle ... 106
Abb. 75: Sonstige Informationskanäle ... 107
Abb. 76:Die 31 cima-Branchen und 14 Warengruppen ... 109
Abb. 77: Die von der cima differenzierten Betriebstypen ... 110
Abb. 78: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche ... 113

1 Auftrag

Auftrag und Zielsetzung

Um den damaligen Entwicklungen gerecht zu werden hat die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock bereits im Jahr 2007 ein Einzelhandel- und Zentrenkonzept als räumlich funktionales Konzept beschlossen, welches sich als Planungsinstrument der Stadt bewährt hat und demzufolge nun fortgeschrieben werden soll. Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock verfolgt mit der Aktualisierung das Ziel, Bewertungen und Handlungsempfehlungen zu erlangen, die auch die Entwicklungen der letzten Jahre berücksichtigen und auch weiterhin eine notwendige Planungs- und Rechtssicherheit zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung schaffen können. Dabei soll an den bisher formulierten, gesamtstädtischen Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung festgehalten werden. Das sind:

- Erhalt und Stärkung verbrauchernaher Grundversorgung in den Stadtteilen
- Funktionsfähige Arbeitsteilung zwischen peripheren, nicht integrierten, integrierten und zentralen Einzelhandelsstandorten
- Stärkung der Ortskerne in Schloß Holte-Stukenbrock und an Sonderstandorten.

Als wesentliche Inhalte des Einzelhandelskonzeptes sind außerdem die Überprüfung der auf Schloß Holte-Stukenbrock angepassten Liste „zentrenrelevanter Sortimente" und die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche vorgesehen. Ziel sollte dabei die Optimierung der Versorgungssituation, die Komplettierung des Angebotsmix und die qualitative Entwicklung des Bestandes sein.

Die Erarbeitung des vorliegenden Konzeptes erfolgte in Abstimmung mit Vertreterinnen und Vertretern des begleitenden Arbeitskreises, bestehend aus Bürgermeister, den politischen Fraktionen, der Einzelhandels- und Wirtschaftsgemeinschaft der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock (EHG), der Industrie- und Handelskammer zu Bielefeld (IHK) sowie des Handelsverbandes Ostwestfalen-Lippe e. V und der Stadtverwaltung.

Untersuchungsdesign

- Kurze Aufarbeitung der makroökonomischen und demografischen Situation und Entwicklung in Schloß Holte-Stukenbrock und im Marktgebiet
- Kurzbetrachtung der raumordnerischen Zielsetzungen für das Grundzentrum Schloß Holte-Stukenbrock
- Ermittlung des Einzugsbereiches des Schloß Holte-Stukenbrocker Einzelhandels; des Nachfragevolumens insgesamt und differenziert nach Sortimentsgruppen
- Erstellung einer gesamtstädtischen Angebotsanalyse
- Ermittlung der Zentralität und Marktpositionierung der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock
- Abgrenzung/ Bewertung und Handlungsempfehlungen zu den Versorgungslagen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock.
- Handlungsempfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung
- Maßnahmenansätze für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock in Bezug auf veränderte Kundschaftsansprüche
- Überprüfung der „Schloß Holte-Stukenbrocker Liste" (Sortimentsliste zentrenrelevanter, nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente)
- Durchführung von Expertengesprächen
- Durchführung einer Online- und Passantenbefragung zum Thema Einzelhandel in Schloß Holte-Stukenbrock.

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Januar 2020.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für Stadt Schloß Holte-Stukenbrock beziehen sich auf das Jahr 2019 (aktuell zum Zeitpunkt der Analyse)

Auftraggeber

Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Zeitraum

- Januar 2020 bis September 2021

2 Allgemeines

2.1 Raumordnerische und sozioökonomische Rahmenbedingungen

2.1.1 Lage im Raum, zentralörtliche Funktion und verkehrliche Anbindung

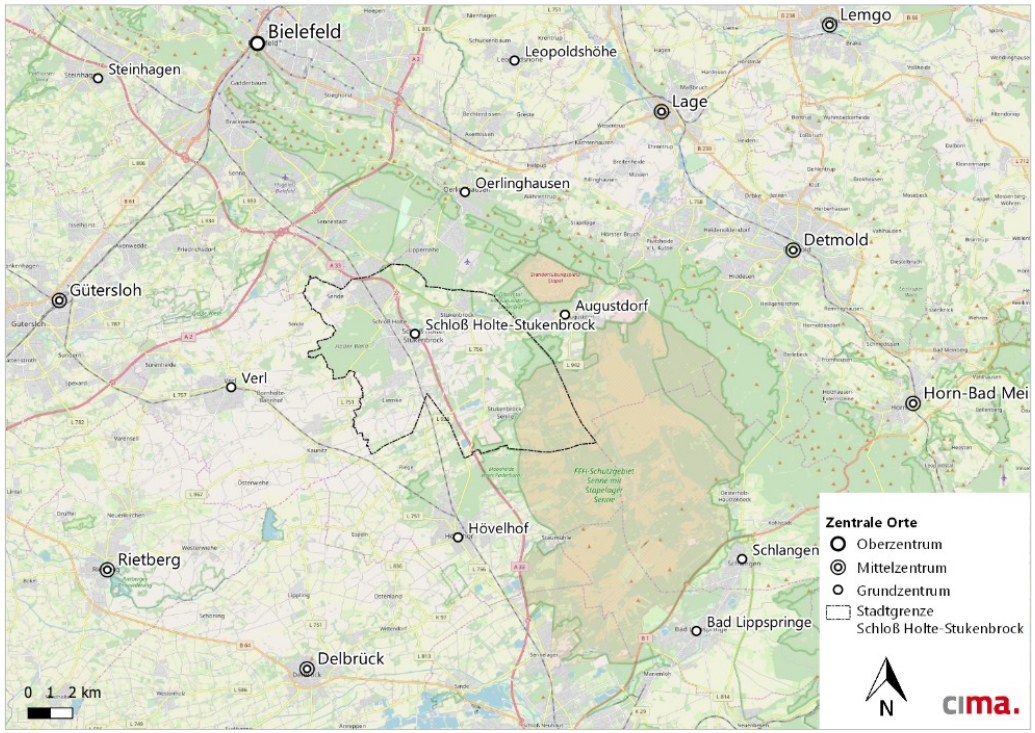
Angesiedelt im Raum Ostwestfalen-Lippe, erstreckt sich die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock über eine Fläche von rd. 67 km[1]. Während die Stadt im Osten (Augustdorf), Süden (Hövelhof) und Westen (Oerlinghausen, Verl) von Grundzentren umgeben ist, grenzt Schloß Holte-Stukenbrock nördlich an das Oberzentrum Bielefeld.

Durch die Autobahn 33, die in Nord-Süd Richtung durch das Stadtgebiet führt, ist Schloß Holte-Stukenbrock auch überregional gut angebunden. Es kann demnach eine gute Erreichbarkeit der Stadt durch den Individualverkehr (MIV) konstatiert werden.

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock verfügt über einen Bahnhaltepunkt, der im Stundentakt von der Nord-West-Bahn bedient wird. Eine Anbindung zu den Oberzentren Bielefeld und Paderborn ist somit auch über den ÖPNV sichergestellt. Des Weiteren ist Schloß Holte-Stukenbrock innerstädtisch durch diverse Buslinien erschlossen, die auch in die umliegenden Gemeinden führen.

Laut dem Landesentwicklungsplan NRW ist Schloß Holte-Stukenbrock als Grundzentrum eingeordnet. In Bezug auf die zentralörtliche Funktion eines Ortes wird zwischen Ober-, Mittel-, und Grundzentren unterschieden. Während Ober- und Mittelzentren eine höherwertige Versorgung bereitstellen sollen, sind die Grundzentren zur Grundversorgung des täglichen Bedarfs ausgelegt. Das nächstgelegene Oberzentrum ist Bielefeld, welches im Norden an Schloß Holte-Stukenbrock angrenzt. Weitere nahegelegene Ober- und Mittelzentren sind das Oberzentrum Paderborn im Süden sowie die Mittelzentren Gütersloh, Rietberg, Delbrück, Lage und Detmold.

Abb. 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion



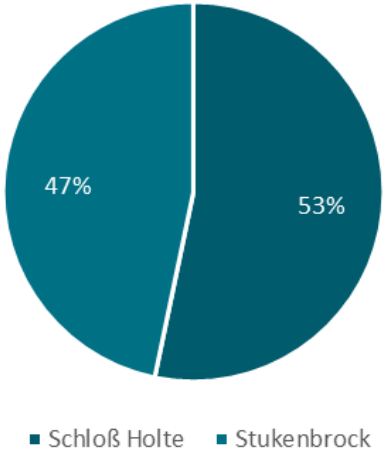
Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Bearbeitung: cima 2020

[1] Quelle: IT. NRW

2.1.2 Siedlungsstruktur & Gemeindegliederung Schloß Holte-Stukenbrock

Die besondere Siedlungsstruktur mit zwei räumlich voneinander getrennten Siedlungskörpern ist auf die kommunale Neustrukturierung in den 1970er Jahren zurückzuführen. In diesem Zuge wurden Schloß Holte und Stukenbrock, die je über ein eigenes gewachsenes Zentrum verfügen, zu einer Stadt zusammengefügt. Die vorher eigenständigen Kommunen bilden heute die beiden Ortsteile der Stadt. Die insgesamt 26.776 Einwohner (IT.NRW, 31.12.2018)[2] verteilen sich recht ausgeglichen auf die Ortsteile. In Schloß Holte leben 53 % der Einwohner, in Stukenbrock 47 %.

Abb. 2: Bevölkerungsverteilung auf die Ortsteile



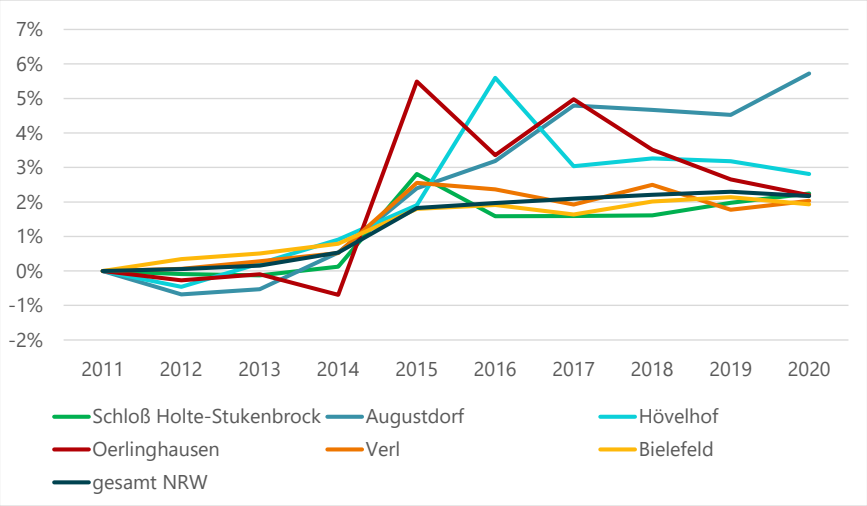
Quelle: Stadt Schloß Holte Stuckenbrock 31.12.2018

Bearbeitung: cima 2021

2.1.3 Bevölkerungsentwicklung und Prognose

Zum Analysezeitpunkt lebten in Schloß Holte-Stukenbrock 26.776 Menschen (Quelle: Stadt Schloß Holte-Stukenbrock, 31.12.2018). Dicht gefolgt von Verl (rd. 25.400 Einwohner im Zeitraum 2017-2020) ist Schloß Holte-Stukenbrock der bevölkerungsreichste Ort der Grundzentren in der Region. In den Jahren bis 2013 gestaltete sich die Bevölkerungsentwicklung in Schloß Holte-Stukenbrock ähnlich wie in den umliegenden Gemeinden im leichten Aufwärtstrend. Während ab 2013 die Bevölkerungsentwicklungen der Vergleichskommunen Oerlinghausen, Augustdorf und Hövelhof divergierten, blieben die Bevölkerungsentwicklungen in Verl, Schloß Holte-Stukenbrock und Bielefeld nah am leicht positiven nordrhein-westfälischen Trend. Die Bevölkerung ist in Schloß Holte-Stukenbrock langsam bis ins Jahr 2020 angestiegen (+2,2 % im Vergleich zum Jahr 2011).

Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung seit dem Zensus 2011



Quelle: IT. NRW 2021

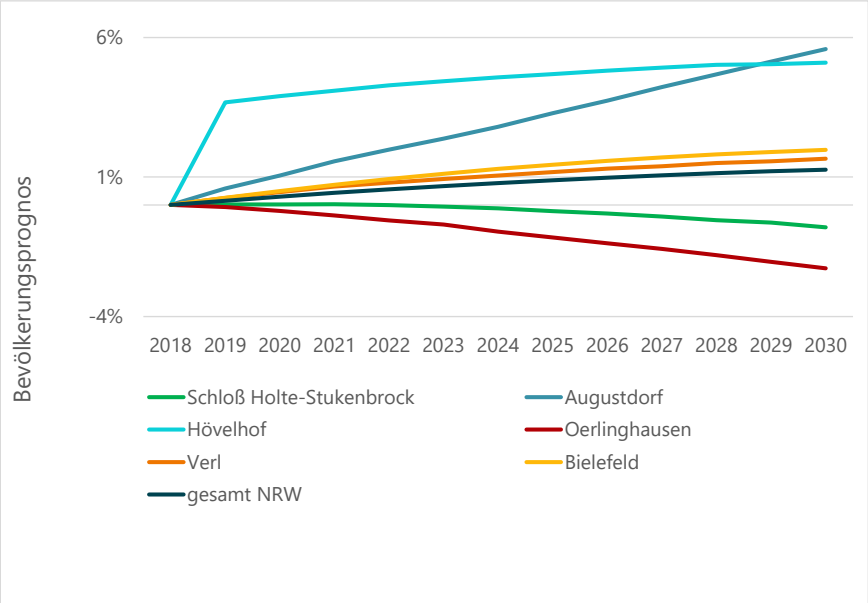
Bearbeitung: cima 2021

[2] Vorliegender Basiswert zum Analysezeitpunkt

Prognose

Für die kommenden zehn Jahre wird für Schloß Holte-Stukenbrock ein leichter Bevölkerungsrückgang von knapp einem Prozent erwartet. Bis auf Oerlinghausen, wo die Bevölkerung prognostisch stärker schrumpfen wird, wird für Verl, Hövelhof, Augustdorf, Bielefeld und gesamt Nordrhein-Westfalen eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung prognostiziert.

Abb. 4: Prognostizierte Bevölkerungsentwicklung bis 2030



Quelle: IT. NRW 2021

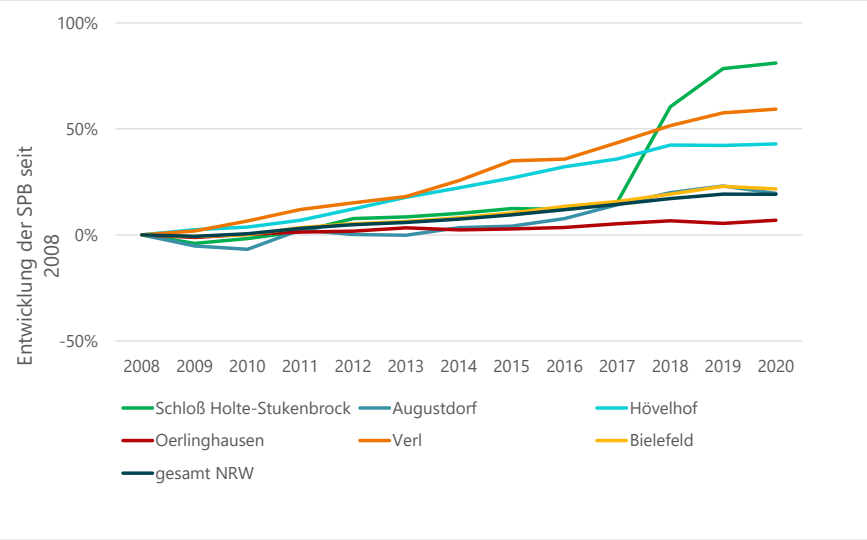
Bearbeitung: cima 2021

2.1.4 Beschäftigung und Pendlersituation

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort entwickelte sich in Schloß Holte-Stukenbrock im Zeitraum von 2008 bis 2020 positiv. Auch konnte die gesamte Region, dem Schema des Bundeslandes folgend, ein generelles Plus der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verzeichnen. Während sich die Entwicklung der Beschäftigten in den Jahren 2008 bis 2017 in Schloß Holte-Stukenbrock ähnlich stetig steigend wie in den umliegenden Gemeinden gestaltete (Ausnahme Verl und Hövelhof, die höhere Wachstumsraten verzeichneten), stieg diese Zahl im Jahr 2018 im Gegensatz zum Umland sprunghaft an (+3.483 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte). Seitdem hat sich der positive Trend verstetigt.

Abb. 5 Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten



Quelle: IT. NRW 2021

Bearbeitung: cima 2021

Pendler

Während die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock in den Jahren 2008 bis 2017 stets ein negatives Pendlersaldo zu verzeichnen hatte, ist es wahrscheinlich, dass der sprunghafte Anstieg der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten im Jahr 2018 erstmals ein positives Pendlersaldo bewirkte. Während die umliegenden Kommunen Hövelhof und Oerlinghausen stets einen negativen Pendlersaldo hatten, verfügten Augustdorf und Verl per Saldo über einen Pendlerzufluss. Unabhängig der absoluten Zahl ist bei den Gemeinden Schloß Holte-Stukenbrock, Hövelhof und Verl ein Aufwärtstrend zu erkennen, bei Augustdorf und Oerlinghausen hingegen ein Abwärtstrend.

Abb. 6: Ein- und Auspendler, Pendlersaldo

Einpendler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Schloß H.-S.	5.913	-	5.654	5.750	6.251	6.241	6.334	6.476	6.460	6.711	10.240	11.617
Augustdorf	4.941	-	4.669	4.818	4.626	4.695	4.786	4.865	4.373	4.251	4.425	4.468
Hövelhof	3.205	-	3.081	3.160	3.331	3.590	3.804	3.986	4.197	4.224	4.523	4.492
Oerlinghausen	3.487	-	3.454	3.494	3.562	3.647	3.534	3.463	3.476	3.563	3.615	3.627
Verl	9.424	-	9.551	10.066	10.544	10.788	11.786	12.834	12.784	13.520	14.502	15.153
Bielefeld	74.565	-	67.608	70.386	72.009	73.451	75.499	77.854	80.085	82.166	85.126	85.321
NRW	4.338.327	-	4.135.361	4.229.310	4.290.130	4.372.314	4.463.692	4.529.235	4.647.800	4.740.034	4.831.072	4.897.445

Auspendler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Schloß H.-S.	8.317	-	7.804	8.029	8.197	8.389	8.539	8.667	8.897	8.954	9.162	9.231
Augustdorf	3.012	-	3.085	3.167	3.264	3.327	3.394	3.492	3.579	3.684	3.773	3.781
Hövelhof	4.731	-	4.741	4.840	4.885	4.963	5.063	5.158	5.236	5.414	5.494	5.507
Oerlinghausen	6.921	-	6.056	6.158	6.203	6.241	6.385	6.542	6.611	6.714	6.881	7.115
Verl	7.275	-	7.233	7.325	7.586	7.730	7.908	8.634	9.077	9.186	9.391	9.436
Bielefeld	38.269	-	37.690	38.755	41.001	41.790	42.845	44.065	45.368	47.356	48.651	50.132
NRW	4.177.783	-	4.033.110	4.125.819	4.195.037	4.274.675	4.352.914	4.425.247	4.553.923	4.649.092	4.734.144	4.791.876

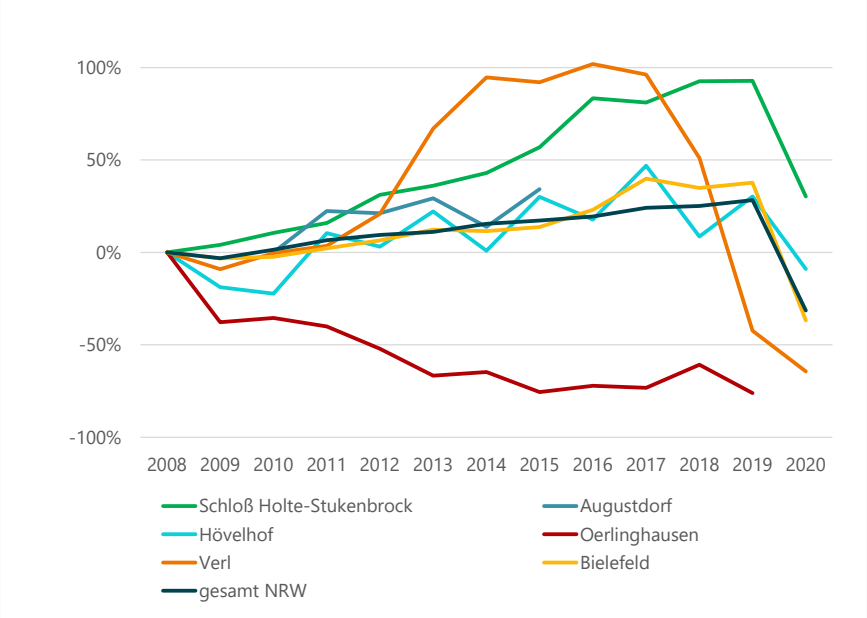
Pendlersaldo	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Schloß H.-S.	-2.404	-	-2.150	-2.279	-1.946	-2.148	-2.205	-2.191	-2.437	-2.243	1.078	2.386
Augustdorf	1.929	-	1.584	1.651	1.362	1.368	1.392	1.373	794	567	652	687
Hövelhof	-1.526	-	-1.660	-1.680	-1.554	-1.373	-1.259	-1.172	-1.039	-1.190	-971	-1.015
Oerlinghausen	-3.434	-	-2.602	-2.664	-2.641	-2.594	-2.851	-3.079	-3.135	-3.151	-3.266	-3.488
Verl	2.149	-	2.318	2.741	2.958	3.058	3.878	4.200	3.707	4.334	5.111	5.717
Bielefeld	36.296	-	29.918	31.631	31.008	31.661	32.654	33.789	34.717	34.810	36.475	35.189
NRW	160.544	-	102.251	103.491	95.093	97.639	110.778	103.988	93.877	90.942	96.928	105.569

Quelle: IT. NRW 2021
Bearbeitung: cima 2021

2.1.5 Tourismus

Im Bereich Tourismus hat Schloß Holte-Stukenbrock insgesamt einen Zuwachs zu verzeichnen. Vom Jahr 2008 bis 2019 stiegen die Gästeübernachtungen stetig an, mit einer Ausnahme im Jahr 2017. Im Vergleich zu den umliegenden Kommunen gab es mehr Gästeübernachtungen in Schloß Holte-Stukenbrock (2019: 65.204). Im Jahr 2019 blieben die Gäste im Schnitt 2,5 Tage vor Ort. Auch die Anzahl der Übernachtungen, die Besucher in Schloß Holte-Stukenbrock verbringen, hat sich seit 2008 bis 2019 leicht erhöht. 2020 sind in Schloß Holte-Stukenbrock wie in der gesamten Region coronabedingt die Übernachtungen stark eingebrochen.

Abb. 7: Entwicklung der Gästeübernachtungen



Quelle: IT. NRW 2021
Anmerkung: teilweise fehlende Angaben (Augustdorf, Oerlinghausen), vgl. auch nachfolgende Abbildungen
Bearbeitung: cima 2021

Abb. 8: Durchschnittliche Aufenthaltsdauer

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Schloß H.-S.	2,1	2,0	2,0	2,1	2,2	2,0	2,2	2,3	2,7	2,8	2,6	2,5	2,9
Augustdorf	-	-	2,9	2,8	2,8	2,9	3,0	2,7	-	-	-	-	-
Hövelhof	2,3	2,0	2,2	2,4	2,7	2,8	2,7	3,1	2,4	2,5	2,0	2,1	2,4
Oerlinghausen	4,4	2,8	3,0	2,7	2,6	2,4	2,3	2,0	2,2	2,3	3,3	2,2	-
Verl	1,7	1,8	1,7	1,8	2,0	1,9	2,2	2,5	3,7	3,6	5,9	1,9	2
Bielefeld	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,8	2
gesamt NRW	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,6

Quelle: IT. NRW 2021
Anmerkung: mit (-) markierte Felder: fehlende Angabe
Bearbeitung: cima 2021

Zur Beurteilung der Stärke einer Tourismusdestination dient des Weiteren der Indikator Anzahl der Übernachtungen je Einwohner vor Ort (vgl. Abb. 9). Hier zeigt sich, dass die Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner in Schloß Holte-Stukenbrock oberhalb derer umliegender Kommunen befindet und nur knapp unter der des Landes Nordrhein-Westfalen. Somit kann man Schloß Holte-Stukenbrock zumindest auf regionaler Ebene mehr Tourismuspotenzial zurechnen als anderen Kommunen.

Abb. 9: Übernachtungen je Einwohner

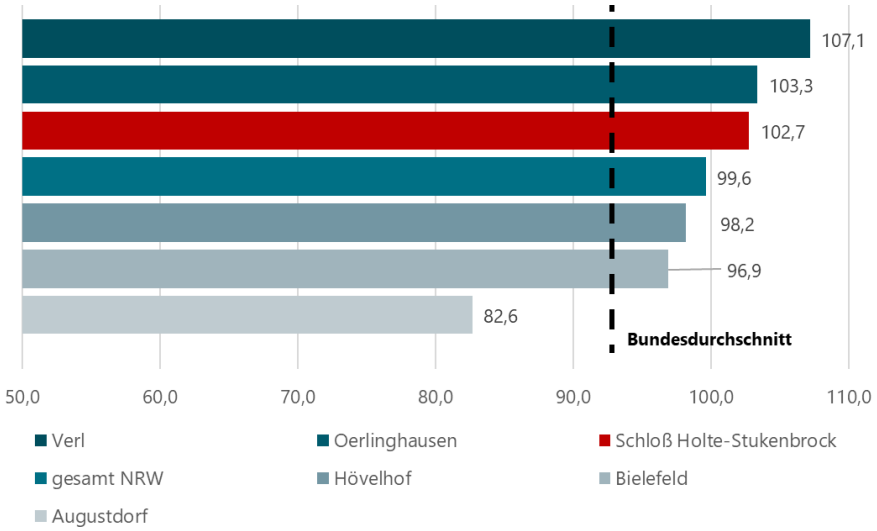
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Schloß H.-S.	1,29	1,35	1,43	1,49	1,68	1,75	1,83	1,96	2,32	2,29	2,43	2,43	1,64
Augustdorf	-	-	0,42	0,51	0,51	0,55	0,48	0,55	-	-	-	-	-
Hövelhof	1,79	1,44	1,38	1,99	1,87	2,20	1,80	2,30	2,01	2,57	1,90	2,28	1,60
Oerlinghausen	4,28	2,68	2,80	2,59	2,08	1,44	1,54	1,01	1,17	1,11	1,64	1,01	-
Verl	0,67	0,61	0,66	0,69	0,81	1,12	1,30	1,26	1,32	1,29	0,99	0,38	0,23
Bielefeld	1,56	1,51	1,52	1,58	1,63	1,72	1,70	1,72	1,86	2,12	2,04	2,08	0,96
gesamt NRW	2,32	2,25	2,36	2,52	2,59	2,63	2,72	2,73	2,77	2,88	2,90	2,97	1,59

Quelle: IT. NRW 2021
Anmerkung: mit (-) markierte Felder: fehlende Angabe
Bearbeitung: cima 2021

2.1.6 Kaufkraftsituation

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft leitet sich aus der allgemeinen Kaufkraft (= verfügbares Einkommen der Bevölkerung einer Region) ab und ist der Anteil der Kaufkraft, welcher für Ausgaben im Einzelhandel der Bevölkerung einer Region zur Verfügung steht. Die Einkäufe werden am Wohnort der Konsumenten erfasst. Im Jahr 2019 befindet sich der Kaufkraftindex von Schloß Holte-Stukenbrock mit 102,7 knapp über dem Bundesdurchschnitt von 100 und auch über jenem des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. Auch die Gemeinden Verl und Oerlinghausen zeichnet durch ein überdurchschnittliches Pro-Kopf-Nachfrageniveau im Bereich des Einzelhandels aus, während sich Bielefeld leicht und Hövelhof sowie Augustdorf deutlich unter dem bundesdeutschen Durchschnitt befinden.

Abb. 10: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2019



Quelle: MB Research 2019
Bearbeitung: cima 2020

2.1.7 Fazit siedlungsstrukturelle & sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock besteht aus den Ortsteilen Schloß Holte und Stukenbrock. Die bipolare Struktur der Stadt rührt aus der einstigen Zusammenlegung der Ortsteile. Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ist zudem an der Autobahn 33 gelegen. Dadurch ist Schloß Holte-Stukenbrock in Bezug auf den motorisierten Individualverkehr gut angebunden. Darüber hinaus ist der öffentliche Schienennahverkehr nach und von Schloß Holte-Stukenbrock mit der Bahnverbindung im 1-Stunden-Takt ebenfalls gegeben.

Eine positive Entwicklung zeigt die Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten, welche im Jahr 2020 um 81 % höher lag als im Jahr 2008. Auch ist seit dem Jahr 2018 erstmals im Betrachtungszeitraum 2008-2020 ein positives Pendlersaldo zu vermerken. Dennoch ist auch zu erwähnen, dass für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock innerhalb der nächsten zehn Jahre ein leichter Bevölkerungsrückgang prognostiziert wird.

In Hinblick auf den Tourismus ist Schloß Holte-Stukenbrock mit mehr Übernachtungen je Einwohner und einer positiven Entwicklung bezüglich der Gästeankünfte und Gästeübernachtungen auf einem guten Weg. Dies ist tendenziell auch für den Einzelhandel von Vorteil.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt in Schloß Holte-Stukenbrock leicht über dem Bundesdurchschnitt.

2.2 Trends im Einzelhandel und allgemeine Rahmenbedingungen

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und damit auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur, vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten" wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel grundsätzlich vor allem durch einen starken Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und den in den letzten Jahren gestiegenen privaten Verbrauchsausgaben in Folge langer Zeit guter Arbeitsmarktlage und steigender Gehälter bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

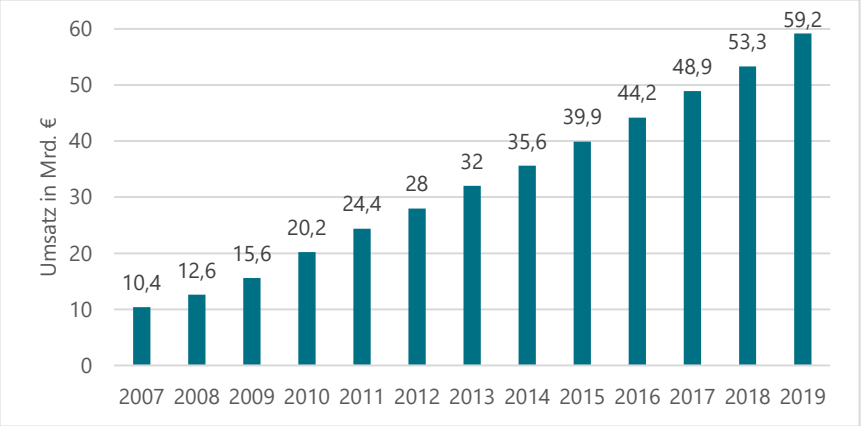
Noch nicht absehbar sind die sich im Zuge der Corona-Entwicklungen vollziehenden Auswirkungen in Bezug auf Verbrauchsausgaben und Einkaufsverhalten. Es lässt sich allerdings prognostizieren, dass der Online-Handel eine weitere, teils deutliche Zunahme erfahren wird.

2.2.1 Online-Handel

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen häufiger und kontroverser angesprochen als die Auswirkungen des Online-Handels (E-Commerce) auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des Online-Handels zusammen (vgl. **Abbildung 1**).

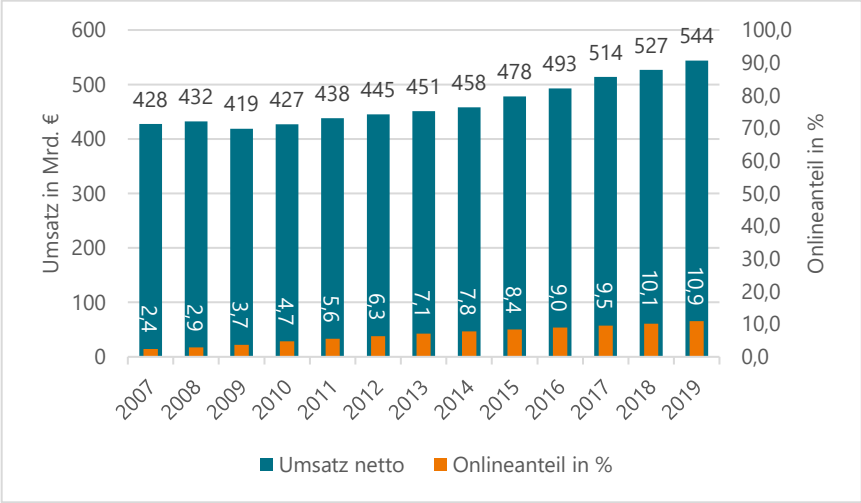
Seit 2007 verzeichnet der Online-Handel als Unterform des Versandhandels eine Umsatzsteigerung von mehr als 550 %. Im Jahr 2019 wurden rd. 58,5 Mrd. Euro Netto-Umsatz getätigt. Dies entspricht einem Anteil von rd. 10,9 % am gesamten Einzelhandelsumsatz[3] (vgl. **Abbildung 2**).

Abbildung 1: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), 2020
Bearbeitung: cima, 2021

Abbildung 2: Umsatzentwicklung Online- und stationärer Einzelhandel

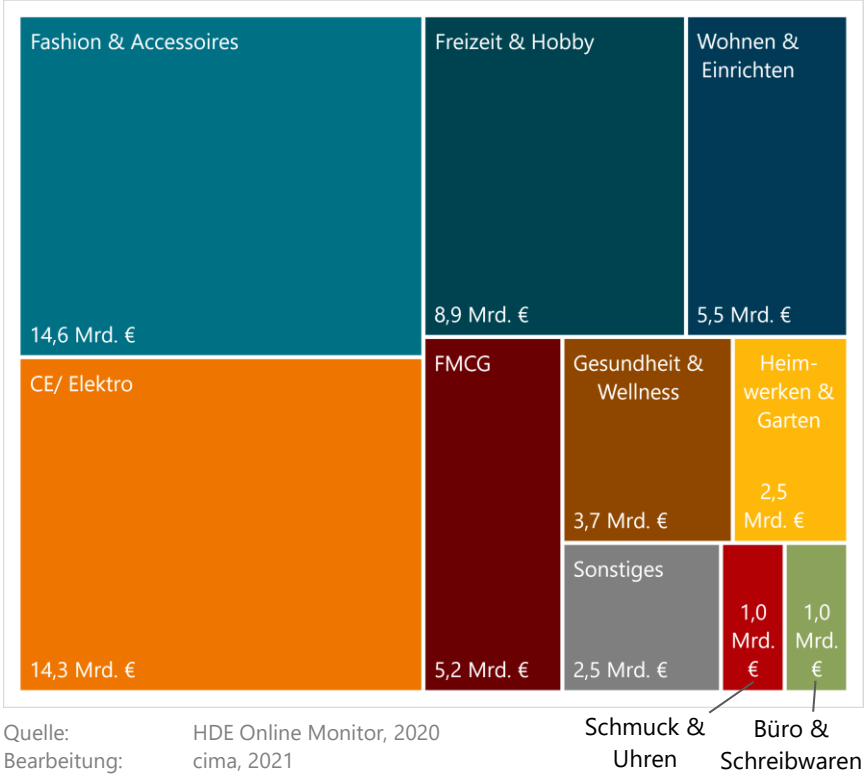


Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), 2020
Bearbeitung: cima, 2021

Somit ist der Anteil des Online-Handels an den Umsätzen insgesamt noch relativ niedrig. Rd. 89 % der Umsätze finden nach wie vor größtenteils in stationären Geschäften statt. Die Marktbedeutung des Online-Handels stellt sich branchenbezogenen allerdings sehr unterschiedlich dar. Wichtigste Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche Fashion & Accessoires (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren etc.), Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel und Freizeit & Hobby (Spielwaren, Bücher, Sportbedarf). Alle anderen Branchen spielen eine nachgeordnete Rolle (vgl. **Abbildung 3**).

[3] Der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels wird für das Jahr 2019 mit rd. 535,5 Mrd. € prognostiziert.

Abbildung 3: Umsatzanteile nach Branchen am Gesamtvolumen des Online-Handels 2018



Quelle: HDE Online Monitor, 2020
Bearbeitung: cima, 2021
Erklärung CE: consumer electronics (Unterhaltungselektronik)
Erklärung FMCG: fast moving consumer goods (v. a. Waren des täglichen Bedarfs: Lebensmittel, Wein & Sekt, Körperpflege & Kosmetik, Drogeriewaren, Heimtierbedarf)

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die umsatzstärksten Branchen des Online-Handels die attraktivitätsbestimmenden Sortimente der Einkaufsinnenstädte darstellen. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit unmittelbar zu Lasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu Trading-Down-Prozessen führen.

Neben den verzeichneten rasanten Wachstumszahlen hatte der E-Commerce in den vergangenen Jahren allerdings auch z.T. mit Renditeproblemen zu kämpfen. Selbst Firmen wie Amazon oder Zalando wiesen trotz Milliarden-Umsätzen regelmäßig Verluste im dreistelligen Millionenbereich aus.

Die Geschäftsergebnisse sind vor allem auf die hohen Personal-, Logistik- und Distributionskosten des Online-Handels zurückzuführen. Eine Sonderproblematik sind dabei die Retouren. So werden beispielsweise im Textilbereich mehr als 60 % aller Waren von der potenziellen Kundschaft kostenfrei zurückgesandt. Sie müssen dann mit hohem personellem Aufwand wieder ausgepackt, gereinigt und versandfertig gemacht werden. Vielfach werden die Produkte daher von einigen Unternehmen einfach entsorgt.

Auch der logistische Aufwand des Internet-Handels ist enorm. So rühmt sich z. B. Amazon, bis zu 5 Millionen Einzelartikel zu offerieren. Selbst unter Berücksichtigung der dezentralisierten Unternehmensstrukturen sind die Kosten für Beschaffung und Distribution dadurch entsprechend hoch.

Der vorstehende Exkurs über die aktuellen Probleme des Online-Handels soll jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass diese Wirtschaftsform Zukunftsprobleme aufweist. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der Markt unter stetigem Wachstum sukzessive bereinigt.

Während der Online-Handel im Nonfood-Bereich bereits etabliert ist, befindet sich der **Online-Lebensmittelhandel** noch in der Pionierphase. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops des etablierten Lebensmittelhandels (z. B. Edeka 24, Rewe Online) bis zu reinen Online-Anbietern, wie mytime.de, hellofresh.de, picnic oder amazon fresh.

Verzeichneten die Non-Food-Sortimente im Online-Handel im Zeitraum 2011-2019 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 11,5 %, lag diese bei den Food-Sortimenten bei 18,6 %.[4] Während vormals eher

[4] Quelle: HDE Online-Monitor, 2020

Lebensmittel mit Spezialitätencharakter wie Wein oder Süßwaren online gekauft wurden, kauft heute ein zunehmender Teil der Bevölkerung einen Teil ihrer Wocheneinkäufe bereits online ein. Gemessen am gesamten Online-Handel liegt der Umsatzanteil von Lebensmitteln (inkl. Wein & Sekt) mit 4,4 % im Jahr 2020 allerdings auf einem geringen Niveau.[5]

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. in dem dichten Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und den langen Öffnungszeiten zu sehen. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch in der Sortimentsbreite und -tiefe können nicht alle Online-Shops mit dem stationären Lebensmittelhandel mithalten: Vor allem Frischeprodukte werden bislang nicht flächendeckend online vertrieben und erschweren somit die Etablierung des Versandhandels im Lebensmittelbereich.

2.2.2 Veränderte Kundschaftsansprüche

Sowohl Kundschaft als auch Einzelhandel reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und die Konsumierenden werden für den Einzelhandel dadurch „unberechenbarer". Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Einkaufsstätten und Vertriebswegen.

Die Ansprüche der Kundschaft steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und die Beratung vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Konsumierenden beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um die hybride Kundschaft anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für die Kundschaft von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um die Kundschaft in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt und Social-Media-Kanäle stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkerne des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt, ein positives Bild in den Köpfen zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kundschaft, sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt, zu verstehen.

[5] Quelle: HDE Online-Monitor, 2020

Letzteres zeigt sich u. a. im Lebensmitteleinzelhandel durch ein individuelles und passgenaues Angebot zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder: Übersichtlichkeit und ein bequemes Erreichen der Waren sollen den Einkauf erleichtern.

Abbildung 4: Convenience-Anbieter und „REWE to go"

Quelle: cima

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden" der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz als um die Präsenz in den Top-Lagen der Zentren. Ziel ist es, durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffläden" weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Handel. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie ein glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Es wird dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt" als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung gelegt. Warenpräsentation und Ladendesign können auch puristischer anmuten.

Mono-Label-Store

Als Mono-Label-Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so bieten mittlerweile viele Firmen verschiedener anderer Branchen ihre Marken in dieser Form an. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkaufendem/ Unternehmen und Kundschaft. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kundschaft reagiert werden. Statt einer großen Markenvielfalt in Multi-Label-Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Mit einem Cross-Selling-Ansatz werden Zusatzangebote bereitet, die die Kundschaftsbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/ Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstalten von Kursen zur Bedienung der erworbenen Ware umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Concept-Store

Concept-Stores verbinden das Element des Erlebniseinkaufs mit ausgewählten Produkten. Der Cross-Selling-Ansatz wird als Hauptbestandteil der Geschäftstätigkeit etabliert. Damit zielt das Konzept auf eine bestimmte Zielgruppe, die emotional angesprochen werden soll. Durch ein oftmals wechselndes Sortiment sollen dabei gezielt Anreize geschaffen werden, das Ladenlokal zu besuchen und eine hohe Kundschaftsbindung herzustellen.

Sie zielen weniger auf bestimmte Produkte oder Marken als auf das allgemeine Interesse der Kundschaft. Ständig wechselnde und ungewöhnliche Artikel werden in einem meist hochwertigen Interieur präsentiert.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das geänderte Konsumverhalten ist die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und den damit einhergehenden Vorteilen die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Konsumierende möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Die Kundschaft kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann während des Einkaufes zwischen den Kanälen gewechselt werden, z. B. wenn das Produkt online bestellt und stationär im Geschäft abgeholt wird („Click & Collect").

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Einzelhandelsunternehmen eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research Online, Purchase Offline (online suchen, offline kaufen)) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essenziell für die stationäre Händlerschaft ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden.

Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter und YouTube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel verstärkt zum Ausstellungs- und Präsentationsraum: Beim sogenannten „Showrooming" informieren sich Interessierte im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren, und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, dem Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären Einzelhandel, dass die Kundschaft am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

2.2.3 Entwicklung der Betriebsformen

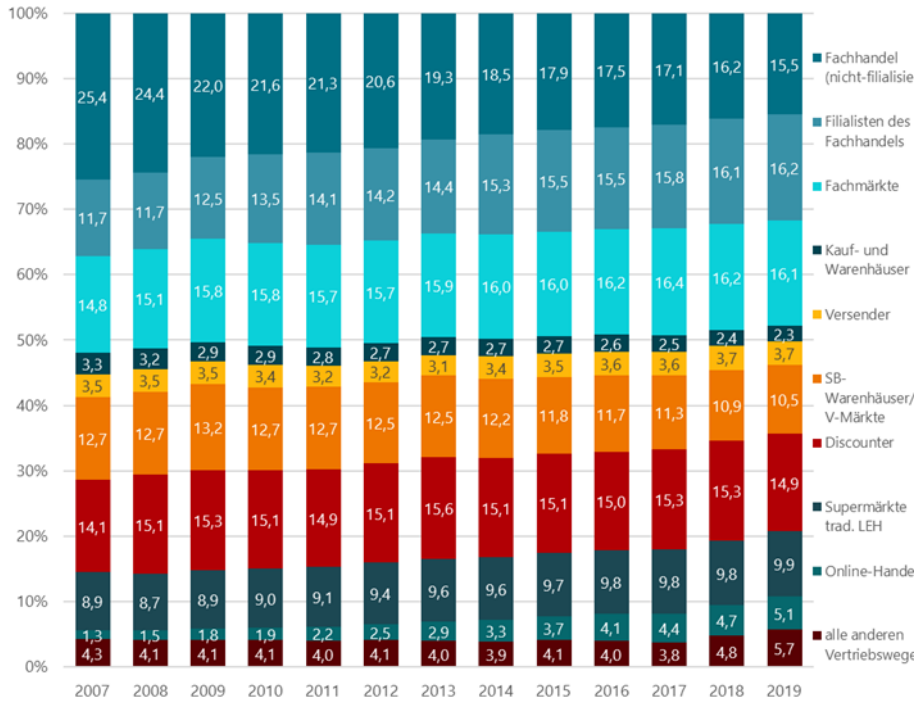
Bei den Betriebsformen des Einzelhandels führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Mono-Label-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multi-Marken-Image oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile.

Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.

- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Einkaufskooperationen bieten Kostenvorteile, Dienstleistungskooperationen können Serviceleistungen und Kundschaftsbindung verbessern.
- Viele filialgeführte Unternehmen sind nach dem Top-Down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilienexperten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadteinzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Bewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-Up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentren oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf), Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-Eat-Angebots), neue Angebotsphilosophien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe allein ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Der zunehmenden Alterung der Gesellschaft wird mit Dezentralisierungsstrategien begegnet.
- Auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz, qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenience-Produkte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer" spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf).
- Weitere internationale Anbieter werden versuchen, den deutschen Markt zu erschließen, da Deutschland als Europas größter Einzelhandelsmarkt attraktiv ist.
- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H&M). Handelsmarken nehmen zu (Store Branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen, Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten - ob gewachsen oder geplant - müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Versandhandel in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog, Onlinehandel und stationärer Handel) wird sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops der etablierten Lebensmittelhändler bis zu neuen, reinen Online-Anbietern.
- Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen.

Abbildung 5: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2019 (nominal in %)



Quelle: Handelsverband Deutschland – HDE e.V., 2020
Bearbeitung: cima, 2021

2.2.4 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Seit jeher ist der Lebensmitteleinzelhandel von Wandel geprägt und im Fokus neuer Entwicklungen, Trends und Experimente. Der große Wettbewerbsdruck ist Treiber von Innovationen, neuen Konzepten und Ideen, um den Kundschaftsansprüchen (weiterhin) gerecht zu werden.

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also bei der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe, Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird in zunehmendem Maß wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarktagglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarkts erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt: Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 qm bis 1.800 qm Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 qm keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte"). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen Kompromisse eingegangen werden. Häufig können die Vorteile einer ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln gegenüber Discountern auf zu kleinen Flächen nicht herausgestellt werden.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer **verbesserten Warenpräsentation**, neuen **Service- und Angebotsbausteinen** und in **signifikanten Prozessveränderungen** zu sehen:

- Die Ansprüche der Konsumierenden an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice zur Verfügung steht.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So sind zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen werden können muss oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden zu berücksichtigen.
- Serviceelemente wie z. B. Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. „Ready-to-Eat"-Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abbildung 6: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten

Quelle: cima

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher und branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, welche die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen dem Wunsch der Konsumierenden nach einem „One-Stop-Shopping" entgegen. Ein **idealtypisches Nahversorgungszentrum** in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und einen Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten), Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden. Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundschaftsstruktur der optimale, zielgruppenorientierte **Angebotsmix** sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form" des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z. B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüseläden, etc.).

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundschaftsorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege" und der Verkehrsreduzierung.

2.2.5 Aktuelle Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die Corona-Krise und die Maßnahmen zur Bekämpfung der Ausbreitung des Virus haben den mittelständischen Handel und die Innenstädte schwer getroffen. Deutschlandweit waren im Frühjahr 2020 sowie auch Ende 2020 und Anfang 2021 stationäre Ladengeschäfte vorübergehend geschlossen. Auch Gastronomiebetriebe und weitere Einrichtungen u.a. aus Kunst oder Kultur, die die Attraktivität von Innenstädten und Stadtzentren maßgeblich prägen, hatten und haben weiterhin mit massiven Beschränkungen zu kämpfen.

Es ist nicht eindeutig absehbar, inwiefern sich die Corona-Krise auf einzelne Bereiche des Einzelhandels auswirken wird und wie sich kurz- bis mittelfristig Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft ergeben werden. In den letzten Monaten wurden erste Studien und Untersuchungen durchgeführt, die ein Stimmungs- und Meinungsbild der Gesellschaft skizzieren und Trends aufzuzeigen versuchen. Eine Untersuchung des Handelsverbandes Deutschland zeigte u.a. auf, dass einzelne Sortimente wie Bekleidung und Schuhe in der ersten Jahreshälfte des Jahres 2020 Umsatzeinbußen zu verzeichnen hatten, während andere Sortimente wie Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf oder Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör verstärkt nachgefragt wurden.[6] Fraglich ist hierbei, inwiefern hieraus mittelfristige Trends abgeleitet werden können und ob diese bundesweit einheitlich verstanden werden können.

Nach Ansicht der cima können zumindest grundlegende Punkte festgehalten werden. Zum einen gehören Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel oder auch Drogerie- und Kosmetikartikel zu den Waren des täglichen (Grund-) Bedarfs. Unabhängig von finanziellen Einbußen oder Arbeitsplatzverlusten werden diese Sortimente voraussichtlich weitaus weniger mit Umsatzeinbußen und -rückgängen zu kämpfen haben als Warengruppen des aperiodischen Bedarfs. Zweitens werden die Aspekte des Online-Handels zukünftig noch stärker in den Fokus rücken als bisher.

[6] Handelsverband Deutschland – HDE e.V.: Konsummonitor Corona, September 2020

2.3 Auswirkungen auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich ein Trend zu immer größeren Verkaufsflächen, um den Ansprüchen der Kundschaft zu genügen und langfristig die Existenz sichern zu können. Gleichzeitig steigen wie im gesamten Einzelhandel der Konkurrenz- und Kostendruck, während die Flächenproduktivitäten sinken. Daher ist auch in Schloß Holte-Stukenbrock davon auszugehen, dass der bestehende Einzelhandel in allen Branchen und speziell im Lebensmitteleinzelhandel zur Sicherung der Existenz und Steigerung der Attraktivität größere Verkaufsflächen benötigen wird.

In fast allen Branchen zeigt sich weiterhin, dass der Anteil der online bestellten Waren zunimmt. Dieser Trend lässt sich auch in Schloß Holte-Stukenbrock beobachten. Daher ist es umso wichtiger, dass sich der Einzelhandel vor Ort auf die thematisierten **veränderten Kundschaftsansprüche** einstellt. Dies sollte zum einen durch eine verstärkte Ansprache im stationären Ladenlokal erfolgen. Zum anderen ist für viele Betriebstypen eine **Online-Präsenz** mit umfassenden (Produkt-)Informationen und ergänzenden Services (u. a. Click & Collect) zum stationären Ladengeschäft heutzutage essenziell, um auch digital gefunden zu werden. Durch eine Kombination verschiedener Vertriebskanäle sollte es somit das Ziel sein, nicht nur als stationärer „Showroom" zu dienen, sondern dass sowohl offline im Laden als auch online im Shop bei den ortsansässigen Einzelhandelsbetrieben in Schloß Holte-Stukenbrock eingekauft werden kann. Für eine Unterstützung des stationären Einzelhandels haben sich in den letzten Jahren in verschiedenen Orten sowohl Store-Checks als auch Online-Präsenz-Checks als wertvolle Tools gezeigt.

Ein **Store-Check** rückt das Unternehmen aus Kundschaftssicht in den Fokus. Durch praxis- und umsetzungsorientierte Betrachtung von

Ladengestaltung und Warenpräsentation können konkrete Verbesserungsbedarfe und mögliche Entwicklungsperspektiven im Hinblick auf eine optimierte Innen- und Außendarstellung sowie Profilierungsmaßnahmen aufgezeigt werden.

Ein **Online-Präsenz-Check** ermittelt die digitale Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens, vergleicht den aktuellen Stand mit den Bedürfnissen der Kundschaft und zeigt Verbesserungsmöglichkeiten und Umsetzungswege auf. In der Zusammenschau mehrerer Betriebe kann ein umfassendes Bild über das digitale Schaufenster einer Kommune oder einzelner Lagen ermittelt werden (z. B. für Standort- und Werbegemeinschaften, bestimmte Innenstadtlagen oder Ortskerne). Aktuelle Förderprogramme greifen das Thema auf und liefern gezielt Unterstützung zu digitalen Maßnahmen.

Im Zuge der Corona-Pandemie ist noch nicht absehbar, inwiefern sich Umstrukturierungsprozesse auch in Schloß Holte-Stukenbrock mittel- bis langfristig einstellen werden. Es wird empfohlen, dass zu gegebener Zeit im Zuge einer **„Post-Corona"-Analyse** die Veränderungen der wesentlichen Kennzahlen (u. a. Anzahl der Betriebe, Umsätze, Zentralitäten) evaluiert werden, sodass schneller auf veränderte Situationen reagiert werden kann und geeignete Maßnahmen ergriffen werden können.

Weiter werden die Auswirkungen und Erkenntnisse der Trends im Einzelhandel basierend auf der folgenden Bestandsanalyse in das Zentren-, Branchen- und Standortkonzept sowie in die Strategien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Schloß Holte-Stukenbrock integriert

3 Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten

3.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung des Einzelhandels ist ein mögliches Gestaltungsfeld kommunaler Entwicklungsplanung. Sie ist maßgeblich durch die in Art. 28 GG verankerte Selbstverwaltung der Gemeinden[7] abgesichert. Die konkreten räumlichen, funktionalen und strukturellen Steuerungsmechanismen leiten sich aus den Befugnissen des Bau- und Planungsrechtes ab. Dieses bewegt sich in seinen Regelungen zwischen den rahmensetzenden Bedingungen der kommunalen Selbstverwaltung und den strikten Schutzbedürfnissen des privaten Eigentums, das im Art. 14 GG verankert ist.[8] Die maßgeblichen rechtlichen Instrumente sind dabei das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO). Die dort verankerten Steuerungsempfehlungen haben Bezug zur Raumordnung auf bundesstaatlicher Ebene (Raumordnungsgesetz – (ROG) sowie den jeweiligen Landesplanungsgesetzen. Einzelne Bundesländer haben darüber hinaus Einzelhandelserlasse mit weiteren ausführenden Bestimmungen in Kraft gesetzt.

Das grundgesetzliche Schutzgut des „privaten Eigentums" hat maßgeblichen Anteil, dass aus der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland per se nicht auf eine konkrete Steuerung des Einzelhandels zu schließen ist. Lediglich in den Grundsätzen zur Raumordnung (§ 2 ROG) lassen sich indirekt Steuerungsanlässe hinsichtlich des Einzelhandels ableiten, in dem die Schutzbedürftigkeit von Zentrenlagen und eine Orientierung der Versorgung der Bevölkerung am Zentrale-Orte-Prinzip formuliert wird. Im § 2 Abs. 3 Satz (2) und (3) ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. ***Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen."***

Sowohl aus § 1 Abs. 6 (4) BauGB (Abwägungsgebot), als auch § 2 Abs. 2 BauGB (nachbarliches Abstimmungsgebot) kann das Erfordernis zur Ausweisung von bzw. die Auseinandersetzung mit faktischen Zentralen Versorgungsbereichen abgeleitet werden.

Das Abwägungsgebot nach § 1 Abs. 6 (4) BauGB fordert, dass *„die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche"* bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus verweist das Abstimmungsgebot bei der Bewertung von Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels (Planvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO) auf eine Abstimmung von Planungen zwischen Gemeinden und den ihnen durch die Raumordnung zugewiesenen Funktionen:

„Die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden sind aufeinander abzustimmen. Dabei können sich die Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der

[7] Art. 28 Abs. 2: Den Gemeinden muss das Recht gewährleistet sein, alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft im Rahmen der Gesetze in eigener Verantwortung zu regeln [...]. Die Gewährleistung der Selbstverwaltung umfasst auch die Grundlagen der finanziellen Eigenverantwortung; zu diesen Grundlagen gehört eine den Gemeinden mit Hebesatzrecht zustehende wirtschaftskraftbezogene Steuerquelle.

[8] Art. 14: (1) Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt. (2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. (3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder aufgrund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt [...].

Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen."

Kommunen können hier nur agieren, wenn sie Bezug auf in einem Konzept abgegrenzte oder faktische Zentrale Versorgungsbereiche nehmen.

Der Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen vom 22.09.2008[9] empfiehlt den Städten und Gemeinden durch städtebauliche Konzepte, insbesondere kommunale Einzelhandelskonzepte, Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.

Die Notwendigkeit einer Einzelhandelskonzeption für Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen erschließt sich außerdem unmittelbar aus dem in seiner Gesamtfassung am 08.02.2017 in Kraft getretenen Landesentwicklungsplan NRW und dessen aktuellen Änderung vom 06.08.2019. Die darin formulierten Ziele bzw. Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels enthalten Steuerungsempfehlungen, die den Grundsatz der Raumordnung aus dem § 2 ROG zur *„Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche"* ausfüllen. Sie sind nunmehr grundsätzlich im Kontext regionaler und kommunaler Planungen zu beachten.

3.2 Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen

Ziel 6.5-1: 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.

Mit diesem Ziel sollen die Gestaltungsspielräume für eine ressourcenschonende Flächennutzung abgesichert werden. Eigentlich für gewerbliche Nutzung vorgesehene Standortareale sollen sich nicht schleichend zu Einzelhandelsagglomerationen entwickeln. Damit werden auch die Entwicklungsspielräume für Industrie und Gewerbe abgesichert bzw. erhalten.

Ziel 6.5-1 formuliert eindeutig, dass die Gebietstypen Kern- und Sondergebiete grundsätzlich nur im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesenen Standorten dargestellt und festgesetzt werden dürfen.

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

Dabei dürfen Kern- und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur

- *in bestehenden Zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten Zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrieren 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[10] und*

[9] Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13.

[10] Anlage 1 weist folgende Sortimente als zentrenrelevant aus: Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe; Sportartikel (ohne Teilsortimente, Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte,

- *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 Sortimenten 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.*

In Ziel 6.5-2[11] erfolgt die Zuweisung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO in Zentralen Versorgungsbereichen. Darüber hinaus erfolgt für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Sortiment eine Ausnahmeregel. Diese Vorhaben können auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden, wenn die in der Zielfassung beschriebenen Rahmenbedingungen erfüllt sind.

Somit können Einzelhandelskonzepte zusätzlich zu zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte ausweisen. Dabei sind auch bereits existierende Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen zu berücksichtigen. Für neue Standorte ist jeweils die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune und bei regionalbedeutsamen Vorhaben der Umlandkommunen zu berücksichtigen. Ausdrücklich wird hier ein Gestaltungsspielraum für Städte mit kleinparzellierter Struktur bestehender Zentraler Versorgungsbereiche oder mit historischen Ortskernen definiert. Die Ausnahmeregel dürfte überwiegend im ländlichen Raum Anwendung finden.

Ziel 6.5-3: Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

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

Eine grobe Erstprüfung, ob eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche gegeben sein könnte, stellt die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relation dar. Dabei wird die warengruppenspezifische Umsatzerwartung eines Projektvorhabens dem warengruppenspezifischen Nachfragevolumen im relevanten Einzugsbereich (Stadtgebiet oder Stadtteil) gegenübergestellt. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation deutlich unter 100, kann häufig von einer verträglichen Dimensionierung eines Projektvorhabens ausgegangen werden, die die Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt. Es wird darauf hingewiesen, dass es sich dabei lediglich um eine grobe Erstprüfung handeln sollte.

Vertiefend ist der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit über ökonometrische Modellrechnungen zu warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen gegenüber Zentralen Versorgungsbereichen (Standortkommune und ggf. Umlandkommunen) zu erbringen, die durch die Ansiedlung eines Projektvorhabens ausgelöst werden.

Leuchten); Uhren, Schmuck sowie die gleichzeitig nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Siehe hierzu auch den Abschnitt zur Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste im vorliegenden Gutachten.

[11] Vollständige Zielformulierung siehe im vorstehenden Abschnitt.

Grundsatz 6.5-4: Nicht zentrenrelevante Sortimente - Dimensionierung

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.

Grundsatz 6.5-4 fordert die maßstäbliche Dimensionierung auch von Betriebstypen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ein. Die Regelungen treffen insbesondere Baufachmärkte und Möbelhäuser. Der Umsatz der jeweiligen nicht zentrenrelevanten Sortimente soll das sortimentsspezifische Nachfragevolumen der Standortkommune nicht überschreiten. Bezugnehmend auf die definierte Verträglichkeitsschwelle sind die potenziellen Verkaufsflächenobergrenzen zu formulieren.

Ziel 6.5-5: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, 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.

Ziel 6.5-5 bezieht sich auf den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment. Für neue Standortentwicklungen oder Erweiterungen ist die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nachzuweisen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich des zentrenrelevanten Randsortiments.

Das Ziel 6.5-5 enthält den Prüfauftrag für Ansiedlungsvorhaben mit großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment in Bezug auf die Stadt- und Regionalverträglichkeit des zentrenrelevanten Randsortiments. Dieser Anteil darf 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten.

Grundsatz 6.5-6: 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.

Der *Grundsatz 6.5-6* enthält die Empfehlung, dass das zentrenrelevante Randsortiment innerhalb von großflächigen Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment 2.500 m² nicht überschreiten soll. Die Orientierung an diesem Richtwert kann im Kontext der Diskussion der möglichen wesentlichen Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche erörtert werden.

Ziel 6.5-7: 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 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 Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

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

Ziel 6.5-7 führt in den meisten Kommunen zu Planungserfordernissen. Das landesplanerische Ziel fordert die Begrenzung von Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Rückbau steht in jedem Fall vor einer Weiterentwicklung. In den meisten Städten und Gemeinden sind hier Bauleitpläne anzupassen oder neu aufzustellen.

Im Rahmen des Bestandsschutzes sollen „geringfügige Erweiterungen" zur nachhaltigen Bestandssicherung erlaubt sein. Was diese „geringfügigen Erweiterungen" einschließt, ob z. B. die derzeit zu beobachtenden Verkaufsflächenanpassungen von Lebensmitteldiscountern darin einzuschließen sind, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung darzustellen.

Werden im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes oder diesem zu zuordnenden ergänzenden gutachterlichen Stellungnahmen Erweiterungen in Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels zugelassen bzw. empfohlen, so ist der Nachweis zu erbringen, dass keine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt.

Ebenso zu identifizieren sind in kommunalen Einzelhandelskonzepten Ansätze und Gefährdungspotenziale durch etablierte oder in Ansätzen vorhandene Einzelhandelsagglomerationen. Diese können sich auch durch eine Agglomeration von Betrieben mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit entwickeln. Solche Agglomerationsansätze dürften teilweise eine ähnliche Sogwirkung entwickeln wie Standortagglomerationen des großflächigen Einzelhandels und somit ebenfalls eine potenzielle Gefährdung der Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche darstellen.

Ziel 6.5-8: Vermeidung von Agglomerationen

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 zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

Grundsatz 6.5-9: Regionale Einzelhandelskonzepte

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

Der Grundsatz 6.5-9 des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen fordert das Einstellen von Regionalen Einzelhandelskonzepten in die Abwägung bei Aufstellung und Änderung von Regionalplänen. Für die Fortschreibung von kommunalen Einzelhandelskonzepten mit beschlossenen regionalen Einzelhandelskonzepten bedeutet dies die Berücksichtigung der in der Region vereinbarten ‚Spielregeln' zur Einzelhandelssteuerung.

Ziel 6.5-10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne

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

Ziel 6.5-10 des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen bindet die Ziele bzw. Grundsätze 6.5-1 bis 6.5-8 auch an vorhabenbezogene Bebauungspläne, sofern nicht von der strikten Bindung der Regelungen an einen Durchführungsvertrag (§ 12 Absatz 3a Satz 1) Gebrauch gemacht wird.

3.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte

Die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche ist somit als Kerninhalt von kommunalen Einzelhandelskonzepten zu begreifen. Aus den Gestaltungsspielräumen der Bauleitplanung, den Vorgaben der Landesplanung und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen lassen sich insgesamt folgende Aufgaben zur Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ableiten[12]:

- Aufbereitung des relevanten Tatsachenmaterials (Beschreibung der Gemeinde als Einzelhandelsstandort auch im Hinblick auf landes- und regionalplanerische Vorgaben, Ermittlung des konkreten Bestandes, Untersuchung der Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf potenzielle Standorte und Erweiterungen, Kundenpotential im Einzugsbereich sowie zu erwartende generelle Entwicklungen im Einzugsbereich)
- Entwicklung konzeptioneller Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur (Lage, Ausdehnung und Funktion Zentraler Versorgungsbereiche, Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen und Nahversorgungsstandorte)[13]
- Ermittlungen und Vorschläge für eine ortstypische Sortimentsliste[14]

Kommunale Einzelhandelskonzepte gehören zu den sonstigen städtebaulichen Konzepten gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und haben hierdurch gewichtigen Belang in der Abwägung. Einzelhandelskonzepte sind jedoch nicht rechtlich bindend, auch wenn sie von den Kommunalparlamenten mit Mehrheit beschlossen wurden. Das heißt, dass *„[…] aus einer mangelnden Bindung von Zentrenkonzepten folgt, dass ihre Vorgaben im Rahmen der Abwägung aller städtebaulich erheblichen Belange zurückgestellt werden können […].“*[15]

Wird jedoch ein in sich schlüssiges, nachvollziehbares Einzelhandelskonzept einer Bebauungsplanung zugrunde gelegt, so bedarf es keiner weiteren differenzierten Betrachtung.[16]

Kommunale Einzelhandelskonzepte verlieren an Abwägungsrelevanz, je häufiger sie durchbrochen werden. Grundsätzlich geht aus der fehlenden rechtlichen Bindung hervor, dass sie durchbrochen werden dürfen. Konkret heißt es im BVerwG-Urteil vom 26.03.2009 (4 C 16.07):

„Das Ausmaß der Durchbrechungen eines städtebaulichen Konzeptes bestimmt unabhängig von ihrer städtebaulichen Rechtfertigung des Gewichts, das dem Konzept in der Abwägung zukommt: Je häufiger und umfangreicher das Konzept bereits durchbrochen worden ist, desto geringer ist sein Gewicht als Belang der Standortpolitik.“[17]

Das vorliegende Konzept stellt die Genehmigungsgrundlage für Einzelhandelsentwicklungen in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock dar. Der Rat hat das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept zu beschließen, damit es die gewünschte Verbindlichkeit erlangt. Wie dargestellt sind Abweichungen zwar im Einzelfall möglich, diese sollten jedoch stets mit einer nachvollziehbaren Begründung untermauert werden. Grundsätzlich sollte aus Gutachtersicht von Ausnahmeregelungen nur sehr sparsam gebraucht gemacht werden, da andernfalls das Konzept an Abwägungsrelevanz verliert.

[12] Die nachfolgende Auflistung dokumentiert U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 239. Außerdem wird Bezug genommen auf vhw-Skript: Die Steuerung des Einzelhandels durch Landes- und Regionalplanung, kommunale Planung und interkommunale Kooperation, Hrsg. Olaf Bischopink und Ulrich Kuschnerus, Münster 2011, S. 11. Es besteht unmittelbarer Bezug zu BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 1.08 und BVerwG, Beschluss vom 12.09.2009 – 4 B 5.09.

[13] Zur Problematik der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche siehe entsprechende Abschnitte im vorliegenden Gutachten.

[14] Zur konkreten Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste siehe Kapitel 8 im vorliegenden Gutachten.

[15] BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 – 4 C 16.07

[16] BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

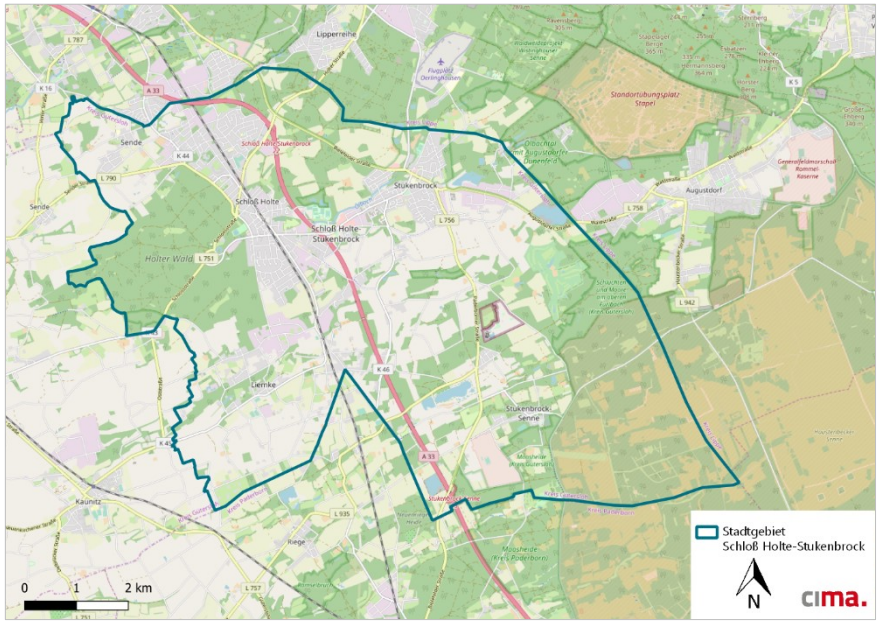
[17] BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 – 4 C 16.07

4 Marktgebiet und Nachfragepotenziale

4.1 Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Das Marktpotenzial des Einzelhandels in Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ergibt sich aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des Stadtgebietes. Relevant ist zunächst die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Die Stadt hat, wie bereits im unter Abschnitt 2.1.1 erläutert, die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums und übernimmt die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Stadtgebietes mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs. Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes ist dem Marktgebiet ausschließlich das Stadtgebiet Schloß Holte-Stukenbrock selbst zuzurechnen (vgl. Abb. 11). Die nachgestellte Kundenherkunftsanalyse unterstreicht, dass der Großteil der Kundschaft aus dem eigenen Gemeindegebiet kommt. Daher wäre hier eine darüberhinausgehende Zuordnung zum Marktgebiet des Einzelhandels in Schloß Holte-Stukenbrock unbegründet.

Abb. 11: Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock



Kartengrundlage: OpenSteeetMap-Mitwirkende
Bearbeitung: cima 2020

4.2 Marktpotenzial der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Die Berechnung des Nachfragepotenzials in Schloß Holte-Stukenbrock erfolgt auf der Basis der gemeindescharfen Einwohnerzahl und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer. Es wird ein durchschnittlicher Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.565 € für das Jahr 2020 zugrunde gelegt, der anschließend an das Niveau der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird (vgl. Kapitel 14). Der cima-Ausgabesatz im Einzelhandel bezieht sich ausschließlich auf den stationären Handel; Ausgaben im Versandhandel und explizit im Onlinehandel sind nicht im Nachfragepotenzial enthalten.
Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock beträgt im Jahr 2020 im Durchschnitt 5.718 €. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Schloß Holte-Stukenbrock über dem Bundesdurchschnitt. Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock auf rd. 153,1 Mio. €. Davon entfallen etwa 76,0 Mio. € auf den täglichen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf rd. 77,1 Mio. €.

Abb. 12: Nachfragepotenzial in Mio. € p.a. im Marktgebiet der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

CIMA Warengruppe	Nachfragepotenzial in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	**76,0**
Nahrungs- und Genussmittel	61,6
Gesundheit und Körperpflege	12,1
Zeitschriften, Schnittblumen	2,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**77,1**
Bekleidung, Wäsche	14,6
Schuhe, Lederwaren	4,6
Bücher, Schreibwaren	2,8
Spielwaren, Hobbybedarf	2,0
Sportartikel, Fahrräder	5,3
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	13,2
Uhren, Schmuck	2,1
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	4,6
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2,4
Einrichtungsbedarf	11,1
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	14,6
Summe	**153,1**

Quelle: cima 2020

5 Einzelhandelsstrukturdaten

5.1 Strukturdaten auf Stadtebene

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer Einzelhandelsbestandserhebung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock aus dem Jahr 2020. Die räumliche Verortung der erhobenen Einzelhandelsgeschäfte ist Abb. 14 zu entnehmen. Es zeigt hierbei deutlich die Ballung der Einzelhandelsbetriebe im Bereich der beiden historischen Zentren von Schloß Holte und Stukenbrock sowie im Bereich des Einkaufszentrums am Rathaus.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich wurden branchenspezifische Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

Im Rahmen der (aktualisierten) Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock wurden 145 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 36.930 qm erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von etwa 117,5 Mio. €. Im Vergleich zu den Werten aus dem bisherigen Einzelhandel- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2007 muss daher konstatiert werden, dass sowohl die Anzahl an Betrieben (-11,0 %) als auch die Gesamtverkaufsfläche (-10,3 %) abgenommen haben. Nichtdestotrotz liegt der nominale Umsatz heutzutage um 9,7 % höher.

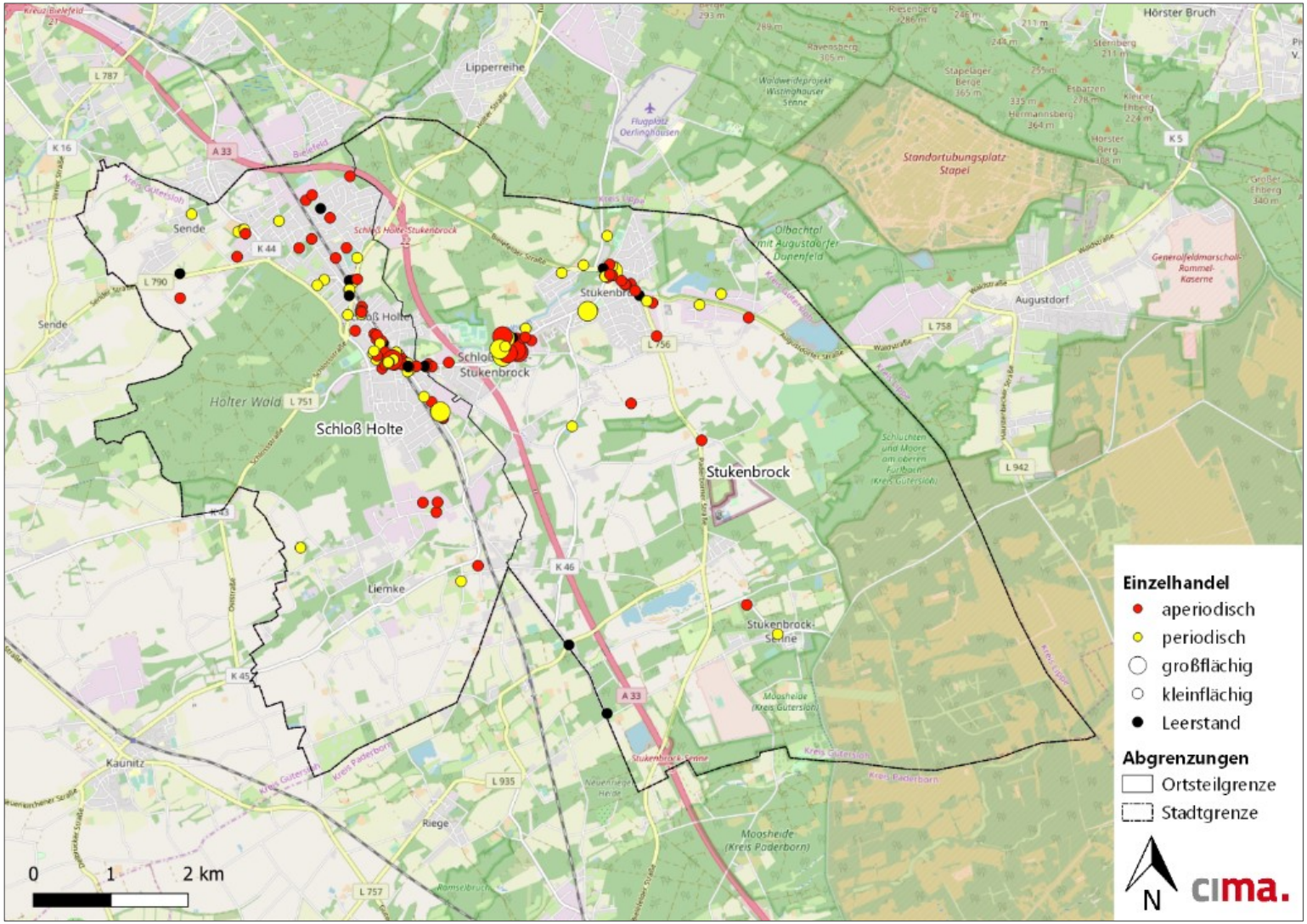
Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der folgenden Abbildung dokumentiert.

Abb. 13: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Schloß Holte-Stukenbrock

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	**60**	**14.175**	**70,7**
Nahrungs- und Genussmittel	45	11.965	57,9
Gesundheit und Körperpflege	10	1.880	10,9
Zeitschriften, Schnittblumen	5	330	2,0
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**85**	**22.755**	**46,8**
Bekleidung, Wäsche	17	3.835	9,2
Schuhe, Lederwaren	4	1.370	3,4
Bücher, Schreibwaren	2	470	1,6
Spielwaren, Hobbybedarf	1	415	0,9
Sportartikel, Fahrräder	5	735	2,3
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	6	1.325	4,8
Uhren, Schmuck	1	40	0,3
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	8	435	3,5
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	8	2.575	2,9
Einrichtungsbedarf	10	2.930	4,8
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	23	8.625	13,2
Einzelhandel insgesamt	**145**	**36.930**	**117,5**

Quelle: cima 2020

Abb. 14: Verortung der Einzelhandelsbetriebe in Schloß Holte-Stukenbrock



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle: cima 2020

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- Die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** beherbergt 45 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 11.965 qm. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 57,9 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei ca. 32 % bzw. 49 % am gesamten Einzelhandel. Insbesondere der Umsatzanteil spricht grundsätzlich für eine gute Präsenz der Nahversorgung im Stadtgebiet.
- Die Hauptwarengruppe **Gesundheit und Körperpflege** realisiert in der Stadt einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 5 % bzw. 11 % am gesamten Einzelhandel in Schloß Holte-Stukenbrock. Diese Werte sind als durchschnittlich einzustufen.
- In der Warengruppe **Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel** sind 23 Betriebe vorhanden, die das Sortiment als Hauptsortiment führen. Im Bereich des aperiodischen Bedarfes ist dies der höchste Wert. Insgesamt wird ein Umsatzvolumen von rd. 13,2 Mio. € generiert. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock von rd. 11 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt sogar bei rd. 23 % (8.625 qm). In dieser Warengruppe werden neben Baumarktartikeln, Gartenbedarf und Zooartikeln ebenfalls die Sortimente Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche und Kfz-Zubehör zusammengefasst.
- Die Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** zählt 17 Betriebe und ist daher ebenfalls vergleichsweise oft vertreten. Insgesamt ergibt sich eine Verkaufsfläche von 3.835 m². In dieser Warengruppe realisieren die Betriebe einen Einzelhandelsumsatz von rd. 9,2 Mio. €. Dies entspricht einem Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von ca. 10 % bzw. 8 % am gesamten Einzelhandel in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock.
- Die Warengruppe **Uhren/ Schmuck** ist zum Zeitpunkt der Erhebung mit nur einer relativ geringen Fläche (40 qm) im Stadtgebiet vertreten. Dieser Wert entspricht einem Verkaufsflächenanteil von weniger als einem Prozent. Dementsprechend ist auch der Umsatzanteil vergleichsweise gering.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Verkaufsflächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt (inkl. ländlich geprägter Räume) lag im Jahr 2014 bei rd. 1,83 qm Verkaufsfläche je Einwohner[18]. Der Wert für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock (1,38 qm) liegt deutlich unterhalb dieses Durchschnittswertes.

Bei der Betrachtung der Bedarfsbereiche (s.u.) muss beachtet werden, dass insgesamt 31 Sortimente zu den jeweiligen Bedarfsbereichen zugeordnet wurden. Die nachfolgende Abb. 15 gibt somit lediglich einen allgemeinen Überblick über die Verkaufsflächenausstattung in Schloß Holte-Stukenbrock. Darüber hinaus sollte bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte, Einrichtungsmärkte) häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel inhabergeführte Fachgeschäfte verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben. In Ergänzung zur Einzelhandelszentralität kann sie aber Hinweise auf mögliche Potenziale geben.

Die Verkaufsfläche je Einwohner im **periodischen Bedarfsbereich** liegt in Schloß Holte-Stukenbrock bei 0,53 qm. Nach Erfahrungen der cima ist i.d.R. ab einem Wert von ca. 0,5 qm/Ew. von einer ausreichenden Versorgungssituation im periodischen Bedarf auszugehen. Regionalen Untersuchungen der cima zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 qm/ Ew. erzielt. Schloß Holte-Stukenbrock liegt damit im Mittel der Durchschnittswerte.

Im **aperiodischen Bedarfsbereich** liegt die Verkaufsflächendichte in Schloß Holte-Stukenbrock bei 0,85 qm je Einwohner und somit etwas höher

[18] Quelle: EHI

als im periodischen Bedarf. Dieser Wert ist als recht niedriger Wert für ein einwohnerstarkes Grundzentrum anzusehen und ist vor allem auf die hohe Wettbewerbslage im regionalen Kontext zurückzuführen.

Abb. 15: Ausgewählte Strukturkennziffern in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

Schloß Holte-Stukenbrock	2020
Anzahl Betriebe	145
Verkaufsfläche in qm	36.930
Verkaufsfläche je Einwohner in qm	1,38
im periodischen Bedarf	0,53
im aperiodischen Bedarf	0,85
Umsatz je Einwohner in €	4.389
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %	102,7*

Quellen: cima 2020, Stadt Schloß Holte-Stukenbrock, *MB Research 2019

5.2 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten von deutlich über 100 % signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 % bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Abb. 16: Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfrage-volumen in Mio. €	Handels-zentralität 2020 in %
Periodischer Bedarf insgesamt	**70,7**	**76,0**	**93**
Nahrungs- und Genussmittel	57,9	61,6	94
Gesundheit und Körperpflege	10,9	12,1	90
Zeitschriften, Schnittblumen	2,0	2,3	84
Aperiodischer Bedarf insgesamt	**46,8**	**77,1**	**61**
Bekleidung, Wäsche	9,2	14,6	63
Schuhe, Lederwaren	3,4	4,6	74
Bücher, Schreibwaren	1,6	2,8	56
Spielwaren, Hobbybedarf	0,9	2,0	45
Sportartikel, Fahrräder	2,3	5,3	43
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	4,8	13,2	37
Uhren, Schmuck	0,3	2,1	16
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	3,5	4,6	76
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2,9	2,4	123
Einrichtungsbedarf	4,8	11,1	43
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	13,2	14,6	90
Einzelhandel insgesamt	**117,5**	**153,1**	**77**

Quelle: cima 2020

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock (77 %) als durchschnittlich für ein Grundzentrum zu bewerten. Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Gemeinden; eine Steigerung der Zentralität dürfte in Schloß Holte-Stukenbrock vor allem bei Sortimenten möglich sein, die heutzutage stark unterrepräsentiert sind und ein entsprechend geringes Angebot vorhalten.

Die Gesamtzentralität für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock beruht auf den sortimentsspezifischen Zentralitätswerten für die einzelnen Warengruppen. Vergleicht man die heutige Handelszentralität mit dem Wert aus dem 2007 (82 %) ist ein Rückgang von rund fünf Prozentpunkten auszumachen. Dieser Rückgang beruht besonders auf dem Angebotsrückgang in bestimmten Warengruppen (bspw. Uhren, Schmuck). Die Handelszentralitäten der einzelnen Warengruppen werden im Folgenden beschrieben und eingeordnet.

Zunächst ist festzuhalten, dass bei den Angeboten des täglichen Bedarfs eine Zentralität von 93 % erreicht wird. Somit besteht rechnerisch nur eine kleine Versorgungslücke.

Für die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** wurde eine Handelszentralität von 94 % ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 57,9 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 61,6 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass in der Branche Nahrungs- und Genussmittel der Umsatz etwas unter der Nachfrage liegt und somit Kaufkraftabflüsse ins Umland der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock zu verzeichnen sind. Diese sind jedoch verhältnismäßig gering. Über das Stadtgebiet bestehen zahlreiche Anbieter (u.a. Marktkauf, Rewe, Lidl, Aldi), die für ein breites Angebot in diesem Bereich sorgen.

Der warengruppenspezifische Zentralitätswert für **Gesundheit und Körperpflege** liegt bei 90 % für die gesamte Warengruppe. Per Saldo sind Kaufkraftabflüsse in Handelslagen außerhalb der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock messbar.

Die Branche der **Zeitschriften/ Schnittblumen** weist eine Handelszentralität von 84 % auf. Hier liegt der ermittelte Umsatz bereits deutlicher unter dem Nachfragevolumen. Ein weiteres Potenzial ist hinsichtlich dieser Branche primär beim Sortiment Schnittblumen/ Floristik auszumachen.

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine Handelszentralität von 61 % erzielt. Für ein Grundzentrum ist dieser Wert als nicht ungewöhnlich einzustufen, deutet jedoch zugleich auf weiteres Ansiedlungspotenzial hin. Hierbei ist allerdings zwischen den einzelnen Warengruppen zu differenzieren:

Eine vergleichsweise hohe Handelszentralität (123 %) erreicht die Warengruppe **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat**. Der Wert ist neben den klassischen Anbietern (u.a. Action, Depot, Tedi) auch auf das Randsortiment von Lebensmittelmärkten und weiteren Geschäften zurückzuführen. Diese für ein Grundzentrum hohe Handelszentralität deutet auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland für diese Warengruppe hin.

Im Segment der **baumarktspezifischen Sortimente** (einschließlich gartenmarktrelevanter Sortimente) erreicht der Einzelhandel in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock eine Handelszentralität von 90 %. Diese Kennziffer signalisiert eine für die Größe der Stadt bereits gute Ausstattung. Der mit Abstand größte Anbieter in dieser Warengruppe ist der toom Baumarkt an der Holter Straße.

Die Warengruppe **Bücher und Schreibwaren** wird bei einer Buchhandlung sowie einem Schreibwarengeschäft als Hauptsortiment angeboten. Ergänzt wird das Angebot durch Angebote bei größeren Märkten (u.a. Rewe, Marktkauf) im Randsortiment. Hinsichtlich dieser Warengruppe wird eine Handelszentralität von 56 % erreicht. Es zeigt sich dementsprechend deutlich ein Potenzial für weitere Ansiedlungen von Geschäften, die diese Sortimente führen.

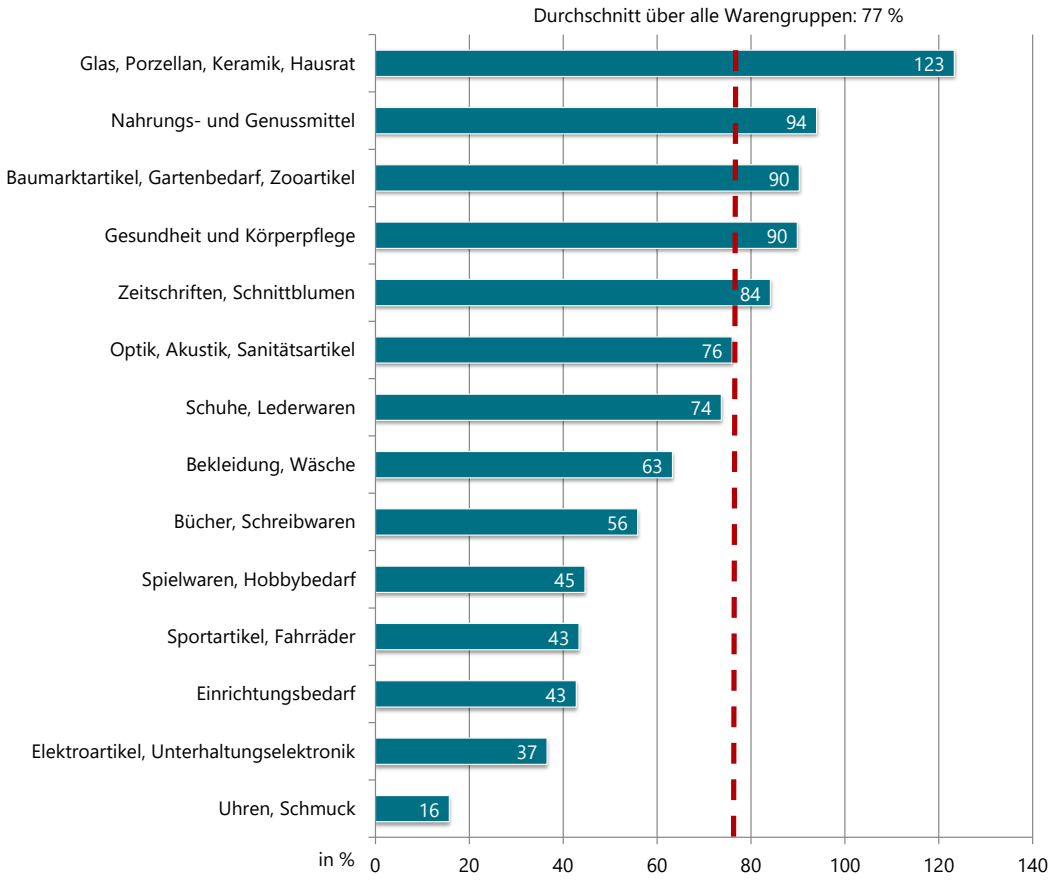
Die Kernsortimente des persönlichen Bedarfs (**Bekleidung/ Wäsche**, **Schuhe/ Lederwaren**, **Optik/ Akustik/ Sanitätsartikel**, **Uhren/ Schmuck**) realisieren Handelszentralitäten zwischen 16 % und 76 %. Es ist im Einzelfall zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen und eventuelle Flächenerweiterungen die Zentralität gesteigert werden kann. Besonders die Warengruppe Uhren/ Schmuck (Handelszentralität: 16 %) ist derzeit stark unterrepräsentiert. Die Entwicklung sollte sich hierbei möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche in Schloß Holte-Stukenbrock konzentrieren.

Die Handelszentralität von 43 % in der Warengruppe **Sportartikel/ Fahrräder** lässt Gestaltungsspielraum für weitere Ansiedlungen zu. Ein breiteres Angebot und weitere Ansiedlungen sind daher in dieser Warengruppe zu forcieren.

Die Handelszentralität von 43 % im Sortiment **Einrichtungsbedarf**, 45 % im Sortiment **Spielwaren/ Hobbybedarf** und 37 % im Sortiment **Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik** lassen ebenfalls auf einen grundsätzlichen Gestaltungsspielraum in diesen Bereichen für weitere Ansiedlungen schließen.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in Schloß Holte-Stukenbrock:

Abb. 17: Ranking: Handelszentralität in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock

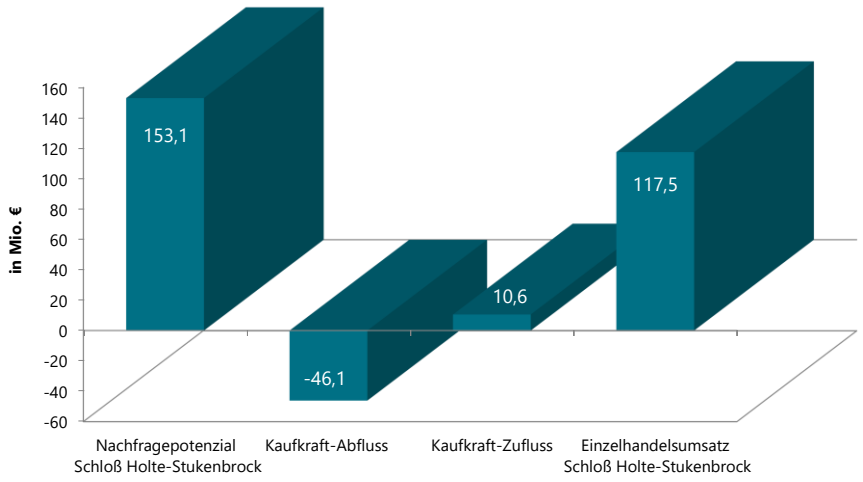


Quelle: cima 2020

5.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in Schloß Holte-Stukenbrock. Die Kaufkraftbilanz verdeutlicht zusammenfassend über alle Sortimentsbereiche hinweg, in welchen Größenordnungen vorhandene Kaufkraft von außen abgezogen wird bzw. von außen zufließt. Einem Kaufkraftzufluss von 10,6 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 46,1 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 117,5 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen liegt in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock bei 153,1 Mio. €.

Abb. 18: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels Schloß Holte-Stukenbrock



Quelle: cima 2020

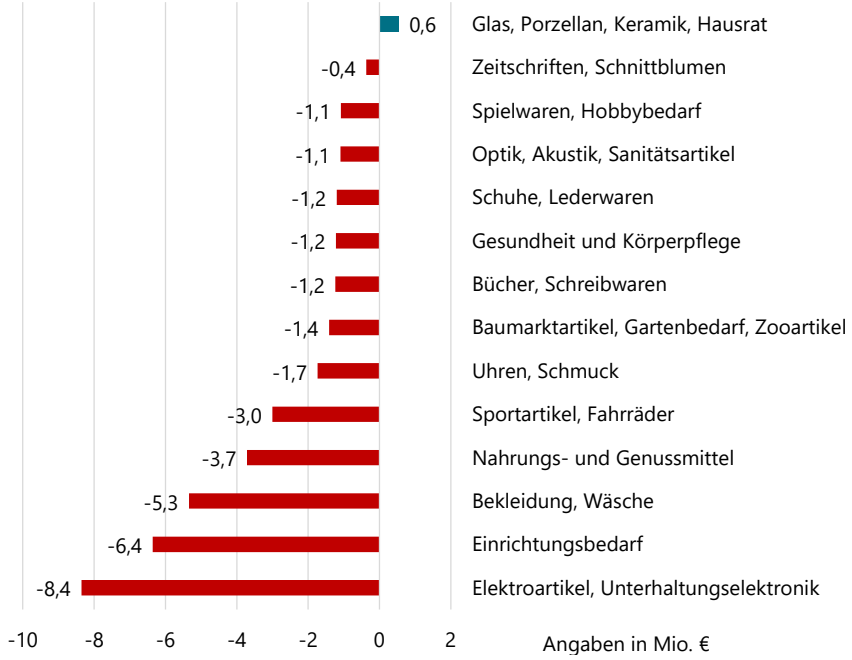
Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 30 % des in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock vorhandenen Nachfragevolumens. Dies bedeutet, dass rund jeder dritte Euro der rechnerischen Nachfrage außerhalb des Gemeindegebietes ausgegeben wird. Die Kaufkraftzuflüsse generieren rd. 9 % des in Schloß Holte-Stukenbrock realisierten Einzelhandelsumsatzes.

Jede Warengruppe verzeichnet zunächst Kaufkraft- und abflüsse. Kaufkraftzuflüsse entstehen etwa durch Kauf von Waren durch Touristen oder von Bewohnern der umliegenden Gemeinden. Kaufkraftabflüsse hingegeben lassen sich zum Teil durch Pendlerverflechtungen oder schlicht durch eine bessere Angebotsausstattung an Standorten außerhalb des Stadtgebietes erklären.

Stellt man Kaufkraft Zu- und Abflüsse je Warengruppe gegenüber so erhält man die saldierten Kaufkraftflüsse, mit dessen Hilfe die gegenwärtige Situation in Schloß Holte-Stukenbrock in den einzelnen Warengruppen noch deutlicher herausgestellt werden kann.

Es zeigt sich, dass saldiert lediglich in der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat ein Kaufkraftzufluss (0,6 Mio. €) generiert werden kann. Alle übrigen Waregruppen weisen ein negatives Kaufkraftsaldo aus. Wirft man einen Blick auf die absoluten Werte stellt man fest, dass die Warengruppe Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik mit -8,4 Mio. € höchsten Kaufkraftabflüssen zu verzeichnen hat. Auch die Warengruppe Einrichtungsbedarf weist mit -6,4 Mio. € einen recht hohen negativen Wert auf. Das genau diese Warengruppen hoch Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen haben wundert nicht, da die zugehörigen Sortimente im großen Umfang im naheliegenden Oberzentrum Bielefeld angeboten werden (z.B. bei Saturn, Ikea) und nur in einem sehr überschaubaren Umfang in Schloß Holte-Stukenbrock (vgl. Abschnitt 5.1)

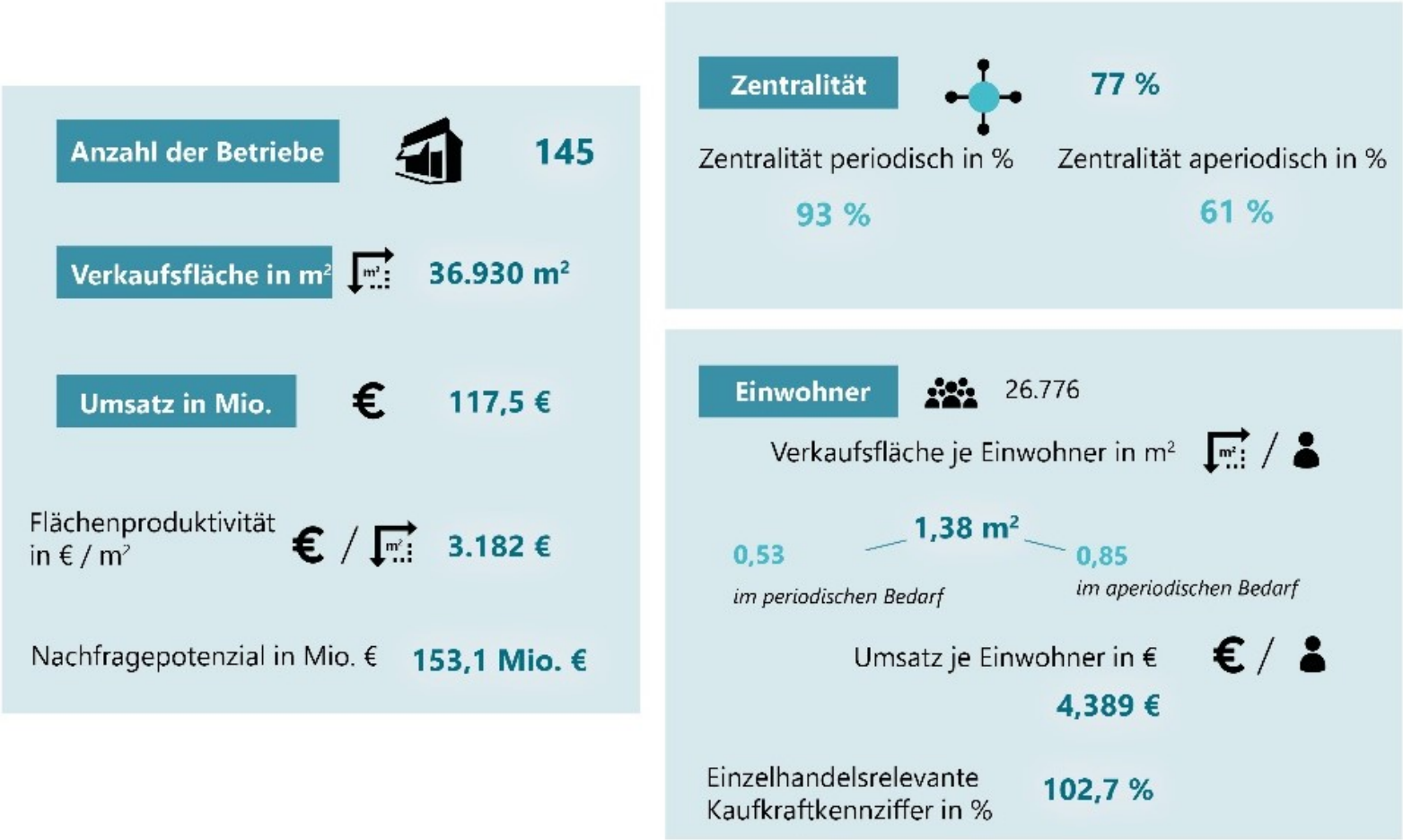
Abb. 19: Kaufkraftsalden der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock



Quelle: cima 2020

Die folgende Abb. 20 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf der Ebene der Stadt Holte-Stukenbrock zusammen:

Abb. 20: Kennzahlübersicht Stadt Holte-Stukenbrock

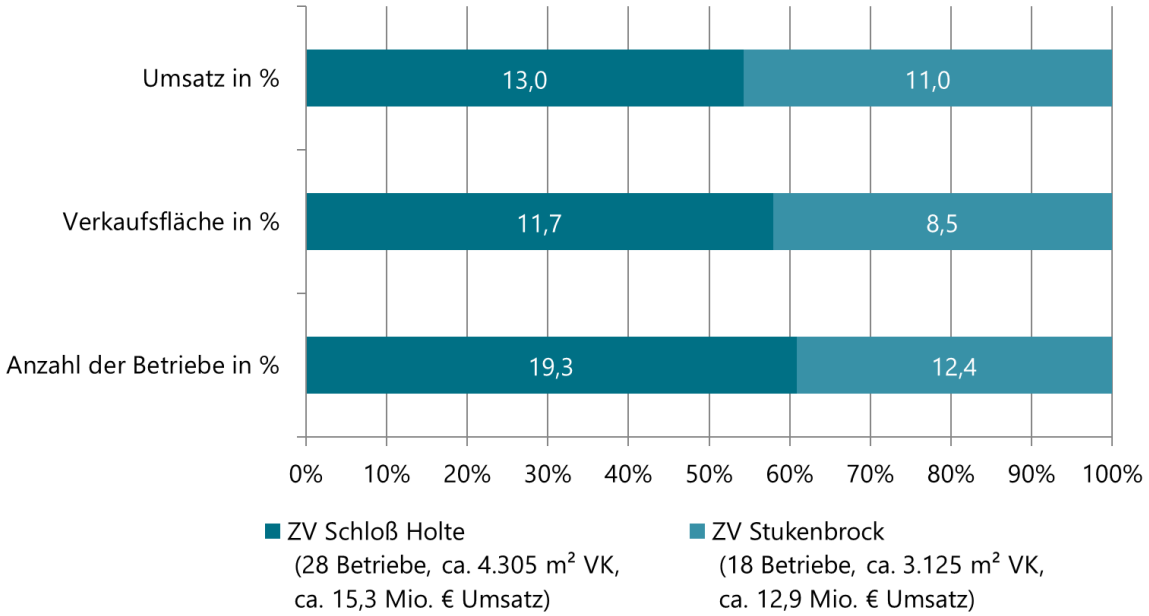


Quellen: cima 2020, Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 2020, MB Research 2019

5.4 Strukturdaten des Einzelhandels auf Ebene der Ortsteile

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock verfügt über eine Siedlungs- sowie Einzelhandelsstruktur, die verstärkt auf das Zentrum und in den Norden des Stadtgebietes konzentriert ist. Einzelhandelsbetriebe haben sich vor allem in den beiden historischen Zentren von Schloß Holte und Stukenbrock sowie im Bereich „Einkaufszentrum am Rathaus" (im Ortsteil Stukenbrock) angesiedelt. Im Ortsteil Schloß Holte bestehen 81 der 145 Einzelhandelsbetriebe. Dies stellt einen Anteil von 55,9 % dar. Trotz der größeren Anzahl an Betrieben ist sowohl der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil im Ortsteil Stukenbrock mit 64,4 % (23.775 qm) bzw. 62,0 % (72,9 Mio. €) höher. Maßgebend für diese Verteilung sind vor allem die großflächigen Geschäfte am Einkaufszentrum am Rathaus, die einen gewichtigen Teil der Verkaufsfläche und des Umsatzes darstellen (vgl. hierzu auch Kapitel 7).

Abb. 21: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in den Ortsteilen von Schloß Holte-Stukenbrock



Quelle: cima 2020

6 Nahversorgungssituation

6.1 Allgemeines zur Nahversorgung

Unter Nahversorgung wird die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs, aber auch ergänzenden Dienstleistungsangeboten (z. B. Banken, Post, Friseur) verstanden. Diese sollte möglichst wohnortnah erfolgen. Da die Versorgung mit Lebensmitteln den wichtigsten Baustein der wohnortnahen Versorgung darstellt, wird in diesem Kapitel der konzeptionelle Schwerpunkt auf die Lebensmittelbranche gelegt.

In den letzten Jahren haben sich bundesweit im Nahversorgungseinzelhandel insbesondere die Lebensmitteldiscounter sehr expansiv entwickelt. Diese Betriebsform dringt in letzter Zeit auch in immer kleinere Kommunen vor und verdrängt vor allem inhabergeführte Nahversorger, die der aggressiven Preispolitik der überregional agierenden Unternehmen in der Regel wenig entgegenzusetzen haben. Nach einer langjährigen Stagnation scheint sich nun auch die Zahl der Supermärkte (Lebensmittelvollsortimenter bis 1.500 qm Verkaufsfläche) wieder positiv zu entwickeln. Obwohl die Gesamtzahl der Lebensmittelmärkte deutlich zurückgegangen ist, ist die Gesamtverkaufsfläche deutlich gestiegen.

Die cima versteht, wie bereits einleitend angedeutet, unter dem Begriff Nahversorgung im engeren Sinn Güter des täglichen Bedarfs - insbesondere Lebensmittel, die in zumutbarer Entfernung (ca. 5 - 10 Minuten) vom Wohnort aus erreichbar sind. Nahversorgungsstandorte müssen einen maßgeblichen fußläufigen Einzugsbereich aufweisen. Das bedeutet, dass innerhalb eines fußläufigen Umkreises so viel Kaufkraft vorhanden sein sollte, dass dadurch der überwiegende Teil des Vorhabenumsatzes abgedeckt werden kann. Der fußläufige Einzugsbereich ist umso größer, je weiter der nächste Nahversorger entfernt liegt – bzw. wird der Einzugsbereich durch benachbarte Nahversorger eingeschränkt.

Von Bedeutung für die Nahversorgung ist diese Tatsache vor allem in qualitativer Hinsicht. Denn Lebensmitteldiscounter bieten deutlich weniger Artikel an als Supermärkte – und das auf ähnlichen Verkaufsflächengrößen. Demnach kann die Qualität der Nahversorgung in einer Kommune erheblich differieren, je nachdem, wie der Anteil der Lebensmittelverkaufsflächen auf Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) verteilt ist. Daher ist es erstrebenswert, ein ausgewogenes Angebot zwischen Lebensmittelvollsortimentern und Lebensmitteldiscountern herzustellen. Dabei ist zur Erhöhung der Wohn- und Lebensqualität und zur Vermeidung von unnötigem (Einkaufs-)Verkehr eine Unterversorgung zu vermeiden.

Grundsätzlich sind:

- Agglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden,
- die Nahversorgungsbetriebe in zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln, außer sie schließen Lücken in der Nahversorgung,
- Erweiterungen an Solitärstandorten kritisch zum Wohle der zentralen Versorgungsbereiche zu prüfen,
- der qualitative Umbau voranzutreiben,
- Neuansiedlungen nur gemäß den obigen Punkten vorzunehmen.

6.2 Nahversorgungssituation in Schloß Holte-Stukenbrock

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Schloß Holte-Stukenbrock getroffen werden:

- Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel von rd. 11.965 qm.

- Für die Branche Nahrungs- und Genussmittel hat die cima eine Handelszentralität von 94,0 % ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 57,9 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 61,6 Mio. € gegenüber.

Neben einer rein quantitativen Bewertung der Nahversorgungssituation, geben insbesondere auch qualitative Aspekte Aufschluss über die Beschaffenheit der Betriebe. Insgesamt wurden in Schloß Holte-Stukenbrock acht Nahversorgungsbetriebe[19] erfasst. Hiervon sind fünf Betriebe als Lebensmitteldiscounter und die übrigen drei Betriebe als Lebensmittelvollsortimenter zu klassifizieren. Wenn man die Verkaufsflächen gegeneinander aufwiegt, ergibt sich für Schloß Holte-Stukenbrock eine sogenannte Discounterquote von 38,8 % (gemessen an der Gesamtverkaufsfläche aller Anbieter). Insgesamt kann die Nahversorgungssituation der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock „zahlenseitig" (Einzelhandelszentralität im periodischen Bedarf von 93,0 %, Verkaufsfläche pro Einwohner im periodischen Bedarf von 0,53 qm) als gut, aber zugleich ausbaufähig angesehen werden. Die Versorgungsfunktion wird grundsätzlich erfüllt. Dennoch gibt es in der Stadt einzelne Bereiche, die, wenn man eine fußläufige Erreichbarkeit als Maßstab heranzieht, etwas weniger gut versorgt sind. Diese Bereiche sowie die konkreten Standorte der größeren Nahversorgungsbetriebe werden folgend erläutert.

Aufbauend auf den Standorten der acht größeren Lebensmittelmärkte ist in Abb. 22 die Nahversorgungsabdeckung der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock dargestellt. Hierbei können jene Bereiche als relativ gut abgedeckt angesehen werden, bei der mit einer maximalen Gehzeit von 10 Minuten der nächste Lebensmittelmarkt erreicht werden kann. In der Karte liegen diese Bereiche innerhalb der petrolfarbenen Abgrenzungen. In den übrigen Stadtbereichen müssen dementsprechend längere Strecken in Kauf genommen werden, weshalb in Zukunft auf diese Bereiche ein besonderes Augenmerk gelegt werden sollte.

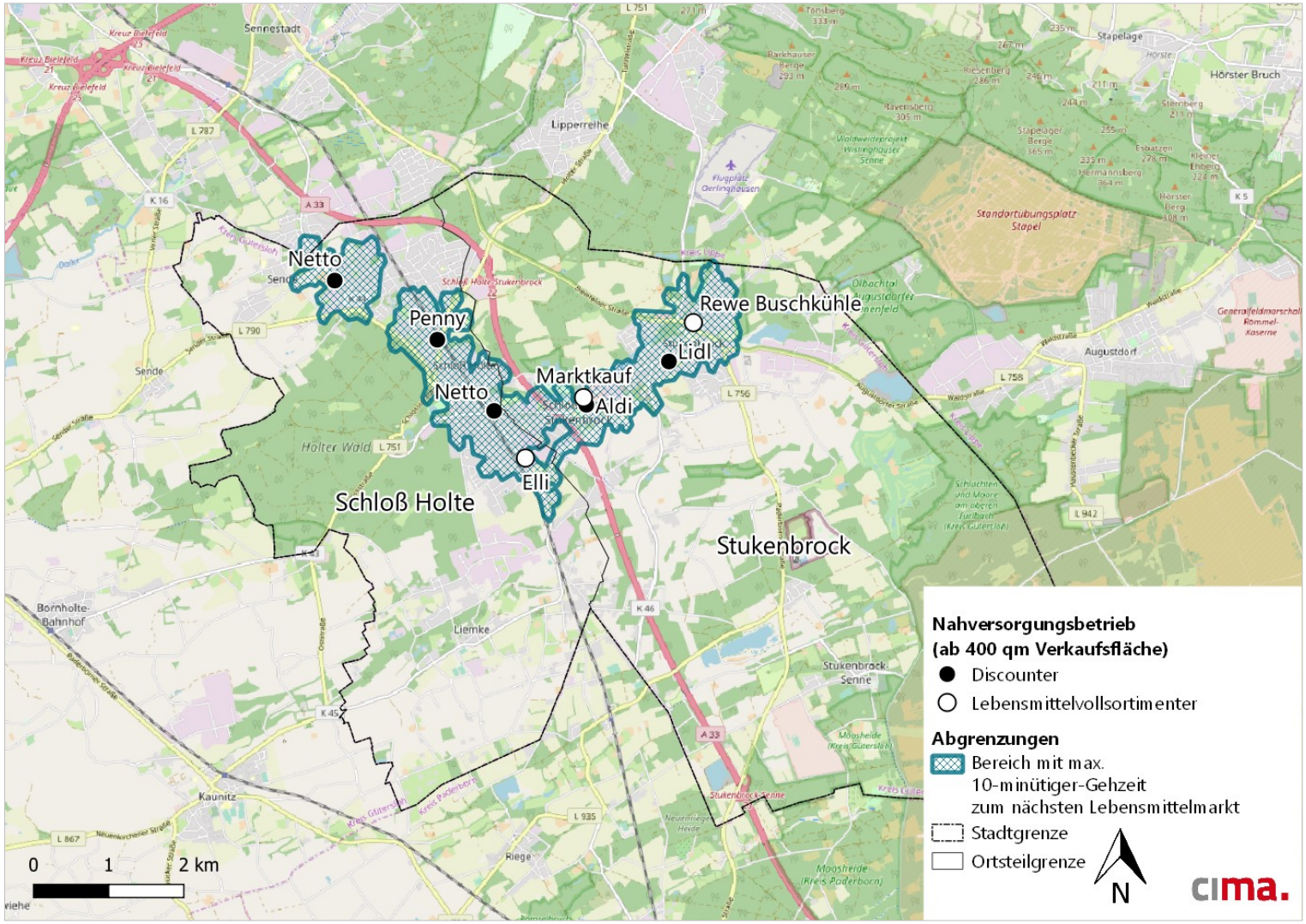
Es wohnen rd. 51 % der Bewohner[20] innerhalb des Bereiches mit max. 10-minütiger Gehzeit zum nächsten Lebensmittelmarkt. Dies ist auf dem Hintergrund des relativ weit gestreckten Stadtgebietes, mit auch ländlich geprägten Gebieten, ein insgesamt guter Wert. Dennoch fällt auf, dass Bewohner der kleineren Ortschaften wie Liemke oder Senne längere Wege zum nächstgrößeren Lebensmittelmarkt auf sich nehmen müssen. Aufgrund der größtenteils geringeren Einwohnerdichte und der damit einhergehenden geringeren Rentabilität eines möglichen Marktes in diesen Ortschaften ist eine Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes jedoch als unwahrscheinlich einzustufen. Hier gilt es vordergründig Alternative Wege der Versorgung zu finden und verstärkt auf Angebot mit kleineren Verkaufsflächen zu setzen.

Dementsprechend sollte sich hinsichtlich einer Verbesserung der Nahversorgungsabdeckung mit größeren Lebensmittelmärkten auf die dicht besiedelten Wohngebiete konzentriert werden. Die Abb. 23 stellt diesen Bereich detaillierter dar. Es werden bei genauerer Betrachtung zwei Besonderheiten deutlich. Erstens besteht nordöstlich des Elli-Marktes eine Lücke, die außerhalb des definierten 10-minütigen-Gehzeit-Bereiches liegt. Dies ist mit der Straßenführung vor Ort zu erklären. Um etwa vom Elli-Markt zur Straße Mergelheide zu kommen, muss der Weg über die 400 m südliche gelegene Ostritzer Straße genommen werden. Dieser verhältnismäßig weite Weg für Fußgänger führt somit zu der Lücke in der Abbildung. Ein kleiner Verbindungsweg würde hier also bereits Abhilfe schaffen, ist aber wohlmöglich aufgrund der gewachsenen Gebäudestruktur nicht ohne weiters möglich. Zweitens und dies ist die wichtigere Besonderheit im nördlichen Teil, im Bereich zwischen dem Penny- und dem Netto-Markt. ist ein relativ großes Wohngebiet außerhalb der 10-Minuten gehzeit-Isochrone. In Abb. 23 wird dieser Bereich rot hervorgehoben. Innerhalb des Bereiches wohnen rd. 3.000 Einwohner und somit 11 % der Gesamtbevölkerung von Schloß Holte-Stukenbrock. Zwar ist der Bereich nicht unterversorgt, aber eben zumindest fußläufig weniger gut angebunden.

[19] Lebensmittelmärkte ab 400 qm Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte oder kleine und Kleinstbetriebe.

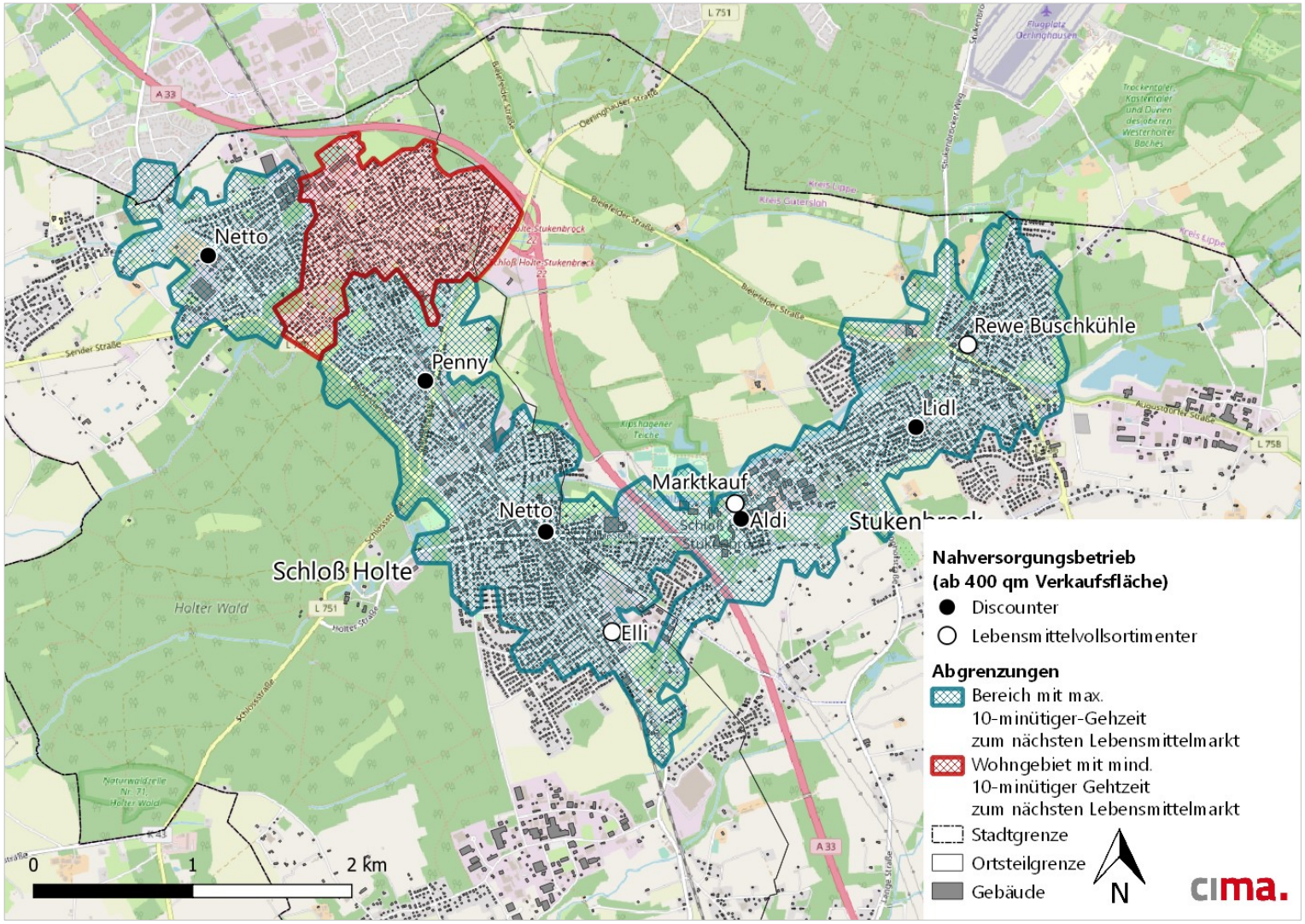
[20] 13.665 von 26.776 EW

Abb. 22: Nahversorgung in Schloß Holte-Stukenbrock - Übersicht



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle.: cima 2020

Abb. 23: Nahversorgung in Schloß Holte-Stukenbrock - Detail



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle.: cima 2020

6.3 Beschreibung der Lebensmittelmärkte

In den folgenden Abschnitten wird detaillierter auf die Situation in den beiden Ortsteilen eingegangen. Hierbei werden zudem die in Abb. 39 bzw. Abb. 23 dargestellten Lebensmittelmärkte[21], die eine Verkaufsfläche >400 qm aufweisen, bezüglich der Kriterien Verkaufsflächensituation und Standort - Immobile, Parkplatzsituation, Erreichbarkeit, ergänzende Nutzungen - in kurzer Form charakterisiert.

6.3.1 Ortsteil Schloß Holte

Insgesamt sind zum Zeitpunkt der Erhebung im Ortsteil Schloß Holte vier größere Lebensmittelmärkte vorzufinden:

- Elli, Kaunitzer Straße 61
- Netto, Holter Straße 240
- Netto, Beckersheide 4
- Penny, Sender Straße 8

Drei dieser vier Märkte (2x Netto, Penny) sind als Lebensmitteldiscounter zu charakterisieren. Dementsprechend stellt der Elli-Markt den einzigen Lebensmittelvollsortimenter im Ortsteil Schloß Holte dar.

Elli, Kaunitzer Straße 61

Abb. 24: Elli, Kaunitzer Straße 61

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 1.730 qm
- Konzessionär: Bäckerei
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen zeitgemäße Verkaufsflächengröße

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt
- Sehr moderne Immobilie
- An Ausfallstraße gelegen, gute Pkw-Erreichbarkeit
- Wohngebiete westlich angrenzend

Sehr modernes Objekt in teilintegrierter Lage mit zeitgemäßer Verkaufsflächengröße

[21] Es erfolgt keine Darstellung von Getränkemärkten.

Netto, Holter Straße 240

Abb. 25: Netto, Holter Straße 240

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- Kleinflächige Immobilie, VKF rund 710 qm
- Konzessionär: Schlüsseldienst

Standortsituation:

- Zentrale Lage im Ortsteil Schloß Holte, weitere Einzelhändler in Umfeld vorhanden
- Ältere Immobilie
- Gute MIV-Erreichbarkeit und Werbesichtanbindung
- Parkplatz direkt vor dem Markt vorhanden

Älteres Objekt in zentraler Lage im Ortsteil Schloß Holte mit relativ kleiner Verkaufsflächengröße

Netto, Beckersheide 4

Abb. 26: Netto, Beckersheide 4

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 740 qm
- Konzessionär: Bäckerei

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt vorhanden
- Zeitgemäße Immobilie
- Solitäre Lage
- Wohnbebauung angrenzend

Objekt in teilintegrierter Lage mit relativ kleiner Verkaufsflächengröße

Penny, Sender Straße 8

Abb. 27: Penny, Sender Straße 8

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 690 qm
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen eher kleine Verkaufsflächengröße
- Konzessionär: Bäckerei

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt vorhanden
- An Ausfallstraße gelegen
- Wohngebiete angrenzend
- Ältere Immobilie
- Einzelne ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im Umfeld vorhanden (z.B. Getränkemarkt)

Objekt in teilintegrierter Lage mit relativ kleiner Verkaufsflächengröße

6.3.2 Ortsteil Stukenbrock

Insgesamt sind zum Zeitpunkt der Erhebung im Ortsteil Stukenbrock vier größere Lebensmittelmärkte vorzufinden:

- Rewe Buschkühle, Ottenheide 2
- Lidl, Lüchtenstraße 61
- Aldi, Holter Straße 137-147
- Marktkauf, Holter Straße 136

Der Lidl und Aldi-Markt sind als Lebensmitteldiscounter zu charakterisieren. Demgegenüber stellen sowohl der Rewe-Markt als auch Marktkauf die Lebensmittelvollsortimenter im Ortsteil Schloß Stukenbrock dar.

Rewe Buschkühle, Ottenheide 2

Abb. 28: Rewe Buschkühle, Ottenheide 2

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 1.400 qm
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen zeitgemäße Verkaufsflächengröße
- Konzessionär: Bäckerei

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt
- Moderne Immobilie
- Im Zentrum des Ortsteils Stukenbrock gelegen
- Zahlreicher Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Umfeld
- Von der Hauptstraße geringe Werbesichtanbindung

Modernes Objekt in zentraler Lage im Ortsteil Stukenbrock mit zeitgemäßer Verkaufsflächengröße

Lidl, Lüchtenstraße 61

Abb. 29: Lidl, Lüchtenstraße 61

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 1.050 qm
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen zeitgemäße Verkaufsflächengröße

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt
- Moderne Immobilie
- Standortgemeinschaft mit weiteren Einzelhändlern (derzeit KiK und Tedi)
- Lage zwischen Fachmarktzentrum und Zentrum von Stukenbrock
- Von Wohnbebauung umgeben

Objekt mit umgebender Wohnbebauung und zeitgemäßer Verkaufsflächengröße

Aldi, Holter Straße 137-147

Abb. 30: Aldi, Holter Straße 137-147

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 1.080 qm
- An heutigen Betreiberansprüchen gemessen zeitgemäße Verkaufsflächengröße

Standortsituation:

- Parkplatz vor dem Markt und weitere in der näheren Umgebung
- Sehr moderne Immobilie
- Zahlreicher Einzelhandelsbesatz in Umfeld (Kopplungskäufe möglich)
- Am Rand des Einkaufszentrums am Rathaus gelegen
- Gute MIV-Erreichbarkeit

Sehr modernes Objekt in Einkaufszentrum am Rathaus mit zeitgemäßer Verkaufsflächengröße

Marktkauf, Holter Straße 136

Abb. 31: Marktkauf, Holter Straße 136

Foto: cima 2020

Verkaufsflächensituation:

- VKF rund 3.590 qm (+1.550 qm im zugehörigen Fachmarkt im separaten Gebäude)
- Mehrere Konzessionäre

Standortsituation:

- Parkplatz direkt vor dem Markt und in der Umgebung
- In die Jahre gekommene Immobilie
- Zahlreicher Einzelhandelsbesatz in Umfeld (Kopplungskäufe möglich)
- Zentral im Einkaufszentrum am Rathaus gelegen
- Gute MIV-Erreichbarkeit

Älteres Objekt mit zugehörigen Fachmarkt im separaten Gebäude im Einkaufszentrum am Rathaus gelegen

6.4 Fazit zur Nahversorgung

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock weist, wie bereits in Abschnitt 5.2 dargestellt, im periodischen Bedarfsbereich eine Einzelhandelszentralität von 93 % und hinsichtlich des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel eine Einzelhandelszentralität von 94 % auf. Die beiden übrigen Warengruppen „Gesundheit und Körperpflege" und „Schnittblumen und Zeitschriften" liegen hinsichtlich der Einzelhandelszentralität zwar etwas unterhalb der gerade genannten Werte, aber immer noch deutlich in einem Bereich, bei dem von einer guten Versorgung und hohen Kaufkraftbindung vor Ort sprechen kann.

Die weitere Betrachtung der Gesamtausstattung zeigt zudem, dass die gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Discounter, Vollsortimenter) im Stadtgebiet mehrfach vorhanden sind und durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ergänzt werden. Die vorhanden Nahversorger liegen in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt und am Sonderstandort „Einkaufszentrum am Rathaus". Zum Teil bestehen jedoch auch (großflächige) Nahversorgungsanbieter in solitären Lagen. Diesbezüglich konnten teilweise räumliche Disparitäten innerhalb der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock aufgezeigt werden. Einige ländlich geprägte Gebiete (etwas die Ortschaften Senne und Liemke) verfügen über kein oder nur ein rudimentäres Angebot. Die Ortschaft Sende verfügt mit dem Penny-Markt demgegenüber noch über ein recht gutes Angebot. Da es sich hierbei um einen Discounter handelt, ist das Angebot jedoch beschränkt und nicht mit dem Angebot zu vergleichen, dass ein Vollsortimenter aufweisen würde.

Die Analyse der fußläufigen Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte hat gezeigt, dass insgesamt eine gute fußläufige Nahversorgungsabdeckung für die verhältnismäßig dicht besiedelten Wohngebiete vorliegt. Rund die Hälfte der Bewohner können einen größeren Lebensmittelmarkt (ab 400 qm Verkaufsfläche) innerhalb von 10 Minuten zu Fuß erreichen.

Empfehlungen zum Erhalt, Sicherung und Stärkung der Nahversorgungstrukturen

- Anhand der relevanten Kennzahlen ist zwar Potential für eine weiteres Angebot im Bereich Nahversorgung in einem gewissen Umfang gegeben (Einzelhandelszentralität <100 %), aber aus Gutachtersicht besteht nicht die unbedingte Notwendigkeit eines weiteren Lebensmittelmarktes in Schloß Holte-Stukenbrock. Neuansiedlungen sollten grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen als zusätzliche Frequenzbringer oder in dem weniger gut angebunden nördlichen Teilbereich (vgl. Abschnitt 6.2) entstehen. Kleinere Konzepte könnten die Nahversorgung in den eher ländlich geprägten Ortschaften sicherstellen. Hinsichtlich der Genehmigungspolitik sollte sich an die Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung gehalten werden (vgl. Kapitel 10). Damit einhergehend sollte sich grundsätzlich an der Ansiedlungsmatrix orientiert werden.
- Aufbauend auf dem vorigen Absatz sollten aus Sicht der cima die vorhandenen Potenziale in erster Linie für die Bestandsoptimierung und die Modernisierung bereits ortsansässiger Einzelhandelsbetriebe genutzt werden. Es gilt also, die Modernisierung der Lebensmittelmärkte zu forcieren. Hierbei inbegriffen ist auch eine grundsätzliche Ermöglichung der Anpassung der Verkaufsflächen auf aktuelle Verkaufsflächengrößen. Der Abschnitt 6.3 zeigte, dass manche Lebensmittelmärkte möglicherweise noch einen Bedarf an Modernisierungsmaßnahmen haben.

7 Bewertung der Entwicklung seit dem Einzelhandelskonzept 2007

Seit Veröffentlichung des bisherigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock im Jahr 2007 kam es hinsichtlich des Einzelhandels zu großen Veränderungen. Wie bereits der Abschnitt 2.2 aufzeigt, trifft dies vor allem auf die Kundenansprüche und zugleich auf das Einkaufsverhalten -Stichwort Online-Handel- zu. Aber nicht nur hinsichtlich der Nachfrage hat sich einiges getan, auch die Angebotssituation in Schloß Holte-Stukenbrock hat sich über die Jahre verändert. In Abb. sind die relevanten Kennziffern des vorliegenden Konzeptes mit denen aus dem Jahre 2007 gegenübergestellt. Hierdurch lassen sich die Veränderungen nachvollziehen. Im Folgenden wird auf die einzelnen Kennziffern detailliert eingegangen und ein Vergleich vorgenommen.

Innerhalb des betrachteten Zeitraumes ist sowohl das Nachfragepotenzial als auch der Einzelhandelsumsatz angestiegen wobei erwähnt werden muss, dass die in Abb. 32 dargestellten Werte, die Werte aus den jeweiligen Konzepten darstellen. Sowohl die Anzahl der Betriebe als auch die Gesamtverkaufsfläche sind um rund 10 % zurückgegangen. Dementsprechend verwunderlich es nicht, dass auch die Verkaufsflächendichte von rd. 1,5 qm je Einwohner auf heutzutage 1,38 qm je Einwohner zurückgegangen ist. Hinsichtlich leerstehender Geschäfte ist die Zahl zwar leicht angestiegen (von 10 auf 14 Geschäfte), ist aber weiterhin auf einem moderaten Niveau. Dennoch sollte man nicht ungeachtet lassen, dass nicht alle Aufgaben von Einzelhandelsgeschäften in der Vergangenheit sich in der Anzahl der Leerstände widerspiegeln. Bei entsprechender Umnutzung, beispielsweise in einen Dienstleistungsbetrieb, fällt dies zunächst nicht weiter auf, obwohl sich die Einzelhandelsstruktur dennoch geändert haben könnte.

Stellt man das Nachfragepotenzial dem ermittelten Umsatz gegenüber erhält man die Einzelhandelszentralität, die für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock gegenwärtig rd. 77 % beträgt. Im Vergleich zum Wert aus dem Jahr 2007 stellt dies einen Rückgang um fünf Prozentpunkte dar. Es muss somit konstatiert werden, dass insgesamt verhältnismäßig weniger Kaufkraft vor Ort gebunden werden kann. Bei bestimmten Warengruppen, z.B. bei die der Warengruppe „Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat“, konnte jedoch auch eine Erhöhung der Einzelhandelszentralität erreicht werden. Somit hängt es nicht auch zuletzt an den spezifischen Gegebenheiten der einzelnen Sortimente und Warengruppen.

Hinsichtlich der Nahversorgungsbetriebe gab es in der Vergangenheit mehrere Betreiberwechsel und Standortverlagerungen. Beispielsweise sind der Lebensmitteldiscounter PLUS oder der Supermarkt Jibi im Zentrum von Schloß Holte nicht mehr vorhanden. Ersetzt wurden die Märkte durch den Lebensmitteldiscounter Netto und einen Action-Markt (vgl. Kapitel 5 und 6). Auch im Zentrum von Stukenbrock konnte ein Betreiberwechsel von Edeka zu Rewe beobachtet werden. Darüber hinaus kam es am Einkaufszentrum am Rathaus zur Verlagerung und gleichzeitigen Modernisierung des Aldi-Marktes. So ist festzuhalten, dass es in den letzten Jahren sehr wohl Veränderungen gab, die Nahversorgung der Bewohner aber durchweg im guten Maß aufrechterhalten wurde.

Abb. 32: Gegenüberstellung relevanter Kennzahlen

	Jahr 2007*	Veränderung	Jahr 2020**
Anzahl der Betriebe (ohne Leerstand)	163	- 10,4 %	146
Verkaufsfläche in m²	41.180 m²	- 10,3 %	36.930 m²
Anzahl der Leerstände	10		14
Einzelhandelsumsatz	107,1 Mio.		117,5 Mio.
Nachfragepotenzial	130,9 Mio.		153,1 Mio.
Verkaufsflächendichte	1,5 m² / EW		1,38 m² / EW
Einzelhandelszentralität	82%		77%

Quellen: *Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock 2007
**cima 2020

8 Zentrenkonzept

8.1 Zum Begriff der zentralen Versorgungsbereiche

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs"[22] ist als „Planungskategorie" erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen" auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.
Was „zentrale Versorgungsbereiche" konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich" in Landesentwicklungsprogrammen und - plänen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.[23]
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.[24]
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines Zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der

[22] Eine Ausführliche Definition des Begriffes Zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang unter Abschnitt **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**.

[23] Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

[24] Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfallstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Gemeinde.

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,

2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,

3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden[25].

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt[26].

8.2 Zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock und sonstige Standortkategorien

Die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebene Einzelhandelsstruktur ist Grundlage für die Ableitung des räumlichen Zentrenkonzeptes für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Unter Berücksichtigung der bisherigen Zentrenstruktur, der derzeitigen Siedlungsstruktur sowie des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes empfiehlt die cima der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock die Beibehaltung der folgenden Zentrenstruktur:

- Zentraler Versorgungsbereich Zentrum Schloß Holte (Hauptzentrum)

[25] Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung."

[26] Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

- Zentraler Versorgungsbereich Zentrum Stukenbrock (Hauptzentrum)

Neben den zentralen Versorgungsbereichen gibt es einen weiteren Einzelhandelsschwerpunkt, der ebenso eine wichtige Versorgungsfunktion in der Stadt übernimmt, jedoch unter keinem besonderen Schutzstatus i.S. eines zentralen Versorgungsbereiches steht. Dies ist das Einkaufszentrum am Rathaus.

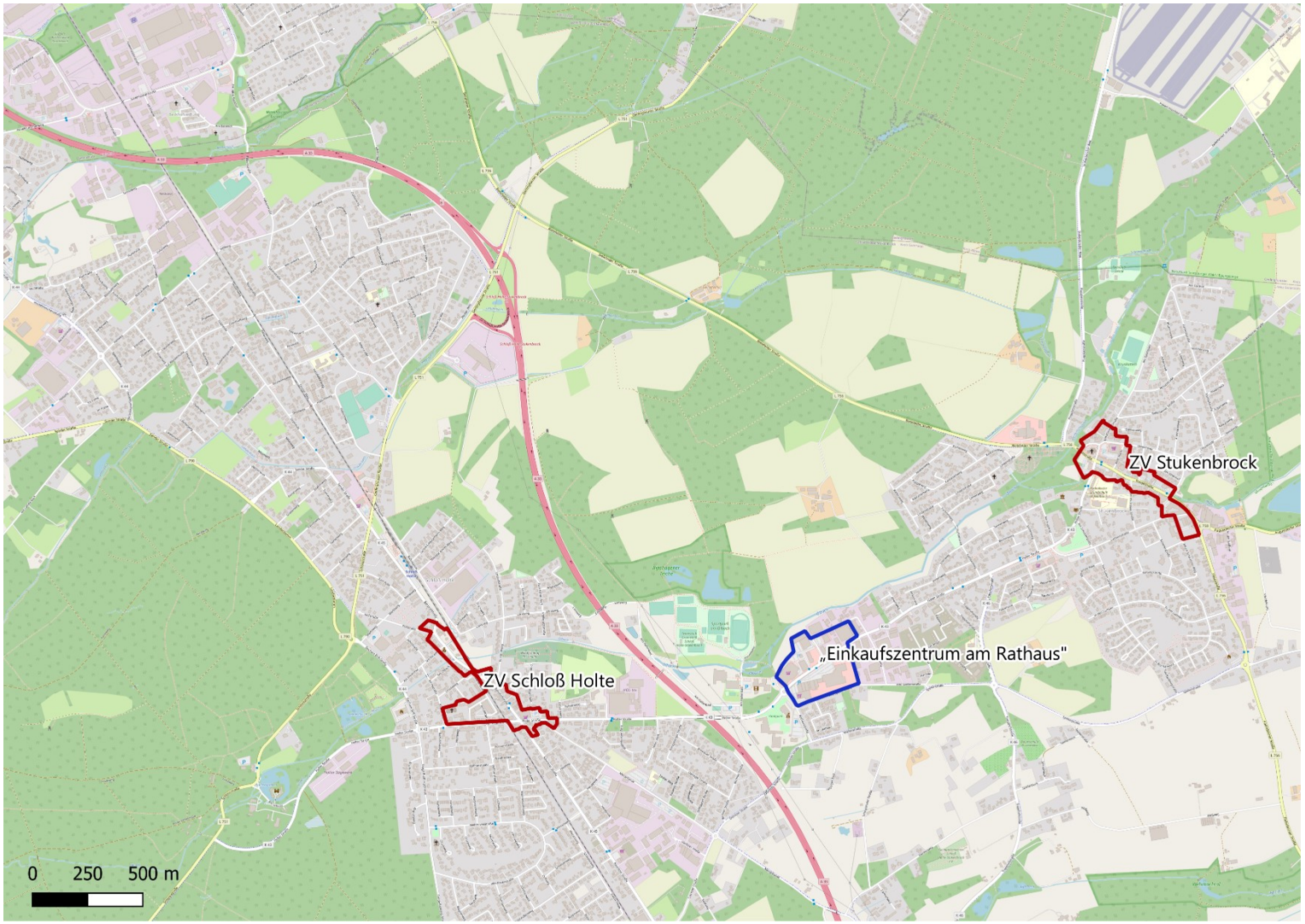
Eine städtebaulich integrierte Lage setzt voraus, dass der Standort neben der Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich städtebaulich in das Umfeld eingebunden sein muss. Standorte in Gewerbegebieten oder isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben erfüllen diese Voraussetzungen grundsätzlich nicht.

Die Unterschiedlichkeit der beschriebenen Lagen wird deutlich, wenn man die oben genannten Kriterien (vgl. Abschnitt 8.1) für die jeweilige Lage überprüft. Für die abgegrenzten Bereiche der Zentren Schloß Holte und Stukenbrock treffen alle angesetzten Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich zu. Besonders sind die ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in diesen Bereichen zahlreich vorhanden. Auch die anderen Kriterien werden in diesen Gebieten vollkommen erfüllt. Für den Bereich des im Weiteren als Fachmarktzentrum ausgewiesenen Einkaufszentrums am Rathaus sind die Kriterien nicht erfüllt. Vor allem aufgrund der nichtvorhandenen städtebaulichen Integration und Struktur kommt diese Lage nicht als zentraler Versorgungsbereich in Frage.

Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht die räumliche Lage der zentralen Versorgungsbereiche sowie des Fachmarktzentrums innerhalb des Stadtgebietes. Aus Abb. (Seite 59) wird deutlich, dass ein Großteil (rd. 32 %; Schloß Holte: 19,3 % und Stukenbrock 12,4 %) der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt zu finden ist. Die zu diesem zentralen Versorgungsbereich gehörende verhältnismäßige geringe Verkaufsflächenanteil (rd. 20 %, Schloß Holte: 11,7 % und Stukenbrock 8,5 %) spiegelt die für eine Innenstadt typischen, eher kleinflächigen Verkaufsflächenzuschnitte der Geschäfte wider. Auch der Umsatzanteil befindet sich mit 13 % in Schloß Holte und 11 % in Stukenbrock auf einem niedrigen Niveau. Im Vergleich zu den zentralen Versorgungsbereichen offenbart sich hinsichtlich des Betriebs-, Verkaufsflächen- und Umsatzanteils die herausgehobene Bedeutung des Einkaufszentrums am Rathaus innerhalb der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Obwohl hier nur rd. 14 % der Betriebe ansässig sind, ist sowohl der Verkaufsflächenanteil (rd. 45 %) als auch der Umsatzanteil (rd. 39 %) vergleichsweise hoch und übersteigt im Einzel- als auch im Summenvergleich die zentralen Versorgungsbereiche.

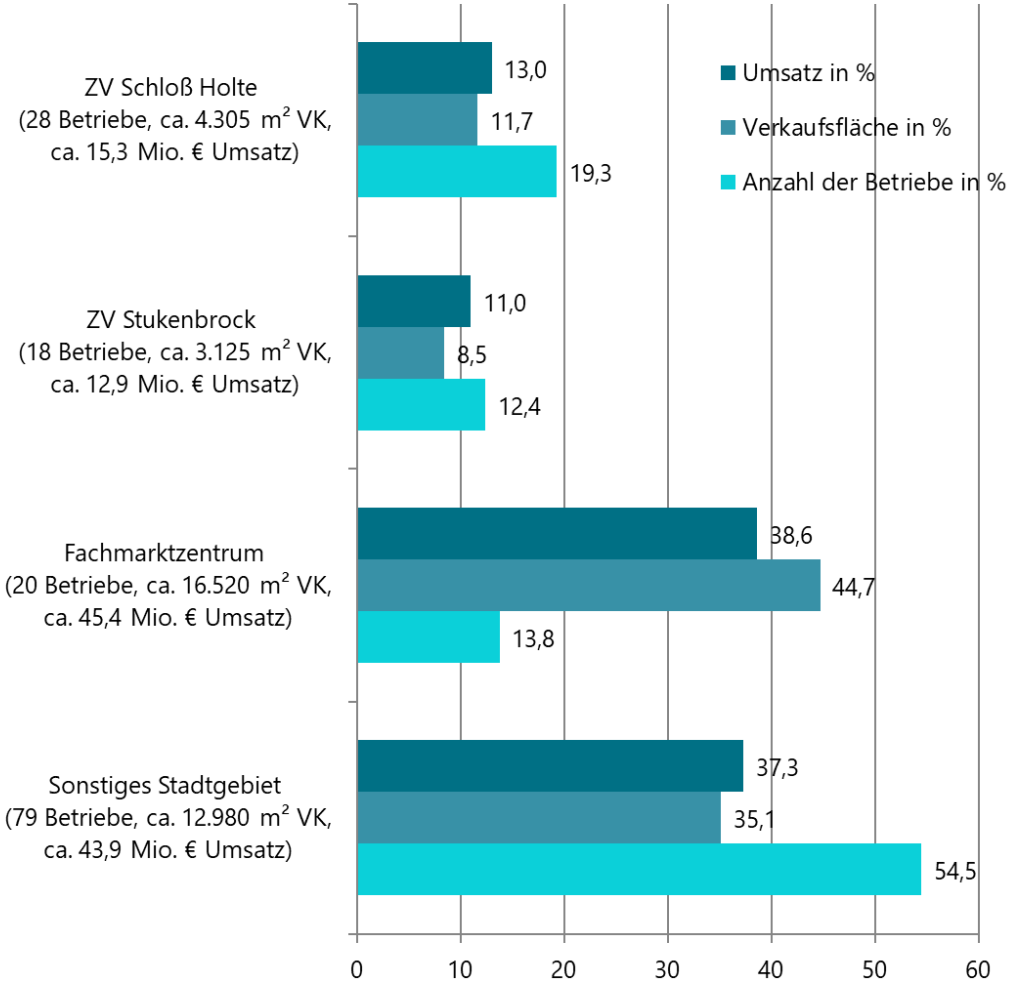
Im Vergleich zur bisherigen Zentrenstruktur aus dem Jahr 2007 konnten keine grundsätzlichen Veränderungen ausgemacht werden, d.h. dass weder ein zentraler Versorgungsbereich wegfällt noch ein zusätzlicher Versorgungsbereich seitens der cima empfohlen werden kann. Dennoch sind im Detail einige kleinere und im Fall des zentralen Versorgungsbereiches Stukenbrock auch größere Änderungen vorgenommen worden. Die Anpassungen werden im Zuge der Darstellung der einzelnen Bereiche genauer dargelegt und begründet (vgl. Abschnitt 8.2.1 bis Abschnitt 8.2.4).

Abb. 33: Lage der zentralen Versorgungsbereiche und des Fachmarktzentrums „Einkaufszentrum am Rathaus“ in Schloß Holte-Stukenbrock



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle: cima 2021

Abb. 34: Anteil der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock



Quelle: cima 2020

8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Schloß Holte (Hauptzentrum)

Aus Sicht der cima liegt eine ausreichende städtebauliche Grundlage zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches Zentrum Schloß Holte als eines der Hauptzentren der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock vor.

Mittels der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in qm, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt[27]. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.

Der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) Schoß Holte übernimmt die Funktion eines der Hauptzentren der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Rund 19 % der Einzelhandelsbetriebe der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock befinden sich innerhalb des abgegrenzten Bereiches; der Verkaufsflächenanteil beträgt rd. 12 %. Ergänzend finden sich in dem definierten Bereich Dienstleistungseinrichtungen (Ärzte, Pflegedienst, Banken, Gastronomie etc.). Ferner ist Wohnnutzung im ZVB angesiedelt.

Der für den Einzelhandel relevante Bereich des zentralen Versorgungsbereiches setzt sich aus dem Bereich entlang der Bahnhofstraße Straße, der innerörtlichen Kreuzung von Bahnhofstraße und Holter Straße sowie dem Bereich um den Holter Marktplatz zusammen[28]. Räumlich-funktionaler Angebotsschwerpunkt ist hierbei das Stadtteilzentrum um den Holter Kirchplatz. Alle innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Grundstücke bzw. Flurstücke sind in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Die Bahngleise, welche die Bahnhofsstraße kreuzen fungieren im ZVB als städtebauliche Barriere. Das Gebiet ist durch kleinteilige Bebauungsstrukturen mit einer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen geprägt.

Die flächenmäßig größten Anbieter im zentralen Schloß Holte sind Netto und der Action Markt, welcher sich im Gebäude des ehemaligen Jibi angesiedelt hat. Ansonsten ist der überwiegende Teil dieses zentralen Versorgungsbereiches von recht kleinflächigen Geschäften geprägt, die für eine Innenstadt typische Sortimente führen.

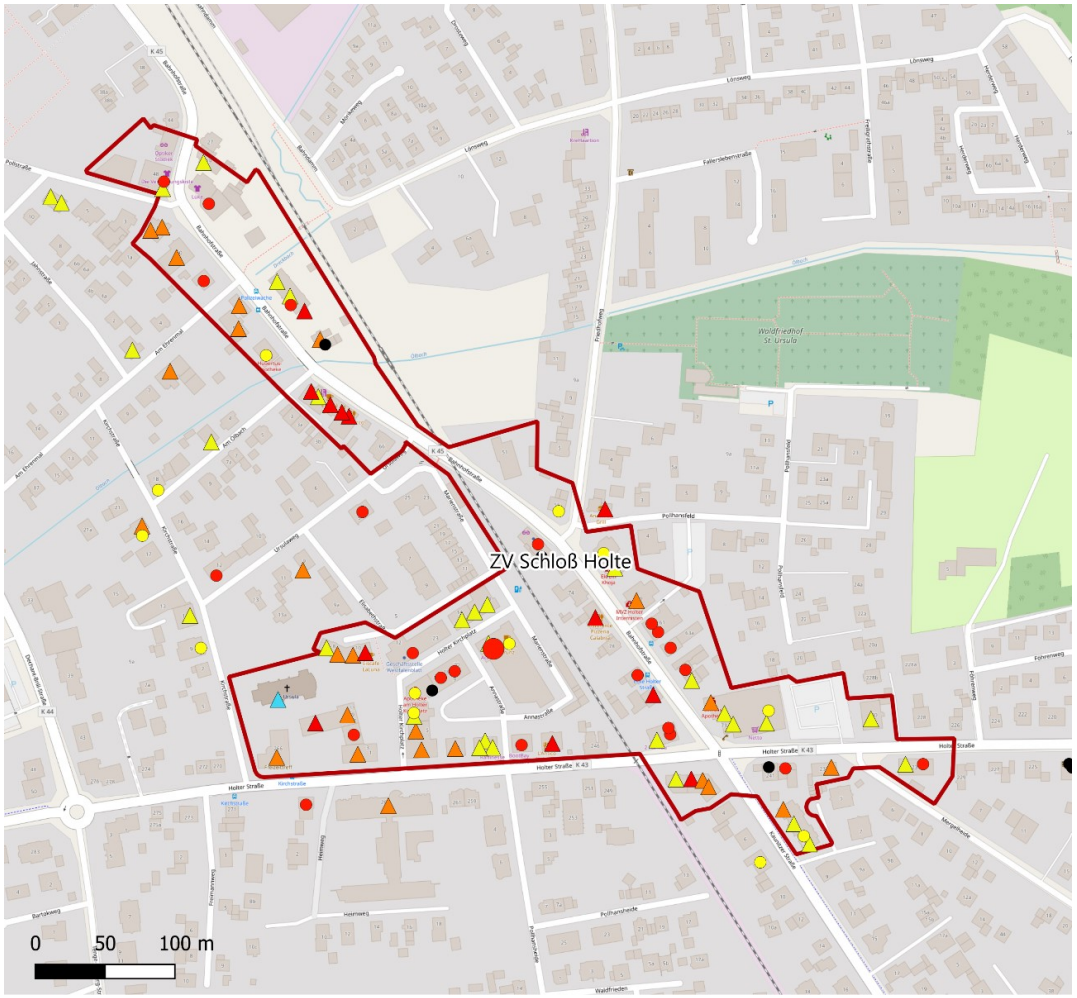
Der nördliche Teil des ZVB, entlang der Bahnhofstraße ist stärker durch Dienstleistungsanbieter geprägt, Einzelhändler sind hier nur vereinzelnd zu finden. Eine höhere Dichte von Einzelhandel findet sich im südlichen Bereich der Bahnhofstraße und um den Holter Kirchplatz. Das Angebot im gesamten zentralen Versorgungsbereich wird durch diverse Dienstleistungsbetriebe (u.a. Banken, Gastronomie, etc.) gut ergänzt. Zudem findet am Holter Kirchplatz einmal wöchentlich ein Wochenmarkt statt.

Im Vergleich zur Abgrenzung des ZVBs Schloß Holte aus dem Jahr 2007 sind aus Sicht der cima keine Anpassungen vorzunehmen, da sich hinsichtlich der Gesamtstruktur keine gravierenden Veränderungen ergeben haben.

[27] Sowohl die dargestellten Kennziffern des zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum Januar 2020.

[28] Aufgrund des Besatzes sind die genannten Straßen als Haupteinkaufslage für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock anzusehen. Eine darüberhinausgehende konkrete Klassifikation wäre nur anhand einer Passantenfrequenzmessung möglich.

Abb. 35: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Schloß Holte



Abgrenzung
- Zentraler Versorgungsbereich

Einzelhandel
- aperiodisch
- periodisch
- großflächig
- kleinflächig
- Leerstand

Dienstleistungen
- Kundenorientierte Dienstleister
- Verwaltung, Bildung, Gesundhe
- Gastronomie Beherbergung
- Kultur und Freizeit
- Kirchen etc.

Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle: cima 2021

Einzelhandelsstrukturdaten im zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte

Im Rahmen der Bestandserhebung Anfang 2020 wurden im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte 28 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 4.305 qm erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von rd. 15,3 Mio. €. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2007 ist ein leichter Anstieg der Verkaufsfläche bei weniger Betrieben (2006: 38 Anbieter, 4.180 m² VK; 2020: 27 Anbieter, 5.305 m² VK) zu verzeichnen. Die Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte belaufen sich auf insgesamt drei Geschäfte.

Abb. 36: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	8	1.200	6,2
davon Lebensmittel	3	815	4,3
aperiodischer Bedarf (gesamt)	20	3.105	9,1
davon zentrenrelevant	16	2.240	7,5
gesamt	28	4.305	15,3

Quelle: cima 2019

Mit acht Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 1.200 qm und einem Umsatz von 6,2 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich; es handelt sich in erster Linie um den Lebensmittelmarkt Netto sowie Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckerei etc.). Ferner wird die im zentralen Versorgungsbereich vorhandene Parfümerie sowie die Apotheken den Angeboten des täglichen Bedarfs zugeordnet.

Die zentrenrelevanten Warengruppen sind mit insgesamt 16 Betrieben im zentralen Versorgungsbereich Schloß Holte vertreten, Mit Ausnahme des Action-Marktes am Holter Kirchplatz handelt es sich ausschließlich um kleinere Fachhandelsgeschäfte (z. B. Bettenhaus Lüke, Buchhandlung Strathmann, SSC Sport 2000).

Der vorwiegend kleinteilig strukturierte zentrale Versorgungsbereich Schloß Holte nimmt eine wichtige Versorgungsfunktion bezüglich spezialisierter Fachgeschäfte ein und sollte in dieser Form gestärkt werden. Ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen stellen ebenfalls ein wichtiges Standbein des Versorgungsbereichs dar, das es zu bewahren gilt.

8.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Stukenbrock (Hauptzentrum)

ZV Stukenbrock

Der Umfang der vorgefundenen Strukturen im abgegrenzten Bereich des Stadtteils Stukenbrock erfüllt ebenfalls vollumfänglich die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich. So ist innerhalb des definierten Bereichs ein Anteil von 12,4 % des Einzelhandelsbesatzes vorhanden (rd. 8,5 % Verkaufsflächenanteils der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock). Die Einzelhandelsfunktion wird ergänzt durch einige komplementäre Nutzungen (Gastronomie und Dienstleistungen). Zudem findet zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt statt.

Der zentrale Versorgungsbereich orientiert sich maßgeblich entlang dem Einzelhandelsbesatz an der Hauptstraße sowie um den historischen Ortsmittelpunkt an der Kirche. Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2007 kam es hierbei zu geringfügigen Anpassungen: Diese beziehen sich vor allem auf die Konkretisierung der Abgrenzung in Form einer parzellenscharfen Abgrenzung. Dies hat den Vorteil, dass in Zukunft eindeutige Aussagen dazu getroffen werden können, ob ein Grundstück innerhalb oder außerhalb des abgegrenzten Bereiches liegt. Neben der parzellenscharfen Abgrenzung, wodurch sich an manchen Stellen kleinere „Ausbuchtungen" ergeben, sind vor allem die folgenden zwei Veränderungen zu nennen:

- Anpassung im westlichen Bereich: der ehemalige Ergänzungsbereich um die Grundschule entfällt.
- Dafür wird der östliche Ergänzungsbereich bis zum Kreisverkehr in den ZVB einbezogen, um die momentan leerstehende mögliche Potentialflächen für künftige Entwicklungen miteinzubeziehen.

Im Vergleich zum ZVB Schloß Holte verfügt der zentrale Versorgungsbereich Stukenbrock über weniger Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Durch die Betriebe Le Clou und Heilige Copenhagen ist der ZVB Stukenbrock jedoch stärker durch Bekleidung geprägt. Dennoch lassen sich auch die übrigen Angebote zum größten Teil den zentrenrelevanten Sortimenten zuordnen. Beispielsweise ist das Angebot der Branche Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat u.a. durch den Anbieter Antpöhler, das Angebot der Branche Möbel durch Möbel Stoller sowie der Branche Nahrungs- und Genussmittel v.a. durch den großflächigen Lebensmittelmarkt REWE, welcher als Magnetbetrieb im ZVB fungiert, recht stark in Stukenbrock vertreten.

Die räumliche Abgrenzung und Ausweisung dieses Standortbereiches als Hauptzentrum sollen dessen funktionale Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des Stadtteils betonen und gleichzeitig den planerischen Willen zum Ausdruck bringen, diese Strukturen künftig weiter zu schützen und gezielt zu stärken.

Einzelhandelsstrukturdaten im zentralen Versorgungsbereich Stukenbrock

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Stukenbrock 18 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.125 qm erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von rd. 12,9 Mio. €. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2007 ist ein leichter Anstieg der Verkaufsfläche bei etwas weniger Betrieben (2006: 23 Anbieter, 3.030 m³ VK; 2020:19 Betriebe; 3.125 m² VK) zu verzeichnen. Es gibt im neu abgegrenzten ZVB Stukenbrock derzeit insgesamt zwei Leerstände.

Abb. 37: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Stukenbrock

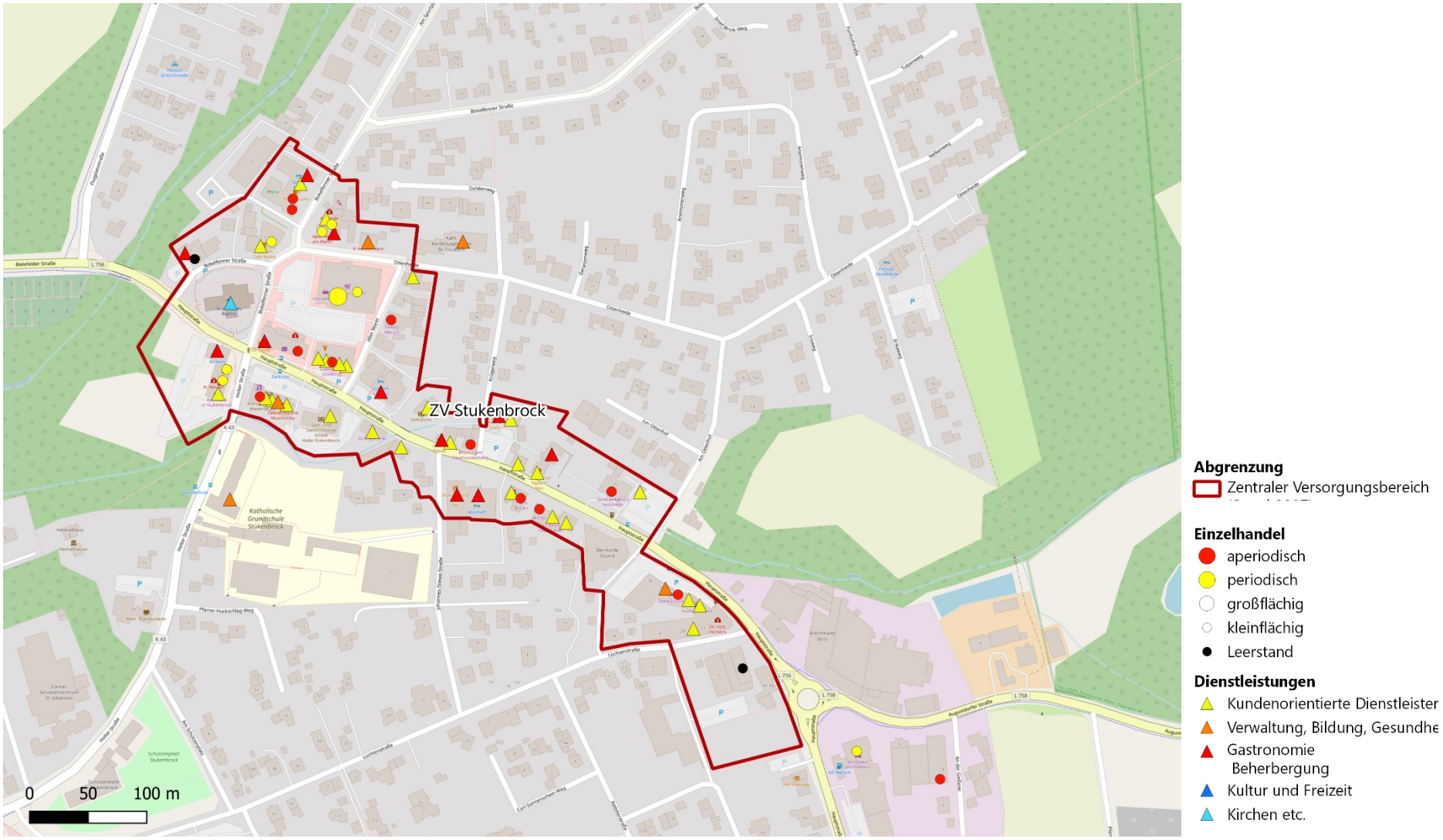
	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	7	1.590	8,6
davon Lebensmittel	4	1.405	7,5
aperiodischer Bedarf (gesamt)	11	1.535	4,3
davon zentrenrelevant	9	900	2,9
gesamt	18	3.125	12,9

Quelle: cima 2019

In Stukenbrock entfällt mit sieben Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 1.590 qm und einem Umsatz von 8,6 Mio. € ein relativ hoher Anteil des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs. Einzelne Fachgeschäfte des aperiodischen Bedarfs ergänzen das Angebot. Einen Schwerpunkt im Bereich Wohnausstattung (inkl. Wohnaccessoires, Haushaltswaren) bilden dabei die Betriebe Möbel Staller, Brechmann Raumausstattung und Antpöhler entlang der Hauptstraße.

Als vorwiegend kleinteilig strukturierter Einzelhandelsstandort besitzt der zentrale Versorgungsbereich Stukenbrock eine wichtige Bedeutung für den spezialisierten Einzelhandel. Der Standort sollte in seiner Funktion als multifunktionales, kleinteiliges Zentrum gestärkt werden.

Abb. 38: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Stukenbrock



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

Quelle: cima 2021

8.2.3 Einkaufszentrum am Rathaus

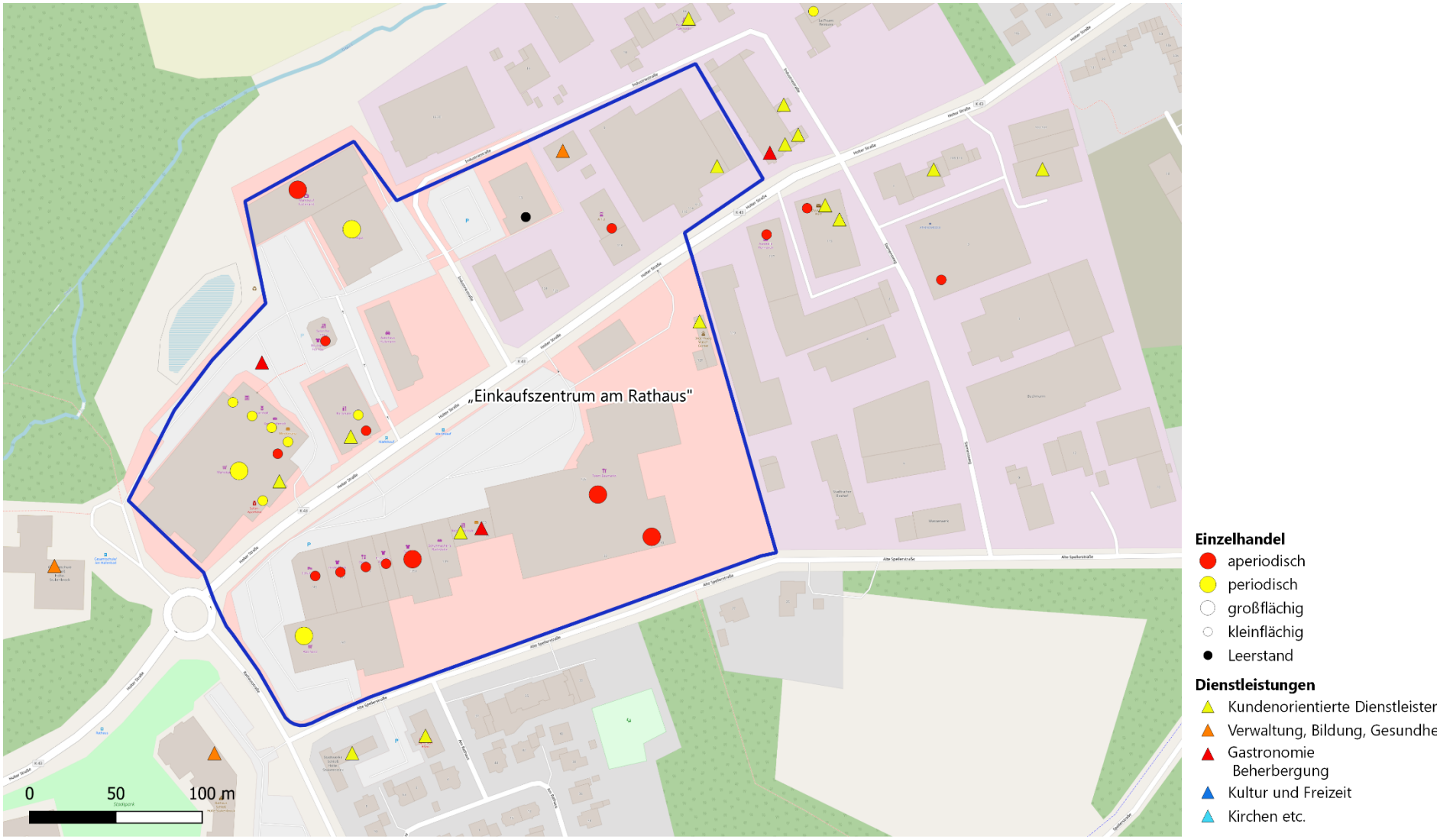
Das Einkaufszentrum am Rathaus liegt im Zentrum des Stadtgebietes zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen Schloß Holte und Stukenbrock.

Auf Grundlage von damaligen Rechtsvoraussetzungen stand früher einer städtebaulich nicht-integrierten Entwicklung vergleichsweise wenig entgegen. Der heutige Rechtsrahmen hingegen versucht die Entwicklung durch bestimmte Ge- und Verbote verstärkt zu steuern. Dementsprechend wären bestimmte, vergangene Einzelhandelsentwicklungen heutzutage am Standort nicht mehr unbedingt genehmigungsfähig. Zugleich erklärt sich hierdurch die für ein Fachmarktzentrum eher ungewöhnliche Besatzstruktur, bei denen die bereits bestehenden Betriebe Bestandsrecht genießen.

Durch die Lage des Fachmarktzentrums Einkaufszentrum am Rathaus an der die beiden Stadtteile Schloß Holte und Stukenbrock verbindenden Holter Straße besteht eine sehr gute Anbindung für den motorisierten Individualverkehr, auf welchen dieser mit großzügigen Stellflächen für PKW auch primär ausgelegt ist. Das Fachmarktzentrum besteht aus einer Agglomeration von großflächigen Fachmärkten und kann als ein klassischer „Kofferraumstandort" beschrieben werden. An das Einkaufszentrum am Rathaus gliedern sich das städtische Rathaus und mehrere Bildungseinrichtungen an. Das Einkaufszentrum am Rathaus ist daher auch gut mit dem ÖPNV erreichbar.

Die Geschäfte beim Einkaufszentrum am Rathaus weisen zumeist relativ große Verkaufsflächen (>400 qm) auf und stellen daher primär eine Ergänzung zu den überwiegend kleinteiligen Geschäften in den zentralen Versorgungsbereichen dar. Wenngleich einige wenige Dienstleistungsangebote vorhanden sind, kommt der Standort aufgrund der nichtvorhandenen städtebaulichen Integration nicht für eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich in Frage. Zudem liegen gegenwärtig keine städtebaulichen Planungen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock vor, durch die in Zukunft ein zentraler Versorgungsbereich entstehen könnte. Hierbei muss auch beachtet werden, dass weitere (städtebauliche) Entwicklungen hin zu einer städtebaulichen Einheit, aufgrund des bereits starken Einzelhandelsbesatzes und der damit einhergehenden fehlenden Änderungsmöglichkeit, als unrealistisch anzusehen sind.

Abb. 39: Abgrenzung des Einkaufszentrums am Rathaus



Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende
Quelle: cima 2021

Einzelhandelsstrukturdaten am Einkaufszentrum am Rathaus

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden im abgegrenzten Einkaufszentrum am Rathaus 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 16.520 qm erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von rd. 45,4 Mio. €. Zur Zeit der Erhebung war ein Leerstand beim Einkaufszentrum am Rathaus zu finden.

Im Vergleich zur Einzelhandelssituation im Jahre 2007 hat es moderate Anpassungen gegeben. So wurden die Abgrenzungen so angepasst, dass die entlang der Flurstücksgrenzen verlaufen. Außerdem wurde im Nordosten der Bereich um eine Potenzialfläche erweitert.

Am Fachmarktzentrum am Rathaus haben seit 2007 außerdem folgende Veränderungen stattgefunden: In dem ehemaligen Aldi-Gebäude hat sich eine Rossmann-Filiale angesiedelt, während der Aldi in ein neues Gebäude am Kreisverkehr gegenüber dem Rathaus gezogen ist.

Trotz des geringen Verlustes von Betrieben, ist die Gesamtverkaufsfläche leicht gestiegen.

Abb. 40: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz am Einkaufszentrum am Rathaus

	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf (gesamt)	9	5.550	26,8
davon Lebensmittel	6	4.485	20,0
aperiodischer Bedarf (gesamt)	11	10.970	18,7
davon zentrenrelevant	8	4.530	9,3
gesamt	20	16.520	45,4

Quelle: cima 2020

Mit 9 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 5.500 qm und einem Umsatz von 26,8 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels am Fachmarktzentrum; es handelt sich in erster Linie um das den MARKTKAUF und den Lebensmitteldiscounter ALDI.

Hinsichtlich des aperiodischen Bedarfes ist der gemessen an der Verkaufsfläche größter Anbieter der Baumarkt Toom.

Zentrenrelevanten Warengruppen sind mit insgesamt 8 Betrieben am Fachmarktzentrum vertreten, was für einen solchen Standort, der nicht zu den zentralen Versorgungsbereichen zu zählen ist, eine erheblich hohe Anzahl darstellt.

Der Standort sollte in seiner Bedeutung als Fachmarktzentrum erhalten und ggf. gestärkt werden. Dies schließt jedoch mit ein, dass das Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten und somit zugleich auch an nahversorgungsrelevanten Sortimenten am Standort zukünftig nicht weiter ausgebaut oder zumindest größtenteils beschränkt wird.

Das Einkaufszentrum am Rathaus nimmt eine wichtige Versorgungsfunktion im Einzelhandelsgefüge der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock wahr. Insbesondere gilt dies für die zum Teil großflächigen Fachmärkte. Die erforderliche Nutzungsvielfalt eines zentralen Versorgungsbereichs sowie die städtebaulichen Kriterien sind allerdings für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches nicht gegeben und planerisch nicht vorgesehen. Dies auch mit Blick auf mögliche schädliche Auswirkungen auf die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet.

9 Ableitung der Sortimentsliste Schloß Holte-Stukenbrock

9.1 Vorbemerkung

Für die Herleitung einer Sortimentsliste für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock sind die aktuellen landesplanerischen Vorgaben (u. a. Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen) zu berücksichtigen. Grundsätzlich gilt, dass ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LEP NRW oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z. B. sogenannte „Kölner Liste") im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht ausreicht und rechtsfehlerhaft ist.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt" bleiben dürfen und baurechtliche Festsetzungen sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.[29]

Die nachfolgend ausgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs- , zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Sie ist aus den aktuellen, örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock dient dem Schutz und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Die damit verbundene Einzelhandelssteuerung soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

9.2 Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Fortschreibung der Sortimentsliste für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Stadt geprägt sein.

Für die Zentrenrelevanz sind folgende Faktoren mitentscheidend:

Rechtliche Rahmenbedingungen
Der Verordnungsgeber hat im aktuellen Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen eine Sortimentsliste formuliert, welche einen verbindlichen Kern zentrenrelevanter Sortimente darstellt.[30] Diese Sortimente wurden im Rahmen der Aktualisierung des Landesentwicklungsplans auf Grundlage einer landesweiten Analyse der Verteilung der Sortimente nach Lagen innerhalb und außerhalb der nordrhein-westfälischen Innenstädte ermittelt und festgelegt.

Aktueller Bestand
Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes im Stadtgebiet dient als ein wichtiger ortsbezogener Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) dient dabei als eine Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz. Es ist aber zu

[29] OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

[30] Anlage 1 des LEP NRW

beachten, dass die Zuordnung der Sortimente darüber hinaus auch die weiteren genannten Faktoren berücksichtigt. Selbstverständlich können solche Warengruppen, die derzeit nicht in den Schloß Holte-Stukenbrocker Zentren vorhanden sind bzw. dort nicht den Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant klassifiziert werden, sofern sie maßgeblich zur Attraktivität z. B. eines innerstädtischen Einzelhandelsstandortes beitragen.

Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen

Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in der Innenstadt angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Als Beispiele sind hierbei öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Bürgerbüro etc.) oder auch konsumnahe Dienstleistungsbetriebe (u. a. Banken, Frisöre, Reisebüros, Gastronomiebetriebe) zu verstehen.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix der zentralen Versorgungsbereiche in Schloß Holte-Stukenbrock attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der entsprechenden Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls den Zentren vorbehalten sein, um für den Kunden einen attraktiven, vollständigen Branchenmix zu gewährleisten.

Beratungsintensität

Die Angebotsformen der Innenstadt und der Stadtteilzentren umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkauferlebnis bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.

Frequenzbringer

Abhängig von Stadtgröße und Zentrentyp fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In Hauptzentren sind vornehmlich die etablierten Nahversorgungsbetriebe sowie größere Filialunternehmen Frequenzbringer. In Stadtteilzentren haben vor allem Nahversorgungsbetriebe und weiterführende, kleinteilige Angebote eine frequenzbringende Wirkung. Die Frequenz in Nahversorgungszentren wird vor allem durch Anbieter von Gütern des täglichen Bedarfes erzeugt.

Einfacher Warentransport und geringer Flächenanspruch

Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt erfüllt werden können (z. B. Baumärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente". Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

Planungswille der Stadt

Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt kann dabei Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben. Der Kommune sind hierfür im Rahmen der Selbstverwaltung weitreichende Kompetenzen zugesagt. Die Planungshoheit wird insoweit bestärkt. Die Herleitung und Begründung einer ortsspezifischen Sortimentsliste muss allerdings mit Bezug auf die aufgeführten Abwägungsmerkmale erfolgen. Folglich können auch Sortimente zentrenrelevant sein, die bisher nur geringe Verkaufsflächenanteile in den Zentren aufweisen.

9.3 Zur Ableitung der Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock verfügt bereits über eine eigene Sortimentsliste aus dem Jahr 2007, die aufgrund der sich veränderten Gegebenheiten im Einzelhandel sowie der aktualisierten Vorgaben auf landesplanerischer Ebene nun fortgeschrieben wird. Im Unterschied zur Sortimentsliste des LEP NRW werden in der nachfolgenden Sortimentsliste auch die nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgeführt. Die Liste der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente ist abschließend, während die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente lediglich darstellenden

Charakters und nicht abschließend sein kann. Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden.

Definition der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfes kann eine Ansiedlung ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

Im Hinblick auf die bestehenden Strukturen im Schloß Holte-Stukenbrocker Einzelhandel sowie die allgemeinen Einkaufsgewohnheiten der Bevölkerung sind folgende Sortimente als nahversorgungs- und gleichzeitig zentrenrelevant einzustufen:

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren, Fleischwaren, Getränke, Reformwaren, Tabakwaren)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (inkl. Drogerie- und Parfümeriewaren, Wasch- / Putz- und Reinigungsmittel)
- Schnittblumen
- Zeitungen, Zeitschriften

Der Einordnung der genannten Sortimente liegen folgende Aspekte zugrunde:

- Die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel werden in der Anlage 1 des aktuellen LEP als nahversorgungs- und zentrenrelevant definiert.
- Alle Sortimente stellen Waren des täglichen Bedarfes dar. Die über das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel hinausgehenden Sortimente werden dabei häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden.
- Die aufgeführten Sortimente tragen als Waren des täglichen Bedarfes maßgeblich zur Versorgungsfunktion der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung bei.

Definition der zentrenrelevanten Sortimente

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Synergieeffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in Innenstädten oder in anderen zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

Die nachfolgenden Sortimente werden vom Gesetzgeber als zentrenrelevant eingestuft und gelten daher als Grundlage für die zentrenrelevanten Sortimente der Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste:

- Bekleidung / Wäsche
- Schuhe / Lederwaren (Koffer, Taschen)
- Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren
- Bücher
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- medizinische, orthopädische Artikel (inkl. Sanitätswaren), pharmazeutische Artikel
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Uhren, Schmuck

- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto
- Elektrokleingeräte (Haushaltsgeräte wie Mixer, Bügeleisen, Staubsauger)

Zusätzlich zu den vom Gesetzgeber vorgegebenen Sortimenten werden im Hinblick auf die Standort- und Zentrenstrukturen in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock weitere Sortimente als zentrenrelevant eingestuft:

- optische und akustische Geräte
- Bastelartikel, Kunstbedarf

Die Einstufung der zentrenrelevanten Sortimente lässt sich wie folgt erläutern:

- Die in der Anlage zum LEP NRW aufgeführten zentrenrelevanten Sortimente lassen sich durch die Einzelhandelserhebung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock häufig bestätigen. Es handelt sich bei vielen aufgeführten Sortimenten um Sortimente, die einen hohen Anteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche innerhalb der Zentren aufweisen oder einen hohen Anteil der Betriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausmachen (z. B. Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Uhren / Schmuck). Sie sorgen für Frequenz innerhalb der Zentren und stellen strukturprägende Betriebe.
- Bei den zusätzlich für die Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste als zentrenrelevant aufgenommenen Sortimenten handelt es sich um Sortimente, die auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind, Synergieeffekte zu den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten aufweisen, leicht zu transportieren sind und i. d. R. einen höheren Beratungsbedarf aufweisen (z. B. optische und akustische Artikel).
- Zudem wird berücksichtigt, dass der Gesetzgeber bei bestimmten Sortimenten eine Unterteilung nach ihrer Angebotsstruktur vorgenommen hat. So wird beim Sortiment Elektrogeräte, Medien differenziert zwischen Elektrokleingeräten, Elektrogroßgeräten und Leuchten und beim Sortiment Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe werden die Sportgroßgeräte explizit ausgeklammert; die entsprechende Aufteilung erfolgt dabei auch nach Gesichtspunkten der Transportfähigkeit sowie des hohen Flächenbedarfes bei der Warenpräsentation. Für das Sortiment Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe ist zudem zu berücksichtigen, dass Spezialsortimente wie Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel und Reitartikel gleichfalls als nicht zentrenrelevant eingestuft werden.
- Das Sortiment Tiernahrung, Zooartikel ist aufgrund der oben genannten Entwicklungen weder nahversorgungs- noch zentrenrelevant.

Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente (nicht abschließend)

Nicht-zentrenrelevant sind vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen Transportmittels bedürfen und
- überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden.

Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den entsprechenden Verkaufsflächen i. d. R. nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

Folgende Sortimente werden als nicht-zentrenrelevant eingeordnet:

- Fahrräder und Zubehör
- Lampen / Leuchten
- Kfz- / Motorradzubehör
- Kinderwagen / Kindersitze
- Tiernahrung, Zooartikel (inkl. lebende Tiere)
- Campingartikel
- Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware“ wie Kühlschränke, Herde, Waschmaschinen)
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchenmöbel)

- Matratzen
- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Baumarktsortimente (u. a. Bodenbeläge (z. B. Fliesen, Laminat, Teppiche), Eisenwaren, Farben, Sanitärartikel, Tapeten, Werkzeuge)
- Gartenmarktsortiment (u. a. Gartengeräte, Düngemittel, Pflanzgefäße, Topfpflanzen)
- Haus- und Heimtextilien (inkl. Stoffe, Gardinen, Kurz- und Strickwaren, Haus- und Tischwäsche, ohne Matratzen)
- Musikalien
- Briefmarken, Münzen

Zur Einordnung der angeführten Sortimente werden folgende Hinweise gegeben:

- Es handelt sich bei vielen der aufgeführten Sortimente um Sortimente, die aufgrund ihrer hohen Flächenansprüche nicht für die Zentren geeignet sind und zudem aufgrund der Größe der einzelnen Artikel auf ein Transportmittel angewiesen sind (v. a. Möbel, Gartenmarktsortiment, Elektrogroßgeräte).
- Bei den Sortimenten, die auf Grundlage der angewandten Erhebungssystematik gesondert ausgewiesen werden können, lässt sich ein nur geringer Anteil innerhalb der Zentren erkennen (z. B. Fahrräder und Zubehör, Zooartikel inkl. Tiernahrung als Randsortiment der Nahversorgungsanbieter).
- Die Anlage 1 des LEP NRW wurde bei der Zuordnung beachtet. Sie erlaubt ausdrücklich u. a. Fahrräder und Zubehör, Lampen / Leuchten, Elektrogroßgeräte und Sportgroßgeräte als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Änderungen im Vergleich zur bisherigen Sortimentsliste

Im Vergleich zur bisherigen Sortimentsliste ergeben sich folgende hauptsächliche Anpassungen:

- Anpassung an Vorgaben des LEP NRW: Geringfügige Anpassungen textlicher Art, Konkretisierungen und Ausweisung pharmazeutischer Artikel als zentrenrelevantes Sortiment (vormals auch nahversorgungsrelevant)
- Zuordnung von Heimtextilien, Musikalien und Kunstgegenständen zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten
- Eindeutige Zuordnung des Sortiments „Tiernahrung, Zooartikel (inkl. lebende Tiere) zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Diese waren bislang nicht gelistet.

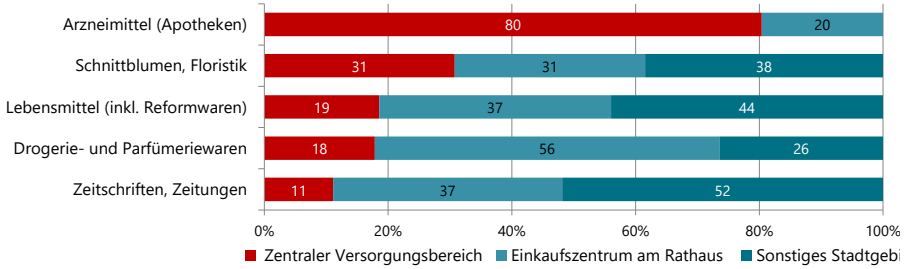
Das Sortiment **Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** wird mittlerweile vor allem in Fachmärkten (neben Baumärkten auch Tierbedarf-Abholmärkte), oftmals auch in nicht-integrierten Lagen angeboten. Diese Artikel werden zwecks Bevorratung i. d. R. in größeren Mengen mit dem eigenen Pkw eingekauft. Da bei dieser Entwicklung keine Umkehr zu erkennen ist und so Möglichkeiten zur Ansiedlung oder -erweiterung eines Tierfutterfachmarktes in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock erhöht werden, wird empfohlen, diese Warengruppe den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Musikalien, Musikinstrumente konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Schloß Holte-Stukenbrock nicht erfasst werden. Es wird empfohlen, dieses Sortiment als nicht-zentrenrelevant einzustufen, um Möglichkeiten einer Ansiedlung auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu bieten.

Das Sortiment **Haus- und Heimtextilien** wird zurzeit von vier Geschäften im Hauptsortiment geführt. Mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 77 % befindet sich der Großteil der derzeitigen Verkaufsflächen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, zumeist wird das Sortiment in

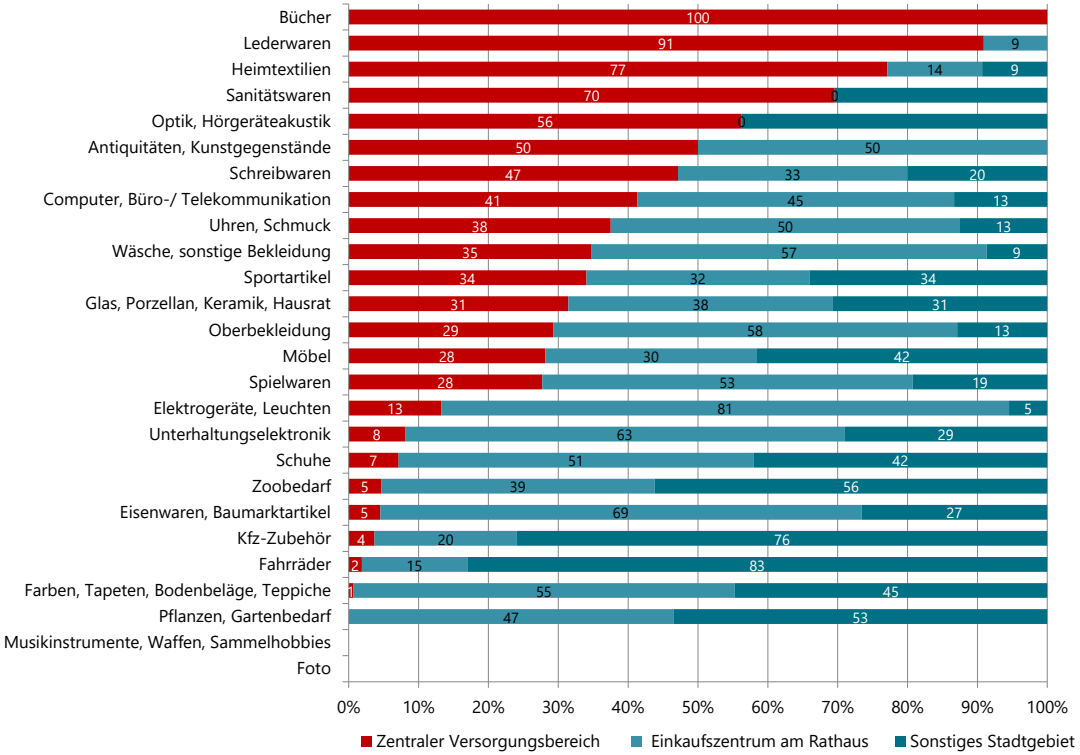
Fachgeschäften angeboten. Ergänzt wird das Angebot zumeist durch Randsortimente in Fachmärkten. Die Zuordnung des Sortiments zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bietet eine größere räumliche Flexibilität bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen. Es ist stadtplanerischer Wunsch, Anbietern dieses Sortiments die Möglichkeit einer Ansiedlung auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu ermöglichen. Gleichzeitig wird bezüglich dieses Sortiments eine größere Flächenausschöpfung von zentrenrelevanten Sortimenten bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ermöglicht. Eine Ansiedlung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bleibt weiterhin möglich und ist ausdrücklich erwünscht.

Abb. 41: Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene: Sortimente des periodischen Bedarfs



Quelle: cima 2020

Abb. 42: Aperiodischer Bedarf - Verkaufsflächenanteile nach Lagebereichen auf Sortimentsebene



Quelle: cima 2020

Abb. 43: Schloß Holte-Stukenbrocker Sortimentsliste*

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Nahrungs- und Genussmittel** (inkl. Back- / Fleischwaren, Getränke, Reform- / Tabakwaren)
- **Gesundheits- und Körperpflegeartikel** (inkl. Drogerie- und Parfümeriewaren, Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel)
- Schnittblumen
- Zeitungen / Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Liste)

- **Bekleidung / Wäsche**
- **Schuhe / Lederwaren** (Koffer, Taschen)
- **Glas / Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren**
- **Bücher**
- **Papier / Bürobedarf / Schreibwaren**
- Bastelartikel / Kunstbedarf
- **medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel**
- optische und akustische Geräte
- **Spielwaren**
- **Sportartikel, Sportbekleidung, Sportschuhe (ohne Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)**
- **Uhren, Schmuck**
- **Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto**
- **Elektrokleingeräte** (Haushaltsgeräte, wie Mixer, Bügeleisen, Staubsauger)

Nicht zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließende Liste)

- Fahrräder und Zubehör
- Lampen / Leuchten
- Kfz- / Motorradzubehör
- Kinderwagen/ Kindersitze
- Tiernahrung, Zooartikel (inkl. lebende Tiere)
- Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware“ wie Kühlschränke, Herde, Waschmaschinen)
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchenmöbel), Matratzen
- Baumarktsortimente (u. a. Eisenwaren, Farben, Tapeten, Bodenbeläge (z. B. Fliesen, Laminat, Teppiche), Werkzeuge, Sanitärartikel)
- Gartenmarktsortiment (u. a. Gartengeräte, Topfpflanzen, Düngemittel, Pflanzgefäße)
- Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Angel- Jagd-, Camping- und Reitsportbedarf)
- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken, Münzen
- Haus- und Heimtextilien (inkl. Stoffe, Gardinen, Kurz- und Strickwaren, Haus- und Tischwäsche)
- Musikalien

* Hervorgehoben: Leitsortimente der stets zentrenrelevanten Sortimente gemäß Anlage 1 LEP NRW
Quelle: cima 2021

10 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock und Umsetzung des Konzeptes

10.1 Vorbemerkung

Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern.

Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben an den Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne, die gegen diese Zielvorgaben verstoßen, entsprechend den Zielvorstellungen (inkl. Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Sortimentsliste Schloß Holte-Stukenbrock) angepasst werden.[31]

10.2 Übergeordnete Zielsetzungen und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung, Ansiedlungsmatrix

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus Schloß Holte-Stukenbrock getrieben und Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden" Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Wenn es in Schloß Holte-Stukenbrock gelingt, sich an den nachfolgend aufgeführten Grundsätzen zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innerörtliche Entwicklungen und Spielräume.

Grundsatz 1:
Zentrenrelevantes Kernsortiment: Die zentralen Versorgungsbereiche von Schloß Holte-Stukenbrock genießen Entwicklungspriorität. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment soll ausschließlich in den ZVB möglich sein. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz. Der Entwicklung von nicht integrierten Standortagglomerationen außerhalb der Allgemeinen Siedlungsbereiche soll entgegengewirkt werden.

Grundsatz 2:
Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Neuansiedlungen nur, wenn eine Versorgung der Bewohner im Nahbereich nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird. Bestehende Betriebe genießen erweiterten Bestandsschutz und sollten die Möglichkeit bekommen sich an moderne Marktbedürfnisse anpassen zu können, sofern keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche nachgewiesen wird (Einzelfallprüfung).

[31] Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

Grundsatz 3:
Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment: Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist prioritär im Einkaufszentrum am Rathaus sowie an geeigneten Standorten in den Solitär-/Streulagen zulässig, aber auch in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock.

Grundsatz 4:
Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente bei großflächigem nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel: In Anlehnung an das LEP Nordrhein-Westfalen sollen zentrenrelevante Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche beschränkt werden. Bei einer Neuansiedlung steht der Betreiber in der Pflicht, den Nachweis der Einhaltung zu erbringen.

Grundsatz 5:
Sicherstellung der Versorgungsfunktion: Sicherstellung und Schutz der Versorgungsfunktion der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben. Dieser Grundsatz ist nicht als Wettbewerbsschutz zu verstehen, sondern als Absicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugunsten einer ganzheitlichen Versorgung.

Zur Umsetzung der Grundsätze in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind mit Priorität in den zentralen Versorgungsbereichen von Schloß Holte-Stukenbrock anzusiedeln.**
- **In den SO-Gebieten** sind die Bestandsstrukturen sowie die Potenzial- und Entwicklungsflächen baurechtlich abzusichern.
- **In GE-Gebieten sollte zukünftig die Neuansiedlung von Einzelhandel möglichst ausgeschlossen werden.** Ausnahmen bilden hier: Handwerksbetriebe mit Verkauf an letzte Verbraucher; Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen zulässig sein sollten sowie kleinflächige, nicht-zentrenrelevante Betriebe.
- **In MI- und Urbanen Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig.** In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI- und Urbanen Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

Mit der folgenden **Ansiedlungsmatrix** (vgl. Abb. 77) mit den Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen (inkl. Erweiterungen, Verlagerungen) kann ein erheblicher Anteil der Anfragen vorgeklärt werden.

Abb. 44: Übersicht der Ansiedlungsregeln für Neuansiedlungen (Ansiedlungsmatrix)

		Zentrenrelevante Hauptsortimente	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	Nicht zentrenrelevante Hauptsortimente
zentrale Versorgungsbereiche	ZVB Schloß Holte	großflächig möglich	großflächig möglich	großflächig möglich
	ZVB Stukenbrock	großflächig möglich	großflächig möglich	großflächig möglich
weitere Standortkategorien	Einkaufszentrum am Rathaus	keine Ansiedlung	ggf. nach Einzelfallprüfung möglich*	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung
	Siedlungsstrukturell integrierte Lage in Wohn- und Mischgebieten	keine Ansiedlung	kleinflächig (orientiert an Nahversorgungsfunktion) oder Standort gemäß LEP	kleinflächig möglich
	Sonstige, nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	ausnahmsweise möglich, nach Einzelfallprüfung
	Gewerbegebiete	Einzelhandelsansiedlungen konzeptionell nicht vorgesehen**		

Generell ist zu beachten, dass die **bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz** genießen. Darüber hinaus sollen den bestehenden Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche **Modernisierungen und angemessene Verkaufsflächenerweiterungen ermöglicht** werden, sofern diese für einen zeitgemäßen Marktauftritt bzw. ein langfristiges Fortbestehen des Unternehmens erforderlich sind **(erweiterter Bestandsschutz).**
Bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels ist der **Nachweis der Zentrenverträglichkeit** durch die Anfertigung eines Verträglichkeitsgutachtens zu erbringen und die Vorgaben der Landesplanung sind zu beachten. Der Handel mit Kraftfahrzeugen, Landmaschinen, Brennstoffen und Mineralölerzeugnissen unterliegt keiner einschränkenden Steuerung im Einzelhandelskonzept.

* Die Vorgaben der Landesplanung sind zu beachten. Hier insbesondere LEP NRW 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.
** Ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Kundendienst- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger Verkaufsfläche zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente. Ansiedlungen von Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind auf Grundlage des „Visser"-Urteils" (Rs. C-31/16 - Visser Vastgoed Beleggingen) des Europäischen Gerichtshofs vom 30.01.2018 kleinflächig grundsätzlich zulässig.

Quelle: cima 2021

10.3 Baurechtliche und stadtplanerische Aspekte für die Implementierung des Einzelhandelskonzeptes Schloß Holte-Stukenbrock

Das vorliegende kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in die Bauleitpläne der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept in den zuständigen Gremien der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock auch als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde" für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sollte in regelmäßigen Abständen überprüft und ggf. angepasst werden. Grundlage für die Einordnung der cima war u.a. die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten[32]. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kapitel 9) bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept bzw. auf die Sortimentsliste Schloß Holte-Stukenbrock, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11, 3 BauNVO).

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z.B. Installateursbetriebe, Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind.

Um nicht Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d.h. die Bereiche, die einem akuten Handlungsdruck unterliegen, genau zu bestimmen und

[32] Vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 26. 3. 2009 - 4 C 21. 07

zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen[33]. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandels- und Zentrenkonzept und auf die für Schloß Holte-Stukenbrock geltende Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept sollen weder unternehmerische Initiativen aus der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock getrieben noch Konkurrenzen grundsätzlich eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es aber zur Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept festzulegen, bedeutet dies auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereiche und den übrigen Einzelhandelslagen.

[33] Zum Schutz und zur Stärkung der Einzelhandelsfunktion des Ortszentrums kann in Bereichen außerhalb des Ortszentrums (u.a. MI-Gebiete) der Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten ausgeschlossen werden. Siehe hierzu das Urteil des OVG Münster 20.04.2004 (7a D 142/02.NE) im Normenkontrollverfahren der Grundeigentümer, die wegen des Ausschlusses von Einzelhandel einen Wertverlust ihrer Grundstücke befürchteten (vom OVG abgelehnt).

11 Ergänzende Maßnahmen zur Belebung des Schloß Holte-Stukenbrocker Einzelhandels

11.1 Einzelhandelsspezifische Maßnahmen

11.1.1 EHG wiederbeleben und erweitern

Es ist positiv zu bewerten, dass in Schloß Holte-Stukenbrock eine Einzelhandelsgemeinschaft (EHG) aus lokalen Einzelhandelsunternehmen besteht, wenngleich aus den Expertengesprächen hervorging, dass die Tätigkeiten im Laufe der Zeit etwas nachgelassen haben. So nutzt die Einzelhandelsgemeinschaft momentan nicht ihr volles Potenzial. Daher sollte versucht werden, die Einzelhandelsgemeinschaft zu (re-)aktivieren und zu erweitern.

Neben einem permanenten Mitgliederkreis bestehend aus den Gewerbetriebenden und Mitarbeitern der Verwaltung, kann temporär Expertentum in die Runde eingebracht werden, um den Input von außen zu sichern. Ein Netzwerk mit Kombination von lokalem und externem Expertenwissen soll gebildet werden. Dazu sollen Treffen in einem regelmäßigen Intervall stattfinden, um den permanenten Austausch der Gewerbetreibenden in der Stadt sichern. Durch klare Verteilung von Zuständigkeiten und Setzung von Prioritäten von Maßnahmen werden Mehrarbeit und Missverständnisse vermieden.

11.1.2 Business Improvement District – ISG

Um dem negativen Trend ausgelöst von der Errichtung von großflächigem Einzelhandel und Einkaufszentren auf der grünen Wiese entgegenzuwirken, wurde in Nordrhein-Westfalen das Gesetz über Immobilien- und Standortgemeinschaften in Nordrhein-Westfalen (ISGG-NRW) erlassen. Gemeinhin sind die Immobilien- und Standortgemeinschaften als Business Improvement Districts bekannt.

In einem BID schließen sich Eigentümer und Unternehmer zusammen und verpflichten sich, auf rechtlicher Grundlage gemeinsam entwickelte Maßnahmen zur Verbesserung ihres Quartiers zu finanzieren. Die Laufzeit einer ISG beträgt fünf Jahre. Die gemeinsam beschlossenen Maßnahmen dienen der Steigerung lokaler Aktivität, der nachhaltigen Entwicklung der Ortskerne und schaffen verlässliche Umsetzungsstrukturen.

Für die gewachsenen Zentren Schloß Holte und Stukenbrock wäre die Initiierung von Immobilien- und Standortgemeinschaften von großem Wert.

Abb. 45: Beispiel einer temporären Marketingaktion zum Quartiersmanagement Viersen-Dülken

Quelle: cima 2019

11.1.3 Store-Checks und Online-Präsenz-Checks

In Kapitel 2 wurden die aktuellen Trends im Einzelhandel vorgestellt. Im Zuge dessen wurde unter anderem die wachsende Bedeutung des Online-Handels hervorgehoben. Die beschriebenen Trends stellen Akteure aus Politik und Verwaltung sowie die stationären Händler in Zukunft gleichermaßen vor große Herausforderungen. Unter dem Einfluss der demografischen Entwicklung, der Veränderungen im Konsumverhalten und des Online-Handels wird die Position des stationären Einzelhandels als Leitelement der Innenstädte zunehmend aufgeweicht. Der Einkauf als reine Bedürfnisbefriedigung verliert angesichts der vielseitigen und flexiblen Konsummöglichkeiten an Bedeutung.
Erfolgreiche Zentren sind Orte, an denen der Einkauf zum kommunikativen und emotionalen Erlebnis wird. Sie bieten die Chance zum Entdecken, für persönliche Kontakte und zur Unterhaltung. In diesem Kontext sind neben dem Einzelhandel vor allem auch die Bereiche Freizeit und Tourismus, Mobilität und Verkehr sowie Wohnen von Bedeutung. Um die Attraktivität und Multifunktionalität der Zentren zu konservieren bzw. zu stärken und die Kaufkraft von Bewohnern und Besuchern in den Städten zu halten, gilt es für Kommunen und Einzelhändler, die digitale Transformation als Chance zu begreifen und Anpassungsstrategien zu entwickeln.

Der Handel hat für die Entwicklung einer Stadt nach wie vor eine hohe Bedeutung. Trotz des aktuell herausfordernden Marktumfeldes und einer gewissen Schwächung seiner Schlüsselposition trägt der Einzelhandel als maßgeblicher Frequenzträger entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion der Zentren bei. Typische Innenstadtqualitäten wie die Identifikationsstiftung oder die Funktion als sozialer Treffpunkt sind auch mit einer lebendigen Einzelhandelslandschaft verknüpft. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen so wichtig. Zugleich unterliegt der Handel einem stetigen Wandel. Die Stärkung des stationären Einzelhandels kann dabei auf mehreren Ebenen erfolgen. Zunächst können „Offline-Qualitäten“ gefördert werden. Serviceorientierte und persönliche Beratung, Erlebniseinkäufe sowie Individualität sind hierbei die wesentlichen Qualitätskriterien. Als potenzielle Maßnahmen sind dabei u. a. die Folgenden zu nennen:

Store-Check im Facheinzelhandel mit Umsetzungsbegleitung (Überprüfung der Qualität von Ladeninnen- und Ladenaußengestaltung, Warenpräsentation, Ladenbau, Außenpräsentation): Dringend sollten betroffene Händler an die Hand genommen werden, damit es nicht zu (weiteren) Leerständen kommt. Solche Store-Checks sind insbesondere wichtig, da bei den Betrieben nach einer Zeit eine gewisse Art von Betriebsblindheit entsteht. Selbst bei gut aufgestellten Einzelhandelsbetrieben gibt es immer noch Optimierungsbedarf. Dabei können auch Maßnahmen für räumlich benachbarte Betriebe herausgearbeitet werden, um gemeinsam eine bessere Präsenz aufzubauen.

Eine weitere Maßnahme kann der **Online-Präsenzcheck** sein, welcher Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie untersucht: Viele Händler haben eine Online-Präsenz, aber nicht immer ist diese auch wirkungsvoll oder es werden leicht vermeidbare Fehler gemacht. Die Ergebnisse unabhängiger Online-Präsenzchecks helfen jedem Händler weiter, der online sichtbar ist. Somit können Betriebe einen Überblick über mögliche und sinnvolle Online-Marketing-Kanäle erhalten oder Tools zur Webanalyse und mobilen Optimierung kennenlernen. Zudem können idealerweise auf Stadt,- Gemeinde- und Landkreisebene Tendenzen herausgearbeitet und Empfehlungen zu einer gemeinsamen Optimierung gegeben werden.

Des Weiteren sollte die **Entwicklung von Kundenmagneten** angestrebt werden**:** Als Kundenmagnete der Zentren können neben bestimmten Einzelhandelsbetrieben auch einzelne exponierte Kulturbauten, (bspw. Kirche St. Ursula in Schloß Holte und Kirche St. Johannes Baptist in Stukenbrock), oder innerstädtische Frei- und Aufenthaltsräume von besonderer Qualität dienen. Städtebauliche Individualität oder die Verknüpfung von historischen und modernen Elementen können zu Markenelementen einer Gemeinde werden. Neben dauerhaften Magneten können auch temporäre Magnete in Form von Events oder Pop-Up-Stores Besucher in die Zentren

locken. Hierbei sind auch Social-Media-Angebote wichtig, da diese teilweise die Planung des (Stadt-)besuchs und die Besucherlenkung bestimmen.

Eine Hybridlösung aus Online- und Offline-Auftritt bildet beispielsweise die Transformation klassischer Verkaufsräume zu einer Kombination von Verkaufs-, Show- und „Feelrooms", die mit einer entsprechenden Infrastruktur das geschäftsferne Bestellen der lokal erlebten Produkte ermöglichen. Mittel- und langfristig sind lokales und digitales Einkaufen nicht als Gegensätze zu begreifen. Gemeinsam müssen Politik, Verwaltung, Marketing und Händlerschaft den Appell „Kauft lokal!" mit einer digitalen Infrastruktur unterfüttern, die dem Kunden genau das ermöglicht. Generell ist die nachhaltige Entwicklung einer digitalen Anpassungsstrategie für den stationären Einzelhandel eine komplexe und zeitintensive Aufgabe, bei der viele verschiedene Akteure und Interessen integriert werden wollen. Bestimmte Strukturen gilt es über einen längeren Zeitraum Schritt für Schritt aufzubauen.

11.2 Leerstands- und Flächenmanagement

Zwischennutzungen

Die Schließung innerstädtischer Betriebe ist eine deutschlandweit beobachtbare Entwicklung, die sich nach Analyse der cima mit abnehmender Stadtgröße verschärft. Vor allem in den Rand- und Nebenlagen von Städten sowie in kleineren Städten und Gemeinden führt dies zu Trading-Down Prozessen und vermehrtem Ladenleerstand, da es an diesen Standorten an interessanten Nutzungen und notwendigen Kundenfrequenzen mangelt. Auch die Zunahme des Online-Handels spielt hier eine Rolle. Denkbare Maßnahme zur Leerstandbekämpfung sind Zwischennutzungskonzepte. Es ist möglich, leerstehende Objekte durch das Präsentieren von Sportvereinen, oder der Veranstaltung von Kunstausstellungen, kleinen Musikgigs oder Lesungen aufzuwerten.

Leerstandsgestaltung

Attraktive Leerstandsgestaltungen bilden einen weiteren Baustein, an dem die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock ansetzen kann. Möglich wäre mit Bezug zu den historischen Zentren ein entsprechendes stadtweites Branding durch Beklebungen mit Bildern oder Mottos, die Passanten ein positives und optimistisches Gefühl vermitteln. Weder zeitgemäß noch optisch ansprechend sind hingegen eine freie Sicht in das leerstehende Objekt und etwaigen Modernisierungsbedarf oder die Bedeckung durch Materialien wie Zeitungspapier. Grundsätzlich ist zu empfehlen, dass an den leerstehenden Immobilien die wesentlichen Objektsdetails (u.a. Größe, Kontaktmöglichkeiten) sichtbar platziert werden. Auch sollte darauf geachtet werden, dass sich die unmittelbare Umgebung der leerstehenden Immobilie gepflegt und sauber präsentiert.

Kontakt zu den Eigentümern

Zuletzt sind Eigentümergespräche unabdingbar, um bestehendem oder auch drohendem Leerstand entgegenzutreten und die Nachbesetzung leerstehender Immobilien zu fördern. Als Kritik an den Eigentümern wird oft aufgeführt, diese würden sich ausruhen und Investitionen vernachlässigen. Weiterhin wird Eigentümern zum Teil auch ein mangelndes Verantwortungsgefühl, überhöhte Preisvorstellungen und das spekulative Aussitzen auf einen „angemessenen Preis" attestiert. Maßnahmenansätze hierzu sind die Einladung der Eigentümer zu einer Eigentümer-Runde oder einer Eigentümerbefragung, um die jeweiligen Belange und Konflikte umfangreich zu ergründen. Durch gemeinsame Runden kann der Austausch insgesamt aktiviert und intensiviert werden, interessierte Eigentümer können identifiziert und individuelle Strategien zum Umgang mit Leerständen entwickeln werden. Die Gespräche können ferner dazu dienen, den „Druck" zum Handeln aus den eigenen Reihen aufzubauen.

11.3 Gestaltung

Durch Gestaltung Aufenthaltsqualität beim Einkaufszentrum am Rathaus und in den Zentren schaffen

Anknüpfend an die Bürgerbefragung zur Verbesserungswürdigkeit der Zentren, in der beim Einkaufszentrum am Rathaus sowie im Zentrum Stukenbrock die Gestaltung als maßgeblicher Verbesserungsvorschlag genannt wurde, ist ein weiterer Vorschlag die Schaffung von Aufenthaltsqualität durch Gestaltung.

Ein Ansatz dazu könnte die Aufstellung von modularen Sitz- und Begrünungsmöglichkeiten darstellen. Bei der Gestaltung können auch kreative/originelle Elemente bewusst zulassen werden Der Mut zu originellen und gleichzeitig funktionalen Elementen erhöht die Aufenthaltsqualität für „Klein und Groß", erzeugt Aufmerksamkeit und macht den Aufenthalt am Standort zu einem Erlebnis. Die Elemente entschleunigen den öffentlichen Raum. Häufig aus Euro-Paletten hergestellt, sind die modularen Elemente kostengünstige, modular auf- und abbaubar und schnell auf- und wieder abzubauen. Die Aufstellung könnte beispielsweise mit einem Ideenwettbewerb für Interessierte und lokale Künstler verknüpft werden, bei dem die beste Gestaltung sowie das Arrangement der Sitzgelegenheiten prämiert werden und mit der Umsetzung belohnt werden.

Abb. 46: Verbesserungsvorschläge in Wortwolken (links: Einkaufszentrum am Rathaus, rechts: Zentrum Stukenbrock)

Quelle: cima 2020

Abb. 47: Standortvorschlag, Parkfläche Einkaufszentrum am Rathaus

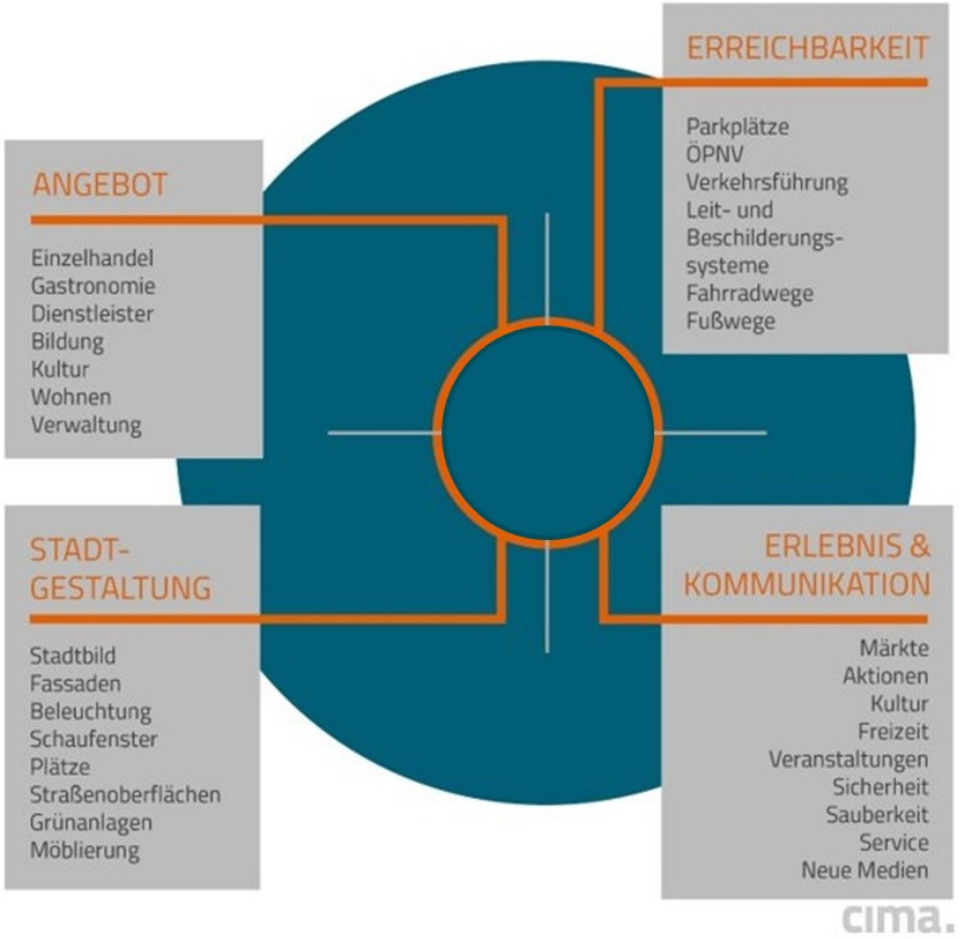
Quelle: cima, 2020

Innenstadtcheck

„Jeder Händler, jeder Bürger und Anwohner hat ein Bild seiner Einkaufsstraße, seines Quartiers, seiner Stadt. Aber entspricht dies auch den tatsächlichen Gegebenheiten?"

Der Innenstadtcheck stellt ein weiteres Tool zur Bewertung und Verbesserung der Zentren in Schloß Holte-Stukenbrock dar. Neben Desk-Research-Arbeiten und einer stichprobenartigen Überprüfung verfügbarer Informationen auf den Homepages der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock beinhaltet der Innenstadtcheck eine intensive Vor-Ort-Begehung sowie einen Workshop mit relevanten Akteuren. Mit diesen Bausteinen erfolgt eine Sammlung von Ideen und Maßnahmenvorschlägen für eine Weiterentwicklung der Zentren.

Abb. 48: Bewertungsmatrix Innenstadtcheck



12 Expertengespräche

Im März 2020 wurden wichtige Akteure in fünf Expertengesprächen zu einzelhandelsrelevanten Themen der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock befragt. Vertreter der folgenden Institutionen nahmen an den Gesprächen teil:

- Bürgermeister der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock
- Einzelhandelsunternehmen aus der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock
- Einzelhandels- und Wirtschaftsgemeinschaft der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock
- IHK Ostwestfalen

Die wichtigsten **Kernergebnisse** der Gespräche sind im Folgenden stichpunktartig zusammengefasst und nach den Oberthemen kategorisiert.

Einkaufsstandorte

- Es wird herausgestellt, dass die Struktur mit zwei gewachsenen Zentren und dem Einkaufszentrum am Rathaus als untypisch für den Einzelhandel anzusehen ist. Hiermit einhergehend besteht kein klares Zentrum der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock.
- Das Einkaufszentrum am Rathaus durch das verhältnismäßig größere Angebot bislang am meisten profitieren.
- Die größte Herausforderung besteht darin, die beiden historischen Zentren Schloß Holte und Stukenbrock zu stärken. Hierbei sei die Schwierigkeit zwischen der Zielvorstellung der Zentrumstärkung und dem „Wille des Bürgers", auch am Einkaufszentrum zentrumsrelevante Sortimente anzubieten. Es gilt hier einen Kompromiss zu finden.
- Möchte man das Einkaufszentrum zu einem richtigen Zentrum entwickeln muss es städtebaulich und verkehrstechnisch anders gestaltet werden. Dies würde voraussichtlich mehr Leute in die Stadt locken und der Stadt einen klareren „Stadt-Charakter" geben.

Kooperationen

- Einzelhandels- und Wirtschaftsgemeinschaft (EHG) der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock als wichtigster Akteur im Bereich Kooperation.
- Der EHG hat Schwierigkeiten, alle Einzelhändler zusammenzuhalten und wurde zudem im Jahr 2019 beinahe aufgelöst. Die Information über dessen Fortführung dringt nicht unbedingt zu jedem Einzelhändler durch.
- Interesse an EHG besteht seitens der Einzelhändler jedoch grundsätzlich und die EHG ist offen für mehr Mitglieder.
- Übergreifende Aktionen in den Stadtteilen und Einzelhändler wurden durch den EHG in der Vergangenheit bereits durchgeführt.

Digitalisierung

- Im Hinblick auf die Digitalisierung bestehen eher interne Digitalisierungsprozesse. Es sind bisher keine konkreten, händlerübergreifende Maßnahmen geplant.

Sortimente

- Der Bereich Lebensmittel ist in Schloß Holte-Stukenbrock gut aufgestellt. Erweiterungsbedarf in diesem Bereich besteht dennoch.
- Es wird vor allem auf das Fehlen des Sortiments Bekleidung (klassische Damen- und Herrenausstatter) aufmerksam gemacht. Zugleich wird anerkannt, dass derzeit nicht von einer zeitnahen Ansiedlung ausgegangen wird.
- Teilweise wird auf fehlende Gastronomieangebote hingewiesen.

Einzelhandelsentwicklung

- Für leerwerdende Flächen gibt es in Bezug auf das Einkaufszentrum am Rathaus immer wieder Anfragen, v.a. durch Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten.

- Eine weitere Öffnung des Einkaufszentrums am Rathaus für weitere Sortimente würde übrige Zentren tendenziell eher schwächen.

Problembereiche

- Die Betreibernachfolge für Einzelhandelsgeschäfte gestaltet sich zunehmend schwierig (v.a. in den Zentren). Es entsteht vermehrt Leerstand oder eine anderweitige Nachnutzung, z.B. durch Dienstleistungsbetriebe. Der Wandel ist klar zu sehen.
- Der Internethandel wird als Problembereich aufgefasst (Kunden lassen sich im Geschäft beraten und dann kaufen anschließend im Internet) - ein allgemeiner Trend, der auch in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock spürbar ist.
- In Schloß Holte wird die Zuwegung bzw. der Zugverkehr (Warten vor der Bahnschranke) sowie die Anbindung des Holter Kirchplatzes als Problem angesehen.
- Gewerbeumwidmung in Einzelhandel (Stichwort „Einkaufszentrum am Rathaus“) wird teilweise kritisch gesehen. Restriktionen bzw. Öffnungen in diesem Bereich sind diskussionswürdig.

13 Online- und Passantenbefragung

13.1 Methodik

Am Freitag, den 06. März 2020 und am Samstag, den 07. März 2020 wurden in Schloß Holte-Stukenbrock an den Befragungsstandorten „Zentrum Schloß Holte“, „Zentrum Stukenbrock“ und „Einkaufszentrum am Rathaus“ eine Passanten- und Bürgerbefragung durchgeführt (vgl. Abb. 49). Zusätzlich wurde im Zeitraum vom 17. Februar 2020 bis 13. März 2020 eine Onlinebefragung zu den Einkaufsgewohnheiten und -orientierungen sowie zu weiteren Aspekten des Einzelhandels in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock durchgeführt. Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, wurde bei beiden Befragungen ein nahezu identischer Fragebogen genutzt. Insgesamt wurde eine Stichprobengröße von 359 Befragten erreicht (Onlinebefragung: 291 Befragte, Passantenbefragung: 68 Befragte).

Ziel der Befragung war es, Kenntnisse über die Einkaufsorientierung der Befragten zu bekommen. Thematisch hatte die Befragung folgende Schwerpunkte:

- Beurteilung des Einkaufsortes Schloß Holte-Stukenbrock
- Bevorzugte Einkaufsorte
- Verkehrsmittelwahl
- Sortimentsbewertung
- Einkaufsorientierung
- Einstellung zu Online-Marktplätzen

Im Rahmen der Vor-Ort Befragung wurden eine möglichst gleichmäßige Verteilung der Befragten nach Geschlecht und Alter berücksichtigt. Die Ergebnisse der Befragungen sind in die Analyseergebnisse zur Bewertung des Einzelhandels in der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock eingeflossen.

Die Ergebnisse der Befragung wurden von der cima grafisch aufbereitet und die Kernergebnisse der Befragungen textlich zusammengefasst. Alle im Text oder in den Abbildungen ausgewiesenen Werte sind als circa-Werte zu verstehen. Diese können geringfügig von den Werten der Rohdaten abweichen (z. B. durch Rundungen).

Um eine Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde in ausgewählten Fällen nur eine Zusammenstellung der häufigsten Nennungen als Grafik aufbereitet.

Abb. 49: Befragungsstandorte

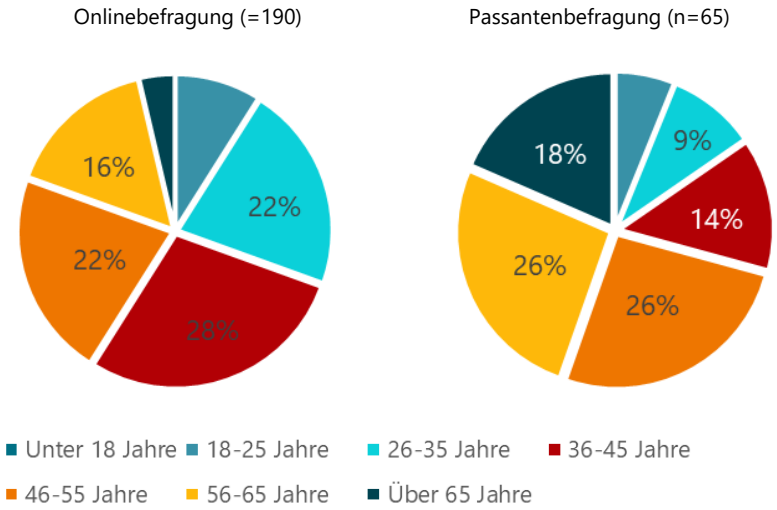
Quelle: cima 2020. Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende

13.2 Soziodemografische Struktur und Herkunft

Frage: Wie alt sind Sie?

Die in der Onlinebefragung am stärksten vertretene Gruppe ist die der 36- bis 45-jährigen mit 28% gefolgt von den Altersgruppen 26-35 sowie 46-55 Jahre. Bei der Passantenbefragung machen die Altersklassen der 46 bis 55 und 56- bis 65-jährigen mit je 26% die größte Gruppe aus.
Im Vergleich sind die Befragten der Onlinebefragung tendenziell jünger. Die meisten Personen sind hier den mittleren Altersklassen zuzuordnen. Dies lässt sich anhand dessen erklären, dass jüngere Menschen tendenziell onlineaffiner sind und daher verstärkt an der Umfrage teilgenommen haben.

Abb. 50: Alter der Befragten



Quelle: cima 2020

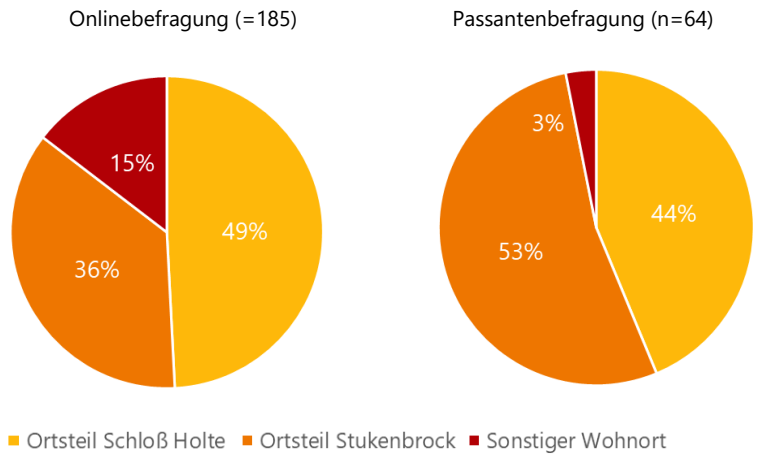
Frage: Wo wohnen Sie?

Der größte Teil der Befragten (Onlinebefragung: 85 %; Passantenbefragung: 93 %) stammt aus der Stadt Schloß-Holte-Stukenbrock.

Bei der Onlinebefragung haben 15 % der Befragten einen sonstigen Wohnort, bei der Passantenbefragung nur 3%.

Insgesamt haben bei der Online-Umfrage mehr Menschen aus dem Ortsteil Schloß Holte teilgenommen. Im Gegensatz dazu kommen die befragten Passanten zu größerem Teil aus Stukenbrock.

Abb. 51: Wohnort der Befragten

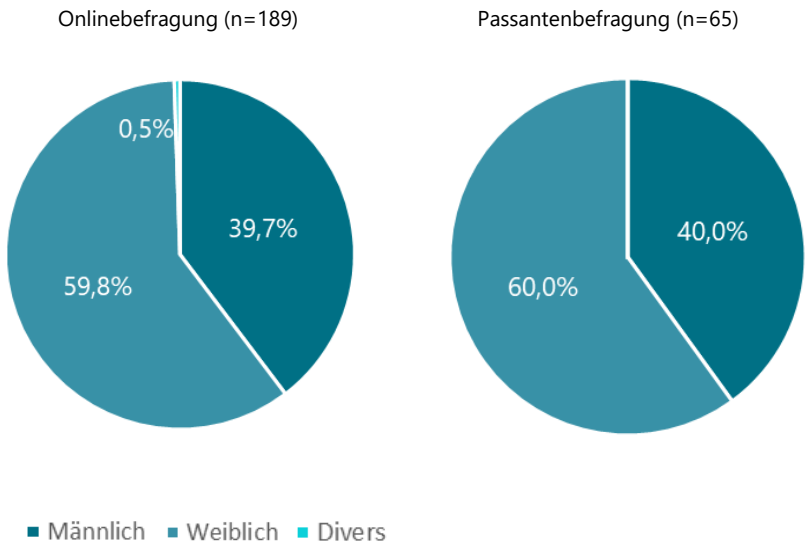


Quelle: cima 2020

Frage: Welches Geschlecht haben Sie?

Sowohl bei der Passanten- als auch bei der Onlinebefragung sind mehr als die Hälfte der befragten Personen weiblich (60 %). 40% der Befragten sind männlich. 0,5 % der Befragten bei der Online-Befragung sind divers.

Abb. 52: Geschlecht der Befragten



Quelle: cima 2020

13.3 Einkaufsverhalten und -orientierung, Bewertung

Frage: Wie häufig besuchen Sie die folgenden Standorte in Schloß Holte-Stukenbrock?

In Bezug auf die Frequentierung der Standorte zeigt sich eine unterschiedliche Verteilung zwischen Online- und Passantenbefragung.

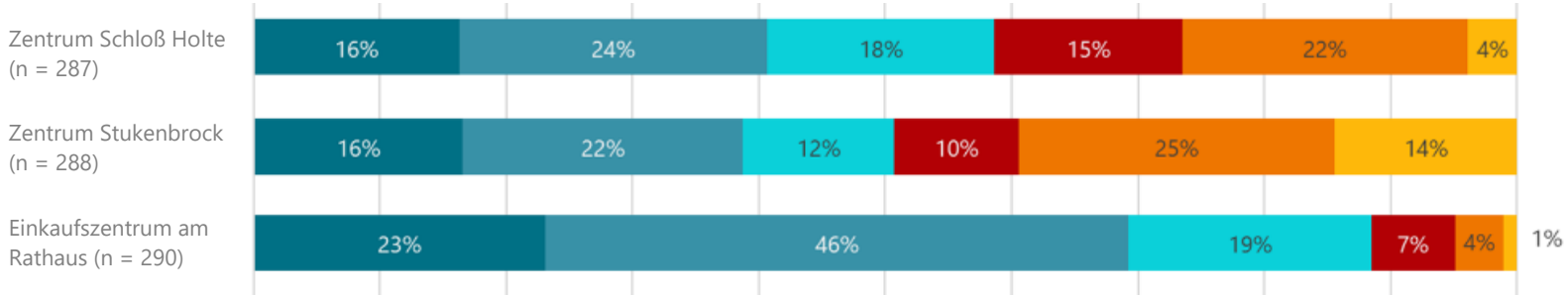
Insgesamt kann festgehalten werden, dass die befragten Passanten, die ohnehin in der Stadt unterwegs sind, auch häufiger die drei Standorte aufsuchen. Der Anteil der Menschen, die die drei Standorte nur alle paar Monate besuchen beträgt bei den online Befragten für das Zentrum Schloß Holte ganze 22 % und für das Zentrum Stukenbrock 25 %. Das Einkaufszentrum am Rathaus wird hingegen sowohl von Befragten beider Befragungen häufig frequentiert.

85 % der Passanten und 69 % der online Befragten besuchen dieses ca. einmal wöchentlich oder öfter. Nahezu niemand hat diesen Standort noch nie aufgesucht.

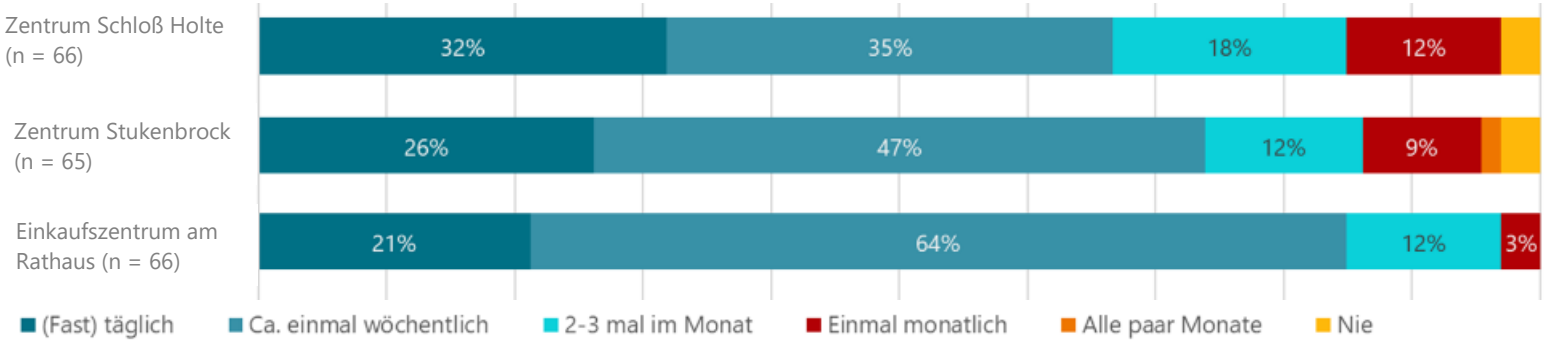
Dies hat möglicherweise damit zu tun, dass das Einkaufszentrum am Rathaus einen großen Teil der Versorgung mit Lebensmitteln abdeckt und diese kaum online bezogen werden (vgl. Kap. Trends) und in wöchentlicher Regelmäßigkeit nachgefragt werden.

Abb. 53: Besuchshäufigkeit

Onlinebefragung:



Passantenbefragung:

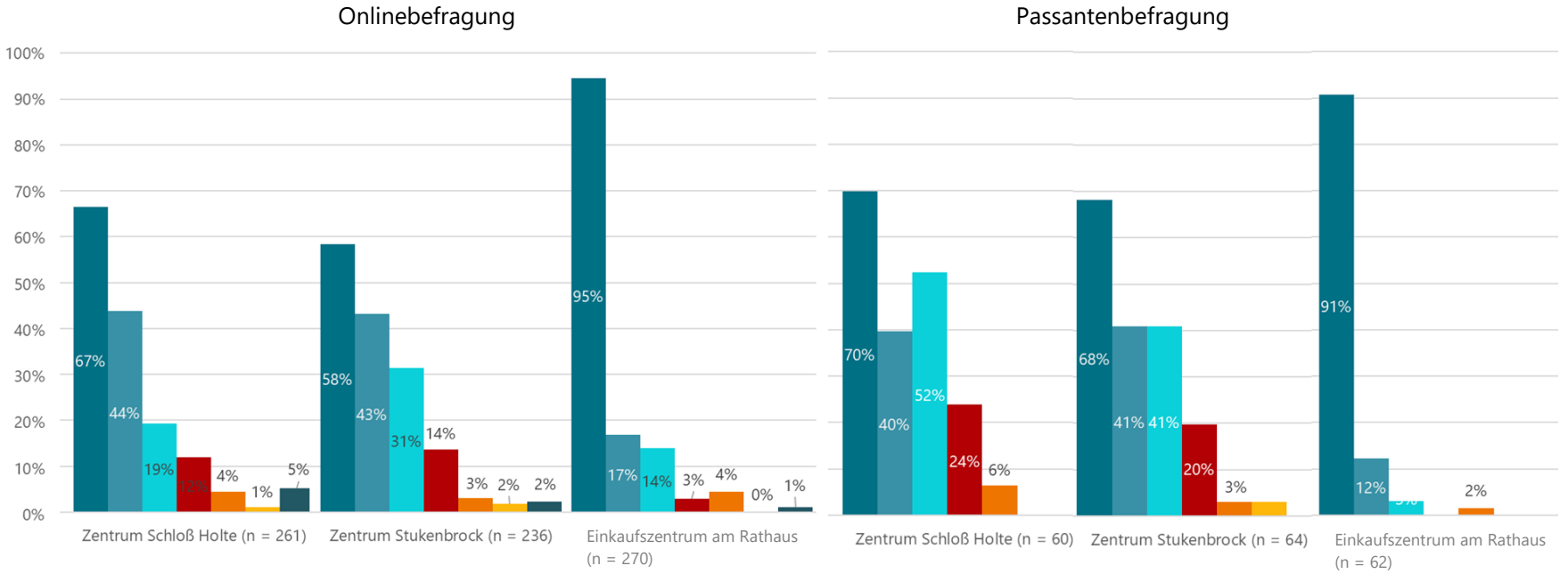


Quelle: cima 2020

Frage: Was sind normalerweise die Gründe für Ihren Aufenthalt an den genannten Standorten in Schloß Holte-Stukenbrock?

An allen Befragungsstandorten und insbesondere am Einkaufszentrum am Rathaus überwiegt der Einkauf als Aufenthaltsgrund. Am zweit häufigsten werden die Zentren für Dienstleistungen aufgesucht, dritt häufigster Besuchsgrund ist die Gastronomie. Teilnehmer der Passantenbefragung suchen die Zentren tendenziell häufiger auf als Teilnehmer der Online-Befragung. Wie in der Grafik 57 sichtbar, ist in den gewachsenen Zentren eine stärkere Funktionsdurchmischung vorzufinden als im Einkaufszentrum am Rathaus.

Abb. 54: Aufenthaltsgründe



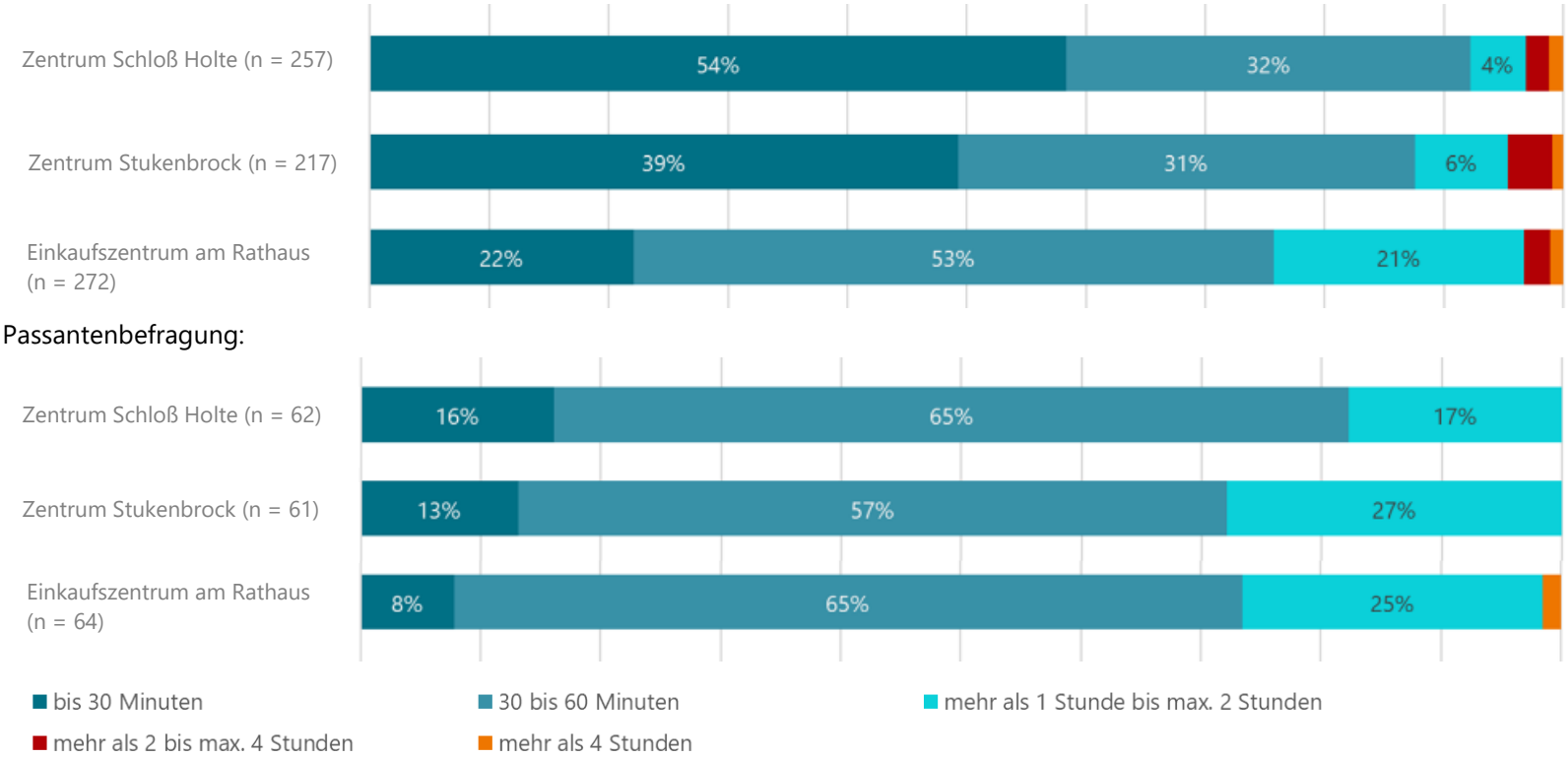
Quelle: cima 2020

Frage: Wie lange halten Sie sich in der Regel für Besorgungen und Erledigungen in den Zentren auf?

Zum Großteil halten sich die Befragten in den Zentren weniger als eine Stunde auf. Es kann eine etwas kürzere Aufenthaltsdauer in den beiden gewachsenen Zentren Schloß Holte und Stukenbrock erkannt werden.

Abb. 55: Aufenthaltsdauer

Onlinebefragung:



Quelle: cima 2020

Frage: Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften der Zentren in Schloß Holte-Stukenbrock Schulnoten. (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Bei der Bewertung der Vielfalt des Einzelhandelsangebotes schneidet das Einkaufszentrum am Rathaus mit der Note 2,7 besser ab als die Zentren Schloß Holte (3,7) und Stukenbrock (3,3).

Bezüglich der Qualität des Einzelhandelsangebotes bewerten die Befragten das Einkaufszentrum am Rathaus besser als die Zentren.

Die Einkaufsatmosphäre wird in allen drei Zentren sowohl in der Passanten- als auch in der Online-Umfrage schlechter als befriedigend (3,1-3,4) benotet.

In Bezug auf Service und Beratung im Einzelhandel schneiden die Zentren Stukenbrock und Schloß Holte in beiden Befragungen mit Noten 2,6 und 2,6 etwas besser ab, als das Einkaufszentrum (2,7).

Insgesamt kann festgestellt werden, dass bei dieser Bewertung die Zentren Schloß Holte und Stukenbrock zu den abgefragten Themen weitestgehend ähnlich bewertet werden, und von der Bewertung des Einkaufszentrum am Rathaus abweichen.

Die Öffnungszeiten des Einzelhandels werden für das Zentrum Schloß Holte mit 2,9 am schlechtesten bewertet. Auch hier geht das Einkaufszentrum am Rathaus in der Online-Befragung mit der Note 2,2 als Sieger hervor.

Am attraktivsten wird das Einkaufszentrum am Rathaus mit einer Durchschnittsnote von 2,6 bewertet, gefolgt vom Zentrum Stukenbrock (2,9). Am wenigsten attraktiv wird das Zentrum Schloß Holte mit einer Note von 3,1 bewertet.

Tendenziell schneiden die Zentren bei der Online-Befragung schlechter ab als bei der Passantenbefragung. Dies kann damit zu tun haben, dass die Passanten tatsächlich die Zentren aufsuchen, wohingegen eher online-affine Menschen dem Besuch in einem der Zentren ohnehin abgeneigt sind.

Abb. 56: Bewertung der Zentren

Eigenschaft	Zentrum Schloß Holte	Zentrum Stukenbrock	Einkaufszentrum am Rathaus
Vielfalt Einzelhandelsangebot	3,7	3,3	2,4
Qualität Einzelhandelsangebot	3,1	2,9	2,5
Einkaufsatmosphäre	3,3	3,3	3,1
Service & Beratung	2,6	2,6	2,7
Öffnungszeiten	2,9	2,6	2,2
Durchschnittsnote pro Zentrum	**3,1**	**2,9**	**2,6**

Quelle: cima 2020

Frage: Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften der Zentren in Schloß Holte-Stukenbrock Schulnoten. (1 = sehr gut, 6 = ungenügend)

Das Gastronomieangebot in den Zentren Schloß Holte-Stukenbrocks lässt insbesondere für die online Befragten zu wünschen übrig. Für das Zentrum Schloß Holte besteht zwischen den beiden Befragtengruppen die größte Disparität.

Auch bezüglich des Parkplatzangebotes scheiden sich die Geister der online und persönlich Befragten. Während die online Befragten die Zentren Schloß Holte und Stukenbrock bezüglich dieses Themas mit 3,4 und 3,0 bewerten, benoten die Passanten mit 2,3 und 2,4. Beim Einkaufszentrum am Rathaus kehrt sich dieser Trend um: online Befragte bewerten hier mit 2,2 und Passanten mit 2,9.

Relativ schlecht schneidet das Kultur- und Veranstaltungsangebot in allen drei Zentren ab. Alle Noten befinden sich hier im Bereich befriedigend bis ausreichend.

Auch die Aufenthaltsqualität wird in keinem der Zentren als gut befunden. Am schlechtesten schneidet allerdings das Einkaufszentrum am Rathaus ab.

Abb. 57: Bewertung der Zentren (2)

Gastronomieangebot	Online-Befragung (n= 197)	Passanten-Befragung (n = 64)
Zentrum Schloß Holte	4,1	2,9
Zentrum Stukenbrock	2,9	2,8
Einkaufszentrum am Rathaus	3,9	3,4

Parkplatzangebot	Online-Befragung (n= 197)	Passanten-Befragung (n = 64)
Zentrum Schloß Holte	3,4	2,3
Zentrum Stukenbrock	3,0	2,4
Einkaufszentrum am Rathaus	2,2	2,9

Kulturangebot / Veranstaltungen	Online-Befragung (n= 197)	Passanten-Befragung (n = 64)
Zentrum Schloß Holte	3,4	3,7
Zentrum Stukenbrock	4,0	3,7
Einkaufszentrum am Rathaus	4,2	3,6

Aufenthaltsqualität	Online-Befragung (n= 197)	Passanten-Befragung (n = 64)
Zentrum Schloß Holte	3,3	3,0
Zentrum Stukenbrock	3,5	2,9
Einkaufszentrum am Rathaus	3,7	3,2

Quelle: cima 2020

Frage: Was müsste passieren, damit Sie das Zentrum Schloß Holte häufiger besuchen? Nennen Sie bitte bis zu drei konkrete Verbesserungsvorschläge.

Der häufigste Verbesserungsvorschlag für das Zentrum Schloß Holte ist die Etablierung von Gastronomie. Auch Bars, Cafés oder Außengastronomie sind gewünscht. Zweit meist genannter Verbesserungsvorschlag sind „andere Geschäfte" bzw. „mehr Geschäfte". Auch wünschen sich die Befragten Veranstaltungen, eine größere Angebotsvielfalt und die Etablierung eines Zentrumcharakters, der mit einer Neugestaltung einhergeht.

Abb. 58: Verbesserungsvorschläge zum Zentrum Schloß Holte

Hinweise: Häufigste Antwort „Gastronomie" mit 55 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=290, Passantenbefragung: n=53.
Quelle: cima 2020

Frage: Was müsste passieren, damit Sie das Zentrum Stukenbrock häufiger besuchen? Nennen Sie bitte bis zu drei konkrete Verbesserungsvorschläge.

Im Zentrum Stukenbrock kommen ähnliche Verbesserungsvorschläge wie in Schloß Holte auf. Der Wunsch nach Gastronomie, mehr Geschäften, einer höheren Angebotsvielfalt oder Veranstaltungen wird hier auch deutlich. Im Mittelpunkt der Verbesserungsvorschläge steht allerdings die Gestaltung. Auch wird nach mehr Parkplätzen verlangt.

Abb. 59: Verbesserungsvorschläge zum Zentrum Stukenbrock

Hinweise: Häufigste Antwort „Gestaltung“ mit 21 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=216, Passantenbefragung: n=16.
Quelle: cima 2020

Frage: Was müsste passieren, damit Sie das Einkaufszentrum am Rathaus häufiger besuchen? Nennen Sie bitte bis zu drei konkrete Verbesserungsvorschläge.

Besonders verbesserungswürdig sehen die Befragten das Einkaufszentrum am Rathaus in Bezug auf Gastronomie, gefolgt von der Parkplatzsituation. Ebenfalls sind Veranstaltungen, eine andere Gestaltung des Standortes und andere bzw. mehr Geschäfte gewünscht.

Abb. 60: Verbesserungsvorschläge zum Einkaufszentrum am Rathaus

Hinweise: Häufigste Antwort „Gastronomie“ mit 25 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=187, Passantenbefragung: n=3.
Quelle: cima 2020

Frage: Wenn Sie Ihr heutiges Einkaufsverhalten mit dem vor drei Jahren vergleichen, kaufen Sie dann heute mehr, gleich viel oder weniger an den genannten Standorten in Schloß Holte-Stukenbrock ein?

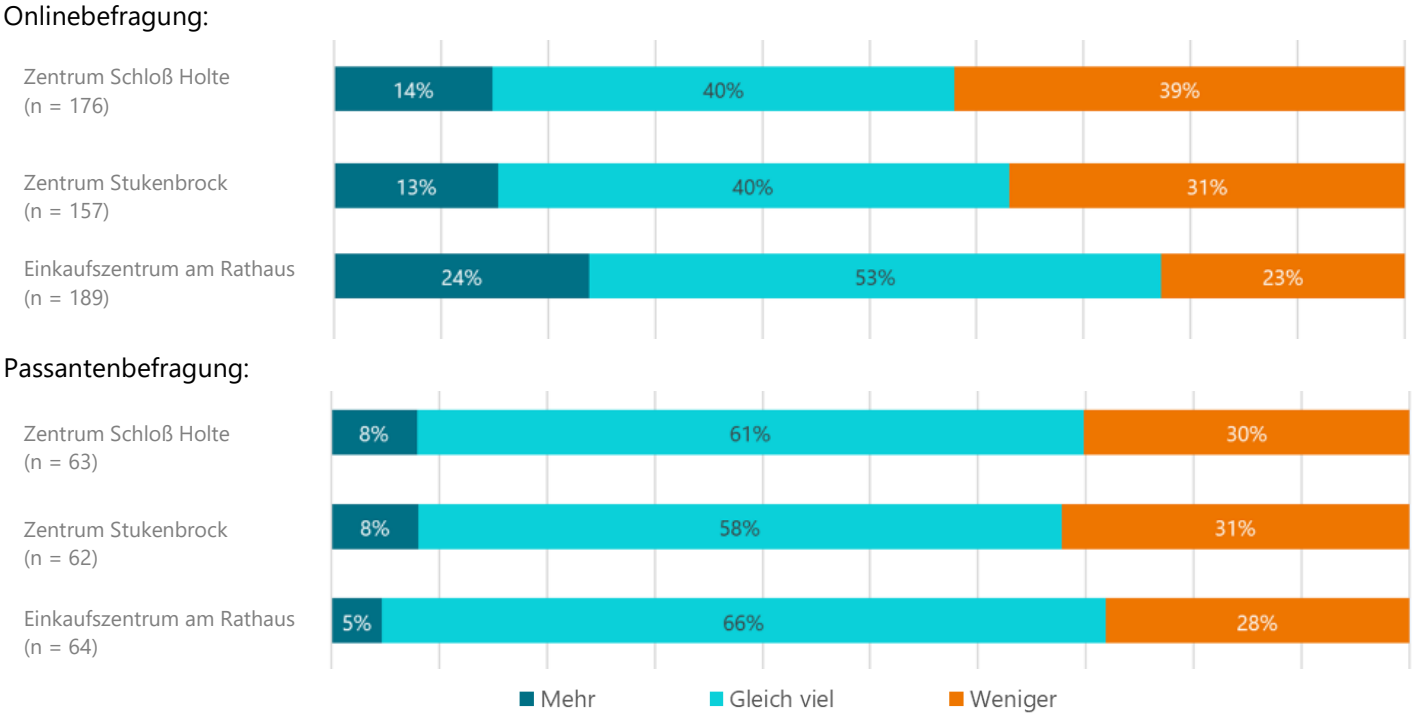
Der Anteil der Menschen, die an den Standorten weniger als noch vor drei Jahren einkaufen ist in der Tendenz größer als jener, die dort mehr einkaufen. Am größten ist allerdings der Anteil, dessen Kaufverhalten gleichgeblieben ist.

Generell gaben zwischen ca. 40 und 50 % befragten Passanten an, dass sich ihre derzeitige Einkaufssituation zu jener vor 3 Jahren nicht geändert habe. Bei den online Befragten sind es um die 60 %.

Bei der Onlinebefragung gaben anteilig mehr Personen an, dass sie an den genannten Standorten weniger als noch vor drei Jahren einkaufen, als bei der Passantenbefragung.

Rund ein Drittel der Befragten kaufen an den Standorten weniger ein als noch vor drei Jahren.

Abb. 61: Einkaufsverhalten

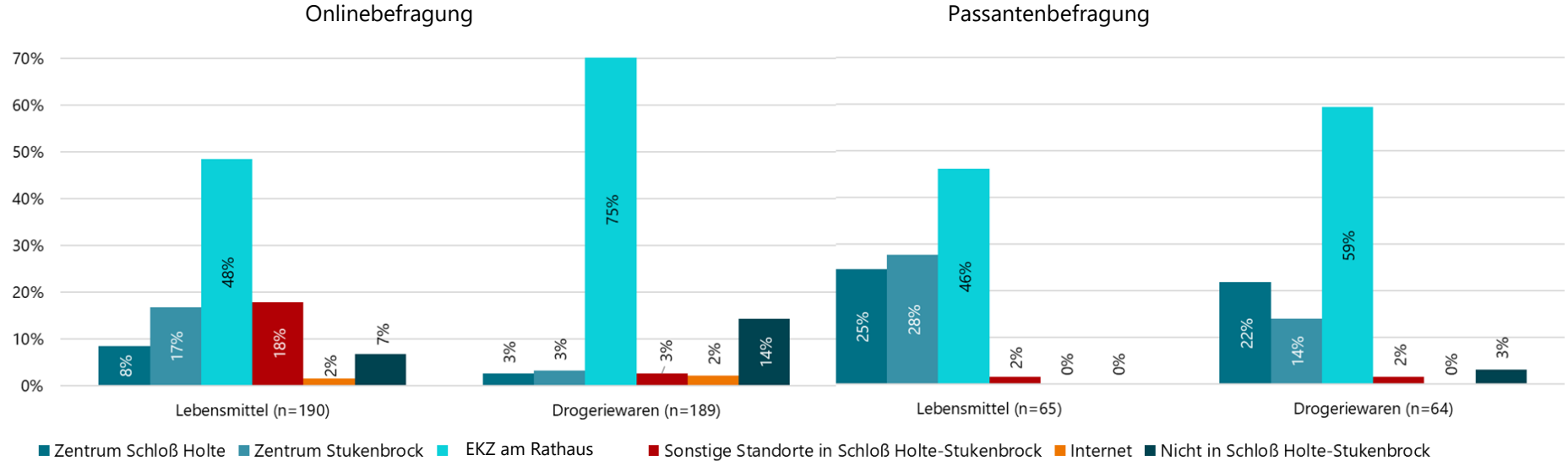


Quelle: cima 2020

Frage: Wo kaufen Sie die folgenden Waren hauptsächlich ein? Was ist Ihr Haupteinkaufsort (auch Internet)?

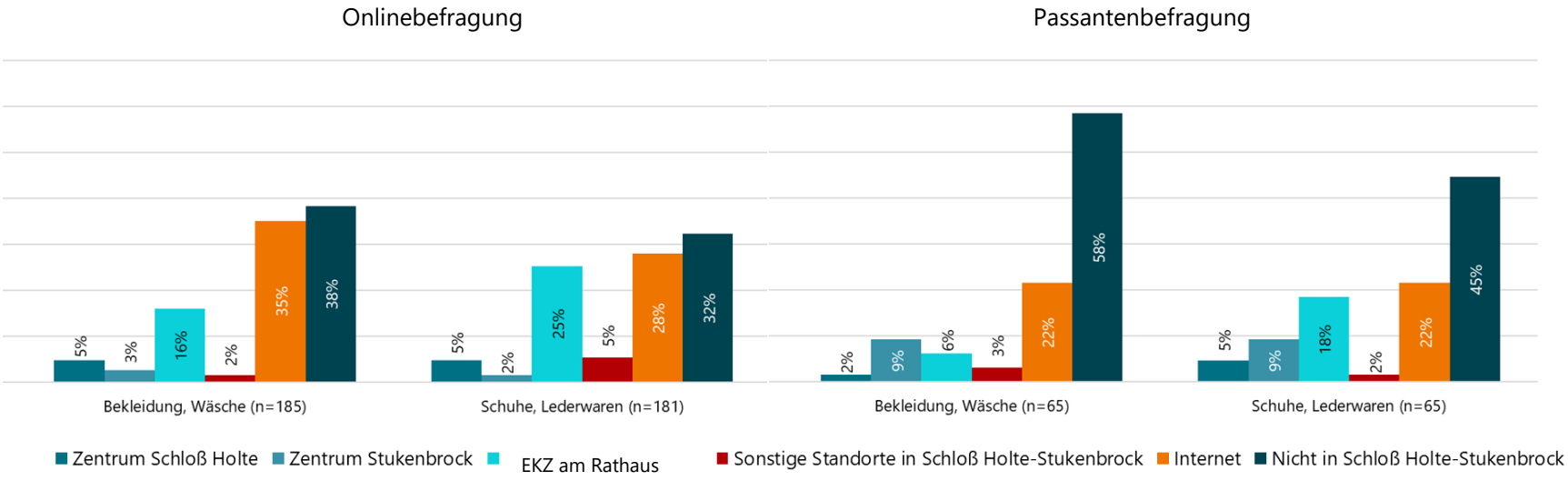
Lebensmittel werden in beiden Befragtengruppen zu knapp 50 % beim Einkaufszentrum am Rathaus gekauft. Deutlich ist, dass die befragten Passanten zudem häufiger in den beiden anderen Zentren einkaufen und verschwindend gering an sonstigen Standorten. Die online Befragten kaufen neben knapp 20 % im Zentrum Stukenbrock, auch 20 % ihrer Lebensmittel an sonstigen Standorten in Schloß Holte-Stukenbrock. Drogeriewaren werden bei beiden Befragungsarten mit deutlicher Mehrheit beim Einkaufszentrum am Rathaus eingekauft. Die Teilnehmer der Passantenbefragung beziehen Drogeriewaren allerdings auch zu ca. 20 % aus den Zentren Schloß Holte und Stukenbrock.

Abb. 62: Haupteinkaufsorte (Lebensmittel, Drogeriewaren)



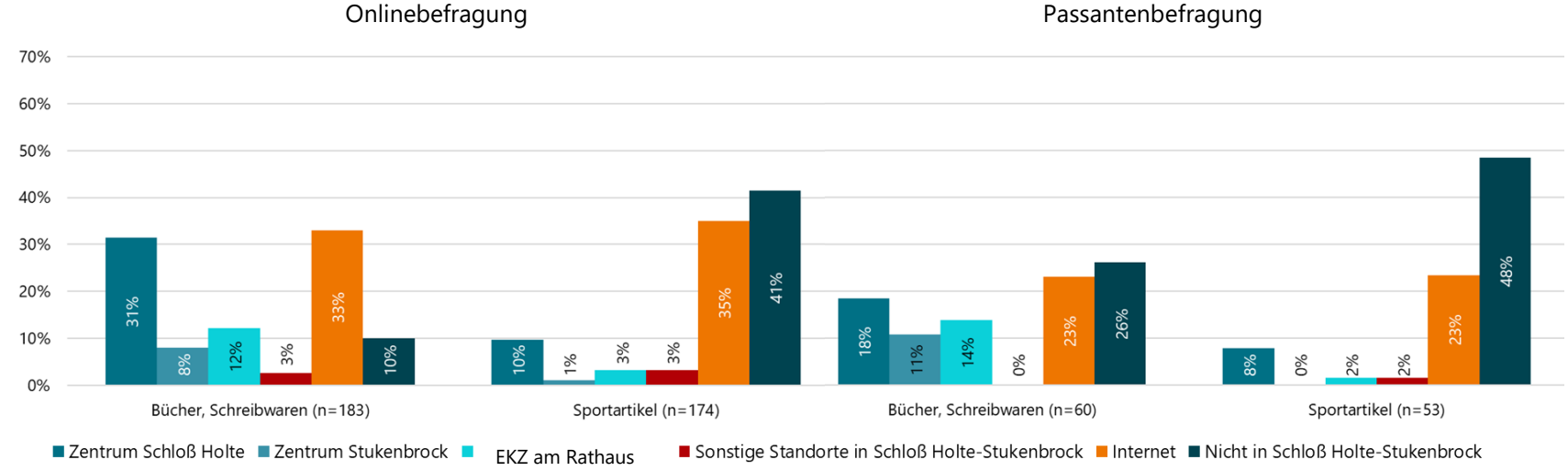
Quelle: cima 2020

Abb. 63: Haupteinkaufsorte (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren)



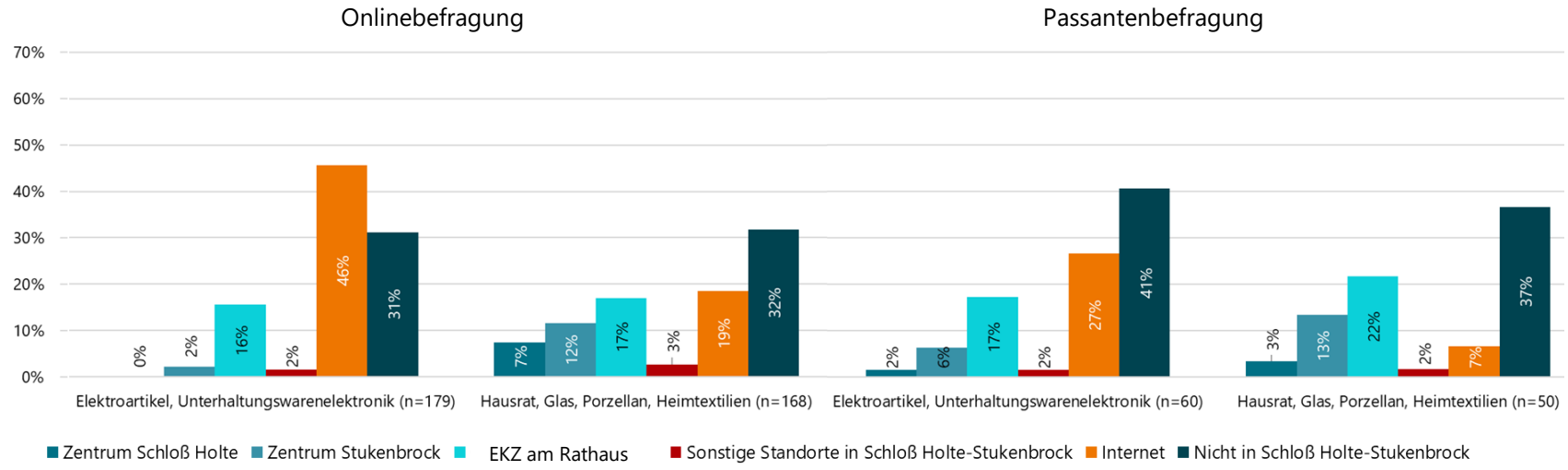
Quelle: cima 2020

Abb. 64: Haupteinkaufsorte (Bücher/ Schreibwaren, Sportartikel)



Quelle: cima 2020

Abb. 65: Haupteinkaufsorte (Elektronik/ Unterhaltungselektronik, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat)



Quelle: cima 2020

Frage: Wo kaufen Sie die folgenden Waren hauptsächlich ein? Was ist Ihr Haupteinkaufsort (auch Internet)?

Als Haupteinkaufsort gaben die meisten befragten Bielefeld an, gefolgt von Paderborn, Verl und Gütersloh.

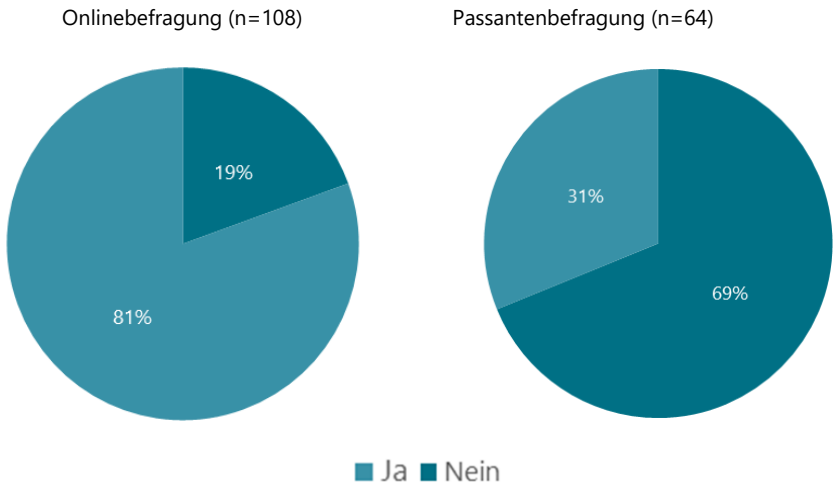
Abb. 66: Haupteinkaufsorte - sonstige Orte

Hinweise: Häufigste Antwort „Bielefeld" mit 13 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=110, Passantenbefragung: n=29 (in Bezug auf die gesamte Frage zum Thema Haupteinkaufsorte)
Quelle: cima 2020

Frage: Gibt es bestimmte Sortimente bzw. Angebote, die Sie in Schloß Holte-Stukenbrock insgesamt vermissen?

Ob die Befragten in Schloß Holte-Stukenbrock insgesamt Angebote vermissen, beantworten die online Befragten überwiegend mit ja (81 %), während die persönlich befragten nur zu 31 % zustimmten.

Abb. 67: Vermisste Angebote und Sortimente



Quelle: cima 2020

Frage: Gibt es bestimmte Sortimente bzw. Angebote, die Sie in Schloß Holte-Stukenbrock insgesamt vermissen? (Nenunng)

Besonders Bekleidung aber auch Elektroartikel, Gastronomie und Bioprodukte fehlend den Befragten in Schloß Holte-Stukenbrock.

Abb. 68: Vermisste Angebote und Sortimente (Nennung)

Hinweise: Häufigste Antwort „Bekleidung" mit 27 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=87, Passantenbefragung: n=19.
Quelle: cima 2020

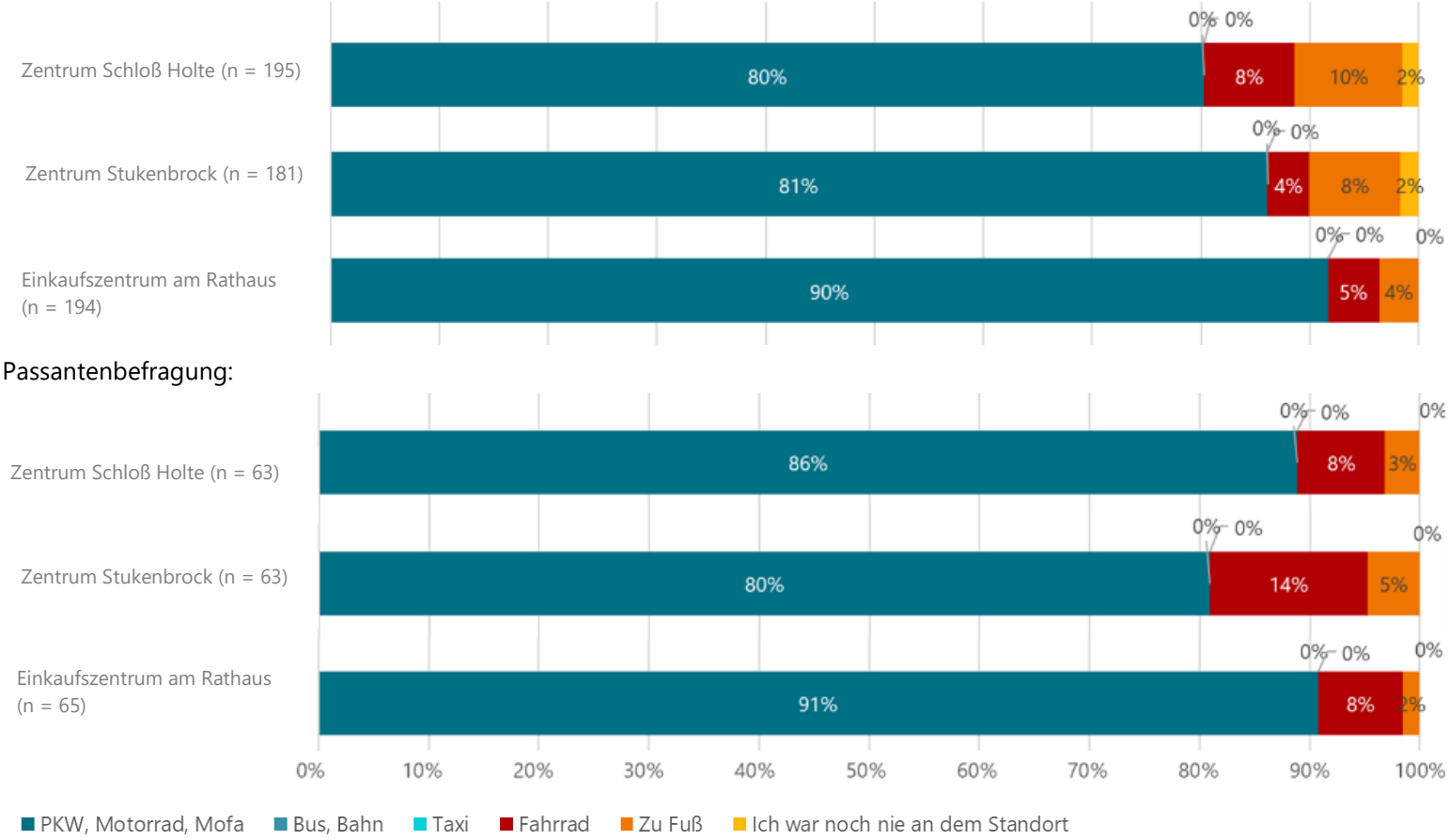
13.4 Verkehrsmittel

Frage: Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie üblicherweise zu den genannten Standorten in Schloß Holte-Stukenbrock? Bitte jeweils ein Verkehrsmittel nennen.

Zu mindestens 80 % werden die Zentren Schloß Holte sowie Stukenbrock üblicherweise mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) wie Pkw, Motorrad, Mofa aufgesucht. Das Einkaufszentrum am Rathaus wird von 90 % der Befragten üblicherweise mit dem MIV aufgesucht

Abb. 69: Verkehrsmittelwahl

Onlinebefragung:



Passantenbefragung:

Quelle: cima 2020

Frage: Wie schätzen Sie die Erreichbarkeit der Zentren ein? Bitte vergeben Sie für die Erreichbarkeit mit folgenden Verkehrsmitteln Schulnoten. (1 = sehr gut, 6 = ungenügend).

Am besten wird die Erreichbarkeit des Einkaufszentrums am Rathaus bewertet. Knapp darauf folgen die beiden Zentren Schloß Holte und Stukenbrock. Während die PKW-Erreichbarkeit der Standorte sowie die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad jeweils besser bewertet werden, wird die Erreichbarkeit über den ÖPNV bei allen Standorten deutlich schlechter bewertet.

Abb. 70: Bewertung der Erreichbarkeit der Zentren

Erreichbarkeit am Standort	Durchschnittsnote
PKW	
Zentrum Schloß Holte	2,0
Zentrum Stukenbrock	1,9
Einkaufszentrum am Rathaus	1,7
ÖPNV	
Zentrum Schloß Holte	3,6
Zentrum Stukenbrock	3,6
Einkaufszentrum am Rathaus	3,6
Fahrrad	
Zentrum Schloß Holte	1,9
Zentrum Stukenbrock	2,2
Einkaufszentrum am Rathaus	2,1

Quelle: cima 2020

13.5 Wochenmärkte

Frage: Bitte vergeben Sie für die Wochenmärkte der Zentren Schloß Holte und Stukenbrock Schulnoten. (1 = sehr gut, 6 = ungenügend).

In der Bewertung schneidet der Wochenmarkt Schloß Holte besser ab, als jener im Zentrum Stukenbrock. Während der Schloß Holter Wochenmarkt 1x wöchentlich auf dem Holter Kirchplatz stattfindet und mehrere Marktbeschicker hat, findet der Wochenmarkt in Stukenbrock zwar zweimal statt, leider aber nur auf einem Parkplatz an der Ecke Bokelfenner Straße/Hauptstraße und es gibt nur einen Marktbeschicker.

Zentrum Schloß Holte

Ø 2,7

Schloss-Markt

Holter Kirchplatz
jeden Freitagnachmittag von 13:30 Uhr bis 17:30 Uhr

Das Warenangebot der verschiedenen Markthändler reicht von Obst, Gemüse, Fleisch und Fisch über Käse, Brot und Eier bis hin zu Haushaltswaren und Blumen. Selbst für einen kleinen Zwischenimbiss ist an diversen Marktständen gesorgt.

Zentrum Stukenbrock

Ø 3,2

Stukenbrocker Markt

Parkplatzfläche Bokelfenner Straße / Ecke Hauptstraße
dienstags und freitags von 07.00 bis 13.00 Uhr

- Auf dem Stukenbrocker-Markt bekommen Sie frisches Obst und Gemüse von Kurt Pohlmeyer, Lambrachtsweg 17, 32107 Bad Salzuflen.

Quelle: https://www.schlossholtestukenbrock.de/freizeit-tourismus/gastlichkeit/gastronomie/wochenmarkt/

Folgende Verbesserungsvorschläge wurden bei der Befragung genannt:

Abb. 71: Verbesserungsvorschläge zu den Wochenmärkten

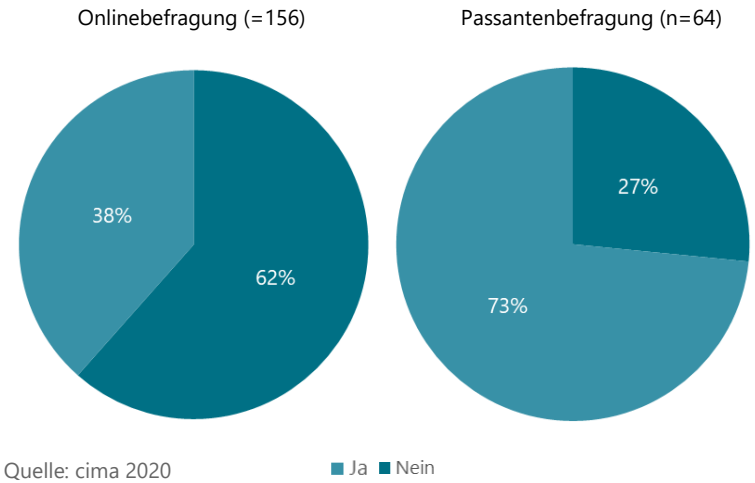
Hinweise: Häufigste Antwort „vergrößern" mit 11 Nennungen. Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=29, Passantenbefragung: n=19.
Quelle: cima 2020

13.6 Informationsbeschaffung und Online-Marktplatz

Frage: Würden Sie einen Online-Marktplatz des Einzelhandels in Schloß Holte-Stukenbrock nutzen? (Definition Online-Marktplatz: Eine Einkaufsplattform, auf der Einzelhändler und Dienstleister ihre Waren und Produkte online anbieten. Kunden können sich die Produkte online ansehen und erwerben.)

62 % der online Befragten, aber nur 27 % der persönlich befragten würden ein Online-Marktplatz des Einzelhandels in Schloß Holte-Stukenbrock nutzen.

Abb. 72: Einstellung zur Nutzung eines Online-Marktplatzes

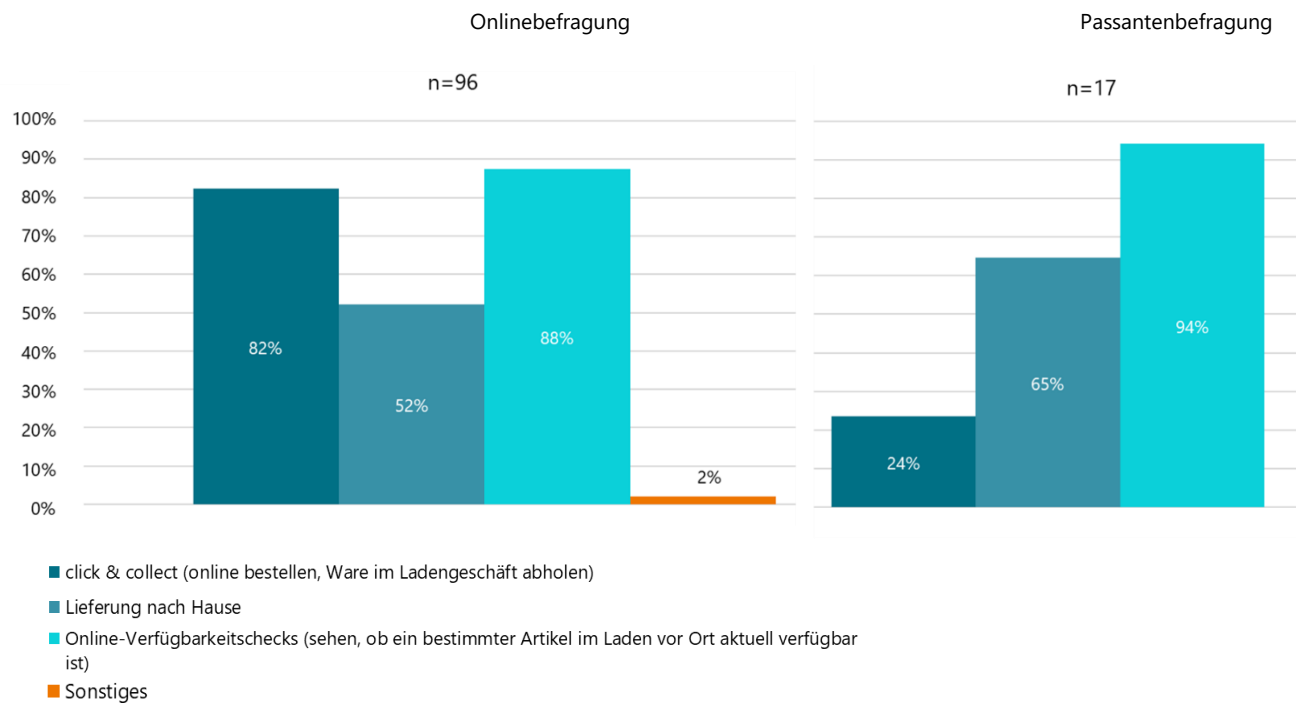


Quelle: cima 2020

Frage: Welcher Mehrwert müsste durch den Online-Marktplatz geboten sein? Mehrfachnennungen möglich

Die Befragung zeigt, dass bei Einführung eines Online-Marktplatzes der Online-Verfügbarkeitscheck den Befragten am wichtigsten wäre. Die online Befragten legen außerdem hohen Wert auf die Funktion Click & Collect, während die Passanten zweitgrößten Mehrwert in der Lieferung nach Hause sehen.

Abb. 73: Benötigter Mehrwert eines Online-Marktplatztes

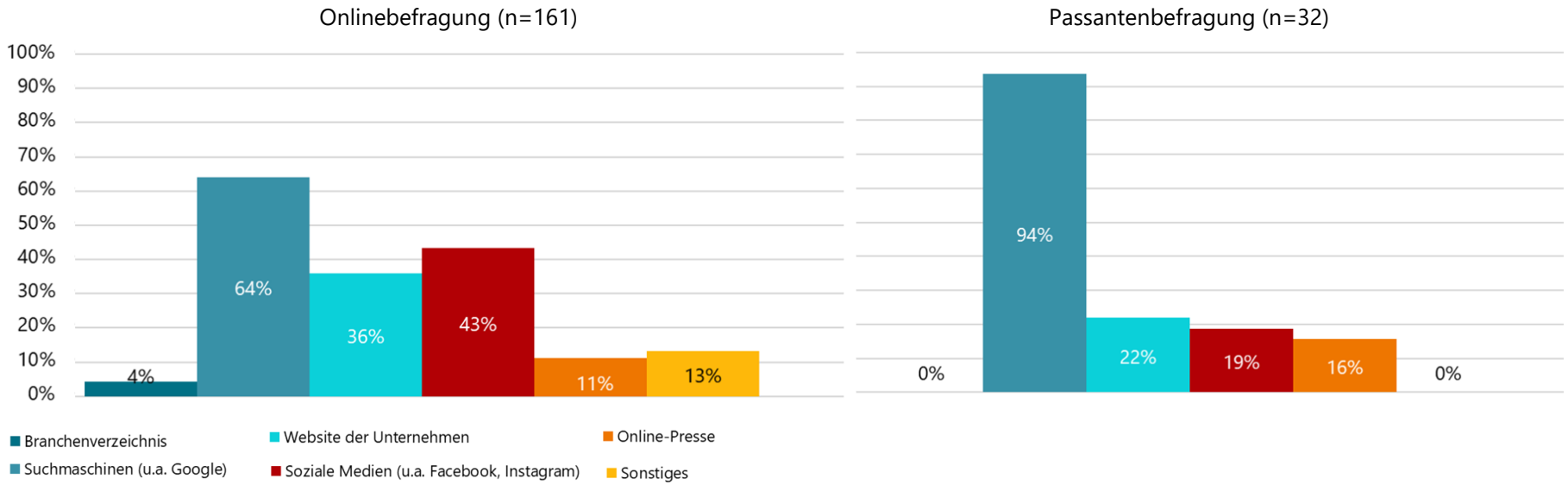


Quelle: cima 2020

Frage: Über welche Online-Kanäle beziehen Sie Informationen zum Einzelhandel in Schloß Holte-Stukenbrock? Mehrfachnennungen möglich.

Suchmaschinen wie Google sind in Online- sowie Passantenbefragung der am häufigsten genannte Kanal der Informationsbeschaffung über den Einzelhandel in Schoß Holte-Stukenbrock.

Abb. 74: Online-Informationskanäle

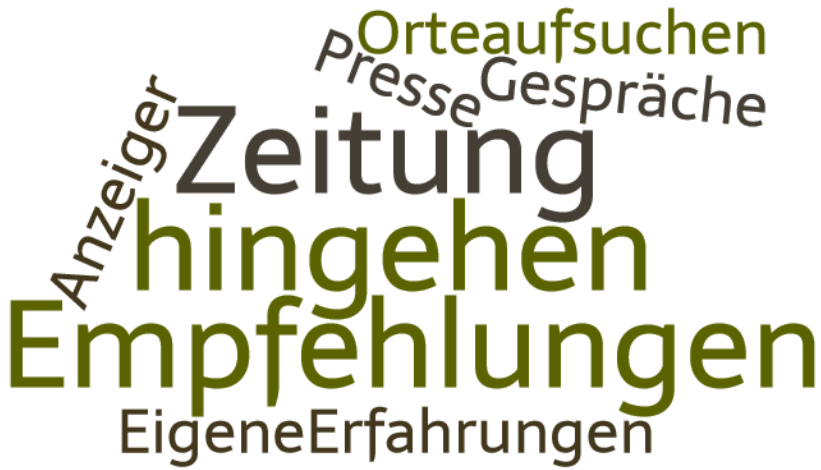


Quelle: cima 2020

Frage: Über welche Online-Kanäle beziehen Sie Informationen zum Einzelhandel in Schloß Holte-Stukenbrock? (Sonstige Informationskanäle)

Abseits der Online-Kanäle werden in Schloß Holte-Stukenbrock Informationen über den Einzelhandel hauptsächlich über die Zeitung, Empfehlungen oder persönliches Aufsuchen bezogen.

Abb. 75: Sonstige Informationskanäle



Hinweise: Häufigste Antwort „Empfehlungen“, Weitere Kategorien entsprechend der Nennungsanzahl kleiner dargestellt.
Onlinebefragung: n=25.
Quelle: cima 2020

14 Anhang

14.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
    - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
    - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
    - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
    - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
    - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von MB Research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.565 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (für das Jahr 2019).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

14.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf Datenbasis der flächendeckenden Erhebung sämtlicher Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Schloß Holte-Stukenbrock, die im Januar 2020 durch cima durchgeführt worden ist.

Bei der Analyse wurde die folgende Methodik zu Grunde gelegt:

- Berücksichtigung aller vorhabenrelevanten Einzelhandelsflächen
- Zusammenstellung von einzelnen Sortimenten in den jeweiligen Betrieben
- Branchenmix (31 Sortimente, Zusammenfassung auf 14 cima Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten", Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe im Zuge einer Vor-Ort-Begehung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt sowie Einschätzung durch Experten
- Darstellung der 14 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen (kurzfristigen) und den aperiodischen (mittel- und langfristigen) Bedarf

Abb. 76:Die 31 cima-Branchen und 14 Warengruppen

Warengruppen	Branchen
Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit und Körperpflege	Arzneimittel (Apotheken) Drogerie- und Parfümeriewaren
Zeitschriften, Schnittblumen	Schnittblumen, Floristik Zeitschriften, Zeitungen
Aperiodischer Bedarf	
Bekleidung, Wäsche	Oberbekleidung Wäsche, sonstige Bekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe Lederwaren
Bücher, Schreibwaren	Bücher Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Elektrogeräte, Leuchten Unterhaltungselektronik Foto Computer, Büro-/ Telekommunikation
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	Sanitätswaren Optik, Hörgeräteakustik
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf	Heimtextilien Möbel Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	Zoobedarf Eisenwaren, Baumarktartikel Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche Kfz-Zubehör Pflanzen, Gartenbedarf

Quelle: cima 2020

Abb. 77: Die von der cima differenzierten Betriebstypen

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)

Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.400 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/ oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Quelle: cima, 2020

14.3 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die ***Sicherung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches*** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.[34]

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension des zentralen Versorgungsbereiches stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion, sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs. 2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden[35]. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen[36]:

Zentrale Versorgungsbereiche sind *„räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt"*

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im

[34] Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

[35] Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209,S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

[36] Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein…"

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus[37]:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang."

Das BVerwG führt dazu weiter aus[38]:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz…Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet."

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

4. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
5. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
6. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden[39].

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt[40].

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

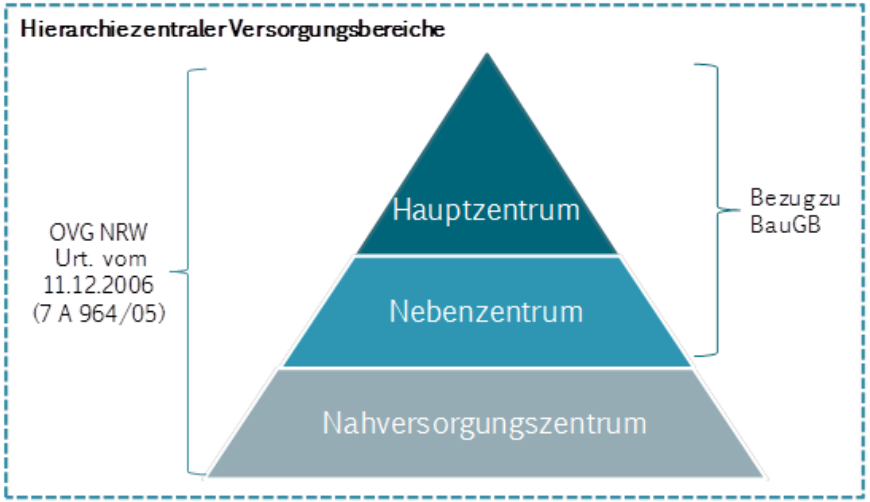
[37] Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

[38] BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

[39] Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung."

[40] Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Abb. 78: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima 2020

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mitberücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs' in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. ***Es sind die räumlichen***

Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen."

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.[41] Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.[42]

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

14.4 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen ist sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtlos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen […] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich […] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt".

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die

[41] Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

[42] Zum Begriff ‚zentral' wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besatz an Versorgungsfunktion vorliegen.

Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse[43].

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.[44]

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen wesentliche Beeinträchtigungen darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden können.

[43] Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

[44] Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.