Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Porta Westfalica

- Bericht -

BBE Standort- und Kommunalberatung Münster

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

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader
Dipl.-Ing. Christian Paasche
Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch

Münster, im Mai 2013

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 1

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung 1

1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes 4

1.3 Methodische Vorgehensweise 7

1.3.1 Erhebungsmethodik zur Angebotssituation 8

1.3.2 Analyse der Nachfragesituation 11

1.3.3 Städtebauliche Analyse 11

2 Trends im Einzelhandel 13

2.1 Sicherung der Grund- und Nahversorgung 16

3 Situationsanalyse 19

3.1 Wirtschaftsräumliche und standortrelevante Rahmenbedingungen 19

3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit 19

3.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region 20

3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung 23

3.2 Städtebauliche Ausgangssituation 25

3.3 Analyse der Angebotsstrukturen 26

3.3.1 Betriebe und Sortimente 26

3.3.2 Verkaufsflächen 28

3.4 Analyse der Zentrenstruktur in der Stadt Porta Westfalica 30

3.4.1 Standortmerkmale des Ortszentrums von Hausberge 31

3.4.2 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Porta Westfalica 34

3.4.3 Fachmarktagglomeration „Porta Markt“ 39

3.4.4 Zwischenfazit 40

3.5 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen 40

3.5.1 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich 41

3.5.2 Kaufkraftbindungsquoten 43

3.5.3 Zwischenfazit 47

3.6 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Porta Westfalica 47

4 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung 49

5 Zentren- & Sortimentskonzept 53

5.1 Rechtliche Rahmenbedingungen 53

5.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie 53

5.3 Zentrale Versorgungsbereiche 57

5.3.1 Herleitung zentraler Versorgungsbereiche 57

5.3.2 Empfehlungen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche 59

5.3.2.1 Hauptzentrum Hausberge 59

5.3.2.2 Nahversorgungszentren in Porta Westfalica 62

5.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte 64

5.5 Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels (Sonderstandorte) 65

5.6 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung 67

5.6.1 Steuerung des nicht großflächigen Handels 69

5.6.2 Ansiedlungsregeln 70

5.6.2.1 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente 72

5.6.2.2 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente 72

5.6.2.3 Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten 73

5.6.2.4 Einzelhandel in sonstigen Baugebieten 76

5.7 Sortimentsliste 76

6 Entwicklungsoptionen für die Stadt Porta Westfalica 84

7 Schlusswort 87

8 Anhang 88

8.1 Abbildungen 88

8.2 Glossar 90

Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d.h. Nennung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches insbesondere auch durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Münster.

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Strukturelle Veränderungen im deutschen Einzelhandel

Der Einzelhandel in Deutschland unterliegt weiterhin deutlichen strukturellen Veränderungen. Sowohl das Erscheinungsbild und die konzeptionelle Ausrichtung als auch die räumliche Struktur dieses Wirtschaftssektors haben sich in den letzten Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Damit gehen veränderte Betreiberkonzepte sowie Standort- und Objektanforderungen sowohl hinsichtlich der Betriebsgröße und Verkaufsflächendimensionierung als auch der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Parkplatzausstattungen einher. Hierdurch sind zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen entstanden. Dies hat in zahlreichen Fällen wiederum dazu geführt, dass die gewachsenen Strukturen der Innenstädte in ihrer Attraktivität und ökonomischen Funktion an Bedeutung eingebüßt haben. Auch die Zielvorstellung einer möglichst wohnortnahen und dezentralen Grundversorgung der Bevölkerung ist aufgrund zu beobachtender Konzentrationsprozesse im Einzelhandel zunehmend schwieriger zu erhalten bzw. zu realisieren, da das Netz an Anbietern der Nahversorgung in vielen Teilen Deutschlands immer weitmaschiger wird.

Spannungsfeld unterschiedlicher Zielvorstellungen

Die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen ist in Deutschland allerdings nicht allein den Marktkräften unterworfen. Vielmehr besteht ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung städtebaulicher Ziele, die sich allein durch das freie Spiel von Angebot und Nachfrage vermutlich nicht durchsetzen ließen. Den betrieblichen Entwicklungen auf Betreiberseite stehen somit raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen gegenüber, die in vielen Fällen nur schwer mit den Interessenslagen der Handelsunternehmen in Einklang zu bringen sind. Auch die Stadt Porta Westfalica sieht sich innerhalb dieses Spannungsfeldes divergierender Zielsetzungen vor der Aufgabe, ein auf die ortsspezifische Situation abgestimmtes Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen und funktionalen Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, um so städtebaulich schützenswerte Einzelhandels- und Standortstrukturen in ihrer Versorgungsfunktion zu erhalten und zu entwickeln. Dies geschieht letztlich auch vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen.[1]

[1] Novellierung Baugesetzbuch und LEP, aktuelle Rechtsprechung des Bundes- / Oberverwaltungsgerichts

Konzept für stadtentwicklungspolitische Entscheidungen

Mit Hilfe des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Fachbeitrag zur Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung beabsichtigt die Stadt Porta Westfalica, raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung auf Basis gesetzlicher Grundlagen des Bundes bzw. des Landes zu definieren, die vorhandenen Einzelhandelsstrukturen auf eine tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene Gesamtkonzeption zu gründen und insbesondere die Ortszentren von Porta Westfalica künftig vor unerwünschten Entwicklungen zu sichern und bedarfsgerecht fortzuentwickeln.

Mit dem Konzept ist eine Grundlage für zukünftige stadtentwicklungspolitische Entscheidungen zu Standortfragen des Einzelhandels in der Stadt Porta Westfalica und eine für die Bauleitplanung und die kommunale Baugenehmigungspraxis fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle und künftige Planvorhaben geschaffen worden. Ziel ist u. a. die bedarfsgerechte Entwicklung sowie Attraktivitäts- und Zentralitätssteigerung des örtlichen Einzelhandels, die Schaffung von Anreizen für Investitionen an städtebaulich geeigneten Standorten sowie die Vermeidung unerwünschter städtebaulich-funktionaler „Fehlentwicklungen“. Die Notwendigkeit eines solchen städtebaulichen Konzeptes im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist auch in einschlägigen Urteilen des OVG NRW hervorgehoben worden, da „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann (…) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, in aller Regel die Feststellung zulassen, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist“.[2]

EHK = Entwicklungskonzept

Aufgabe der vorliegenden Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist es dabei, eine aktuelle Bestandsaufnahme der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Analyse der spezifischen Nachfragesituation wie auch der städtebaulichen und bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen vorzunehmen. Hierauf aufbauend sind Zielsetzungen für einzelne Standortbereiche der Stadt Porta Westfalica sowie notwendige räumlich-funktionale Steuerungsinstrumente im Hinblick auf stadtverträgliche und zugleich wirtschaftlich tragfähige Einzelhandelsentwicklungen zu formulieren. Die konzeptionellen Empfehlungen und Zielsetzungen werden dabei von den örtlichen Gegebenheiten und Entwicklungsperspektiven der Stadt Porta Westfalica abgeleitet, berücksichtigen gleichwohl aber auch den aktuellen rechtlichen Rahmen, welcher sich aufgrund gesetzlicher Vorgaben auf Bundes- und Landesebene ergibt.

[2] OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 – 7 D 8/04 NE

Bestandteile des Konzeptes

Zur Erreichung definierter Zielsetzungen sind dabei klare Anforderungen an die inhaltliche Ausgestaltung eines Einzelhandelskonzeptes zu stellen. Unabdingbare Bestandteile eines rechtssicheren Konzeptes sind:

- eine umfassende und differenzierte Analyse der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Ausgangssituation
- eine dezidierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel
- die Formulierung von übergeordneten Zielvorstellungen und Grundsätzen zur Steuerung des Einzelhandels
- die Entwicklung eines räumlichen hierarchischen Zentrenmodells mit entsprechender Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte
- die Herleitung und Darstellung potenzieller zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) sowie ihrer Versorgungsfunktion (ggf. inkl. etwaiger Potenzialflächen zur Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandels)
- die Darstellung und Einordnung sonstiger Standorte und Agglomerationen des Einzelhandels (insb. großflächige Sonderstandorte)
- die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels („Ansiedlungsregeln“)
- die Erarbeitung einer ortstypischen Sortimentsliste („Portaner Liste“)

Darüber hinaus sind u. a. auch Aussagen zur perspektivischen und bedarfsgerechten Entwicklungsmöglichkeiten (Aufzeigen branchen- und standortspezifischer Potenziale), Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung einschließlich Vorgaben und Empfehlungen für die Bauleitplanung sowie die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung auch des nicht großflächigen Einzelhandels zumeist integraler Baustein eines Konzeptes.

Als Projektleiter sind Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader, Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche sowie Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch von der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes

Dem Einzelhandel kommt bei der Funktionalität sowie Attraktivität gewachsener Zentren mit ihrem breiten Angebot an Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen eine zentrale Bedeutung zu. Die Zentren sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Gemeinde, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger.

Öffentliches Interesse zur Steuerung

Die angeführten strukturellen Veränderungen im Einzelhandel haben jedoch weitreichende Konsequenzen für die räumlich-funktionale und städtebauliche Struktur der Städte mit ihren Innenstädten und Zentren. Grundsätzlich besteht in diesem Zusammenhang ein großes öffentliches sowie privates Interesse an dem Erhalt sowie der Förderung der Funktionsfähigkeit und der Nutzungsvielfalt der Zentren mit ihren spezifischen Erkennungsmerkmalen. Dies bedeutet, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, Trading-down-Prozesse oder Mindernutzungen und damit einhergehend ein Attraktivitätsverlust der Zentren vermieden werden sollen, ohne zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

EHK = Steuerungsinstrument

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist hierbei Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Durch das Bau- und Planungsrecht sowie die kommunale Genehmigungspraxis kann die öffentliche Hand aktiven Einfluss auf die räumlich-funktionale Entwicklung des örtlichen Einzelhandels nehmen. Sie ist somit aktives Instrument der Kommune, bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte zu lenken. Eine Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Rahmen von Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf jedoch einer sorgfältig erarbeiteten städtebaulichen Begründung. Dies gilt insbesondere mit möglichen Ausschlüssen, Untersagungen und Einschränkungen, welche frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen. Grundvoraussetzung einer rechtssicheren Planung ist somit eine fundierte Klärung der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse und hierauf basierend die hinreichend konkrete Ableitung der einzelnen Planungsziele. Hierzu ist in aller Regel ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erforderlich, im Rahmen dessen zum einen die vorhandene Einzelhandelsstruktur differenziert analysiert wird, zum anderen auch die Entwicklungsziele festgelegt werden. Die Inhalte des Einzelhandelskonzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen hierbei hinreichend bestimmt und auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein.

Grundlage für sachgerechte Abwägung

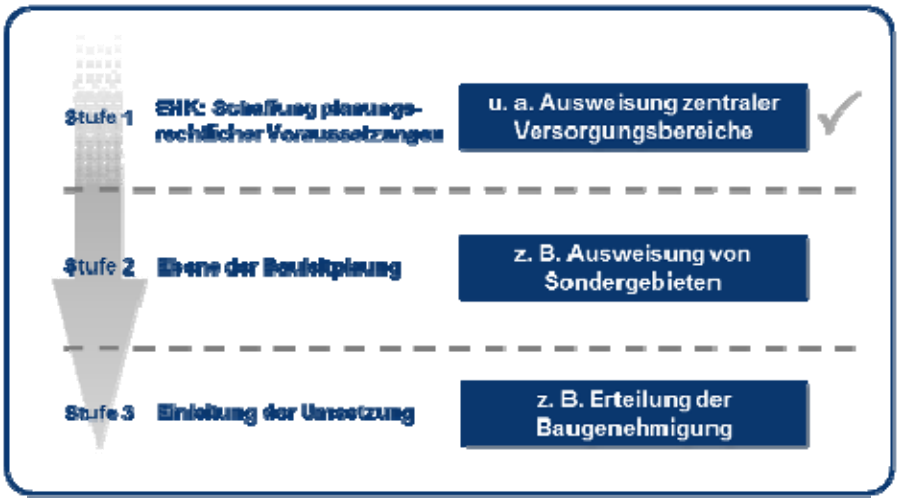
Ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt in diesem Zusammenhang ein städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung und damit als unverzichtbare Grundlage für eine sachgerechte Planung und Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben dar.

Es entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i. d. R. einen Ratsbeschluss und ist dann im Rahmen der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

Schaffung planungsrechtlicher Voraussetzungen

Einem Einzelhandelskonzept als informelle städtebauliche Planung kommt somit nicht die Funktion von bindenden Vorentscheidungen zu. Ein derartiges Konzept erzeugt zwar eine interne Bindungswirkung gegenüber der Kommune, nicht jedoch unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Weder wird bestehendes Baurecht aufgehoben noch neu geschaffen, ein Konzept schafft vielmehr die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze und Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z. B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.[3]

Abb. 1: Einordnung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

EHK = städtebauliche Begründung

Mit der Aufstellung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte und der sich hieran anschließenden notwendigen planungsrechtlichen Umsetzung durch Bauleitpläne können die Städte und Gemeinden die Entwicklung ihrer zentralen Versorgungsbereiche unterstützen bzw. eine ausgewogene Versorgungsstruktur sicherstellen. Zentrenkonzepte sind demnach nicht nur allein auf die Sicherung des Bestandes, sondern auch auf die Konzeption einer anzustrebenden Versorgungs- und Zentrenstruktur ausgelegt. Dies schafft eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung einzelner

[3] Der Zeitpunkt der jeweiligen Planung / Planumsetzung richtet sich nach ihrer Erforderlichkeit, d. h. die Gemeinde kann sich darauf beschränken, zunächst nur dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo ein konkreter Handlungsbedarf besteht.

Vorhaben im Sinne einer zukunftsorientierten Zentrenstruktur.[4] Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept bildet somit die inhaltliche Grundlage für die städtebauliche Begründung im Rahmen der Bauleitplanung, da Bebauungspläne ohne eine entsprechende fachlich fundierte Grundlage regelmäßig an Begründungsmängeln leiden.

Die Steuerung des örtlichen Einzelhandels im Rahmen der kommunalen Planungshoheit besitzt dabei eindeutige rechtliche Grundlagen und Zielvorgaben des Bundes bzw. des jeweiligen Landes. So werden im Rahmen

Rechtliche Grundlagen des Konzeptes

- des Baugesetzbuches (BauGB)
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO)
- des Landesentwicklungsprogramms NRW (LEP NRW)
- des Einzelhandelserlasses NRW (EHE NRW) sowie
- der aktuellen Rechtsprechung (diversere Urteile des Bundes- und Oberverwaltungsgerichtes)

klare und eindeutige Anforderungen formuliert.

Planungs- und Investitionssicherheit & aktive Standortpolitik

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept aber auch die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft. Durch eindeutige Regelungen und Festlegungen können sowohl örtliche als auch sonstige Akteure ihre Planungen und Investitionsentscheidungen vorantreiben, ohne gleichzeitig mit einem „unfairen Wettbewerb“ städtebaulich nicht geeigneter, aber oftmals wirtschaftlich interessanter Standorte rechnen zu müssen. Die stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen dabei den Wettbewerb im Einzelhandel nicht verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf städtebaulich geeignete Standortbereiche lenken, so dass sowohl bestehende Betriebe als auch Ansiedlungsvorhaben hiervon profitieren. Darüber hinaus kann auch das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

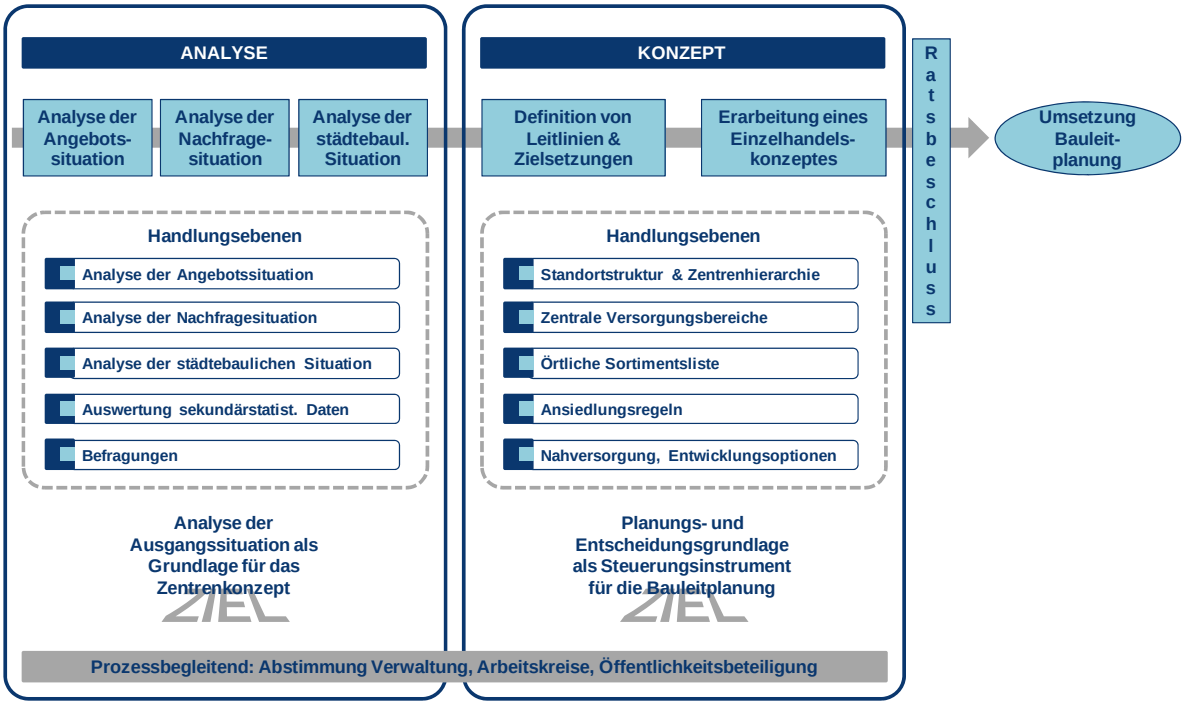
[4] Vergleiche hierzu u. a. Einzelhandelserlass NRW (2008), Nr. 4.1

1.3 Methodische Vorgehensweise

Wesentliche Leistungsbausteine

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen als städtebauliche Entwicklungskonzepte im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als wesentliche Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung. Um die Untersuchungsfragen, die dem Konzept zugrunde liegen, beantworten und damit die notwendige Rechtssicherheit dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sicherstellen zu können, gliedert sich die Erarbeitung im Wesentlichen in zwei Leistungsbausteine mit unterschiedlichen Handlungsebenen und aufeinander folgenden Erarbeitungsschritten wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist.

Abb. 2: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzelhandelskonzept basiert dabei auf einer umfangreichen und differenzierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Stadt Porta Westfalica und ihrem Einzugsgebiet. Durch die Aufnahme der städtebaulichen Strukturen sowie der Zuordnung der vorhandenen Betriebsstätten zu städtebaulichen Lagen wird zudem ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Steuerung der räumlichen Entwicklung von Standorten des Einzelhandels zulässt.

Notwendige Analyseschritte

Es sind somit die nachfolgend skizzierten Analysemethoden eingesetzt worden, die einen höchstmöglichen funktionalen (nach Hauptwarengruppen) sowie räumlichen (nach Standortlagen) Differenzierungsgrad vorweisen:

- Durchführung einer vollständigen Bestandserhebung sämtlicher Einzelhandelsunternehmen im Stadtgebiet von Porta Westfalica
- Begehung und Analyse der relevanten und versorgungsstrukturell prägenden Wettbewerbsstandorte innerhalb und außerhalb des Einzugsgebiets
- Bestandsanalyse Städtebau und qualitative Bewertung des Angebotsniveaus des innerstädtischen Einzelhandels
- Analyse der Nachfragesituation

Mit den vorgenannten methodischen Analysebausteinen erfüllt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept die rechtlichen Anforderungen zur Verabschiedung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

1.3.1 Erhebungsmethodik zur Angebotssituation

Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Porta Westfalica flächendeckend durchgeführt worden, d. h. alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks im gesamten Stadtgebiet wurden im Rahmen von Betriebsbegehungen hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standortlage) durch qualifizierte Berater der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster mittels elektronischer Vermessung vor Ort flächendeckend erfasst. Es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des örtlichen Ladeneinzelhandels auf Basis der aktuellen Verkaufsflächendefinition vor. Zusätzlich berücksichtigt wurden zur Einschätzung wesentlicher Einkaufs- und Wettbewerbsverflechtungen überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb von Porta Westfalica.

Waren- und Sortimentsgruppen-systematik

Die Erhebung wurde im Juni 2012 durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibilität geprüft[5]. Gemäß nachfolgender Waren- und Sortimentsgruppensystematik wurden die Verkaufsflächen insgesamt sowie je Warensortiment nach Teilflächen differenziert erhoben, um so – mit Blick auf die Identifizierung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels ermöglichen zu können.

[5] Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Baustoffhändler oder Autohäuser. Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie Mobiler Handel, Automatenverkauf, Hofverkauf / Wochenmärkte, Streuanbieter, Fabrikverkauf. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen

Abb. 3: Erhebungssystematik[6]

Warengruppe	Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren, Bäckerei / Konditorei, Metzgerei
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie-, Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Reformwaren
Pharmazeutische, medizinische,	Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
	medizinische und orthopädische Artikel
Optik / Akustik	Augenoptik (Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel etc.)
	Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Papier-, Büro-, Schreibwaren /	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (inkl. Organisationsmittel)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitschriften und Zeitungen
Bücher	Bücher
	Antiquariate
Bekleidung / Wäsche	Damen- / Herren- / Kinderbekleidung und -wäsche
	Pelz- / Kürschnerwaren, Miederwaren
Schuhe / Lederwaren	Schuhe (ohne Sportschuhe)
	Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme)
Uhren / Schmuck	Uhren und Schmuck (inkl. Edelmetallwaren)
Spielwaren	Spielwaren (ohne Videospielkonsolen)
	Außenspielgroßgeräte (Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportartikel	Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte); Sportbekleidung und -schuhe
	Sportgroßgeräte (Fitnessgeräte, Hantelbank o.ä.)
Fahrrad / Freizeit / Camping	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
	Campingartikel (ohne Campingmöbel; ohne Bekleidung und Schuhe)
	Anglerbedarf
	Boote und Zubehör
	Reitsportspezifische Bekleidung ohne Wäsche (Helme, Reithosen, Turnierjacken, Reithandschuhe)
	Reitsportspezifische Schuhe (Reitletten, Schaftstiefel)
	Reitsportzubehör (Sättel und Zubehör, Zaumzeug, Geschirre, Halfter o.ä., Pferdedecken, Beinschutz, Stallhalfter, Futtermittel und -zusätze, Pflegemittel, Putzzeug, Stall- und Weidebedarf)
	Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Hobby / Basteln /	Musikinstrumente und Musikalien
Musikinstrumente	Hobbyartikel, Künstler- und Bastelbedarf, Pokale, Vereinsbedarf
Haushaltswaren / Glas, Porzellan,	keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik)
Keramik / Hausrat / Geschenk-	Haushaltsgegenstände (Hausrat, Haushaltswaren- und artikel, Schneidwaren,
artikel	Bestecke)
	Holz-, Kork- , Flecht- und Korbwaren
	Briefmarken, Münzen, und Geschenkartikel
Heim- / Haushaltstextilien	Textilien (Heim- und Haushaltstextilien, Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
	Bettwaren (ohne Bettwäsche)
	Vorhänge und Gardinen

[6] Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt letztlich nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentsspezifischen Kaufkraft, um somit letztendlich auch eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen.

Einrichtungsbedarf / Teppiche	Einrichtungsgegenstände / Wohneinrichtungsbedarf
	Kunstgegenstände, Bilder und Bilderrahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse
	Antiquitäten und antike Teppiche
	Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
Möbel	Wohnmöbel (inkl. Büro- und Küchenmöbel)
	Garten- und Campingmöbel
	Matratzen
Beleuchtungsartikel	Lampen, Leuchten
Elektrische Haushaltsgeräte	elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
	Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
	bespielte Ton- und Bildträger
	Foto- und optische Erzeugnisse (Fotokameras, Ferngläser, Mikroskope etc.) inkl. Zubehör (ohne Augenoptik)
Baumarktsortimente	Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurzwaren und Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Rasenmäher, Bauelemente aus Metall u. Kunststoff inkl. Fenster, Türen)
	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Elektroinstallation, Sanitärbedarf, Gartengeräte, Baustoffe)
	Sauna
	Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
	Herde, Öfen, Kamine
	Rolläden, Rollos, Markisen
	Fußbodenbeläge, Fliesen und Tapeten
	Sicherheitssysteme (Verriegelungseinrichtungen, Tresore u.Ä.)
Planzen / Gartenbedarf	Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
Schnittblumen	Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Floristik
Zoo- / Heimtierbedarf	zoologischer Bedarf und lebende Tiere
	Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter; inkl. Hygiene- und Pflegemittel)
	Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Sonstiges	Kfz-Zubehör
	Motorradzubehör
	Motorradbekleidung
	Kinderwagen
	Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Differenzierte Erhebung des Einzelhandels

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden dabei die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter sowohl nach innen und außen liegender Verkaufsfläche[7] als auch hinsichtlich ihrer städtebaulichen

[7] Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005 (BVerwG, Urteil 4 C 10.04) findet Anwendung. Bei der Ermittlung und Berechnung der Verkaufsfläche ist hierbei die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich bzw. die Fläche, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang steht, d. h. einschließlich Kassenzonen, Kassenvorraum, Windfang, Pfandrücknahmeraum, Schaufenster etc. (siehe auch Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008).

Lage[8] detailliert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse in den Kern- sowie Randsortimenten gemäß der örtlichen und räumlichen Gegebenheiten abbilden zu können. Auf Basis dieser Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten[9], qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2012 eine Umsatzprognose für den gesamten Einzelhandel in Porta Westfalica vorgenommen.

1.3.2 Analyse der Nachfragesituation

Neben der differenzierten Analyse der einzelhandelsbezogenen sowie der städtebaulichen Ausgangssituation stellt die Analyse der Nachfrageseite einen weiteren unabdingbaren Leistungsbaustein dar.

Auswertung sekundärstatistischer Quellen

Die Analyse der Nachfragesituation ist auf Basis sekundärstatistischer Daten wie einzelhandelsrelevantem Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen worden. Hierdurch lassen sich belastbare Aussagen zur aktuellen Leistungsfähigkeit und Attraktivität des örtlichen Einzelhandelsangebots herleiten.

Wesentliche Datengrundlagen hierzu bilden u. a.:

- IFH Retail Consultants, Köln, 2012
- Landesbetrieb Information und Technik NRW (IT.NRW), 2012

Als Ergebnis werden die Kaufkraftpotenziale und -bindungen innerhalb der kommunalen Grenzen sowie des wirtschaftlichen Einzugsbereiches der Stadt Porta Westfalica ermittelt.

1.3.3 Städtebauliche Analyse

Städtebauliche Analyse der Ausgangssituation

Für die schützenswerten Lagen (wie z. B. das Zentrum) sowie die sonstigen bedeutsamen Standortlagen des Einzelhandels erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen ausgerichtete Analyse der städtebaulichen Ausgangssituation mit dem Ziel, die wesentlichen Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einzelhandelsstandorte herausstellen zu können. Im Fokus steht hier im Besonderen die Abgrenzung potenzieller zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) und ihrer Versorgungsfunktion sowie als Grundlage zur Ableitung städtebaulicher

[8] Differenzierung nach schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche wie Hauptgeschäftsbereich, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum), integrierte Standortlagen, nicht integrierte Standortlagen

[9] EHI Retail Institute, Köln 2011

Handlungsempfehlungen. Folgende Kriterien haben im Rahmen der Analyse u. a. Eingang gefunden:

- Kleinräumige Lage innerhalb des Stadtgebiets
- Lage der strukturprägenden Magnetbetriebe sowie räumliche Verteilung weiterer Angebotsstrukturen
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Nutzungsmischung mit handelsaffinen Nutzungen (u. a. Dienstleistung, Gastronomie, kulturelle Angebote)
- Bebauungsstruktur und -zustand (Qualität und Zustand der Bebauung)
- Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Einkaufsatmosphäre
- Verkehrliche Erreichbarkeit, ruhender Verkehr

2 Trends im Einzelhandel

Trends und deren Herausforderung für die Stadtentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen haben sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten derart dynamische und grundlegende Veränderungen hinsichtlich Erscheinungsbild, Funktionsweise und räumlichen Ausprägung gezeigt wie im Einzelhandel. Maßgeblich verantwortlich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachfolgend werden die wesentlichen Trends der bundesweiten Einzelhandelsentwicklung in Kurzform skizziert sowie deren mögliche Bedeutung und Herausforderung für die künftige Stadtentwicklung herausgearbeitet. Es handelt sich somit insbesondere um solche Trends, die es im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Konzeption wegen ihrer wirtschaftlichen und räumlichen Auswirkungen zu berücksichtigen gilt.

TRENDS IM EINZELHANDEL	HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE STADTENTWICKLUNG
Anhaltendes Flächenwachstum & rückläufige Betriebszahlen ▪ Die Anzahl der Betriebsstätten ist in Deutschland weiter rückläufig, während das Verkaufsflächenwachstum ungebrochen anhält. Dies führt zwangsläufig zu größeren Verkaufsflächen je Betriebsstätte. Bei gleichzeitig stagnierender Umsatzentwicklung und wachsendem Wettbewerbsdruck sinken die Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsstätten.	**Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen** ▪ Die anbieterseitigen Marktentwicklungen führen in vielen Städten und Gemeinden zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Verdrängen und Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen. Bei der Nahversorgung geht dies z. B. oftmals mit räumlichen Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte einher. Nahversorgungsbetriebe stellen jedoch nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren.
Unternehmenskonzentration ▪ Der heutige Einzelhandel wird zunehmend von großen Handelskonzernen geprägt, während der Anteil der inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe weiter abnimmt. Die Anzahl der Marktteilnehmer wird als Folge des Verdrängungswettbewerbs weiter zurückgehen. Diese Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den deutschen Lebensmitteleinzelhandel.	**Verlust der „Angebotsvielfalt“** ▪ Durch den Prozess der Unternehmenskonzentration kommt es neben einem Ausdünnen des Versorgungsnetzes auch zu einem Rückgang inhabergeführter Betriebsstätten mit einem spezialisierten und individuellen Angebot.
Zunehmender Filialisierungsgrad ▪ In Zusammenhang mit o. g. Unternehmenskonzentration nimmt der Filialisierungsgrad im deutschen Einzelhandel weiter zu.	**Gefahr der Uniformität** ▪ Aufgrund des zunehmenden Filialisierungsgrades ist eine Konzentration von Filialisten in den Top-Lagen durchaus typisch, während der inhabergeführte Einzelhandel mit seinem spezialisierten Angebot in die Randlagen verdrängt wird. Die Filialisten bestimmen so zunehmend das Erscheinungsbild der 1a-Lagen. Hierdurch besteht die Gefahr der Uniformität und des Verlustes des städtischen Profils

	bzw. der Individualität.
Wandel der Betriebsformen (Betriebsformendynamik) ▪ Innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels ist eine Marktanteilsverschiebung insbesondere zugunsten von Discount- und Fachmarktbetrieben zu erkennen, während traditionelle und kleinflächige Formate an Marktanteil verlieren.	**Nachfrage- und Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte Standortlagen wächst** ▪ Da gerade Discount- und Fachmarktanbieter mit ihren Flächenansprüchen in aller Regel verstärkt autokundenorientierte Standortlagen nachfragen, erhöht sich die Nachfrage und damit der Ansiedlungsdruck auf Standorte außerhalb integrierter Versorgungsbereiche.
Entstehung neuer Handelsformate ▪ Neben dem Bedeutungszuwachs insbesondere großflächiger Angebotsformen (z. B. Factory-Outlet-Center) und „spektakulärer“ Vorhaben sind zudem neue Trends im nicht stationären Handel (z. B. e-commerce) erkennbar.	**Neue Handelsformate mit veränderten Standortanforderungen** ▪ Einzelhandelsgroßprojekte werden zunehmend als einzige Option für die Entwicklung von Standorten und Brachflächen gesehen. Während z. B. FOC ganz eigene Standortanforderungen vorweisen, erfolgt der nicht stationäre Handel wiederum losgelöst unmittelbar räumlicher Bezugspunkte innerhalb einer Gemeinde. Der zunehmende Internethandel stellt den Einzelhandel somit vor zusätzlichen Herausforderungen.
Autokundenorientierte Standortpräferenzen im Einzelhandel ▪ Aufgrund des Flächenwachstums je Betriebseinheit, der damit einhergehenden betriebswirtschaftlich notwendigen größeren Einzugsgebiete und damit der Standortanforderungen der Handelsunternehmen (größere VKF, ausreichend Stellplätze etc.) findet i. d. R. weiterhin eine Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte statt (Ausnahme: EKZ).	**Bedeutungsverlust der zentralen Versorgungsbereiche** ▪ Durch die Herausbildung eines neuen Standortnetzes an nicht integrierten Standorten verlieren die Zentren wichtige Magnetbetriebe. Kleinteilige und kompakte Bebauungsstrukturen, fehlende Flächenverfügbarkeiten oder denkmalgeschützter Bestand auf der einen sowie wirtschaftliche Rahmenbedingungen (hohe Mietpreisforderungen etc.) auf der anderen Seite verhindern zudem oftmals die (gewollte) Entwicklung großflächiger Betriebe in den Zentren.
Bedeutungsverlust innerstädtischer Kauf- und Warenhäuser ▪ Bei den Kauf- und Warenhäusern, die lange Zeit strukturprägend für den innerstädtischen Einzelhandel gewesen sind, hat in den letzten Jahren ein Marktbereinigungsprozess eingesetzt, so dass mittlerweile nur noch einzelne Anbieter am Markt agieren.	**Verlust struktur- und standortprägender innerstädtischer „Flaggschiffe“** ▪ Die Folge dieser Umstrukturierungen haben insbesondere die Mittel- sowie in Teilen auch Oberzentren gespürt. Durch die Aufgabe von Warenhausstandorten haben die betroffenen Kommunen das traditionelle Rückgrat des innerstädtischen Einzelhandels verloren. Die Nachnutzung dieser spezialisierten Immobilien stellt sich zumeist schwierig dar.
Veränderte Standortentscheidungen bei Einkaufszentren ▪ Im vergangenen Jahrzehnt ist zu beobachten gewesen, dass große Einkaufszentren zunehmend in Innenstadtlagen und Stadtteilzentren realisiert werden.	**Innerstädtische Einkaufszentren mit Chancen und Risiken** ▪ Die Realisierung innerstädtischer Einkaufszentren können neben Chancen auch ortsspezifische Risiken bergen. Je nach Mikrostandortlage, Dimensionierung, baulicher Ausgestaltung sowie Branchenmix können diese zu einer Gefährdung bestehender innerstädtischer Einzelhandelsstrukturen führen.

Zunehmende Fluktuation im örtlichen Einzelhandel

- Aufgrund des sich verschärfenden Wettbewerbs sowie wegen dynamischer Entwicklungen kommt es zunehmend zu einer Fluktuation im Einzelhandel.

Stetige Veränderungen beim Angebot und im Erscheinungsbild

- Aufgrund von Fluktuation kommt es innerhalb der Innenstädte und Ortskernlagen zunehmend zu Neu- und Umnutzungen (Spielhallen) bzw. auch zu (minderwertigen) Zwischennutzungen (1-Euro-Laden) und zeitweiligen Leerständen.

Wandel der demographischen Strukturen Deutschlands

- Der demographische Wandel wird mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie zeitversetzt voranschreiten, d. h. es wird bundesweit zu einer Abnahme der Bevölkerung kommen, gleichwohl es regionale Unterschiede in der Bevölkerungsentwicklung gibt (heterogene Entwicklung). Zudem nehmen der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung sowie der Anteil der Single-Haushalte (Haushaltstypenverschiebung) weiter zu.

Bedeutung der wohnungsnahen Versorgung wächst

- Bevölkerungsrückgang, Überalterung sowie die Veränderung der Haushaltsstrukturen haben Auswirkungen auf die zukünftigen Versorgungsstrukturen. Da mit dem Alter die Mobilität (insb. Pkw) i. d. R. eingeschränkt ist, wächst die Bedeutung einer wohnungsnahen Versorgung insbesondere mit Gütern des täglichen Bedarfs (Nahversorgung). Demnach ist die derzeitige Orientierung auf Fahrstandortlagen in Teilsegmenten des Einzelhandels kritisch zu hinterfragen.

Veränderte Einkommensverhältnisse & Ausgabenstruktur

- Insgesamt ist zwar ein Wachstum des Einkommens je Haushalt zu verzeichnen. Allerdings setzt sich die bereits seit Jahren zu beobachtende Bedeutungsverschiebung in den Ausgabegruppen fort. Auch zukünftig ist davon auszugehen, dass die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben maximal stagnieren werden, während Ausgaben für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten weiter wachsen werden.

Veränderte Ausgabenstruktur und Anpassungsdruck verändern Standortpräferenzen

- Die Stagnation bzw. der Rückgang der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben am privaten Verbrauch sowie der demographische Wandel führen zu Präferenzverschiebungen bei den Bedürfnissen der Verbraucher. Der Einzelhandel reagiert zusehends, indem neue Konzepte entwickelt werden, um konkurrenzfähig zu bleiben (Anpassungsdruck). Diese neuen Konzepte gehen zumeist auch mit weiteren veränderten räumlichen Anforderungen einher.

Veränderung der Konsumentenbedürfnisse und der Einkaufsgewohnheiten

- Das preisorientierten Ausgabeverhalten hat zu einer gestiegenen Akzeptanz der Konsumenten für Discountangebote geführt. Neben diesem reinen „Versorgungseinkauf“ mit Fokus auf Preis und Zeiteffizienz nimmt als Pendant der „Erlebniseinkauf“, gekennzeichnet durch Qualität und Atmosphäre, einen wesentlichen Stellenwert ein. Somit ist eine zunehmende Polarisierung des Einkaufsverhaltens in qualitativ hochwertige Spitzenprodukte sowie Billigprodukte und Handelsmarken feststellbar. Das Nebeneinander z. T. widersprüchlicher Konsumgewohnheiten hält dabei an („paradoxer Konsument“). Zudem ist eine teilweise Verschiebung der Verbrauchergewohnheiten in Richtung Convenience, Bio und dem Konsumtrend „Gesundheit, Genuss und Wellness“ vorhanden. Letztlich gewinnen Kopplungen von Aktivitäten (Einkauf auf dem Arbeitsweg) an Bedeutung.

Ausdifferenzierung des Angebots mit differierenden räumlichen Anforderungen

- Während der Wunsch nach Erlebniseinkauf zu einem Bedeutungsgewinn der Innenstädte und Shopping-Center mit ihrem Branchenmix und ihrer Angebotsvielfalt sowie einem ergänzenden Freizeitangebot (Kultur- und Gastronomieangebot) führen kann, findet der alltägliche Versorgungseinkauf weiterhin an Standortlagen „auf der grünen Wiese“ sowie in Stadtrandlagen statt. Aufgrund der Kopplung und der Nutzung von Synergieeffekten („Alles an einem Ort“) gewinnen hierbei Einzelhandelsagglomerationen (z. B. Vollsortimenter, Discounter, ergänzende Fachmärkte) an Bedeutung.

Maßvolle Steuerung erforderlich

Ziel der örtlichen Entscheidungsträger muss es sein, im Rahmen skizzierter Entwicklungen des Einzelhandels, die örtlichen Versorgungsstrukturen durch Sicherung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche zu entwickeln. Ohne ein maßvolles steuerndes Eingreifen sind für die räumliche Entwicklung der Städte bzw. Gemeinden in Abhängigkeit von deren örtlichen Ausgangssituation indes weitere Konsequenzen hinsichtlich der Versorgungssituation sowie der städtebaulich-funktionalen Strukturen zu erwarten.

2.1 Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Ausdünnen kleinteiliger Strukturen

Die obigen anbieterseitigen Marktentwicklungen führen – wie angeführt – in vielen Städten und Gemeinden zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Ausdünnen kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen. Oftmals gehen damit räumliche Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte, einher.

Frequenzfunktion

Insbesondere in kleineren Städten und Gemeinden stellen Nahversorgungsbetriebe nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Zentren sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Zielvorstellungen

Bei der Entwicklung von städtischen Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Stadtgebietes sowie der Siedlungsstrukturen auch die Verfügbarkeit von Flächen in den Zentren eine erhebliche Rolle. So verhindern oftmals kleinteilige Bebauungsstrukturen oder denkmalgeschützter Bestand die (gewollte) Entwicklung großflächiger Lebensmittelbetriebe in den Zentren.

Kleinmaschige Nahversorgung

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches städtisches Ziel dar, welches auch einen moderaten Einsatz planungsrechtlicher Instrumente rechtfertigt. Eine funktionierende Nahversorgung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Angebote des täglichen Bedarfs möglichst dezentral und wohnungsnah vorhält und somit auch die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt. Hierzu können neben zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte (Solitärstandorte) beitragen.

Voraussetzungen

Hierfür sind jedoch folgende Voraussetzungen sicherzustellen.

- Standorte für Nahversorgung sind auf Wohnsiedlungsbereiche bzw. Wohnquartiere zu konzentrieren (Integration).

- Die Umsatzleistung bzw. Umsatzerwartung solcher Betriebe bzw. Zentren sind in einem angemessenen Umfang zur zu versorgenden Bevölkerung zu bemessen. Anders formuliert sollte die Nahversorgung einer Stadt oder Gemeinde nicht auf wenige leistungsstarke und zentralisierte Betriebe konzentriert werden.
- Um den Bürgern eine mögliche Vielfalt unterschiedlicher Betriebsformen und Betreiber bieten zu können, ist auch die Angebotsvielfalt bei zukünftigen Entscheidungen einzubeziehen.

Rahmenbedingungen

Hierzu müssen die Städte und Gemeinden natürlich die geeigneten Rahmenbedingungen aus Betreibersicht, wie ausreichende Grundstücksgrößen, sowie eine verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung schaffen. Zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung lassen sich nachfolgend grundsätzliche Empfehlungen aussprechen:

Räumliche Steuerung

Insbesondere der räumlichen Steuerung von Nahversorgungsbetrieben kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Hierbei sind nicht nur die Betriebe oberhalb der Großflächigkeitsgrenze mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche in die Betrachtung einzubeziehen, sondern auch so genannte strukturprägende Betriebe. So ist es in der Fachpraxis unstrittig, dass beispielsweise auch ein Betrieb mit 799 qm Verkaufsfläche erhebliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen haben kann. In den planungsrechtlichen Empfehlungen des Konzeptes werden daher auch zu diesen Betriebstypen sowie unterschiedlichen Standorteignungen Aussagen getroffen.

Lücken identifizieren

Grundlage der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen ist zunächst die Identifizierung räumlicher Versorgungslücken. Dies kann sich sowohl auf einzelne Ortsteile als auch auf Wohnsiedlungsbereiche beziehen. Insbesondere in ländlich strukturierten Bereichen übernehmen hierbei auch kleinere Ortsteile die Versorgungsfunktion für umliegende Räume.

Die Erfahrungen aus dem Modellprojekt „Die Zukunft der Nachbarschaftsläden“[10] haben gezeigt, dass oftmals auch örtliche Betreiber oder kleine Standortgemeinschaften von Betreibern Nahversorgungsfunktionen wahrnehmen können, wenn die wirtschaftliche Tragfähigkeit für die üblichen Marktformate nicht gegeben ist.

[10] Das Modellprojekt mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen hat wirtschaftlich tragfähige Kleinflächenkonzepte aufzeigen können. Beteiligte dieses Projektes waren neben der BBE Münster die Städte Bielefeld, Paderborn und Porta Westfalica, der Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe e. V. sowie die Betreiber EDEKA Minden-Hannover eG sowie Max LÜNING GmbH.

Abb. 4: Beispiele Kleinflächenkonzepte

Quelle: eigene Fotos

Erreichbarkeit

Ebenfalls konnte im obigen Modellprojekt die Erkenntnis gewonnen werden, dass insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit sowie eine ausreichende Stellplatzsituation Nahversorgungsstrukturen nicht nur befördern, sondern auch sichern helfen.

Bestandssicherung vor Neuerrichtung

Dem Ausbau sowie der Sicherung bestehender Betriebe kommt bei der Aufrechterhaltung der Versorgungsstrukturen eine höhere Bedeutung als möglichen Neuerrichtungen zu. Mögliche freie Potenziale sind daher zunächst auf diese Betriebsstätten zu lenken, sofern sie die notwendige Integration und somit auch Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Durch die Integration zusätzlicher Funktionen wie Gastronomie, Dienstleistungen oder Gemeinbedarfseinrichtungen wird die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und somit möglicherweise auch die Voraussetzungen zur Entwicklung von Nahversorgungszentren eingeleitet.

Sonstige Betreiber

Neben den marktüblichen Formaten und Betreibern können auch sonstige Akteure durchaus Versorgungsfunktionen übernehmen. Hierbei seien u. a. Wochenmärkte oder mobiler Handel erwähnt, die sich in vielen Fällen nicht nur durch ihre Nähe zum Verbraucher, sondern auch zum Produzenten auszeichnen.

Angesichts der bereits heute deutlich erkennbaren Strukturbrüche sowie der daraus resultierenden städtebaulichen Folgen ist ein planerischer und behutsamer Umgang mit zukünftigen Entwicklungen der Nahversorgung wichtiger denn je.

3 Situationsanalyse

Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandelsspezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt nach einer einleitenden Darstellung der wirtschaftsräumlichen und standortrelevanten Rahmenbedingungen die Analyse der Angebots- sowie Nachfragestrukturen in Porta Westfalica als Grundlage für das zu entwickelnde Zentren- und Standortkonzept.

3.1 Wirtschaftsräumliche und standortrelevante Rahmenbedingungen

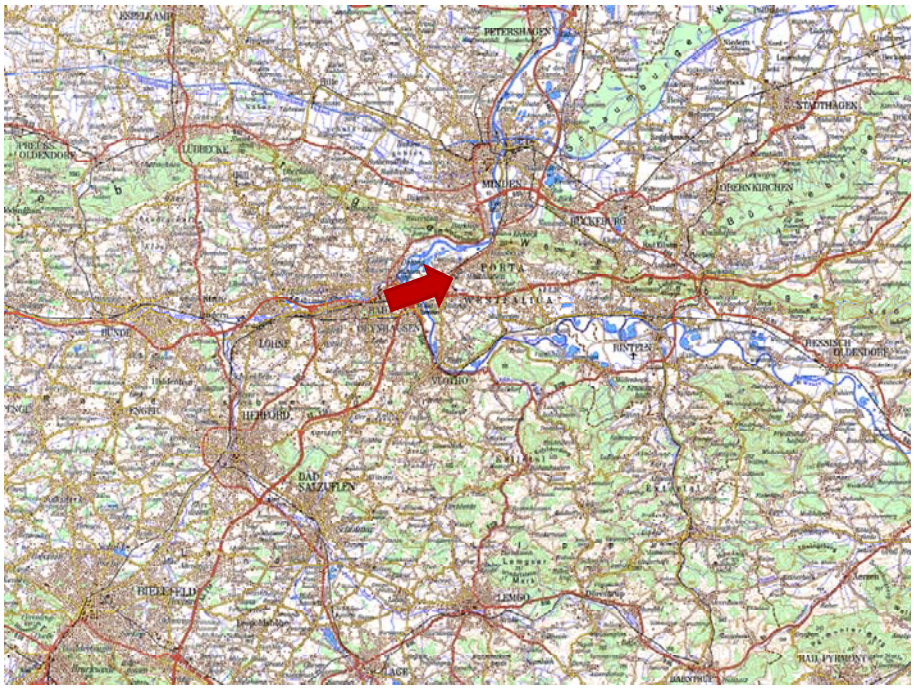
In der Analyse sind die wesentlichen Rahmenbedingungen und relevanten Standortfaktoren, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Porta Westfalica auswirken können, zu berücksichtigen. Hierbei sind geographische, verkehrliche sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten einzubeziehen, welche die Bedeutung und das Profil des Standortes weitgehend prägen.

3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit

Lage im Raum

Die Stadt Porta Westfalica liegt im Nordosten von Nordrhein-Westfalen innerhalb des Kreises Minden-Lübbecke in der Region Ostwestfalen-Lippe. Geprägt wird die Stadt durch die namensgebende „Porta Westfalica“, dem Durchbruchstal der Weser durch Weser- und Wiehengebirge. Unmittelbar an das Stadtgebiet von Porta Westfalica angrenzende Kommunen sind im Westen die Stadt Bad Oeynhausen und im Norden Minden aus dem Kreisgebiet Minden-Lübbecke. (Nord-)Östlich grenzt Porta Westfalica an die Städte Bückeburg, Rinteln und die Samtgemeinde Eilsen (alle Landkreis Schaumburg) aus dem Bundesland Niedersachsen. Weitere nordrhein-westfälische Nachbarkommunen sind im Süden bzw. Südwesten Kalletal (Kreis Lippe) und Vlotho (Kreis Herford).

Abb. 5: Räumliche Lage



Quelle: Landesvermessungsamt NRW; eigene Darstellung

Günstige Einbindung in das (über-)regionale Verkehrsnetz

Die Stadt Porta Westfalica ist über die Bundesautobahnen BAB 2 sowie mittelbar über die BAB 30 als wesentliche Ost-West-Verkehrsachse gut in das überregionale Verkehrsnetz eingebunden. Ebenso besteht als Verkehrsverbindung zu den benachbarten Mittel- und Grundzentren ein direkter Anschluss an die Bundesstraßen B 61, B 65 und B 482.

Anschluss Schienen- und Busverkehr

Zentral gelegen verfügt die Stadt Porta Westfalica im Ortsteil Hausberge außerdem über einen Bahnhof, an dem die Bahnlinien Düsseldorf - Bielefeld - Minden sowie Rheine - Osnabrück/Bielefeld - Braunschweig - Hannover verkehren. Der öffentliche Personennahverkehr wird zudem von regionalen wie örtlichen Buslinien erschlossen.

3.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region

Ausgewiesenes Mittelzentrum

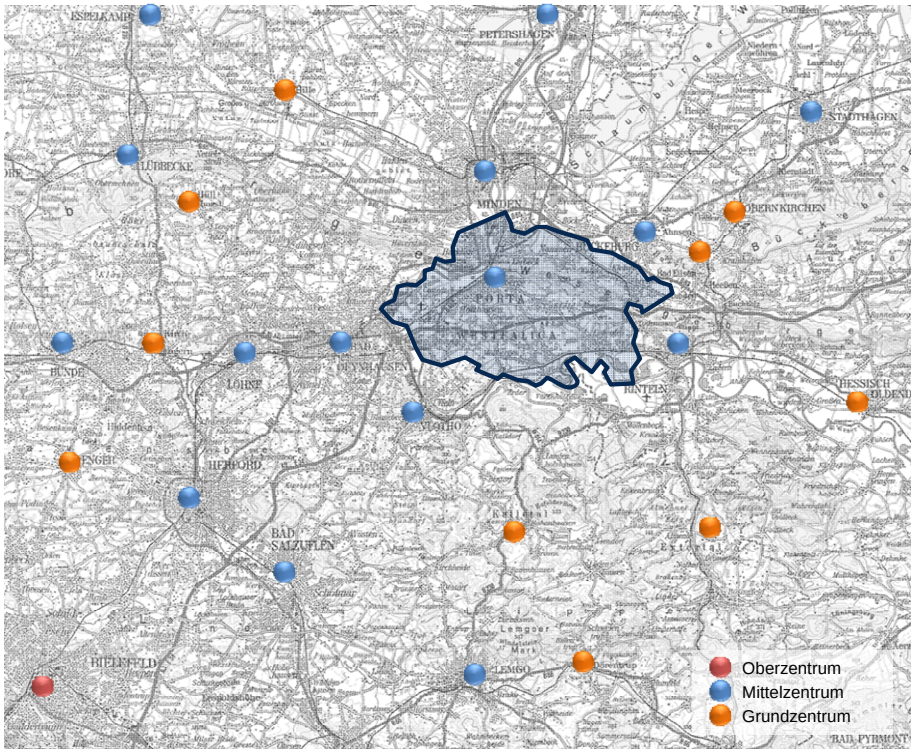
Aus Sicht der Landes- und Regionalplanung sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Der Stadt Porta Westfalica wird hierbei die zentralörtliche Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Damit übernimmt sie im Wesentlichen die Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen sowie des periodischen Bedarfs.[11]

[11] Mittelzentren dienen dabei aus landesplanerischer Sicht nicht nur der Versorgung der örtlichen Bevölkerung sondern übernehmen auch Aufgaben, die die umliegenden Grundzentren nicht erfüllen können.

Regionale Wettbewerbsstandorte

Porta Westfalica ist ausschließlich umgeben von Städten gleicher Zentralitätsstufe, wobei Minden als Mittelzentrum zusätzlich über oberzentrale Teilfunktionen verfügt. Die an Porta Westfalica grenzenden Mittelzentren, dabei insbesondere Minden und Bad Oeynhausen, sind zugleich als wesentliche Wettbewerbsstandorte zu benennen. Die nächstgelegenen Oberzentren sind die Städte Bielefeld (ca. 45 km) in südwestlicher Richtung, Osnabrück (ca. 70 km) im Westen sowie Hannover (70 km) im Nordosten.

Abb. 6: Räumliche Lage



Quelle: Landesvermessungsamt NRW; eigene Darstellung

Im Folgenden werden die wesentlichen Wettbewerbsstandorte in einem städtebaulichen Kurzprofil betrachtet.

Kreisstadt Minden

Insbesondere die nördlich angrenzende Kreisstadt Minden verfügt durch eine attraktive und leistungsfähige Innenstadt mit teilweise unverwechselbaren örtlichen Strukturen sowie weiteren leistungsfähigen Fachmärkten über eine hohe Anziehungskraft im nördlichen Bereich der Region Ostwestfalen-Lippe.

Abb. 7: Städtebauliches Kurzprofil Minden

Räumliche Entfernung	Ca. 8 km
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum (mit oberzentralen Teilfunktionen)
Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich	Geschlossene Lauflagen entlang der Hauptgeschäftsstraßen ausgehend vom Markt: Scharn, Bäckerstraße, Obermarktstraße sowie angrenzender Lagen
Nutzungs- / Angebotsgefüge	Dichter und überwiegend friktionsfreier Einzelhandelsbesatz in der Hauptlage Teilweise Friktionen und Unternutzungen im Bereich der Obermarkt-Passage
Angebotsbesatz, Angebotsniveau / -genre, Filialisierungsgrad	Insbesondere innenstadt- bzw. zentrenrelevante Sortimente Mischung von Filialbetrieben und örtlichen Anbietern
Zentrenprägende Anbieter / Magnetbetriebe	u. a. HAGEMEYER, REAL, H & M
Städtebauliches Erscheinungsbild (Innenstadt) / Gestaltung öffentlicher Raum	Überwiegend moderne Bebauungsstrukturen, teilweise durchmischt mit historischem Besatz Ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes; hohe Aufenthalts- und Erlebnisqualität
Fachmarktstandorte (u. a.)	Insbesondere Königsstraße / Gesellenweg
Fazit / Kurzbeurteilung	Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Minden weist mit seinen attraktiven Angebots- und Versorgungsstrukturen eine teilregionale Versorgungsfunktion auf. Das Stadtzentrum bietet zudem eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität.

Quelle: Karte Einzelhandelskonzept der Stadt Minden, eigene Fotos; eigene Darstellung

Mittelzentrum Bad Oeynhausen

In etwa 10 km Entfernung vom Siedlungsschwerpunkt der Stadt Porta Westfalica liegt innerhalb der Stadt Bad Oeynhausen eines der größten und leistungsfähigsten Einkaufszentren der Region (WERREPARK) und ist somit zugleich wesentlicher Wettbewerber des Fachmarktzentrums PORTA MARKT in Porta Westfalica.

Südlich der Autobahntrasse der BAB 30 liegt ohne einen funktionalen Austausch mit dem genannten Einkaufszentrum die gewachsene Innenstadt des Kurortes Bad Oeynhausen mit seiner teilweise attraktiven Bebauung aus der Gründerzeit.

Abb. 8: Städtebauliches Kurzprofil Bad Oeynhausen

Räumliche Entfernung	Ca. 10 km
Versorgungsfunktion	Mittelzentrum
Innerstädtischer Hauptgeschäftsbereich	Lauflagen im Bereich der Klosterstraße, Viktoriastraße sowie angrenzender Bereiche
Nutzungs- / Angebotsgefüge	Weitestgehend verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge nicht nur im Bereich Einzelhandel, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen bzw. Kureinrichtungen, Gastronomie und Dienstleistungen
Angebotsbesatz, Angebotsniveau / -genre, Filialisierungsgrad	Angebotsschwerpunkte: Bekleidung, Schuhe, Sport
Zentrenprägende Anbieter / Magnetbetriebe	u. a. HAGEMEYER, LENNE KAREE
Städtebauliches Erscheinungsbild (Innenstadt) / Gestaltung öffentlicher Raum	Unverwechselbares Stadtbild; weitestgehend attraktives städtebauliches Erscheinungsbild durch historische Bausubstanz Hohe Verweilqualität, allerdings auch vermehrt Leerstände
Fachmarktstandorte (u. a.)	Insbesondere WERREPARK
Fazit / Kurzbeurteilung	Leistungsfähiges Einkaufszentrum im nördlichen Stadtbereich, hohe Verweilqualität in der Innenstadt, gewisse Trading-down-Tendenzen u. a. aufgrund vorhandener Leerstände

Quelle: Karte Einzelhandelskonzept der Stadt Bad Oeynhausen, eigene Fotos; eigene Darstellung

3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Rd. 35.100 Einwohner

Die Stadt Porta Westfalica verzeichnet in 2012 eine Einwohnerzahl von rd. 35.100[12] Einwohnern. Porta Westfalica ist hierbei geprägt durch eine sehr dezentrale Siedlungsstruktur, bedingt durch den Zusammenschluss von insgesamt 15 überwiegend ländlich strukturierten Ortsteilen. Der Ortsteil Hausberge als Siedlungsschwerpunkt und Verwaltungssitz sowie Holzhausen und Barkhausen verfügen über die höchsten Bevölkerungszahlen. Bei einer Fläche von insgesamt ca. 105 km² liegt die Einwohnerdichte in Porta Westfalica damit bei etwa 335 Einwohner / km².

[12] Anmerkung: ohne Zweitwohnsitz, daher Abweichung zur Abb. 9

Abb. 9: Bevölkerungsverteilung in Porta Westfalica

Stadt / Gemeinde	2009	Bev.-anteil
Hausberge	5.097	13,9%
Barkhausen	4.048	11,1%
Costedt	481	1,3%
Eisbergen	3.547	9,7%
Holtrup	1.019	2,8%
Holzhausen	4.210	11,5%
Kleinenbremen	2.552	7,0%
Lerbeck	3.629	9,9%
Lohfeld	1.425	3,9%
Möllbergen	1.648	4,5%
Nammen	2.340	6,4%
Neesen	2.222	6,1%
Veltheim	2.674	7,3%
Vennebeck	1.044	2,9%
Wülpke	627	1,7%
Porta Westfalica - gesamt	**36.563**	**100,0%**

Quelle: Stadt Porta Westfalica; eigene Darstellung

Rückläufige Bevölkerungs-entwicklung

Prognostiziert wird für Porta Westfalica, entsprechend der allgemeinen demographischen Entwicklung, in der Perspektive bis 2030 eine deutlich rückläufige Bevölkerungsentwicklung. So ist bis 2020 mit einem Rückgang von etwa 8,4 % und bis 2030 sogar mit 17,0 % weniger Einwohnern zu rechnen.

Abb. 10: Bevölkerungsvorausberechnung

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2008 (Basisjahr)	35.700	---
2015	34.090	-4,7%
2020	32.920	-8,4%
2030	30.510	-17,0%
Saldo Basisjahr - 2030	**-5.190**	**---**

Quelle: IT.NRW; eigene Berechnungen

Hieraus lassen sich demzufolge keine möglichen Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten. Vielmehr lassen sich hieraus neue Anforderungen an den Einzelhandel und insbesondere seine Standortwahl erkennen. Es wird deutlich, dass der demografische Wandel und die damit einherge-

hende Alterung der Gesellschaft bzw. der örtlichen Bevölkerung eine größere Herausforderung für die Stadt Porta Westfalica darstellen wird.

3.2 Städtebauliche Ausgangssituation

Naturräumliche Gegebenheiten

Neben den das Stadtbild prägenden naturräumlichen Gegebenheiten von Weser und Weserbergland ist das oberhalb von Barkhausen liegende Kaiser-Wilhelm-Denkmal ein prägendes Bauwerk der Stadt Porta Westfalica.

Kleinteilige Bebauungsstrukturen in Hausberge

Das städtebauliche Erscheinungsbild im Ortsteil Hausberge wird durch historische Bebauungsstrukturen wie Fachwerkhäuser und städtebaulich somit attraktive Rahmenbedingungen bestimmt. Innerhalb des Ortszentrums von Hausberge ist durch diese kleinräumigen Bebauungsstrukturen bedingt überwiegend kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz anzutreffen. In unmittelbarer Randlage des gewachsenen Ortskerns ist es jedoch trotz schwieriger topografischer Voraussetzungen gelungen, ein modernes Fachmarktzentrum zu etablieren.

Abb. 11: Fotos Ortszentrum Hausberge

Quelle: eigene Fotos

Schalksburgpassage

Allerdings ist im innerörtlichen Einkaufszentrum SCHALKSBURG-PASSAGE seit vielen Jahren eine ausgeprägte Leerstands- und Unternutzungssituation festzustellen.

Großflächiger Einzelhandel im PORTA Fachmarktzentrum

Der großflächige Einzelhandel in Porta Westfalica hat sich insbesondere in Randlage des Ortsteils Barkhausen u. a. im Fachmarktzentrum „Porta Markt“ angesiedelt, das in den letzten Jahren in Teilen modernisiert wurde. Hier tragen insbesondere das gleichnamige Möbelhaus aber auch weitere größere Fachmärkte wie MEDIA-MARKT, TOYS R US oder E-CENTER zu einer überörtlichen Bedeutung des Standortes bei.

Abb. 12: Fotos PORTA MARKT

Quelle: eigene Fotos

Ortsteile

Die Ortsteile mit ihren teilweise gut erhaltenen Ortsbildern betten sich ein in die naturräumlichen und topographischen Gegebenheiten des Weserberglandes sowie der Weser.

Bedingt durch die relativ geringen Einwohnerzahlen in den Ortsteilen hat sich ein zusammenhängender Geschäftsbesatz lediglich im o. g. Ortsteil Hausberge entwickelt, wenngleich der Besatz auch hier keine überörtliche Anziehungskraft ausübt. Zumindest die größeren Ortsteile verfügen aber größtenteils über eigene nahversorgungsrelevante Angebote der Grundversorgung.

3.3 Analyse der Angebotsstrukturen

Aufbauend auf den zuvor beschriebenen übergeordneten und standortrelevanten Rahmenbedingungen wird auf Grundlage der im Juni 2012 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung sowie anhand wesentlicher Leistungskennziffern die Einzelhandelssituation der Stadt Porta Westfalica unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert und mit anderen Städten und Gemeinden verglichen.

3.3.1 Betriebe und Sortimente

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden die Einzelhandelsbetriebe wie bereits erläutert (vgl. Kap. 1.3.1) differenziert nach Kern- und Teilsortimenten erhoben und bewertet.

128 Einzelhandelsbetriebe

Im Stadtgebiet von Porta Westfalica sind derzeit insgesamt 128 Einzelhandelsbetriebe mit einem Ladenlokal vertreten. Gegenüber der letzten Primärerhebung in 2006 hat sich mit seinerzeit 155 erhobenen Betriebsstätten ein leichter Rückgang der Betriebszahlen eingestellt. Dieser Rückgang ist in seiner Gesamtheit auf den anhaltenden Trend rückläufiger Betriebszahlen im deutschen Einzelhandel zurückzuführen, der sich insbesondere auf kleinteilige Betriebsstrukturen auswirkt. Maßgeblichen

Anteil hieran hat auch die Schließung der SCHLECKER-Filialen, die vorrangig in den Ortsteilen von Porta Westfalica eine gewisse Bedeutung besessen haben.

Hoher Anteil NuG

Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogerieartikeln nehmen an der Gesamtzahl der Betriebe erwartungsgemäß eine hervorgehobene Stellung ein. Gut die Hälfte aller Betriebsstätten ist den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zuzuordnen.

418 Teilsortimente

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 418 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Es bleibt festzuhalten, dass auf Abteilungsebene alle Angebotsstrukturen mehrfach besetzt sind.

Abb. 13: Betriebe und Sortimente in Porta Westfalica

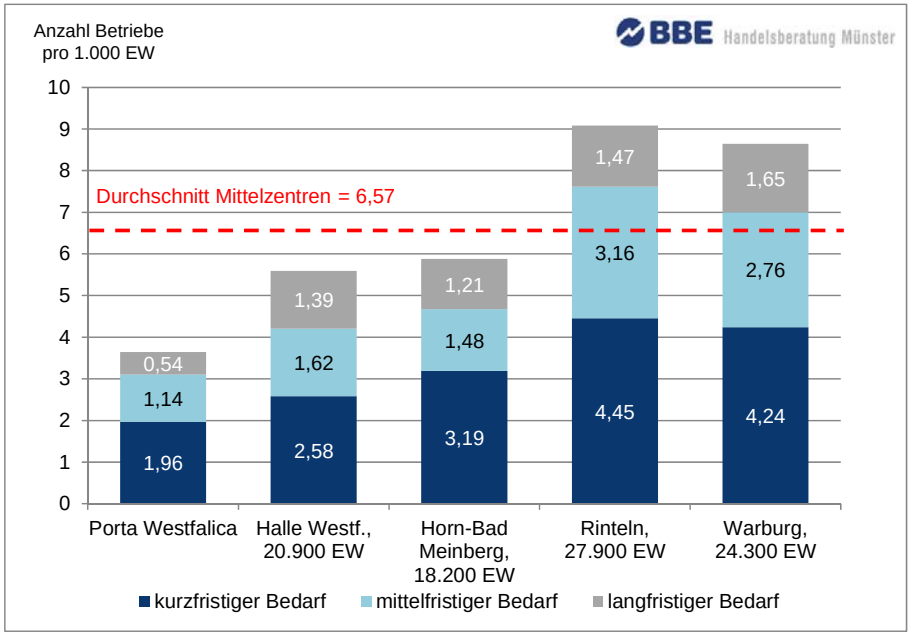
Warengruppe	Betriebe	Sortimente
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	47	54
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	12	35
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	10	41
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**69**	**130**
Bekleidung/Wäsche	14	60
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3	15
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	14	49
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	1	30
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	8	39
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**40**	**193**
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	9	27
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1	21
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	8	24
Uhren/Schmuck	1	3
Sonstiges	0	20
Überwiegend langfristiger Bedarf	**19**	**95**
Gesamt (ohne Leerstände)	**128**	**418**

Quelle: eigene Erhebungen

Unterdurchschnittliche Betriebsstättendichte

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Mittelzentren aus der Region Ostwestfalen-Lippe liegt die Angebotsdichte – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 3,64 Betriebsstätten unter einem Vergleichswert Wert von etwa 6,57 Betriebsstätten je 1.000 Einwohner, was sicher auch mit der Leistungsfähigkeit der großen Anbieter in Porta Westfalica zusammenhängt.

Abb. 14: Betriebsstättendichte im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

3.3.2 Verkaufsflächen

91.700 qm Verkaufsfläche

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 91.700 qm Verkaufsfläche. Im Vergleich zur letzten Primärerhebung in 2006 ist die Gesamtfläche somit nahezu konstant geblieben. Bezogen auf die Einwohnerzahl verfügt Porta Westfalica damit aktuell über eine Flächenausstattung von rd. 2,61 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

Abb. 15: Verkaufsflächen in Porta Westfalica

Warengruppe	Verkaufsfläche 2012	Verkaufsfläche 2006	Veränderung	Flächen-ausstattung 2012	Flächen-ausstattung 2006	Veränderung
	in qm	in qm	in %	in qm je Einwohner	in qm je Einwohner	in %
Nahrungs- und Genussmittel	15.938	14.624	8%	0,45	0,39	13%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	2.828	3.674	-30%	0,08	0,10	-25%
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.118	820	27%	0,03	0,02	33%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**19.884**	**19.118**	**4%**	**0,56**	**0,51**	**9%**
Bekleidung/Wäsche	6.181	5.213	16%	0,18	0,14	22%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.754	2.335	-33%	0,05	0,06	-20%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	15.824	15.204	4%	0,45	0,41	9%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	3.617	3.587	1%	0,10	0,10	0%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	5.852	4.926	16%	0,17	0,13	24%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**33.228**	**31.265**	**6%**	**0,95**	**0,84**	**12%**
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	32.169	32.634	-1%	0,92	0,87	5%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	2.381	2.600	-9%	0,07	0,07	0%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	3.769	3.718	1%	0,11	0,10	9%
Uhren/Schmuck	---*	---*	---*	---*	---*	---*
Sonstiges	---*	---*	---*	---*	---*	---*
Überwiegend langfristiger Bedarf	**38.549**	**40.181**	**-4%**	**1,10**	**1,08**	**2%**
Gesamt (ohne Leerstände)	**91.661**	**90.564**	**1%**	**2,61**	**2,43**	**7%**

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen

Flächenzuwachs

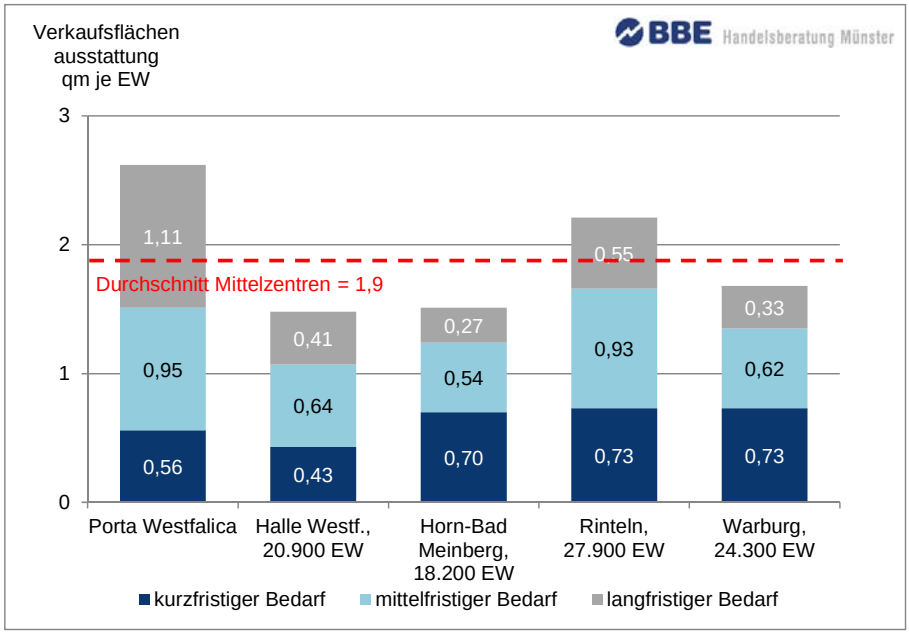
Gegenüber der letzten Erhebung haben sich insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/Wäsche sowie Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping Flächenzuwächse ergeben. Diese begründen sich zum einen aus Neuerrichtungen und Erweiterungen, teilweise aber auch aus Umverteilungen innerhalb bestehender Flächen.

Flächenreduzierung

Eine Reduzierung der Verkaufsflächen hat hingegen in den Warengruppen Drogerieartikel und Schuhe stattgefunden. Im Fall der Drogerieartikel ist dies auf die bereits thematisierte Schließung der SCHLECKER-Filialen, im Fall des Sortimentes Schuhe auf Sortimentsumverteilungen sowie Betriebsschließungen zurückzuführen.

Die Flächenausstattung in Porta Westfalica liegt im Vergleich mit anderen Mittelzentren in der Region mit rd. 2,62 qm pro Einwohner deutlich über dem Durchschnitt von rd. 1,9 qm pro Einwohner. Dies resultiert aus der überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenausstattung im mittel- und speziell im langfristigen Bedarfsbereich.

Abb. 16: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

3.4 Analyse der Zentrenstruktur in der Stadt Porta Westfalica

Neben rein quantitativen Betrachtungen wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen spielt die räumliche Verteilung dieser Flächen eine erhebliche Rolle bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes. Die räumliche Zuordnung und Verteilung der wesentlichen Versorgungsstrukturen in der Stadt Porta Westfalica bestimmt nicht nur das räumliche Einkaufsverhalten der Bürger, sondern auch die zukünftige städtebauliche Entwicklung einzelner Bereiche. So stellt der Einzelhandel nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur Daseinsvorsorge dar, sondern ist zugleich identifikations- und kommunikationsstiftender Faktor einer Gesellschaft.

Kleinteilige Siedlungsstruktur

Die Siedlungsstruktur der Stadt Porta Westfalica ist durch ihren Ursprung aus der großen Anzahl von ehemals eigenständigen, aber kleinstrukturierten Ortsteilen geprägt. Diese Tatsache findet ebenso Niederschlag in der räumlichen Verteilung der Versorgungs- bzw. Einzelhandelsstrukturen.

Größere räumliche Verdichtungen der örtlichen Einzelhandelsangebote mit z. T. auch überörtlicher Bedeutung sind im Ortszentrum von Hausberge sowie im Ortsteil Barkhausen (Fachmarktagglomeration „Porta Markt“) vorzufinden. Daneben verfügen einige der Ortsteile über weitere teilweise großflächige Angebotsstandorte des Einzelhandels aus dem

kurzfristigen Sortimentsbereich, die allerdings im Wesentlichen zur Versorgung des unmittelbaren Nahbereiches dienen.

Versorgungsschwerpunkte

Die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur setzt sich damit aus folgenden Versorgungsschwerpunkten zusammen:

- Ortszentrum „Hausberge“
- Standortlagen der Nahversorgung
- Fachmarktagglomeration „Porta Markt“

Alle Bereiche unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Struktur aber auch hinsichtlich ihrer zukünftigen Eignung als Standorte des Einzelhandels sowie handelsaffiner Nutzungen.

3.4.1 Standortmerkmale des Ortszentrums von Hausberge

Gewachsener Ortskern Hausberge

Der größte gewachsene Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb von Porta Westfalica ist im Ortszentrum von Hausberge verortet. Geprägt wird das Ortszentrum von Hausberge vorrangig durch historische, kleinteilige und aufgelockerte Bebauungsstrukturen mit ein- bis zweigeschossiger Bebauung.

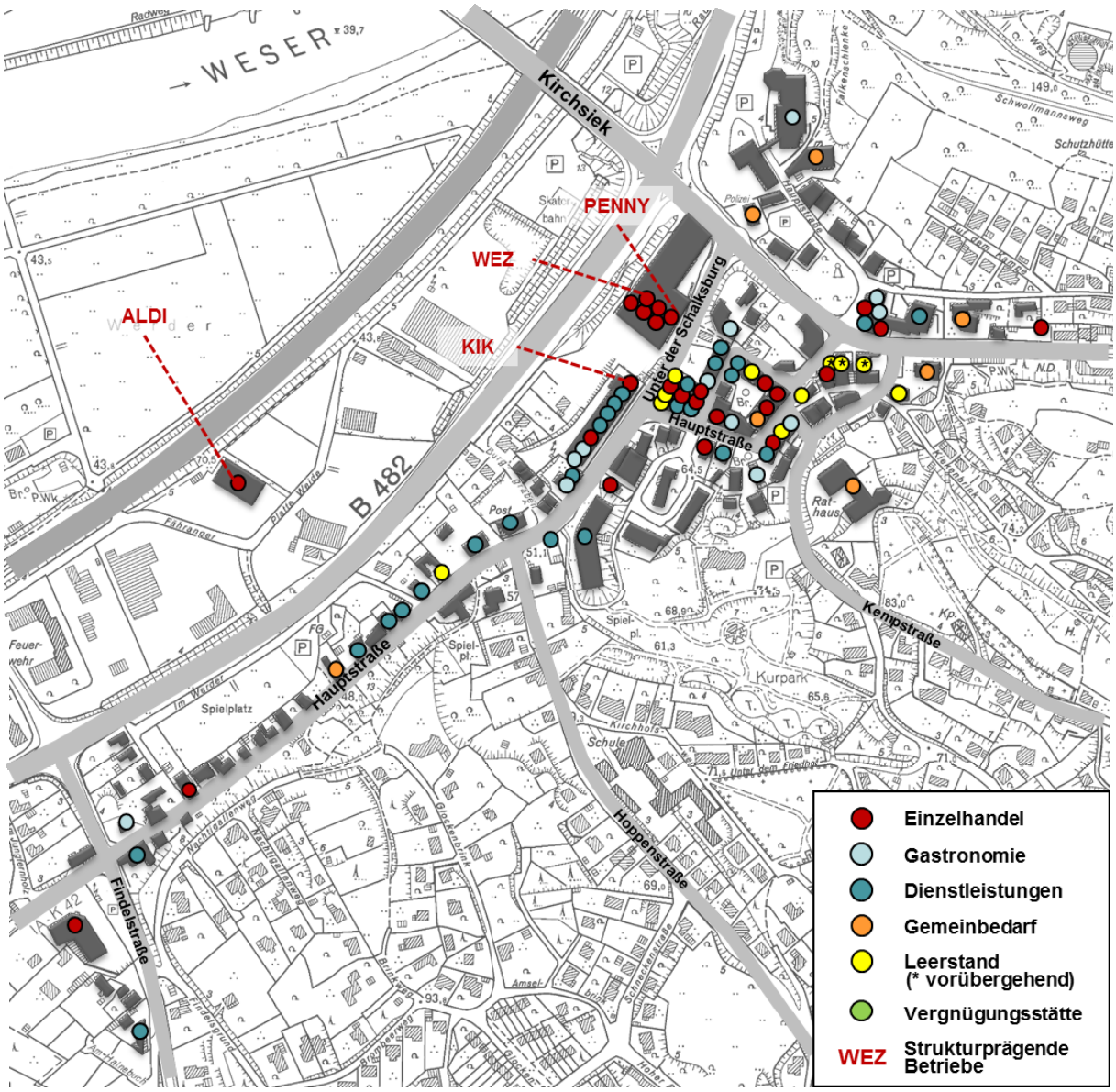
Der gewachsene Einkaufsbereich erstreckt sich entlang des Verlaufes der Hauptstraße, der Straße „Unter der Schalksburg“, dem „Kirchsiek“ sowie der „Schalksburgstraße“ und angrenzenden Straßen. Die äußeren Grenzen des Hauptgeschäftsbesatzes werden durch die B 482, die Bebauungsgrenzen sowie die topographischen Gegebenheiten bestimmt.

Ca. 6 % der Verkaufsflächen

Im Ortszentrum von Hausberge sind zum Erhebungszeitpunkt etwa 26 Betriebe ansässig, die zusammen ein Angebot von etwa 5.800 qm Verkaufsfläche vorhalten. Damit liegen nur etwa 6 % der gesamten Verkaufsfläche von Porta Westfalica im Ortszentrum Hausberge.

Neben dem vorhandenen Einzelhandelsbesatz fungiert der Ortskern von Hausberge als Verwaltungsstandort für die Stadt Porta Westfalica und wird durch Dienstleistungs- sowie Gastronomieangebote ergänzt.

Abb. 17: Nutzungsmischung Ortszentrum Hausberge



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Erhebungen und Darstellung

Schwerpunkt kurzfristiger Bedarfsbereich

Innerhalb des Ortszentrums werden vorrangig Güter des kurzfristigen Bedarfes angeboten. Prägend für Hausberge ist in diesem Zusammenhang insbesondere die Etablierung eines modernen Verbundstandortes mit den Magnetbetrieben SUPER WEZ und einem PENNY-Markt. Insbesondere auch vor dem Hintergrund der Schließung des PLUS-Marktes konnte hierdurch die Versorgungssituation im Zentrum gestärkt werden sowie zur Frequenzverbesserung genutzt werden.

Nachnutzung leergefallener Objekte

Im Ortszentrum wurde der ehemalige PLUS-Markt einer Nachnutzung durch ein Möbelgeschäft zugeführt. Ähnliches gilt für den Altstandort WEZ, in dem aktuell ein Getränkemarkt ansässig ist.

Der weitere Einzelhandelsbesatz ist geprägt durch kleinteilige, inhabergeführte Angebotsstrukturen. In den mittel- und langfristigen Sortimentsbereichen ist der Angebotsbesatz im Ortszentrum Hausberge nur sehr schwach ausgeprägt, ebenso gibt es kaum filialisierte Anbieter.

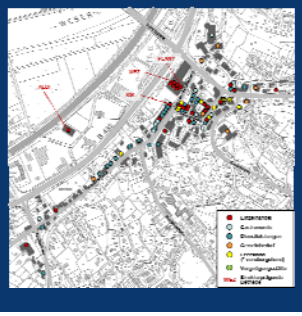
„Schalksburgpassage“

Kritisch zu bewerten bleibt die „Schalksburgpassage“, die aufgrund ihrer baulichen Struktur sowie einer fehlenden Verbindungswirkung durch vermehrte Leerstände geprägt ist und von möglicherweise positiven Veränderungen im Ortszentrum vermutlich nur bedingt profitieren würde.

Prägend sind zum Erhebungszeitpunkt neben den erwähnten Leerständen in der „Schalksburgpassage“ einige weitere Leerstände speziell im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Kirchsiek, die jedoch aufgrund aktueller baulicher Veränderungen nur temporärer Art sind. Ganz im Gegenteil soll durch die Neubauaktivitäten eine strukturelle Stärkung und Aufwertung dieses Bereiches erfolgen.

Die städtebauliche Ausgangsituation des Ortszentrums wird im nachfolgenden Kurzprofil zusammengefasst.

Abb. 18: Städtebauliches Profil Ortszentrum Hausberge



Räumliche Funktionszuweisung	Hauptzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	Teilweise aufgelockerte Bebauungsstrukturen mit ein- und zweigeschossiger Bebauung Nutzungs- und Angebotsgefüge mit teilweise Einzelhandelsnutzung in den jeweiligen Erdgeschosslagen. Moderner Verbundstandort mit mehrgeschossiger Parkplatzanlage Prägend sind ansonsten kleinteilige Angebotsstrukturen inhabergeführter Geschäfte
Städtebaul. Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Teilweise historische Bausubstanz Ansonsten moderne und funktionale Architektur Platzgestaltung im mittleren Bereich der Hauptstraße Mäßige Aufenthaltsqualität
Einzelhandelsbesatz, Magnetbetriebe, zentrenprägende Einrichtungen	Einzelhandelsbesatz teilweise mit Friktionen Magnetbetriebe: SUPER WEZ, PENNY; neben den beiden größeren Lebensmittelanbietern sind größtenteils inhabergeführte Fachgeschäfte vorrangig des kurzfristigen Bedarfsbereiches anzutreffen Ergänzende zentrale Einrichtungen (z. B. Rathaus) sowie Gastronomie

	26 Betriebe bei rd. 5.800 qm Verkaufsfläche; Schwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Darstellung; eigene Fotos

Ortszentrum: geringe mittelzentrale Funktion

Aufgrund des beschriebenen Angebots- und Sortimentsgefüges übt das Ortszentrum von Hausberge keine überörtliche Anziehungskraft aus und wird hinsichtlich der Gesamtausstattung der Verkaufsflächen seiner zentralörtlichen Funktion als Mittelzentrum nicht vollständig gerecht. Der Ortskern dient hauptsächlich zur Versorgung der in Porta Westfalica ansässigen Bevölkerung, kann hinsichtlich der Ausstattung mit Nahversorgungssortimenten allerdings grundsätzlich als stabil eingestuft werden.

3.4.2 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Porta Westfalica

Definition

Einen besonderen Stellenwert für die Bewertung der Einzelhandelsstrukturen, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden, die sich in räumlicher Nähe zum Wohnstandort des Bürgers befindet. Zu den Gütern der kurzfristigen Bedarfsdeckung werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik gezählt. Die quantitative, strukturelle und räumliche Ausstattung der Nahversorgung in der Stadt Porta Westfalica wird im Folgenden aufgezeigt.

Durchschnittliche quantitative Ausstattung

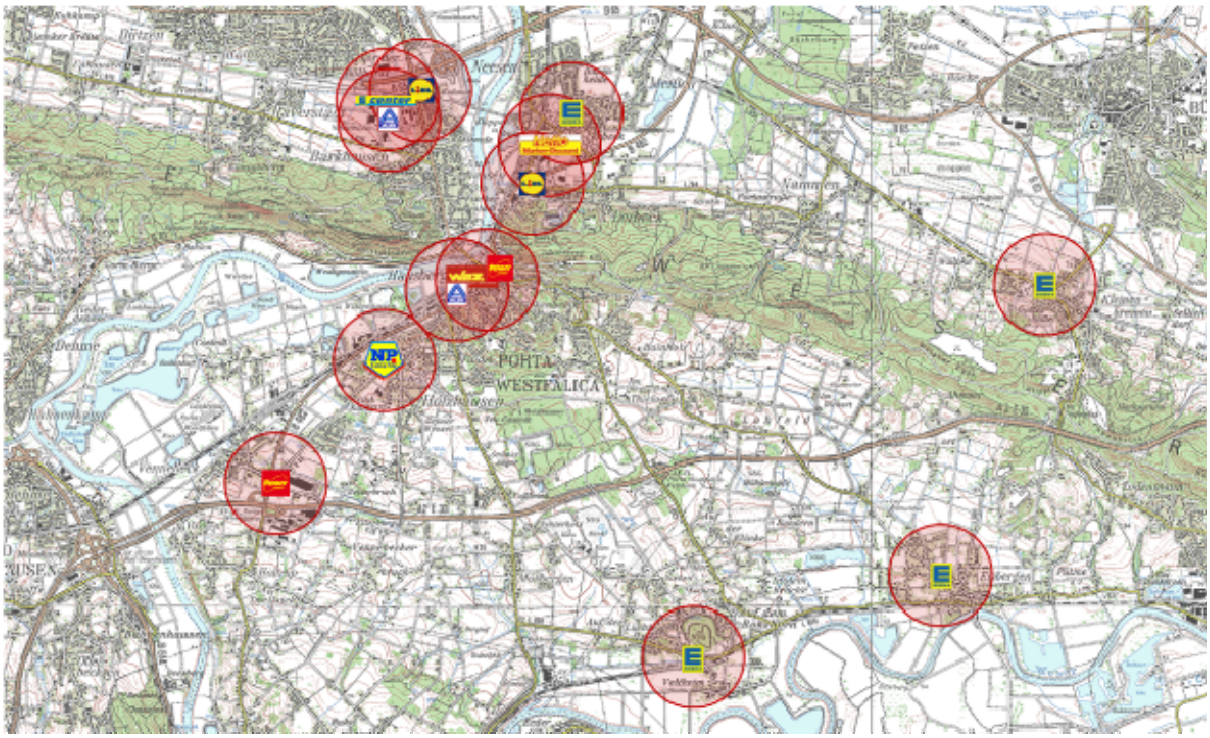
Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung von Porta Westfalica mit 0,53 qm Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik je Einwohner zum Zeitpunkt der Erhebung als durchschnittlich dar. Das Angebot ist hierbei durch viele, auf das Stadtgebiet verteilte Supermärkte sowie Discountfilialen unterschiedlichster Betreiber gekennzeichnet. Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Fachmärkten sowie kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern und Fachgeschäften etc. zu finden.

Qualitative Ausstattung

Aus der rein quantitativen Betrachtung allein lassen sich allerdings noch keine Schlüsse zur Qualität der Versorgungssituation ableiten. Neben einer quantitativen Bewertung ist auch eine qualitative Beurteilung der Nahversorgungssituation daher unabdingbar. In diesem Zusammenhang stehen u. a. die Erreichbarkeit bzw. Lage der Nahversorgungsbetriebe und damit eine verbrauchernahe Versorgung im Fokus.

Der nachfolgenden Abbildung kann die räumliche Verteilung der wesentlichen Angebotsstätten der Nahversorgung entnommen werden. Um die einzelnen Standorte ist jeweils ein 700-m-Radius[13] gezogen worden.

Abb. 19: Nahversorgungssituation in Porta Westfalica (r = 700 m)



Quelle: Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen, eigene Darstellung

Wohnortnahe Versorgungsstrukturen verteilt über gesamtes Stadtgebiet

Für die Bewohner innerhalb der farblich dargestellten Gebiete ist grundsätzlich eine ausreichende Nahversorgung zu unterstellen. In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass die wohnortnahen Versorgungsstrukturen relativ gleichmäßig über die Siedlungsbereiche verteilt sind. So sind in vielen Ortsteilen großflächige Nahversorgungseinrichtungen für die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung ansässig. Die fehlende Ausstattung in den übrigen Ortschaften ist der geringen Bevölkerungszahl und somit einer fehlenden wirtschaftlichen Tragfähigkeit möglicher Einzelhandelsbetriebe geschuldet.

Verfestigung der Versorgungsstrukturen

Gegenüber der letzten Primärerhebung im Jahr 2006 wurden die wohnortnahen Versorgungsstrukturen in einigen Ortsteilen gefestigt. So haben sich einige der Anbieter durch Betriebserweiterungen und -modernisierungen neu am Markt positioniert bzw. ihre Wettbewerbsfähigkeit gefestigt.

[13] Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von max. 700 m.

Nahversorgungs-relevante Angebote im Ortszentrum und „Porta Markt“

Für das Ortszentrum von Hausberge übernimmt insbesondere der o. g. Verbundstandort von SUPER WEZ und PENNY eine wichtige Magnetfunktion. Auch der Fachmarktstandort „Porta Markt“ verfügt mit dem SB-Warenhaus E-CENTER und einem Discountmarkt des Betreibers ALDI über zwei Anbieter nahversorgungsrelevanter Warengruppen. Diese stellen aber aufgrund ihrer Gewerbegebietslage und fehlenden Mantelbevölkerung keine typischen Standorte der Nahversorgung dar, sondern generieren auch im Zusammenhang mit dem Gesamtstandort ein erweitertes Einzugsgebiet.

Unterschiedliche Standortqualitäten

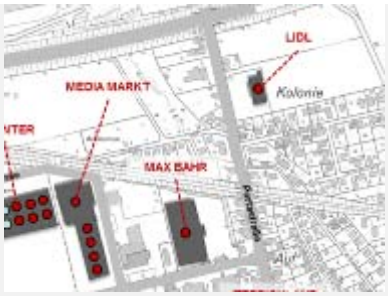
Insgesamt kann für die Stadt Porta Westfalica ein vielfältiges und dezentrales Angebot der Nahversorgung konstatiert werden, gleichwohl sich in einigen Ortseilen aus den genannten Gründen keine wohnungsnahen Versorgungsstrukturen etabliert haben. Die einzelnen Nahversorgungsstandorte unterscheiden sich zudem hinsichtlich ihrer Standort- und Lagequalität bzw. ihrer Integration in den Siedlungsraum. So ist insbesondere zwischen Nahversorgungsstandorten in Ortsteillage und solitären Nahversorgungsstandorten in nicht integrierten Lagen bzw. Gewerbegebieten zu unterscheiden. Im Rahmen der konzeptionellen Überlegungen sind entsprechende Standortkategorien abzuleiten.

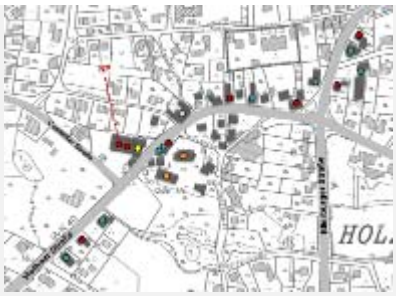
Kurzprofil Standorte der Nahversorgung

Die Standorte der Nahversorgung werden in folgenden Kurzprofilen hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Merkmale vergleichend dargestellt.

Abb. 20: Standorte der Nahversorgung in Porta Westfalica

	Neesen	Neesen-Süd
Lage / Integration	Integrierte Ortsteillage	Teilintegrierte Lage
Raum- und Nutzungsstruktur	Kleinräumige Verdichtung einiger Einzelhandelsangebote und Dienstleistungsnutzungen	Keine einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung
Versorgungsfunktion	Umliegende Wohngebiete (Naheinzugsbereich)	Nahbereich; erweiterter Einzugsbereich aus nordwestlichem Siedlungsbereich (autokundenorientiert)
Anzahl EH-Betriebe	8 Betriebe	2 Betriebe
Verkaufsfläche	rd. 1.400 qm	rd. 800 qm
Magnetbetriebe	EDEKA Thielking	NETTO

	Lerbeck	Barkhausen
		
Lage / Integration	Nicht integrierte Gewerbegebietslage	Teilintegrierte Siedlungsrandlage
Raum- und Nutzungsstruktur	Keine einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung Umfeld geprägt durch gewerbliche Nutzung	Keine einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung
Versorgungsfunktion	Erweiterter Einzugsbereich aus nordwestlichem Siedlungsbereich (autokundenorientiert)	Südlich angrenzender Siedlungsbereich; erweiterter Einzugsbereich (autokundenorientiert)
Anzahl EH-Betriebe	2 Betriebe	1 Betrieb
Verkaufsfläche	rd. 800 qm	rd. 1.000 qm
Magnetbetriebe	LIDL	LIDL

	Hausberge	Holzhausen
		
Lage / Integration	Nicht integrierte Gewerbegebietslage	Integrierte Ortsteillage
Raum- und Nutzungsstruktur	Keine einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung Umfeld geprägt durch gewerbliche Nutzung Städtebauliche Barrierewirkung der Straßentrassen	Aufgelockerter straßenbegleitender Einzelhandelsbesatz Ergänzung durch Dienstleistungsnutzungen
Versorgungsfunktion	Erweiterter Einzugsbereich (autokundenorientiert)	Umliegende Wohngebiete (Naheinzugsbereich)
Anzahl EH-Betriebe	1 Betrieb	8 Betriebe
Verkaufsfläche	rd. 800 qm	rd. 850 qm
Magnetbetriebe	ALDI	NP

	Vennebeck	Veltheim
Lage / Integration	Gewerbegebietsrandlage mit mittelbarem Wohnortbezug	Teilintegrierte Ortsteilrandlage
Raum- und Nutzungsstruktur	Standortagglomeration aus Discounter, Getränkemarkt u. Anbieter Zoo-/ Heimtierbedarf Gewerbliche Nutzungen im Umfeld	Ergänzung durch Bekleidungsanbieter, Dienstleistungs- sowie Gemeinbedarfseinrichtungen
Versorgungsfunktion	Nahbereich; erweiterter Einzugsbereich aus südwestlichem Siedlungsbereich (autokundenorientiert)	Nahbereich; erweiterter Einzugsbereich aus südlichem Siedlungsbereich (autokundenorientiert)
Anzahl EH-Betriebe	4 Betriebe	4 Betriebe
Verkaufsfläche	rd. 850 qm	rd. 1.000 qm
Magnetbetriebe	PENNY	EDEKA Camen
	Eisbergen	**Kleinenbremen**
Lage / Integration	Integrierte Ortsteillage	Integrierte Ortsteillage
Raum- und Nutzungsstruktur	Kleinräumig verdichtete Angebotsstrukturen Ergänzung durch Dienstleistungsnutzungen	Geringe Nutzungsverdichtung Einige Leerstände
Versorgungsfunktion	Umliegende Wohngebiete (Naheinzugsbereich)	Umliegende Wohngebiete (Naheinzugsbereich)
Anzahl EH-Betriebe	11 Betriebe	3 Betriebe
Verkaufsfläche	rd. 2.200 qm	rd. 800 qm
Magnetbetriebe	EDEKA Röthemeier	EDEKA Tebbe

Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Erhebungen und Darstellung

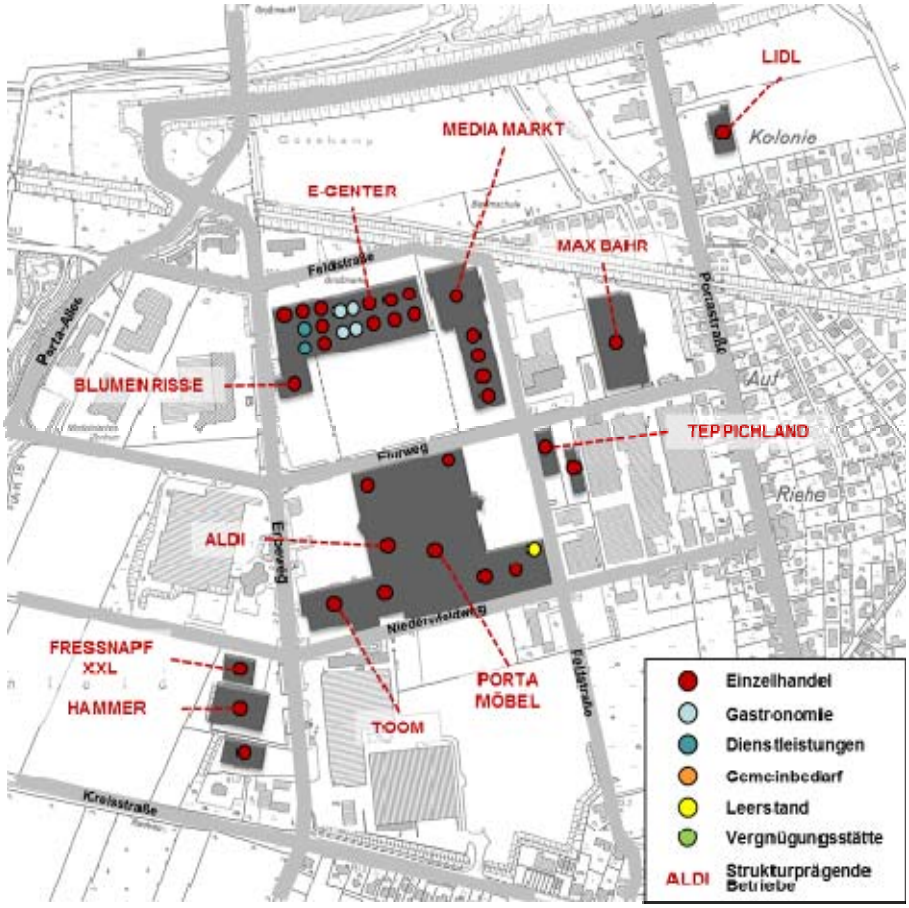
3.4.3 Fachmarktagglomeration „Porta Markt“

Einzelhandelsschwerpunkt „Porta Markt“

Neben dem Ortszentrum von Hausberge und den Standorten der Nahversorgung konzentriert sich das Einzelhandelsangebot in Porta Westfalica im Wesentlichen auf die Fachmarktagglomeration rund um den „Porta Markt“ im Ortsteil Barkhausen an der Stadtgrenze zur Nachbarstadt Minden. Der Standort wird geprägt durch seine städtebaulich nicht integrierte Gewerbegebietslage und seine gute, auf den motorisierten Individualverkehr ausgelegte Verkehrsanbindung durch die unmittelbare Nähe zur B 61 bzw. B 65.

Der Standort besteht zum einen aus dem Gebiet des gültigen Bebauungsplanes „Sondergebiet Einkaufszentrum Porta Markt“ sowie aus mehreren Fachmärkten, die sich an den „Porta Markt“ angrenzend angesiedelt haben. Derzeit besteht die Fachmarktagglomeration aus 31 Betrieben und stellt mit etwa 70.700 qm Verkaufsfläche den flächenmäßig größten Angebotsstandort in Porta Westfalica dar.

Abb. 21: Fachmarktagglomeration „Porta Markt“



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Erhebungen und Darstellung

Mittelpunkt des „Porta Marktes“ stellt das Möbelhaus PORTA MÖBEL dar. Mit einem Anteil von etwa 52 % liegt der Schwerpunkt des Angebotes damit im langfristigen Bedarfsbereich. Im „Porta Markt“ haben sich

daneben weitere großflächige Fachmärkte mit unterschiedlichen Sortimentsschwerpunkten wie Bau- und Gartenbedarf, aber auch Unterhaltungselektronik, Bekleidung, Schuhe, Sport und Spielwaren etabliert. Neben Sortimenten aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, sind auch einige Anbieter kurzfristiger Warengruppen wie ein großflächiges, modernes SB-Warenhaus (E-CENTER) und ein Discountmarkt (ALDI) am Standort ansässig. Die Verkaufsflächen und entsprechenden Sortimentszuordnungen sind im „Porta Markt“ durch den geltenden Bebauungsplan abgesichert und auf insgesamt 61.800 qm Gesamtfläche begrenzt. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch einige gastronomische Einrichtungen sowie Dienstleistungsangebote.

Angrenzend weitere Fachmärkte

In räumlicher Nähe befinden sich unmittelbar angrenzend zum eigentlichen „Porta Markt“ zudem weitere Fachmärkte, die allerdings nicht im Geltungsbereich des angesprochenen Bebauungsplanes liegen. Hierzu gehören neben einem weiteren Baumarkt auch zwei Tierfachmärkte sowie ein Fachmarkt für Heimtextilien.

3.4.4 Zwischenfazit

FAZIT

- Die Stadt Porta Westfalica verfügt über eine durchschnittliche Ausstattung im Bereich des kurzfristigen Bedarfes. Wohnortnahe Versorgungsstrukturen sind trotz der schwierigen topographischen bzw. stadtstrukturellen Rahmenbedingungen weitestgehend flächendeckend über den gesamten Siedlungsbereich verteilt.
- Die Stadt verfügt über eine hohe bzw. sogar überdurchschnittliche Flächenausstattung im mittel- bzw. langfristigen Bedarfsbereich.
- Dem Ortszentrum Hausberge kommt angesichts schwacher Angebotsstrukturen eine eher geringe Bedeutung zu.
- Die Fachmarktagglomeration „Porta Markt“ verfügt mit ihrer Vielzahl an großflächigen Anbietern über eine regionale Bedeutung.

3.5 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Bewertung etwaiger räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die örtlichen Bedingungen der Nachfrageseite von wesentlicher Relevanz. Hierzu erfolgt eine Analyse der Nachfragesituation auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevantem Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen.

3.5.1 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Verbrauchsausgaben

Zur Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet und damit für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten werden neben der Zahl der Einwohner (Bedarfsträger) im Untersuchungsraum die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben[14] zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind für das Jahr 2012 pro Kopf insgesamt 5.817 € einzelhandelsrelevant.

Kaufkraftkennziffer Porta Westfalica 100,25 %

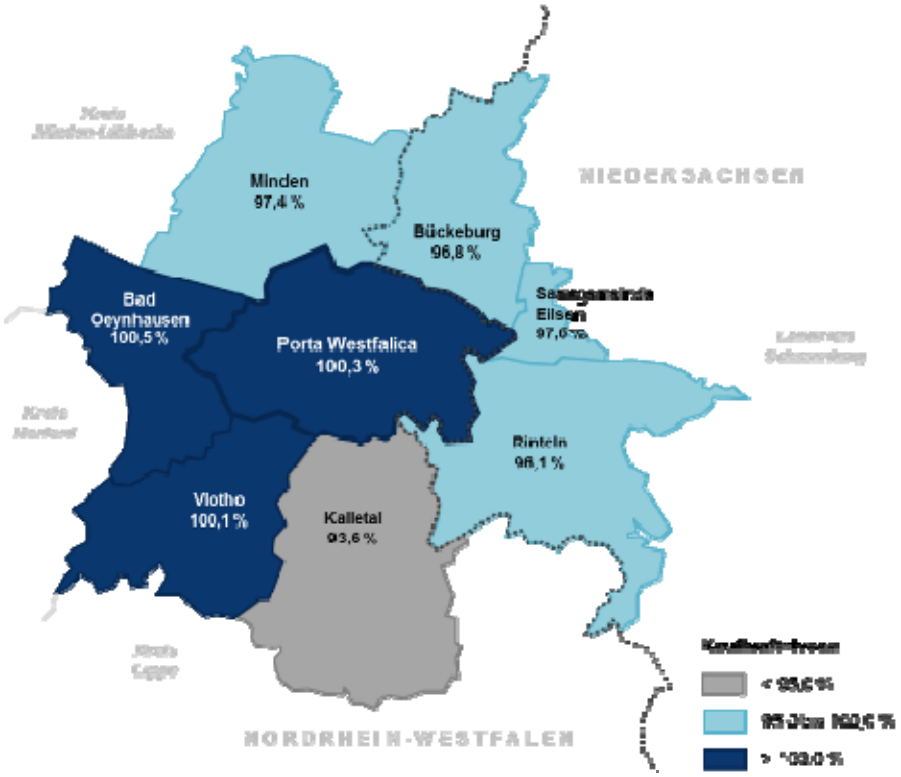
Diese Verbrauchsausgaben werden nunmehr mit einem Faktor gewichtet, welcher detailliert Auskunft über die Struktur und Größe der potenziell für den Einzelhandel in Frage kommenden Einkünfte der ortsansässigen Verbraucher gibt. Dieser Aspekt wird durch die Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer in die Potenzialermittlung eingearbeitet. Die IFH Retail Consultants, Köln weisen für das Jahr 2012 in der Stadt Porta Westfalica eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 100,25 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen um somit um 0,25 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt.

Regionaler Vergleich

Das Kaufkraftniveau der Stadt Porta Westfalica ist im regionalen Vergleich ein weitestgehend typischer Wert – wie der nachfolgenden Karte zu entnehmen ist.

[14] Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft (= Summe aller Nettoeinkünfte aus selbstständiger und nichtselbstständiger Arbeit einschließlich Kapitaleinkünfte und staatliche Transferzahlungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld und Renten), die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u. a. Dienstleistungen, Versicherungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u. a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Abb. 22: Kaufkraft in der Region



Quelle: IFH Retail Consultants 2012; eigene Darstellung

Elastizitätsfaktor

Die Verbrauchsausgaben werden zusätzlich mit der Elastizität der Nachfrage gewichtet, da diese in unterschiedlichen Sortimenten durchaus differieren können. Dies bedeutet, dass bei einem höheren Kaufkraftniveau die Ausgabenbereitschaft beispielsweise bei Gütern des mittelfristigen Bedarfes nicht im gleichen Verhältnis wie z. B. bei Gütern des langfristigen Bedarfes angehoben wird. Diesem Phänomen wird durch einen Elastizitätsfaktor Rechnung getragen.

Kaufkraftpotenzial: 204,8 Mio. €

Hieraus ergibt sich für die Stadt Porta Westfalica eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.831 € im Jahr. Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt knapp. 204,8 Mio. € für das Jahr 2012 ermitteln.

Abb. 23: Kaufkraftpotenzial in Porta Westfalica

Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	**100,25**	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	im Gebiet
Einwohner:	**35.122**	in € zu Endverbraucher-preisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucher-preisen inkl. MwSt.	in T€ zu Endverbrau-cherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel		2.110	2.115	74.279
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.		873	874	30.708
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		197	198	6.958
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		**3.180**	**3.187**	**111.945**
Bekleidung/Wäsche		490	491	17.261
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		135	136	4.767
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen		648	649	22.800
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		69	69	2.422
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		212	213	7.485
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		**1.554**	**1.558**	**54.735**
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		428	429	15.081
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		148	148	5.210
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto		401	402	14.134
Uhren/Schmuck		63	63	2.208
Sonstiges		43	43	1.498
Überwiegend langfristiger Bedarf		**1.082**	**1.086**	**38.132**
Gesamt		**5.817**	**5.831**	**204.812**

Quelle: IFH Retail Consultants 2012

Touristisches Potenzial

Neben dem einzelhandelsspezifischen Kaufkraftpotenzial, das sich aus der ortsansässigen Bevölkerung ableiten lässt, sind weitere touristische Potenziale vorhanden. Diese resultieren in Porta Westfalica aus den Übernachtungen in der örtlichen Hotellerie, Ferienhäusern und -wohnungen, privaten Pensionen und auf dem Campingplatz im Stadtgebiet. Schwerpunkte liegen in Porta Westfalica insbesondere im Fahrrad- sowie im Wandertourismus (z. B. Weserradweg und europäischer Fernwanderweg). Statistisch schwierig zu erfassen ist jedoch das Ausgabeverhalten im Tourismussegment, zumal das Ausgabeverhalten der Gäste auch mit der Verweildauer am Ort (Tages- vs. Übernachtungstouristen) sowie der Art der Übernachtung (Selbstversorger vs. Hotelgäste) zusammenhängt. Über die Höhe des touristischen Potenzials kann somit mangels eindeutiger Zahlen keine verlässliche Aussage getroffen werden.

3.5.2 Kaufkraftbindungsquoten

Umsatz-Kaufkraft-Relation

Auf Basis der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wurde eine Analyse der örtlichen Kaufkraftbindungsquoten durchgeführt. Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels können der getätigte Umsatz der jeweiligen örtlichen Be-

triebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, und damit die Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevanten Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial) herangezogen werden. Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse stärker als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist. Die vollständige Kaufkraftbindung von 100 % ist allerdings zunächst eine rechnerische (Ziel-)Größe, die in den einzelnen Warengruppen und Sortimenten teilweise deutlich nach oben sowie auch nach unten abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Stadt oder eines Standortes auch mit der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebsformen des Handels in Verbindung steht.

Bei der Ermittlung der Umsätze wurden aktuelle branchenbezogene und betriebsspezifische Flächenproduktivitäten[15], d. h. sortimentsspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der vor-Ort-Begehung angepasst werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

Einzelhandelsumsatz
ca. 221,5 Mio. €

In der Stadt Porta Westfalica wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 221,5 Mio. € realisiert. In Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vor Ort besteht für die Stadt Porta Westfalica so insgesamt eine Kaufkraftbindung von 108,4 % über alle Sortimente.

[15] EHI Retail Institute, Köln 2011

Abb. 24: Bindungsquoten

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	67.151	74.279	90,4%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	21.561	30.708	70,2%
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	6.332	6.958	91,0%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**95.044**	**111.945**	**84,9%**
Bekleidung/Wäsche	13.602	17.261	78,8%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	4.758	4.767	99,8%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	21.325	22.800	93,5%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	4.299	2.422	177,5%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	13.768	7.485	183,9%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**57.752**	**54.735**	**105,5%**
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	36.966	15.081	245,1%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	6.843	5.210	131,3%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	23.627	14.134	167,2%
Uhren/Schmuck	---*	---*	---*
Sonstiges	---*	---*	---*
Überwiegend langfristiger Bedarf	**68.780**	**38.132**	**184,4%**
Gesamt	**221.577**	**204.812**	**108,4%**

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausw eisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Höchste Bindungsquoten bei Möbeln

Hervorzuheben sind insbesondere die hohen Bindungswerte für Waren des langfristigen Bedarfes und hier speziell für das Sortiment Möbel, aber auch für Elektroartikel und Unterhaltungselektronik. Weitere hohe Bindungsquoten ergeben sich darüber hinaus bei Spielwaren/Hobby/ Basteln sowie Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Geschenkartikeln.

Abflüsse im kurzfristigen Bereich

Im kurzfristigen Bedarfsdeckungsbereich sind hingegen leichte rechnerische Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Die Bindungsquote im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt bei rd. 90 % und ist damit zu begründen, dass neben der guten Angebotssituation in den Nachbarstädten auch zukünftig nicht alle Präferenzen der Verbraucher bezüglich möglicher Betreiber oder Betriebsformen vollständig abgedeckt werden können. Für den Bereich Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik haben sich durch die Insolvenz der Drogeriekette SCHLECKER insbesondere in den Ortsteilen einige Lücken aufgetan, was sich entsprechend in der Bindungsquote für diese Warengruppe niederschlägt.

Räumliche Verteilung der Nahversorgung im Fokus

In Anbetracht der dezentralen Siedlungsstrukturen in Porta Westfalica sollte insbesondere im Bereich Nahversorgung nicht ausschließlich das Erreichen rechnerischer Zielwerte von 100 %-Kaufkraftbindung, sondern vielmehr die gleichmäßige und ausgewogene räumliche Verteilung der Versorgungsstrukturen im Fokus stehen.

Auch im Bereich der persönlichen Ausstattung, also typisch innenstadtrelevanter Sortimentsgruppen wie Bekleidung und Schuhen sind in Porta Westfalica insgesamt Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Entwicklungen UKR

Die Entwicklung der Kaufkraftbindung gegenüber der letzten Erhebung in 2006 hängt nicht nur mit der Entwicklung der jeweiligen Verkaufsflächen, sondern auch mit den Flächenleistungen sowie den Verbrauchsausgaben und somit den Kaufkraftpotenzialen zusammen. Insgesamt kann für nahezu alle Branchen ein Flächenwachstum bei größtenteils stagnierenden Potenzialen festgestellt werden, was zum einen zu sinkenden Flächenleistungen, zum anderen zu einem Größensprung bei der durchschnittlichen Betriebsgröße führt.

Vor diesem Kontext sind auch die nachfolgend tabellarisch aufgeführten Entwicklungen der Umsatz-Kaufkraft-Relationen in den letzten sechs Jahren zu bewerten.

Abb. 25: Bindungsquoten im Zeitverlauf

Warengruppe	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2012	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2006
	in Prozent zur Kaufkraft	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	90,4%	93,0%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Akustik/Sanitätsart.	70,2%	92,0%
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	91,0%	81,0%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**84,9%**	**92,0%**
Bekleidung/Wäsche	78,8%	73,0%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	99,8%	109,0%
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	93,5%	99,0%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	177,5%	133,0%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	183,9%	185,0%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**105,5%**	**105,0%**
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	245,1%	257,0%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	131,3%	156,0%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation/Foto	167,2%	185,0%
Uhren/Schmuck	---*	---*
Sonstiges	---*	---*
Überwiegend langfristiger Bedarf	**184,4%**	**196,0%**
Gesamt	**108,4%**	**115,0%**

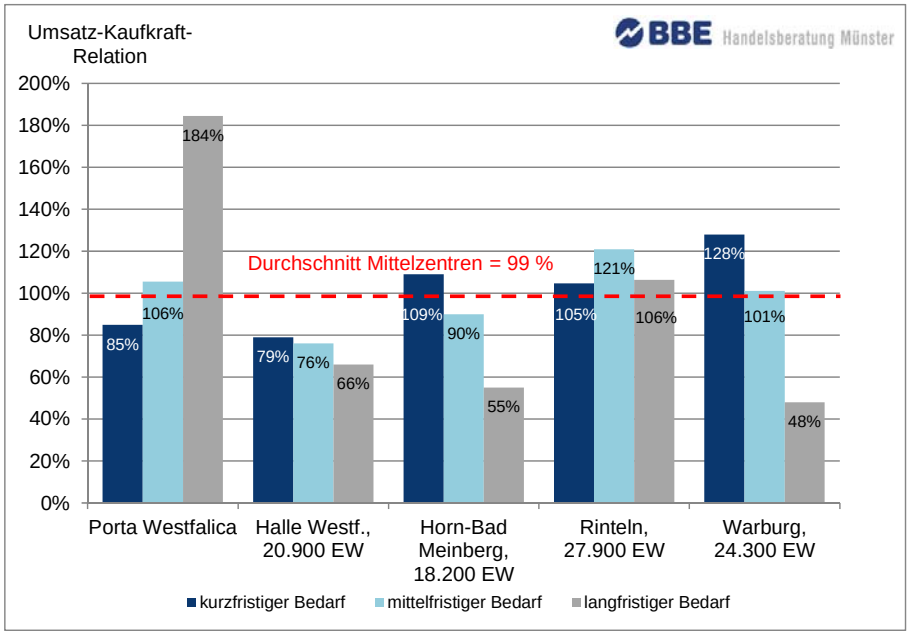
* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Regionaler Vergleich

Der interkommunale Vergleich mit anderen Mittelzentren in der Region Ostwestfalen-Lippe macht deutlich, dass sich die Bindungsfähigkeit der Stadt Porta Westfalica insgesamt in einem durchschnittlichen wenn nicht sogar zum Teil überdurchschnittlichen Bereich bewegt.

Abb. 26: Bindungsquoten im regionalen Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung

3.5.3 Zwischenfazit

FAZIT

- Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen mit 100,25 % über dem Bundesdurchschnitt.
- Die Kaufkraftbindungsquote liegt bei 108,4 % über alle Sortimentsgruppen. Die Bindungsfähigkeit im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ist aufgrund des Fachmarktbesatzes überdurchschnittlich hoch, d. h. der Einzelhandel erwirtschaftet hier mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

3.6 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Porta Westfalica

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

Stärken

- eine in der Summe gute Angebotssituation, geprägt durch wettbewerbsfähige und leistungsstarke filialisierte Anbieter im Fachmarktzentrum PORTA MARKT

- eine überwiegend dezentrale, wohnortnahe und vielfältige Angebotsstruktur mit Nahversorgungsangeboten in größtenteils integrierten Lagen,
- eine überdurchschnittliche Ausstattung im langfristigen Bedarfsbereich und eine herausragende Stellung als Möbelstandort mit regionaler Bedeutung,
- die Etablierung eines leistungsfähigen Verbundstandortes als Magnet für das Ortszentrum von Hausberge und damit eine Stärkung dessen Versorgungsfunktion.

Die genannten Stärken gilt es zukünftig auszubauen und weiterzuentwickeln.

Neben den obigen Stärken gibt es aber auch einige Schwächen am Standort. Dies sind:

Schwächen

- ein hoher Anteil von Betrieben und Verkaufsflächen am Fachmarktstandort in Randlage des Stadtgebietes,
- ein überwiegend discount- und fachmarktorientiertes Angebotsgenre,
- einzelne Nahversorgungsstandorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen,
- einzelne Ortsteile, die aufgrund ihrer geringen Einwohnerzahl (fehlende Tragfähigkeit) keine eigenen Nahversorgungsstrukturen aufweisen,
- die geringe Bedeutungszuweisung des gewachsenen Ortszentrums von Hausberge als Einzelhandelsstandort bei gleichzeitig nur geringen derzeit erkennbaren Flächen- und Entwicklungspotenzialen im Ortszentrum Hausberge.

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

Zielkonflikt?

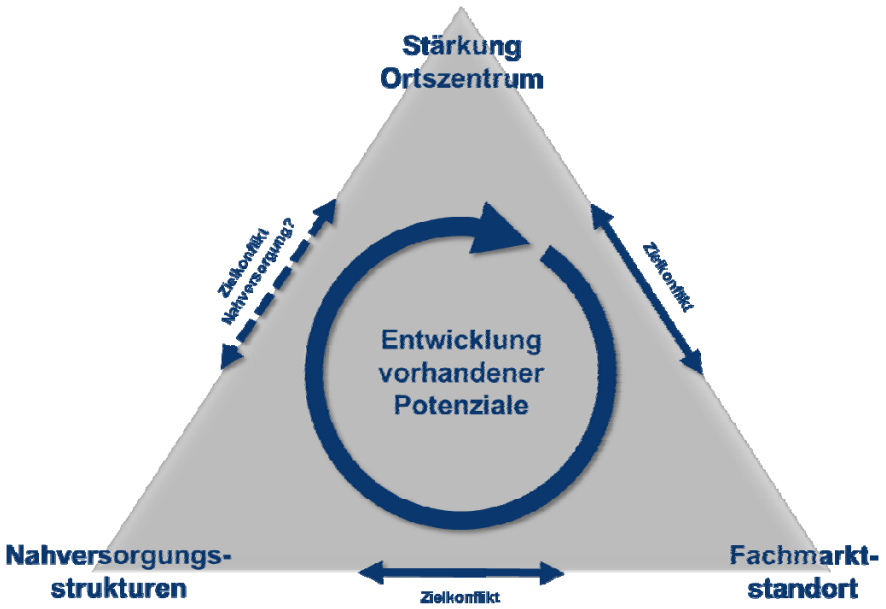
Hierbei steht die Entwicklung der Ortszentrums einerseits, aber auch mögliche Ansiedlungs- bzw. Entwicklungsvorhaben an anderen Standorten im Mittelpunkt eines möglichen Zielkonfliktes. Zur Erreichung der genannten Zielsetzungen ist der maßvolle Einsatz planungsrechtlicher Instrumentarien zur räumlichen Steuerung geplanter Einzelhandelsstandorte sowie zur Sicherung und Entwicklung bestehender Angebotsstrukturen erforderlich.

4 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

Abgestuftes und abgestimmtes Zielsystem

Die vorangestellte differenzierte städtebauliche und einzelhandelsrelevante Situationsanalyse der derzeitigen Ausgangssituation innerhalb der Stadt Porta Westfalica stellt die Grundlage für konkrete Handlungsempfehlungen zur räumlich-funktionalen Steuerung des Einzelhandels und damit für eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung dar. Neben dem Vorrang zur Innenentwicklung, der Vermeidung des unnötigen Verbrauchs vorhandener Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen ist hierbei die Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Porta Westfalica im Hinblick auf seine kommunale Versorgungsaufgabe übergeordnetes Ziel. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit der Fokussierung auf den Ortskernbereich von Hausberge sowie der übrigen Ortsteile zu sichern und zu entwickeln, eine weitgehend flächendeckende Grundversorgung zu gewährleisten sowie funktionale Ergänzungsstandorte vorzuhalten. Voraussetzung hierfür ist ein abgestuftes und aufeinander abgestimmtes Zielsystem.

Abb. 27: Zieldreieck der Stadt Porta Westfalica



Quelle: eigene Darstellung

Mit Hilfe nachfolgender Grundsätze, Leitlinien und Zielsetzungen soll ein Rahmen definiert werden, an den künftige Entscheidungen zu einzelhandelsrelevanten Fragestellungen gebunden sind. Dabei sind unterschiedliche Maßstäbe für die Entwicklung unterschiedlicher Standortkategorien anzusetzen. Das Einzelhandelskonzept muss für jede Standortkategorie und damit letztlich für jeden Standort des Einzelhandels inner-

halb der Stadt konkrete Ziele und Handlungsanweisungen enthalten. Den rechtlichen Rahmen bilden hierzu insbesondere die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanungen sowie die Aussagen des BauGB sowie der BauNVO zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Einkaufszentren.

Keine Reglementierung des Handels

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass es bei der Formulierung nachfolgender Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu reglementieren, sondern mögliche Einzelhandelsentwicklungen auf bestimmte, städtebaulich verträgliche und geeignete Standorte zu fokussieren.

Ziele der Stadt Porta Westfalica

Die Ziele für die Stadt Porta Westfalica lassen sich wie folgt zusammenfassen.

Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Stadt Porta Westfalica

Wesentliche Zielsetzung in Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung ist die Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Stadt Porta Westfalica als Mittelzentrum, d. h. als Einzelhandelsstandort hinsichtlich seiner kommunalen Versorgungsaufgabe. Hiermit gehen die Sicherung sowie der Ausbau eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes, welches durch die Quantität des Angebotes (Anzahl und Größe der Betriebsstätten) und seine qualitative Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Sortimentstiefe und -breite, Betriebsformen und -konzepte etc.) determiniert wird, einher.

Stärkung und Weiterentwicklung des Ortszentrums (= zentraler Versorgungsbereich)

Das Ortszentrum von Hausberge als Zentrum von Porta Westfalica soll den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort der Stadt darstellen. Das hier vorhandene Einzelhandelsangebot – ergänzt um weitere Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, handelsaffine Nutzungen etc.) – ist maßgeblich für die Attraktivität der Stadt als Einkaufsstandort verantwortlich. Ziel muss daher die Sicherung und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes in der Stadt Porta Westfalica sein.[16] Der Fokus zukünftiger Entwicklungen (insbesondere mit

[16] Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes wird dabei in entscheidendem Maße durch das Zusammenspiel aus quantitativer Ausstattung des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebsstätten, Verkaufsflächenausstattung etc.) sowie der qualitativen Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Betriebsformen, Sortimentstiefe etc.) einschließlich seiner Funktions- / Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie etc.) bestimmt.

zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist daher auf den Hauptgeschäftsbereich zu legen. Dieser Standort genießt als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der städtischen Zentrenstruktur.

Schutz und Stärkung weiterer zentraler Versorgungsbereiche

Die weiteren zentralen Versorgungsbereiche müssen in ihrer Funktion als Nahversorgungszentren gestärkt und weiter ausgebaut werden, ohne dass hierdurch jedoch städtebaulich negative Auswirkungen auf das Ortszentrum zu erwarten sind.

Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung

Ziel muss es sein, dauerhaft tragfähige, ortsverträgliche und – räumlich wie funktional – ausgewogene Strukturen zu schaffen, welche die flächendeckende Nahversorgung der Bevölkerung langfristig und nachhaltig sicherstellen. Das bestehende Netz an Nahversorgungseinrichtungen muss erhalten und stabilisiert werden. Weitergehendes, noch bindbares Kaufkraftpotenzial sollte primär zur Verbesserung der Nahversorgung in unterversorgten Gebieten verwendet werden. Hierbei dürfen von Nahversorgungsstandorten jedoch keine schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt hervorgerufen werden.

Ableitung funktionaler Ergänzungsstandorte & zentrenverträgliche Entwicklung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sollen unter Berücksichtigung der allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Ziele sowie der Zentrenverträglichkeit solcher Vorhaben anbieter- und kundengerecht gesichert und verträglich entwickelt werden.

Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

In den übrigen Standortlagen außerhalb der schützenswerten Bereiche soll eine restriktive Steuerung des Einzelhandels erfolgen. Betriebsstätten, die nicht strukturprägend sind, können hier zugelassen werden. Bereits bestehende Betriebe, die sich außerhalb der schützenswerten Lagen befinden, genießen Bestandsschutz. Hierdurch erhalten die Immobilienbesitzer und Betreiber verlässliche Aussagen zu verschiedenen Entwicklungsflächen und Standorten (Investitionssicherheit).

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Im Zusammenspiel mit vorgenannter Zielsetzung sollen diese Gebiete für ihre originär bestimmte Nutzung vorgehalten und eine unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen verhindert werden.

Sachgerechte Abwägung ortsspezifischer Zielkonflikte

Die vorangestellten Zielvorstellungen der örtlichen Einzelhandelsentwicklung lassen sich je nach den örtlichen Ausgangsbedingungen jedoch nicht immer vollständig miteinander vereinbaren. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit ist etwaig bestehenden Zielkonflikten durch eine sachgerechte Abwägung der einzelnen Zielvorstellungen untereinander zu begegnen.

Zwischen den je nach Sortimentsstruktur[17] jeweils unterschiedlichen Zielsetzungen ist nachfolgendes, aufeinander abgestimmtes Steuerungsinstrumentarium im Sinne einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung zur Umsetzung herzuleiten, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet:

- Zentren- und Standortkonzept (Konzept der Zentrenhierarchie)
- Ortsspezifische Sortimentsliste
- Ansiedlungsleitsätze und -regeln

[17] Zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht zentrenrelevant

5 Zentren- & Sortimentskonzept

Die nachfolgenden konzeptionellen Empfehlungen basieren sowohl auf den Untersuchungen und Analysen als auch den übergeordneten räumlichen Leitlinien und Entwicklungszielen.

5.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Der Landtag Nordrhein-Westfalen hat am 13. Juni 2007 den bisherigen § 24 Abs. 3 durch § 24a LEPro „Großflächiger Einzelhandel“ ersetzt. Neben dem seinerzeit novellierten § 24a LEPro wurde der so genannte Einzelhandelserlass NRW aktualisiert, der als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Vorgaben zusammenfasst und erläutert.

§ 24a LEPro ausgelaufen

Das LEPro und damit auch die Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind am 31.12.2011 ausgelaufen. Die Erarbeitung eines Entwurfs für einen neuen umfassenden Landesentwicklungsplan wurde von der Landesregierung unterbrochen. Stattdessen hat die Landesregierung entschieden, vorgezogen landesplanerische Regelungen zum großflächigen Einzelhandel in einem sachlichen Teilplan zum LEP NRW zu erarbeiten.[18]

Ziele in Aufstellung

Die im Teilplan enthaltenden Regelungen sind in der Einleitung dieses Teilplans geeignet und erforderlich, um eine nachhaltige Raumentwicklung gemäß § 1 Abs. 2 Raumordnungsgesetz (ROG) zu unterstützen und sind somit als Ziele in Aufstellung zu berücksichtigen.

5.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie

Räumlich-funktionale Arbeitsteilung

Auf Grundlage der durchgeführten Situationsanalyse sowie der definierten Leitlinien und Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Porta Westfalica ist das Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ hergeleitet worden, d. h. die räumlichen Versorgungsschwerpunkte sind in ein hierarchisches Zentrenmodell integriert und den verschiedenen Einzelhandelsstandorten räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zugewiesen worden. Als Grundkonzept dient ein hierarchisch abgestimmtes kommunales Standortsystem, bestehend aus dem Hauptzentrum, den Nahversorgungszentren, solitären Nahversorgungsstandorten sowie Fachmarktstandorten als wesentliche Versorgungsstandorte.

[18] Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen, Entwurf, Stand 17. April 2012

Kriterien zur Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung eines Einzelhandelsstandortes im Rahmen o. g. Zentrenhierarchie ist die vorhandene Einzelhandelsdichte bzw. Durchmischung mit weiteren Nutzungen. Hierbei sind u. a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwerpunkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Entwicklungsperspektiven

Ein weiterer wesentlicher Aspekt zur Einstufung sind zudem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Porta Westfalica. Dazu zählt beispielsweise insbesondere die Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven des zentralen Versorgungsbereiches.

Ausgehend von diesen Bewertungskriterien lassen sich die Einzelhandelsstandorte mit wesentlicher Versorgungsfunktion folgendermaßen idealtypisch definieren:

- Hauptzentrum

  Hauptzentrum

  Der bedeutendste Typ der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Porta Westfalica ist das Ortszentrum von Hausberge, in dem sich verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie öffentliche Einrichtungen und gastronomische Betriebe konzentrieren. Angebotsschwerpunkt ist die Nahversorgung, ergänzt um weitere mittel- und langfristige Warengruppen. Prägend sind insbesondere größere Lebensmittelbetriebe sowie weiterer strukturprägenden Betriebsstätten anderer Branchen. Das Ortszentrum übernimmt damit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet.

- Nahversorgungszentren

  Nahversorgungszentren

  Hierbei handelt es sich um Versorgungszentren zur wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für einen räumlich eng begrenzten Wohnsiedlungsbereich. Das vorhandene Einzelhandelsangebot ist fast ausschließlich auf die ortsteilbezogene Grundversorgung ausgerichtet und wird partiell ergänzt durch einzelne, zumeist einzelhandelsnahe Dienstleistungsbetriebe.

- Solitäre Nahversorgungsstandorte

  Solitäre Nahversorgungsstandorte

  Solitäre Nahversorgungsstandorte zeichnen sich durch größere Lebensmittelbetriebe im Voll- und / oder Discountsortiment, ergänzt in der Regel um kleinteilige Ladenhandwerker und / oder Dienstleistungen (häufig in der Vorkassenzone), aus. Strukturell sind sie aufgrund fehlender Angebotsdichte und -vielfalt nicht als zentrale Versorgungsbereiche, sondern vielmehr als solitäre Versorgungsstandorte einzuordnen. Die Standorte der Stadt befinden sie sich allerdings größtenteils in einem städtebaulich nicht integrierten Umfeld, z. B. innerhalb von Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen und verfügen demnach über eine deutlich geringere städtebauliche Standortqualität. Sie erfüllen somit

keine Nahversorgungsfunktion im engeren Sinne mit Versorgungsfunktion innerhalb eines fußläufigen Einzugsbereiches sondern zeichnen sich als autokundenorientierte Versorgungsstandorte aus.

- Sonstige Standortlagen

Sonstige Standortlagen

Außerhalb der angesprochenen Standorte finden sich weitere nicht großflächige Angebotsstrukturen, die durch ihre räumliche Lage innerhalb der Wohnsiedlungsbereiche, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung, durchaus die Funktion einer wohnungsnahen Versorgung wahrnehmen können, aber aufgrund der nicht vorliegenden Nutzungsvielfalt keine Zentrenfunktion ausüben.

- Sonder- und Fachmarktstandorte

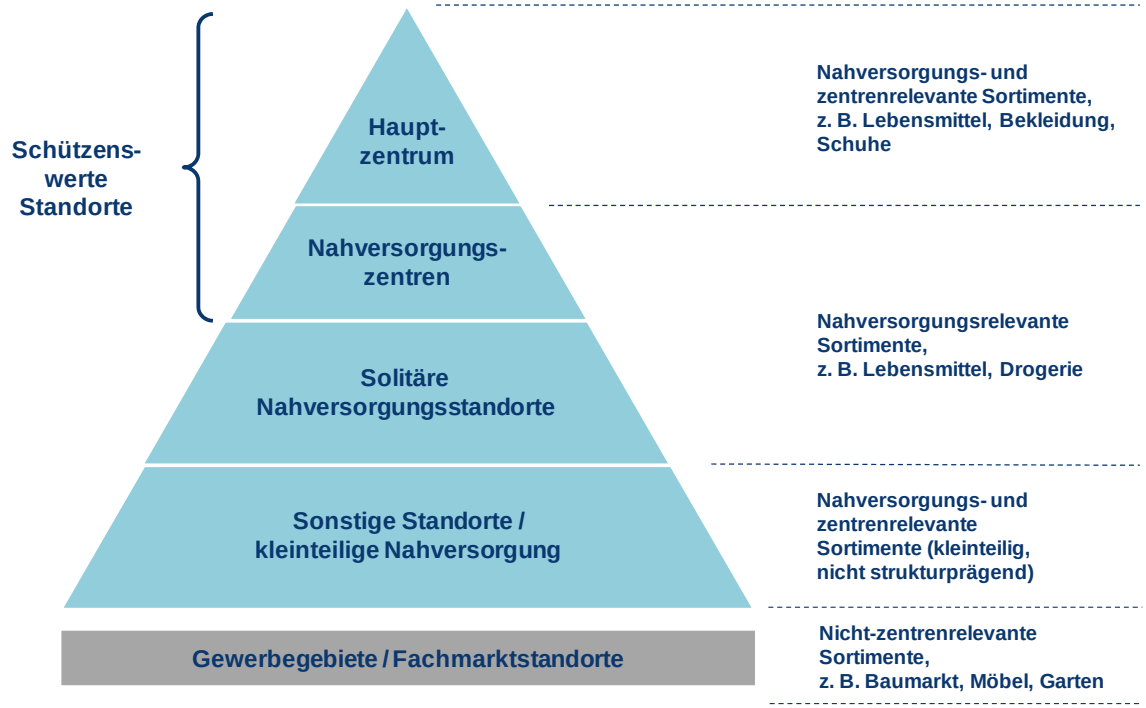
Sonder- und Fachmarktstandorte

Neben den räumlichen Schwerpunkten der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimente untereinander auch Standorte für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarktstandorte. Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei fehlender Dichte und Mischung mit anderen innenstadtrelevanten Nutzungen charakterisieren. Prägend darüber hinaus ist ihre städtebaulich nicht integrierte Lage, oftmals in Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen.

Zentrenhierarchie

Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen für die Stadt Porta Westfalica nachfolgende Zentrenhierarchie:

Abb. 28: Zentrenhierarchie der Stadt Porta Westfalica

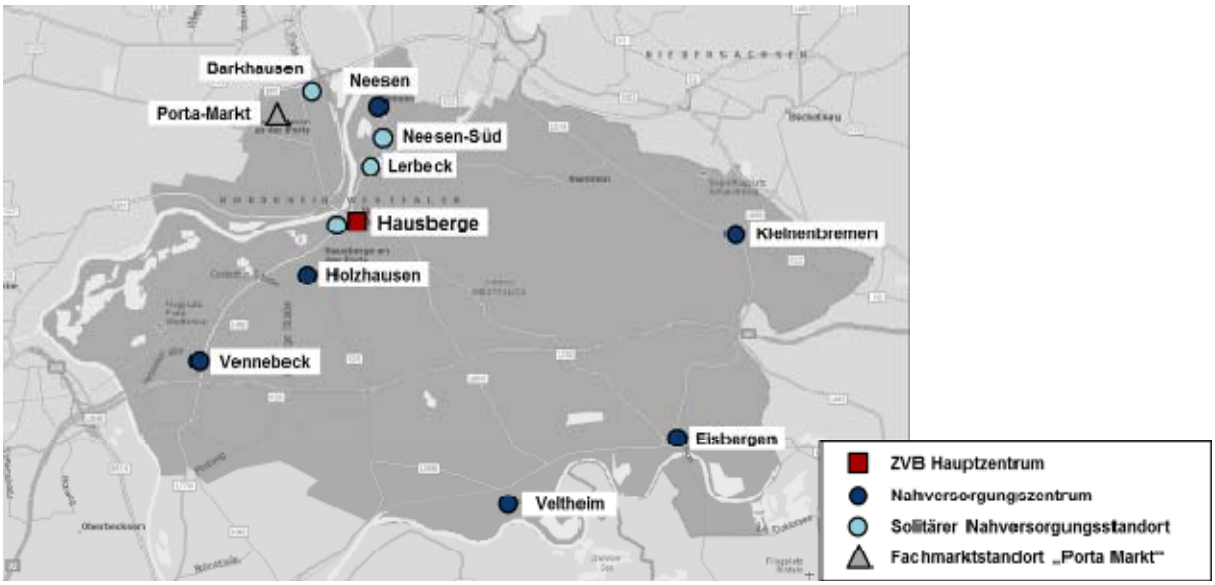


Quelle: eigene Darstellung

Im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlagen[19] sind dabei das Hauptzentrum sowie die Nahversorgungszentren als schützenswerte Bereiche einzustufen. Dem gegenüber haben Sonder- und Fachmarktstandorte sowie sonstige auf das Stadtgebiet verteilte Standorte keinen solchen Schutzcharakter. Basierend auf obiger Zentrenhierarchie lassen sich nachfolgende Standorte für die Stadt Porta Westfalica räumlich verorten:

[19] u. a. i. S. V. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, LEP NRW)

Abb. 29: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Porta Westfalica



Quelle: MapPoint 2010; eigene Darstellung

5.3 Zentrale Versorgungsbereiche

5.3.1 Herleitung zentraler Versorgungsbereiche

Die zentralen Versorgungsbereiche stellen die zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereiche insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Zentrengefüge dar. Die Innenstadt- und Ortszentren sowie die Nahversorgungszentren sind somit städtebaurechtlich und landesplanerisch Schutzgüter im Sinne des BauGB, der BauNVO sowie des LEP NRW.[20] Deren räumliche Abgrenzung sowie funktionale Zuordnung ist die wesentliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels gemäß angeführter Leitlinien und Zielvorstellungen (Kap. 4) im Rahmen der Bauleitplanung.

Dabei können sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen

[20] Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO), der bundesrechtlichen Leitsätze zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB), der planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich (§ 34 Abs. 3 BauGB) sowie der zu berücksichtigenden Belange der Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Zudem berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne (§ 9 Abs. 2a BauGB) und ist Ziel der Landesplanung (Entwurf LEP Großflächiger Einzelhandel NRW).

raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen Verhältnissen.[21]

Festlegung durch die Stadt

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung ist unter Berücksichtigung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorzunehmen und erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Porta Westfalica, den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie der Zentrenkonzeption, in welcher der zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereich planerisch festgelegt wird. Darüber hinaus sind die landesplanerischen Grundsätze zu beachten.

Danach zeichnet sich ein zentraler Versorgungsbereich aus durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiches und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Weitere Kriterien

Als weitere relevante Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches lassen sich anführen:

- Funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheiten; Bebauungsstruktur
- Räumliche Ausdehnung
- Barrieren und Zäsuren, z. B. Verkehrsstraßen und Bahngleise
- Gestaltung, Einbindung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Vorhandensein von Magnet- bzw. strukturprägenden Betrieben
- Passantenfrequenzen, -ströme

Methodik zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

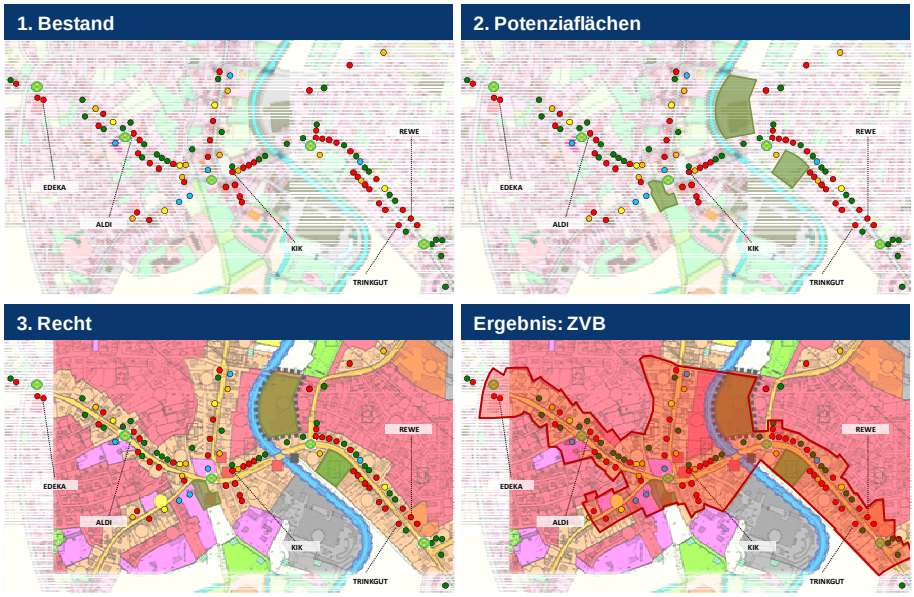
Die räumliche Abgrenzung der künftigen zentralen Versorgungsbereiche erfolgt mehrstufig. Auf Grundlage der örtlichen Situationsanalyse sowie obiger Grundsätze und Kriterien wird zunächst eine parzellenscharfe Abgrenzung am tatsächlichen Bestand von öffentlichen und privaten Einrichtungen vorgenommen.

[21] Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250

Da gemäß aktueller Rechtsprechung bei der Abgrenzung etwaige künftige Entwicklungsperspektiven (brachliegende Flächen; leer stehende Objekte etc.) zu berücksichtigen sind, ist neben dem tatsächlichen Bestand die Einbeziehung solcher Flächen ebenfalls möglich und sinnvoll.

Letztlich kann auch eine Orientierung an den planungsrechtlichen Vorgaben erfolgen (z. B. Regionalplan, Flächennutzungsplan), gleichwohl ein zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen muss.

Abb. 30: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel)



Quelle: eigene Darstellung

5.3.2 Empfehlungen zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Hauptzentrum, Nahversorgungszentren

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Stadt Porta Westfalica können als Grundlage des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum sowie sechs Nahversorgungszentren abgegrenzt und ausgewiesen werden. Die Funktion des Hauptzentrums wird vom zentralen Versorgungsbereich im Ortszentrum von Hausberge übernommen. Die Nahversorgungszentren befinden sich über das gesamte Stadtgebiet verteilt in den Ortsteilen Neesen, Holzhausen, Vennebeck, Veltheim, Eisbergen und Kleinenbremen.

5.3.2.1 Hauptzentrum Hausberge

Großflächiger Einzelhandel im Hauptzentrum

Die Situationsanalyse hat gezeigt, dass der Ortskern von Hausberge trotz des eher schwachen Einzelhandelsbesatzes als das Hauptzentrum der Stadt Porta Westfalica ausgewiesen werden kann. Der im Hauptzentrum angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und

zentrenrelevanten Sortimenten soll dabei der gesamtstädtischen Versorgungsfunktion dienen. Mit dem Ziel des Schutzes und der Stärkung der entsprechenden Versorgungsfunktionen sind darüber hinaus vor allem zukünftige zentren- aber auch nahversorgungsrelevante Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Empfehlungen für das Hauptzentrum

Im Sinne der Stärkung und Weiterentwicklung werden für das Hauptzentrum Hausberge daher folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Sicherung, Stärkung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes,
- Konzentration und Bündelung von insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (klein- / großflächig) auf diesen Bereich.

Parzellenscharfe Abgrenzung des Hauptzentrums

Unter Berücksichtigung obiger Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche lässt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum der Stadt Porta Westfalica parzellenscharf abgrenzen.

Hauptlage

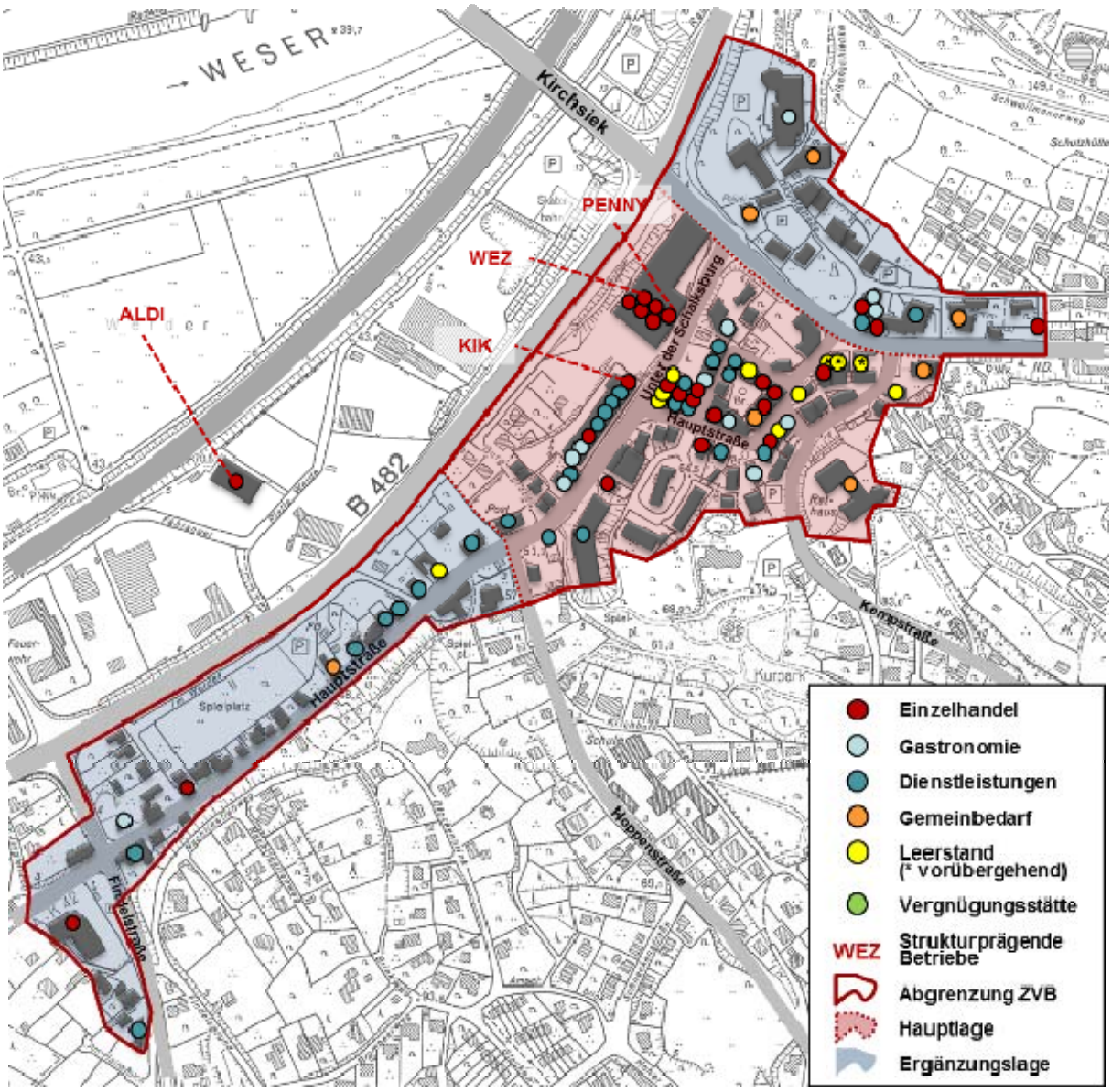
Schützenswerter Bereich im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches ist der gesamte rot umrandete Siedlungsraum, wobei der Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung verstärkt auf die rot eingefärbte Hauptlage zu legen ist.

Ergänzungslage

Ergänzt wird der Bereich um die sich an die Hauptlage anschließenden Ergänzungslagen im Nordosten sowie im Südwesten, die neben Einzelhandelsnutzungen insbesondere auch für die Ergänzung durch handelsaffine, innenstadttypische Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Freizeit etc.) bereitstehen sollten.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum sind Betriebe aller Branchen und Größenordnungen zulässig, d. h. neben der Konzentration strukturprägender Magnetbetriebe ist eine gezielte Neuansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe insbesondere zentrenrelevanter Art anzustreben.

Abb. 31: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Darstellung

Der planerisch festgelegte Bereich ist somit neben seiner grundsätzlichen Eignung als Standort des großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels insbesondere der Bereich, der gegenüber sonstigen Planungen an Standorten außerhalb des Zentrums eine besondere Schutzwürdigkeit besitzt. Für mögliche Entwicklungen innerhalb des Hauptzentrums ist jedoch der Fokus zunächst auf die Hauptlage zu lenken, sofern hier adäquate Flächen zur Verfügung stehen

Eine Überschreitung der Abgrenzung ist im Regelfall nicht zulässig. Ob und inwieweit Abweichungen unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes möglich sind, kann nur einzelfallbezogen unter Nachweis städtebaulicher Gründe erfolgen.

5.3.2.2 Nahversorgungszentren in Porta Westfalica

Die Situationsanalyse hat gezeigt, dass sich in Porta Westfalica ein dezentrales Netz der wohnortnahen Versorgungsstrukturen herausgebildet hat. Wie in der Situationsanalyse auch deutlich wurde, weisen die bestehenden Nahversorgungsstandorte in Porta Westfalica teilweise erhebliche Unterschiede in der Qualität der städtebaulichen Integration sowie bezüglich ihrer versorgungsstrukturellen Bedeutung auf.

So zeichnen sich die als Nahversorgungszentren eingestuften Versorgungsstandorte in den Ortsteilen Neesen, Holzhausen, Veltheim, Eisbergen und Kleinenbremen durch weitestgehend integrierte Ortslagen sowie durch ihre Bedeutung insbesondere für die Versorgung der umliegend ansässigen Bevölkerung in einem fußläufig erreichbaren Einzugsgebiet aus. Die großflächigen Nahversorgungseinrichtungen als Magnetbetriebe werden z. T. durch einzelne einzelhandelsnahe Dienstleistungsnutzungen ergänzt.

Ratsbeschluss für Vennebeck

Der Versorgungsstandort in Vennebeck stellt aufgrund seines eher gewerblich geprägten Umfeldes einen Sonderfall dar. Ihm kommt jenseits der Lagequalität aufgrund seiner räumlichen Lage im südwestlichen Siedlungsraum eine größere Versorgungsfunktion für die umliegende Bevölkerung zu, so dass ihm die Funktion eines Nahversorgungszentrums per Ratsbeschluss zugesprochen wurde. Aufgrund der Lagequalität sowie der Funktion sollten allerdings hier mögliche Erweiterungen oder Arrondierungen auf nahversorgungsrelevante Sortimente sowie ergänzende Dienstleistungen beschränkt werden. Allerdings ist auch hier die Verträglichkeit des Vorhabens im Sinne von § 11 Abs. BauNVO zu prüfen.

Empfehlungen für Nahversorgungszentren

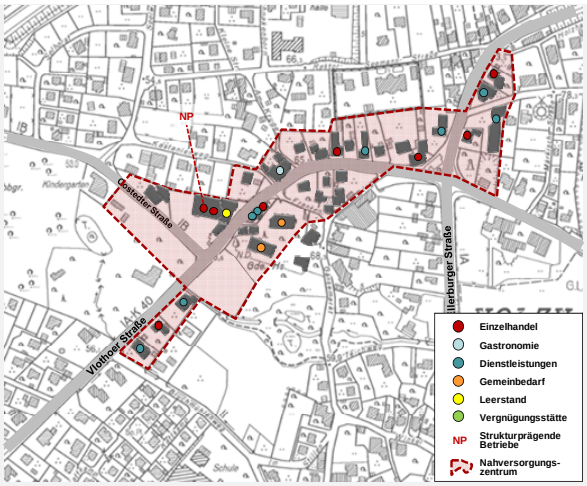
Für die Nahversorgungszentren werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion der Nahversorgungszentren unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes.
- Konzentration und Bündelung von nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (groß- / kleinflächig) auf diese Bereiche.
- Mögliche Ergänzungen durch kleinteilige Angebote mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt sowie einzelhandelsnahe Dienstleistungen etc. zur Stärkung der Funktions- und Nutzungsmischung.

Abb. 32: Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentrum Neesen

Nahversorgungszentrum Holzhausen

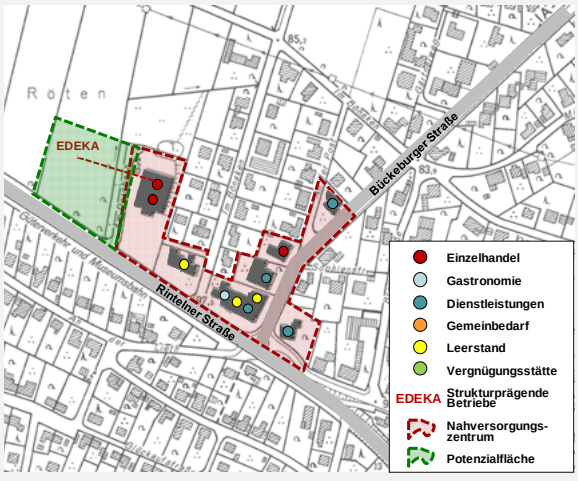


Nahversorgungszentrum Vennebeck

Nahversorgungszentrum Veltheim

Nahversorgungszentrum Eisbergen

Nahversorgungszentrum Kleinenbremen



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica; eigene Erhebungen und Darstellung

Abgrenzung und Potenzialflächen

Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung ist jeweils der rot gestrichelt abgegrenzte Bereich. Ergänzt wird dieser z. T. durch unmittelbar angrenzende Potenzialflächen (grün) zur Weiterentwicklung der Nahversorgungszentren. Hierbei handelt es sich um eine Flächenoption zur Erweiterung bzw. Verlagerung bereits bestehender Betriebe oder zur Ansiedlung weiterer großflächiger Betriebsstätten, die an anderer Stelle innerhalb der Nahversorgungszentren kaum realisierbar sind. Über deren mögliche Nutzung und Ausgestaltung ist letztlich im Rahmen der Bauleitplanung abzuwägen.

Die in den Nahversorgungszentren ansässigen Betriebe dienen der Versorgung der jeweiligen Bevölkerung im Ortsteil bzw. dem unmittelbar angrenzenden Siedlungsraum. Begrenzender Faktor für den Zielumsatz möglicher Neuerrichtungen und Erweiterungen ist somit das sortimentsspezifische Kaufkraftpotenzial der örtlichen (Ortsteil-)Bevölkerung.

Prüfkriterien

Etwaige Prüfkriterien für die Ansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben sind somit:

- Keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche
- Die Flächendimensionierung zukünftiger Vorhaben ist an die Versorgungsfunktion des jeweiligen Ortsteils anzupassen

5.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungsstandorte befinden sich in Porta Westfalica abgesehen von den ausgewiesenen Nahversorgungszentren zudem in Solitärlage. Aufgrund ihrer fehlenden Standortqualität in städtebaulich nicht integrierter Lage sowie der fehlenden Nutzungsmischung mit anderen Nutzungen erfüllen diese Standorte allerdings nicht die Voraussetzungen zur Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche. Gleichwohl sind sie Bestandteil des Versorgungsnetzes innerhalb der Stadt und übernehmen als solitäre Nahversorgungsstandorte eine schützenswerte Versorgungsfunktion im Rahmen der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung.

Als solitäre Nahversorgungsstandorte sind nachfolgende Standorte zu bezeichnen:

- LIDL, Barkhausen
- NETTO, Neesen-Süd
- LIDL, Lerbeck
- ALDI, Hausberge

Empfehlung: Arrondierung

Für die obigen Standorte soll die Empfehlung ausgesprochen werden, diesen im Rahmen von Sicherungsmaßnahmen (z. B. Umstrukturierung

und Anpassung der bestehenden Betriebe an die aktuellen Marktanforderungen) angemessene Arrondierungen durch kleinflächige Erweiterungen ihrer Betriebsstätten innerhalb der bestehenden Flächen zu ermöglichen.

5.5 Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels (Sonderstandorte)

Grundsatz

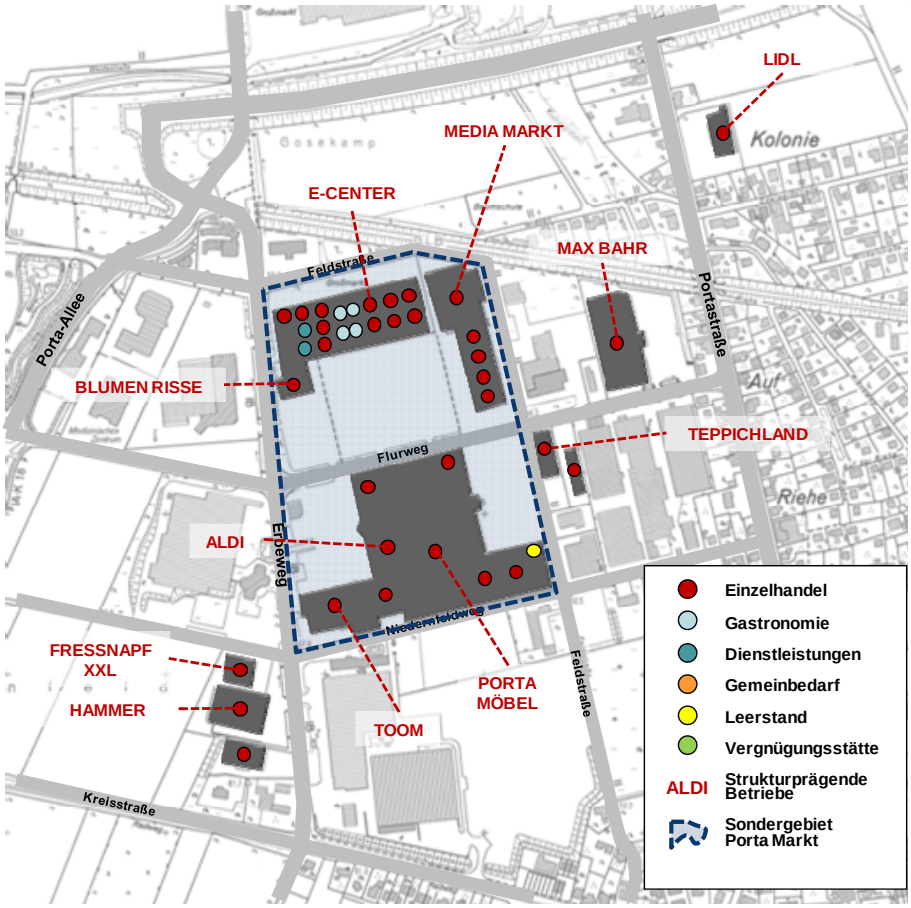
Während gemäß LEP NRW großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig ist, kann der Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt auch außerhalb möglich sein. Voraussetzung ist allerdings die Lage in einem Allgemeinem Siedlungsbereich (ASB) sowie die Beschränkung der Randsortimente.

Bündelung auf Sonderstandorte

Neben der grundsätzlichen Zulässigkeit solcher Vorhaben z. B. in Gewerbe- oder Industriegebieten empfiehlt sich eine Bündelung solcher Vorhaben auf definierte Bereiche, um somit auch solche Nutzungen zu bündeln und damit zumindest mittelbar zu einem reduzierten Ressourcenverbrach beizutragen.

Im Stadtgebiet von Porta Westfalica konzentriert sich neben dem Hauptzentrum, den Nahversorgungszentren sowie -standorten der großflächige Einzelhandel am Fachmarktstandort „Porta Markt“.

Abb. 33 : Fachmarktstandort „Porta Markt“



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica, eigene Darstellung

Der Kernbereich des Fachmarktstandortes (blaue Abgrenzung) wird durch den geltenden Bebauungsplan „Sondergebiet Einkaufszentrum Porta-Markt“ geregelt. Die Verkaufsflächen und entsprechenden Sortimentszuordnungen (Anteile zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevanter Sortimente) sind hierdurch reglementiert und auf eine Gesamtfläche von insgesamt 61.800 qm begrenzt.

Die sich an das Sondergebiet „Porta Markt“ anschließenden Fachmärkte (graue Abgrenzung) befinden sich in planungsrechtlich abgesicherten GE-Gebieten mit entsprechenden textlichen Festlegungen.

Weitere Entwicklung?

Eine weitere Entwicklung der Fachmarktagglomeration ist auch vor dem Hintergrund der bereits heute regionalen Bedeutung des Standortes nur lediglich unter engen Voraussetzungen und mit interkommunaler Zustimmung aus der Region vorstellbar.

Entwicklungsmöglichkeit Fachmarktstandort „Im Werder / Platte Weide“

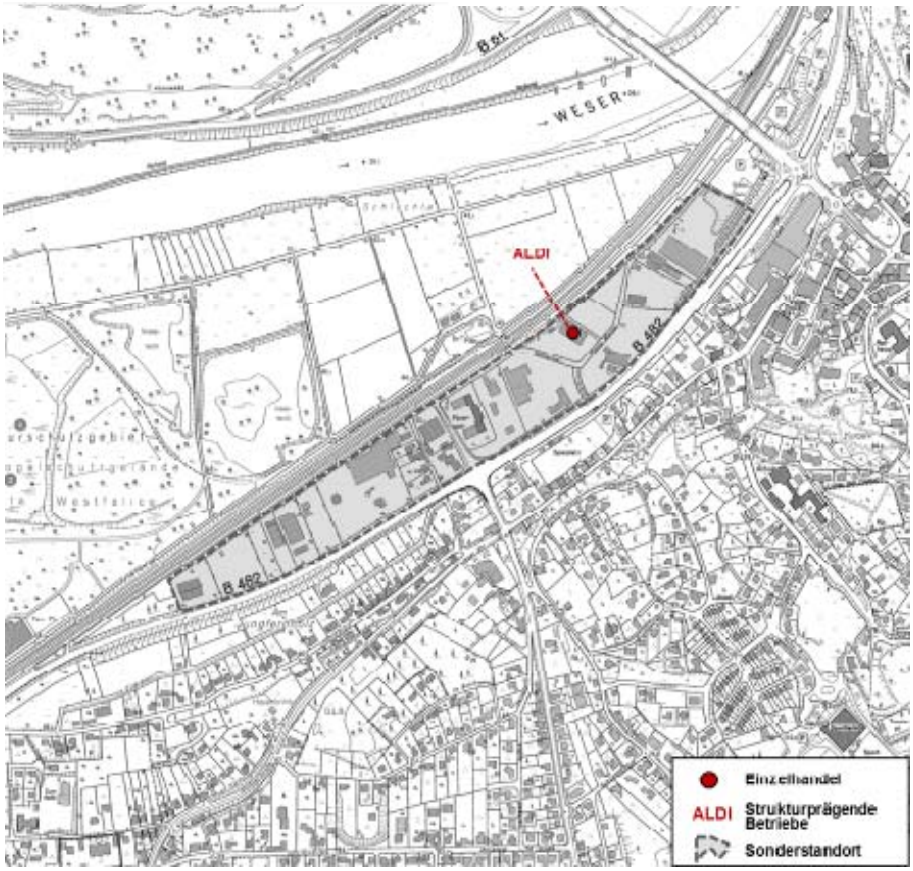
Eine grundsätzliche Eignung als Fachmarktstandort und damit für die zukünftige Ansiedlung von großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsvorhaben weist außerdem der Standortbereich „Im Werder / Platte Weide“ in Hausberge auf.

Abgesehen von dem hier ansässigen ALDI-Markt (Solitärer Nahversorgungsstandort) herrschen an diesem Standort aktuell noch gewerbliche Nutzungen vor. Der Standort zeichnet sich allerdings durch seine Nähe zum Zentrum von Hausberge sowie die verkehrszentrale Lage in Bahnhofsnähe und mit Anbindung an die Bundesstraße B 482 aus.

Voraussetzung Änderung in ASB

Allerdings ist anzumerken, dass der Standortbereich im aktuellen Regionalplan als GIB gekennzeichneten ist. Als planungsrechtliche Voraussetzung möglicher großflächiger Einzelhandelsplanungen wäre demnach die Änderung der Flächen in Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) erforderlich.

Abb. 34 : Fachmarktstandort „Im Werder / Platte Weide“



Quelle: DGK der Stadt Porta Westfalica, eigene Darstellung

5.6 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf den Zielvorstellungen aus Kap. 4 kann erreicht werden, dass nicht nur ein quantitativer Ausbau des örtlichen Einzelhandels, sondern insbesondere die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation in der Stadt Porta Westfalica sichergestellt wird. Künftige

Entwicklungen werden somit auf städtebaulich gewünschte Standorte gelenkt.

Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung wünschenswert, wenn sie zur Stärkung zentraler Versorgungsbereiche, zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung sowie zur räumlichen Konzentration des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels beiträgt.

Unter Berücksichtigung der formulierten Zielvorstellungen empfiehlt die BBE Standort- und Kommunalberatung Münster für die künftige räumliche Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgende Grundsätze:

Grundsätze

- Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum konzentriert werden.
- Die bestehenden Entwicklungspotenziale für nahversorgungsrelevante Sortimente sollen mit Priorität dazu genutzt werden, Nahversorgungsstandorte im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum sowie den Nahversorgungszentren – soweit die standortseitigen Rahmenbedingungen dies erlauben – zu stärken oder weiterzuentwickeln.
- Erweiterungen oder Neuansiedlungen sollen insbesondere in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Siedlungsraumes erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind sowie deren Unschädlichkeit für das Zentrum dargelegt werden kann.

  Möglichkeiten der Stärkung können sein: die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen bzw. die Verlagerung vorhandener Betriebsstätten in den zentralen Versorgungsbereich oder in städtebaulich integrierte Standortlagen innerhalb des Siedlungsraumes.
- Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll an Sonder- / Fachmarktstandorten realisiert werden. Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich überall im gesamten Stadtgebiet zulässig, um dennoch die Zielsetzungen im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ zu erreichen, ist vorgesehen, auch hier eine entsprechende Lenkungswirkung zu erzielen. Als Zielstandorte bieten sich vor allem die bestehenden Gewerbegebiete an.

„Handwerkerprivileg“

- Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit einer Produktionsstätte können in Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden.

  Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Produkte am Produktionsstandort in Industrie-

oder Gewerbegebieten zu verkaufen, sollen derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen zulässig sein. Allerdings sollte hier entsprechend den Festlegungen zu maximalen Flächenanteilen der Gesamtfläche bei Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt (maximal 10 % der Gesamtfläche) auch hier der Wert einen Anhaltpunkt für eine angemessene Obergrenze darstellen.

- Im Einzelfall sind Tankstellen und Kioske in Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig.

  Ausnahme Convenience Shops

  Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsperspektiven zu ermöglichen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig. Auch hier ist die Angemessenheit der Dimensionierung zu beachten.

Maßvoller Einsatz planerischer Instrumente

Die Umsetzung des empfohlenen Einzelhandelskonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente, denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Porta Westfalica 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.

5.6.1 Steuerung des nicht großflächigen Handels

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen zunächst und vorrangig der räumlichen-funktionalen Steuerung des großflächigen Handels (> 800 qm Verkaufsfläche). Diese orientieren sich zudem an den landesplanerischen und baurechtlichen Vorgaben (LEP, BauGB, BauNVO etc.), die hierzu differenzierte und teilweise auch dezidierte Vorgaben liefern.

Auswirkungen auch unterhalb der Großflächigkeit

In der Fachpraxis ist es jedoch unstrittig, dass auch Vorhaben unterhalb der Großflächigkeitsgrenze insbesondere auch im Zusammenhang mehrerer Nutzungen (Agglomerationen) durchaus städtebauliche Auswirkungen generieren können. Diesem Sachverhalt trägt auch der Entwurf des Teilplans Großflächiger Handel im LEP NRW Rechnung, der als Ziel dem Entstehen oder der Verfestigung und Erweiterung zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen entgegenwirken soll.

Rechtliche Grundlagen

Gemäß der städtischen Zielvorstellung einer Stärkung des Zentrums können einzelne Vorhaben insbesondere mit Dimensionierungen knapp unterhalb der Großflächigkeit diesem Ziel zuwiderlaufen. Unterhalb dieser Schwelle sieht jedoch der Gesetzgeber mit Ausnahme der Regelvermutung nach § 34 Abs. 3 BauGB keinen Prüfbedarf, wenngleich z. B.

Lebensmitteldiscounter mit hoher Flächenleistung bei 799 qm Verkaufsfläche möglicherweise höhere Umsätze und somit auch potenzielle städtebauliche Auswirkungen generieren können wie Supermärkte mit Vollsortiment. Dies gilt im Übrigen insbesondere auch für zentrenprägende Leitsortimente wie Bekleidung oder Schuhe. Zugleich ist ein vollständiger Ausschluss außerhalb ausgewiesener Zentren weder gewünscht noch städtebaulich begründbar und lediglich in definierten Tabubereichen wie z. B. Gewerbe- oder Industriegebieten auch planerische Praxis.

Orientierung an örtlichen Gegebenheiten

Da sich zugleich ein allgemein gültiger Anlagentyp auf Grundlage der Sortimentsstruktur sowie der Verkaufsfläche nicht rechtssicher definieren lässt, ist hier eine Orientierung an den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten erforderlich. Die Situationsanalyse für die Stadt Porta Westfalica hat einen Bestand von 128 Betrieben mit insgesamt etwa 91.700 qm Verkaufsfläche über alle Sortimente und Betriebsformen hinweg ergeben, so dass sich hieraus eine durchschnittliche Betriebsgröße von rechnerisch 720 qm ergibt. Diese Betrachtung wird allerdings einer sachgerechten Ermittlung eines möglichen Schwellenwertes zur Steuerung solcher Betriebe nicht gerecht, da weder die Relevanz des Sortimentes sowie die Betriebsform hierbei Berücksichtigung findet.

Schwellenwert 400 qm VKF

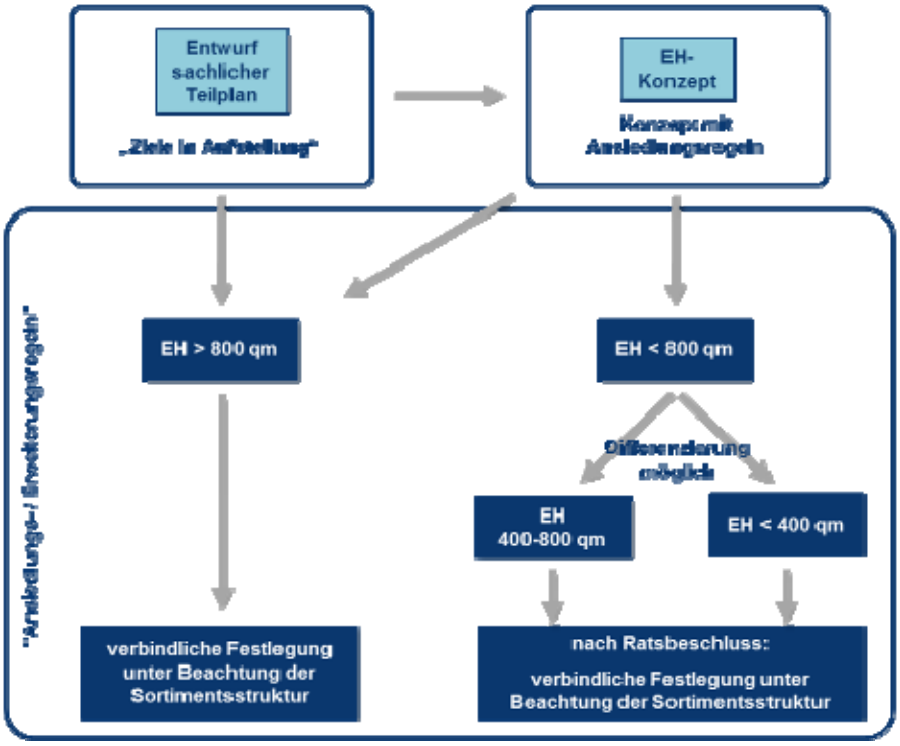
Die Zielvorstellung einer Stärkung der Zentren lenkt hierbei den Fokus auf nah- und zentrenrelevante Sortimentsschwerpunkte sowie die im Grundsatz auch filialfähigen Betriebsformen wie Fachmärkte. Diese verfügen in Porta Westfalica im Durchschnitt über etwa 380 qm Verkaufsfläche. Bezogen auf nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimentsschwerpunkte ergibt sich hieraus eine empfohlene Größenordnung von etwa 400 qm, die somit angesichts der städtebaulichen Zielvorstellungen den Schwellenwert darstellt, an dem zumindest eine Bewertung oder Prüfung des Vorhabens erfolgen sollte, ohne zu stark steuern in das Marktgeschehen eingreifen zu wollen.

5.6.2 Ansiedlungsregeln

Steuerungsregeln

Vor dem Hintergrund der oben angeführten Aspekte werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen. Die Grundstruktur der Steuerungsregeln kann auch der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 35: Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung



Quelle: eigene Darstellung

Die nachfolgende Grafik zeigt die wesentlichen funktionalen Zuordnungen nach Standortkategorien.

Abb. 36: Räumlich-funktionale Zuordnung

Zentrenmodell	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungsrelevante Kernsortimente	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente
Schützenswerte Standortbereiche			
Hauptzentrum	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*
Nahversorgungs-zentren	kleinflächig	klein- / großflächig* (für den jeweiligen funktional zugeordneten Versorgungsbereich)	klein- / großflächig*
Solitäre Nahversorgungsstandorte	--	nur Arrondierungen	-
Sonstige Standortbereiche			
Sonstige Standorte	„Portaer Laden“	„Portaer Laden“**	klein- / großflächig*; Randsortimente < 10 %
Fachmarktstandort „Porta Markt“	Bestandsschutz	Bestandsschutz	Bestandsschutz
Gewerbegebiete / Sonderstandorte	nicht zulässig	nicht zulässig	klein- / großflächig*; Randsortimente < 10 %

*ggf. Nachweis der Verträglichkeit; ** in begründeten Ausnahmefällen auch größer mit Einzelfallprüfung

Quelle: eigene Darstellung

5.6.2.1 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente

Konzentration auf den ZVB

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Schwerpunkten in zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist es, diese in den zentralen Versorgungsbereichen zu konzentrieren.

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können im Sinne einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung ausnahmsweise aber auch an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt und erweitert werden, sofern sie sich in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten befinden sowie keine schädlichen Auswirkungen auf das Hauptzentrum haben.

Ausschlussregelungen außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Stadt Porta Westfalica vom Grundsatz empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte zu treffen.

Ausnahmeregelung bei städtebaulicher Verträglichkeit

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb dieser Entwicklungsbereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen (Atypische Fallgestaltung[22]). Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine Zentren prägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentren prägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 400 qm Verkaufsfläche zu erwarten.
- Städtebaulich integrierte Ansiedlungen von nahversorgungsrelevanten Betrieben sollen lediglich dort erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite anzutreffen sind.

5.6.2.2 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich.

[22] Eine atypische Fallgestaltung liegt vor, wenn der Einzelhandelsbetrieb aufgrund betrieblicher Besonderheiten oder der städtebaulichen Ausgangssituation nicht zu der Art Betriebsstätten gehört, die von der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden.

Beschränkung der Randsortimente

Insbesondere ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die definierte Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente als Basis dienen.

Bezug zum Hauptsortiment

Auch hier ist darauf zu verweisen, dass keine Beeinträchtigungen schützenswerter Strukturen in den zentralen Versorgungsbereichen entstehen dürfen. Aus der Erfahrung heraus sind negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche (bzw. maximal 2.500 qm) begrenzt wird. Ferner sollte festgelegt werden, dass die Flächen des Randsortimentes nicht von einem Sortiment belegt werden. Vielmehr sollte eine angemessene Obergrenze der einzelnen Randsortimente festgelegt werden. Darüber hinaus muss ein direkter Bezug der Randsortimente zum Hauptsortiment gegeben sein.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen. Im Falle eines Baumarktes können beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung vorgenommen werden.

Grundsätzlich sind bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben der Landesplanung zu beachten, die für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt Regelungen zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente treffen.

5.6.2.3 Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Porta Westfalica 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.[23] 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 Gewerbegebiets darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

[23] Bay VGH (23.05.1985), Az: 83 A 1490

Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Porta Westfalica empfohlen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbe- und Industriegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

Hinsichtlich des Sortimentsausschlusses sind weitgehende Möglichkeiten gegeben. Wie das Bundesverwaltungsgericht klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht.[24] Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen.[25] 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 qm der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen.

Nach dem zitierten Urteil des OVG Münster lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten (GE) nach § 8, Industriegebieten (GI) nach § 9 und in Mischgebieten (MI) 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.

Städtebauliche Begründung erforderlich

Die BBE Standort- und Kommunalberatung Münster schlägt für die Beschränkung des Einzelhandels folgende textliche Festsetzung vor:

„Im Geltungsbereich des Bebauungsplans[26] sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment nachfolgender Liste entspricht[27]:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren

[24] BVerwG (04.10.2001); Az: 4 BN 45.01
[25] OVG Münster (22. 04.2004); Az: 7a D 142/02
[26] bzw. der im Bebauungsplan festgesetzten GE- und GI-Flächen, falls dort unterschiedliche Gebietsarten festgesetzt werden
[27] vgl. örtliche Portaner Sortimentsliste

…

Zeitschriften und Zeitungen

…

Bekleidung

…“

Ziel: Sicherung städtebaulich gewünschter Zentren und Strukturen

Mit den vorgeschlagenen textlichen Festsetzungen wird die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert, zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen. Als Instrument zur Überplanung der entsprechenden Bereiche bietet sich beispielsweise auch der einfache Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB an.

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

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sollten nur als einem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnetes und im Angebotsumfang deutlich untergeordnetes Nebensortiment zulässig sein.

Ausnahmeregelungen

Darüber hinaus sind Ausnahmen für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kioske) sowie für Handwerks- und Produktionsbetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

- Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, auch dann ihre Produkte am Produktionsstandort im Industrie- oder Gewerbegebiet zu vertreiben, können derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen wie Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden. Voraussetzung ist allerdings ein funktionaler (Eigenfertigung) und räumlicher (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar) Zusammenhang insofern, als dass das Ladenlokal dem Produktionsbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, die Grenze der Großflächigkeit von maximal 800 qm Verkaufsfläche nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb nach Fläche deutlich untergeordnet ist.

- Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig, sofern ihre Verkaufsfläche eine Größenordnung von 100-150 qm nicht überschreitet. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche“ nicht weiter tangieren.

5.6.2.4 Einzelhandel in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es erforderlich werden, auch in Allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Kleinteilige wohnungsnahe Grundversorgung möglich, sofern die Versorgung der im Gebiet Wohnenden dient

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, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter, sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen. Nicht zulässig sind jedoch Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzeptes einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht. Als Beispiel für eine nicht zulässige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-Discountmarktes zu nennen, dem auch bei weniger als 800 qm der Gebietsbezug abzusprechen ist.

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht der Gutachter diejenigen Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zugelassen 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 mit Verkaufsflächengrößen ab 400 qm zu.

5.7 Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept sowie der Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Portaner Sortimentsliste ein weiteres unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im

Rahmen der Bauleitplanung dar.[28] In der Bauleitplanung ist die örtliche Sortimentsliste für Bindungen des Sortiments bei der Festsetzung von SO-Gebieten für den großflächigen Einzelhandel sowie bei der Zulässigkeit bzw. dem Ausschluss von Einzelhandel in den einzelnen Baugebieten der BauNVO (§§ 1 – 11) relevant.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (z. B. „Kölner Liste“). Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme einer derartigen Liste ist nicht zulässig. Hierzu gab es in der Vergangenheit eine Vielzahl von Urteilen seitens der Verwaltungsgerichte.

Notwendigkeit einer örtlichen Liste

Beispielsweise urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster im Jahr 2004, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.[29] In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste nach Ansicht des Oberverwaltungsgerichts Münster den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen. So hat die planende Gemeinde sortimentsspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen städtebaulichen Gründe für bzw. gegen ein Einzelhandelsvorhaben sprechen.

Sortimentslisten als Steuerungsinstrumente sind ein wesentlicher Bestandteil von Einzelhandelskonzepten, wobei eine Differenzierung der Sortimente geboten ist. Grundsätzlich lassen sich Sortimente hinsichtlich ihrer Fristigkeit, ihrem Charakter sowie ihrer Relevanz differenzieren.

Abb. 37: Differenzierung der Sortimente nach …

Quelle: eigene Darstellung

[28] Es steht die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich-funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen sowie die Genehmigung einzelhandelsrelevanter Vorhaben im Fokus.

[29] OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE

Zur grundsätzlichen Einordnung von Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Differenzierung nach ihrer Struktur bzw. Relevanz, d.h. eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente.

Merkmale zentrenrelevanter Sortimente

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines zentralen Versorgungsbereiches prägend und somit für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

- Sie ziehen viele Kunden an.
- Sie besitzen eine hohe Flächenintensität.
- Sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen.
- Sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Zentrenrelevante Leitsortimente

Die zentrenrelevanten Leitsortimente werden insbesondere durch das LEP NRW bei der Erstellung örtlicher Sortimentslisten vorgegeben bzw. sind entsprechend zu beachten (siehe auch Kapitel 5.3).

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern wesentliche Frequenzbringer für die weiteren Nutzungen auch in zentralen Versorgungsbereichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem typischerweise Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

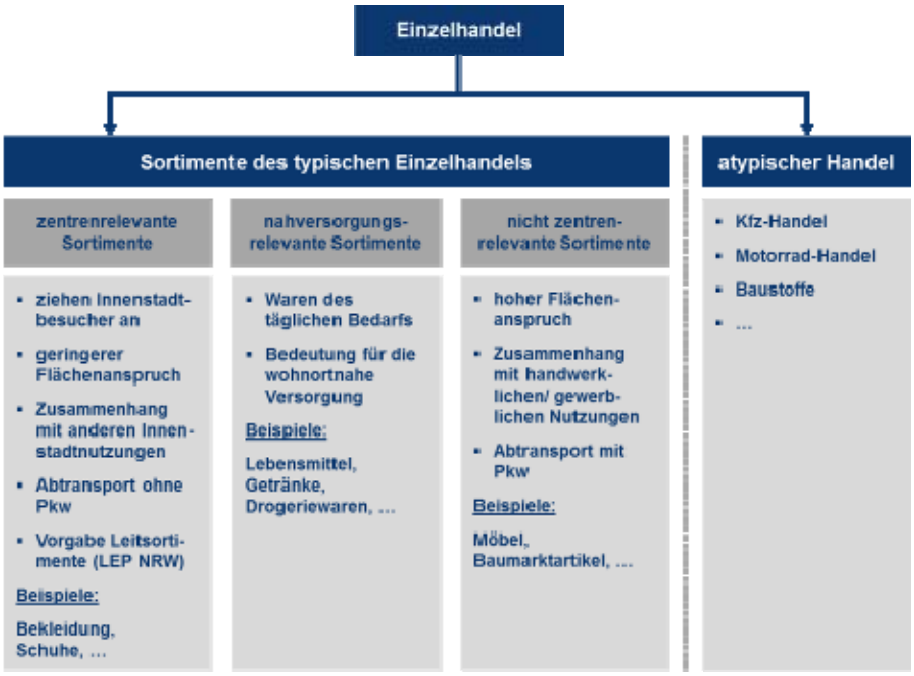
Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen auch die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgungsbetrieben im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Grundsatz möglich.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Dem gegenüber sind nicht zentrenrelevante Sortimente dahingehend zu definieren, als dass sie nur in einem geringen Umfang im Ortskern vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das ortskerntypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die tendenziell eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Struktur bzw. ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 38: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz



Quelle: eigene Darstellung

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

Bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste empfiehlt sich folgende Vorgehensweise[30]:

- Zunächst sind die Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand).

  Diese Sortimente sind dann im Weiteren zu übertragen in die örtliche Sortimentsliste, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.

- Darüber hinaus können auch weitere zentrenrelevante Sortimente in die Liste mit aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive).

  So sind z. B. „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu realisieren.

[30] U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen. Entscheidend ist letztendlich in der Abwägung, dass die Liste mit den örtlichen Verhältnissen abgestimmt ist.

Herleitung aufgrund örtlicher Verhältnisse Festlegung durch die Stadt

Bei der Herleitung der Portaner Sortimentsliste sind – wie bereits angeführt – die auf Landesebene vorgegebenen Aussagen im Landesentwicklungsplan sowie dem Einzelhandelserlass NRW zu berücksichtigen. Hiernach sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente von der Stadt festzulegen. Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage des LEP NRW aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten. Die zentrenrelevanten Leitsortimente können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 39: Zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEP

Sortimentsgruppe
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Bücher
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
Spielwaren
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
Elektrogeräte, Medien (UE, Kommunikation, Computer, Foto)
Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

Quelle: Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel LEP, eigene Darstellung

Feindifferenzierung der Sortimente

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses hat die Stadt bei der Aufstellung ihrer örtlichen Sortimentsliste die zu beachtenden Leitsortimente weiter zu konkretisieren, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i. d. R. deutlich stärker differenziert sind. Gleichwohl ist festzuhalten, dass bei den festgelegten Leitsortimenten nur ein begrenzter Spielraum zur Differenzierung besteht.

Dennoch ist z. B. eine weitere Differenzierung des Leitsortiments „Elektrogeräte, Medien (UE, Kommunikation, Computer, Foto)“ u. a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- Elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
- Elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- Elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)

Die vorgenannten Untergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Stadt sowohl als zentren- als auch nicht zentrenrelevant eingeordnet werden.

Aufgrund der genannten Kriterien ergeben sich nach Empfehlung der Gutachter folgende Zuordnungen der Sortimentsgruppen. Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich dabei auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige:

Nahversorgungsrelevant

Abb. 40: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren, Bäckerei / Konditorei, Metzgerei
kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie-, Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Reformwaren
Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter; inkl. Hygiene- und Pflegemittel)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

Abb. 41: Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Zentrenrelevant

Sortimentsgruppe
medizinische und orthopädische Artikel
Augenoptik (Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel etc.)
Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (inkl. Organisationsmittel)
Zeitschriften und Zeitungen
Bücher
Antiquariate
Damen- / Herren- / Kinderbekleidung und -wäsche
Pelz- / Kürschnerwaren, Miederwaren
Schuhe (ohne Sportschuhe)
Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme)
Uhren und Schmuck (inkl. Edelmetallwaren)
Spielwaren (ohne Videospielkonsolen)
Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte); Sportbekleidung und -schuhe
Musikinstrumente und Musikalien
Hobbyartikel, Künstler- und Bastelbedarf, Pokale, Vereinsbedarf
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik)
Haushaltsgegenstände (Hausrat, Haushaltswaren- und artikel, Schneidwaren, Bestecke)
Holz-, Kork- , Flecht- und Korbwaren
Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
Textilien (Heim- und Haushaltstextilien, Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
Vorhänge und Gardinen
Kunstgegenstände, Bilder und Bilderrahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse
Antiquitäten und antike Teppiche
elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
bespielte Ton- und Bildträger
Foto- und optische Erzeugnisse (Fotokameras, Ferngläser, Mikroskope etc.) inkl. Zubehör (ohne Augenoptik)
Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Floristik

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

Nicht zentrenrelevante Sortimentsliste = nicht abschließend

Da die beiden zuvor aufgeführten Sortimentslisten festlegen, welche Sortimente den nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, sind im Umkehrschluss alle in diesen beiden Listen nicht aufgeführten Sortimente per se nicht zentrenrelevant. Von daher kann eine nicht zentrenrelevante Sortimentsliste nicht abschließend oder vollständig sein, so dass die nachfolgende Auflistung

auch nur als Beispiel der wesentlichsten bzw. am häufigsten vorkommenden Sortimente zu verstehen ist.

Nicht zentrenrelevant

Abb. 42: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Außenspielgroßgeräte (Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportgroßgeräte (Fitnessgeräte, Hantelbank o.ä.)
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
Campingartikel (ohne Campingmöbel; ohne Bekleidung und Schuhe)
Anglerbedarf
Boote und Zubehör
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Bettwaren (ohne Bettwäsche)
Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
Wohnmöbel (inkl. Büro- und Küchenmöbel)
Garten- und Campingmöbel
Matratzen
Lampen, Leuchten
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurzwaren und Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Rasenmäher, Bauelemente aus Metall u. Kunststoff inkl. Fenster, Türen)
Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Elektroinstallation, Sanitärbedarf, Gartengeräte, Baustoffe)
Sauna
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Rolläden, Rollos, Markisen
Fußbodenbeläge, Fliesen und Tapeten
Sicherheitssysteme (Verriegelungseinrichtungen, Tresore u.Ä.)
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
zoologischer Bedarf und lebende Tiere
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Kfz-Zubehör
Motorradzubehör
Motorradbekleidung
Kinderwagen
Erotikartikel

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

6 Entwicklungsoptionen für die Stadt Porta Westfalica

Zur Stärkung und Weiterentwicklung der Stadt Porta Westfalica als attraktiver Einzelhandelsstandort sollen mögliche Strategien und Entwicklungspotenziale aufgezeigt werden. Diese betreffen insbesondere einzelhandelsrelevante bzw. betreiberformatbezogene Entwicklungspotenziale für den Stadt Porta Westfalica sowie städtebauliche Entwicklungsansätze für das Ortszentrum.

Planungsrechtlich gesichert

Der Einzelhandel in Porta Westfalica stellt sich insbesondere aufgrund seiner großflächigen Betriebe im „Porta Markt“ als leistungsstark und wettbewerbsstark dar. Die hier anzutreffenden Nutzungen sind durch die Festsetzungen im Bebauungsplan planungsrechtlich abgesichert.

Erste Hinweise aus den UKR

Die Situationsanalyse, hier insbesondere die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relationen, hat erste Hinweise auf Defizite aber auch mögliche Entwicklungschancen des örtlichen Einzelhandels gegeben. Gleichwohl ist die Erreichung einer vollständigen Kaufkraftbindung in den einzelnen Sortimenten zunächst einmal lediglich ein rechnerischer Wert.

Faktoren der wirtschaftlichen Tragfähigkeit

Neben dem grundsätzlichen Einwohner- und somit auch Verbraucherpotenzial spielen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmter Vorhaben oder Betreiber auch die Nähe zu konkurrierenden Wettbewerbsstandorten sowie deren Wettbewerbsqualität oder auch die räumliche Verteilung der Bevölkerung auf mögliche Siedlungsbereiche und Ortsteile eine wesentliche Rolle.

Größensprung der Vorhaben

Auch hat der so genannte „Größensprung“ bestimmter Betriebsformen und Betreiber im Einzelhandel zum einen zu einer Ausweitung wirtschaftlich notwendiger Einzugsgebiete einzelner Vorhaben geführt, zum anderen aber auch die Entwicklungschancen an anderen Standorten deutlich eingeschränkt.

Standortangepasste Entwicklungschancen

In diesem Zusammenhang spielt beim Ausnutzen möglicher Entwicklungspotenziale des örtlichen Einzelhandels nicht nur ausschließlich die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine zentrale Rolle. Vielmehr kann eine höhere Kaufkraftbindung auch durch eine konzeptionelle Neuausgestaltung einzelner ortsansässiger Anbieter erzielt werden. So zeigen Erfahrungen aus ähnlich gelagerten Projekten, dass durch eine (konzeptionelle) Umgestaltung und Aufwertung des Erscheinungsbildes – ggf. ergänzt durch gewisse Arrondierungsmaßnahmen – entsprechende Umsatzsteigerungen und damit auch eine höhere Kaufkraftbindung in den einzelnen Warengruppen erzielt werden können. Eine verbesserte Umsatz- und Ertragssituation trägt letztlich auch zur Sicherung der jeweiligen Betriebsstätte bei. Gleiches bestätigen auch die Entwicklungen im Zeitraum der letzten Konzepterstellung bis heute: So konnte die Stärkung und Entwicklung bestehender Standorte der Nahversorgung in den

Ortsteilen von Porta Westfalica zur Sicherung der vorhandenen Strukturen beitragen.

Weiterentwicklung Nahversorgung

Im Bereich Nahversorgung verbleiben trotz rechnerischer Abflüsse eher geringe Entwicklungsspielräume. Diese sollten weiterhin zur kontinuierlichen Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen genutzt werden, welche angesichts der dezentralen Siedlungsstrukturen sowie vor dem Hintergrund des demographischen Wandels in Porta Westfalica als vorrangige Aufgabe einzustufen sind.

Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Hauptzentrums

Einen weiteren Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung sollte die Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Hauptzentrums Hausberge darstellen. Das Hauptzentrum kann hinsichtlich seiner Funktion für die Nahversorgung dank des modernen Verbundstandortes (WEZ / PENNY) zwar als stabil eingestuft werden, verfügt aber über keine überörtliche Anziehungskraft. Ansatzpunkte für die Stärkung der Strukturen in Hausberge können in der gezielten Ergänzung durch Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkten und damit der Ausbau des Angebotes von Waren des mittelfristigen Bedarfsbereiches sein. Insbesondere zur Belebung des Ortszentrums und zur Kopplung von Einkäufen mit anderen Erledigungen würde ebenso eine Anreicherung mit Dienstleistungen, gastronomischen Angeboten sowie Gemeinbedarfs- und Freizeiteinrichtungen beitragen. Aufgrund der kleinteiligen, teilweise historisch bedingten Bebauungsstrukturen sowie der topographischen Gegebenheiten in Hausberge bietet eine weitere Verdichtung des Ortskerns jedoch auch gewisse Herausforderungen.

Verdichtungen im Bereich Hauptstraße / Kirchsiek

Die derzeit in der Durchführung befindlichen baulichen Veränderungen im Bereich Hauptstraße / Kirchsiek bieten bereits aktuell die Möglichkeit neben dem genannten Verbundstandort an einer weiteren Stelle des zentralen Versorgungsbereiches Entwicklungsschwerpunkte zu setzen und damit möglicherweise eine weitergehende Entwicklung anzustoßen.

Als städtebaulich problematisch ist die derzeitige Situation in der SCHALKSBURGPASSAGE zu bewerten. Sie wird ihrer möglichen Funktion als Verbindung zwischen dem WEZ Standort sowie der gewachsenen Innenstadt nicht gerecht. Wesentliche Ursachen sind in den baulichen Strukturen zu sehen. Neben den zu überwindenden Höhenunterschieden spielen auch die kleinteiligen Parzellierung der Geschäftseinheiten eine wesentliche Rolle. Es ist somit die Frage zu stellen, inwieweit zukünftige Handelsnutzungen nur durch größere bauliche Veränderungen erreicht werden können.

Persönliche Ausstattung

Bedingt durch den innerörtlichen Wettbewerb mit dem Fachmarktstandort „Porta Markt“ aber auch durch den Wettbewerb der Ober- und Mittelzentrum verfügt das Hauptzentrum Hausberge über einen nur schwachen Besatz im typischerweise innenstadtrelevanten Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck). Auch ist

jenseits der am Fachmarktstandort „Porta Markt“ angesiedelten Betriebe der Anteil filialisierter Betriebe in Porta Westfalica eher gering.

Vertikale Konzepte

In diesen auch so genannten Lifestyle-Sortimenten haben sich in den letzten Jahren neben den Individualkonzepten verstärkt Flächenkonzepte oder auch vertikale Konzepte durchgesetzt. Diese Konzepte zeichnen sich dadurch aus, dass sich eine starre Trennung zwischen produzierender Industrie und örtlichem Handel mehr und mehr aufgelöst hat. Zugleich gehen diese Konzepte mit einem deutlich schnelleren Belieferungstakt und somit auch einer verbesserten Aktualität der Mode sowie somit auch erhöhten Absatzchancen des Handels (verbesserte Lager-Umschlags-Geschwindigkeit) einher.

Chancen durch Flächenkonzepte

Durch die starke Verbreitung dieser Konzepte (STREET ONE, ESPRIT, etc.) hat sich der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz dieser Konzepte erheblich verbessert. Da zugleich das Angebot sich von denen systemgleicher Anbieter an anderen Orten nur geringfügig unterscheidet sowie eine eher konsumige Preislage bedient wird, hat sich auch in vielen kleineren Orten das Angebot in den Flächenkonzepten in den letzten Jahren erheblich verbreitert. Dies stellt somit auch für Porta Westfalica eine gewisse Chance der örtlichen Anbieter dar, sofern sie die entsprechenden Produkte nicht bereits heute anbieten.

Anforderungen an Objekte

Die Anforderungen an die Objekteigenschaften differieren nach Branche und Betreiberkonzept recht deutlich. Während Fachmärkte in aller Regel eine Verkaufsflächendimensionierung von mindestens 300 qm Verkaufsfläche benötigen, sind Fachgeschäfte in wirtschaftlichen Größenordnungen in aller Regel schon mit etwa 80 bis 100 qm Verkaufsflächen zu führen.

Fachmärkte

Weitere Entwicklungschancen ergeben sich darüber hinaus durch mögliche Errichtungen von spezialisierten Fachmärkten (nicht zentrenrelevanter Art) wie z. B. Zweiradfachmärkten oder Küchenfachmärkten. Durch ihren nicht zentrenrelevanten oder möglicherweise auch atypischen Sortimentsschwerpunkt sind grundsätzlich auch Errichtungen außerhalb der Zentren möglich, wenngleich die hier angebotenen Randsortimente hinsichtlich ihrer Auswirkungen näher untersucht werden müssen.

7 Schlusswort

Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Porta Westfalica stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar. Es bietet vor allem Chancen, die weitere Entwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung sowie des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, aber auch einer Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben.

Entscheidungs- und Orientierungsrahmen

Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

Ratsbeschluss

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Stadt Porta Westfalica zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie den zentralen Versorgungsbereichen, dem Zentrenkonzept sowie der örtlichen Sortimentsliste.

Das Einzelhandelskonzept ist nur dann rechtssicher und belastbar, wenn die Inhalte und Empfehlungen durch einen entsprechenden politischen Beschluss im Rahmen der Selbstbindung deutlich gemacht werden. Neben dem Rat und der Verwaltung sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes 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.

8 Anhang

8.1 Abbildungen

Abb. 1: Einordnung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 5
Abb. 2: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes 7
Abb. 3: Erhebungssystematik 9
Abb. 4: Beispiele Kleinflächenkonzepte 18
Abb. 5: Räumliche Lage 20
Abb. 6: Räumliche Lage 21
Abb. 7: Städtebauliches Kurzprofil Minden 22
Abb. 8: Städtebauliches Kurzprofil Bad Oeynhausen 23
Abb. 9: Bevölkerungsverteilung in Porta Westfalica 24
Abb. 10: Bevölkerungsvorausberechnung 24
Abb. 11: Fotos Ortszentrum Hausberge 25
Abb. 12: Fotos PORTA MARKT 26
Abb. 13: Betriebe und Sortimente in Porta Westfalica 27
Abb. 14: Betriebsstättendichte im Vergleich 28
Abb. 15: Verkaufsflächen in Porta Westfalica 29
Abb. 16: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich 30
Abb. 17: Nutzungsmischung Ortszentrum Hausberge 32
Abb. 18: Städtebauliches Profil Ortszentrum Hausberge 33
Abb. 19: Nahversorgungssituation in Porta Westfalica (r = 700 m) 35
Abb. 20: Standorte der Nahversorgung in Porta Westfalica 36
Abb. 21: Fachmarktagglomeration „Porta Markt“ 39
Abb. 22: Kaufkraft in der Region 42
Abb. 23: Kaufkraftpotenzial in Porta Westfalica 43
Abb. 24: Bindungsquoten 45
Abb. 25: Bindungsquoten im Zeitverlauf 46

Abb. 26: Bindungsquoten im regionalen Vergleich 47
Abb. 27: Zieldreieck der Stadt Porta Westfalica.....49
Abb. 28: Zentrenhierarchie der Stadt Porta Westfalica.....56
Abb. 29: Zentren- und Standortstruktur der Stadt Porta Westfalica.....57
Abb. 30: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel).....59
Abb. 31: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum.....61
Abb. 32: Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren 63
Abb. 33 : Fachmarktstandort „Porta Markt“.....66
Abb. 34 : Fachmarktstandort „Im Werder / Platte Weide“ 67
Abb. 35: Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung 71
Abb. 36: Räumlich-funktionale Zuordnung.....71
Abb. 37: Differenzierung der Sortimente nach … 77
Abb. 38: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz.....79
Abb. 39: Zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEP 80
Abb. 40: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente 81
Abb. 41: Liste der zentrenrelevanten Sortimente.....82
Abb. 42: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente 83

8.2 Glossar

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 in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.

Angebotsgenre

Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.

Betriebsformen

Bei den Betriebsformen handelt es sich um Erscheinungsformen von Handelsbetrieben, die sich in einem oder auch mehreren Merkmalen gleichen oder ähnlich sehen, so dass sie dadurch jeweils von den anderen unterschieden werden können.

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind: Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus, Kauf- und Warenhaus, Convenience-Store, Factory-Outlet-Center.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (in der Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand- / Onlinehandel ausgegeben wird.

Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z. B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen.

Elastizität der Nachfrage

Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro Änderung des Einkommens.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.

Fachmarktstandort

Fachmarkstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z. B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.

Flächenleistung

Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche.

Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche.

Mantelbevölkerung

An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.

Umsatz-Kaufkraft-Relation

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet.

Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden.

Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.

Verbrauchsausgaben

Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.

Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an.

Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.

Warengruppe

Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z. B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z. B. Food und Non-Food).

Zentralität

Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer.

Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist.

Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird.

Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt.

So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl. Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).