

Einzelhandelskonzept

für die

Gemeinde Altenberge

Teil 2



Bearbeitung:

BBE Handelsberatung Westfalen GmbH

Von Esmarch-Straße 168 ▪ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ▪ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-muenster.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl. Kfm. Hans-Joachim Schrader

Dipl. Ing. Michael Gutzeit

Münster, September 2007

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	4
1.1	Aufgabe und Zielsetzung der Untersuchung	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	5
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Altenberge	7
2.1	Lage im Raum	7
2.2	Verkehrerschließung	7
2.3	Umgehungsstraße und zukünftige städtebauliche Entwicklung	8
2.4	Struktur und Entwicklung der Bevölkerung	10
2.5	Städtebauliche Rahmenbedingungen	10
2.6	Planungsrechtliche Ausgangslage	11
3	Ergebnisse der Angebotsanalyse in der Gemeinde Altenberge	14
3.1	Struktur des Angebotes	14
3.2	Kaufkraft	18
3.3	Betriebe	20
3.4	Verkaufsflächen in Altenberge	22
	3.4.1 Flächen und Flächenausstattung in den Sortimenten	22
	3.4.2 Flächenausstattung im Vergleich	23
3.5	Räumliche Verteilung	24
	3.5.1 Zentraler Einkaufsort	24
	3.5.2 Nahversorgungsstandorte	26
	3.5.3 Sonstige Standorte	28
3.6	Umsatz-Kaufkraft-Relationen (UKR)	28
3.7	Angebotsqualität	31
3.8	Leerstandsflächen in Altenberge	31
	3.8.1 Aufnahme	31
	3.8.2 Bewertung der Objekte	33
	3.8.3 Empfehlungen	34
3.9	Zusammenfassende Bewertung	35

4	Entwicklungstendenzen im Handel	36
5	Konzeptionelle Empfehlungen	40
5.1	Leitvorstellungen	40
5.2	Einzelhandels- und Zentrenkonzept	41
5.2.1	Zentraler Versorgungsbereich	43
5.2.2	Nahversorgungsstandorte	44
5.2.3	Fachmarktstandorte	47
5.3	Planungsrechtliche Empfehlungen	48
5.3.1	Definition und Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente	49
5.3.2	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	53
5.3.3	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten	54
5.3.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	55
5.3.5	Zusammenfassung der planungsrechtlichen Empfehlungen	56
6	Schlusswort	59
	Anhang Fachbegriffe	60

Abbildungs-/Kartenverzeichnis

Abb. 1 : Ortsteile und Einwohner der Gemeinde Altenberge	7
Abb. 2 : Wegezwecke	9
Abb. 3 : Bevölkerungsentwicklung	10
Abb. 4 : Fotos Altenberge	11
Abb. 5 : Fotos Münster	15
Abb. 6 : Fotos Borghorst	16
Abb. 7 : Fotos Greven	17
Abb. 8 : Fotos Nordwalde	17
Abb. 9 : Fotos Havixbeck	18
Abb. 10 : Verbrauchsausgaben in Altenberge	19
Abb. 11 : Kaufkraftpotenziale nach Sortimenten	20
Abb. 12 : Betriebe und Sortimente	21
Abb. 13 : Umsatzanteile der Betriebe nach Vertriebsformen	22
Abb. 14 : Verkaufsflächen in Altenberge	23
Abb. 15 : Flächenausstattung im Vergleich	24
Abb. 16 : Fotos Ortskern Altenberge	25
Abb. 17 : Hauptgeschäftsbesatz Altenberge	26
Abb. 18 : Fotos Nahversorgungsstandort Münsterstraße	27
Abb. 19 : Fotos Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße	28
Abb. 20 : Umsatz-Kaufkraft- Relationen nach Hauptwarengruppen	29
Abb. 21 : Fotos Leerstände Münsterstrasse, Alte Post	32
Abb. 22 : Foto Lindenhof	33
Abb. 23 : Entwicklung der Handelsstrukturen	36
Abb. 24 : Polarisierung der Märkte	37
Abb. 25 : Zentrenhierarchie	42
Abb. 26 : Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich	44
Abb. 27: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Münsterstraße	45
Abb. 28: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße	46
Abb. 29 : Abgrenzung Ergänzungslage Nahversorgung im Bereich Münsterstraße	47
Abb. 30 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente	52
Abb. 31 : Liste nahversorgungsrelevanter Sortimente	53
Abb. 32 : Zentrenkonzept	57
Abb. 33 : Übersicht zur Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen	58

1 **AUFGABENSTELLUNG UND AUFTRAGSDURCHFÜHRUNG**

1.1 **Aufgabe und Zielsetzung der Untersuchung**

Der deutsche Einzelhandel befindet sich seit etwa 15 Jahren in einem elementaren Strukturwandel.

Angebotsseitig wird dies deutlich durch sich verändernde Betreiberkonzepte, durch anhaltenden Ansiedlungsdruck der Anbieter bei oftmals erheblich gestiegenen Anforderungen sowohl an die Verkaufsflächendimensionierung als auch die verkehrliche Erreichbarkeit sowie Parkplatzausstattungen. Gleichzeitig trifft dieser Ansiedlungsdruck auf i.d.R. stagnierende Nachfragepotenziale und eine erhöhte Preissensibilität.

Die Gemeinde Altenberge will angesichts dieser Entwicklungen in einem zukunftsorientierten Konzept die planerischen Voraussetzungen für eine positive Entwicklung des Einzelhandels in Altenberge schaffen.

Weiterer Hintergrund des Konzeptes sind vorliegende Planungen zur Errichtung bzw. Erweiterung und Verlagerung großflächigen Handels. Auf die Planungen wird im Rahmen einer Verträglichkeitsprüfung gemäß § 11 Ab. 3 BauNVO in einem gesonderten Teil 1¹ detailliert eingegangen.

Durch die Erstellung des Konzeptes soll die Gemeinde für aktuelle und zukünftige Fragen der Bauleitplanung bei Einzelhandelsvorhaben insoweit fachlich abgesichert sein, dass Begründungen ggf. auch vor Gericht Bestand haben. Ansonsten soll das Konzept Orientierung für die zukünftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Altenberge geben. Ausgehend von den Zielen der Stadtentwicklung und den marktseitigen Rahmenbedingungen – Kaufkraft, Wettbewerbssituation, betriebswirtschaftliche Standortanforderungen – sind geeignete Empfehlungen zur Sicherung und zum Ausbau eines Versorgungsnetzes zu entwickeln, das der Siedlungsstruktur der Gemeinde entspricht. Dies hat unter Einbeziehung der derzeit bekannten Einzelhandelsplanungen in der Region zu erfolgen.

Vor dem Hintergrund obiger Entwicklungen hat die Gemeinde Altenberge die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes in Auftrag gegeben. Der Auftrag wurde im November 2006 durch die Gemeinde Altenberge an die BBE Handelsberatung Westfalen GmbH erteilt. Weitere Ergänzungen zum Untersuchungsumfang wurden im März des Jahres 2007 beauftragt.

In dem Konzept sollen konzeptionelle Empfehlungen als Entscheidungsgrundlage für Politik und Verwaltung zur Steuerung und Förderung der Einzelhandelsentwicklung in Altenberge erarbeitet werden.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei folgende Aspekte:

¹ BBE Handelsberatung: Einzelhandelskonzept Altenberge, Teil 1, gutachterliche Stellungnahme zu großflächigen Ansiedlungsvorhaben in Altenberge, Münster 2007

- Analyse der Angebots- und Nachfragestrukturen in Altenberge
- Aufnahme und Analyse vorhandener bzw. potenzieller Fachmarkt-/Discounterstandorte
- Erfassung und Bewertung der Leerstandsflächen
- Bewertung der möglichen Auswirkungen durch die neue Umgehungsstrasse
- Erarbeitung eines Zentrenkonzeptes mit Funktionszuweisungen für die Zentralen Versorgungsbereiche und die Standorte des großflächigen Einzelhandels
- Darstellung der Steuerungsinstrumente für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels

Ziel der gesamten Untersuchung ist es, die Planungssicherheit für privatwirtschaftliche Investitionsvorhaben zu erhöhen und Steuerungs- und Einflussmöglichkeiten der Gemeinde auf die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels zu optimieren.

Als Projektleiter sind Dipl. Kfm. Hans-Joachim Schrader und Dipl. Ing. Michael Gutzeit von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

Besonderer Dank für zahlreiche Hinweise und Vorschläge gebührt den Mitarbeitern der Gemeindeverwaltung sowie den Vertretern öffentlicher Belange:

- Herr Paus, Bürgermeister der Gemeinde Altenberge
- Herr Rövekamp, Bauamt der Gemeinde Altenberge
- Herr Höing, Industrie- und Handelskammer Nordwestfalen
- Herr Schmitz, Industrie- und Handelskammer Nordwestfalen
- Herr Bongartz, Dezernent Regionalplanung bei der Bezirksregierung Münster

1.2 Methodische Vorgehensweise

In der Untersuchung wird neben bereits vorliegenden Daten (Sekundärdaten) auf primär für die Untersuchung erhobene Daten zurückgegriffen.

Bei den Sekundärdaten sind dies vorrangig folgende Gutachten sowie Marktforschungsergebnisse:

- Angaben sowie kartografische Unterlagen der Gemeinde
- Verbrauchsausgaben und Kaufkraft-Niveau, BBE Unternehmensberatung Köln, 2006
- Daten zur Einzelhandelsstruktur und –entwicklung, EHI - Retail Institute, Köln, 2006/2007

Neben den obigen Unterlagen wurde den Gutachtern Planungsunterlagen wie Flächennutzungsplan und Bebauungspläne durch den Auftraggeber zur Verfügung gestellt.

Grundlage der Angebotsanalyse sind die im Rahmen von Orts- und Betriebsbegehungen durchgeführten Erhebungen der Betriebsstätten und die Schätzung der für das Jahr 2006 zu erwartenden Umsätze. Hierzu wurden sämtliche Betriebsstätten in der Gemeinde Altenberge durch Begehung aufgesucht und erhoben.

Verkaufsflächen und Umsätze wurden differenziert nach den jeweiligen Sortimenten erhoben. Zusätzlich wurden Informationen zum Standort, zum Betriebstyp sowie zur etwaigen Filialorganisation in einer Datenbank erfasst. Durch Intensivbegehung der wesentlichen Einzelhandelsstandorte wurden mögliche Entwicklungspotenziale analysiert und bewertet.

Die Analyse der Nachfragesituation wurde auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveaus, der Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage vorgenommen. Auf primärstatistische Verfahren wurde im Hinblick auf die maßgebliche Zielsetzung einer planungsrechtlichen Steuerung durch das Konzept verzichtet.

2 RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG IN DER GEMEINDE ALTENBERGE

Die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Altenberge hängt zu einem erheblichen Teil von Rahmenbedingungen ab, auf welche die Akteure in der Gemeinde nur geringen Einfluss nehmen können. So sind geografische sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten zu berücksichtigen, welche die Bedeutung und das Profil des Standortes weitgehend vorprägen.

Desweiteren sorgt die anhaltende Dynamik der Standort- und Betriebsformenentwicklung im deutschen Einzelhandel auch in Altenberge sowie in der Region für erheblichen Veränderungsdruck auf „gewachsene“ Strukturen.

2.1 Lage im Raum

Die Gemeinde Altenberge liegt im nördlichen Teil des Landes Nordrhein-Westfalen innerhalb des Kreises Steinfurt. Unmittelbare Nachbarn sind die kreiszugehörigen Kommunen Steinfurt, Nordwalde, Laer, Billerbeck, Greven, Havixbeck sowie das Oberzentrum Münster.

Die Gemeinde Altenberge besteht aus der Gemeinde sowie mehreren Bauernschaften. Siedlungsschwerpunkt ist der Ortsteil Altenberge.

Die Gemeinde ist Grundzentrum in der Region.

Abb. 1 : Ortsteile und Einwohner der Gemeinde Altenberge

Nr.	Altenberge	2006	Anteil
1	Altenberge Dorf	8.665	80,0%
2	Entrup	396	3,7%
3	Hansell	315	2,9%
4	Hohenhorst	311	2,9%
5	Kümper	310	2,9%
7	Waltrup	389	3,6%
8	Westenfeld	439	4,1%
Gemeinde Altenberge		10.825	100,0%

Quelle: Gemeinde Altenberge website, Angaben inkl. der Bürger mit Nebenwohnungen

2.2 Verkehrserschließung

Die Gemeinde Altenberge ist über die Bundesstraße B 54 sowie mittelbar die BAB 1 eng in das überregionale Straßenverkehrsnetz eingebunden. Dieses Netz wird durch teilweise gut ausgebaute Landes- und Kreisstraßen ergänzt.

Die Gemeinde Altenberge liegt an der Bahnstrecke Münster-Gronau und verfügt in der Region über geeignete Zustiegsmöglichkeiten in den Schienenfernverkehr.

Auch die verkehrliche Anbindung an den Regionalflughafen FMO ist sehr gut zu bezeichnen.

2.3 Umgehungsstraße und zukünftige städtebauliche Entwicklung

Im Ortskern Altenberges besteht seit längerem Handlungsbedarf, die Verkehrssicherheit zu erhöhen sowie die Qualität des Wohnens, Einkaufens und Aufenthaltes zu verbessern. Aufgrund der Verkehrsbeziehungen zwischen Nordwalde / Greven und der B 54, der Autobahnanschlussstelle BAB 1 sowie den südwestlich der B 54 gelegenen Ortschaften ergibt sich ein erhebliches Verkehrsaufkommen mit entsprechenden Auswirkungen auch für den innerörtlichen Einzelhandel.

Das Netz an Hauptverkehrsstraßen mit Borghorster-, Münster-, Laerstrasse, Boakenstiege sowie Bahnhofsstrasse führt derzeit aufgrund der starken Belastungen insbesondere für die an den Hauptverkehrsstraßen wohnhaften Anwohnern zu erheblichen Belästigungen. Daneben verursacht die hohe Verkehrsbelastung eine erhebliche Trennwirkung insbesondere der Einzelhandelsnutzungen am Marktplatz sowie der Kirchstrasse. Aber auch aus Verkehrssicht stellt sich die Situation als unbefriedigend dar, da sich relativ hohe Fahrzeiten für den Kfz-Verkehr ergeben.

Diese beschriebenen Problemfelder sollen durch den Bau einer Südumgehung Altenberge K 50n einschließlich der neuen Anschlussstelle L 874 / B 54 verbessert werden. Die Maßnahme ist integriert einerseits in einen städtebaulichen Rahmenplan,² andererseits in ein kommunales Verkehrskonzept.³ Mit der Umgehungsstraße erhält die Gemeinde Altenberge eine Verbindung von der L 510 südlich von Altenberge bis zur K 64 nordöstlich von Altenberge und somit eine wesentliche Entlastung der innerörtlichen Verkehrssituation.

Durch den Bau kommt es zu einer Neuorientierung der Quell- und Zielverkehre. Die bisherigen Fahrbeziehungen zwischen den Gebieten westlich und östlich der B 54 sowie zwischen Greven – B 54 / BAB 1 und Nordwalde – B 54 / BAB 1 werden nach Realisierung verstärkt über die Südumgehung K 50n und die Anschlussstelle stattfinden. Ferner wird prognostiziert, dass sich auch die Fahrbeziehung Münster – Altenberge aus den östlichen Wohngebieten sowie den Gewerbegebieten deutlich verbessern.

Mit der Entlastung einher geht eine erhebliche Verbesserung der örtlichen Aufenthaltsqualität insbesondere im Ortskern Altenberges. Ebenfalls reduzieren wird sich die Trennwirkung der heute stark befahrenen Hauptverkehrsstraße Boakenstiege, so dass die Qualität fußläufiger Verbindungen zwischen den am Marktplatz sowie den in der Kirchstrasse gelegenen Einzelhandelsbetrieben zunehmen wird. Insgesamt dürfte der Ortskern Altenberges eine **erhebliche städtebauliche Aufwertung** erfahren.

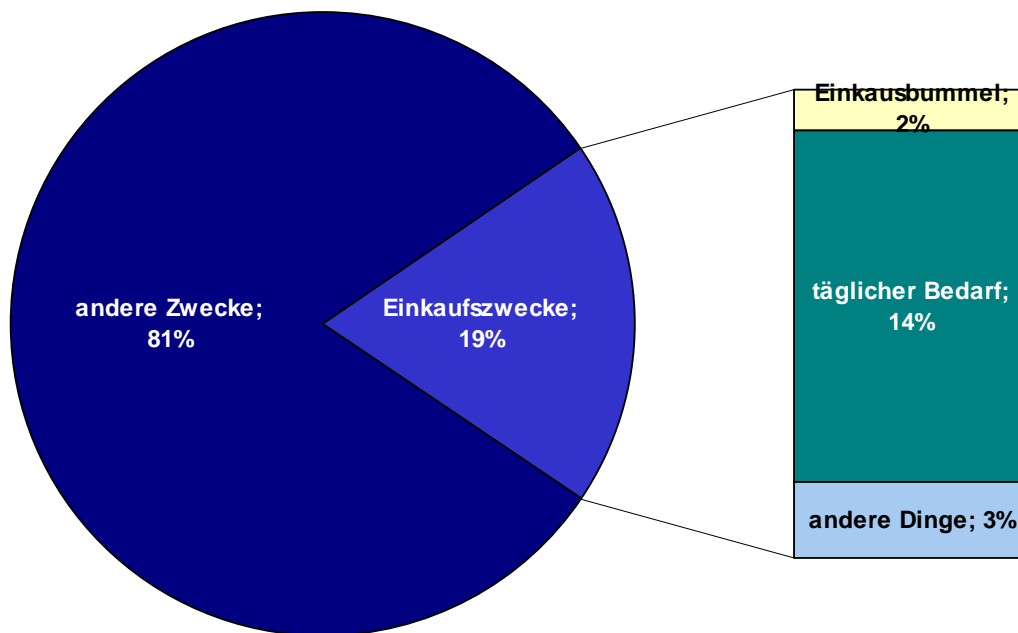
² Gemeinde Altenberge: Städtebaulicher Rahmenplan „Altenberge Ost“, Altenberge 1995

³ Gemeinde Altenberge: Verkehrskonzept, Altenberge 1995

Befürchtungen, dass mit der Abnahme der Verkehrsfrequenzen auch mögliche Umsatzeinbußen im Einzelhandel zu befürchten sind, sind tendenziell auszuschließen:

Untersuchungen des Bundesbauministeriums belegen, dass nur etwa jeder 5. Weg Einkaufszwecken dient; hiervon der überwiegende Teil dem Einkauf für Güter des täglichen Bedarfs.⁴

Abb. 2 : Wegezwecke



Quelle: Bundesbauministerium, Mobilität Deutschland, Berlin 2004

Erfahrungen aus anderen Städten zeigen, dass der bisherige sowie der zukünftig wegfallende Durchgangsverkehr mit einem Anteil von 25 %⁵ im Ortskern Altenberges in der Regel wenig Neigung verspürt, zusätzliche Zeit für den Einkauf woanders als am Wohnort zu verbringen, da er erhebliche Anteile seiner Freizeit für die Fahrten von und zur Arbeitsstätte aufbringen muss. Die sonstigen Teilnehmer im Binnen- sowie Quell- und Zielverkehr sind Bewohner Altenberges, die unabhängig von einer neuen Verkehrsführung ihre Versorgungseinkäufe auch weiterhin am Wohnort tätigen werden.

Darüber ist durch die Verbesserung der Verweil- sowie Anbindungsqualität eine allerdings nicht quantifizierbare Verbesserung der Einzelhandelssituation gegeben.

⁴ „Mobilität in Deutschland“, INFAS Institut, Bonn, DIW, Berlin, 2004

⁵ Gemeinde Altenberge: Verkehrskonzept, S. 4, Altenberge 1995

Der Gebietsentwicklungsplan (GEP) sieht eine Wohnbauentwicklung für Altenberge in dem Raum vor, der durch die K 50 n sowie die Bahnlinie begrenzt wird.

Dieser zukünftigen Entwicklung der Siedlungsbereiche wird durch die Ausweisung geeigneter Nahversorgungsstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung im Konzept Rechnung getragen.

2.4 Struktur und Entwicklung der Bevölkerung

Die Gemeinde Altenberge weist mit Stand 2006 eine Einwohnerzahl von 10.825 BürgerInnen⁶ auf.

Etwa 80 % aller Einwohner sind in Altenberge gemeldet, während sich die übrigen Bürger auf die überwiegend dörflich strukturierten Bauernschaften verteilen. Es sind dies ausschließlich Ortsteile mit weniger als 1.000 Einwohnern.

Die Bevölkerungsentwicklung ist entgegen der demographischen Entwicklung in der Bundesrepublik leicht steigend.

Abb. 3 : Bevölkerungsentwicklung

	Einwohner	Veränderung
2002	10.375	
2003	10.430	0,5%
2004	10.560	1,2%
2005	10.742	1,7%
2006	10.825	2,5%
Veränderung 2002-2006	450	4,2%

Quelle: Gemeinde Altenberge, eigene Berechnungen

Aus der Bevölkerungsentwicklung lässt sich somit auch zukünftig ein moderater Anstieg des Kaufkraftpotenzials ableiten.

2.5 Städtebauliche Rahmenbedingungen

Die Gemeinde Altenberge weist im Kernstadtbereich teilweise städtebaulich attraktive Rahmenbedingungen auf, die teilweise durch Baudenkmäler bestimmt werden.

Das Stadtbild wird zum Teil durch die topographische Lage auf einer Erhebung geprägt.

Innerhalb des Siedlungsschwerpunktes Altenberge ist überwiegend kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz anzutreffen, während sich der großflächige Einzelhandel in Randlage sowie entlang der alten Bundesstraße etabliert hat. Standorte des Einzelhandels mit überörtlicher Bedeutung sind zur Zeit nicht zu erkennen.

⁶ Einwohnerzahl inkl. der BürgerInnen mit 2. Wohnsitz

Abb. 4 : Fotos Altenberge



Quelle: eigene Fotos

Der Ort mit seinem gewachsenen Ortskern bettet sich ein in die naturräumlichen Gegebenheiten des Münsterlandes.

Bedingt durch die relativ geringen Einwohnerzahlen in den Bauernschaften hat sich ein Geschäftsbesatz lediglich im OT Altenberge entwickeln können, wenngleich der Besatz auch hier keine überörtliche Anziehungskraft ausübt.

2.6 Planungsrechtliche Ausgangslage

Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Altenberge soll die Schwerpunkte der zukünftigen Entwicklung des Einzelhandelsstandortes aufzeigen. Dabei ist von der aktuellen örtlichen Situation des Standortes bzw. der Gemeinde und den sich daraus ergebenden Potenzialen und Einschränkungen auszugehen.

So ist eine gewisse Prägung des „Einzelhandelsstandortes Altenberge“ bereits durch die Ausweisung von Teilbereichen für Einzelhandelsnutzungen mit überwiegend nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt vorgenommen worden. Daneben sind im Gewerbegebiet einzelne Betriebsstätten, teilweise auch mit zentrenrelevantem Schwerpunkt angesiedelt.

Für die zukünftige Entwicklung ist zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen eine Differenzierung nach Standorteignung sowie Fristigkeit bzw. Relevanz unterschiedlicher Sortimente vornimmt.

Betriebe mit zentrenrelevantem Schwerpunkt sowie Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich auf entwicklungsfähige Standorte innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche zu bündeln. Diese Zentralen Versorgungsbereiche wurden in der neuen Landesplanung eingeführt, so dass zukünftig die Landes- und Bauleitplanung unter einem einheitlichen Planungsbegriff erfolgt.

Seit den 70er Jahren bestehen grundsätzliche landesplanerische Regelungen für den großflächigen Einzelhandel, um eine flächendeckende und wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen. Diese Regelungen sind im Landesentwicklungsprogramm (LEPro NRW) von 1989 sowie im Landesentwicklungsplan (LEP NRW) von 1995 niedergelegt. Weitere Bestimmungen und Präzisierungen sind dem Einzelhandelserlass von 1996 zu entnehmen.

Diese Regelungen werden jedoch mittlerweile durch das so genannte CentrO-Urteil in Frage gestellt⁷. Die Richter des OVG Münster stellen hier fest, dass dem § 24 (3) LEPro NRW wegen seiner Unbestimmtheit keine Zielqualität zukommt. Dies gilt auch für weitere Sollvorschriften des Raumordnungsgesetzes. Das Urteil belegt somit einen grundsätzlichen Novellierungsbedarf der landesplanerischen Grundlagen.

Die Unschärfe vorhandener landesplanerischer Instrumente hat sich aber bereits in den letzten Jahren angesichts zahlreicher Ansiedlungsdiskussionen gezeigt. Das System der zentralen Orte hat derzeit nur noch eine eingeschränkte Steuerungswirkung.

In der novellierten Landesplanung wurde im Rahmen des ergänzten § 24a LePro der Begriff der **Zentralen Versorgungsbereiche** eingeführt. Großflächiger Handel oder Einkaufszentren können nur noch in städtebaulich integrierter Lage innerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche (ASB) ausgewiesen werden. Solche Vorhaben müssen nach Art und Umfang der Versorgungsfunktion der Ansiedlungsgemeinde entsprechen und nicht die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Versorgungsbereiche innerhalb oder außerhalb der eigenen Kommune beeinträchtigen.

Diese Zentralen Versorgungsbereiche sind durch die Kommunen räumlich und funktional festzulegen.

Bei der Festlegung der räumlichen Grenzen steht neben einer räumlichen Dichte an Einzelhandelsbetrieben die Multifunktionalität im Blickpunkt, also eine Durchmischung mit anderen Einrichtungen wie Dienstleistungen, Verwaltung, Bildung, Kultur und Freizeit. Auch eine verkehrliche Einbindung u. a. in das ÖPNV-Netz ist zu gewährleisten.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben zu prüfen, ob großflächige Einzelhandelsbetriebe mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar sind. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren und der darin befindlichen mittelständischen Gewerbebetriebe. § 1 Abs. 6 Nr. 8 BauGB erwähnt ausdrücklich, dass im Rahmen der Bauleitplanung die Belange der mittelständischen Struktur der Wirtschaft im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung zu berücksichtigen sind.

Nach **§ 11 Abs. 3 BauNVO** sind städtebauliche Auswirkungen bei der Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben zu untersuchen.

Ziel der Prüfung ist es, Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben mit einer i.d.R. erheblichen Auswirkung auf Kaufkraftströme, Verkehrsströme oder Zentrenstrukturen so zu gestalten, dass sie als verträglich angesehen werden können. Keineswegs ist dies als Instrumentarium

⁷ OVG Münster vom 6.6.2005 zur Erweiterung des CentrO in Oberhausen

einer Wettbewerbsbeeinflussung zu betrachten. Dies bedeutet u. a., dass bei etwaigen Ansiedlungsentscheidungen diese betreiberunabhängig zu treffen sind und nicht als Steuerungselement etwaig gewünschter oder nicht gewünschter Anbieter verwendet werden dürfen.

Neue Angebotsflächen müssen sich aus Sicht der Landesplanung in ihrer **Dimensionierung** und **Standortbeschaffenheit** dem örtlichen Versorgungspotenzial sowie der Versorgungs- und Zentrenstruktur anpassen. Die Ausweisung neuer Flächen ist mit den Nachbarkommunen abzustimmen.

Durch dieses Prüfungsverfahren soll sichergestellt werden, dass die Belange von Nachbargemeinden nicht beeinträchtigt sowie gewünschte Versorgungs- und Zentrenstrukturen in der Ansiedlungsgemeinde nicht in Mitleidenschaft gezogen werden. Dies gilt vor allem im Hinblick auf die Sicherung einer ausgewogenen und bedarfsgerechten Versorgung als Bestandteil eines dezentralen, wohngebietsorientierten Nahversorgungsnetzes.

Die mehr oder minder pauschalen Regelungen des Einzelhandelserlasses sind auf die lokalen oder regionalen Besonderheiten im Zusammenhang mit der Ansiedlung bzw. Erweiterung abzustimmen. Dies gilt in besonderer Weise angesichts der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster, die einerseits die kommunalen Gestaltungsspielräume bestätigt, zugleich aber auch eine nachvollziehbare städtebauliche Begründung bei der gezielten Standortentwicklung von Einzelhandelsflächen fordert.

Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Schwerpunkt dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern zugleich wesentliche Frequenzbringer für die gewachsenen Versorgungsbereiche. Wahl und Dimensionierung dieser Standorte haben somit sowohl auf die aus Betreibersicht notwendigen Voraussetzungen insbesondere der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie einer wirtschaftlichen Dimensionierung als auch auf eine möglichst enge und barrierefreie Anbindung an größere Wohngebiete oder gewachsene Versorgungsräume Bezug zu nehmen.

Daneben können in Sondergebieten außerhalb der Zentren großflächige Einzelhandelsbetriebe zugelassen werden, die für eine gewünschte Entwicklung der Städte nicht zwingend erforderlich sind. Bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Schwerpunkten wie z.B. Bau- und Gartenmärkten ist aufgrund der Standortwahl an Ergänzungsstandorten dafür Sorge zu tragen, dass etwaige Randsortimente in angemessener Form einbezogen werden können.

Angesichts der neuerlichen Rechtsprechung des OVG Münster aus dem April 2004 (so genanntes „Sundern-Urteil“) hat die planungsrechtliche Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe auf Basis und unter Berücksichtigung örtlicher Verhältnisse zu erfolgen.

Bei angemessenem Einsatz planungsrechtlicher Instrumente bietet das Konzept zugleich Planungs- und Rechtssicherheit für Politik, Verwaltung sowie gewerbliche Wirtschaft.

3 ERGEBNISSE DER ANGEBOTSANALYSE IN DER GEMEINDE ALTENBERGE

Die Gemeinde Altenberge ist ein Einzelhandelsstandort im Kreis Steinfurt mit Verflechtungen und Wettbewerbsbeziehungen mit den kreisangehörigen Nachbarkommunen sowie dem Oberzentrum Münster.

Der Einzelhandel in Altenberge ist nicht nur ein wesentlicher Wirtschaftsbereich für die Gemeinde, sondern prägender und oftmals identitätsstiftender Bestandteil der Gemeinde mitsamt ihren Bauernschaften.

Der Einzelhandelsbesatz sowie die räumliche Verteilung der Betriebe in einer Kommune stellt nicht nur im Hinblick auf die Versorgung der Bevölkerung einen wichtigen Faktor dar, sondern bestimmt auch die Attraktivität und Nutzungsvielfalt der gewachsenen Versorgungsbereiche.

Rat und Verwaltung der Gemeinde Altenberge legen hierbei die Rahmenbedingungen fest, in denen sich der Handel weiterentwickeln kann. Zugleich legt die Landesplanung den Städten und Kommunen nahe, Einzelhandelskonzepte zu entwickeln sowie die planungsrechtlichen Voraussetzungen zur Umsetzung der Konzepte zu schaffen oder zu unterstützen.

Ziel der Konzepte ist es, Entscheidungs- und Informationsgrundlage für Handel, Investoren, Eigentümer und sonstige Entscheidungsträger zu schaffen, um zukünftige Entscheidungen transparenter und effektiver zu gestalten.

3.1 Struktur des Angebotes

Die Gemeinde Altenberge ist landesplanerisch als Grundzentrum eingestuft. Als eine wesentliche Grundfunktion obliegt ihr somit eine bedarfsgerechte Versorgung der gemeindlichen Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Die Einzelhandelsangebote bzw. deren Betriebsstätten konzentrieren sich in räumlicher Verdichtung insbesondere auf den Ortskern von Altenberge.

Neben dem eigentlichen Ortskern sind Angebotsstandorte u. a. im Gewerbegebiet der Gemeinde sowie in sonstigen Streulagen anzutreffen.

Aufgrund der Beschaffenheit dieser Angebotsstandorte ist eine überörtliche Bedeutung der Angebotsstätten nicht zu erkennen.

Die Untersuchungen im Rahmen des Konzeptes machen deutlich, dass der Einzelhandelsstandort Altenberge sich in Wettbewerb nicht nur mit dem Oberzentrum Münster befindet, sondern ebenfalls mit den angrenzenden Nachbarkommunen sowie insbesondere der Kreisstadt Steinfurt.

Diese Entwicklung dürfte sich sicherlich durch das Einkaufszentrum MÜNSTERARKADEN in Münster sowie Planungen zum BWS-CENTER in Steinfurt-Borghorst weiter verstärken.

Münster: Die Innenstadt des Oberzentrums Münster zeichnet sich durch eine vielfältige und attraktive Mischung unterschiedlichster Angebots- und Betriebsformen aus. Größte Anbieter sind hier insbesondere die Kaufhäuser KARSTADT sowie GALERIA KAUFHOF. Daneben sind zahlreiche filialisierende (u. a. SINN LEFFERS; PEEK & CLOPPENBURG, APPELRATH-CÜPPER), aber auch ortstypische Anbieter (z.B. SCHNITZLER; ZUMNORDE) in der City vertreten.

Die sehr gute Angebotsstruktur in Münster wird ergänzt durch teilweise verkehrlich gut angebundene Standorte wie dem YORKCENTER.

Abb. 5 : Fotos Münster



Quelle: eigene Fotos

Steinfurt Borghorst: Verkehrlich gut erreichbarer und attraktiv besetzter Angebotsstandort innerhalb der Kreisstadt Steinfurt. Neben dem vielfältigen Angebotsmix sowie der hohen Verweilqualität im verkehrsberuhigten Teil der Innenstadt, dürften insbesondere die Planungen zur Errichtung eines Fachmarktzentrums (BWS-CENTER) mit etwa 9.000 qm Verkaufsfläche auch nach Altenberge ausstrahlen.

Abb. 6 : Fotos Borghorst



Quelle: eigene Fotos

Greven: Die Innenstadt von Greven wird geprägt durch überwiegend kleinteilige sowie oftmals inhabergeführte Betriebe.

Als größte und somit ortsprägende Anbieter sind insbesondere die Modehäuser AHLERT und WIESCHHÖRSTER sowie der Anbieter von Heimtextilien DIELER zu benennen, die jedoch durch die räumliche Nähe zum Oberzentrum Münster eine nur eingeschränkte überörtliche Bedeutung wahrnehmen.

Abb. 7 : Fotos Greven



Quelle: eigene Fotos

Nordwalde: Der Einkaufsstandort Nordwalde dürfte aufgrund der räumlichen Nähe insbesondere zu dem nördlichen Siedlungsraum von Altenberge eine gewisse Attraktivität ausüben. Hier ist es insbesondere das Fachmarktzentrum in Ortseingangslage mit einer Agglomeration unterschiedlicher Anbieter insbesondere von Nahrungs- und Genussmitteln zu benennen. Daneben findet sich in Randlage eines der wenigen SB-Warenhäuser der Region.

Abb. 8 : Fotos Nordwalde



Quelle: eigene Fotos

Havixbeck: Durch die räumliche Nähe sowie eine kurzwegige Anbindung eines Nahversorgungszentrums an die Haupteinkaufslage der Gemeinde Havixbeck sind Kaufkraftverflechtungen zu vermuten.

Die Attraktivität dieses Wettbewerbsstandortes resultiert aus dem vorhandenen Angebotsmix sowie der kleinen, verkehrsberuhigten Einkaufszone.

Abb. 9 : Fotos Havixbeck



Quelle: eigene Fotos

Die Einkaufsverflechtungen mit den Nachbarkommune Laer, Billerbeck sowie weiteren Standorte in der Region sind eher zu vernachlässigen.

Die Gemeinde Altenberge weist zur Zeit keine überörtlich bedeutsamen Anbieter auf und ist in ihrem Erscheinungsbild durch ihre Nahversorgungsstrukturen sowie überwiegend kleinteilige und inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt.

Die in den Bauernschaften vertretenen Anbieter von Nahrungs- und Genussmittel sind Nahversorger, die in vergleichbarer Qualität und räumlicher Verteilung auch in den Nachbarkommunen anzutreffen sind.

3.2 Kaufkraft

Die BBE Unternehmensberatung ermittelt in jedem Jahr die einzelhandelsspezifische Kaufkraft für alle Städte und Gemeinden bzw. für alle Postleitzahlenbereiche in Deutschland.

Das einzelhandelsspezifische Kaufkraft-Niveau für die Gemeinde Altenberge liegt mit 103,9 % über dem Niveau der Bundesrepublik.

Eine Abweichung des Kaufkraftniveaus vom bundesweiten Mittel führt unter Einbeziehung der durchschnittlichen Verbrauchsausgaben zu Veränderungen der Kaufkraft in einzelnen Warengruppen und Sortimenten. Dieser Zusammenhang stellt sich jedoch nicht linear dar, weil es je nach Relevanz der Sortimente sowie Bedarfssituation zu flexiblen Anpassungsreaktionen der Verbraucher kommt.

So ist bei überdurchschnittlicher Kaufkraft die tendenzielle Ausgabebereitschaft z.B. bei hochwertigen Textilien höher als bei Nahrungs- und Genussmitteln.

Dieses Phänomen wird als Elastizität der Nachfrage bezeichnet und durch rechnerische Verfahren berücksichtigt.

Abb. 10 : Verbrauchsausgaben in Altenberge

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau: 103,9		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung	
Bevölkerung: 10.073		im Bundesdurchschnitt	im Gebiet
Warengruppe		in € zu EVP inkl. MwSt.	in € zu EVP inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel		1.738	1.800
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.		720	739
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		197	208
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		2.655	2.747
Bekleidung / Wäsche		465	492
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		106	112
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen		614	626
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		152	158
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		177	187
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.515	1.576
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		345	364
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		127	134
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation		365	381
Sonstiges(**)			
Überwiegend langfristiger Bedarf		837	879
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt		5.007	5.201

*(Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.)

** (Sonstiges = Betriebe nicht zuzuordnen)

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH, eigene Berechnungen⁸

Für die Verbraucher in Altenberge ergibt sich eine einzelhandelsspezifische Verbrauchsausgabe von 5.201 Euro pro Kopf und Jahr.

Die größte Einzelposition stellt das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel mit 1.738 Euro. Dem stehen z.B. bei Glas, Porzellan, Keramik oder aber bei Schuhen vergleichsweise geringe Pro-Kopf-Ausgaben gegenüber.

Für die Gemeinde Altenberge ergibt sich somit ein rechnerisches **Nachfrage-Potenzial von etwa 52,4 Mio. Euro im Jahr.**

⁸ Anmerkung: Bei den Schreibwaren sind bei den Verbrauchsausgaben nur diejenigen einbezogen, die in den privaten Verbrauch fließen, also z.B. ohne Geschäftspapiere.

Abb. 11 : Kaufkraftpotenziale nach Sortimenten

Warengruppe	in € zu EVP inkl. MwSt.	in 1.000 € zu EVP inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel	1.800	18.128
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	739	7.444
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	208	2.094
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.747	27.666
Bekleidung / Wäsche	492	4.955
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	112	1.128
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen	626	6.305
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	158	1.596
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	187	1.888
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.576	15.872
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	364	3.668
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	134	1.350
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	381	3.838
Sonstiges(**)		
Überwiegend langfristiger Bedarf	879	8.855
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	5.201	52.393

Quelle: BBE Unternehmensberatung GmbH, eigene Berechnungen

In den Kaufkraftpotenzialen berücksichtigt werden die Ausgaben für den typischen Einzelhandel, also ohne Einbeziehung atypischer Ausgaben z.B. bei Brennstoffen.

3.3 Betriebe

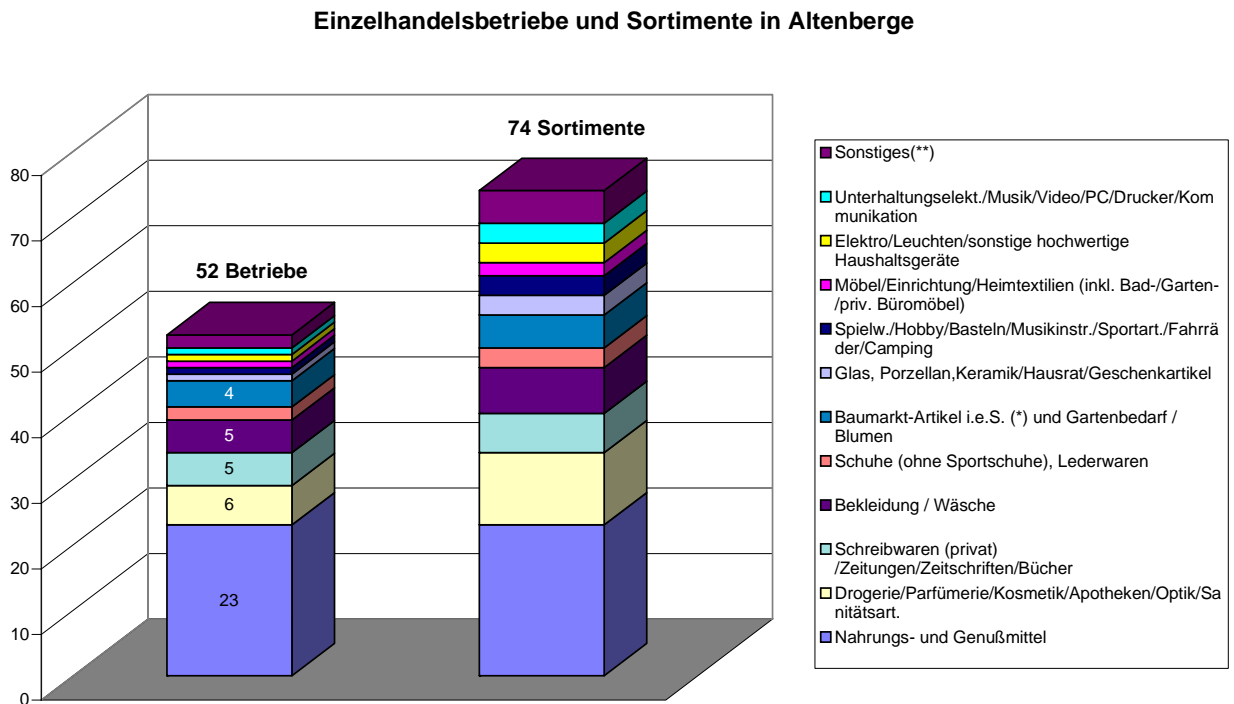
Die in Altenberge ansässigen Betriebe in Betriebsstätten mit Verkaufslokal wurden im Rahmen einer Orts- und Betriebsstättenbegehung erhoben und bewertet. Die Erhebung wurde durch qualifizierte Berater der BBE Handelsberatung durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibilität geprüft.

Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Tankstellen, Baustoffhändler oder Autohäuser. Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie:

- Mobiler Handel
- Automatenverkauf
- Hofverkauf und Wochenmärkte
- Streuanbieter
- Fabrikverkauf

Diesen Angebotsformen wird bei der Umsatzermittlung durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte Rechnung getragen.

Abb. 12 : Betriebe und Sortimente



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Betriebsstättenenerhebung in Altenberge ermittelt **52 Einzelhandelsbetriebe** mit Ladenlokal.

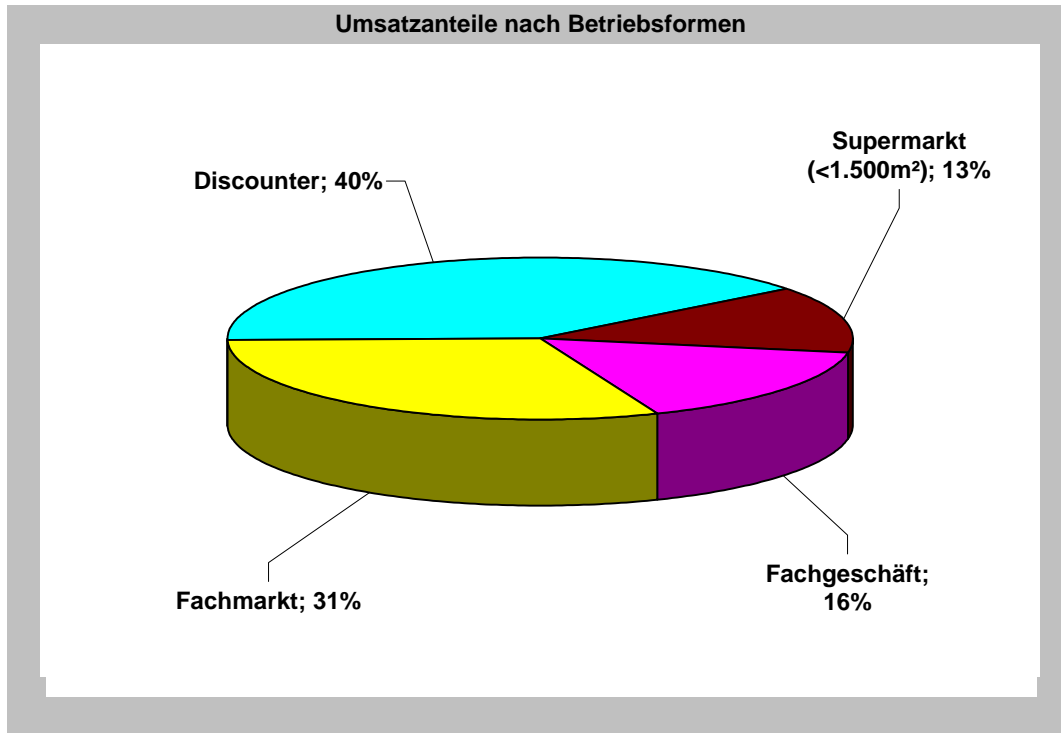
Die Zahl der Betriebsstätten mit Nahrungs- und Genussmittelangebot ist erwartungsgemäß am größten. Erfreulicherweise ist in nahezu allen Sortimenten eine größere Anzahl Anbieter vertreten, was somit auch eine gewisse Vielfalt der Anbieter dokumentiert.

Mehr als die Hälfte aller Betriebsstätten sind dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen und dienen somit vorrangig der Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung.

Da einige Betriebe mehrere Sortimente anbieten, sind diese differenziert erfasst und bewertet worden. Für die Gemeinde Altenberge konnten insgesamt **74 Sortimente** (Fachabteilungen) festgestellt werden.

Die Anzahl der Betriebsstätten ist geprägt durch eine Vielzahl kleinerer, oftmals inhabergeführter Geschäfte, welche zwar die Unverwechselbarkeit eines Einzelhandelsstandortes prägen, aber leider oftmals im Wettbewerb der Betriebs- und Vertriebsformen zu den Verlierern im Kampf um den Kunden gehören. Bezogen auf die erzielten Umsätze wird nur etwa jeder 6. Euro in dieser Betriebsform realisiert, während das Gros der getätigten Umsätze in teilweise großflächigen Angebotsformen realisiert wird.

Abb. 13 : Umsatzanteile der Betriebe nach Vertriebsformen



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße eines Fachgeschäftes liegt bei etwa 70 qm.

3.4 Verkaufsf lächen in Altenberge

Sämtliche Einzelhandelsfl ächen wurden im Rahmen der Erhebung in den jeweiligen Sortimenten differenziert erfasst. Hierbei sind auch Teilfl ächen innerhalb der Betriebe den jeweiligen Sortimenten zugeordnet⁹.

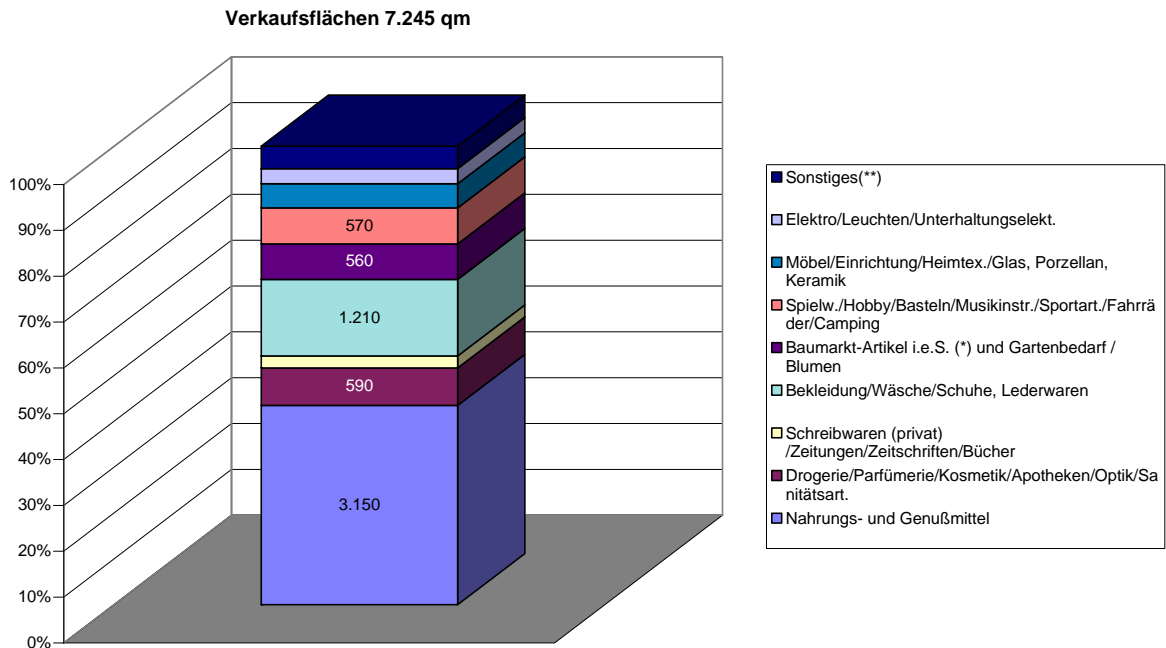
3.4.1 Fl ächen und Fl ächenausstattung in den Sortimenten

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfl äche auf über 7.200 m² Verkaufsfl äche. Dies entspricht einer durchschnittlichen Fl ächenausstattung von 740 m² pro Tausend Einwohner.

Die relativ geringe Fl ächenausstattung insbesondere auch bei Gütern des täglichen Bedarfs lässt Entwicklungs- und Fl ächenpotenziale in diesen Sortimenten erkennen.

⁹ Anmerkung: Erhoben wurden die Teilfl ächen des typischen Handels, also z.B. ohne Kfz- oder Treibstoffhandel.

Abb. 14 : Verkaufsflächen in Altenberge



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.4.2 Flächenausstattung im Vergleich

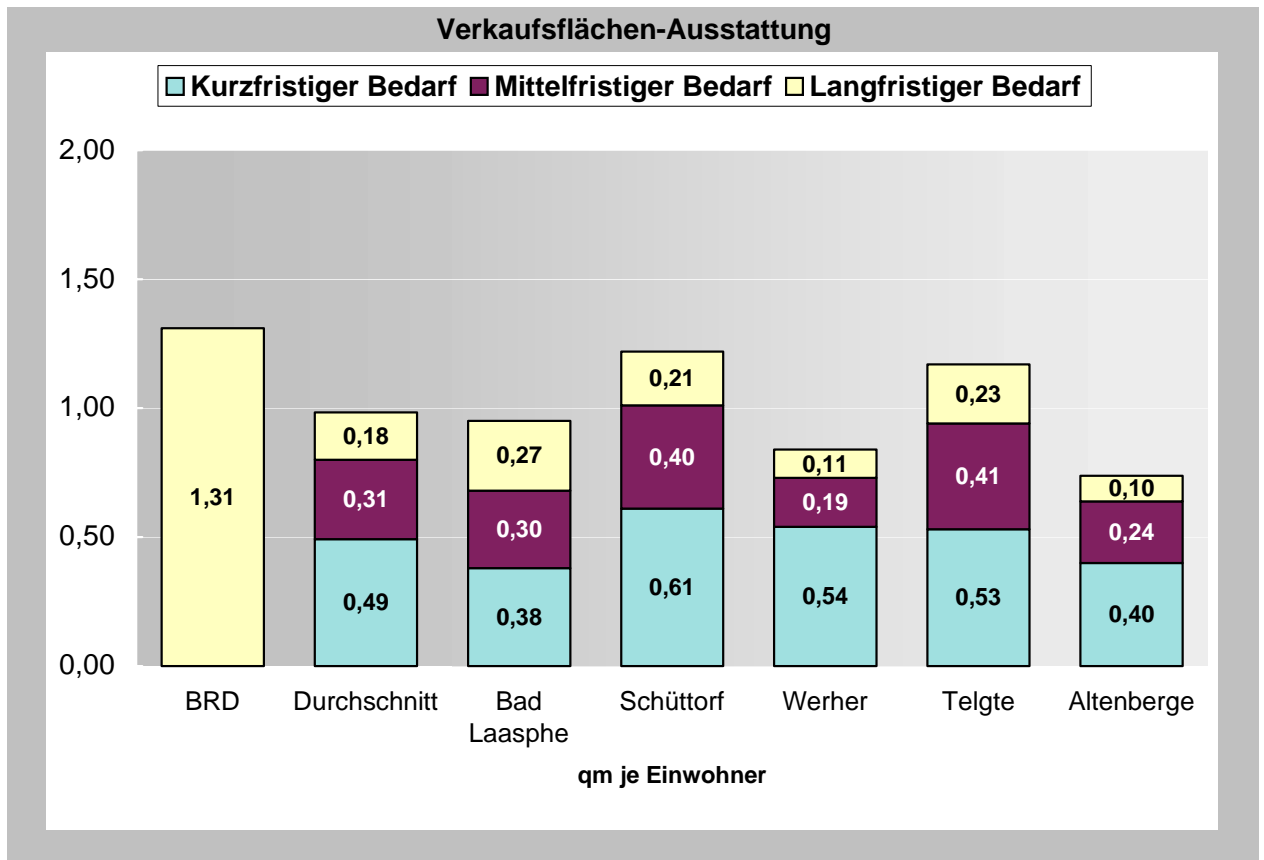
Die Gemeinde Altenberge verfügt zum Erhebungszeitpunkt über eine Flächenausstattung von etwa 740 m² Verkaufsfläche pro Tausend Einwohner und liegt damit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt.¹⁰

Allerdings ist bei einem Vergleich zu berücksichtigen, dass sich durch die ausgeprägte Wettbewerbssituation insbesondere mit dem benachbarten Oberzentrum Münster keine wirtschaftliche Tragfähigkeit in manchen Sortimenten ergibt.

Unter der Zielsetzung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung spielt neben der rechnerischen Flächenausstattung selbstverständlich auch die räumliche Verteilung sowie die Angebotsvielfalt im Gemeindegebiet eine wichtige Rolle.

¹⁰ Anmerkung: Das Flächenwachstum in Deutschland hält mit etwa 2 Mio. qm Verkaufsfläche p .a. derzeit an, so dass etwa 0,025 qm Verkaufsflächenausstattung jährlich im Bundesschnitt hinzukommt.

Abb. 15 : Flächenausstattung im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen¹¹

3.5 Räumliche Verteilung

Neben rein quantitativen Betrachtungen wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen spielt die räumliche Verteilung dieser Flächen eine erhebliche Rolle in der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in einer Kommune.

Hierbei sind Kriterien wie Standortqualitäten, städtebauliche Rahmenbedingungen, aber auch das Erscheinungsbild der gewerblichen Nutzungen in die Bewertung einzubeziehen.

3.5.1 Zentraler Einkaufsort

Als zentraler Einkaufsort ist der Ort zu benennen, der über einen überwiegenden Nahversorgungscharakter hinaus eine gewisse Vielfalt von Angeboten und Nutzungen aufweist. Dieser Ort übt somit eine Attraktivität über die wohnortnahe Versorgung oder aber einen Zielkauf hinaus aus.

¹¹ Anmerkung: Für die Flächenausstattung im Bundesschnitt liegen keine Werte differenziert nach Fristigkeit vor.

Als zentraler Einkaufsort¹² ist der Ortskern zu benennen. Dieser gewachsene Einkaufsbereich hat sich faktisch entlang der Münsterstraße, der Borghorster Straße, der Boakenstiege sowie angrenzend im Bereich des Marktplatzes entwickelt.

Abb. 16 : Fotos Ortskern Altenberge



Quelle: eigene Fotos

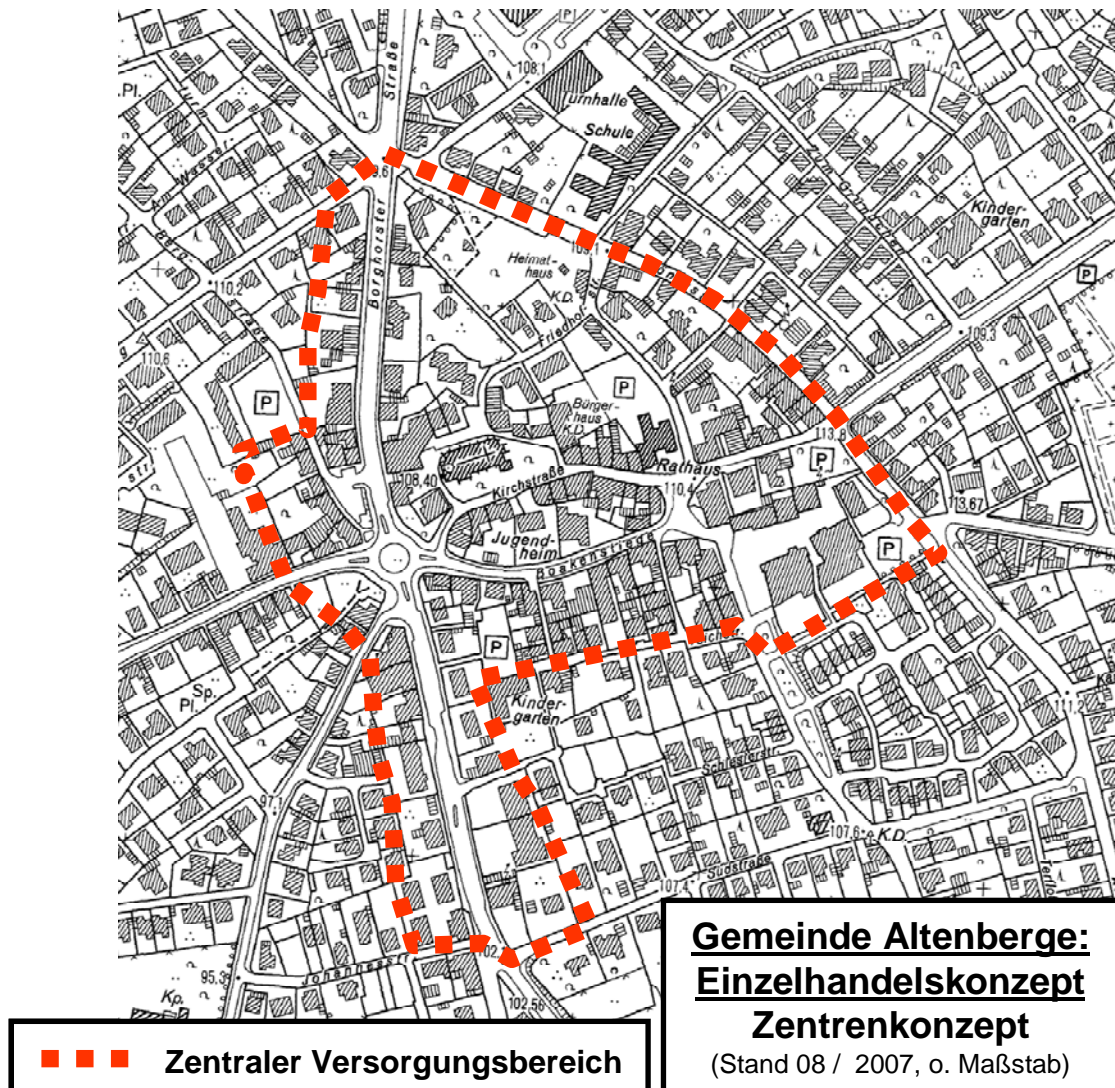
Größter Frequenzbringer sind Supermärkte der Betreiber KLAAS & KOCK sowie EDEKA.

Als städtebaulich problematisch ist die LINDENHOFPASSAGE zu benennen, die aufgrund ihrer baulichen Struktur sowie einer fehlenden Verbindungsfunktion teilweise von Notbelegungen geprägt ist. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung liegen jedoch bereits erste Planungen zur Umgestaltung der Einzelhandelsimmobilie vor.

Die äußeren Grenzen des Hauptgeschäftsbesatzes werden durch die räumliche Dichte des Angebotsbesatzes, den Bebauungsstrukturen sowie topographischen Gegebenheiten bestimmt.

¹² Anmerkung: Aufgrund der Novellierung der Landesplanung wird im weiteren der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches verwendet.

Abb. 17 : Hauptgeschäftsbesatz Altenberge



Quelle: eigene Darstellung

In den sonstigen Bauerschaften hat sich kein Geschäftsbesatz entwickeln können.

Neben den Nahversorgungsstandorten befinden sich im Gewerbegebiet weitere Angebotstätten des Handels.

3.5.2 Nahversorgungsstandorte

Als Nahversorgungsstandorte sind die Standorte zu bezeichnen, die aufgrund ihrer Größe sowie oftmals in Agglomeration mit mehreren Anbietern die Versorgung in den Wohngebieten tragen. Nicht berücksichtigt werden Solitärstandorte oder aber Lagen mit vereinzelt Angeboten überwiegend kleinteiliger Anbieter.

Standort Münsterstraße (ALDI)

Standort eines Discountmarktes des Betreibers ALDI in Randlage des Ortskerns an der ehemaligen Bundesstraße 54. Durch die verkehrliche Barriere der weiterhin viel befahrenen Straße sowie Friktionen in der Anbindung an den vorhandenen sonstigen Besitz ist der Standort nicht dem Hauptgeschäftsbereich zugeordnet.

Abb. 18 : Fotos Nahversorgungsstandort Münsterstraße



Quelle: eigene Fotos

Standort Bahnhofstraße (LIDL)

Derzeitiger Standort eines Discountmarktes des Betreibers LIDL sowie ergänzender kleinteiliger Angebotsstätten des Ladenhandwerks.

Planungsrechtlich bereits abgesichert am Standort ist die Errichtung eines Gartenfachmarktes. Auf die Planungen an diesem Standort und damit seiner zukünftigen Bedeutung für die Versorgung in Altenberge wird an gesonderter Stelle (Verträglichkeitsgutachten) eingegangen.

Abb. 19 : Fotos Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße



Quelle: eigene Fotos

3.5.3 Sonstige Standorte

Bei dieser Standortkategorie handelt es sich um Standorte, die weder dem Hauptgeschäftsbereich noch den Nahversorgungsstandorten zugerechnet werden können.

Als sonstiger Standort ist lediglich das Gewerbegebiet zu benennen. Hier sind u. a. ein Zweiradfachmarkt mit Produktionsbetrieb, ein Möbelhaus sowie ein Bekleidungsfachmarkt angesiedelt.

3.6 Umsatz-Kaufkraft-Relationen (UKR)

Basis der nachfolgenden Berechnungen sind die ermittelten Kaufkraft-Potenziale sowie die Ergebnisse der Betriebsstättenenerhebungen.

Die Erhebungen wurden durch erfahrene Berater des beauftragten Gutachterbüros vorgenommen und differenziert nach Teilflächen und Sortimenten bewertet. Zur Bewertung hinzugezogen wurden neben branchenüblichen Flächenproduktivitäten qualitative Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre.

Die Ergebnisse dieser Berechnungen weisen gegenüber sekundärstatischen Verfahren wie z.B. der Umsatzkennziffer der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Abweichungen auf. Ursachen liegen in der Methodik der Ermittlung wie:

- Fortschreibung der Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 – Erhebungsjahr 92
- Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben. Diese melden in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz.

Untersuchungen aus anderen Städten und Regionen haben auch dort deutliche Abweichungen aus den unterschiedlichen Methoden bestätigt.

In der Gemeinde Altenberge wird zum Erhebungszeitpunkt ein **einzelhandelsrelevanter Umsatz von etwa 31 Mio. Euro realisiert**.

Abb. 20 : Umsatz-Kaufkraft- Relationen nach Hauptwarengruppen

Umsatz und Bindungsquoten 2006		Erzielte Umsätze	Umsatz-Kaufkraft-Relation
Warengruppe		in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genußmittel		14.290	79%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitäsart.		6.190	83%
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		1.080	52%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		21.560	78%
Bekleidung/Wäsche/Schuhe, Lederwaren		2.870	47%
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen		1.550	25%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		1.370	73%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		5.790	30%
Möbel/Einrichtung/Heimtex./Glas, Porzellan, Keramik		1.050	20%
Elektro/Leuchten/Unterhaltungselekt.		1.030	20%
Sonstiges(**)		1.780	
Überwiegend langfristiger Bedarf		3.860	20%
Gesamter Einzelhandelsumsatz		31.210	61%

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Eine Gegenüberstellung der getätigten Umsätze mit den rechnerischen Potenzialen der Kaufkraft ergibt die so genannten Umsatz-Kaufkraft-Relationen und somit den prozentualen Wert, mit der ein Sortiment am Standort derzeit gebunden wird.

Die Kaufkraftbindung ist zunächst eine rechnerische Größe, die in den Sortimenten teilweise erheblich abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Kommune oder eines Standortes auch von der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebsformen des Handels abhängen kann.

So haben sich in einigen Branchen und Sortimenten mittlerweile Betriebsformen am Markt etabliert, die eine wirtschaftliche Tragfähigkeit erst ab einer bestimmten Größe und somit auch einer entsprechenden Größe des wirtschaftlichen Einzugsgebietes erreichen. Ein Beispiel hierfür ist die Neuansiedlung eines Möbelhauses mit i.d.R. mindestens 25.000 qm Verkaufsfläche, was wiederum einen Einzugsbereich von mindestens 100.000 Verbrauchern erfordert.

Die Folgen sind weitere Konzentrationsprozesse sowohl hinsichtlich der Standorte als auch der Anbieter.

Innerhalb der Sortimente wird hinsichtlich ihrer Fristigkeit und somit auch unterschiedlicher Auswirkungen auf die Einzugsbereiche differenziert.

Bei den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs handelt es sich um Güter des täglichen Bedarfs, die in aller Regel wohnortnah angeboten und eingekauft werden. Hieraus leitet sich die Zielvorstellung einer wohngebietsorientierten und somit möglichst dezentralen Versorgungsstruktur ab.

Bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs handelt es sich im Schwerpunkt um Artikel der persönlichen Ausstattung, in denen Kaufentscheidungen der Verbraucher oftmals spontan vorgenommen werden. Es sind dies vorwiegend Sortimente mit zentrenrelevantem Schwerpunkt, welche die Attraktivität und Besonderheit einer Innenstadt prägen. Manche Mittel- und Oberzentren (wie z.B. die Kreisstadt Steinfurt) sind durch die Agglomeration vieler Anbieter und Angebotsformen in der Lage, Kaufkraftbindungsquoten oberhalb der eigenen kommunalen Kaufkraft zu erzielen.

Die mittel- und langfristigen Bedarfsgüter sind in einem stärkeren Maße von rationalen Such- und Entscheidungsprozessen der Verbraucher geprägt. Diese sind in vielen Fällen auch bereit, bei ausreichendem Angebot längere Wege in Kauf zu nehmen und Standorte gezielt aufzusuchen. Einzugsgebiete von 50 oder mehr Kilometern bei Möbelhäusern sind keine Ausnahme. Die Angebotsstandorte orientieren sich demzufolge in besonderer Weise an verkehrlichen Erreichbarkeiten.

Angesichts dieser Einordnungen sind für die Gemeinde Altenberge die Umsatz-Kaufkraft-Relationen wie folgt zu bewerten:

Bei Nahrungs- und Genussmitteln liegt die UKR zum Erhebungszeitpunkt bei etwa 79 %. Rechnerisch fließen somit etwa 21 % der Kaufkraft in diesem Sortiment aus Altenberge ab. Die Nahversorgungssituation ist wie folgt zu bewerten:

- **Die Versorgung der Bevölkerung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs ist als relativ schwach anzusehen.** Dies betrifft nicht nur die quantitative Angebotsstruktur, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit bestehender Einrichtungen. So ist insbesondere die Dimensionierung der Verkaufsflächen sowie der verfügbare Parkraum für den EDEKA Markt als nur eingeschränkt wettbewerbsfähig einzuordnen.
- Die Angebotsstandorte weisen eine recht unterschiedliche städtebauliche Qualität auf, weshalb die Gutachter im Konzept eine Differenzierung nach Lage im Zentralen Versorgungsbereich sowie an Nahversorgungsstandorten vorschlagen.

Innerhalb der Sortimentsgruppe Persönlicher Bedarf (Schuhe, Bekleidung) liegt eine eher schwache Kaufkraftabdeckung in Altenberge vor, die jedoch aufgrund der Wettbewerbssituation mit den angrenzenden Standorten insbesondere in Münster sich auch mittelfristig nicht wesentlich verbessern lassen wird.

Eine mögliche Realisierung des Gartenfachmarktes am Standort Bahnhofstraße dürfte im mittel- und langfristigen Bedarfsdeckungsbereich zu einer Verbesserung der Kaufkraftbindung führen.

3.7 Angebotsqualität

Zur Beurteilung der Angebotsstrukturen bedarf es neben quantitativen Faktoren auch der qualitativen Beurteilung des Angebotsgenres. Insbesondere bei modischen Angeboten trifft der Verbraucher auf eine Vielfalt von Angebotsformen sowie unterschiedlichsten modisch und preislich differenzierten Angeboten. Zugleich ist das Angebot der Persönlichen Ausstattung als besonders standortprägend zu bezeichnen.

Die Ausprägungen der Sortimente wie Breite und Tiefe, Genre, Zielgruppenansprache oder Angebotsform werden in erheblicher Weise durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen am Standort vorgeprägt. Es sind dies insbesondere Faktoren wie Kaufkraftniveau sowie Markt- und Wettbewerbsstrukturen.

Im deutschen Handel vollziehen sich die Veränderungen insbesondere der Angebotsstrukturen in einer weiterhin ungebremsen Dynamik. Gewinner der Entwicklung sind insbesondere die Fachmärkte und Discounter, während der traditionelle Fachhandel weiterhin an Marktbedeutung verliert.

In Altenberge werden für die Standortgröße eher untypisch lediglich 16 % aller Umsätze in Fachgeschäften (inklusive der filialisierten Anbieter) getätigt. Zurückzuführen ist dies auf die relativ hohen Flächenanteile sowie Flächenleistungen der Fachmärkte.

3.8 Leerstandsflächen in Altenberge

In einem ergänzenden Baustein wurde die BBE Handelsberatung Münster beauftragt, die augenblickliche Leerstandssituation in der Gemeinde Altenberge zu untersuchen sowie Vorschläge zur Verringerung der Leerstandsquote vorzulegen.

3.8.1 Aufnahme

Die Erfassung der Leerstände im Zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Altenberge wurde durch Begehung vorgenommen. Diese erfolgte durch eine gemeinsame Begehung der beauftragten Gutachter gemeinsam mit Herrn Rövekamp als Mitarbeiter der Gemeindeverwaltung.

Hierbei wurden zunächst die als Leerstände erkennbaren Ladenlokale erfasst. Identifiziert wurden hierbei insgesamt 6 Leerstände im Bereich des Ortskerns, von denen jedoch zum Berichtszeitpunkt 2 Objekte wieder vermietet waren.

Kirchstrasse 2

Weitere Leerstandsfläche innerhalb des verkehrsberuhigten Bereiches. Durch bauliche Gegebenheiten nicht als Einzelhandelsfläche erkennbar.

Münsterstrasse 6

Kleinerer Leerstand mit etwa 50 qm Verkaufsfläche an der Münsterstrasse. Schwieriger baulicher Zuschnitt.

Marktplatz 1

Leerstandsfläche der ehemaligen Post. Relativ große Gesamtfläche, jedoch durch räumliche Trennung teilweise tragender Mauern nicht als eine Fläche nutzbar.

Abb. 21 : Fotos Leerstände Münsterstrasse, Alte Post



Quelle: eigene Fotos

Marktplatz 5

Derzeit größte Leerstandsfläche durch Agglomeration mehrerer Leerstände innerhalb der Passage.

Abb. 22 : Foto Lindenhof



Quelle: eigenes Foto

Für die erfassten Leerstandsobjekte wurden seitens der Gemeinde die Eigentümer ermittelt und in einem Schreiben um weitere Auskünfte bezüglich möglicher Planungen, Präferenzen oder auch Ausschluss bestimmter Nutzungen gebeten.

Auch wurden Eigenauskünfte über das gewünschte Mietpreis-Niveau erbeten.

3.8.2 Bewertung der Objekte

Auf Basis der Erhebungen sowie der Eigenangaben der Immobilieneigentümer wurden die Objekte bezüglich ihrer grundsätzlichen Nutzungsmöglichkeiten bewertet. Hierbei wurde insbesondere hinterfragt, inwieweit sie sich als Entwicklungsflächen innerhalb des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes eignen.

Objekt Kirchstrasse 2

Das obige Objekt ist von der Dimensionierung für kleinteiligen Handel durchaus als geeignet zu bezeichnen. Allerdings dürfte die aktuelle Gestaltung der Schaufensteranlage für Handel mit impulsträchtigen Sortimenten des persönlichen Bedarfs nicht geeignet sein.

Alternativ wäre über eine Nutzung mit Dienstleistungsangeboten nachzudenken.

Objekt Münsterstrasse 6

Aufgrund der relativ kleinen Fläche sowie des ungünstigen Zuschnitts der Fläche ist eine Nachnutzung als Einzelhandelsfläche wenig wahrscheinlich.

Anzudenken sind insbesondere Lösungen mit Dienstleistungen oder Gastronomie.

Objekt Marktplatz 1

Aufgrund der zentralen Lage des Objektes ein Leerstand mit einer hohen städtebaulichen Bedeutung.

Als Objektmängel muss neben dem schwierigen Zuschnitt auch die nicht ebenerdige Eingangslösung betrachtet werden.

Eine Gesamtnutzung der Fläche erscheint nicht wirtschaftlich möglich.

Objekt Marktplatz 6

Derzeit größtes städtebauliches Defizit in der Gemeinde durch mehrere Leerstände innerhalb der Passage.

Mit dem vom Immobilieneigentümer beauftragten Architekturbüro wurde ein Arbeitsgespräch gemeinsam mit Herrn Bürgermeister Paus sowie Herrn Rövekamp von der Gemeinde geführt.

Es wurden mögliche bauliche Veränderungen diskutiert sowie mögliche Nutzungsprofile aufgezeigt.

Dem Architekturbüro wurden eine Liste möglicher Betreiber überlassen.

Bei Umsetzung der Planungen dürfte sich somit auch eine Belebung des Marktplatzes ergeben.

3.8.3 Empfehlungen

Wie die Einzelbewertungen der Leerstandobjekte ergeben haben, ist lediglich das Objekt Markplatz 6 grundsätzlich geeignet, größere Einzelhandelsnutzungen zukünftig zu beherbergen.

Eine weitere mögliche Potenzialfläche ergäbe sich bei einer Umsiedlung des EDEKA Marktes in der Münsterstrasse. Auch hier wären Fachmarktlösungen unterhalb der Großflächigkeitsgrenze möglich.

Wünschenswert wäre im Rahmen der städtebaulichen Entwicklung die Erweiterung und Attraktivierung des bestehenden Verbrauchermarktes KLAAS & KOCK am Marktplatz.

Festzustellen bleibt aber auch, dass größere Entwicklungsflächen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches derzeit nicht erkennbar sind.

3.9 Zusammenfassende Bewertung

Der Einzelhandelsstandort Altenberge weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden:

- eine insgesamt erfreuliche Vielfalt unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe
- eine überwiegend dezentrale, wohnortnahe und vielfältige Angebotsstruktur mit Nahversorgungsangeboten
- überwiegend städtebaulich integrierte Angebotsstandorte

Diese Stärken gilt es zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln.

Neben den obigen Stärken gibt es aber auch erhebliche Defizite. Es sind dies:

- deutliche Angebotsdefizite insbesondere bei Nahversorgungssortimenten
- das Fehlen attraktiver Magnetbetriebe in der Innenstadt
- mangelhafte Wettbewerbsfähigkeit einiger Betriebe hinsichtlich ihres Marktauftrittes

Ziel des Konzeptes muss es sein, die Rahmenbedingungen für eine angepasste Weiterentwicklung des Einzelhandels in Altenberge zu formulieren, um somit allen Beteiligten wie Kaufmannschaft, Rat, Verwaltung sowie Investoren und Kreditwirtschaft nachvollziehbare und verlässliche Entscheidungsgrundlagen an die Hand zu geben.

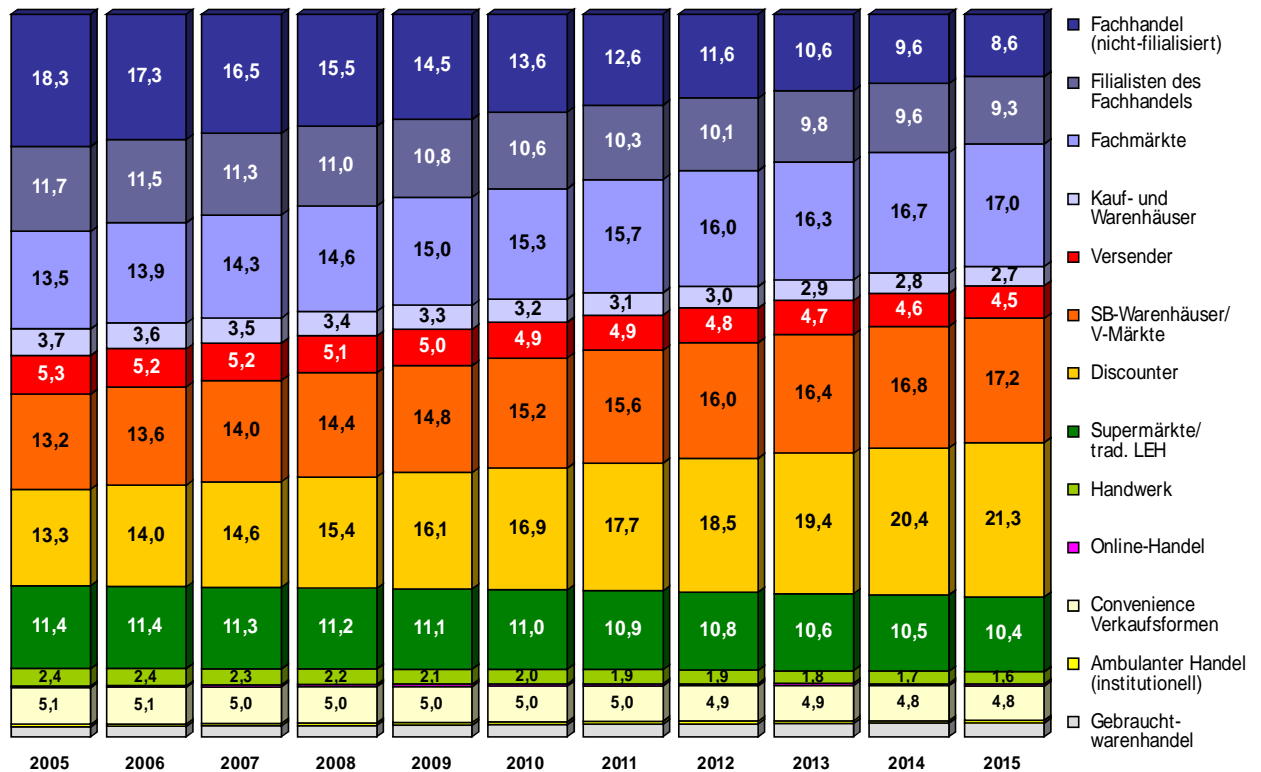
4 ENTWICKLUNGSTENDENZEN IM HANDEL

Die Entwicklung der Gemeinde Altenberge ist im Kontext ökonomisch-demographischer sowie sonstiger gewandelter Rahmenbedingungen zu sehen. Die nachfolgenden Ausführungen sollen die aus unserer Sicht relevanten Veränderungen aufzeigen und somit Einflussfaktoren für die Entwicklung als Einzelhandelsstandort deutlich machen.

Das Ende realer (flächen- und preisbereinigt) Umsatzrückgänge im Einzelhandel ist nicht absehbar. Festzustellen bleibt weiterhin eine tendenzielle Verlagerung der privaten Verbrauchsausgaben hin zu anderen Sektoren, so dass sich der Anteil der Verbrauchsausgaben, der in den typischen Einzelhandel (ohne Kfz) fließt, weiterhin zugunsten anderer Ausgaben verschieben wird.

Daneben findet eine tiefgreifende Veränderung der Angebotsstrukturen im deutschen Handel statt.

Abb. 23 : Entwicklung der Handelsstrukturen

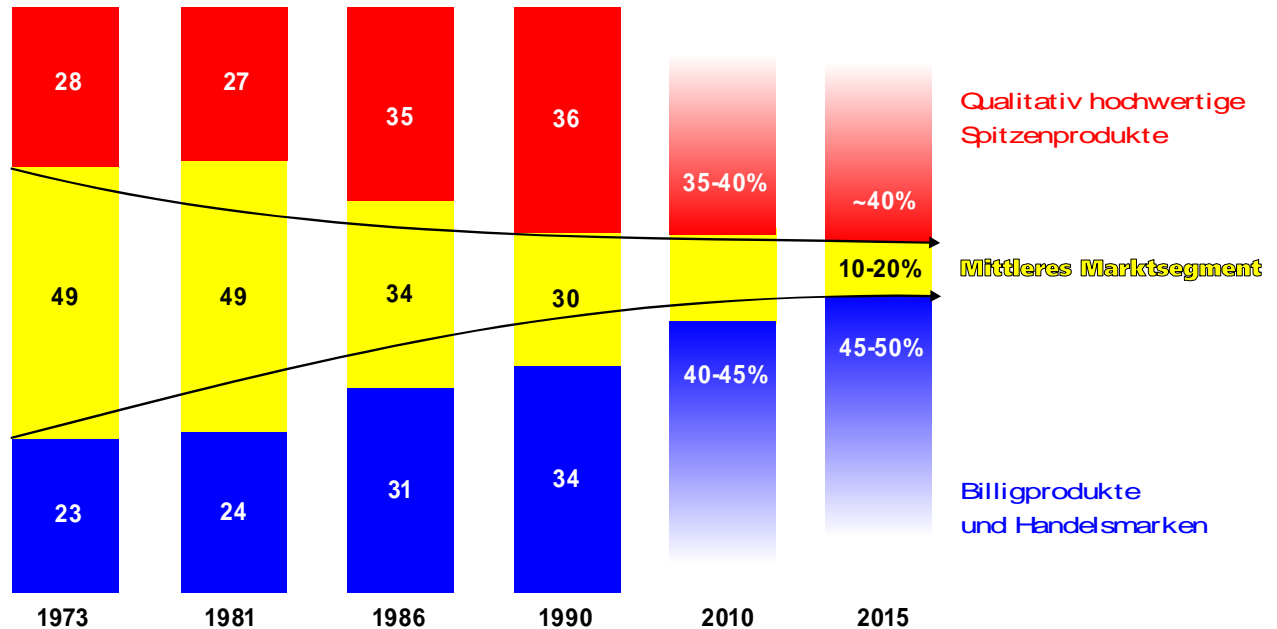


Quelle: BBE Unternehmensberatung

Die obigen Entwicklungen finden im Kontext eines nachhaltig geänderten Kauf- und Verbraucherverhaltens statt. Als Stichworte seien hier nur die Smart-Shopper-Mentalität, eine zunehmende Discount-Orientierung oder die Ökonomisierung des Handels genannt.

Folgen sind neben der Präferenzierung anderer Angebotsformen auch die zunehmende Bereitschaft der Verbraucher, einen höheren Such- und Wegeaufwand in Kauf zu nehmen.

Abb. 24 : Polarisierung der Märkte



Quelle: BBE Unternehmensberatung

Die Dynamik der Vertriebsformen und Betriebstypen hat in den letzten Jahren an Fahrt gewonnen und wird auch für die nähere Zukunft weiterhin Bedeutung haben. So bleibt festzustellen: der Anteil kleinerer und mittlerer Fachgeschäfte wird sich in dem Zeitraum von 1980 –2010 halbiert haben, während der Anteil der Fachmärkte weiter ansteigen wird. Wenngleich einige Fachmärkte bereits heute in der Gemeinde Altenberge selber ansässig sind, so ist davon auszugehen, dass durch Neuerrichtungen vorrangig auch in anderen Ansiedlungskommunen der Marktanteil dieser Betriebsform weiter an Gewicht zunehmen wird.

Angesichts des bereits heute eher unterdurchschnittlichen Anteils inhabergeführter Fachgeschäfte in Altenberge, wird die weitere Entwicklung des Einzelhandels von der Nachfolgeproblematik auch in Altenberge weiter beeinflusst werden.

Die Entwicklungen der Angebots- und Betriebsformen gehen einher mit einem weiterhin anhaltenden Flächenwachstum. Dies betrifft nicht nur die Entwicklung neuer Fachmarktstandorte in oftmals peripherer Lage, sondern auch innerstädtische Ansiedlungen wie z.B. dem geplanten Fachmarktzentrum im benachbarten Steinfurt Borghorst oder dem im Bau befindlichen Möbelhaus BERNING in Rheine.

Das Verkaufsflächenwachstum geht bei gleichzeitig stagnierenden Verbrauchsausgaben zu Lasten der Verkaufsflächenproduktivität. Diese Entwicklung macht sich besonders deutlich im Baumarktsektor bemerkbar, wo sich die Verkaufsflächenproduktivitäten in den letzten

Jahren nahezu halbiert haben. Folge dieser Entwicklung ist ein deutlicher Anstieg der wirtschaftlich notwendigen Mindestgrößen. Die Ansiedlung wirtschaftlich tragfähiger Betriebe bzw. Betriebsformen wird somit zukünftig weiter erschwert.

Neben den betriebswirtschaftlichen Folgen der obigen Entwicklung bereiten zunehmend städtebauliche Folgewirkungen wie Leerstände, Mindernutzungen, Funktionsverluste der Zentren sowie ein Verlust der Angebotsvielfalt Sorgen. Die Politik hat diese Fehlentwicklung erkannt und versucht über Business Improvement Districts (BID) oder die Einführung von Flächenmanagement gegenzulenken. Aktuelle Projekte wie z. B. das „Flächenmanagement in der Stadt Bielefeld“ zeigen jedoch eindeutig auf, dass zahlreiche ehemalige Einzelhandelsflächen zukünftig wohl eher anderen Nutzungen zugeführt werden müssen.

Die Entwicklung der Bevölkerungsstruktur in Deutschland zeigt eine deutliche Tendenz zur Entwicklung einer so genannten „Seniorenengesellschaft“. Gleichzeitig gehen die durchschnittlichen Haushaltsgößen deutlich zurück mit einer zunehmenden Tendenz zu Single-Haushalten oder zur Kleinfamilie. Letztere Entwicklung bedingt eine Verschiebung der Verbrauchergewohnheiten in Richtung des Convenience¹³ durch stärkere Betonung des „bequemen Konsums“, wie Fertiggerichte, Home meals etc. Marktanteile des klassischen Lebensmittelhandels verschieben sich somit in andere Angebotsformen wie Tankstellen, Convenience-Shops oder Heimservice-Anbieter.

Innerhalb der bestehenden Vertriebsstrukturen hat sich eine stärkere Gewichtung des Discount-Anteils ergeben. So ist mittlerweile im Lebensmitteleinzelhandel der Discount-Anteil auf ca. 40 % des gesamten Marktpotenzials gestiegen. Beredtes Zeugnis dieser zunehmenden Preissensibilität sind die im Lebensmitteleinzelhandel stattfindenden Preiskämpfe sowie die Marktanteilsgewinne der Discounter in den letzten Jahren. Aufgrund der in der Regel hohen Flächenleistung dieser Anbieter ist die Ansiedlung auch unterhalb der Großflächigkeitsgrenze wirtschaftlich tragfähig und stellt somit in einem möglichen Ansiedlungsverfahren einen potenziellen Wettbewerbsvorteil gegenüber Vollsortimentern dar.

Die Entwicklung der Vertriebschiene Factory Outlet Center wie z.B. die geplante Erweiterung des EOC in Ochtrup oder die geplante Errichtung eines FOC in Gronau wird bei möglicher Realisierung sicherlich erhebliche Auswirkungen in der Region zeitigen. Angesichts der novellierten Landesplanung mit ihrer Aussage zum Kongruenzgebot dieser Vertriebsform ist jedoch die Realisierung zumindest zweifelhaft.

Gewachsene Versorgungsbereiche sind ein Standort unter vielen und verlieren im Wettbewerb der Standorte zunehmend ihre Unverwechselbarkeit. Zugleich besteht jedoch gesellschaftlicher Konsens dahingehend, das Wesen der europäischen Stadt in ihrer Eigenheit und Vitalität zu schützen und weiterzuentwickeln und unter dem Begriff „Urbanität“ als ein Phänomen städtischer Lebensweise zu fördern.

Inzwischen finden sich aber in vielen größeren Städten die modernen Einrichtungen, die traditionell ihren Standort in der Stadtmitte hatten, in Randlagen wie z.B. Einkaufszentren.

¹³ Erläuterung: Convenience wörtlich Bequemlichkeit. Synonym für Produkte, die wie z.B. Fertigmahlzeiten bequemen und einfachen Konsum ermöglichen.

Zugleich hat der Druck teilweise auch international agierender Filialunternehmen und großflächiger Anbieter auf die Innenstadt zu einem Verlust an Vielfalt und somit Unverwechselbarkeit der Angebotsformen und Anbieter im Innenstadtbereich geführt. Pessimistische Berechnungen gehen bereits heute davon aus, dass sich inzwischen mehr als die Hälfte der Einzelhandelsflächen an Standorten auf der grünen Wiese befinden und sich diese Entwicklung durch weitere Ansiedlungen auch zentrenrelevanter Warengruppen weiter fortsetzen wird.

Bei den Empfehlungen zum Einzelhandelsstandort Altenberge muss berücksichtigt werden, dass die aufgezeigten Entwicklungen insbesondere angesichts möglicher Entwicklungen in den Nachbarkommunen Einfluss auf die Standortentwicklung nehmen können.

5 KONZEPTIONELLE EMPFEHLUNGEN

Das nachfolgende Konzept basiert auf den Untersuchungen und Analysen der beauftragten Gutachter und wurde gemeinsam mit dem Auftraggeber erörtert.

5.1 Leitvorstellungen

Der Einzelhandelsbesatz (sowie die räumliche Verteilung der Betriebe in einer Kommune) stellt nicht nur im Hinblick auf die Versorgung der Bevölkerung einen wichtigen Faktor dar, sondern bestimmt auch die Attraktivität und Nutzungsvielfalt der Stadt sowie der gewachsenen Versorgungszentren. Darüber trägt dieser auch einen wesentlichen Anteil zur Identifikation der Bürger mit ihrer Gemeinde bei.

Rat und Verwaltung legen hierbei lediglich die Rahmenbedingungen fest, in denen sich der Handel in der Stadt weiterentwickeln kann. Zugleich gibt der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen die rechtlichen Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung vor.

Ziel eines Konzeptes ist es, Entscheidungs- und Informationsgrundlage für Handel, Investoren, Eigentümer und sonstige Entscheidungsträger zu schaffen, um zukünftige Entscheidungen transparenter und effektiver zu gestalten.

Das Einzelhandelskonzept schafft einen klaren und eindeutigen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Altenberge. Das planerische Vorgehen sowie die Fixierung dieser Rahmenbedingungen im politischen Prozess erhöhen die Chancen einer gewünschten und zielgerichteten räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Neben der planerischen Verlässlichkeit für alle Beteiligten wie Verwaltung, Kaufmannschaft, Investoren und Betreiber werden somit auch verlässliche Grundlagen in der rechtlichen Absicherung aktueller und zukünftiger Planungen geschaffen.

Die nachfolgenden Zielvorstellungen basieren auf den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie städtebaulicher und landesplanerischer **Zielvorstellungen** und stellen Empfehlungen für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Altenberge dar:

- **Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Hauptgeschäftsbereichs in Altenberge:** angesichts des sich weiter verschärfenden Wettbewerbs der Standorte und Wettbewerbsformen gilt es, den Hauptgeschäftsbereich in Altenberge zu definieren sowie die verfügbaren Kräfte hierauf zu bündeln.
- **Sicherung der Nahversorgung:** die Angebotssituation mit Nahversorgungsangeboten in Altenberge ist verbesserungsfähig. Angesichts der derzeitigen Planungen ist auch die Zukunftsfähigkeit weiterer bestehender oder zukünftiger Standorte zu berücksichtigen.
- **Innenstadtverträgliche Fachmarktentwicklung:** zu den Zielvorstellungen einer Stadtentwicklung in Altenberge gehört die Sicherung der Funktion als Einkaufsort.

Daraus ergibt sich die Anforderung, neben der Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches und dem Erhalt der Nahversorgung auch die planungsrechtlichen Voraussetzungen zu schaffen, **um innenstadtverträgliche Angebotsformen und – sortimente** zu ermöglichen und hierbei die Weiterentwicklung bestehender Strukturen marktgerecht und verträglich zu gestalten.

Die obigen Zielvorstellungen sind zugleich Rahmenbedingungen für eine zukunftsgerichtete und nachhaltige Entwicklung der Gemeinde.

5.2 Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Die Erhebungen und Untersuchungen haben das bestehende Netz der Angebote, Sortimente und Standorte analysiert. Im Rahmen einer verträglichen Entwicklung sowie ihrer städtebaulichen Integration sind zukünftige Entwicklungen hinsichtlich ihrer Standorte sowie der Dimensionierungen nach der Fristigkeit der Sortimente zu differenzieren.

In der novellierten Landesplanung ist der Begriff der **Zentralen Versorgungsbereiche** eingeführt worden. Großflächiger Handel oder Einkaufszentren sollen zukünftig nur noch in städtebaulich integrierter Lage ausgewiesen werden. **So ist zukünftig großflächiger Handel nur noch in solchen Bereichen, die im Gebietsentwicklungsplan (GEP) als Allgemeine Siedlungsbereiche (ASB) ausgewiesen sind, möglich.** Solche Vorhaben müssen nach Art und Umfang der Versorgungsfunktion der Ansiedlungsgemeinde entsprechen und nicht die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Versorgungsbereiche innerhalb oder außerhalb der eigenen Kommune beeinträchtigen.

Diese Zentralen Versorgungsbereiche sind zukünftig durch die Kommunen räumlich und funktional festzulegen. Auch wenn hierzu noch kein rechtsverbindlicher Kriterienkatalog vorliegt, so sind in der Fachdiskussion bestimmte Anforderungsmerkmale zu erkennen.

Neben einer räumlichen Dichte an Einzelhandelsbetrieben steht eine Multifunktionalität im Blickpunkt, also eine Durchmischung mit anderen Einrichtungen wie Dienstleistungen, Verwaltung, Bildung, Kultur und Freizeit. Auch eine verkehrliche Einbindung u. a. in das ÖPNV-Netz ist zu gewährleisten.

Auch wenn die Novellierung derzeit noch nicht rechtskräftig ist, so sind doch die zu erwartenden Veränderungen der Novelle bei dem Vorhaben zu berücksichtigen.

Die **Einordnung der Standorte** sowie die hiermit verbundene Eignung für bestimmte Sortimente erfolgt **räumlich-funktional anhand eines hierarchisch abgestuften Systems.**

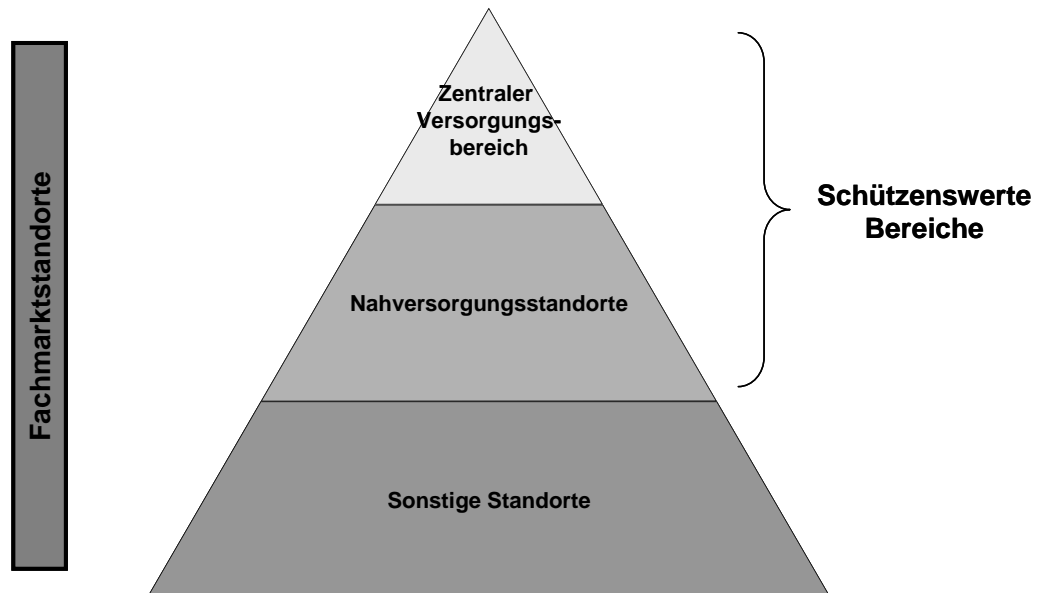
An der **Spitze der Hierarchie ist der Zentrale Versorgungsbereich** einer Kommune zu benennen, der sich nicht nur aus der besonderen Dichte der Einkaufsnutzungen definiert, sondern auch aus seiner Durchmischung mit Verwaltungs-, Dienstleistungs-, Freizeit- oder Gastronomieeinrichtungen.

Daneben gilt es, die **Nahversorgungsstandorte** zu definieren, die aufgrund ihrer städtebaulichen Integration sowie ihrer Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche als besonders schützenswert erachtet werden.

Als **Fachmarktstandorte** sind insbesondere die Standorte zu verstehen, die außerhalb der obigen Bereiche vorrangig Angebotsstätten des (überwiegend nicht zentrenrelevanten) großflächigen Handels beherbergen bzw. dem Bestandsschutz unterliegen.

Die für Altenberge vorgeschlagene Hierarchie der Zentren kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden.

Abb. 25 : Zentrenhierarchie



Quelle : eigene Darstellung

Bei einer Zuordnung der Funktionen der einzelnen Standorte ist zunächst die Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten zu klären. Dies gilt sowohl für die Kern-, als auch für die Randsortimente.

5.2.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Untersuchungen haben den Hauptgeschäftsbesatz im Ortskern von Altenberge identifiziert, wenngleich zum Erhebungszeitpunkt größere Magnetbetriebe oder Anbieter mit überörtlicher Bedeutung fehlen.

Die Haupteinkaufslage in Altenberge erstreckt sich entlang der Münsterstraße, der Borghorster Straße, der Bahnhofstraße sowie der an den Markt angrenzenden Straßen.

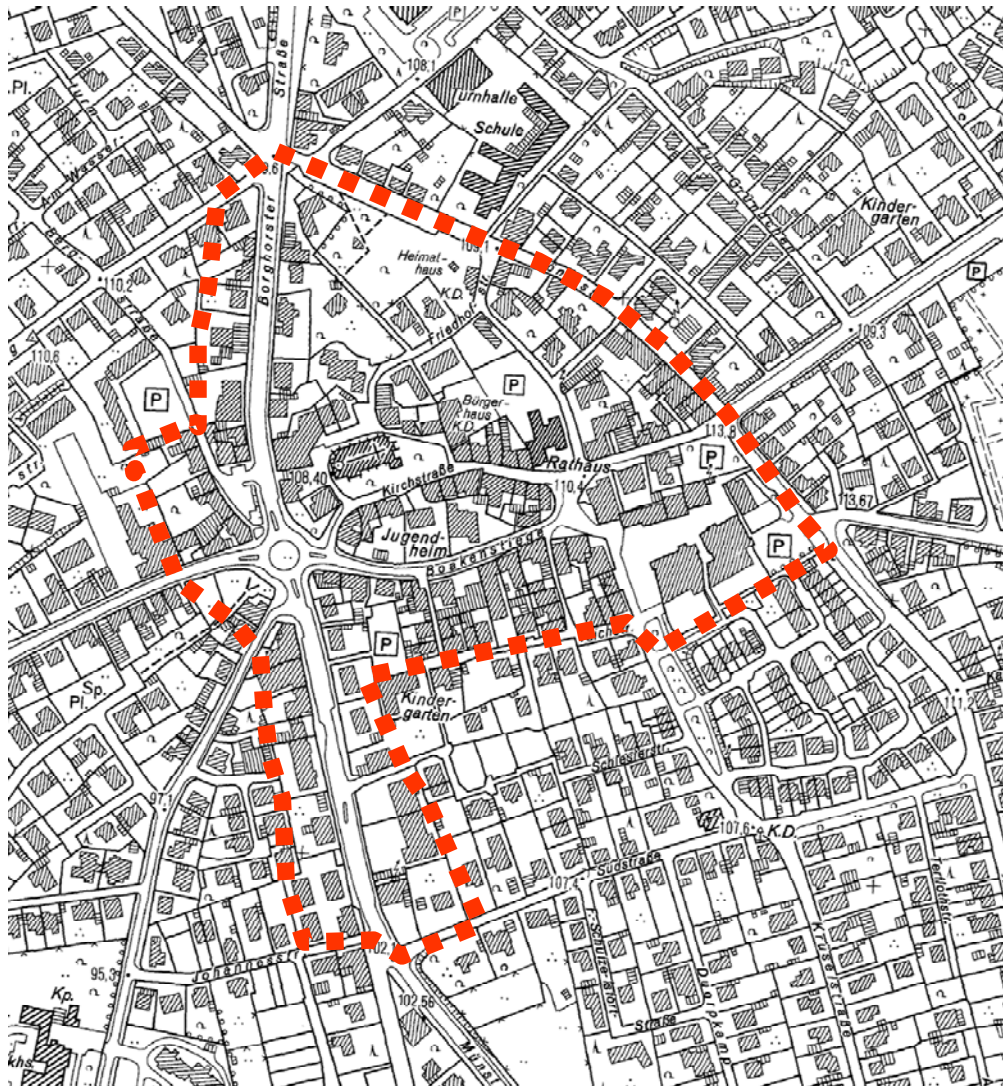
Die räumlichen Grenzen dieses relativ kleinen Gebietes werden insbesondere durch den vorhandenen Besatz sowie topographische Barrieren bestimmt.

Innerhalb dieses Raumes sind größere Entwicklungsstandorte zumindest heute nicht zu erkennen.

Um trotz der fehlenden Entwicklungsstandorte eine räumliche Verdichtung im Zentralen Versorgungsbereich bewirken zu können, wird ein unmittelbar angrenzender Bereich als Ergänzungslage für Nahversorgungseinrichtungen empfohlen.

Dieser Ergänzungsbereich sollte für Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortimentschwerpunkt vorgehalten werden, um somit die Frequenzwirkung zumindest mittelbar im Zentralen Versorgungsbereich nutzbar machen zu können.

Abb. 26 : Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich



Quelle : eigene Darstellung

5.2.2 Nahversorgungsstandorte

Die Untersuchungen konnten neben den Nahversorgungseinrichtungen im Zentralen Versorgungsbereich weitere bestehende und potenzielle Nahversorgungsstandorte an den Standorten Münsterstraße (ALDI), Bahnhof (LIDL) und der Ergänzungslage Nahversorgung im Bereich Münsterstraße ermitteln.

Die Zielvorstellung einer dezentralen und wohngebietsorientierten Versorgung der Bevölkerung gebietet auch zukünftig die enge räumliche Anbindung der Standorte an die Wohngebiete.

Dazu sollten zukünftige Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglichst eng an den vorhandenen Besatz angebunden werden.

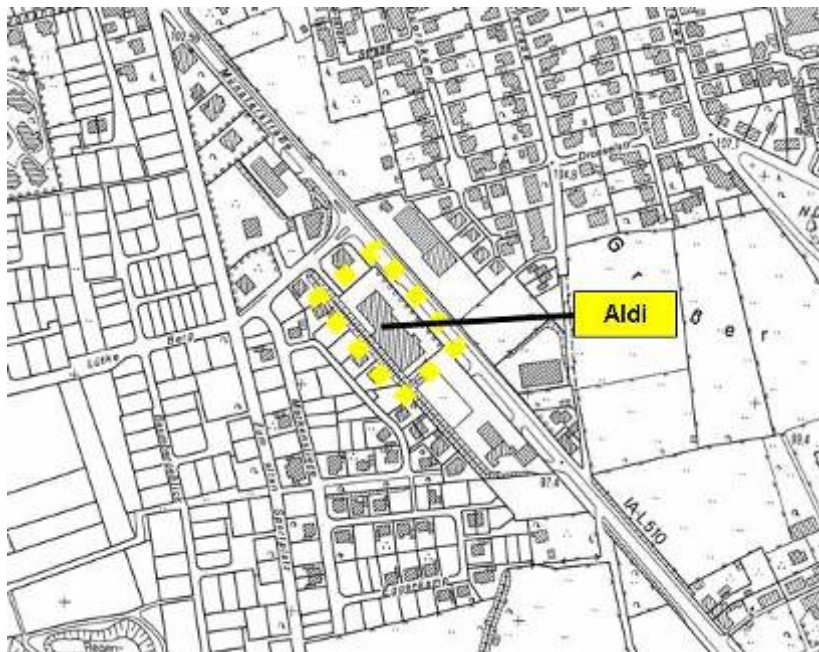
Als Nahversorgungsbereich wird in aller Regel ein fußläufig erreichbarer Radius von etwa 600 Metern genannt. Allerdings ist aufgrund der Siedlungsstruktur in Altenberge mit teilweise sehr kleinen Bauernschaften auch zukünftig davon auszugehen, dass Nahversorgungsstandorte für zahlreiche Bürger nur mit dem PKW erreichbar sind, zumal die Ansiedlung leistungsfähiger Nahversorgungsanbieter in den Bauernschaften wirtschaftlich nicht tragfähig ist.

Nahversorgungsstandort Münsterstraße

Aufgrund der Lage und Struktur des Angebotsstandortes Münsterstraße sind neben kleineren Erweiterungsmaßnahmen hier insbesondere Ergänzungsnutzungen mit Nahversorgungseinrichtungen wie Ladenhandwerk, Drogerie- oder Getränkemärkte denkbar.

Entsprechend den anderen Standorten ist auch hier eine räumliche und funktionale Beschreibung des Standortes anzuraten, um mögliche zukünftige Entwicklungen planerisch steuern und bündeln zu können.

Abb. 27: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Münsterstraße



Quelle : eigene Darstellung

Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße

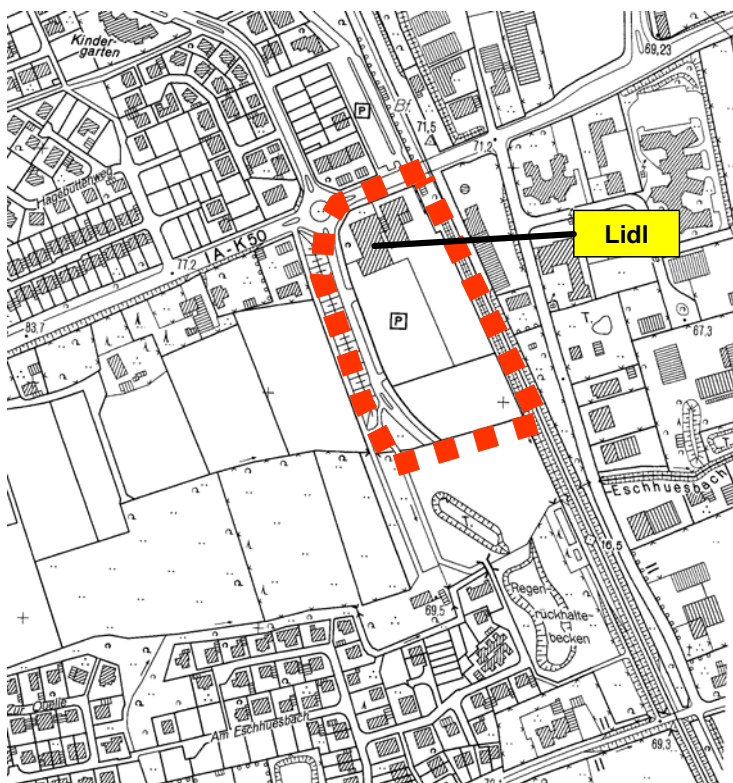
Aufgrund der Flächenpotenziale scheint derzeit nur der bestehende Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße in der Lage, größere Flächen für die Errichtung neuer Einzelhandelsflächen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten aufnehmen zu können.

Hierbei soll nach folgenden Grundsätzen verfahren werden:

- Die Versorgung der Bevölkerung mit **nahversorgungsrelevanten Gütern** folgt der Zielvorstellung einer möglichst **vielfältigen und dezentralen** Versorgungsstruktur.
- Mögliche **Ergänzungsnutzungen** sind so zu gestalten, dass sie in ihrer Auswirkung insbesondere auf den Zentralen Versorgungsbereich als **verträglich** angesehen werden können.

Nähere Ausführungen und Untersuchungen zu diesem Standort sowie den konkreten Planungen finden sich in der gutachterlichen Stellungnahme zum Einzelhandelskonzept.¹⁴

Abb. 28: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Bahnhofstraße



Quelle : eigene Darstellung

¹⁴ BBE Handelsberatung: Einzelhandelskonzept Altenberge, Teil 1, gutachterliche Stellungnahme zu großflächigen Ansiedlungsvorhaben in Altenberge, Münster 2007

Ergänzungslage Nahversorgung im Bereich Münsterstraße

Die Ausweisung möglicher Entwicklungsstandorte ist zum einen durch die verfügbaren Potenziale in den Sortimenten beschränkt.

Daneben spielen auch naturräumliche Gegebenheiten wie z.B. die Topographie des Gemeindegebietes eine Rolle.

Im Rahmen einer Intensivbegehung konnte aufgrund der obigen Restriktionen neben dem Standort Bahnhofstraße ein weiterer potenzieller Entwicklungsstandort identifiziert werden.

Hierbei handelt es sich um eine Fläche, die in südlicher Lage an den Hauptversorgungsbe-
reich anschließt und aufgrund der Gegebenheiten grundsätzlich als ein Standort des
großflächigen Handels geeignet wäre.

Auf die funktionale Einordnung des Standortes soll im Rahmen des hierarchisch abgestuften
Zentrensystems eingegangen werden.

Abb. 29 : Abgrenzung Ergänzungslage Nahversorgung im Bereich Münsterstraße



Quelle: Eigene Darstellung

5.2.3 Fachmarktstandorte

Als Ergänzungsstandort hat sich das Gewerbegebiet als Einzelhandelsstandort etabliert.

Wesentliche Anbieter sind ein Zweiradmarkt mit eigener Fertigung, ein Bekleidungsfach-
markt sowie ein Möbelhaus.

Diese Betriebe unterliegen dem Bestandschutz.

Aufgrund der Standortqualität gilt dieser Standort aus städtebaulicher Sicht nicht als schützenswerter Bereich und kommt somit grundsätzlich als Angebotsstandort für nicht zentrenrelevante Sortimentsschwerpunkte in Frage.

Die möglichen Obergrenzen derartiger Ansiedlungen werden in dem Entwurf der neuen Landesplanung im Rahmen des Kongruenzgebotes durch das sortimentspezifische Kaufkraftpotenzial der Ansiedlungskommune Altenberge beschränkt.

Andererseits stellt das Kaufkraftpotenzial zunächst einmal eine rechnerische Größe dar und ist nicht zwangsläufig auch das Spiegelbild einer qualitativ ausgewogenen Mischung wie Angebotsvielfalt, Angebotsgenre oder räumlicher Verteilung. Es können somit auch nicht alle möglichen Angebotsformen am Standort Altenberge wirtschaftlich tragfähig betrieben oder angesiedelt werden.

Angesichts der räumlichen Strukturen sowie der Wettbewerbsbeziehungen auch zu gewachsenen Zentren wie in Münster sind die Grenzen möglicher neuer Ansiedlungen somit recht eng gesteckt.

5.3 Planungsrechtliche Empfehlungen

Das vorab dargelegte Zentren- und Standortkonzept folgt dem **Leitbild einer räumlich-funktionalen Aufgabenteilung** zwischen unterschiedlichen Typen von Einzelhandelsstandorten. **Im Grundsatz wird vorgeschlagen:**

- **zentrenrelevante Betriebe** und auch standortgerechte **Nahversorgungseinrichtungen** auf planungsrechtlich abgesicherte und damit grundsätzlich entwicklungsfähige Areale **innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches** zu konzentrieren,
- die für die **wohnungsnahen Versorgung** wichtigen Betriebe auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich **in fußläufigen Lagebeziehungen zu größeren Wohngebieten** befinden und gleichzeitig die aus Betreibersicht notwendigen Standortvoraussetzungen (Grundstücksgröße, Möglichkeit zur Realisierung konkurrenzfähiger Betriebsgrößen, Anbindung an Haupterschließungsstraßen, ausreichende Zahl von Kundenstellplätzen) mitbringen,
- für Großbetriebe mit **nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** wie z.B. Bau- und Gartenmärkte **Ergänzungsstandorte** vorzuhalten, die innerhalb des Siedlungsraumes der Gemeinde Altenberge eine günstige Verkehrszentralität aufweisen und deshalb vom überwiegenden Teil der Bevölkerung in akzeptabler Zeit erreicht werden können.

Die obigen **Grundsätze** sind zur Sicherung einer bedarfsgerechten Versorgung der Bevölkerung den **örtlichen und regionalen Verhältnisse** anzupassen und somit mit **städtebaulichen und landesplanerischen Vorgaben** abzustimmen.

Die Umsetzung des vorgeschlagenen Zentren- und Standortkonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente. Denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Altenberge zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

5.3.1 Definition und Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente

Negativwirkungen können vor allem dann von großflächigen Betrieben ausgehen, wenn diese überwiegend zentrenrelevante Sortimente anbieten. Diese Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie prägend für das Einzelhandelsangebot der betroffenen Versorgungsbereiche und deren Besucherattraktivität sind.

Es handelt sich um Warengruppen, die

- typischerweise viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenbedarf haben und somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften wirtschaftlich angeboten werden können,
- häufig zusammen mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt sowie
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (u. a. „Kölner Liste“). Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich; nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.2002 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Auch die in diesem Zusammenhang geprüfte Liste des Einzelhandelserlasses NRW kann nicht ohne weitere Prüfung der örtlichen Gegebenheiten von einer Kommune angewendet werden. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Eine wichtige Orientierungslinie gibt der Einzelhandelserlass NRW vor, der in seiner Anlage 1, Teil A, folgende Sortimentsgruppen als zentrenrelevant definiert:

- Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/ Büroorganisation/Kunst/ Antiquitäten
- Baby-/ Kinderartikel

- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren
- Foto/Optik
- Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Musikalien
- Uhren/Schmuck
- Spielwaren/Sportartikel

Die in Teil B der Anlage 1 des Erlasses genannten Sortimente gelten als zentrenrelevant, sofern die Gemeinde unter Berücksichtigung ihrer Größe und der örtlichen Gegebenheiten nichts anderes festlegt:

- Teppiche (ohne Teppichboden)
- Blumen
- Campingartikel
- Fahrräder und Zubehör, Mofas
- Tiere und Tiernahrung, Zooartikel

Daher werden diese einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen.

Teppiche: In Altenberge sind aufgrund der Ortsgröße sowie der Wettbewerbsbeziehungen zu großflächigen Möbelhäusern wie FINKE oder STAAS die Marktchancen von qualifizierten Teppichfachgeschäften an integrierten Standorten als gering zu beurteilen. Als Randsortiment im Fachhandel für Möbel- und Einrichtungsbedarf spielen sie aber eine Rolle. Entsprechende Angebote finden sich nicht im Zentralen Versorgungsbereich. Aufgrund der obigen Rahmenbedingungen empfehlen die Gutachter dieses Sortiment als **nicht zentrenrelevant** einzustufen.

Blumen: Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen **Schnittblumen** und gartenmarktspezifischen Sortimenten empfohlen: Während Schnittblumen zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher **als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen** sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. **Gartenmarktspezifische Sortimente** werden daher als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft.

Campingartikel: Da die Warengruppe für die Attraktivität der Zentralen Versorgungsbereichen von Altenberge keine Bedeutung hat und voraussichtlich auch nicht erhalten kann, wird diese als **nicht zentrenrelevant** betrachtet.

Fahrräder: Im Marktsegment Fahrrad und Fahrradzubehör ist in Deutschland eine zunehmende Polarisierung zu verzeichnen. Ähnlich wie in vielen anderen Sortimenten, etablieren sich zunehmend großflächige Fachmärkte, die gemeinsam mit den Fachabteilungen der Baumärkte und SB-Warenhäuser den niedrig- bis mittelpreisigen Bereich abdecken. Der Facheinzelhandel spezialisiert sich verstärkt auf höherpreisige Waren und versucht sich, durch eine intensive fachliche Kundenberatung und den Service nach dem Kauf vom discountorientierten Wettbewerb der Fachmärkte abzusetzen. In Altenberge ist zum Zeitpunkt der Erhebung kein Anbieter von Fahrrädern im Zentralen Versorgungsbereich vertreten. Zugleich ist im Gewerbegebiet Altenberge ein Anbieter ansässig, der eine überörtliche Bedeutung aufweist. Die Chancen zur Etablierung weiterer Anbieter in Altenberge sind daher als gering einzustufen.

Angesichts der obigen Rahmenbedingungen empfehlen die Gutachter eine Einordnung des Sortiments als **nicht zentrenrelevant**.

Tiernahrung/ Zooartikel: Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel wird in der Regel als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten geführt und ist deshalb als **nahversorgungsrelevant** einzustufen. Nicht einbezogen werden hierbei Zooartikel z.B. Aquarien, Terrarien oder Futtermittel, wie sie typischerweise in Zoo-, Garten- oder Raiffeisenmärkten angeboten werden.

Da in Altenberge einige Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt sind und somit wesentliche Frequenzfunktionen ausüben, empfehlen wir die Einordnung als **zentrenrelevantes Sortiment**.

Die übrigen in die folgende Aufstellung aufgenommenen Sortimente sind aus Sicht der Gutachter elementare Bestandteile innerstädtischer Einkaufsstandorte. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um die Warengruppen Kosmetik / Bekleidung/ Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Elektrohaushaltsgeräte und sonstige Elektronikprodukte, Uhren und Schmuck, Spielwaren, Sportartikel sowie Bücher und Zeitschriften. Diese Angebote erfüllen alle die o. g. Kriterien zur Bestimmung zentrenrelevanter Sortimente und bilden gemeinsam den typischen Branchenmix des Zentralen Versorgungsbereiches.

Zusammenfassend schlagen die Gutachter der Gemeinde Altenberge die Verwendung der folgenden Liste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente vor:

Abb. 30 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Warenzeichen	Sortimentsgruppe
WZ-Nr. 52.41	Haushaltswaren, Kuzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche
WZ-Nr. 52.42	Bekleidung, Beleidungszubehör, Kürschnerwaren
WZ-Nr. 52.43	Schuhe, Leder- und Täschnerwaren
aus WZ-Nr. 52.44.2	Wohnraumleuchten
aus WZ-Nr. 52.44.3	Haushaltsgegenstände ohne Möbel für Garten und Camping
WZ-Nr. 52.44.4	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
WZ-Nr. 52.44.7	Heimtextilien
aus WZ-Br. 52.45.1	Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse ohne Elektrogeräte
WZ-Nr. 52.45.2	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör
WZ-Nr. 52.45.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus WZ-Nr. 52.47.1	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel ohne Bürobedarf
WZ-Nr. 52.47.2	Bücher und Fachzeitschriften
WZ-Nr. 52.47.3	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
WZ-Nr. 52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
WZ-Nr. 52.48.5	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
WZ-Nr. 52.48.6	Spielwaren
aus WZ-Nr. 52.49.1	Schnittblumen
WZ-Nr. 52.49.3 ; 52.49.4	Augenoptiker, Foto- und optische Erzeugnisse
WZ-Nr. 52.49.5	Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software
WZ-Nr. 52.49.6	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
aus WZ-Nr. 52.49.8	Sportartikel
WZ-Nr. 52.50.1 ; 52.50.2	Antiquitäten und antike Teppiche, Antiquariate
aus WZ-Nr. 52.49.2	Tiere und Tiernahrung, Zooartikel
Quelle: Statistisches Bundesamt	

Quelle: eigene Auflistung

Abb. 31 : Liste nahversorgungsrelevanter Sortimente

Warenzeichen	Sortimentsgruppe
WZ-Nr. 52.11.1; 52.2	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln
WZ-Nr. 52.33.1	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel
aus WZ-Nr. 52.33.2	Drogerieartikel ohne Feinchemikalien, Saaten- und Pflanzenschutzmittel, Schädlingsbekämpfungsmittel
WZ-Nr. 52.49.2	Heim- und Kleintierfutter, u.a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel (ohne Futter für Großtiere in Großgebinden)
Quelle: Statistisches Bundesamt	

Quelle: eigene Auflistung

5.3.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Warengruppen ist es, diese an integrierten Standorten in die gewachsenen Versorgungsbereiche einbinden zu können. Die daraus resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Innenstädte dienen und diese weiter stärken.

Die Qualität und Eignung eines Standortes werden in erheblicher Weise sowohl von der räumlichen Distanz zum Hauptgeschäftsbereich als auch von der Qualität der Fußwegeverbindung beeinflusst. Weiterhin spielen auch die jeweilige Ortsgröße und die räumliche Ausdehnung des Zentralen Versorgungsbereiches eine wesentliche Rolle.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird mit dem vorliegenden Konzept der Gemeinde Altenberge empfohlen, den Zentralen Versorgungsbereich für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten durch geeignete Bebauungspläne festzulegen und gleichzeitig Ausschlussregelungen für die sonstigen Standortbereiche zu treffen.

Dazu sind weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt

§ 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Insbesondere wird es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der zentrenrelevanten Sortimente als Grundlage dienen.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung. Im Falle eines Baumarktes sollten beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen vorgenommen werden.

5.3.3 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Gemeinde Altenberge nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen. Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens bestätigte.¹⁵ In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Gemeinde Altenberge empfohlen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher in Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnetes und im Angebotsumfang deutlich untergeordnetes Nebensortiment zulässig sein. Darüber hinaus sind Ausnahmen für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die

¹⁵ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen, sowie für Handwerks- und Produktionsbetrieben mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Es wird der Gemeinde Altenberge empfohlen, bestehende Bebauungspläne mit Festsetzungen nach § 8 BauNVO entsprechend zu ändern. Gleichzeitig sollte mit der Planänderung eine Anpassung älterer Bebauungspläne von vor 1990 an die aktuelle BauNVO erfolgen.

Mit den vorgeschlagenen Festsetzungen werden

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

Um die Industriegebiete denjenigen Betrieben vorzubehalten, die wegen ihres hohen Störgrades durch Emissionen in anderen Gebieten nicht zulässig sind, sollten Einzelhandelsbetriebe sowie Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben und anderen Gewerbebetrieben, die sich ganz oder teilweise an Endverbraucher wenden, in Bebauungsplangebieten mit GI-Festsetzung nach § 9 BauNVO grundsätzlich ausgeschlossen werden.¹⁶

5.3.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Zentren- und Standortkonzeptes kann es erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Im allgemeinen Wohngebiet sind grundsätzlich nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien/ Backshops, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filialkette SCHLECKER). Nicht genehmigungsfähig sind jedoch Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzepts einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht. Als Beispiel für eine nicht genehmigungsfähige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-

¹⁶ Anmerkung: Die obigen Empfehlungen sind in Altenberge bereits weitestgehend umgesetzt worden, sollten aber auch bei zukünftigen Planungen so gehandhabt werden.

Discountmarktes zu nennen, der auch bei weniger als 800 m² Verkaufsfläche der Gebietsbezug abzusprechen ist.¹⁷

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht des Gutachters diejenigen Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen werden, die aufgrund ihrer Größe und ihres Warensortiments Einzugsbereiche aufweisen, die voraussichtlich deutlich über die Nahbereichsebene hinausgehen. Dies trifft beispielsweise für spezialisierte Fachmärkte für Drogerieartikel, Bekleidung oder Schuhe zu.

Ausdrücklich hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang jedoch darauf, dass restriktive Ausschlussregelungen in Mischgebieten nur dann möglich sind, wenn diese sich auf ein verbindlich definiertes Zentrenkonzept stützen, aus dem sich konkrete Standortvorgaben insbesondere für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ableiten lassen. Ferner wird es erforderlich, bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben Möglichkeiten für angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen einzuräumen.

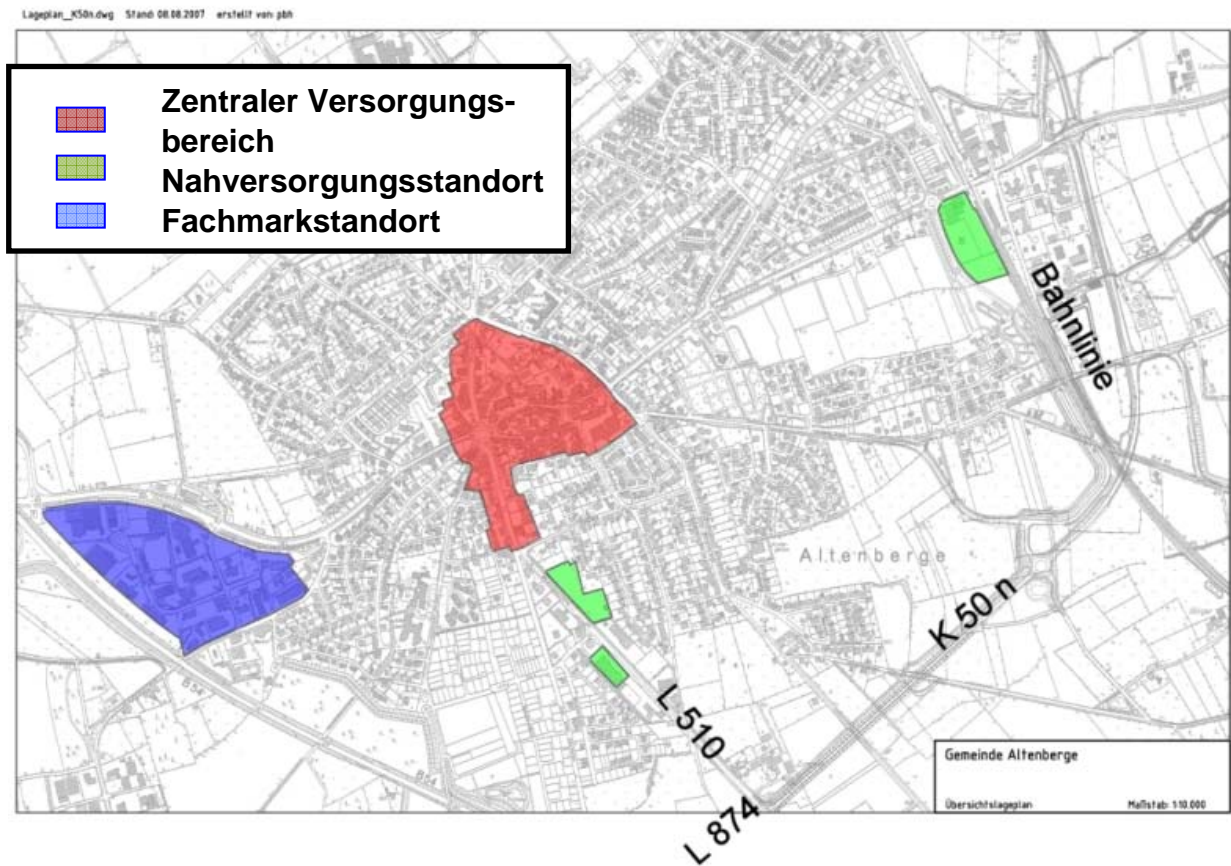
5.3.5 Zusammenfassung der planungsrechtlichen Empfehlungen

Die vorgestellten Empfehlungen und Festlegungen ermöglichen eine differenzierte räumliche Steuerung des Handels in Altenberge.

Die räumliche Struktur der definierten Entwicklungsräume ist dem nachfolgenden Überblick zu entnehmen:

¹⁷ vgl. hierzu Urteil des OVG NRW vom 28.11.2000 zur Zulässigkeit eines ALDI-Marktes im Allgemeinen Wohngebiet (Az. 10 B 1428/00).

Abb. 32 : Zentrenkonzept



Quelle: eigene Aufstellung

Durch die Zuordnung der Nahversorgungsstandorte an die Entwicklungsräume der Wohnbauentwicklung, wie sie im Gebietsentwicklungsplan (GEP) ausgewiesen werden, wird auch der zukünftigen wohnortnahen Grundversorgung Rechnung getragen.

Die Steuerungsmöglichkeiten innerhalb der Zentrenhierarchie sind im nachfolgenden Tableau dargestellt:

Abb. 33 : Übersicht zur Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen

Sortimentsschwerpunkt	Zentrenrelevant	Nahversorgungsrelevant	Nicht Zentrenrelevant
Standort			
Zentraler Versorgungsbereich	Großflächige Ansiedlungen möglich unter Wahrung des Kongrenzgebotes (z. B. Textil max. 1.200 qm)	Großflächige Ansiedlungen möglich (Nahrungs- und Genussmittel max. 1.500 qm)	Großflächige Ansiedlungen mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglich
Nahversorgungsstandorte	Zentrenrelevante Randsortimente, jedoch lediglich 10 % der Gesamtfläche	Großflächige Ansiedlungen möglich (Nahrungs- und Genussmittel max. 1.500 qm)	Großflächige Ansiedlungen mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglich
Sonderstandorte	Keine Neuerichtungen, lediglich Bestandsschutz für bestehende Betriebe	Keine Neuerichtungen, lediglich Bestandsschutz für bestehende Betriebe	Großflächige Ansiedlungen mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglich
Sonstige Standorte	Ausschluss nicht zentrenrelevanter Nutzungen	Lediglich Betriebe bis max. 300 qm Verkaufsfläche wünschenswert	

Quelle: eigene Aufstellung

Die Umsetzung des vorgeschlagenen Konzeptes bedarf eines **rechtkräftigen Beschlusses durch den Rat der Gemeinde Altenberge**. Eine **Beschlussvorlage auf Basis der konzeptionellen Empfehlungen** wird durch das beauftragte Gutachterbüro vorgelegt.

6 SCHLUSSWORT

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Altenberge stellt die „Leitplanken“ für die weitere Entwicklung als Einzelhandelsstandort dar.

Es bietet somit Chancen, die weitere Entwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung, aber auch einer Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben. Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wemgleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Gemeinde Altenberge zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie dem Zentrennetz sowie den Sortimentsfestlegungen in der Sortimentsliste. Sie bietet die Grundlage für die städtebauliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Neben dem Rat der Gemeinde sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit, die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes im Rahmen der jeweiligen Möglichkeiten voranzutreiben.

Hierbei sind sowohl die Kaufleute bei einer Verbesserung des Marktauftrittes und Erscheinungsbildes als auch die Verwaltung in der konsequenten planerischen Umsetzung des Konzeptes aufgerufen.

ANHANG FACHBEGRIFFE

- Agglomeration** Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt.
- Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.
- Angebotsgenre** Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren.
- Bedarfsbündelung** Bedarfsbündelung ist die Zusammenfassung von Bestandteilen verschiedener Sortimente oder Sortimentsbereiche eines Einzelhandelsgeschäfts an einem einzigen Verkaufspunkt im Laden. Unter Bedarfsbündelung versteht man auch sich ergänzende Artikel für einen bestimmten Erlebnisbereich (beispielsweise Urlaub, Party), Lebensbereich (beispielsweise Wohnung, Alles fürs Bad) oder für eine bestimmte Kundenschicht (beispielsweise Mutter und Kind), die zusammengefasst angeboten werden.
- Die Bedarfsbündelung ist eine Maßnahme zur Verkaufsförderung. Sie wird unter dem Gesichtspunkt einer schwerpunktmäßig auftretenden Nachfrage für bestimmte Bereiche vorgenommen.
- Bestandsschutz** Bestandsschutz wird generell als Schutz eines bereits vorhandenen tatsächlichen Bestandes oder von bereits vorhandenen rechtlichen Positionen verstanden.
- Discounter:**
Ein Discounter ist ein Selbstbedienungsgeschäft, das in konzentrierter Form umschlagsstarke Artikel anbietet und den Verbraucher vor allem aufgrund seiner Niedrigpreispolitik anspricht.
- Fachgeschäft:**
Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.
- Fachmarkt:**

Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird.

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft mit mindestens 400 m² Verkaufsfläche, davon Frischwaren und einem Anteil von Non-Food-Artikeln von nicht mehr als 25 % der Verkaufsfläche.

Verbrauchermarkt:

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1.500 m², das weitgehend Lebensmittel sowie kurz-, mittel- und langfristige Ge- und Verbrauchsartikel in Selbstbedienung anbietet.

Warenhaus:

Ein Warenhaus ist ein zentral gelegener Einzelhandelsgroßbetrieb mit breitem Sortiment insbesondere in Textilien, Bekleidung, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel inklusive gastronomischen Angeboten. Kennzeichnend ist zudem, das vorwiegend in Kundenvorwahl verkauft wird.

Kaufhaus:

Ein Kaufhaus ist ein großflächiges Einzelhandelsfachgeschäft mit breiten, tiefen und branchengebundenen Sortimenten.

Eigenbindung

Die Eigenbindung einer Gemeinde wird als Bindung der Kaufkraft aus dem Gemeindegebiet definiert. Sie kann somit von der Kaufkraftbindung oder Umsatz-Kaufkraft-Relation der Kommune abweichen, da hierbei auch die getätigten Umsätze aus der Region bzw. die Kaufkraft der Nachbarkommunen einfließen können.

**Flächen-
produktivität**

Die Flächenproduktivität wird auch als Raum- oder Flächenleistung bezeichnet und ist somit der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche. Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenproduktivität ausgedrückt als Umsatz pro m² Verkaufsfläche oder Umsatz pro m² Geschäftsfläche.

Kaufkraftniveau

Das Kaufkraftniveau gibt Auskunft über die regionale Verteilung einkommensbedingter, potenzieller Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach denjenigen Ver- und Gebrauchsgütern,

die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen verkauft werden.

Kundenherkunft-Kundenorientierung	Durch Gegenüberstellung von Kundenherkunft und –orientierung ergeben sich Anhaltspunkte zur Abgrenzung des Marktgebietes eines Einkaufsstandortes sowie zur Erstellung von Kaufkraftbilanzen und –salden einschließlich möglicher Kaufkraftzu- und -abflüssen.
Leitbranche	Unter Leitbranchen werden die typischen innenstadtprägenden Branchen eines Einkaufsstandortes verstanden, wie z.B. Textilien und Schuhe.
Magnetbetrieb	Magnetbetriebe werden auch als sog. Frequenzbringer bezeichnet, d.h. Betriebe, die ihrerseits wiederum Kundenfrequenzen erzeugen.
Räumliche und funktionale Zuordnung	Gemäß dem § 24 Abs. 3 Landesentwicklungsprogramm NRW (LEPro NRW) soll sich die Einzelhandelsentwicklung schwerpunktmäßig an Standorten vollziehen, die den Siedlungsschwerpunkten einer Stadt oder Gemeinde räumlich und funktional zugeordnet sind.
Festsetzungen im Bebauungsplan	<p>Festsetzungen sind rechtsverbindliche, für den Bürger unmittelbar geltende Regelungen im Bebauungsplan beispielsweise für die von der Planung berührten Grundstückseigentümer, ob und wie sie ihre Grundstücke bebauen können, im Gegensatz auch zu den Darstellungen des Flächennutzungsplanes, die für den Bürger nur mittelbare Wirkungen haben.</p> <p>Unterschieden wird in textliche und zeichnerische Festsetzungen und können durch Zeichnung, Farbe, Schrift oder Text zum Ausdruck gebracht werden.</p>
Verbrauchsausgaben	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.
Verkaufsflächen-ausstattung	<p>Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in m² je Einwohner an.</p> <p>Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.</p>

- Vermutungsregel** Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsprojekten sind in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche des Betriebs 1.200 m² überschreitet. Diese Vermutungsregel geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschoßfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 m² diese Auswirkungen haben kann.
- Versorgungsbe-
reich** Die Versorgungsbereiche einer Stadt oder Gemeinde umfassen die zentralen Einkaufsbereiche im Stadtzentrum oder den Neben- und Grundversorgungszentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde.
Sie werden häufig bestimmt durch einen durchgängigen Geschäftsbesatz, einem Mix unterschiedlicher Nutzungen, einer höheren fußläufigen Frequenz sowie einer Ansammlung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich gewachsenen Strukturen.
- Verweilqualität** Unter Verweilqualität ist die Aufenthaltsqualität an einem Standort zu verstehen. Diese wird durch die Lagequalität, den Straßenbelag, die Fassadengestaltung, der Orientierung, sonstige äußere Beeinträchtigungen wie Lärm etc. sowie Sauberkeit und Sicherheit im Wesentlichen beeinflusst.