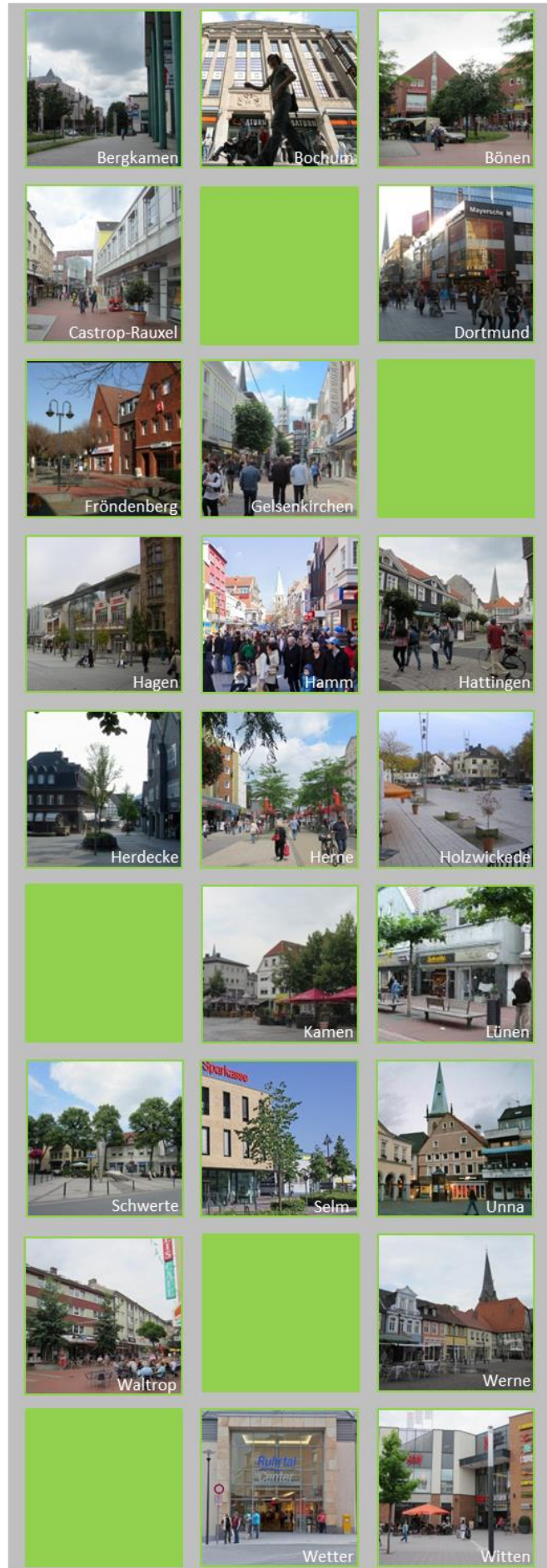


2013 Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche



Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)

2. Fortschreibung (2013)

Im Auftrag der Mitgliedskommunen des REHK

Bearbeitung und Konzeption



Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 0231-557858-0
Fax 0231-557858-50
www.junker-kruse.de
E-Mail: info@junker-kruse.de

Projektleitung:
Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Projektbetreuung / Ansprechpartner für das REHK

Thomas Berger (Vorsitzender)
Stadt Lünen
Tel. 02306-1041509
E-Mail: thomas.berger.41@lunen.de

Michael Bertelt (stellv. Vorsitzender)
Stadt Hamm
Tel. 02381-174170
E-Mail: bertelt@stadt.hamm.de

Jürgen Stitz (Geschäftsführung)
Tel. 0231-179371
E-Mail: jstitz@web.de

Projektbegleitung

Arbeitsgruppe Fortschreibung
mit Mitgliedern aus dem Arbeitskreis des REHK

Juli 2013

Inhalt

Verzeichnisse.....	7
Verwendete Abkürzungen.....	8
1 Präambel.....	9
2 Ausgangssituation	11
3 Entwicklungen und Trends	13
3.1 Räumliche Konsequenzen der Einzelhandelsentwicklung.....	18
4 Grundlagen und Analysen	21
4.1 Raumstrukturen.....	21
4.2 Bevölkerungsentwicklung	22
4.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau	23
4.4 Angebotsstruktur	25
5 Ziele und Steuerungsregeln.....	30
5.1 Ziele.....	31
5.2 Übergeordnete Steuerungsregeln	32
5.2.1 Steuerungsregel 1: Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	33
5.2.2 Steuerungsregel 2: Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten	33
5.2.3 Steuerungsregel 3: Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	34
5.2.4 Steuerungsregel 4: Einzelhandelsagglomerationen	34
5.2.5 Steuerungsregel 5: Bestandsschutz	38
6 Konzept.....	40
6.1 Standortstruktur	40
6.2 Sortimentslisten	43
6.2.1 Betriebstypenspezifische Sortimentslisten.....	50
6.3 Abstimmung von Planvorhaben auf regionaler Ebene	55
6.3.1 Regionaler Konsens	55
6.3.2 Regionales Konsensverfahren.....	56
6.3.3 Prüfkriterien für regional bedeutsame Planvorhaben	58
6.3.4 Sortiments- bzw. betriebsspezifische Prüfschemata	66

7	Glossar – Erläuterungen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	73
8	Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“	76
9	Erläuterungen zur Standortstruktur	80
9.1	Haupt- und Nebenzentren	80
9.2	Agglomerationen > 5.000 m² Verkaufsfläche.....	83
9.3	Ergänzungsstandorte > 5.000 m² Verkaufsfläche	85
10	Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen	87

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland von 1980 bis 2010	13
Abbildung 2:	Anzahl der Möbelmärkte mit mehr als 25.000 m² in 2004 und 2010	14
Abbildung 3:	Entwicklung der Verkaufsflächen von Baumärkten von 2000 bis 2012	15
Abbildung 4:	Entwicklung der Anzahl der Shopping-Center in Deutschland von 1970 bis 2011	15
Abbildung 5:	Entwicklung der Gesamtfläche* der Shopping-Center in Deutschland von 1970 bis 2011	16
Abbildung 6:	Entwicklung des Umsatzes im deutschen E-Commerce von 2006 bis 2012	17
Abbildung 7:	Größte Warengruppen im Onlinehandel 2011 (nach Umsatz)	17
Abbildung 8:	Typen von Einzelhandelsagglomerationen	36
Abbildung 9:	Konsensverfahren	57
Abbildung 10:	Fallkonstellationen zur Prüfkulisse	67
Abbildung 11:	Prüfschema für Planvorhaben mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt	68
Abbildung 12:	Prüfschema für regional bedeutsame Lebensmittelmärkte	69
Abbildung 13:	Prüfschema für Bau- und Gartenmärkte	70
Abbildung 14:	Prüfschema für Möbelmärkte	71
Abbildung 15:	Prüfschema für Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment	72

Karten

Karte 1:	Siedlungsstruktur im Untersuchungsraum	21
Karte 2:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Untersuchungsregion	23
Karte 3:	Lebensmittelanbieter ab 650 m² Verkaufsfläche	26
Karte 4:	Textilanbieter und Warenhäuser ab 650 m² Verkaufsfläche	27
Karte 5:	Elektroanbieter / Anbieter sonstiger Sortimente ab 650 m² Verkaufsfläche	28
Karte 6:	Möbel / Einrichtung, Baumärkte / Gartencenter ab 650 m² Verkaufsfläche	29
Karte 7:	Zentralörtliche Gliederung der Kommunen	42
Karte 8:	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß kommunaler Einzelhandelskonzepte (ohne Nahversorgungszentren)	42
Karte 9:	Ergänzungsstandorte ab 5.000 m² Verkaufsfläche	43

Tabellen

Tabelle 1:	Bevölkerungsentwicklung in der Untersuchungsregion	22
Tabelle 2:	Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in der Untersuchungsregion	24
Tabelle 3:	Verkaufsfläche nach Kommunen und Sortimentsschwerpunkt (Betriebe ab 650 m² VKF; gerundete Werte)	25
Tabelle 4:	Sortimentsliste des Östlichen Ruhrgebiets und angrenzender Bereiche (Übersicht im Rahmen des REHK)	46

Verwendete Abkürzungen

ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
bzw.	Beziehungsweise
BauNVO	Baunutzungsverordnung
d.h.	das heißt
EW	Einwohner
GPK	Glas / Porzellan / Keramik
i.d.R.	in der Regel
inkl.	inklusive
Kfz	Kraftfahrzeug
LEP	Landesentwicklungsplan
NRW	Nordrhein Westfalen
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
REHK	Regionales Einzelhandelskonzept
SB-Warenhaus	Selbstbedienungswarenhaus
u.a.	unter anderem
v.a.	vor allem
vgl.	Vergleiche
VGH	Verwaltungsgerichtshof
VKF	Verkaufsfläche
z.T.	zum Teil

1 Präambel



"Handle so, dass
die Maxime deines Willens
jederzeit zugleich als Prinzip
einer allgemeinen Gesetzgebung gelten könne."

(Immanuel Kant: § 7 Grundgesetz der reinen praktischen Vernunft, KpV, A54)

Der Einzelhandel ist eine prägende Nutzung unserer Städte. Vor allem aber bestimmt er das Bild der städtischen Zentren und ist die Basis für ein pulsierendes öffentliches Leben sowie Ansatzpunkt für weitere zentrenbildende Einrichtungen und Angebote (u.a. öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomie und kulturelle Angebote). Demgegenüber standen und stehen die Entwicklung und die Erweiterung von zentrentypischen Einzelhandelsangeboten an dezentralen Standorten mit der Gefahr einer zentrentschwächenden, wenn nicht gar –schädigenden Wirkung. Diese räumliche Schieflage führte in den Zentren u.a. zu einer abnehmenden Angebotsbreite und einem zum Teil geringen Angebotsniveau durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen. Die jeweiligen Auswirkungen sind dabei i.d.R. nicht nur in den Standortgemeinden selbst, sondern auch in benachbarten (Innen-)Städten spürbar.

Dieser Entwicklung wollten eine Reihe von Städten und Gemeinden im Östlichen Ruhrgebiet nicht tatenlos zusehen und so wurde zusammen mit den entsprechenden Landkreisen, Bezirksregierungen, Industrie- und Handelskammern, Einzelhandelsverbänden und dem Regionalverband Ruhr mit Unterstützung des Landes NRW ein gemeindeübergreifendes Konzept zur gemeinsamen Regelung der Einzelhandelsentwicklung, dem "**Regionalen Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche**" (REHK) erarbeitet. Als gemeinsam getragene Entscheidungsgrundlage dient es vor allem auch dazu, dass die einzelnen Gemeinden nicht gegeneinander ausgespielt werden können.

Das Konzept hat sich in der Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit zahlreichen großflächigen Einzelhandelsvorhaben im Kooperationsraum in einer Vielzahl von Fällen bewährt. Es besteht nunmehr seit dem Jahre 2000. Da aber sowohl die demographischen, die ökonomischen wie auch die rechtlichen Rahmenbedingungen Veränderungen unterliegen, ist eine Fortschreibung in regelmäßigen Abständen erforderlich. Diese erfolgte zum ersten Mal im Jahr 2007. Im Jahr 2011 wurde die vorliegende 2. Fortschreibung in Auftrag gegeben.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor des REHK ist der begleitende **Arbeitskreis (Plenum)**, dem inzwischen 24 Kommunen¹, fünf Industrie- und Handelskammern, drei Kreise, zwei Bezirksregierungen sowie die Einzelhandelsverbände Westfalen-Münsterland, Westfalen-West und

¹ Datteln befindet sich im Gaststatus (Stand Mai 2013). Werl hat sich noch nicht abschließend zu einer weiteren Mitgliedschaft geäußert. Beide Kommunen werden in den Daten und Darstellungen berücksichtigt.

Ruhr-Lippe sowie der Regionalverband Ruhr (RVR) angehören. Er wird als wichtige Informationsplattform für regional- und stadtentwicklungsplanerische Fragestellungen im Zusammenhang mit der Einzelhandelssteuerung im Allgemeinen sowie im Kooperationsraum im Speziellen geschätzt. Hier werden alle regional relevanten Einzelhandelsvorhaben regelmäßig vorgestellt und erörtert.

Ziel der Kooperation ist eine abgestimmte Ansiedlungsplanung bei regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben in der Region. Dabei geht es nicht darum den Wettbewerb zu verhindern. Vielmehr soll er einvernehmlich an Standorte gelenkt werden, die aus Sicht der Stadtentwicklung zu befürworten sind. Die beteiligten Kommunen haben dazu am 29.06.2001 eine entsprechende **Interkommunale Vereinbarung** getroffen, die Grundlage des gemeinsamen Handelns ist.

Die übergeordnete Zielsetzung umfasst

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

Der Regionale Konsens bezieht sich bei der regionalen Abstimmung über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben auf diese gemeinsamen Ziele zur Einzelhandelsentwicklung und auf die Bewertung regional bedeutsamer Vorhaben. Diese sollen nach vereinbarten Kriterien beurteilt werden.

Voraussetzung für einen Regionalen Konsens im Einzelfall ist die Verständigung über dessen fachliche Grundlagen. Im Sinne einer Selbstbindung der Kooperationskommunen soll das REHK durch jeweiligen Ratsbeschluss manifestiert werden.

Eckpunkte der politischen Beschlüsse sind

- die Ziele und Steuerungsregeln des Regionalen Einzelhandelskonzeptes
- die wechselseitige Anerkennung der definierten zentralen Versorgungsbereiche
- die Verständigung über die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente
- die Vereinbarungen zur Informations- und Nachweispflicht
- die Anerkennung der Prüfkriterien
- die Anwendung von betriebsformenspezifischen Prüfverfahren
- die Definition und Einhaltung von Mindestanforderungen an Gutachten
- die Anerkennung der Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“

2 Ausgangssituation

Das *Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)* wurde und wird als Grundlage für Entscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Regional- und Stadtentwicklungsfragen in diesem Kooperationsraum geschätzt und befürwortet.

Im Rahmen von Gesprächen mit Vertretern der Mitgliedskommunen des REHK wurden folgende Aspekte positiv hervorgehoben:

- Das REHK hat sich als informelles Instrument bei der Einzelhandelssteuerung in der Region bewährt.
- Das REHK wirkt disziplinierend in den Kommunen wie auch im Kooperationsraum.
- Das REHK ist eine wichtige Argumentationshilfe gegenüber Ansiedlungsinteressenten / Investoren / Projektentwicklern bei der Einordnung von Ansiedlungsvorhaben.
- Das REHK versetzt die Kommunen in eine stärkere Position gegenüber den Ansiedlungsinteressenten. Da für alle die gleichen Rahmenbedingungen gelten, können die Kommunen nicht gegeneinander ausgespielt werden (Eindämmung von „Dumping-Wettbewerb“).
- Gemeinsame Stellungnahmen zu Projekten außerhalb des Kooperationsraumes wurden vorgenommen und stärkten die Position der einzelnen Kommunen.

Die regelmäßigen Zusammenkünfte im Plenum werden allseits geschätzt, da sie

- einen fachlichen Austausch im Hinblick auf Einzelhandelsentwicklungen sowie
- eine Schärfung des Bewusstseins für „Regionales“ und regional wirkende Vorhaben im Allgemeinen und
- eine frühzeitige Information über geplante Vorhaben / Projekte in der Region im Besonderen bieten.

Auch künftig soll das REHK daher eine realistische Entscheidungs- und Abstimmungsgrundlage darstellen.

In Fortführung der bisherigen Praxis findet daher im Rahmen der 2. Fortschreibung unter Berücksichtigung der Veränderungen demographischer und ökonomischer Rahmenbedingungen vor allem auch eine Evaluierung der Verfahrensschritte statt. Dabei wurden spezifische Fragen und Konstellationen vor dem Hintergrund der vereinbarten Inhalte, Kriterien und Regeln des REHK geprüft und im Arbeitskreis sowie Plenum diskutiert. Ziel ist es die Handhabbarkeit der Prüfkriterien zu gewährleisten und ihre Wirkung unter Berücksichtigung der Zielsetzungen des REHK zu schärfen.

Vor dem Hintergrund aktueller Fragestellungen liegt ein besonderer Fokus dabei auch in der Thematik zum Umgang mit Einzelhandelsagglomerationen, Einzelhandelsgroßvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Factory Outlet Center) sowie mit Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Möbelmärkten). Von diesen sind aufgrund ihres nicht unerheblichen Anteils an zentrenrelevanten (Rand-)Sortimenten regelmäßig Auswirkungen auf die städtischen Zentren zu erwarten.

Neben den veränderten Rahmenbedingungen innerhalb und außerhalb des Kooperationsraums sind die aktuellen Veränderungen auf Landesebene im Rahmen der Fortschreibung zu berücksichtigen:

- Der § 24 a des Landesentwicklungsprogramms NRW wurde zwar im Juni 2007 novelliert. Im Jahr 2009 ist jedoch seine Funktion als Ziel der Landesplanung durch Urteile des VGH Münster und des OVG NRW verneint worden. Zum 31.12.2011 trat das LEPro NRW in Gänze außer Kraft. Während der Bearbeitung der Fortschreibung der REHK wurde ein Entwurf des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – durch Kabinettsbeschluss aufgestellt und im Landtag beraten. Nach öffentlicher Beteiligung erfolgte der Beschluss im Juli 2013. Der LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – trat per Verordnung am 13.07.2013 in Kraft².

Vor dem Hintergrund der Fragestellungen und Zielrichtungen des REHK umfasst die vorliegende 2. Fortschreibung des REHK folgende wesentliche Bausteine:

Im Kapitel 3 werden übergeordnete einzelhandelsrelevante Entwicklungen und Trends sowie ihre räumlichen Konsequenzen dargestellt. Ergänzend stellen Grundlagen und Analysen in Kapitel 4 die Eckdaten für den Kooperationsraum dar.

In Kapitel 5 werden die Ziele und Steuerungsregeln des REHK dargestellt. Die Ziele beschreiben in abstrakter Form die übergeordneten Intentionen. Die Steuerungsregeln verdeutlichen, wie die Ziele umgesetzt werden sollen. Im konzeptionellen Teil (Kapitel 6) des REHK werden die Grundlagen und Prüfkriterien für die spezifische Einordnung von regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben dargestellt sowie das Verfahren zur Erlangung des Regionalen Konsenses erläutert.

² Die Veröffentlichung des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel erfolgte im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen (GV.NRW.) am 12. Juli 2013 (Ausgabe 2013 Nr. 23 Seite 419-450).
siehe außerdem: <http://www.nrw.de/landesregierung/landesplanung/?page=2>

3 Entwicklungen und Trends

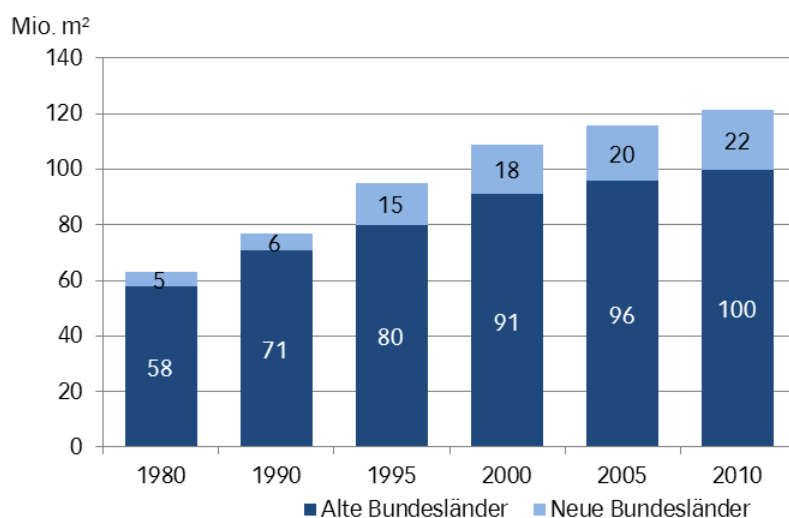
Mehr als drei Jahrzehnte dauert der Strukturwandel im Einzelhandel bereits an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Durch die dynamische Entwicklung stehen der Einzelhandel aber auch die Städte (u.a. hinsichtlich der Stadt- und Zentrenentwicklung bzw. der damit verbundenen Einzelhandelssteuerung) weiterhin vor großen Herausforderungen. Nachfolgend werden die bundesweiten Entwicklungen und Trends aufgezeigt, von denen auch das Östliche Ruhrgebiet und die angrenzenden Bereiche betroffen sind. Der Fokus wird dabei auf die thematischen Schwerpunkte gelegt, die die deutlichsten Entwicklungen zeigen und dadurch den Handel auch weiterhin beeinflussen.

Demographischer Wandel

Fünf demographische Entwicklungen sind besonders hervorzuheben: Wir werden älter, weniger, multikultureller, wir leben immer häufiger alleine und für die Vorausberechnung der tatsächlichen Einwohnerschaft am schwierigsten vorhersehbar: wir siedeln um. Im Osten Deutschlands oder in vom strukturellen Wandel bereits betroffenen Regionen wie dem Ruhrgebiet sind entsprechende Veränderungen zu beobachten. Dabei stellt sich für einige Gemeinden im Ruhrgebiet – entgegen bestehender Prognosen - in jüngster Zeit tendenziell aber durchaus auch eine positive Bevölkerungsentwicklung ein. Insgesamt gewinnen ältere Menschen, Singles und Migranten als Zielgruppe weiter an Bedeutung für den Handel. Konzepte, wie auf diese Zielgruppen stärker, besser bzw. gezielter einzugehen ist, müssen vielfach noch umgesetzt oder gelebt werden.³

Verkaufsflächen

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland von 1980 bis 2010



Quelle: EHI 2012, eigene Darstellung

³ Vgl. dazu: Kaapke, Andreas: Aktuelle Trends im Einzelhandel in Kruse, Stefan (Hrsg.): Handbuch Einzelhandel, Bonn 2012, S. 7ff

Das stetige Wachstum der Verkaufsflächen, bei einer gleichzeitig sinkenden Zahl von Einzelhandelsbetrieben, ist eine weiter anhaltende dynamische Entwicklung. In drei Jahrzehnten hat sich die Verkaufsfläche in Deutschland in etwa verdoppelt (vgl. Abbildung 1).

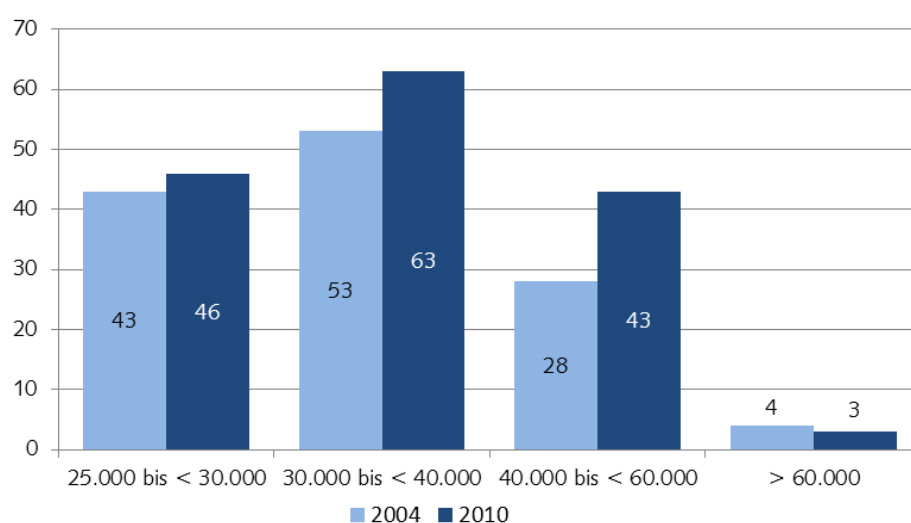
Großflächiger nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel

Diese Entwicklung zeigt sich auch beim großflächigen Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dazu gehören vor allem Bau-, Garten- und Möbelmärkte. Während die Anzahl der Möbel- und Baumärkte in den letzten Jahren leicht gesunken ist, sind die Verkaufsflächen der Branchen und somit auch die durchschnittlichen Betriebsgrößen weiterhin gestiegen.

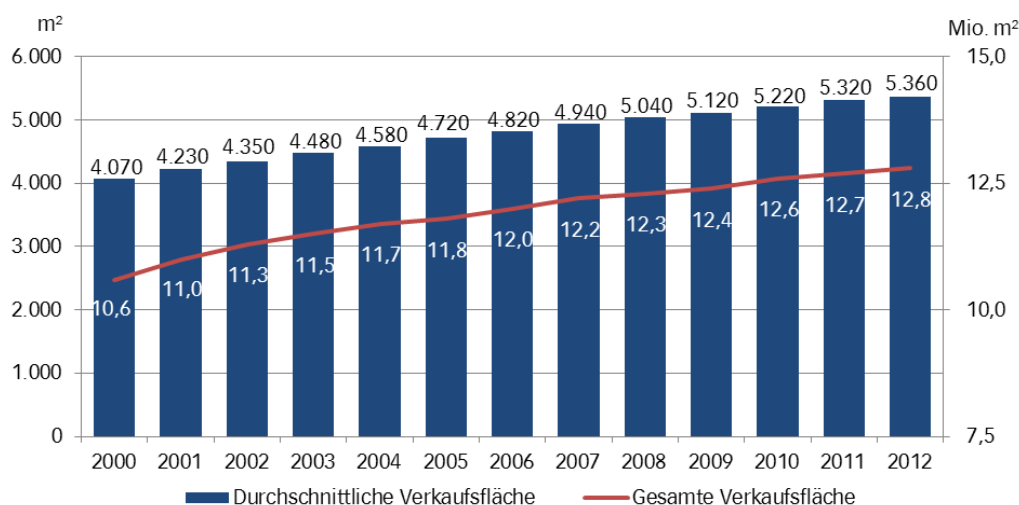
Insgesamt ist die Anzahl der Möbelmärkte in Deutschland in den letzten zehn Jahren um etwa 25 % gesunken. Dagegen ist die durchschnittliche Verkaufsfläche bei den 30 größten Möbelmärkten in zehn Jahren um 5,8 % auf 48.600 m² pro Markt gestiegen (KPMG 2012). Der Vergleich zwischen 2004 und 2010 zeigt einen deutlichen Zuwachs von Möbelmärkten mit 30.000 bis 60.000 m² Verkaufsfläche (vgl. Abbildung 2). Im Kooperationsraum gibt es vier Anbieter die eine Verkaufsfläche zwischen 28.000 und 40.000 m² Verkaufsfläche aufweisen.

Das allgemeine Flächenwachstum insbesondere im Möbelsektor begründet sich auch in einer zunehmenden Erweiterung des Sortimentsumfangs. Die sogenannten Einrichtungshäuser bieten inzwischen viel mehr als nur Möbel wie beispielsweise Heimtextilien, Lampen und Leuchten oder Haushaltsgegenstände. Damit wächst an dezentralen Standorten die Bedeutung der Sortimente, die zu den Bestandteilen des typischen innerstädtischen Angebotes in den Zentren zählen (beispielsweise Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltsgegenstände). Außerdem sind gastronomische Angebote und Spielmöglichkeiten für Kinder üblich.

Abbildung 2: Anzahl der Möbelmärkte mit mehr als 25.000 m² in 2004 und 2010



Quelle: KPMG 2012

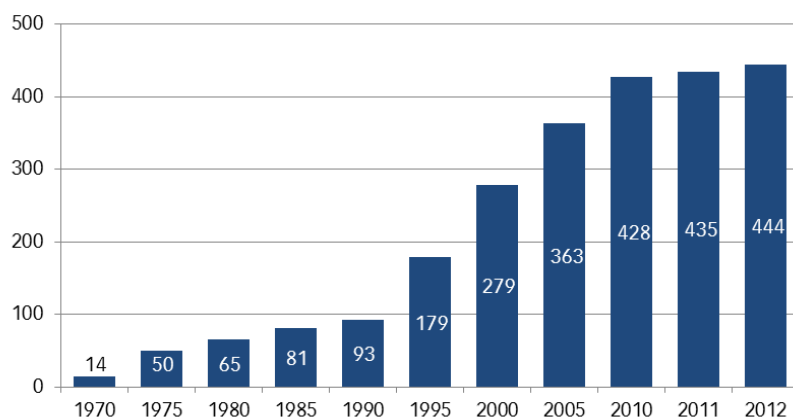
Abbildung 3: Entwicklung der Verkaufsflächen von Baumärkten von 2000 bis 2012

Quelle: EHI 2011, KPMG 2012, eigene Darstellung

Die Anzahl der Baumärkte in Deutschland ist in den letzten zehn Jahren insgesamt um etwa 10 % gesunken. Dagegen ist die gesamte Verkaufsfläche um knapp 20 % und die durchschnittliche Betriebsgröße um etwa ein Drittel gestiegen (vgl. Abbildung 3). Die durchschnittliche Betriebsgröße der typischen Baumarktanbieter im Kooperationsraum weist einen über dem Bundesdurchschnitt liegenden Wert von rund 8.100 m² / Betrieb auf.

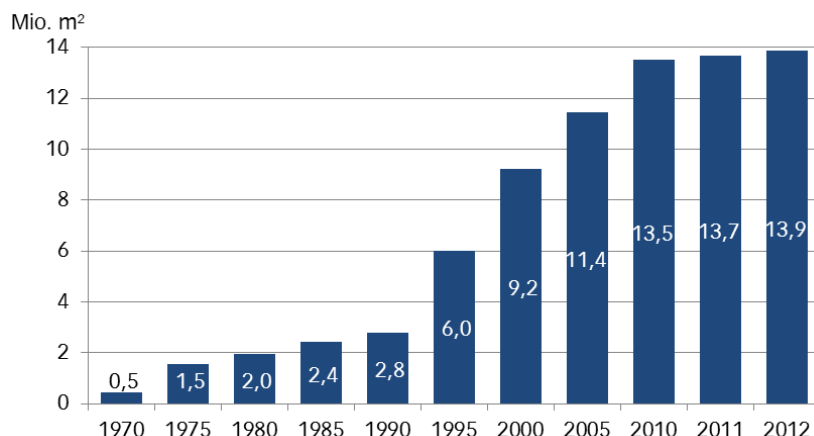
Shopping-Center

Eine dynamische Entwicklung verzeichnen auch Shopping-Center, deren Sortimentsschwerpunkt im Bereich des zentrenrelevanten Leitsortiments Bekleidung / Textilien liegt. Die Anzahl der Shopping-Center und die Gesamtfläche sind äquivalent gestiegen. In Deutschland stieg die Zahl dieser Einkaufszentren von 279 im Jahr 2000 auf 444 Anfang 2012 (vgl. Abbildung 4). Im bundesdeutschen Vergleich nimmt Nordrhein-Westfalen mit 71 Shopping-Centern Anfang 2012 den ersten Platz ein (EHI 2012).

Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Shopping-Center in Deutschland von 1970 bis 2011

Quelle: EHI 2012, eigene Darstellung

Abbildung 5: Entwicklung der Gesamtfläche* der Shopping-Center in Deutschland von 1970 bis 2011



Quelle: EHI 2012, eigene Darstellung

* „Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben der Geschäftsfläche die allgemeine Verkehrsfläche, die Fläche der Centerverwaltung und die Sanitärräume“ (EHI 2011).

Die Gesamtfläche der deutschen Shopping-Center stieg von 9,2 Mio. m² im Jahr 2000 um etwa 50 % auf 13,9 Mio. m² im Jahr 2012 (vgl. Abbildung 4). Des Weiteren hat sich auch die Standortwahl verändert. In den 1990er Jahren wurden Shopping-Center vermehrt auf der „grünen Wiese“ oder am Stadtrand eröffnet. Mittlerweile befinden sich 45 % der deutschen Einkaufszentren in der Innenstadt, 40 % in Stadtteilen und 15 % auf der „grünen Wiese“ (EHI 2011). Im Östlichen Ruhrgebiet verfügen neun von 24 Gemeinden über mindestens ein Shopping-Center (EHI 2012).

Factory Outlet Center

Neben den Shopping-Centern spielen die sogenannten Factory-Outlet-Center (FOC, siehe Glossar) in Deutschland eine zunehmend wichtigere Rolle. Anfang 2012 gibt es in Deutschland elf Factory-Outlet-Center und „FOC-ähnliche Center“ mit einer geschätzten vermietbaren Fläche von 179.100 m² (EHI 2012). Das einzige FOC in Innenstadtlage befindet sich in Wolfsburg (Designer Outlets Wolfsburg).

In Nordrhein-Westfalen gibt es seit Sommer 2012 ein FOC in Ochtrup. Aktuell werden drei weitere Standorte diskutiert:

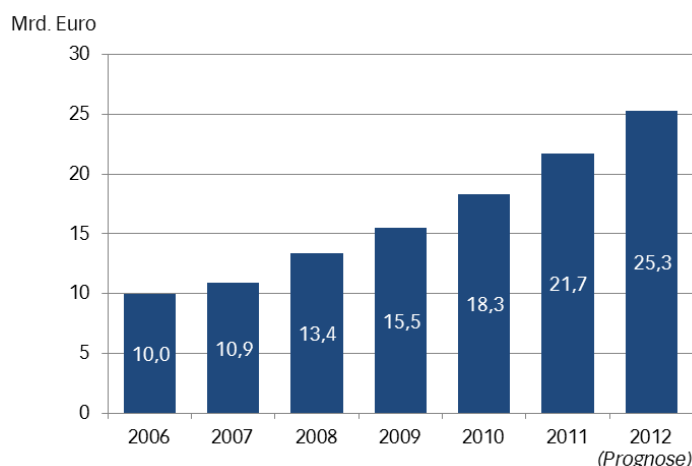
- Duisburg Outlet Village im Stadtteil Marxloh
- Designer Outlet in Remscheid
- FOC Werl

Diese Vorhaben weisen unterschiedlich weit vorangeschrittene Planungsstadien auf. Grundsätzlich ist wegen unterschiedlicher Rahmenbedingungen (dazu gehört vor allem auch die Vereinbarkeit mit landesplanerischen Zielsetzungen) noch nicht sicher, ob die drei Vorhaben tatsächlich realisiert werden.

E-Commerce und Multi-Channel

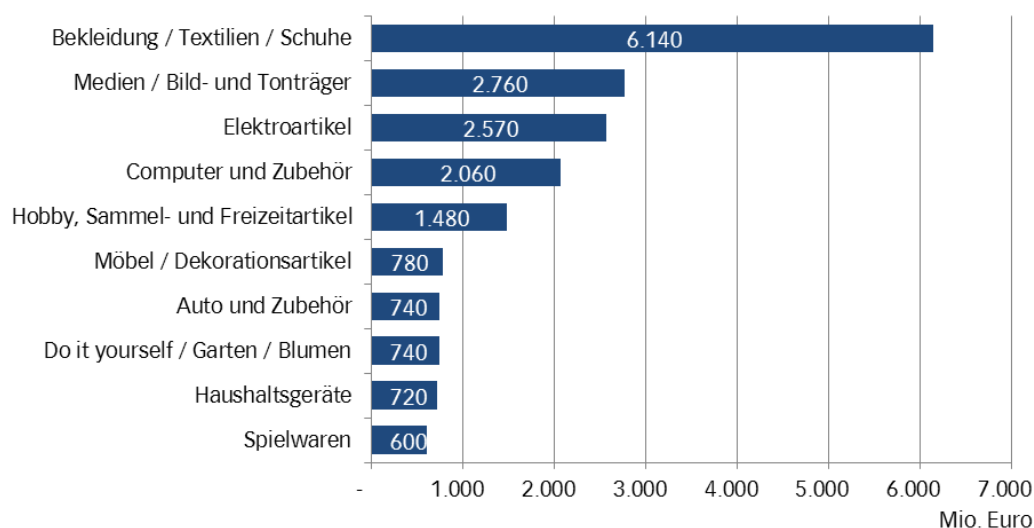
Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce (=Onlinehandel). Der Umsatz ist von 2006 bis 2011 kontinuierlich von 10 Mrd. Euro auf 21,7 Mrd. Euro gestiegen und wird auch für 2012 weiter steigend prognostiziert (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Entwicklung des Umsatzes im deutschen E-Commerce von 2006 bis 2012



Quelle: KPMG 2012, eigene Darstellung

Abbildung 7: Größte Warengruppen im Onlinehandel 2011 (nach Umsatz)



Quelle: KPMG 2012, eigene Darstellung

Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuften Warengruppen Bekleidung / Textilien / Schuhe mit 6,14 Mrd. Euro im Jahr 2011, gefolgt von Medien / Bild- und Tonträger und Elektroartikel (vgl. Abbildung 7).

Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Ein-

zelhandel und E-Commerce, d.h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins Stationärgeschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben. Erfolgreiche Multi Channel-Unternehmen, die ihre Wurzeln im stationären Einzelhandel haben, sind beispielsweise Esprit und H&M.

3.1 Räumliche Konsequenzen der Einzelhandelsentwicklung⁴

Besonders vor dem Hintergrund der demographischen Veränderungstendenzen und einer stagnierenden bis rückläufigen Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergeben sich ohne steuernde Einflussnahme folgende, wesentliche Problemkonstellationen für die künftige Versorgungsstruktur und Zentrenentwicklung. Diese bundesweit zu beobachtenden Trends sind auch auf den Kooperationsraum des REHK zu übertragen:

- **Standortkonkurrenz**

Eine innerkommunale wie auch regionale Standortkonkurrenz führt nach wie vor zu fehlender Chancengleichheit von städtischen Zentren im Vergleich zu nicht-integrierten Standorten. Dabei führt das Vorhandensein (und insbesondere auch die Ausweitung) zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht-integrierten Standorten, wie sie in vielen Gemeinden im Bundesgebiet stattgefunden hat, zu einer räumlichen Schieflage, die sich in den Zentren u.a. durch eine abnehmende Angebotsbreite und ein zum Teil geringes Angebotsniveau durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen manifestiert. In derartigen Fällen bedarf es einer konsequenten Einzelhandelssteuerung, um zu verhindern, dass bestehende Schieflagen sich weiter verstärken, und um mittel- bis langfristig eine Umkehr entsprechender (Fehl-)Entwicklungen einzuleiten bzw. auch zu ermöglichen.

- **Zunehmende Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen**

Neue moderne Einzelhandelseinrichtungen weisen oftmals Flächenansprüche auf, die z.T. sehr deutlich über die Großflächigkeit (Verkaufsflächen > 800 m²) hinausgehen und die – vermeintlich – nicht in vorhandene Zentrenstrukturen passen. Nicht selten besteht das grundsätzliche Problem darin, dass in den gewachsenen Siedlungsstrukturen, speziell in den zentralen Versorgungsbereichen, die Flächenansprüche heutiger Betreiber nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllt werden können. Eine besondere Herausforderung besteht vor allem für einige kleinere Stadtteil- und Nahversorgungszentren darin, dass die ansässigen Lebensmittelbetriebe Verkaufsflächen unterhalb heute marktgängiger Größenordnungen aufweisen und einem entsprechenden Anpassungsdruck unterliegen, den es vor dem Hintergrund der Stärkung der städtischen Zentren auch vorrangig innerhalb dieser umzusetzen gilt.

⁴ Vgl. dazu: Kruse, Stefan (Hrsg.): Handbuch Einzelhandel, Bonn 2012, S. 16ff

- **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes**

Die Möglichkeit der Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes im Wohnumfeld, also speziell des Netzes der Lebensmittelanbieter, ist für viele Gemeinden im Bundesgebiet nach wie vor relevant. Durch weitere Nahversorgungsangebote an städtebaulich nicht geeigneten, nicht-integrierten Standorten (Magnet Lebensmittelanbieter „zieht es nach draußen“). bzw. durch eine Überschreitung der absatzwirtschaftlichen Spielräume können sich Gefährdungen für bestehende, gewachsene Versorgungsbereiche (Zentren) sowie auch für die wohnungsnah Versorgung (Nahversorgungsstandorte) mit der Folge eines insgesamt grobmaschigeren Versorgungsnetzes ergeben. Ein weiterer Aspekt, der zu einer räumlichen Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes zukünftig verstärkt beitragen kann, sind die Ansprüche der Betreiber an die Größe der Verkaufsflächen. Heute marktübliche Verkaufsflächen von mindestens 800 m² (Lebensmitteldiscounter), häufig sogar (deutlich) über 1.000 m² (Lebensmittelvollsortimenter), liegen zum Teil erheblich über der Flächengröße bestehender Märkte in immer noch vielen Gemeinden, so dass hier – wie bereits in der Vergangenheit zu beobachten – weiterhin entsprechende Anfragen zur Erweiterung bzw. Umsiedlung einzelner Betriebe zu erwarten sind.

- **Konzepte kleinerer Lebensmittelmärkte in Zentren**

Aktuell sind (wieder) Tendenzen zu kleineren Verkaufsflächen von Lebensmittelanbietern zu erkennen. Insbesondere Lebensmittelvollsortimenter wie beispielsweise Tegut, Rewe oder Edeka haben in der jüngsten Vergangenheit vor allem in Mittel- und Großstädten die Zentren „wiederentdeckt“ und realisieren dort Märkte mit Verkaufsflächen zwischen 700 und 1.000 m². In diesen „neuen“ bzw. wiederentdeckten City-Märkten ist das klassische Supermarktangebot mit Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse und einem qualitativ hochwertigen Angebot in den Bereichen Obst, Gemüse und Convenience-Produkten vorzufinden. Durch diese Rückbesinnung auf kleinere Flächen in zentralen Bereichen reagieren die Anbieter insbesondere auf zwei Trends: Zum einen auf Wanderungsbewegungen „Zurück in die Stadt“ mit einem steigenden Anteil der Wohnbevölkerung und der Wiederentdeckung gewachsener Zentren als Wohn- und Versorgungsstandort, zum anderen auf eine restriktive Genehmigungspraxis für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bzw. an städtebaulich nicht-integrierten Standorten.

- **Alternative Nahversorgungskonzepte**

Eine weitere Entwicklung besteht darin, dass kleinflächige, alternative Betriebskonzepte, wie z.B. die integrativen CAP-Märkte, eine zunehmende Bedeutung bei der Bereitstellung einer Nahversorgung für solche Wohngebiete in größeren Städten oder in kleinen Gemeinden im ländlichen Raum gewinnen, in denen sich aufgrund nicht ausreichender Mantelbevölkerung und / oder sonstiger Rahmenbedingungen (z.B. geringe Marktgröße) ein klassischer Lebensmitteldiscounter oder Vollsortimenter nicht (mehr) rentabel betreiben lässt. Sie bieten daher besondere Potenziale zur Wiedernutzung leerstehender, kleinflächiger Lebensmittelmärkte, die es zu erschließen gilt.

- **Belastung der kommunalen Haushalte**

Die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in peripherer und dezentraler Lage zu Wohngebieten bedarf der Bereitstellung einer kostenintensiven Infrastruktur, welche in besonderem Maße die kommunalen Haushalte belastet. Damit ist eine Entwertung der bisher für die Innenstadt- und Zentrenentwicklung geleisteten Investitionen und Städte-

bauförderungsmittel zu verbinden. Durch die weitere Konzentration der Einzelhandelsentwicklungen auf die städtischen Zentren und Sonderstandorte (in letzteren nur nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel) soll dieser Tendenz entgegengewirkt werden, da andernfalls durch mögliche Schwächungen der zentren-integrierten Einzelhandelsfunktion öffentliche Maßnahmen in den jeweiligen Zentren entwertet werden.

- **Inanspruchnahme von Gewerbe- und Industrieflächen durch Einzelhandel**

In vielen Kommunen ist das Angebot an attraktiven Gewerbe- und Industriegebieten knapp. Durch die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbe- und Industriegebieten steigt i.d.R. das Bodenpreisniveau. Die Ansiedlung von Gewerbebetrieben wird dadurch zunehmend erschwert oder gar verhindert.

Die aus den räumlich-strukturellen Veränderungen im Einzelhandelssektor erwachsenden Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen führen zu veränderten Standortpräferenzen, die sich aus betrieblicher Perspektive teilweise von den städtischen Zentren und integrierten Nahversorgungsstrukturen abkoppeln. Die sich hieraus konsequenterweise ergebende Steuerungspraxis einer Gemeinde sollte zielgerichtet reagieren und dabei zu Gunsten des Erhalts und der Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen bzw. einer funktionierenden Nahversorgung sowie dazu in Ergänzung tretender Fachmarktstandorte wirken. Dies gilt es aber, nicht nur unter quantitativen, sondern auch unter qualitativen Gesichtspunkten umzusetzen. Die existierende Symbiose zwischen dem Einzelhandel als funktionstragender Säule für die Zentren und den übrigen zentrenbildenden Funktionen in den städtischen Zentren ist weiterhin zu stärken.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass angesichts der Entwicklungen und Trends im Einzelhandel weiterhin und verstärkt planerisches und politisches Handeln zum Erhalt und der Weiterentwicklung von Zentren und integrierten Nahversorgungsstrukturen von großer Bedeutung ist. Der Steuerungsanspruch wird auf kommunaler und regionaler Ebene beispielsweise durch entsprechende Einzelhandelskonzepte konkretisiert. Der LEP NRW Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel weist Regionalen Einzelhandelskonzepten in NRW mit dem Grundsatz 9 eine zu berücksichtigende Rolle zu:

Grundsatz 9: Regionale Einzelhandelskonzepte

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

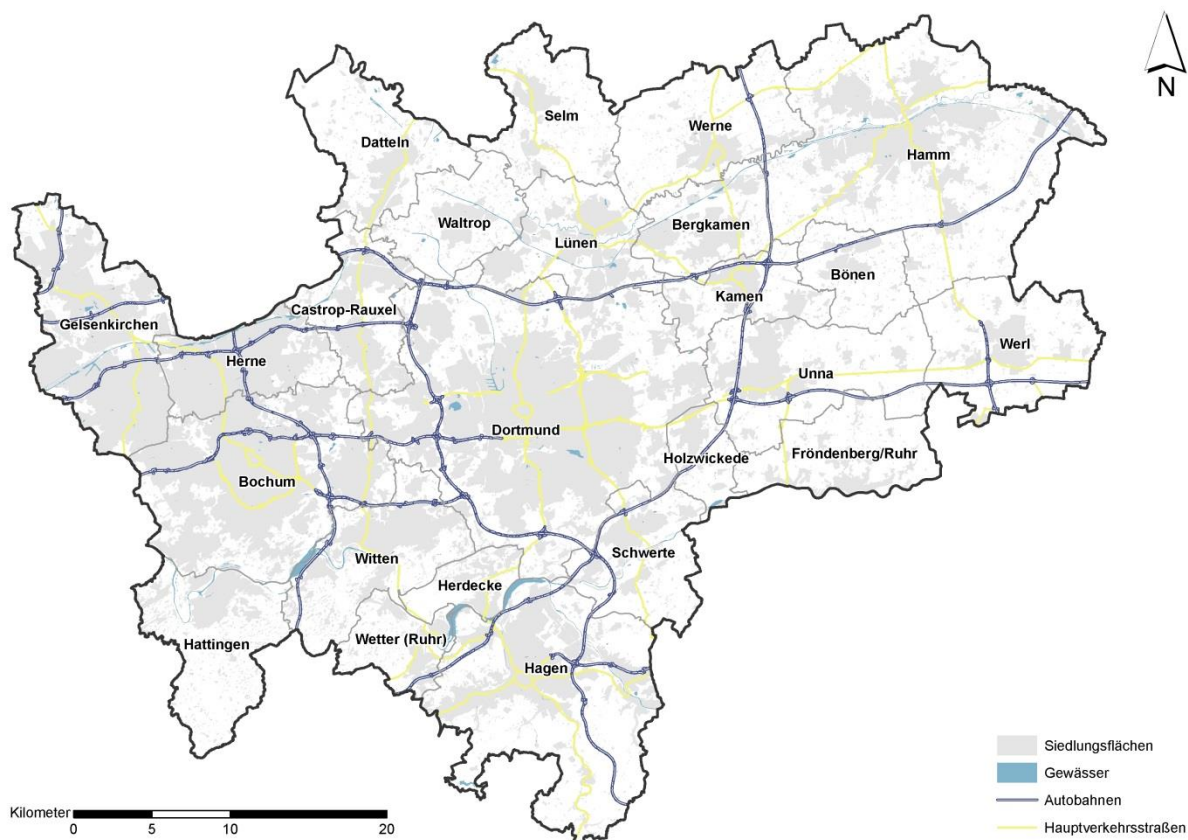
Regionale Einzelhandelskonzepte werden daher von der Landesplanung als wichtige informelle Steuerungsinstrumentarien anerkannt. In den Erläuterungen wird betont, dass der Grundsatz sich nur an REHK wendet, für die von allen beteiligten Gemeinden Beitrittserklärungen (d.h. entsprechende Ratsbeschlüsse) gefasst worden sind. Es wird darauf hingewiesen, dass REHK dazu dienen können, auf Basis einer freiwilligen Zusammenarbeit der unterschiedlichen Akteure in den Gemeinden, Vorhaben, die nicht mit den landesplanerischen Zielsetzungen vereinbar sind, zu verhindern oder zu modifizieren. Es bleibt leider offen, wie künftig die Aufgabenteilung auf der Landes-, Regional- und kommunaler Ebene organisiert werden soll sowie welche Unterschiede sich für Gemeinden ergeben, die einer Kooperation eines REHK angehören, gegenüber jenen, die nicht Mitglied eines REHK sind, um hier entsprechende Anreize zur Ausweitung und Vertiefung dieses Instrumentes zu schaffen.

4 Grundlagen und Analysen

4.1 Raumstrukturen

Der Untersuchungsraum umfasst im Regierungsbezirk Arnsberg die kreisfreien Städte Bochum, Dortmund, Hagen, Herne und Hamm, die Kommunen des Kreises Unna, die Städte Hattingen, Herdecke, Wetter und Witten im Ennepe-Ruhr-Kreis sowie die Stadt Werl im Kreis Soest. Aus dem Gebiet des Kreises Recklinghausen und somit aus dem Regierungsbezirk Münster kommen die Städte Castrop-Rauxel, Datteln⁵, Waltrop sowie das jüngste Mitglied, die Stadt Gelsenkirchen.

Karte 1: Siedlungsstruktur im Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung

⁵ Datteln befindet sich im Gaststatus (Stand Januar 2013)

4.2 Bevölkerungsentwicklung

Im Kooperationsraum lebten am 31.12.2011 rund 2,5 Mio. Einwohner. Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels wird bis 2025 ein Bevölkerungsrückgang auf rund 2,4 Mio. Einwohner prognostiziert. Mit rund 581.000 Einwohnern ist Dortmund die bevölkerungsstärkste Kommune, wohingegen Holzwickede die wenigsten Einwohner (rund 17.100) zählt.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in der Untersuchungsregion

Kommune	Einwohner* 30.06.2006	Einwohner** 31.12.2011	Veränderung** 2006 / 2011	Prognose** 01.01.2025
Bergkamen	51.995	50.267	-3,32	46.070
Bochum	384.492	373.976	-2,74	352.100
Bönen	19.142	18.439	-3,67	16.619
Castrop-Rauxel	77.407	74.935	-3,19	69.987
Datteln	36.452	35.512	-2,58	32.551
Dortmund	587.717	580.956	-1,15	570.500
Fröndenberg / Ruhr	22.816	21.712	-4,84	19.564
Gelsenkirchen	266.772	256.652	-3,79	239.800
Hagen	196.213	187.447	-4,47	168.000
Hamm	184.017	182.112	-1,04	179.900
Hattingen	56.706	55.388	-2,32	51.839
Herdecke	25.421	24.210	-4,76	21.173
Herne	170.448	164.244	-3,64	151.400
Holzwickede	17.491	17.103	-2,22	16.795
Kamen	45.777	44.217	-3,41	41.124
Lünen	89.803	87.061	-3,05	83.538
Schwerte	49.533	47.983	-3,13	45.098
Selm	27.477	26.747	-2,66	25.462
Unna	67.744	66.202	-2,28	64.412
Waltrop	30.002	29.511	-1,64	28.371
Werl	32.163	32.018	-0,45	29.667
Werne	30.571	29.793	-2,54	26.166
Wetter (Ruhr)	28.923	28.037	-3,06	26.128
Witten	100.422	97.819	-2,59	92.617
Untersuchungsraum	2.599.504	2.532.341	-2,58	2.398.881

* BBE Köln: Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche – Fortschreibung 2007

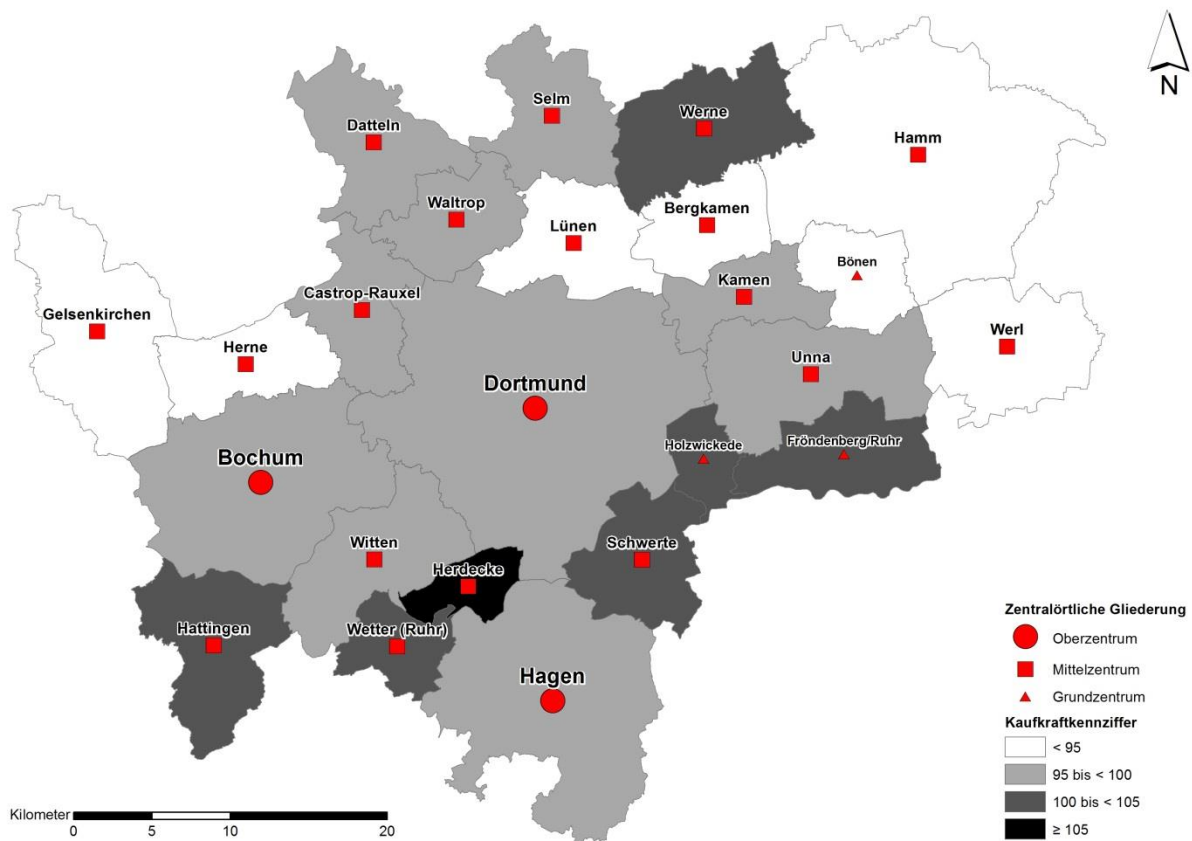
** Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Fortschreibung Stand 31.12.2011 (auf Basis der Volkszählung vom 25. Mai 1987)

Hinweis: Im Laufe der Bearbeitung der Fortschreibung des REHK wurden erste Ergebnisse des Zensus 2011 (Stand 9. Mai 2011) veröffentlicht. Dabei ergeben sich – auch für das Östliche Ruhrgebiet – z.T. erhebliche Abweichungen zur Fortschreibung der Bevölkerungszahlen mit Stand vom 31.12.2011. Bislang sind die Daten des Zensus 2011 noch nicht abschließend ausgewertet. Eine aktualisierte Bevölkerungsprognose liegt demnach auch noch nicht vor. Daher werden in Tabelle 1 die Daten der Fortschreibung (Stand 31.12.2011) dargestellt.

4.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an.

Karte 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Untersuchungsregion



Quelle: IFH Köln, 2012; Eigene Darstellung

Insgesamt bewegt sich das Kaufkraftniveau im Kooperationsraum des REHK leicht unterhalb des Indexwertes 100 (Bundesdurchschnitt). Lokale Schwankungen verdeutlicht Karte 2. Den mit Abstand höchsten Wert erreicht Herdecke (111). Auch die Kommunen Fröndenberg, Hattingen, Holzwickede, Schwerte, Werne und Wetter verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau > 100. Alle anderen Kommunen weisen ein unter dem Indexwert von 100 liegendes Niveau auf, wobei für Bergkamen mit 90 der niedrigste Wert zu verzeichnen ist.

Tabelle 2: Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in der Untersuchungsregion

Kommune	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Mio. Euro	
	2006*	2012**
Bergkamen	239	273
Bochum	1.970	2.203
Bönen	90	103
Castrop-Rauxel	382	437
Datteln	179	204
Dortmund	2.934	3.355
Fröndenberg / Ruhr	118	133
Gelsenkirchen	1.284	1.410
Hagen	1.004	1.096
Hamm	885	1.007
Hattingen	296	339
Herdecke	145	163
Herne	814	901
Holzwickede	93	108
Kamen	228	260
Lünen	428	482
Schwert	264	300
Selm	134	156
Unna	344	390
Waltrop	150	176
Werl	152	178
Werne	160	183
Wetter (Ruhr)	156	176
Witten	521	587
Untersuchungsraum	12.970	14.620

* BBE Köln: Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche – Fortschreibung 2007; Seite 14

** IFH RETAIL CONSULTANTS, Köln; 03/2012⁶

In der Zeit von 2006 bis 2012 ist eine Zunahme der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 12,97 Mrd. auf 14,62 Mrd. Euro zu verzeichnen.

⁶ Die Daten zu einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern bzw. zum Kaufkraftvolumen können in unterschiedlichen Untersuchungen jeweils auf Grundlage ihrer Quelle (u.a. GfK, IFH oder MB-Research) oder Ermittlungsmethode variieren. So können z.B. die in kommunalen Einzelhandelskonzepten angegebenen Werte von denen in Tabelle 2 abweichen.

4.4 Angebotsstruktur

In den 24 am REHK beteiligten Städten wurden rund 1.500 Einzelhandelsbetriebe (> 650 m² Gesamtverkaufsfläche) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 2,83 Mio. m² erfasst. Bezogen auf die gegenwärtige Einwohnerzahl (2,53 Mio. Einwohner) ergibt sich eine Ausstattung in Höhe von rund 1,12 m² / Einwohner allein durch Betriebe dieser Größenordnung.

**Tabelle 3: Verkaufsfläche nach Kommunen und Sortimentsschwerpunkt
(Betriebe ab 650 m² VKF; gerundete Werte)**

Kommune	Lebensmittel	Textil Schuhe	Warenhäuser	Elektro	Bau- u. Gartenmärkte	Möbel Einrichtung	Sonstige	Gesamt
Bergkamen	27.900	3.700	3.300	2.000	25.700	10.400	5.200	78.200
Bochum	123.300	60.700	12.800	17.200	91.800	107.800	32.800	446.400
Bönen	6.200	-	-	-	-	-	700	6.900
Castrop-Rauxel	33.200	3.600	1.200	3.500	10.000	20.200	2.900	74.600
Datteln	13.600	6.000	-	-	21.500	4.100	1.900	47.100
Dortmund	216.400	81.200	34.600	21.600	114.300	101.800	65.300	635.200
Fröndenberg / Ruhr	6.100	-	-	-	1.500	-	700	8.300
Gelsenkirchen	78.600	28.800	9.800	11.600	38.800	35.200	15.200	218.000
Hagen	63.600	23.400	16.100	11.700	56.900	28.700	14.200	214.600
Hamm	63.100	19.000	9.600	7.300	63.800	22.900	8.600	194.300
Hattingen	11.900	4.500	1.400	2.800	27.800	3.100	1.500	53.000
Herdecke	8.400	1.900	-	-	3.400	-	-	13.700
Herne	49.100	10.400	2.000	1.900	33.000	39.800	11.100	147.300
Holzwickede	7.300	3.000	-	-	-	5.300	1.900	17.500
Kamen	15.900	2.600	-	1.600	15.900	26.800	5.400	68.200
Lünen	27.300	12.800	-	4.800	37.200	9.000	7.500	98.600
Schwerte	20.000	4.400	1.200	2.000	27.700	8.100	5.900	69.300
Selm	10.600	700	-	-	2.600	-	4.200	18.100
Unna	15.800	5.400	6.200	2.800	29.800	43.400	2.700	106.100
Waltrop	9.400	700	2.000	-	5.400	-	2.900	20.400
Werl	13.000	3.700	-	-	18.600	48.800	1.800	85.900
Werne	10.200	1.600	1.600	-	9.100	9.000	-	31.500
Wetter (Ruhr)	9.200	700	-	-	-	-	800	10.700
Witten	37.700	6.500	7.500	2.900	44.000	56.600	12.600	167.800
Untersuchungsraum	877.800	285.300	109.300	93.700	678.800	581.000	20.5800	2.831.700

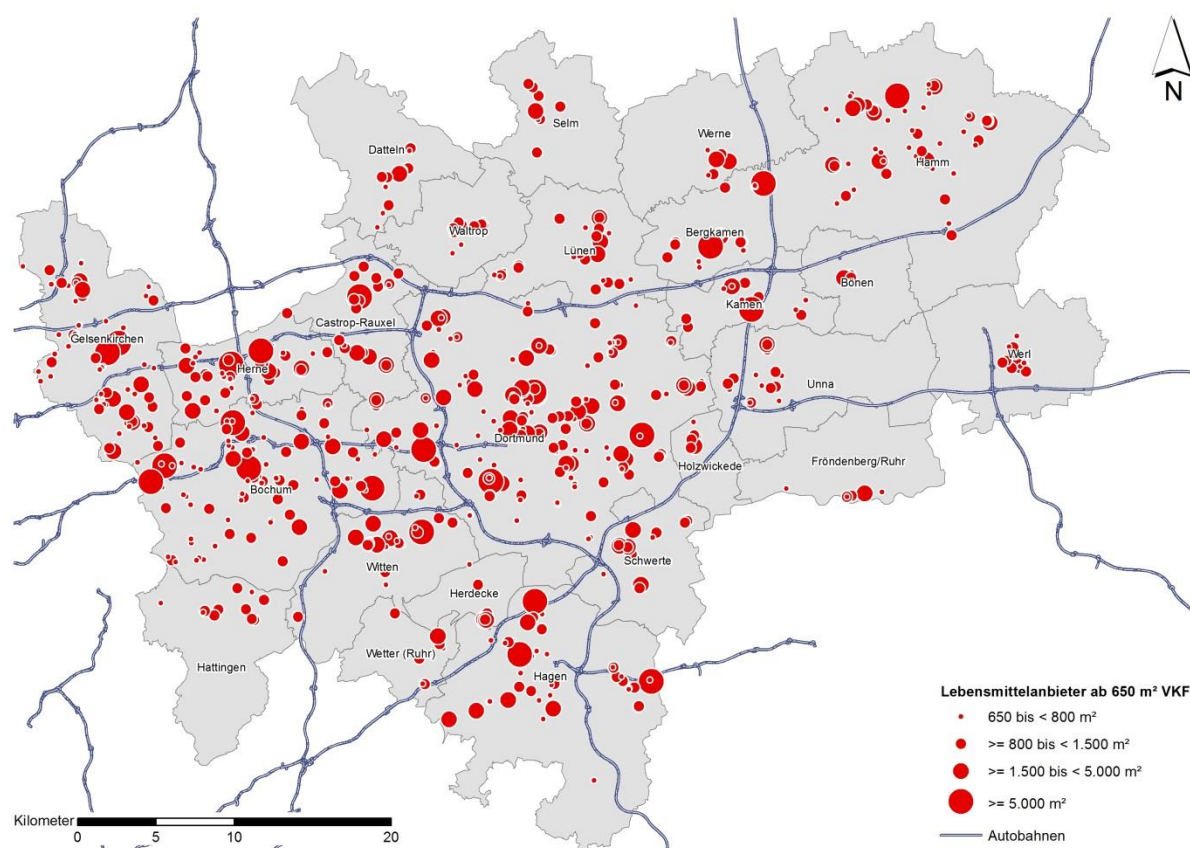
Quelle: IHK / Kommunen / eigene Erhebung, 2012

* Hinweis: Im März 2013 wurde ein Baumarkt mit rund 9.450 m² Verkaufsfläche in Selm, Münsterlandstraße eröffnet.

Deutlich überdurchschnittlich ausgestattet sind vor allem jene Kommunen, in denen – neben großflächigen Betriebstypen wie beispielsweise SB-Warenhäuser und Bau- und Gartenmärkten – die großen Möbelhäuser in der Region angesiedelt sind. Dazu zählen mit Verkaufsflächenausstattungen von 1,54 bis 2,68 m² / Einwohner Kamen, Bergkamen, Unna, Witten und Werl. Vergleichsweise niedrige Verkaufsflächenausstattungen zeigen sich dagegen tendenziell für Kommunen mit geringen Einwohnerzahlen, wie Bönen, Fröndenberg (Ruhr), Herdecke oder Wetter (Ruhr). Sie weisen Werte zwischen 0,32 bis 0,43 m² Verkaufsfläche / Einwohner auf.

Die fünf einwohnerstärksten Kommunen im Untersuchungsraum – Dortmund, Bochum, Gelsenkirchen, Hagen und Hamm – umfassen einen Bevölkerungsanteil von rund 62 %, gleichzeitig entfallen auf diese rund 1,7 Mio. m² bzw. rund 61 % Gesamtverkaufsfläche der Betriebe mit Verkaufsflächen ab 650 m² im Untersuchungsraum. Bei den Sortimentsschwerpunkten dominieren die durch großflächige Betriebe geprägten Warengruppen Bau-, Garten und Möbelmarktsortimente, außerdem Nahrungs- und Genussmittel sowie insbesondere in den größeren Städten die Warengruppe Bekleidung.

Karte 3: Lebensmittelanbieter ab 650 m² Verkaufsfläche



Quelle: IHK / Kommunen / eigene Erhebung; eigene Darstellung

Hinweis: Dargestellt sind Lebensmittelanbieter ab einer Gesamtverkaufsfläche von 650 m² inkl. Getränkemärkte

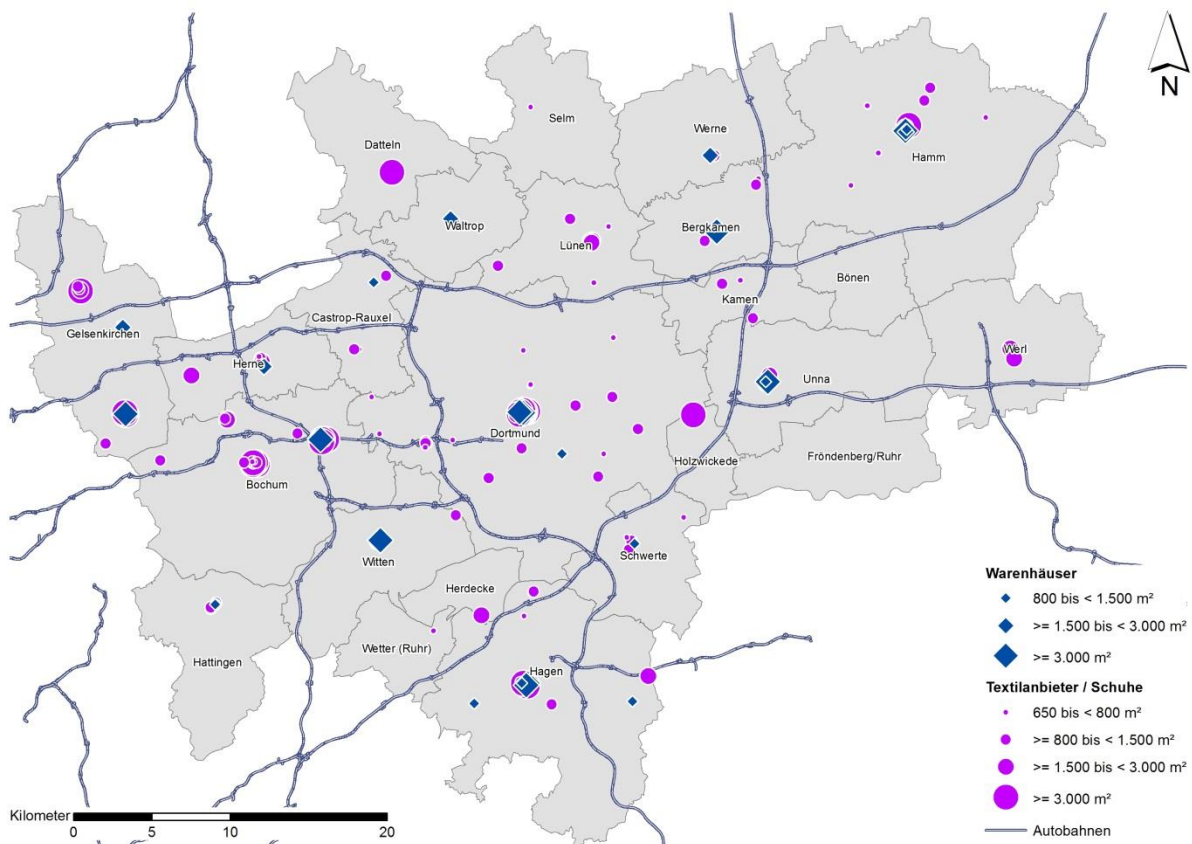
Entsprechend ihrem Schwerpunkt auf Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden Lebensmittel zum einen in den zentralen Versorgungsbereichen zum anderen aber auch möglichst in inte-

grierten Lagen, wohnortnah angeboten. Es zeigt sich ein Bild einer nach Größenklassen differenzierten, feinmaschigen Angebotsstruktur.

Im Gegensatz dazu konzentrieren sich – erwartungsgemäß – Textilanbieter und Warenhäuser als typische Frequenzerzeuger und Magnetbetriebe in den Haupt- und Nebenzentren der Kommunen.

Bei insgesamt geringerer Anbieterzahl gilt dies (überwiegend) auch für Elektronikfachmärkte und sonstige Anbieter (darunter Sportartikel und Bücher).

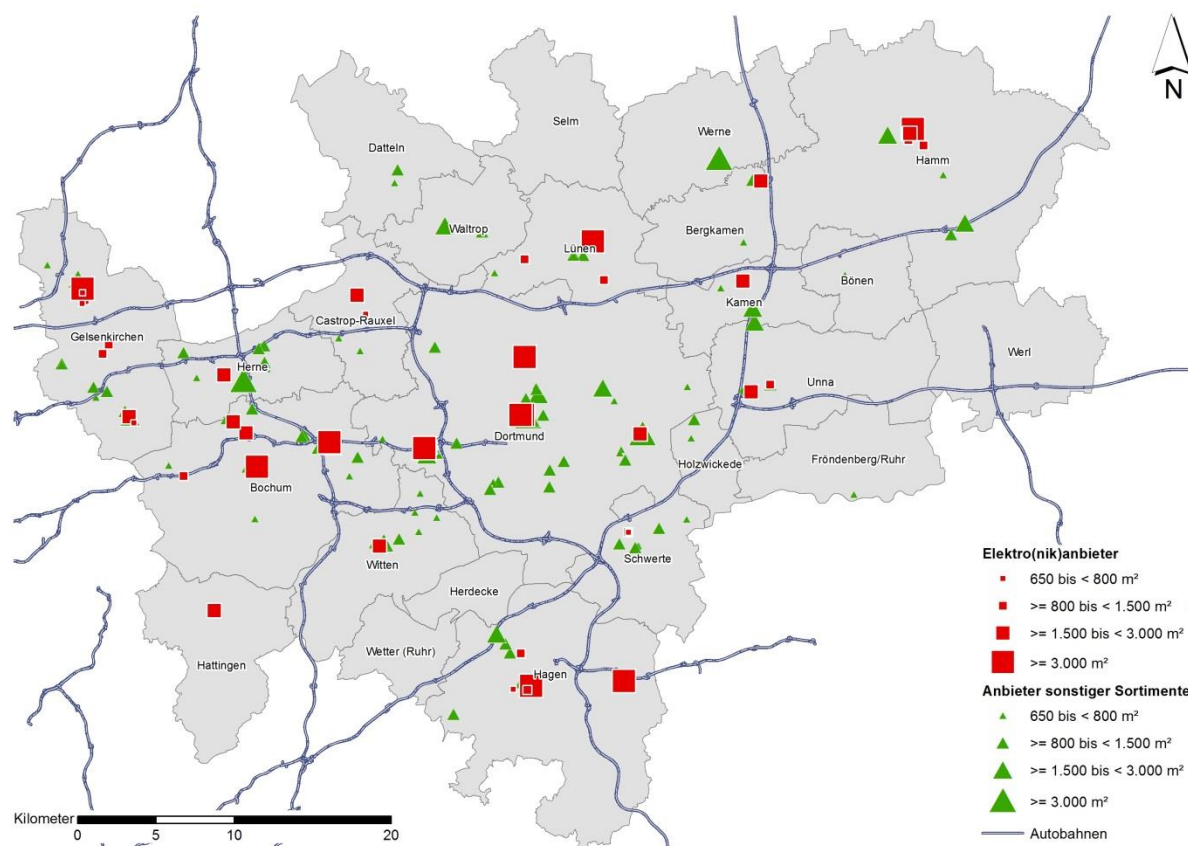
Karte 4: Textilanbieter und Warenhäuser ab 650 m² Verkaufsfläche



Quelle: IHK / Kommunen / eigene Erhebung; eigene Darstellung

Hinweis: Unter Textil-/Schuhanbietern sind Betreiber mit den Hauptsortimenten Bekleidung, Schuhe und/oder Lederwaren dargestellt.

Karte 5: Elektroanbieter / Anbieter sonstiger Sortimente ab 650 m² Verkaufsfläche



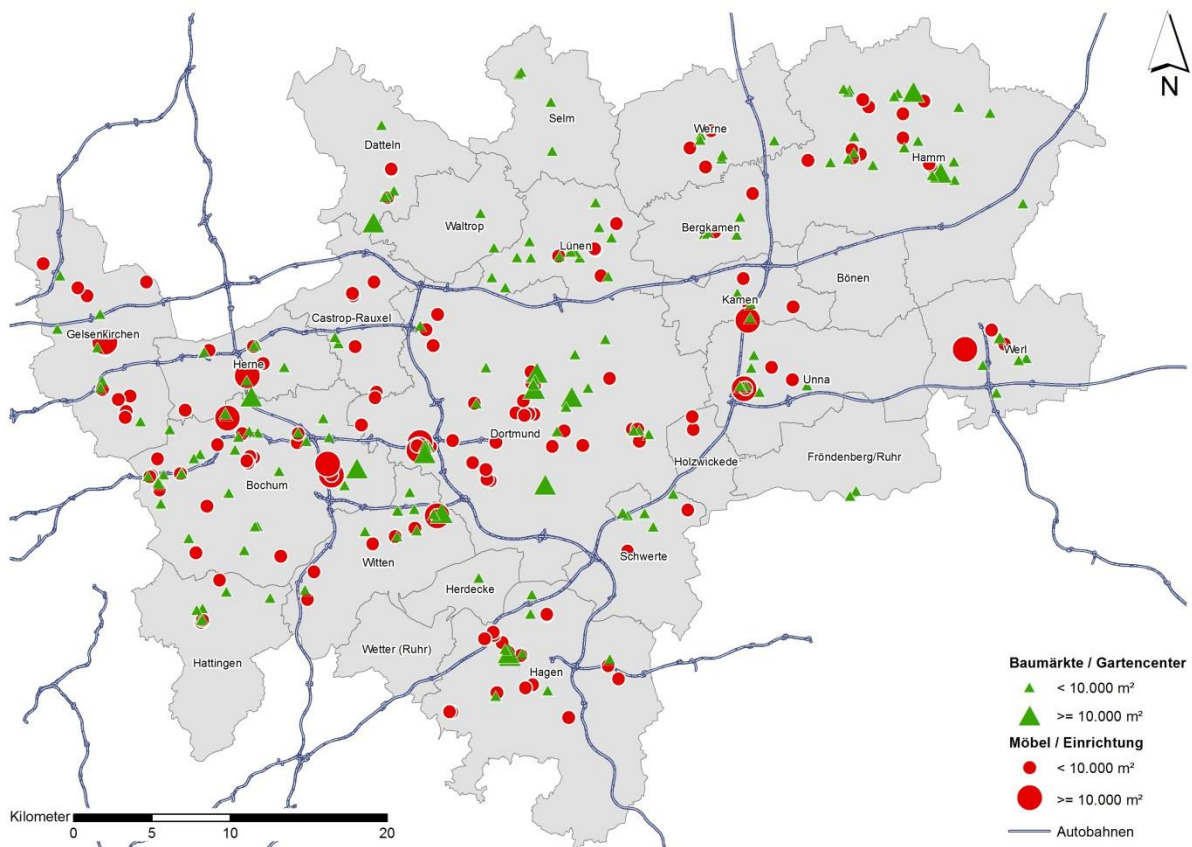
Quelle: IHK / Kommunen / eigene Erhebung; eigene Darstellung

Hinweis: Unter Anbieter sonstiger Sortimente fallen Betriebe mit folgenden Sortimentsschwerpunkten: Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Drogerieartikel, Kosmetik, Parfümerie, Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz; Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltsgegenstände; Haus-, Tisch-, Bettwäsche; Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen, Antiquitäten; PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; Schnittblumen/Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere; Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente; Sportartikel/Fahrräder/Camping sowie auch Betriebe ohne besonderen Schwerpunkt (z.B. 1 € Shops)

Bei den Möbel- und Einrichtungshäusern, Baumärkten und Gartencentern erreicht ein relativ hoher Anteil der Betriebe Verkaufsflächen von mehr als 10.000 m². Darunter sind einige sehr große Anbieter wie Turflon (Werl), Zurbrüggen (Unna, Herne), Ostermann (Witten), Hardeck (Bochum) und IKEA (Dortmund, Kamen). Künftig gehört außerdem zu dieser Kategorie das Möbelhaus Finke in Hamm.

Auch bei den Bau- und Gartenmärkten zeigt sich eine Tendenz zu immer größeren Gesamtverkaufsflächen und eine Konzentration auf vergleichsweise wenige Anbieter an gut erreichbaren Standorten. Knapp 9 % der Anbieter (> 650 m² Gesamtverkaufsfläche) weisen hier Verkaufsflächen von mehr als 10.000 m² auf.

Karte 6: Möbel / Einrichtung, Baumärkte / Gartencenter ab 650 m² Verkaufsfläche



Quelle: IHK / Kommunen / eigene Erhebung; eigene Darstellung

5 Ziele und Steuerungsregeln

Eine wesentliche Aufgabe des REHK ist die qualitative und quantitative Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zur Sicherung und Stärkung der Versorgungsstruktur in der Region unter besonderer Berücksichtigung der städtischen Zentren. Dabei stehen eine vertrauensvolle Kommunikation und eine einvernehmliche Zusammenarbeit im Kooperationsraum im Vordergrund dieser Zielsetzung. Als Vorbild für städtebauliche und siedlungsstrukturelle Entwicklungen dient dabei von Anfang an die „Europäische Stadt“ mit einer Konzentration von Einzelhandel, Kultur, Gastronomie, öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie auch Wohnnutzungen.

Inhaltlich stützt sich das REHK auf folgende konzeptionellen Bausteine:

1. **Ziele**, die in abstrakter Form die übergeordnete Intention beschreiben (vgl. dazu Kapitel 5.1),
2. **übergeordnete Steuerungsregeln**, die den Rahmen für die Einordnung von Einzelhandelsvorhaben in die Konzeption geben (vgl. dazu Kapitel 5.2) und
3. die **Prüfkriterien**, die mit den konzeptionellen Grundlagen (z.B. Standortstruktur und regionale Sortimentsliste) zur Bewertung regional bedeutsamer Einzelhandelsvorhaben herangezogen werden (vgl. dazu Kapitel 5.3.3).

Im Rahmen der Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit der Ansiedlung, Erweiterung oder Verlagerung regional bedeutsamer Einzelhandelsvorhaben bzw. auf dem Weg zum Regionalen Konsens ist die Einhaltung sowohl der Ziele und Steuerungsregeln als auch der Prüfkriterien nachzuweisen.

Im Sinne des REHK sind Vorhaben als regional bedeutsam einzustufen, sobald sie, allein betrachtet aber ggf. auch im Rahmen einer Einzelhandelsagglomeration, eine überörtliche Bedeutung entwickeln, d.h. absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. Zentrenstruktur mindestens einer Nachbarkommune zu erwarten sind.

Im **Konsensverfahren** (vgl. dazu Kapitel 6.3) wird zunächst geprüft, ob ein Vorhaben die vereinbarten Prüfkriterien insgesamt erfüllt. Ist dies der Fall kann der regionale Konsens festgestellt und im Plenum beschlossen werden. Werden die Prüfkriterien insgesamt nicht erfüllt, ist zunächst kein regionaler Konsens möglich. Erfüllt ein Vorhaben dennoch die definierten Prüfkriterien zum Teil und kann die Vorhabenkommune daneben nachweisen, dass die Ziele und Steuerungsregeln des REHK grundsätzlich eingehalten werden, kann - nach entsprechender Erörterung im Plenum - ein Vorhaben gebilligt werden. Diese Billigung ist im Plenum zu beschließen. Für die jeweiligen Beschlüsse gelten die Regeln zur Abstimmung über einen Regionalen Konsens, welche in der Geschäftsordnung konkretisiert werden.

5.1 Ziele

Die zentralen Versorgungsbereiche sind ein prägendes Merkmal einer jeden Kommune. Sie bestimmen in besonderem Maße die Ausstrahlungskraft der Städte und Gemeinden. Der Einzelhandel ist dabei seit jeher eine tragende Säule der Nutzungsstruktur. Daher nimmt die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und ihre potenziellen Auswirkungen auf die Zentren- und Versorgungsstruktur sowohl in den Kommunen als auch in der Region bzw. im Kooperationsraum im Östlichen Ruhrgebiet und den angrenzenden Bereichen eine herausragende Rolle ein. Hinsichtlich der Sicherung und vor allem auch Stärkung der Versorgungsstrukturen in der Region bilden folgende Ziele den übergeordneten Rahmen für künftige Entwicklungen:

1. Stärkung der hierarchisch gegliederten polyzentralen Struktur unter besonderer Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche

Wesentlich für die Ausstrahlungskraft der einzelnen Kommunen bzw. der Region sind konkurrenzfähige und attraktive Zentren, die in ein hierarchisch gestuftes Zentrensystem eingebunden sind. Die Kommunen in der Region weisen unterschiedliche städtebauliche und siedlungsstrukturelle Voraussetzungen auf, die nicht zuletzt auch die Eigenart der Zentren prägen. Es besteht nach wie vor in vielen städtischen Zentren Handlungsbedarf, diese zu stärken, denn die Entwicklung der Zentren ist weiterhin von den Begleiterscheinungen des Strukturwandels in der Region im Allgemeinen und des Einzelhandels im Besonderen geprägt. Eine bedeutende Rolle spielt dabei die Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandelsangebotes in den zentralen Versorgungsbereichen, denn die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich ist vorrangig in der räumlichen Dichte und Vielfalt des Einzelhandels- und Nutzungsangebotes begründet, das seiner Versorgungsaufgabe entspricht.

2. Großflächige Einzelhandelsvorhaben innerhalb und außerhalb städtischer Zentren sind städtebaulich und insbesondere auch regional verträglich zu gestalten

Es ist das Anliegen einer jeden Kommune, großflächige Einzelhandelsvorhaben, vor allem mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, in den zentralen Versorgungsbereichen zu stärken und zu entwickeln. Daneben kommt Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, wie Möbel-, Bau- und Gartenmärkten, an dezentralen Standorten eine besondere Bedeutung zu, da sie aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs häufig nicht in die gewachsenen Zentrenstrukturen zu integrieren sind und sie darüber hinaus ein großes, regionales Einzugsgebiet aufweisen. An dezentralen Standorten müssen sich daher vor allem die zentrenrelevanten Randsortimente im Sinne des Zentrumschutzes den nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten deutlich unterordnen und sind somit entsprechend zu begrenzen.

3. Ansiedlungen, Erweiterungen oder Verlagerungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sollen nach einheitlichen Kriterien bewertet werden. Regional konsensfähige Planungen sollen schneller und mit weniger Abstimmungsaufwand realisiert werden.

Regional bedeutsame Vorhaben sollen in einem informellen Verfahren, frühzeitig eingeordnet und bewertet werden. Dazu werden einvernehmlich, einheitliche Kriterien definiert. Das anschließende Planungsverfahren wird bei konsensfähigen Vorhaben erleichtert, der damit verbundene Abstimmungsbedarf wird reduziert.

4. Stärkung einer flächendeckenden, wohnortnahen Grundversorgung (Sortimente der kurzfristige Bedarfsdeckung)

Ein möglichst engmaschiges Nahversorgungsnetz, das das Zentrensystem in der Region ergänzt, soll die wohnungsnahe Grundversorgung sichern und stärken. Standortentscheidungen zu Einzelhandelsansiedlungen mit Angeboten des täglichen Bedarfs haben im Regelfall keine regionale Bedeutung, dennoch soll hier ein einheitlicher Qualitätsmaßstab zur Schaffung einer abgestuften und ausgewogenen Grundversorgungsstruktur angelegt werden (vgl. dazu Kapitel 6.3.3, IV.).

5. Investitions- und Planungssicherheit soll gewährleistet werden.

Die Ziele, Steuerungsregeln und Prüfkriterien des regionalen Einzelhandelskonzeptes bieten einen Orientierungs- und Beurteilungsrahmen für Einzelhandelsvorhaben in der Region. Durch eine konsequente Umsetzung wird eine Planungs- und Investitionssicherheit für Investoren, Projektentwickler und Betreiber gewährleistet. Dennoch beinhaltet in jedem wirtschaftlichen System eine Investition immer ein unternehmerisches Risiko. Die Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Vereinbarungen zum REHK will in diesem Zusammenhang nicht den Wettbewerb verhindern, sondern dient stadtentwicklungsplanerischen Zielen. Das heißt Wettbewerb wird an städtebaulich sinnvolle Standorte gelenkt, mit dem Ziel der Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung der Versorgungsstruktur. Dies impliziert einen Schutz der Zentren vor ruinösem Wettbewerb.

5.2 Übergeordnete Steuerungsregeln

Eine nachhaltig angelegte Sicherung der Entwicklung der Zentren- und Versorgungsstruktur in der Region bedarf einer zielgerichteten Einzelhandelssteuerung. Dabei sind die demographischen Entwicklungen mit den damit verbundenen, tendenziell geringeren Kaufkraftpotenzialen vor dem Hintergrund des nach wie vor fortschreitenden Verkaufsflächenwachstums, besonders zu berücksichtigen. Für die Städte und Gemeinden in der Region - wie auch bundesweit - bedeutet dies, dass zusätzliche Verkaufsflächen, durch neue Anbieter oder Erweiterungen bestehender Betriebe bewusst mit Blick auf die künftige Entwicklung der Kommunen bzw. der zentralen Versorgungsbereiche, errichtet werden sollen. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter im Hinblick auf mögliche kommunale wie auch übergemeindliche (regionale) städtebauliche Auswirkungen voraus. Neuansiedlung, Verlagerung, Umnutzung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben sollen dabei der Sicherung und Stärkung der Versorgungs- und Zentrenstrukturen dienen. Dabei ist neben den Entwicklungszielen für zentrale Versorgungsbereiche vor allem auch die städtebauliche Bedeutung von Ergänzungsstandorten des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels und der wohnungsnahen Grundversorgung zu berücksichtigen. Unter regionalen Gesichtspunkten geht es vor allem um den großflächigen Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche). Dabei dürfen aber auch klein-

flächige Vorhaben außerhalb der Zentrenstruktur im Rahmen von Einzelhandelsagglomerationen oder in ihrer Summenwirkung nicht außer Acht gelassen werden. Die diesbezüglich notwendige Steuerungsstrategie wird in den folgenden Steuerungsregeln zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels formuliert. Sie ist wesentliche Grundlage zur Ableitung der Prüfkriterien im Rahmen des REHK. Dementsprechend sind städtebauliche Planungen und Maßnahmen in den Kommunen auszurichten.

5.2.1 Steuerungsregel 1: Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind gemäß §11 (3) Baunutzungsverordnung Kern- oder Sondergebiete auszuweisen. Im Sinne des LEP NRW dürfen entsprechende Vorhaben nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden⁷.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen in zentralen Versorgungsbereichen liegen. Dabei muss ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches und der maximalen Größenordnung des Vorhabens hergestellt werden.

5.2.2 Steuerungsregel 2: Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind gemäß §11 (3) Baunutzungsverordnung Kern- oder Sondergebiete auszuweisen. Im Sinne des LEP NRW dürfen entsprechende Vorhaben nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden⁸.

Die (Neu-)Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten kann innerhalb zentraler Versorgungsbereiche erfolgen, sofern eine städtebauliche und funktionale Verträglichkeit hergestellt werden kann. Im Übrigen besteht die Möglichkeit, entsprechende Vorhaben auch in dezentralen Lagen zu realisieren, dabei dürfen von ihnen jedoch keine negativen Auswirkungen auf die Funktion zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur ausgehen. Insbesondere der Anteil und die Verkaufsflächengröße zentrenrelevanter Randsortimente haben Auswirkungen auf die städtischen Zentren, die sich in Form einer Schwächung oder gar Verlustes der Funktion darstellen können. Ein entsprechender Ausschluss bzw. eine Begrenzung bestimmter zentrenrelevanter Randsortimente ist somit unabdingbar.

⁷ Im Planungsfall kann eine Umwandlung von GIB (Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich) in ASB (Allgemeiner Siedlungsbereich) stattfinden. Läuft ein entsprechendes Verfahren, ist beim Antrag auf regionalen Konsens darauf hinzuweisen.

⁸ siehe Fußnote 7

5.2.3 Steuerungsregel 3: Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Das Versorgungsnetz der nahversorgungsrelevanten Sortimente ist unter Berücksichtigung einer möglichst wohnungsnahen Versorgung feinmaschiger ausgerichtet als die Struktur der städtischen Zentren. Jede Kommune – unabhängig von ihrer Größe bzw. regionalen Versorgungsbedeutung – hat den Anspruch, die Grundversorgung ihrer Bevölkerung selbst bereit zu stellen. Daher ist es erforderlich, dass die Dimensionierung entsprechender Einzelhandelsbetriebe bzw. Standorte auf die kommunale Versorgung bzw. die Versorgung entsprechender Teilräume ausgerichtet ist.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen sich in zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzend in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen befinden. In zentralen Lagen muss ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs und der maximalen Größenordnung des Planvorhabens hergestellt werden⁹. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen sich Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage befinden und nur zugelassen werden, wenn sie der räumlichen Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung dienen und keine negativen Auswirkungen auf bestehende bzw. zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind¹⁰.

Eine Kaufkraftabschöpfung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente aus Nachbarkommunen, insbesondere durch die Ansiedlung von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben im Bereich von Gemeindegrenzen, soll nur in Ausnahmefällen, z.B. bei Versorgungslücken, im beiderseitigen Interesse und unter Ausschluss von negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereich bzw. auf die sonstige Versorgungsstruktur, erfolgen.

Gemäß der Zielsetzung des LEP NRW dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i.S.v. gemäß §11 (3) Baunutzungsverordnung nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden¹¹.

5.2.4 Steuerungsregel 4: Einzelhandelsagglomerationen

Grundsätzlich sind in der Region negative städtebauliche bzw. schädliche Auswirkungen durch Einzelhandelsagglomerationen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstruktur zu vermeiden. In der Planungspraxis sind Vorhaben, die eine Neuansiedlung darstellen von bestehenden Standorten, die eine Veränderung / Erweiterung erfahren sollen

⁹ Als Maßstab soll dabei beispielsweise bei der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ein maximal ausgeglichenes Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis im zu versorgenden Bereich für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel angenommen werden.

¹⁰ Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben i.S.v. § 11 (3) BauNVO sind diesbezüglich Auswirkungen auf die „Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet“ und „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu berücksichtigen.

¹¹ siehe Fußnote 7

zu unterscheiden. In jedem Fall ist bei der Bestimmung, ob es sich um eine Einzelhandelsagglomeration handelt das Umfeld des Standortes mit einzubeziehen.

Bei Neuansiedlungen gilt:

- Einzelhandelsagglomerationen sind mit Überschreiten einer Gesamtverkaufsfläche von 800 m² wie ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben zu bewerten.
- Das bedeutet auch, dass die zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der vorhabenbezogenen Gesamtverkaufsfläche und insgesamt maximal 2.500 m² Verkaufsfläche zu beschränken sind.

Während diese Bedingungen bei Neuansiedlungen eindeutig, unter Berücksichtigung der Ziele, Steuerungsregeln und Prüfkriterien, umsetzbar sind, ergeben sich für bestehende Standorte besondere Anforderungen an die Einzelhandelssteuerung (u.a. vor dem Hintergrund Bestandsschutz, Entschädigungsansprüche). Besonders virulent sind regelmäßig wiederkehrende - auch kleinflächige – Veränderungen insbesondere Erweiterungen („Salamitaktik“) an bestehenden bzw. sich dadurch entwickelnden Agglomerationsstandorten.

- Im Sinne des REHK sind Bewertungen von Vorhaben zu Einzelhandelsagglomeration an bestehenden Standorten immer wieder unter Berücksichtigung der Gesamtsituation am Standort vorzunehmen.
- Bei bestehenden Standorten ist eine Einzelfallbetrachtung somit unabdingbar.
- Die Kommunen sollen städtebauliche Entwicklungskonzepte erarbeiten, wie mit Einzelhandelsagglomerationen in ihrem Gemeindegebiet umzugehen ist und so entsprechende Grundlagen zur bauplanungsrechtlichen Umsetzung der Ziele und Steuerungsregeln des REHK schaffen.

Einzelhandelsagglomerationen werden für die Prüfung von Vorhaben im Rahmen dieses Konzeptes wie folgt definiert:

Einzelhandelsagglomerationen sind Ansammlungen mehrerer, selbstständiger Einzelhandelsbetriebe, die in enger Nachbarschaft zueinander liegen und die jeweils für sich betrachtet auch unter der Schwelle der Großflächigkeit im Sinne des § 11 (3) Satz 1 Nr. 2 BauNVO bleiben können, aber in ihrer Gesamtheit / räumlichen Konzentration schädliche Auswirkungen wie bei Vorhaben i.S. des § 11 (3) BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die (Nah-) Versorgungsstruktur haben können.

Erläuterungen:

Es gibt verschiedene Typen von Agglomerationen. Diese können aus

- kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben,

- großflächigen und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie
- großflächigen Einzelhandelsbetrieben

bestehen.

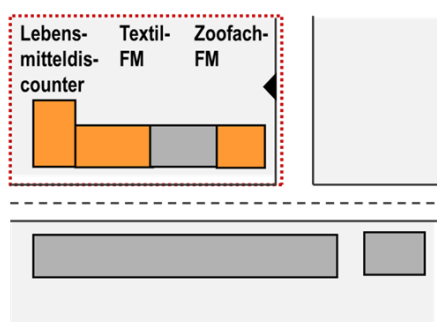
Einzelhandelsagglomerationen können durch

- Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben,
- Veränderungen im Bestand oder
- Erweiterungen vorhandener Standorte entstehen.

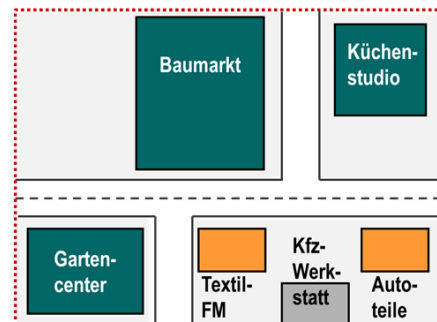
Als häufig anzutreffendes Beispiel für eine gewachsene Agglomeration kann der Typus mit großflächigen und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben mit unterschiedlichen Sortiments-schwerpunkten (siehe Abbildung 8) herangezogen werden. Bei einer Agglomeration mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben (im Beispiel: Möbelfachmärkte) handelt es sich häufig um Neuplanungen, die durch vorhabenbezogene Bebauungspläne im Planungsfall gefasst werden können, während bei bestehenden bzw. wachsenden Agglomerationen i.d.R. besonders die Bestandssituation zu berücksichtigen ist (vgl. dazu Steuerungsregel 5)

Abbildung 8: Typen von Einzelhandelsagglomerationen

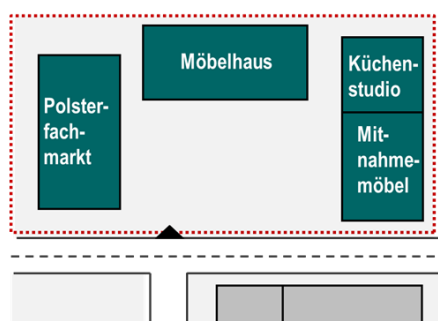
Agglomeration aus kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus kleinflächigen und großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Erläuterungen

- großflächiger Einzelhandel
- kleinflächiger Einzelhandel
- kein Einzelhandel
- Agglomeration
- ◀ Zufahrt

Quelle: eigene Darstellung

Spezifische Fallkonstellationen stellen sich dabei in der Praxis im Hinblick auf die Grundstückseigentumsverhältnisse und Betreiber dar. So gehören beispielsweise im Bereich der Möbelbranche häufig mehrere Häuser an einem Agglomerationsstandort einem Betreiber

(und Grundstückseigentümer). Typische Fachmarkttagglomerationen setzten sich dagegen aus verschiedenen Betriebstypen, in unterschiedlichen Gebäuden mit unterschiedlichen Betreibern und zudem auch häufig differenzierten Grundstückseigentumsverhältnissen zusammen. In Ihrer Wirkung auf den Kunden stellen sie sich als eine Einheit dar (z.B. Indupark Dortmund, Hannibal Bochum). Im Sinne des Zentrenschutzes wäre es zielführend, Agglomerationsstandorte in ihrer Gesamtheit zu betrachten und eine Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente auf 10 % bzw. max. 2.500 m² (insgesamt) anzustreben. Dem Anspruch, bei Agglomerationen die Randsortimente für alle Betriebe insgesamt mit einer absoluten Verkaufsflächenobergrenze - wie bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb - zu belegen, wird aufgrund der Rechtsprechung, eine Grenze gesetzt (vgl. dazu Urteil des BVerwG vom 3.4.2008, AZ 4 CN 3.07 „Windhundrennen“). Demnach sind Regelungen zur Einzelhandelssteuerung in Bebauungsplänen vorhabenbezogen zu treffen, um Nachteile für Einzelne zu vermeiden. Ansonsten besteht die Gefahr, dass bei Ungleichbehandlung Entschädigungsansprüche gegenüber den Kommunen geltend gemacht werden können.

Die überörtliche bzw. regionale Ausstrahlung von Agglomerationen ist abhängig von der Verkaufsflächengröße insgesamt, dem angebotenen Warensortiment und der Standortsituation (Größe der Gemeinde, Situation des örtlichen Einzelhandels). Die Praxis belegt aber auch, dass nicht nur von großflächigen Einzelhandelsbetrieben städtebaulich schädliche oder negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstruktur ausgehen können, sondern durchaus auch ein Steuerungsbedarf für kleinflächige Betriebe besteht. Dabei nehmen Einzelhandelsagglomerationen eine besondere Rolle ein. Es ist höchst richterlich bestätigt, dass raumordnerische Wirkungen bei räumlicher Konzentration mehrerer nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe wie bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum anzusehen sind. „Mit der Folge, dass die für Einzelhandelsgroßprojekte geltenden Ziele auch auf Agglomerationssachverhalte anzuwenden sind“ (vgl. dazu: Urteil des BVerwG 4. Senat vom 10.11.2011 (AZ 4 CN 9/10), Rn. 6).

Im Einzelfall ist bei der Bewertung eines Vorhabenstandortes außerhalb zentraler Versorgungsbereiche immer auch das Umfeld in die Betrachtungen mit einzubeziehen und zu prüfen, ob eine Einzelhandelsagglomeration vorliegt, dabei ist es irrelevant, ob die einzelnen Einzelhandelseinrichtungen gleichzeitig oder nacheinander entstanden sind (oder entstehen sollen). In eine **Einzelhandelsagglomeration** sind Einzelhandelsbetriebe einzubeziehen, die

- städtebaulich, funktional bzw. aus Sicht des Kunden aufeinander bezogen gelten, somit
- eine wechselseitige Ergänzung der Sortimente und / oder
- sonstige Synergieeffekte (etwa gemeinsame Nutzung von Werbeanlagen, Zufahrten oder Stellplätzen) erkennen lassen.

Außerdem soll, insbesondere bei gleichzeitig und / oder einheitlich geplanten Vorhaben mit mehreren Gebäuden, geprüft werden, ob die Einzelhandelsagglomeration die Anforderungen an ein **Einkaufszentrum** erfüllt. Da dieses wie auch sonstige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 (3) Satz 1 BauNVO als typisierende Nutzungsart definiert ist, ergeben sich spezifische Festsetzungsmöglichkeiten (u.a. Gesamtverkaufsfläche, sortimentsspezifische Verkaufsflä-

chen, Begrenzung der Randsortimente) für ein Sondergebiet Einkaufszentrum¹². Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 27. April 1990 (AZ 4 C 16.87) definiert ein Einkaufszentrum wie folgt (eigene Hervorhebungen):

*„In Übereinstimmung auch mit dem allgemeinen Sprachgebrauch ist ein Einkaufszentrum im Rechtssinne nur dann anzunehmen, wenn eine räumliche Konzentration von Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe - zumeist in Kombination mit verschiedenartigen Dienstleistungsbetrieben - vorliegt, die entweder einheitlich geplant ist oder sich doch in anderer Weise als "gewachsen" darstellt [...] Im Regelfall wird es sich um einen **einheitlich geplanten, finanzierten, gebauten und verwalteten Gebäudekomplex** handeln“.*

*„Ein "Zusammenwachsen" mehrerer Betriebe zu einem "Einkaufszentrum" setzt [...] außer der erforderlichen räumlichen Konzentration [...] weitergehend voraus, dass die einzelnen Betriebe **aus der Sicht der Kunden als aufeinander bezogen**, als durch **ein gemeinsames Konzept** und durch **Kooperation miteinander verbunden in Erscheinung** treten. Diese Zusammenfassung kann sich in organisatorischen oder betrieblichen Gemeinsamkeiten, wie etwa in gemeinsamer Werbung unter einer verbindenden Sammelbezeichnung, dokumentieren.“*

Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 1. August 2002 (AZ 4 C 5.01) mit Bezug auf das Designer-Outlet-Center (DOC) in Zweibrücken greift die obige Formulierung auf und ergänzt sie um die Feststellung, dass ein **beschränktes Branchenspektrum** einer Einstufung als Einkaufszentrum nicht entgegensteht. Durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 04. April 2008 (AZ 4 CN 3.07) wurde ergänzend klargestellt, dass auch eine **bauliche Zusammenfassung der einzelnen Betriebe in einem zusammenhängenden Gebäudekomplex ("unter einem Dach")** für das Vorliegen eines Einkaufszentrums nicht zwingend ist.

5.2.5 Steuerungsregel 5: Bestandsschutz

Die Steuerungsregeln 1-4 gelten in Verbindung mit den Prüfkriterien als „Ansiedlungsregeln“ zur Einordnung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben. Sie betreffen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen, d.h. die Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Betrieben.

In diesem Zusammenhang führt die Frage des Bestandsschutzes in unterschiedlichen Fallkonstellationen immer wieder zu Diskussionen. In der Bewertung von Vorhaben ergeben sich Konflikte, wenn der baugenehmigte und der ausgeübte Bestand nicht übereinstimmen bzw. das beabsichtigte Vorhaben mit dem baugenehmigten Bestand nicht kompatibel ist. Im Sinne des REHK gilt grundsätzlich:

¹² vgl. zum Themenkomplex auch: Bishopink, O. (2012): Die Steuerung des Einzelhandels über Sondergebietsfestsetzungen. In: Kruse, Stefan (Hrsg.): Handbuch Einzelhandel. Bonn, S. 135-158.

Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wären, gilt mindestens der „**passive**“ **Bestandsschutz**. **Dieser bezieht sich auf den baugenehmigten Bestand und die genehmigte Funktion¹³. Er erfasst grundsätzlich nicht Bestands- und Funktionsänderungen** und erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung¹⁴.

Verlagerungen und Veränderung der Nutzung (Vergrößerung oder Verkleinerung der Verkaufsfläche, Veränderung der Sortimentsstruktur) von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben, welche aus Betreibersicht im Allgemeinen im Sinne einer Standortsicherung beantragt werden, sind auf Grundlage der Gesamtsituation (Bestand + Planung)¹⁵ nach den Prüfkriterien zu prüfen. Bei Verlagerungen sollte immer auch ein besonderes Augenmerk auf Altstandorte gerichtet werden. Diese sind zur Vermeidung negativer städtebaulicher Auswirkungen zentrenverträglich – auch mit der Option einer nicht einzelhandelsbezogenen Nutzung – zu überplanen.

Die spezifische und oftmals auch komplizierte bauplanungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Sachlage, kann die Anwendung der Prüfkriterien einschränken und macht Entscheidungen und Abwägungen vor dem Hintergrund der Ziele des REHK unabdingbar.

¹³ Erläuternd wird darauf hingewiesen, dass es sich hier um den baugenehmigten Bestand (gemäß Baugenehmigung) und nicht um den bauplanungsrechtlich zulässigen Bestand (gemäß Bebauungsplan) handelt!

¹⁴ vgl. dazu auch: Kuschnerus, U. (2004): Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung, Münster, Rn. 390.

¹⁵ Die höchstrichterliche Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex (Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 - 4 B 72/05 (VGH Mannheim)) fordert, dass bei der Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes, die kein selbstständiges, abtrennbares Vorhaben, sondern vielmehr eine Änderung einer baulichen Anlage darstellt, das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt geprüft werden muss. Somit ist hierbei nicht allein die Erweiterung in eine Wirkungsanalyse einzustellen, sondern auch der Bestand entsprechend zu bewerten bzw. einzubeziehen.

6 Konzept

Zur wesentlichen Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung in der Region gehört die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Städte im Kooperationsraum sowie eine zentrenverträgliche Entwicklung von Ergänzungsstandorten für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Ausgehend von den Zielen und Steuerungsregeln baut das Regionale Einzelhandelskonzept dabei auf der regionalen Standortstruktur sowie einem Sortimentskonzept auf und definiert im Weiteren klare Regeln zur Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsvorhaben (Prüfkriterien).

In der Region liegen für fast alle Gemeinden kommunale (Einzelhandels-)Konzepte bzw. Masterpläne vor. In der Regel haben sich diese Konzepte im Zusammenhang mit der Einordnung und Bewertung von Einzelhandelsvorhaben und als Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels bewährt und wurden bzw. werden in vielen Fällen aktualisiert und fortgeschrieben. In den meisten Kommunen wurden die Einzelhandelskonzepte vom Rat beschlossen oder zumindest zur Kenntnis genommen und bilden somit einen verbindlichen Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung in den Gemeinden.

Ein wesentlicher Baustein kommunaler Einzelhandelskonzepte ist die Definition der Standortstruktur. Dabei werden zentrale Versorgungsbereiche nach Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren klassifiziert und räumlich abgegrenzt sowie in den meisten Fällen außerdem Ergänzungsstandorte für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen. In Abhängigkeit vom Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet, der Verkaufsflächengröße und den Angebotsschwerpunkten entwickeln die Zentren jeweils eine unterschiedliche regionale Ausstrahlungskraft.

Im Rahmen des Sortimentskonzeptes findet eine Auseinandersetzung mit der Einstufung nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente statt. Da bei der Aufstellung von Sortimentslisten die örtlichen Verhältnisse in den Kommunen zu berücksichtigen sind, kann es auf Grundlage der Rechtsprechung keine allgemeingültige Liste für den Kooperationsraum „Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“ geben. Ziel ist es daher Übereinstimmungen und örtliche Differenzierungen der kommunalen Listen in Form einer regionalen Liste aufzuzeigen. Darüber hinaus werden Empfehlungen zu zulässigen Kern- und Randsortimenten für Bau-, Möbel- und Gartenmärkte gegeben, die hinsichtlich eines regionalen Konsenses zu berücksichtigen sind.

6.1 Standortstruktur

Im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung des REHK wird darauf verzichtet, eine „eigene regionale“ Zentrenhierarchie festzulegen. Unter dem Gesichtspunkt der regionalen Bedeutsamkeit werden für die Darstellungen im Rahmen des REHK die Ebenen der Haupt- und Nebenzentren sowie bestehende Ergänzungsstandorte ab einer Größe von 5.000 m² als Grundlage für das Standortsystem übernommen. Damit verbunden ist gegenüber dem früheren REHK der Verzicht der Ausweisung der sogenannten (teil-)regional bedeutsamen Ergän-

zungsstandorte als eigenständige Kategorie im Kooperationsraum des REHK, da die Ausweisung dieser Standortkategorie u.a. als Privilegierung jener Kommunen, die über solche verfügten, empfunden wurde und diesen vorrangig Entwicklungsperspektiven eingeräumt wurden.

Im Sinne der Rechtsprechung sind Haupt- bzw. Innenstadtzentren und Nebenzentren wie folgt gekennzeichnet:

- Innenstadtzentren, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten werden.
- Nebenzentren, die einen mittleren Einzugsbereich, zumindest bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig ein zumindest breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird.

Im Kooperationsraum des REHK gibt es 26 Hauptzentren und 53 Nebenzentren (vgl. dazu Karte 8 sowie Tabelle und Standortprofile im Anhang). Den Nahversorgungszentren kommt in der Regel eine örtliche, auf die Kommune bzw. den Nahbereich ausgerichtete und nicht eine regionale Bedeutung zu, daher werden diese im Rahmen des REHK nicht dargestellt.

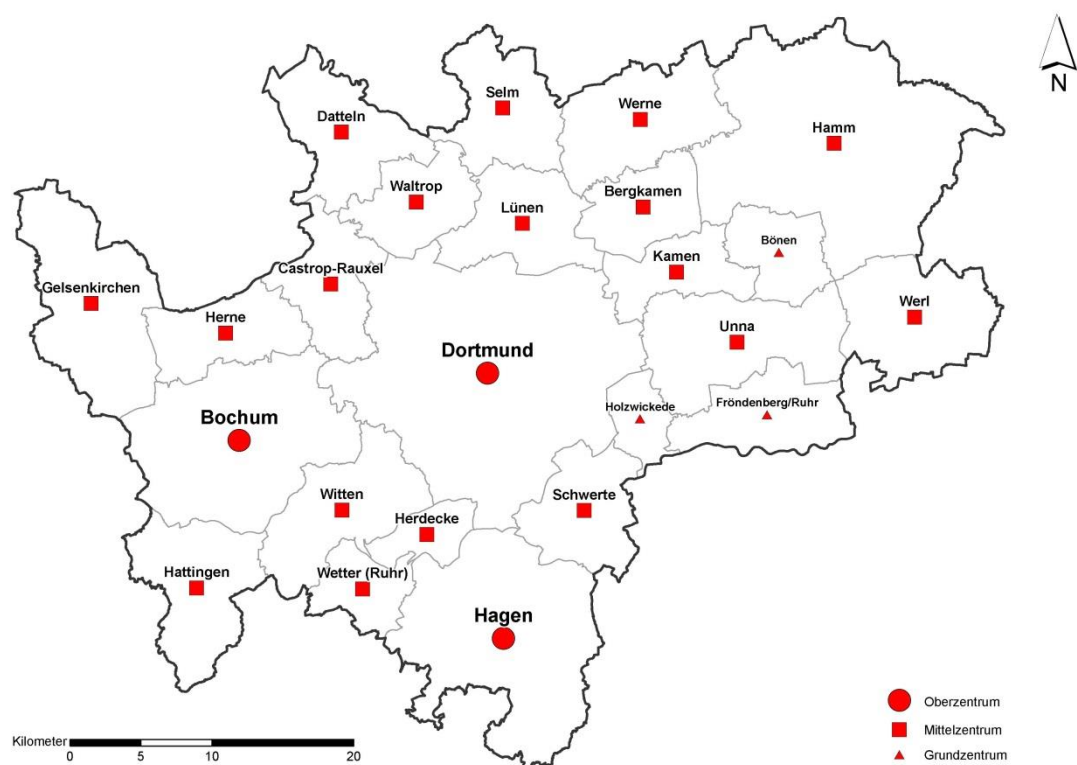
Bei den ausgewiesenen Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels (vgl. dazu Karte 9) handelt es sich um Einzelstandorte und Agglomerationen von zumeist großflächigen Betrieben ab einer Gesamtverkaufsfläche von 5.000 m². Diese befinden sich überwiegend in städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Diese Standorte übernehmen mit einem schwerpunktmäßigen Besatz an nicht-zentrenrelevantem, großflächigem Einzelhandel zum einen eine ergänzende Funktion gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten. Einige Ergänzungsstandorte¹⁶ treten allerdings durch ihre z.T. nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebote in Konkurrenz zu zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Nahversorgungsstandorten. Sie weisen idealtypisch¹⁷ folgende Charakteristika auf:

- gesamtstädtische(s) und z.T. überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, hoher Anteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels,
- nur vereinzelt, zu vergleichbaren Standorten Wettbewerb gegeben,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i.d.R. kein oder nur geringes Dienstleistungsangebot.

¹⁶ Entsprechende Ergänzungsstandorte mit zentrenrelevantem und nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt sind mit den Zielen, Steuerungsregeln und Prüfkriterien (als Neuansiedlungen) i.d.R. nicht vereinbar. Sie besitzen lediglich Bestandsschutz (vgl. dazu Steuerungsregel 5).

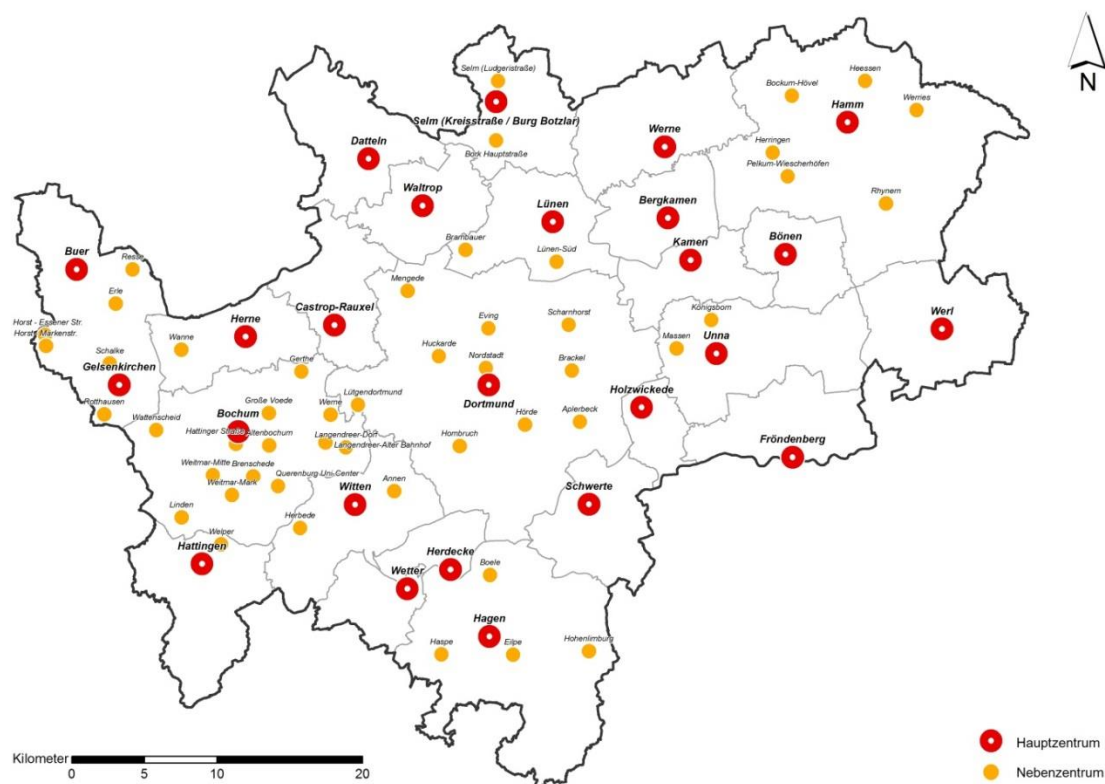
¹⁷ Zielvorstellung bei Neuansiedlung bzw. Grundlage für die Einordnung von Entwicklungen an bestehenden Standorten

Karte 7: Zentralörtliche Gliederung der Kommunen



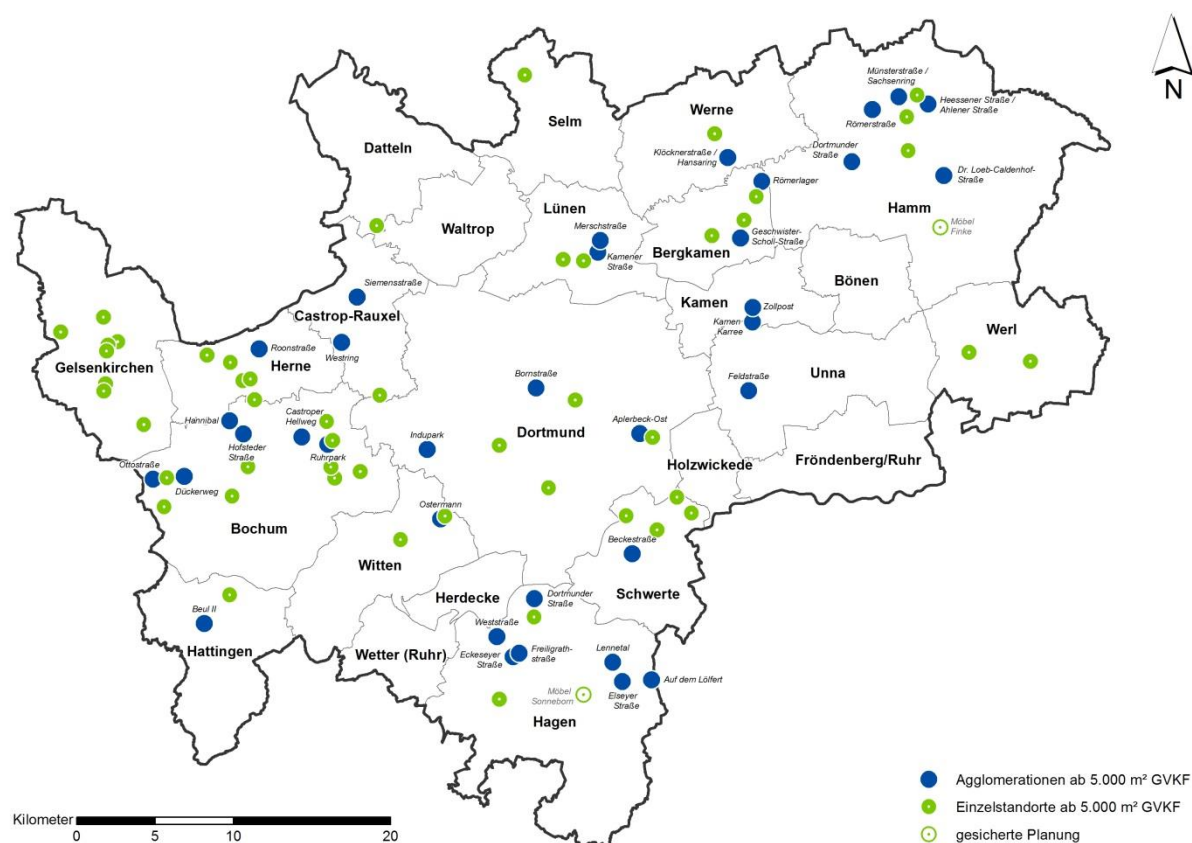
Quelle: eigene Darstellung

Karte 8: Zentrale Versorgungsbereiche gemäß kommunaler Einzelhandelskonzepte (ohne Nahversorgungszentren)



Quelle: eigene Darstellung mit Bezug auf Kommunale Einzelhandelskonzepte der Kommunen im Östlichen Ruhrgebiet und angrenzenden Bereichen; (vgl. dazu Tabelle im Anhang Kapitel 9.1)

Karte 9: Ergänzungsstandorte ab 5.000 m² Verkaufsfläche



Quelle: eigene Darstellung; (vgl. dazu Tabelle im Anhang Kapitel 9.2 und 9.3)

6.2 Sortimentslisten

Gemeinsam mit den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und der sonstigen Entwicklungsbereiche sowie den hierfür zu formulierenden Empfehlungen stellen kommunale Sortimentslisten ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in den Gemeinden dar. Für die Anwendung der Steuerungsregeln sowie Prüfkriterien des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzenden Gemeinden ist eine Auseinandersetzung mit der Differenzierung zwischen nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von Relevanz. Dabei ist zu berücksichtigen, dass eine regionale Sortimentsliste einen informellen Charakter besitzt und an dieser Stelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Zuordnung der Sortimente gegenüber den ortsspezifischen Sortimentslisten aufweist. Im Verfahren zum Regionalen Konsens ist, bei der Zuordnung der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente zur Bestimmung der Größenordnung eines Vorhabens, die Sortimentsliste der Vorhabengemeinde maßgeblich. Bestimmte Sortimente können allerdings in der Vorhabengemeinde und den potenziell betroffenen (Nachbar-)Gemeinden im Einzugsgebiet eines Vorhabens hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz unterschiedlich eingestuft sein (siehe Sortimente mit örtlicher Spezifikation in der Regionalen Sortimentsliste, Tabelle 4). Im Falle einer landesplanerischen und städtebaulichen Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO sind immer die beschlossenen, örtlichen Sortimentslisten heranzuziehen, die einen Bezug zu den spezifischen Verhältnissen

aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzen. Bei der Erstellung einer Wirkungsanalyse sind daher mögliche schädliche Auswirkungen immer für die jeweils als zentrenrelevant eingestuften Sortimente in den potenziell betroffenen Kommunen zu untersuchen.

Bei der Erstellung der örtlichen Sortimentslisten und somit auch einer regionalen Sortimentsliste sind gemäß des LEP NRW Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel (Entwurf, Stand: 17.04.2012) die darin definierten zentrenrelevanten Leitsortimente von den Gemeinden zu beachten. Die Leitsortimente wurden auf der Grundlage einer Analyse der Verteilung der ortstypischen Verkaufsflächen nach Lagen innerhalb und außerhalb nordrhein-westfälischer Gemeinden sowie der Auswertung vorliegender ortstypischer Sortimentslisten gutachterlich ermittelt. Die Leitsortimente wurden durch eine Generalisierung der untersuchten Warengruppen festgelegt¹⁸. Sie prägen in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte sowie der Innenstädte bundesweit. Dies gilt somit auch für die Innenstädte im Kooperationsraum „Östliches Ruhrgebiet und angrenzenden Bereiche“. In ihrem Zusammenspiel leisten die Leitsortimente einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes. Nicht zuletzt aufgrund ihrer Magnetfunktion tragen sie sehr wesentlich zur Belebung (Passantenfrequenz) sowie Attraktivität der Innenstädte bei.

Folgende Leitsortimente gemäß LEP NRW (Anlage 1) sind stets als zentrenrelevant einzustufen:

Zentrenrelevante Leitsortimente (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Zentrenrelevante Leitsortimente

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

¹⁸ Vgl. dazu Junker und Kruse: Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels; Dortmund, Juni 2011

Für den Untersuchungsraum ergibt sich eine differenzierte Betrachtung einzelner (Teil-) Sortimente aus den Warengruppen **Sportartikel** und **Einrichtungsartikel** sowie **Elektrogroßgeräte (weiße Ware)**, **Zoologischer Bedarf**, **lebende Tiere** (ohne Heim- und Kleintierfutter) bzw. Heim- und Kleintierfutter. Dabei ist festzuhalten, dass in der bislang heranzuziehenden Sortimentsliste des REHK (in der Fassung von 2007) folgende Sortimente mit räumlicher Differenzierung ausgewiesen wurden:

- Angelartikel
- Campingartikel (Zelte und Zubehör)
- Reitsport
- Fahrräder und Zubehör

- Zoologischer Bedarf und lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter)

- Heimtextilien (Teppicherzeugnisse)

Eine Analyse vorliegender örtlicher Sortimentslisten zeigt, dass die Gruppe der räumlich differenzierten Sortimente insbesondere um Sortimente aus der Warengruppe Wohneinrichtungs- und Sportartikel zu erweitern ist. Dabei handelt es sich um folgende Sortimente:

- Boote und Zubehör
- Jagdbedarf
- Waffen und Zubehör
- Sportgroßgeräte

- Heimtextilien (Raumdekoration)
 - Gardinen und Zubehör
 - Matratzen und Bettwaren
- Wohnraumleuchten

Die regionale Sortimentsliste für den Kooperationsraum des REHK spezifiziert die Leitsortimente gemäß LEP NRW. Damit wird zum Ausdruck gebracht, dass die Ziele der Stärkung der gewachsenen Zentrenstruktur sowie der zentrenverträglichen Steuerung des regional bedeutsamen Einzelhandels mitgetragen werden. Bei der Gegenüberstellung der kommunalen Listen der Gemeinden im Kooperationsraum ergibt sich die in Tabelle 4 dargestellte Einordnung zentrenrelevanter, nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente. Darüber hinaus werden örtlich spezifizierte Sortimente¹⁹ ausgewiesen. Diese Regionale Sortimentsliste soll als Richtschnur für die Aufstellung der örtlichen Sortimentsliste der Kommunen im Kooperationsraum dienen. Sie kann im Konsensverfahren bei der Einordnung der Sortimente zusätzlich zur kommunalen Liste herangezogen werden. Eine örtliche Über-

¹⁹ Bei der Erstellung einer kommunalen Sortimentsliste ist auf die örtliche Situation abzustellen. Ein Sortiment kann in der Sortimentsliste einer Kommune beispielsweise als zentrenrelevant eingestuft, während das gleiche Sortiment in einer anderen Kommune als nicht-zentrenrelevant eingestuft wird. Diese Sortimente werden in der Regionalen Sortimentsliste der Kategorie der „Sortimente mit örtlicher Spezifikation“ zugeordnet. Dazu zählen z.B. Zoologische Artikel oder Fahrräder und Zubehör. Zentrenrelevante Leitsortimente können nicht örtlich spezifiziert werden.

prüfung ist aus rechtlicher Sicht geboten, Abweichungen sollen städtebaulich begründet werden.

Tabelle 4: Sortimentsliste des Östlichen Ruhrgebiets und angrenzender Bereiche (Übersicht im Rahmen des REHK)

Zentrenrelevante Sortimente
Nahversorgungsrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> – Nahrungs- und Genussmittel – Gesundheits- und Körperpflegeartikel – Schnittblumen

- Augenoptik
- Bekleidung
- Bücher
- Elektrokleingeräte und Zubehör
- Elektronik und Multimedia¹
- Glas / Porzellan / Keramik²
- Haushaltswaren³, Schneidwaren und Bestecke
- Haus-, Bett- und Tischwäsche
- Hörgeräte
- Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
- Künstler- und Bastelartikel
- Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
- medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel
- Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
- Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
- Papier, Büroartikel, Schreibwaren
- Schuhe
- Spielwaren / Modellbau⁴
- Sportartikel
- Sportbekleidung / Sportschuhe
- Uhren / Schmuck

Nicht-zentrenrelevante Sortimente (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)

- Baumarktspezifisches Sortiment⁵
- Bauelemente, Baustoffe, Holz
- Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse*
- Gartenhäuser
- Gartengeräte und –artikel⁶, Gartenmöbel und Polsterauflagen
- Heizungen / Kamine / Kachelöfen
- Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör^{7, 8}
- Kraftfahrzeuge / Motorräder*
- Möbel⁹
- Pflanzen und Sämereien, Pflanzgefäße
- Rollläden und Markisen

Örtlich spezifische Einordnung

- Angelartikel
- Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen¹⁰
- Bodenbeläge (Einzelware)
- Boote und Zubehör
- Campingartikel und Zubehör¹¹
- Erotikartikel
- Elektrogroßgeräte
- Fahrräder und technisches Zubehör
- Gardinen und Zubehör
- Heimtextilien, Dekostoffe
- Heim- und Kleintierfutter¹²
- Jagdartikel
- Kinderwagen
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
- Reitsportartikel
- Sportgroßgeräte¹³
- Waffen
- Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter)

Erläuterungen

(Tabelle 4: Sortimentsliste des Östlichen Ruhrgebiets und angrenzender Bereiche)

* kein Einzelhandel im engeren Sinn

1. Unterhaltungselektronik und Zubehör, Tonträger; Telekommunikationselektronik und Zubehör; Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software; Fotoapparate und Zubehör, Videokameras und –geräte, Digitalkameras und Zubehör; Optische Artikel (ohne Augenoptik)
2. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
3. Haushaltswaren, Schneidwaren und Bestecke umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und –schüsseln
4. inkl. Sammelbriefmarken und -münzen
5. baumarktspezifisches Sortiment: Bad- / Sanitäreinrichtungen und –zubehör; Bodenbeläge, Teppichböden (Rollware); Eisenwaren / Beschläge; Elektrotechnisches Zubehör und Elektroinstallationszubehör; Farben / Lacke; Fliesen; Maschinen / Werkzeuge; Tapeten)
6. Gartengeräte / -artikel: Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und –zubehör; Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und –zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
7. Kfz-Zubehör inkl. Kindersitze
8. zum Caravanzubehör zählen u.a. Markisen, Vorzelte, Caravanheizungen
9. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
10. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche; Bettwaren umfassen u.a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
11. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u.a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
12. inkl. Hygieneartikel für Kleintiere
13. Sportgroßgeräte umfassen u.a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote

Teilsortimente aus der Warengruppe Sportartikel, wie Angelartikel, Boote und Zubehör, Campingartikel und Zubehör, Fahrräder und technisches Zubehör werden als Teilsortiment ausgegliedert und häufig aufgrund ihrer besonderen Angebotscharakteristika (u.a. Platzbedarf, Transportfähigkeit) als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Im Regionalen Einzelhandelskonzept (in der Fassung 2007) wurde eine Unterteilung in das nahversorgungsrelevante Teilsortiment **Heimtierfutter** sowie das Teilsortiment **zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heimtierfutter)** vorgenommen. Diese Differenzierung soll der Tatsache Rechnung tragen, dass speziell Heimtierfutter und auch Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere, häufig v.a. in Form eines Randsortiments in Lebensmittelmärkten angeboten werden und ein der Nahversorgung dienendes Sortiment darstellt, während dies auf übrige Zooartikel sowie lebende Tiere nicht zutrifft. Die Teilsortimente Heimtierfutter und Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere werden zum einen in entsprechenden Fachmärkten im Zusammenhang mit dem übrigen zoologischen Sortiment (Kernsortiment) angeboten und kommen in Lebensmittelmärkten nur als deutlich untergeordnete Randsortimente vor. In vielen Gemeinden im Untersuchungsraum liegt außerdem im Bestand auch das Gros der Verkaufsflächen der gesamten Warengruppe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. In der Praxis ergeben sich Zielkonflikte (hinsichtlich der Umsetzbarkeit) im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Zoofachmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, wenn das Sortiment zoologische Artikel, lebende Tiere (außer Heim- und Kleintierfutter) als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingeordnet wird, und gleichzeitig Heim- und Kleintierfutter als nahversorgungsrelevant bzw. zentrenrelevant eingestuft ist. In diesem Fall übersteigt das zentrenrelevante Randsortiment aufgrund der betriebstypischen Sortimentsstruktur nahezu regelmäßig die Schwelle von 10%. Bei eigener Ausweisung des Sortiments Heim- und Kleintierfutter als zentrenrelevant oder nahversorgungsrelevant ist dies zu bedenken.

Das Sortiment **Kinderwagen** war bislang in der Liste des REHK nicht vertreten, hat aber durchaus im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Babyfachmärkten oder auch Möbelmärkten einen gewissen Stellenwert erlangt, so dass nunmehr empfohlen wird, dieses als eigenes Sortiment in die Sortimentsliste aufzunehmen.

Das Sortiment **Erotikartikel** war bislang in der Liste des REHK nicht vertreten. Da es in einigen Kommunen, im Zusammenhang mit der bauplanungsrechtlichen Steuerung von Vergnügungsstätten, an Bedeutung gewonnen hat und als Sortiment in den Sortimentslisten aufgeführt wurde, wird es auch in der Sortimentsliste des REHK als örtlich spezifisches Sortiment berücksichtigt.

Zum Umgang mit der **Sortimentsbezeichnung Babyartikel** sei darauf hingewiesen, dass dies ein unspezifischer Begriff ist, der Sortimente aus unterschiedlichen Warengruppen / Sortimenten betrifft, die sowohl in der regionalen Liste bzw. in den folgenden Sortimentsabgrenzungen aufgeführt werden. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die Sortimente Drogerie- und Körperpflegeartikel, Spielwaren, Bekleidung und Möbel sowie Kinderwagen und Kinderautositze. Ein Babyfachmarkt oder eine entsprechende Fachabteilung ist unter dem Gesichtspunkt einer diesbezüglichen Differenzierung einzuordnen.

6.2.1 Betriebstypenspezifische Sortimentslisten

Es zeigt sich sowohl in der Ansiedlungspraxis als auch in der Definition der örtlichen Sortimentslisten eine Tendenz zur Ausdifferenzierung von Warengruppen und unterschiedlicher Einstufung von Teilsortimenten. Das mag aufgrund der Beschaffenheit der Sortimente in den Warengruppen Sportartikel oder Wohneinrichtungsartikel z.T. nachvollziehbar sein, führt aber letztendlich auch dazu, die Gruppe der zentrenrelevanten Sortimente zu verkleinern. Dies wiederum ist mit dem Ziel des Zentrumschutzes nicht vereinbar.

Gerade die großflächigen Anbieter an dezentralen Standorten, wie Bau- und Gartenmärkte oder Möbelmärkte, sehen sich einem besonderen Wettbewerbsdruck ausgesetzt und streben an, durch ein erweitertes Angebot, welches nicht mehr im sachlichen Zusammenhang mit dem Kernsortiment steht, Kunden anzulocken. Beispiele dafür sind Angebote Fahrräder im Baumarkt oder Unterhaltungselektronik im Möbelhaus.

Im Folgenden werden für die Betriebstypen **Bau-, Garten- und Möbelmärkte** i.S.d. REHK **zulässige und unzulässige Kern- und Randsortimente** definiert, welche bei entsprechenden Vorhaben zu beachten sind. Wie auch in der regionalen Sortimentsliste wurde hier die Kategorie der **Sortimente mit örtlicher Spezifikation** aufgegriffen. Die Definition des zulässigen Kernsortiments, des zentrenrelevanten Randsortiments und der unzulässigen Sortimente wird dabei als abschließend angesehen.

Im **Verfahren zum Regionalen Konsens** ist, bei der Zuordnung der zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente zur Bestimmung der Größenordnung eines Vorhabens, die **Sortimentsliste der Vorhabengemeinde** maßgeblich. Bei einer sich i.d.R. anschließenden Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO (bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben) sind die kommunalen Sortimentslisten der potenziell betroffenen Kommunen zu berücksichtigen, d.h. mögliche schädliche Auswirkungen sind immer für die jeweils als zentrenrelevant eingestuften Sortimente in den potenziell betroffenen Kommunen zu untersuchen.

Ziel soll es sein, dass die Kommunen im Rahmen der Feinsteuerung mit entsprechender Bauleitplanung i.S.v. § 11 (3) BauNVO sowohl die Gesamtverkaufsflächen als auch die sortimentsspezifischen Verkaufsflächen (insbesondere der zentrenrelevanten Randsortimente) sichern. Abgesehen von den Rahmenbedingungen für die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente (2.500 m² bei Einrichtungs- und Möbelmärkten sowie 1.500 m² bei Bau- und Gartenmärkten) bzw. Aktionswaren (vgl. dazu Kapitel 6.3.4) wird im Rahmen der Vereinbarung zum REHK keine Deckelung der Gesamtverkaufsfläche vorgeschlagen, soweit keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Daneben sind **nicht-zentrenrelevante Randsortimente** zulässig; für diese wird keine Verkaufsflächenobergrenze definiert. Sie müssen aber die Kriterien eines Randsortimentes erfüllen, d.h. im funktionalen Zusammenhang zum Kernsortiment stehen und quantitativ deutlich untergeordnet sein²⁰. So tritt die entsprechende

²⁰ Vgl. dazu: Kuschnerus, U.: Der standortgerechte Einzelhandel: Rd.Nr. 52: Das Merkmal der Unterordnung der Randsortimente lässt sich regelmäßig mit dem Anteil der Verkaufsfläche dieser Sortimente an der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes greifen. Ein allgemeingültiger Maßstab dürfte insoweit allerdings nicht darstellbar sein, vielmehr kann der Anteil im Einzelfall auch von der Gesamtgröße des Betriebes sowie der Art der Sorti-

Verkaufsfläche als eigenständiges (nicht-zentrenrelevantes) Randsortiment zum Kernsortiment sowie dem zentrenrelevanten Randsortiment (max. 1.500 m² bei Bau- und Gartenmärkten sowie sonstigen Fachmärkten bzw. 2.500 m² bei Möbelmärkten) hinzu.

In der Praxis sind neben Bau(-fach)-märkten und Gartenmärkten (bzw. Gartencentern) vor allem die sogenannten **Bau- und Gartenmärkte** anzutreffen. Diese stellen üblicherweise eine Kombination entsprechender Fachabteilungen (vgl. Seiten 52 und 53) mit den typischen Angeboten aus dem Bereich der bau- bzw. gartenmarktspezifischen Sortimente (ergänzt durch Randsortimente) dar. Die Sortimentsabgrenzung für die Fachabteilungen ist dabei entsprechend zu übernehmen. Die Verkaufsflächenobergrenze des zulässigen zentrenrelevanten Randsortiments bezieht sich auf den gesamten Betrieb. Die Ausnahme Backcafé bezieht sich dabei ebenfalls auf den Gesamtbetrieb.

mente abhängen. In der Praxis wird man zumeist davon ausgehen können, dass bei einem über 10 % liegenden Anteil an der Gesamtverkaufsfläche eher kein "Randsortiment" mehr vorliegt. ..."

Sortimentsabgrenzung Baumarkt (Erläuterungen zu den Sortimenten, siehe Tabelle 4)

Kernsortiment
<p>Bauelemente, Baustoffe, Holz Baumarktspezifisches Sortiment Heizungen / Kamine / Kachelöfen Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze) Rollläden und Markisen</p>
Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment
<p>Arbeitsbekleidung Arbeitsschuhe Bau- / Handwerk-Fachbücher, Fachzeitschriften Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Künstler- und Bastelartikel Schnittblumen Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel</p>
Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)
<p>Gartenhäuser, Gartengeräte und –artikel, Gartenmöbel und Polsterauflagen, Pflanzen und Sämereien, Pflanzgefäße Möbel</p>
Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation
<p>Bodenbeläge (Einzelware) Elektrogroßgeräte (hier: Einbaugeräte) Fahrradzubehör Gardinen und Zubehör Heimtextilien, Dekostoffe Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere) Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter, Hygieneartikel für Kleintiere)</p>
Unzulässige Sortimente
<p>Augenoptik Bekleidung (außer Arbeitsbekleidung) Bücher (außer Bau- / Handwerk-Fachbücher) Elektrokleingeräte und Zubehör Elektronik / Multimedia Erotikartikel Gesundheits- und Körperpflegeartikel Glas / Porzellan / Keramik Haus-, Bett- und Tischwäsche Hörgeräte Kinderwagen Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien Nahrungs- und Genussmittel* Papier / Büroartikel / Schreibwaren Schuhe (außer: Arbeitsschuhe) Spielwaren / Modellbau Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung, ohne Fahrradzubehör) Uhren, Schmuck</p>

* Ausnahme:

Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

Sortimentsabgrenzung Gartencenter (Erläuterungen zu den Sortimenten, siehe Tabelle 4)

Kernsortiment
Gartenartikel und –geräte Gartenhäuser Gartenmöbel und Polsterauflagen Pflanzen und Sämereien Pflanzgefäße
Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment
Arbeitsbekleidung Arbeitsschuhe Garten-Fachbücher, Fachzeitschriften Glas / Porzellan / Keramik (nur Vasen) Haus- Bett- und Tischwäsche Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke Kerzen Kunstblumen Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Künstler- und Bastelartikel Schnittblumen Zubehör für Blumengebinde
Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)
Bauelemente, Baustoffe, Holz (für den Garten)
Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation
Heimtextilien, Dekostoffe Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere) Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Unzulässige Sortimente
Augenoptik Bekleidung (außer Arbeitsbekleidung) Bücher (außer Garten-Fachbücher) Elektronik / Multimedia Elektronikleingeräte und Zubehör Erotikartikel Gesundheits- und Körperpflegeartikel Glas / Porzellan / Keramik (ohne Vasen) Hörgeräte Kinderwagen Kindersitze Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien Nahrungs- und Genussmittel* Papier / Büroartikel / Schreibwaren (außer: Postkarten, Servietten) Schuhe (außer: Arbeitsschuhe) Spielwaren / Modellbau Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung) Uhren, Schmuck

* Ausnahme:

Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

Sortimentsabgrenzung Möbelmarkt (Erläuterungen zu den Sortimenten, siehe Tabelle 4)

Kernsortiment
Möbel (Antiquitäten)
Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment
Einrichtungs-Fachbücher, Fachzeitschriften Glas / Porzellan / Keramik Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke Haus-, Bett- und Tischwäsche Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)
Bodenbeläge (Rollware) Farben, Lacke Tapeten
Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation
Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen Elektrogroßgeräte (= weiße Ware) Gardinen und Zubehör Heimtextilien / Dekostoffe Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Teppiche (Einzelware)
Unzulässige Sortimente
Bekleidung Bücher (außer Einrichtungs-Fachbücher) Elektronik, Multimedia Elektrokleingeräte und Zubehör Erotikartikel Gesundheits- und Körperpflegeartikel Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere) Hörgeräte Kinderwagen und Kindersitze Künstler- und Bastelartikel Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien Nahrungs- und Genussmittel* Papier / Bürobedarf / Schreibwaren Schnittblumen Schuhe, Lederwaren Spielwaren Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung) Uhren, Schmuck Zoologische Artikel, lebende Tiere

* Ausnahme:

Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

6.3 Abstimmung von Planvorhaben auf regionaler Ebene

Im Regionalen Einzelhandelskonzept steht vor allem eine Verständigung über regional bedeutsame Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels im Mittelpunkt des Interesses. Die Prüfkriterien stellen auf der einen Seite einen Bewertungsmaßstab für die Einordnung von Einzelhandelsvorhaben dar. Auf der anderen Seite soll das zugrunde liegende Verfahren zur Vereinfachung und Beschleunigung der formellen Abstimmungsprozesse beitragen. Die übergeordnete Zielsetzung der kommunalen Vereinbarung soll dabei fortgeführt werden. Sie umfasst folgende Aspekte:

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

6.3.1 Regionaler Konsens

Der Regionale Konsens wurde bereits in der ersten Fassung des REHK als wesentliches und steuerndes Instrument des Konzeptes eingeführt und hat sich grundsätzlich bewährt. Er dokumentiert die gemeinsame Haltung aller am Planungsprozess Beteiligten und soll zur einvernehmlichen Realisierung städtebaulich verträglicher Vorhaben beitragen. Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um ein informelles Verfahren handelt, dass eine landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO nicht ersetzt.

Der Regionale Konsens bezieht sich bei der regionalen Abstimmung über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben auf gemeinsame Ziele zur Einzelhandelsentwicklung und auf die Bewertung regional bedeutsamer Vorhaben. Diese sollen nach vereinbarten Kriterien beurteilt werden.

Voraussetzung für einen Regionalen Konsens im Einzelfall ist die Verständigung über dessen fachliche Grundlagen. Im Sinne einer Selbstbindung der Kooperationskommunen soll das REHK durch jeweiligen Ratsbeschluss manifestiert werden.

Hierzu zählen die

- Ziele und Steuerungsregeln des Regionalen Einzelhandelskonzeptes
- die wechselseitige Anerkennung der definierten zentralen Versorgungsbereiche
- die Verständigung über die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente
- die Vereinbarungen zur Informations- und Nachweispflicht

- die Anerkennung der Prüfkriterien
- die Anwendung von betriebsformenspezifischen Prüfverfahren
- die Definition und Einhaltung von Mindestanforderungen an Gutachten
- die Anerkennung der Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“

6.3.2 Regionales Konsensverfahren

Das Regionale Konsensverfahren ist in der Fortschreibung von 2007 geregelt und zuletzt in der Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“ in der Fassung vom Dezember 2011 festgeschrieben worden (siehe Anhang). In der vorliegenden Fortschreibung wurde es weiter präzisiert. Es besteht grundsätzlich aus zwei Schritten:

1. Frühzeitige Information
2. Erörterung des Vorhabens im Arbeitskreis

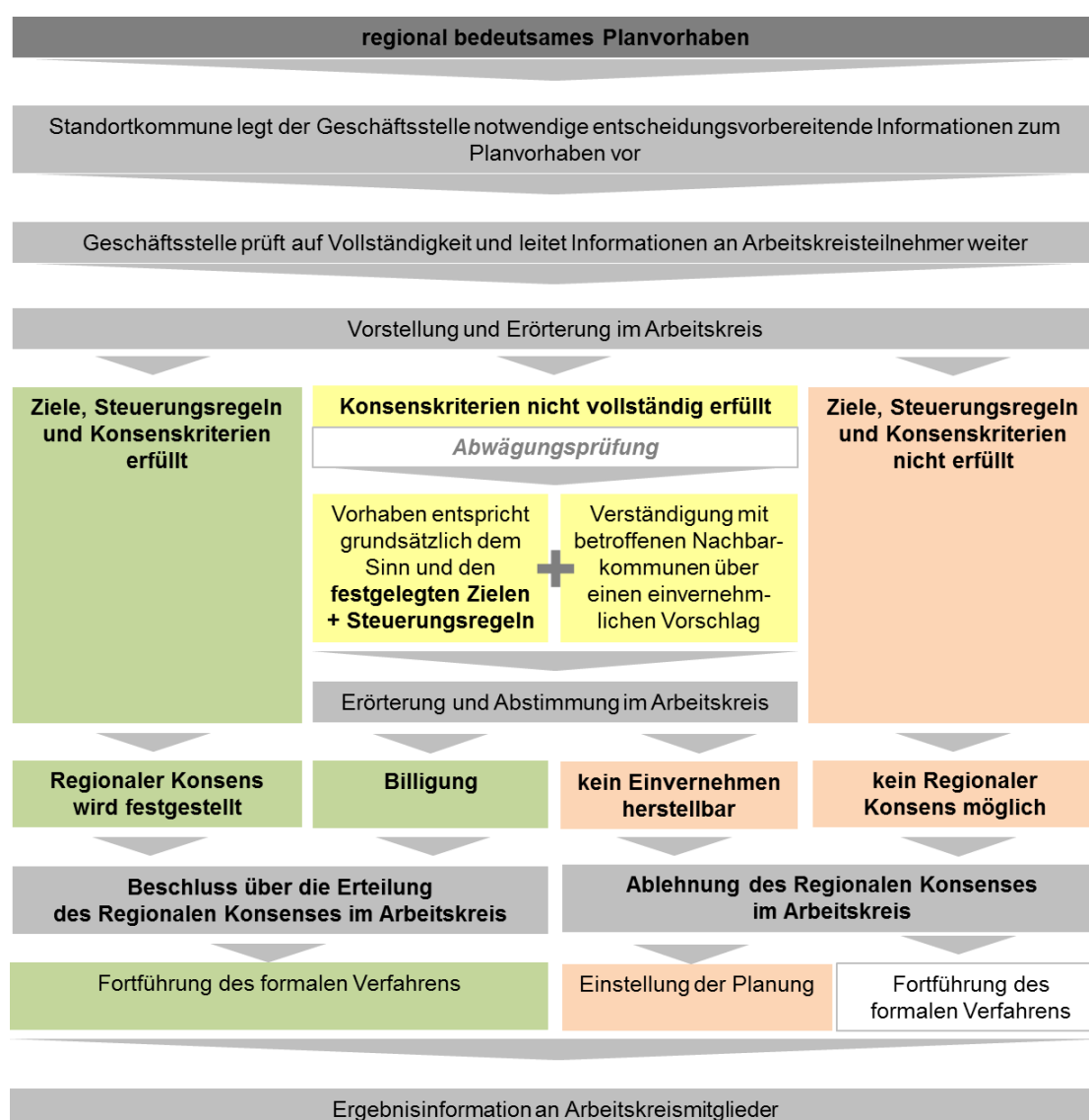
Die Kommune, in der ein regional bedeutsames Vorhaben seinen Standort hat, initiiert das Verfahren. Dazu werden mindestens vier Wochen vor der entsprechenden Sitzung des Arbeitskreises der Geschäftsstelle entscheidungsvorbereitende Unterlagen vorgelegt. Diese müssen alle notwendigen **Informationen zum Planvorhaben** und eine Begründung beinhalten, die unter Anwendung der vereinbarten Prüfkriterien aufzeigt, ob das Ansiedlungsvorhaben aufgrund seines Standortes, seiner Sortimentsstruktur und seiner Verkaufsflächengrößen den Voraussetzungen für einen Regionalen Konsens entspricht. Dabei ist auch darzulegen, ob es sich um einen Einzelstandort, eine Einzelhandelsagglomeration oder ein Einkaufszentrum handelt.

Die Geschäftsstelle leitet die Unterlagen spätestens drei Wochen vor der entsprechenden Sitzung an die Arbeitskreismitglieder weiter. **Der Arbeitskreis prüft anhand der vorliegenden Unterlagen, ob ein Vorhaben die Prüfkriterien des Regionalen Einzelhandelskonzeptes einhält. Ist dies der Fall, wird der Regionale Konsens festgestellt und in der entsprechenden Sitzung des Arbeitskreises beschlossen.**

Werden die Prüfkriterien insgesamt nicht erfüllt, ist davon auszugehen, dass auch die Ziele und Steuerungsregeln nicht erfüllt werden. Somit **ist ein Regionaler Konsens nicht möglich**. Es folgt ein ablehnender Beschluss im Arbeitskreis. Durch diesen Beschluss wird zum Ausdruck gebracht, dass die Planung nicht weiter verfolgt wird bzw. eingestellt werden sollte. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Vorhaben nicht genehmigungsfähig ist, wenn es den landesplanerischen Zielen widerspricht. Wird die Planung dennoch in der Vorhabenkommune fortgesetzt, sind - insbesondere bei unveränderter Planung - entsprechende Einwendungen der Träger öffentlicher Belange und betroffener Kommunen im Rahmen der Beteiligung im formalen Verfahren zu erwarten.

Werden die Kriterien nur in Teilen nicht eingehalten, ist auch davon auszugehen, dass die Ziele und Steuerungsregeln des REHK nicht konsequent eingehalten werden. In diesem Fall ist eine **Abwägungsprüfung** möglich. Die Standortgemeinde kann dabei - gemeinsam mit allen Kommunen, auf die sich das Vorhaben nicht unerheblich auswirkt - eine interkommunale Abstimmung über das Vorhaben durchführen und einen einvernehmlichen Vorschlag zur Abstimmung stellen. In diesem Zusammenhang kann eine städtebauliche Wirkungsanalyse den Sachverhalt vertiefend klären. Im Arbeitskreis findet eine **Erörterung zur Abwägung des Vorhabens** statt. **Falls das Vorhaben dem Sinn und den festgelegten Zielen und Steuerungsregelungen des REHK grundsätzlich entspricht, kann das Vorhaben gebilligt werden** und der Regionale Konsens wird festgestellt.

Abbildung 9: Konsensverfahren



Quelle: eigene Darstellung

In der **Geschäftsordnung** werden **Regeln zur Abstimmung** über einen Regionalen Konsens konkretisiert. Nach Erörterung eines Vorhabens im Arbeitskreis kommt es zur Abstimmung. „Stimmberechtigt sind die Vertreter aller Kommunen, wobei jeder Kommune eine

Stimme zusteht. **Die Kommunen, die nicht nur unerheblich von dem Vorhaben betroffen sind, müssen an der Entscheidung mitwirken**, alle Übrigen können ihr auch fernbleiben. Die Entscheidung erfolgt grundsätzlich in der Sitzung des Arbeitskreises. Im Verhinderungsfall kann das Votum auch schriftlich gegenüber dem Vorsitzenden und der Geschäftsstelle abgegeben werden. Konsens ist erzielt, wenn die Abstimmung **keine** Gegenstimmen ergibt.

Die Vertreter der anderen Institutionen (u.a. IHK, EHV) wirken an der Meinungsbildung mit, sind jedoch nicht stimmberechtigt.“

Die Geschäftsordnung legt im Weiteren fest, dass der „Regionale Konsens in das förmliche Verfahren mitgenommen wird und bei der Entscheidung der Standortkommune über das Projekt zu berücksichtigen ist. Ist der Regionale Konsens festgestellt, tragen die betroffenen Kommunen bei unveränderter Planung keine Einwendungen [im formalen Verfahren]²¹ bezüglich einzelhandelsrelevanter Auswirkungen mehr vor.“

6.3.3 Prüfkriterien für regional bedeutsame Planvorhaben²²

Für die Bewertung der regional bedeutsamen Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels haben sich die bisherigen Prüfkriterien grundsätzlich bewährt. Allerdings hat es in der jüngsten Vergangenheit vermehrt Schwierigkeiten bei der Anwendung gegeben. Ohne auf Einzelfälle einzugehen werden im Folgenden einige davon beispielhaft aufgezeigt.

So wurde bei den durchgeführten Evaluationsgesprächen in den Kommunen festgestellt, dass es insbesondere bei Vorhaben zu Möbelmärkten Probleme bei der Anwendung des Kriteriums Umsatz-Kaufkraft-Relation gegeben hat. Unter Berücksichtigung des Bestandes sei ein Schwellenwert vor dem Hintergrund marktgängiger Betriebsgrößen in der Praxis nicht haltbar.

Daneben wurde herausgestellt, dass das Kriterium Umsatzanteil mit Auswärtigen schwer handhabbar ist. Die Herleitung der Größenordnung des Umsatzanteils ist nicht eindeutig bestimmt. Darüber hinaus ist erwartungsgemäß bei Vorhabenstandorten in der Nähe angrenzender Kommunen der Umsatzanteil mit Auswärtigen höher als bei zentral im Gemeindegebiet gelegenen Standorten. Es ist kennzeichnend für das Ruhrgebiet, dass die Siedlungsbereiche der Gemeinden ineinander übergehen. Daher wird dieses Kriterium häufig als zusätzliche, unnötige Hürde im Konsensverfahren angesehen.

Eine Vereinbarkeit von regional bedeutsamen Vorhaben mit den Zielen und Steuerungsregeln des REHK sowie eine Erfüllung der Prüfkriterien sind wesentliche Voraussetzung für die Erteilung des Regionalen Konsenses. Im Rahmen der Fortschreibung des REHK wurden die bisherigen Prüfkriterien überarbeitet und wie folgt neu gefasst.

I. Sortimentsschwerpunkt

²¹ Zusatz, abweichend von Formulierung der Geschäftsordnung, Stand Dezember 2011

²² Definition zur regionalen Bedeutsamkeit siehe Glossar im Anhang sowie Kapitel 5

Für die Einstufung eines Vorhabens ist es zunächst entscheidend, welchen **Sortiments-schwerpunkt** – nahversorgungsrelevant, zentrenrelevant oder nicht-zentrenrelevant – das geplante Angebot aufweist. Zur Einordnung der Sortimente eines Vorhabens nach ihrer Zentrenrelevanz ist die örtliche Sortimentsliste der Vorhabengemeinde heranzuziehen. Bei der Erstellung einer städtebaulichen Wirkungsanalyse ist es darüber hinaus notwendig die entsprechenden Einstufungen der Sortimente in den Nachbargemeinden zu beachten. Zur Bestimmung der Sortimente mit örtlicher Spezifikation kann in einem ersten Schritt die regionale Sortimentsliste (vgl. dazu Kapitel 6.2) dienen. Bei größeren Vorhaben können auch mehrere Sortimente betroffen sein. Die Einstufung für den Regionalen Konsens geschieht im Hinblick auf eine einfache Handhabung zunächst über das Kernsortiment.

II. Kern- und Randsortimente bei Bau-, Garten- und Möbelmärkten

In der Praxis sind **Kern- und Randsortimente**²³ zu unterscheiden. Vor dem Hintergrund des Zentrumschutzes sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an dezentralen Standorten auszuschließen und zentrenrelevante Randsortimente zu begrenzen. Dabei geht es auf der einen Seite um die Summenwirkung von zentrenrelevanten Angeboten an verschiedenen dezentralen Standorten, aber auf der anderen Seite auch um eine immer weiter zunehmende Differenzierung des zentrenrelevanten Angebotes in Form von Randsortimenten bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, die sich negativ auf die Entwicklung der Zentren auswirken (können). Über entsprechende Schwellenwerte ist es üblich den Anteil der Randsortimente zu begrenzen (siehe dazu „VIII. Schwellenwerte zur Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten“). Unter Bezug auf die Definition des Randsortimentes muss dieses eine Beziehung zum Kernsortiment aufweisen. Ausgehend von diesem, richterlich bestätigten Aspekt²⁴ wurde für Bau-, Garten- und Möbelmärkte ein Vorschlag zur Abgrenzung der zulässigen Kern- und Randsortimente sowie unzulässige Sortimente entwickelt (vgl. dazu 6.2.1.).

III. Standortqualität

Der Standort regional bedeutsamer Vorhaben ist eines der wichtigsten Kriterien für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit eines Vorhabens sowie für die Vereinbarkeit mit den Zielen und Steuerungsregeln des REHK. Die Kommunen haben in ihren Einzelhandelskonzepten ihre **zentralen Versorgungsbereiche** abgegrenzt und definiert, darüber hinaus wurden auch zum großen Teil **Ergänzungsstandorte** (für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel) festgelegt. Diese Standortstruktur wurde in das REHK übernommen und kann in den meisten Fällen zur Bewertung von Planvorhaben auf regionaler Ebene herangezogen werden. In den

²³ Definition Kern- und Randsortiment: siehe Anhang

²⁴ vgl. Urteil des OVG NRW vom 22. Juni 1998 (Az.: 7a D 108/96.NE): „Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht (...) insofern eine Wechselbezüglichkeit, als ein Randsortiment – wie schon aus dem Begriff „Rand“sortiment folgt – zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein. Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind“.

Steuerungsregeln werden Standortvorgaben für regional bedeutsame Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten formuliert. Dabei ist in jedem Fall eine Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) gemäß Regionalplan(vgl. dazu Fußnote 7, Seite 33) zwingende Voraussetzung.

- Standorte für regional bedeutsame Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten müssen sich in zentralen Versorgungsbereichen oder in wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage befinden.
- Standorte für regional bedeutsame Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen sich in zentralen Versorgungsbereichen befinden.
- Standorte für regional bedeutsame Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollen sich in zentralen Versorgungsbereichen, können sich aber auch an Ergänzungsstandorten oder ggf. sonstigen Standorten befinden.

In **Ergänzung der bestehenden Standortstruktur** können grundsätzlich **weitere Standorte im regionalen Konsens** erschlossen werden, allerdings müssen sie den gegebenen Anforderungen entsprechen.

IV. Tragfähigkeit von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollen grundsätzlich der Versorgung der Ansiedlungskommune dienen und daher nicht auf Kaufkraftzuflüsse aus benachbarten Kommunen zurückgreifen. Regional bedeutsame Vorhaben sind im Rahmen eines Konsensverfahrens zu prüfen.

Bei **Standorten in zentralen Versorgungsbereichen** soll in Abhängigkeit von der Größe des zu versorgenden Bereiches ein angemessenes Verhältnis zwischen der Verkaufsflächengröße des Vorhabens und der Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches gegeben sein. Als Maßstab soll dabei beispielsweise bei der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ein maximal ausgeglichenes Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des zu versorgenden Bereiches angenommen werden.

In **städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** kann die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch Versorgungslücken geschlossen werden können. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf bestehende oder zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des REHK ausgehen. Für die Dimensionierung von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben bietet die Gegenüberstellung von projiziertem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine bewährte Möglichkeit zur Operationalisierung der genannten Kriterien.

Von einem städtebaulich sinnvollen solitären Nahversorgungsstandort kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierten Standort außerhalb des Naheinzugsbereichs eines (bestehenden oder zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereichs (in einem bislang räumlich unterversorgten Bereich) handelt und
- die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens im zu versorgenden Gebiet eine Quote von rund 35 % (Orientierungswert) der sortimentsspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet.

Ausnahmen sind für Nahversorgungsstandorte in der Nähe von Gemeindegrenzen nur in interkommunaler Abstimmung möglich, wenn - im beiderseitigen Interesse - eine Versorgungslücke geschlossen werden soll und keine negativen Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur zu erwarten sind.

V. Bewertung negativer städtebaulicher Auswirkungen

In einigen Fällen hängt der regionale Konsens auch von den Ergebnissen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO ab. Diese sollte die Anforderungskriterien an ein Verträglichkeitsgutachten (siehe Anhang) erfüllen, um somit eine Abwägung möglicher städtebaulicher Auswirkungen zu ermöglichen.

Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen ist ein zwingend erforderlicher Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde²⁵. Dabei ist herauszustellen, dass relevante Auswirkungen auf zentrale Versorgungsgebiete oder die Versorgungsstruktur erst dann zu erwarten sind, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde nachhaltig verändert wird. Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z.B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist²⁶, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt²⁷.

²⁵ vgl. u.a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

²⁶ vgl. Fickert / Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

²⁷ vgl. u.a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

Bei der Bewertung städtebaulicher Auswirkungen sind im Sinne des REHK Vorschädigungen von Zentren zu berücksichtigen. Darüber hinaus sind ebenso Entwicklungsoptionen für zentrale Versorgungsbereiche, die in städtebaulichen Entwicklungskonzepten zum Ausdruck gebracht werden, einzubeziehen.

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der **Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen** stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- | | |
|---|---|
| ■ Lage im Stadtgefüge | ■ Qualität der Läden, des Straßenraumes |
| ■ Struktur des zentralen Versorgungsbereiches | ■ Einzelhandelsdichte |
| ■ Städtebauliche Qualität | ■ Magnetbetriebe |

Dabei ist jedoch zu beachten, dass eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit auch darin bestehen kann, dass die Vielfalt des Gesamtangebotes wesentlich herabgesetzt wird bzw. dass der zentrale Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag in einzelnen Branchen nicht mehr erfüllen kann. So interpretiert ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts den Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substanzieller Weise wahrnehmen kann.**²⁸

VI. Umsatz-Kaufkraft-Relation

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt ein Maß für die relative Marktsättigung einer Gemeinde bezüglich bestimmter Sortimente dar. Der Quotient aus einzelhandelsrelevantem Umsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft (vgl. dazu Anhang) bringt zum Ausdruck, in welchem Maße die lokale einzelhandelsrelevante Kaufkraft durch ein Vorhaben abgeschöpft wird. Ein Wert über 100 % weist darauf hin, dass die getätigten Umsätze die Kaufkraft der Gemeinde übersteigen, ein Wert unterhalb von 100 % gibt an, dass die Kaufkraftabschöpfung durch ein Vorhaben per Saldo geringer ist als die lokale Kaufkraft. Ein Wert von 100 % bedeutet, dass sich Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ausgleichen.

²⁸ BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

Bei der Einordnung von **Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten** orientiert sich die Bewertung der Umsatz-Kaufkraft-Relation an den Regelungen des LEP NRW²⁹, dieser gibt mit seinem Ziel 3 (Beeinträchtigungsverbot) folgenden Rahmen vor:

Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i.S.v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Sortiment dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden. (Ziel 3, LEP NRW)

Die Regelvermutung besagt, dass bezogen auf ein Vorhaben, ohne Berücksichtigung des Bestandes, bei einem Überschreiten der **Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 %** in allen oder in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen die Gemeinde den Nachweis erbringen muss, dass keine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten ist. **Vor dem Hintergrund des regionalen Konsenses soll eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % bei Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten nicht überschritten werden.**

Bei der Einordnung von **Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** setzt der **LEP NRW** ebenfalls auf eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 %:

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i.S.v. § 11(3) BauN-VO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten. (Grundsatz 4, LEP NRW)

Im Gegensatz zur landesplanerischen Regelung sah das REHK in der Fassung von 2007 bei der Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relation eine Berücksichtigung des Bestandes vor, darüber hinaus wurde ein Umsatzanteil mit auswärtigen Kunden bis zu 20 % akzeptiert. Diese Regelung galt grundsätzlich für Bau-, Garten und Möbelmärkte. Allerdings war für Möbelhäuser und Einrichtungscenter an definierten regional bedeutsamen Ergänzungsstandorten keine Beschränkung hinsichtlich der Umsatz-Kaufkraft-Relation vorgesehen. Die Kategorie der regional, bedeutsamen Ergänzungsstandorte wird in der jetzigen Fortschreibung des REHK nicht fortgeführt, da sie eine Privilegierung bestimmter Standorte / Gemeinden impliziert und die Entwicklung zusätzlicher Standorte verhinderte. **Es soll aber der Schwellenwert von 100 % für die Umsatz-Kaufkraft-Relation von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (i.d.R. Bau-, Garten- und Möbelmärkte) nicht überschritten werden.**

In den meisten nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bzw. bei den entsprechenden Betriebstypen ist im Hinblick auf die Marktzutrittsgrößen der Betriebe sowie unter Berücksichtigung der Versorgungsaufgabe der einzelnen Gemeinden voraussichtlich eine Kompatibilität zu erreichen. Eine Ausnahme stellt aber nach wie vor der Möbelsektor dar. Aufgrund der Marktzu-

²⁹ Vgl. dazu: LEP NRW Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel, a.a.O.

trittsgrößen von Möbel- und Einrichtungshäusern, die z.T. sehr deutlich über 30.000 m² Verkaufsfläche liegen, werden die vorgegebenen Schwellenwerte voraussichtlich überschritten. Insbesondere hier ist im Planungsfall voraussichtlich eine Einzelfallentscheidung notwendig.

Im Anwendungsfall ist für jedes Sortiment des Vorhabens ab einer Größenordnung von 800 m² Verkaufsfläche aufwärts die Umsatz-Kaufkraft-Relation zu prüfen. Dabei ist bei Vorhaben zur Veränderung bestehender Betriebe jeweils das Gesamtvorhaben (Bestand + Planung) zu berücksichtigen.

VII. Schwellenwerte zur Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Zentrenrelevante Randsortimente von Einzelhandelsbetrieben in dezentralen Lagen stellen nach wie vor ein Gefährdungspotenzial für die städtischen Zentren dar. Die landesplanerischen Zielvorgaben sehen eine relative Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente von 10 % der Verkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vor. Im Sinne des REHK soll dabei außerdem eine absolute Schwelle von 2.500 m² nicht überschritten werden.

Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i.S.v. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt. (Ziel 5, LEP NRW)

Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i.S.v. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten. (Grundsatz 6, LEP NRW)

Bei den nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten sind keine maximalen Verkaufsflächenobergrenze vorgegeben. Nicht-zentrenrelevante Randsortimente sind aber nur dann zulässig, wenn sie über einen sachlichen Bezug zum Kernsortiment verfügen und sich quantitativ dem Kernsortiment deutlich unterordnen.

Betriebstypenspezifische Schwellenwerte

Im Rahmen der Ziele und Steuerungsregelungen dieses Konzeptes wird vor allem vor dem Hintergrund der Siedlungsdichte und der Nähe der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zueinander, vor dem Hintergrund der Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, an einer – gegenüber den landesplanerischen Vorgaben – stärker differenzierten Regelung festgehalten. Diese sind unterschiedlich für die Betriebstypen

der Bau- und Gartenmärkte, Möbelmärkte sowie Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Folgende Bedingungen müssen erfüllt werden:

Baumärkte und Gartencenter (bzw. Bau- und Gartenmärkte)

- Die Kern- und Randsortimente entsprechen der Liste der zulässigen Sortimente für den jeweiligen Betriebstyp.
- Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente beträgt maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche des geplanten Vorhabens und nimmt dabei höchstens 1.500 m² Verkaufsfläche ein.
- Die Verkaufsfläche eines einzelnen Randsortiments darf 800 m² nicht überschreiten.
- Ausnahmsweise möglich ist ein Back-Shop als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche.
- Für alle Aktionswaren (darunter ggf. auch sachlich dem Kernsortiment nicht zugeordnete Randsortimente) darf die Verkaufsfläche 200 m² nicht überschreiten. Dabei sind Aktionswaren als Teil des zentrenrelevanten Randsortiments zu behandeln.

Möbelmärkte und Einrichtungshäuser

- Die Kern- und Randsortimente entsprechen der Liste der zulässigen Sortimente für den jeweiligen Betriebstyp.
- Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente beträgt maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche des geplanten Vorhabens und nimmt dabei höchstens 2.500 m² Verkaufsfläche ein.
- Die Verkaufsfläche eines einzelnen zentrenrelevanten Randsortiments darf 800 m² nicht überschreiten.
- Ausnahmsweise möglich ist ein Back-Shop als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche.
- Für alle Aktionswaren (darunter ggf. auch sachlich dem Kernsortiment nicht zugeordnete Randsortimente) darf die Verkaufsfläche 200 m² nicht überschreiten. Dabei sind Aktionswaren als Teil des zentrenrelevanten Randsortiments zu behandeln.

Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Das Kernsortiment ist nicht-zentrenrelevant gemäß der kommunalen Sortimentsliste der Ansiedlungskommune (vorausgesetzt es besteht eine Kompatibilität mit der „regionalen“ Sortimentsliste).

- Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente beträgt maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche des geplanten Vorhabens und nimmt dabei höchstens 1.500 m² Verkaufsfläche ein.
- Die Verkaufsfläche eines einzelnen Randsortiments darf 800 m² nicht überschreiten.
- Für alle Aktionswaren (darunter ggf. auch sachlich dem Kernsortiment nicht zugeordnete Randsortimente) darf die Verkaufsfläche 200 m² nicht überschreiten. Dabei sind Aktionswaren als Teil des zentrenrelevanten Randsortiments zu behandeln.

6.3.4 Sortiments- bzw. betriebsspezifische Prüfschemata

Die sortiments- bzw. betriebsspezifischen Prüfschemata beziehen sich auf die **Prüfung eines einzelnen Betriebes bzw. Vorhabens (Neuansiedlung oder Veränderung)**. Es muss vorab immer geprüft werden, ob es sich bei dem geplanten Vorhaben um eine **Einzelhandelsagglomeration** handelt oder eine solche durch das Hinzutreten des Vorhabens entsteht. Gleiches gilt für ein **Einkaufszentrum**. Zur Bestimmung einer regional bedeutsamen Einzelhandelsagglomeration (Einkaufszentrum) i.S.d. dieses Konzeptes ist die Definition mit den entsprechenden Erläuterungen der Steuerungsregel 4 heranzuziehen. Dabei ist vor allem auch das Umfeld des Vorhabenstandortes in die Betrachtung einzuschließen. Bei Vorliegen einer Einzelhandelsagglomeration oder eines Einkaufszentrums sind die Regelungen gemäß Steuerungsregel 4 zu beachten.

Es ergeben sich grundsätzlich drei Vorhabentypen:

- Einzelhandelsbetrieb,
- Einzelhandelsagglomeration und
- Einkaufszentrum.

Vor dem Hintergrund einer Neuansiedlung oder einer geplanten Veränderung des Bestandes ist die Prüfkulisse für das Konsensverfahren zu bestimmen. Diese bezieht sich auf einen einzelnen Betrieb (an einem Einzelstandort) oder ein Vorhaben mit mehreren Einzelhandelsbetrieben.

Bei Neuansiedlungen sind die Prüfkriterien immer auf das gesamte Vorhaben zu beziehen, das bedeutet, eine Einzelhandelsagglomeration ist wie „ein Betrieb“ zu prüfen.

Bei Veränderungen ist der Bestandschutz zu berücksichtigen (vgl. Steuerungsregel 5). Die Bewertung von Veränderungen an bestehenden Standorten ist anhand der Prüfkriterien vorhabenbezogen vorzunehmen, d.h. für einen einzelnen Betrieb (außerhalb einer Agglomeration bzw. ein Einkaufszentrums) oder auch für ein Einkaufszentrum jeweils unter Berücksichtigung der Planung und des Bestandes. Bei einer Agglomeration können sich die Veränderungen auf einen oder mehrere Betriebe beziehen, diese sind vorhabenbezogen in die Prüfung einzustellen.

Da der Gesamtbetrachtung von Einzelhandelsagglomerationen aufgrund rechtlicher Rahmenbedingungen Grenzen gesetzt sind (u.a. „Windhundrennen“), sei an dieser Stelle nochmals darauf hingewiesen, dass die Kommunen für Einzelhandelsagglomerationen städtebauliche Entwicklungskonzepte erarbeiten sollen, die aufzeigen wie mit diesen Einzelhandelsstandorten in ihrem Gemeindegebiet umzugehen ist. Auf diesem Wege sollen insbesondere entsprechende Grundlagen zur bauplanungsrechtlichen Umsetzung der Ziele und Steuerungsregeln des REHK geschaffen werden.

Möglich Fallkonstellationen zur Prüfkulisse für die drei Vorhabentypen gibt das folgende Schaubild wieder:

Abbildung 10: Fallkonstellationen zur Prüfkulisse

Vorhabentyp	Neuansiedlung	Veränderung (Bestandsschutz berücksichtigen)
Einzelhandelsbetrieb	gesamter Betrieb	gesamter Betrieb (Bestand+Planung)
Einzelhandelsagglomeration	gesamte Agglomeration	Betrieb(e), vorhabenbezogen (Bestand+Planung)
Einkaufszentrum (EKZ)	gesamtes Einkaufszentrum	gesamtes Einkaufszentrum (Bestand+Planung)

Quelle: eigene Darstellung

Planvorhaben mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt

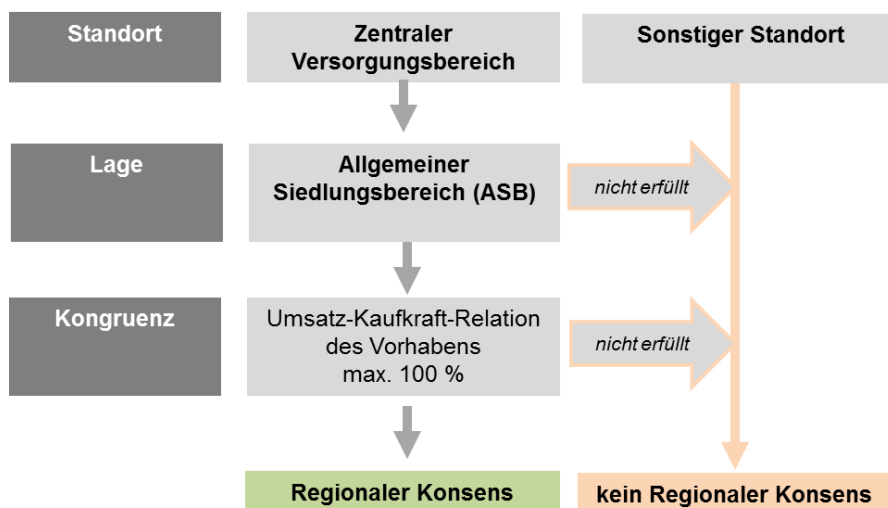
Wenn ein großflächiges Vorhaben mindestens 50 % seiner Verkaufsfläche (oder mindestens 800 m²) zentrenrelevante Sortimente anbieten soll, ist ein entsprechender Sortimentschwerpunkt anzunehmen. Dieses Vorhaben ist unter Berücksichtigung der relevanten Prüfkulisse (vgl. dazu Abbildung 10) regional konsensfähig, wenn es folgende Voraussetzungen erfüllt:

- Lage in einem zentralen Versorgungsbereich
- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)
- Umsatz (sortimentspezifisch) des Vorhabens übersteigt nicht die lokale Kaufkraft der planenden Gemeinde (ggf. auch Teilbereich)
- angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches und der maximalen Größenordnung des Vorhabens

Darüber hinaus genießen bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie Einkaufszentren außerhalb zentraler Versorgungsbereiche Bestandsschutz (vgl. dazu Steuerungsregel 5).

An keinem sonstigen Standort ist somit regional bedeutsamer großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt konsensfähig.

Abbildung 11: Prüfschema für Planvorhaben mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt



Quelle: eigene Darstellung

Planvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt

Es ist davon auszugehen, dass Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment regional bedeutsam sind, wenn deren Einzugsbereich über die reine Nahversorgung hinaus geht oder in mindestens eine benachbarte Kommune reicht. In der Regel handelt es dabei um Märkte ab einer Verkaufsfläche von 2.000 m², dazu zählen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser. Die kleineren, im Allgemeinen nicht über das lokale Einzugsgebiet hinaus reichenden Lebensmittelmärkte unterliegen lediglich der interkommunalen Abstimmung im Rahmen der förmlichen Verfahren.

Hinsichtlich der Prüfkulisse für Einzelhandelsvorhaben ist insbesondere auch für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkten festzuhalten, dass für Einzelhandelsbetriebe, die in direkter Nachbarschaft zueinander liegen, die Agglomerationsregelung gemäß Steuerungsregel 4 anzuwenden ist. Danach sind die in einer Agglomeration geplanten Betriebe in ihrer Gesamtheit (wie ein großflächiger Betrieb) zu bewerten.

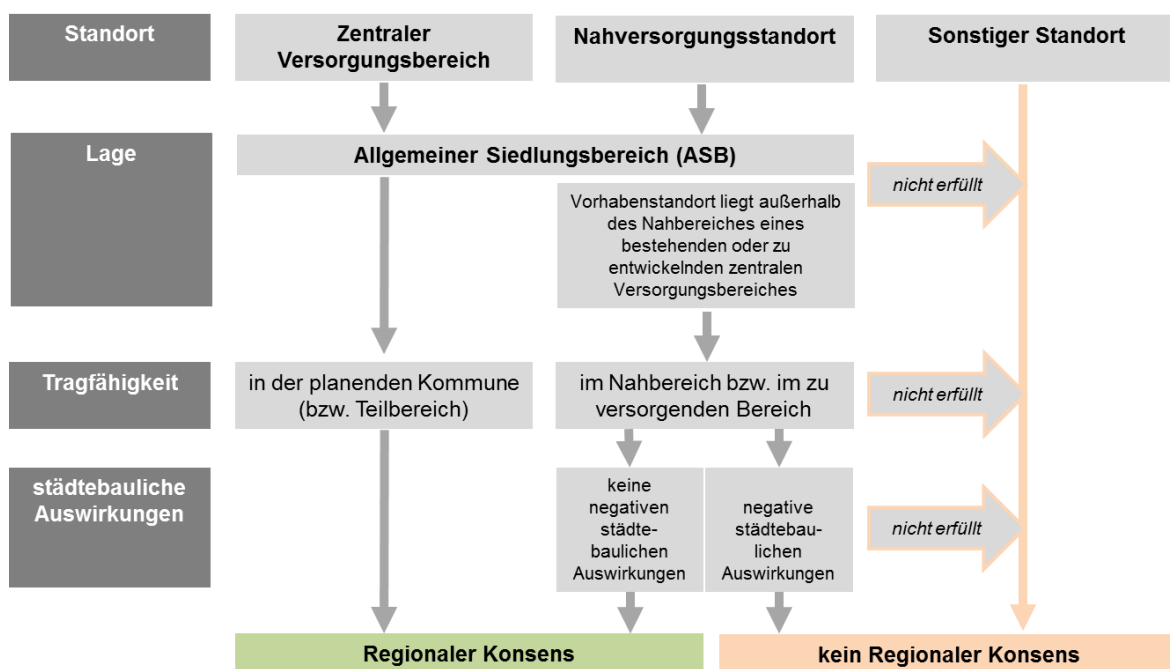
Ein Regionaler Konsens für regional bedeutsame Lebensmittelmärkte setzt folgende Kriterien voraus:

- Lage in einem zentralen Versorgungsbereich oder an einem Nahversorgungsstandort (außerhalb des Nahbereiches eines bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiches)

- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)
- Tragfähigkeit (im Kernsortiment Lebensmittel) in Abhängigkeit von der Versorgungsaufgabe innerhalb der Kommune bzw. im Nahbereich
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i.S.v. § 11 (3) BauNVO

An allen anderen Standorten sind somit regional bedeutsame großflächige Lebensmittelmärkte nicht konsensfähig.

Abbildung 12: Prüfschema für regional bedeutsame Lebensmittelmärkte



Quelle: eigene Darstellung

Bau- und Gartenmärkte

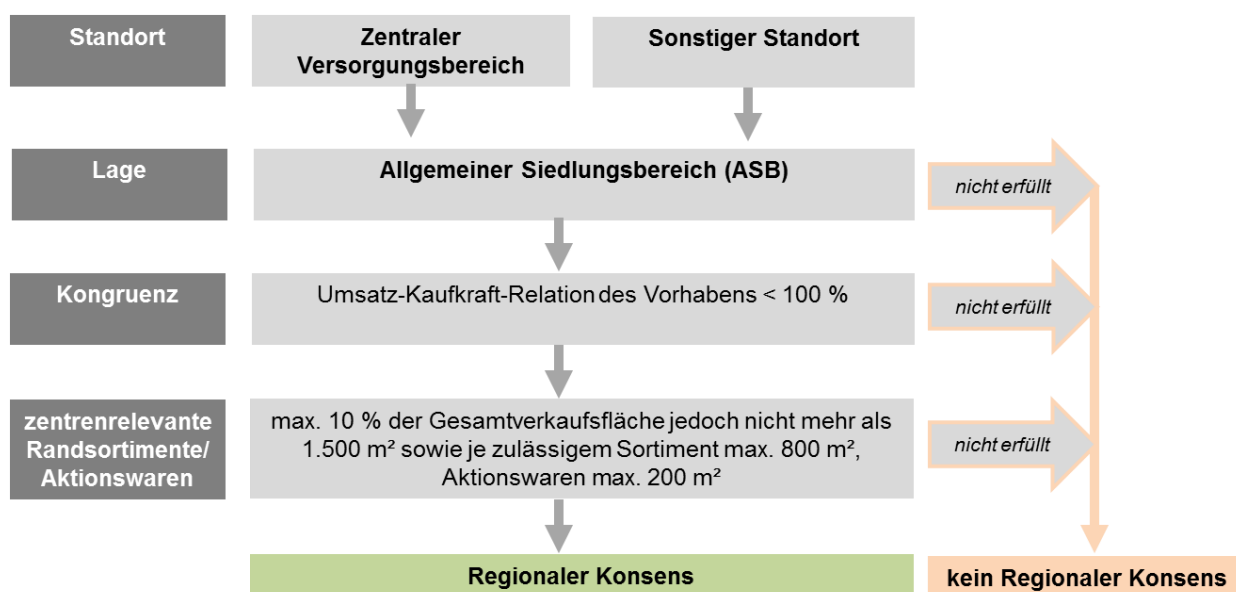
Einzelhandelsbetriebe mit einem Schwerpunkt im baumarkt- und/oder gartenmarktspezifischen Bereich können grundsätzlich sowohl in zentralen Versorgungsbereichen oder auch an sonstigen Standorten angesiedelt werden.

Das betriebsspezifische Prüfschema bezieht sich auf die Prüfung eines einzelnen Betriebes. Es muss vorab aber immer auch geprüft werden, ob es sich bei dem geplanten Vorhaben um eine Einzelhandelsagglomeration handelt oder eine solche durch das hinzutreten des Vorhabens entsteht. Ist dies der Fall, sind die Regelungen gemäß Steuerungsregel 4 zu beachten. Unter Berücksichtigung der relevanten Prüfkulisse (vgl. dazu Abbildung 10) müssen Vorhaben von Bau- und Gartenmärkten für einen Regionalen Konsens im Sinne dieses REHK folgende Bedingungen zu erfüllen:

- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)

- Umsatz-Kaufkraft-Relation (je Kernsortiment): Vorhabenbezogen darf ein Schwellenwert von 100 % für die Umsatz-Kaufkraft-Relation nicht überschritten werden.
- zentrenrelevante Randsortimente max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche jedoch nicht mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche sowie je zulässigem Sortiment max. 800 m² Verkaufsfläche
- Aktionswaren max. 200 m² Verkaufsfläche

Abbildung 13: Prüfschema für Bau- und Gartenmärkte



Quelle: eigene Darstellung

Möbelmärkte und Einrichtungshäuser

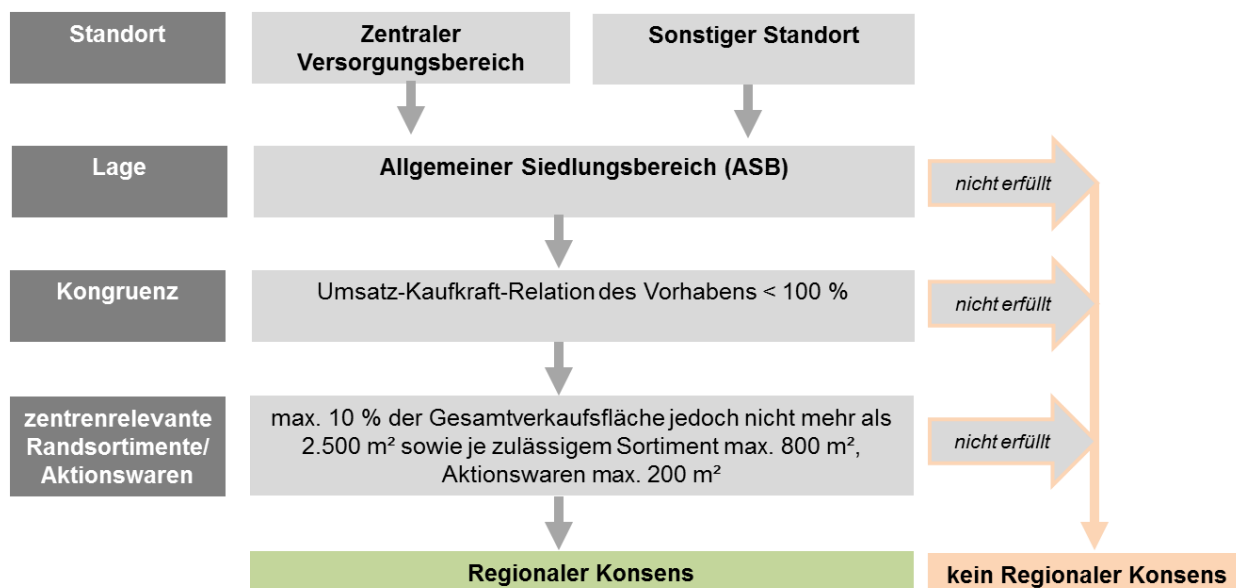
Analog zu Bau- und Gartenmärkten ergibt sich auch für Möbelmärkte kein unabdingbarer Bezug zu zentralen Versorgungsbereichen.

Das betriebspezifische Prüfschema bezieht sich auf die Prüfung eines einzelnen Betriebes. Es muss vorab aber immer auch geprüft werden, ob es sich bei dem geplanten Vorhaben um eine Einzelhandelsagglomeration handelt oder eine solche durch das hinzutreten des Vorhabens entsteht. Ist dies der Fall, sind die Regelungen gemäß Steuerungsregel 4 zu beachten. Unter Berücksichtigung der relevanten Prüfkulisse (vgl. dazu Abbildung 10) müssen Vorhaben von Möbelmärkten für einen Regionalen Konsens im Sinne dieses REHK folgende Bedingungen zu erfüllen:

- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)
- Umsatz-Kaufkraft-Relation (im Kernsortiment): Vorhabenbezogen darf ein Schwellenwert von 100 % für die Umsatz-Kaufkraft-Relation nicht überschritten werden.

- zentrenrelevante Randsortimente max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche jedoch nicht mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche sowie je zulässigem Sortiment max. 800 m² Verkaufsfläche
- Aktionswaren max. 200 m² Verkaufsfläche

Abbildung 14: Prüfschema für Möbelmärkte



Quelle: eigene Darstellung

Großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

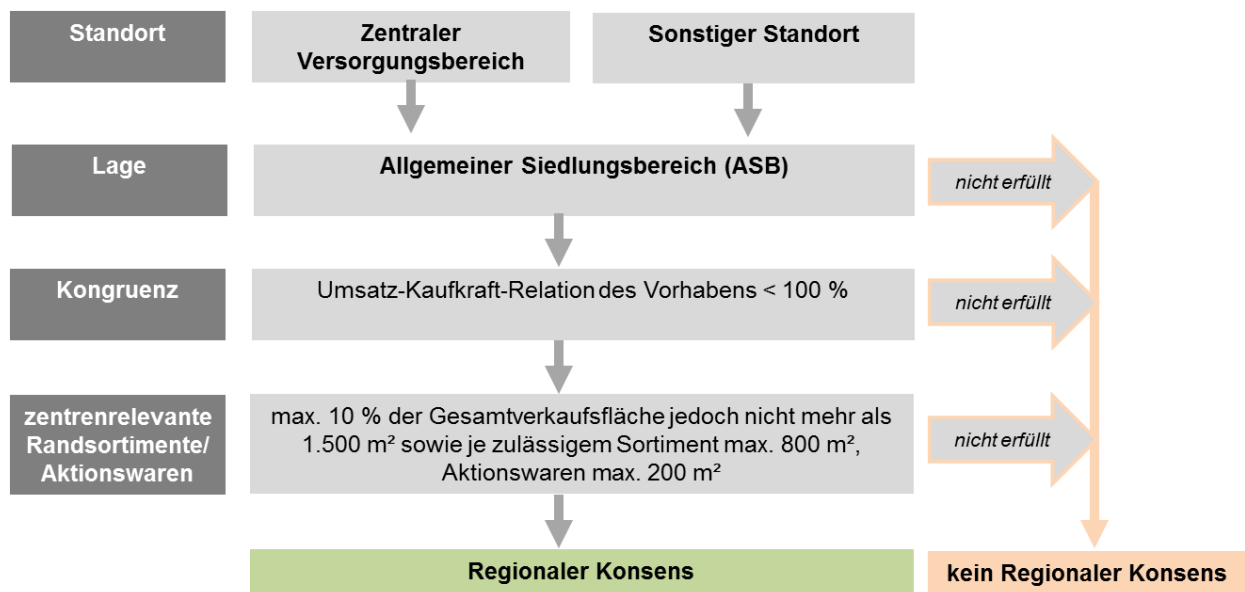
Einzelhandelsbetriebe mit einem Schwerpunkt in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, wie beispielsweise ein Kfz- und Motorradzubehör-Fachmarkt oder nach örtlicher Spezifikation ein Lampen- und Leuchten-Fachmarkt oder Fahrradfachmarkt können grundsätzlich sowohl in zentralen Versorgungsbereichen oder auch an sonstigen Standorten angesiedelt werden.

Das betriebspezifische Prüfschema bezieht sich auf die Prüfung eines einzelnen Betriebes. Es muss vorab aber immer auch geprüft werden, ob es sich bei dem geplanten Vorhaben um eine Einzelhandelsagglomeration handelt oder eine solche durch das hinzutreten des Vorhabens entsteht. Ist dies der Fall, sind die Regelungen gemäß Steuerungsregel 4 zu beachten. Unter Berücksichtigung der relevanten Prüfkulisse (vgl. dazu Abbildung 10) müssen Vorhaben mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit einem Schwerpunkt in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (ohne Bau-, Garten- und Möbelmärkte) für einen Regionalen Konsens im Sinne dieses REHK folgende Bedingungen zu erfüllen:

- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)
- Umsatz-Kaufkraft-Relation (je Kernsortiment): Vorhabenbezogen darf ein Schwellenwert von 100 % für die Umsatz-Kaufkraft-Relation nicht überschritten werden.

- zentrenrelevante Randsortimente max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche jedoch nicht mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche sowie je zulässigem Sortiment max. 800 m² Verkaufsfläche
- Aktionswaren max. 200 m² Verkaufsfläche

Abbildung 15: Prüfschema für Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment



Quelle: eigene Darstellung

7 Glossar – Erläuterungen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

- **Aktionswaren** sind Waren unterschiedlichster Art, die auf sogenannten Aktionsflächen, jeweils nur für einen kurzen Zeitraum, zu besonders günstigen Preisen, angeboten werden. Sie gehören üblicherweise zum Angebot von Fachmärkten und Lebensmitteldiscountern. In vielen Fällen besteht bei diesen Zusatzangeboten kein sachlicher Bezug zum Kernsortiment.
- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute, wie die IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK), ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
- Der **einzelhandelsrelevante Umsatz** eines Einzelhandelsbetriebes ergibt sich aus dem geschätzten Jahresumsätzen in den einzelnen angebotenen Sortimenten. Er wird i.d.R. auf Basis ortstypischer, durchschnittlicher oder betriebsspezifischer Flächenproduktivitäten ermittelt.
- Die **einzelhandelsrelevante Zentralität** einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Stadt / Region.
- Ein **Factory Outlet Center (FOC)** ist eine Ansammlung mehrerer mittel- bis großflächiger Fabrikverkaufsläden. Im Gegensatz zu klassischen Fabrikverkaufsläden werden in einem FOC Markenartikel direkt vom Hersteller/Markeninhaber oder einem von ihm beauftragten Dritten, losgelöst vom Ort der Herstellung, veräußert. Im Wesentlichen handelt es sich bei den angebotenen Waren um typische, zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung und Schuhe. Die Preise der Waren liegen üblicherweise deutlich unter dem handelsüblichen Niveau (mind. 30 %).
FOC werden in der Regel einheitlich geplant, realisiert und gemanagt. Sie sind somit i.d.R. als Einkaufszentrum i.S.v. § 11 (3) BauNVO zu behandeln.

Markenartikel sind Waren, deren Lieferung in gleich bleibender oder verbesserter Güte vom Markeninhaber/Lizenznehmer gewährleistet wird und

- die selbst oder
- deren für die Abgabe an den Verbraucher bestimmte Umhüllung
- mit einem Ihre Herkunft kennzeichnenden Merkmal (Firmen-, Wort- oder Bildzeichen) versehen sind.

Sämtliche Waren eines Fabrikverkaufsladens müssen mindestens eine der folgenden Besonderheiten aufweisen:

- Waren zweiter Wahl (Waren mit kleinen Fehlern),
- Auslaufmodelle (Produkte, die nicht länger produziert werden oder deren Produktion ausläuft),
- Modelle vergangener Saisons (Waren, die nicht mehr der aktuellen Kollektion des Herstellers entsprechen),
- Restposten (Waren, die vom Einzelhandel zurückgegeben oder trotz Order des Einzelhandels nicht an ihn ausgeliefert oder von diesem nicht abgenommen wurden),
- Waren für Markttestzwecke (Waren, die noch keiner an den Einzelhandel ausgelieferten Kollektion entsprechen und dazu dienen, neue Trends, Innovationen, Entwicklungen oder Ausführungen auf Ihre Marktfähigkeit zu testen), oder
- Überhangproduktionen (Waren, die vom Hersteller aufgrund einer Fehleinschätzung der Marktentwicklung bzw. der Order des Einzelhandels über den Bedarf des Einzelhandels hinaus produziert wurden).

(vgl. dazu auch OVG Lüneburg, Urteil vom 25.04.2012, AZ 1 KN 215/10; OVG für das Land Schleswig-Holstein, Urteil vom 22.04.2010, AZ 1 KN 19/09)

- Das **Kernsortiment** (bzw. Hauptsortiment) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Hauptsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z.B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.). Zum Kernsortiment eines Baumarktes gehören beispielsweise Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Eisenwaren und -beschläge, Werkzeuge und Maschinen, Elektroinstallationsmaterial, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Sanitärartikel etc.
- Der **Naheinzugsbereich** eines Lebensmittelmarktes beschreibt den fußläufig erreichbaren Wohnsiedlungsbereich in einer idealtypischen Entfernung vom Einzelhandelsstandort von rund 600 m. In Einzelfällen kann dieser in Abhängigkeit von siedlungsstrukturellen Gegebenheiten (u.a. Siedlungsdichte) variieren.
- **Randsortimente** haben lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem Kernsortiment in Umfang und Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein. Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebes. Wenngleich hier kein allgemeingültiger Maßstab definiert werden kann, da dies im Einzelfall von der Gesamtgröße des Betriebs sowie von der Art der Sortimente abhängen kann, wird in der Praxis zumeist davon ausgegangen, dass bei einem Anteil von mehr als 10 % an der Gesamtverkaufsfläche kein „Randsortiment“ mehr vorliegt. Im Sinne des REHK sind Vorhaben als regional bedeutsam einzustufen, sobald sie, allein betrachtet aber ggf. auch im Rahmen einer Einzelhandelsagglomeration, eine überörtliche Bedeutung entwickeln, d.h. absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. Zentrenstruktur mindestens einer Nachbarkommune zu erwarten sind.

- Im Sinne des REHK sind **Vorhaben** als **regional bedeutsam** einzustufen, sobald sie, allein betrachtet aber ggf. auch im Rahmen einer Einzelhandelsagglomeration, eine überörtliche Bedeutung entwickeln, d.h. absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. Zentrenstruktur mindestens einer Nachbarkommune zu erwarten sind.

Es ist davon auszugehen, dass Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment regional bedeutsam sind, wenn deren Einzugsbereich über die reine Nahversorgung hinaus geht oder in mindestens eine benachbarte Kommune reicht. In der Regel handelt es dabei um Märkte ab einer Verkaufsfläche von 2.000 m², dazu zählen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser. Die kleineren, im Allgemeinen nicht über das lokale Einzugsgebiet hinaus reichenden Lebensmittelmärkte unterliegen lediglich der interkommunalen Abstimmung im Rahmen der förmlichen Verfahren.
- „**Shopping-Center** sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch :
 - räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe,
 - eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus / Kaufhaus / SB-Warenhaus),
 - ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen,
 - zentrales Management bzw. zentrale Verwaltung,
 - gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z.B. Werbung) und verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandels(geschäfts-)fläche von mindestens 10.000 qm. Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet. Außer den vom Einzelhandel belegten Geschäftsflächen verfügt ein Einkaufszentrum über weitere von gewerblichen Nutzern angemietete Flächen. Zu unterscheiden ist dabei insbesondere zwischen Flächen
 - für gastronomische Einrichtungen, für Dienstleistungsbetriebe aller Art (Bank, Reisebüro, Kino, Fitness-Studio u.a.)“ (EHI 2011).

8 Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“

Die nachfolgend dargestellte Geschäftsordnung in der Fassung Dezember 2011 stellt bezüglich des Verfahrens zum regionalen Konsens eine Übergangslösung von der ersten zur zweiten Fortschreibung dar. Sie wird nach Beschlussfassung der aktuellen Fortschreibung des REHK durch die Räte der Mitgliedskommunen inhaltlich angepasst (Pkt. 5).

Geschäftsordnung des Arbeitskreises „Regionales Einzelhandelskonzept östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“

Präambel

Die kommunale Planungshoheit umfasst das Recht der Gebietskörperschaften, die jeweilige städtebauliche Entwicklung im Rahmen der Bauleitplanung eigenverantwortlich zu gestalten. Zu diesem Recht zählt auch die Planung für städtebauliche Entwicklungskonzepte im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, wie etwa Masterpläne Einzelhandel. Aus dem Recht der kommunalen Planungshoheit folgen weiter Informations-, Anhörungs- und Beteiligungsrechte der Gemeinden bei übergeordneten Planungen.

Mit dem „Regionalen Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche“ haben sich die beteiligten Gemeinden durch eine Interkommunale Vereinbarung eine Selbstverpflichtung gegeben, die dem entsprechenden Arbeitskreis eine gewisse Autonomie („einfaches Geschäft der laufenden Verwaltung“) zugesteht. Dazu gehört auch diese Geschäftsordnung, die die Arbeitsfähigkeit des Arbeitskreises sicherstellt, ohne die Planungshoheit der Kommunen einzuschränken.

In der Kooperation zum Regionalen Einzelhandelskonzept des östlichen Ruhrgebiets und angrenzender Bereiche (Westfälisches Ruhrgebiet) haben die beteiligten Gemeinden vereinbart, sich gegenseitig über Einzelhandelsvorhaben mit überörtlicher Bedeutung zu informieren, in nachbarlicher Erörterung im Kreis betroffener Kommunen einen regionalen Konsens anzustreben und die im regionalen Konsens getroffenen Vereinbarungen durch entsprechende planungsrechtliche Maßnahmen einzuhalten und umzusetzen. Die Planungshoheit der beteiligten Kommunen und die Souveränität der Räte bei der Entscheidung im Einzelfall bleiben davon unberührt. Das gemeinsam mit Hilfe eines Gutachters erarbeitete Regionale Einzelhandelskonzept bietet die inhaltliche und verfahrensmäßige Grundlage.

Zur Umsetzung dieser Vereinbarung wurde ein Arbeitskreis gebildet, dem neben Vertretern der beteiligten Kommunen, der Gutachter sowie Vertreter der zugehörigen Industrie- und Handelskammern, Einzelhandelsverbände, Kreise, Bezirksregierungen und des Regionalverbandes Ruhr angehören.

Der Arbeitskreis gibt sich folgende **Geschäftsordnung**:

1. Zusammensetzung

Dem Arbeitskreis gehören Vertreter der beteiligten Kommunen, der Gutachter sowie Vertreter der zugehörigen Industrie- und Handelskammern, Einzelhandelsverbände, Kreise, Bezirksregierungen und des Regionalverbandes Ruhr an.

Beteiligte sind die Kommunen, die das regionale Einzelhandelskonzept und die interkommunale Vereinbarung durch Ratsbeschluss anerkannt haben. Kommunen, die der Vereinbarung noch nicht beigetreten sind, können Gaststatus erhalten.

Stand Dezember 2011

2. Vorstand und Geschäftsführung

Der Arbeitskreis wählt aus seiner Mitte einen Vorsitzenden und seinen Stellvertreter für die Dauer von zwei Jahren. Eine Wiederwahl ist zulässig. Jeder Institution steht eine Stimme zu. Aufgaben der Vorsitzenden sind insbesondere die Leitung der Sitzungen und die Vertretung des Arbeitskreises nach außen sowie in Absprache mit der Geschäftsstelle die Festlegung der Tagesordnungen und die Sichtung und Zulassung von Anträgen und Unterlagen.

Die Geschäftsführung wird vom Arbeitskreis bestellt.

3. Sitzungen und Veranstaltungen

Die Sitzungstermine werden spätestens in der letzten Sitzung eines Jahres für das Folgejahr festgelegt. Sitzungen sollen etwa alle zwei Monate stattfinden. Bei Bedarf werden in Absprache zwischen den Vorsitzenden und der Geschäftsstelle zusätzliche Termine anberaumt.

4. Arbeitsgruppen

Zur Vorbereitung von Entscheidungen und Meinungsbildungen kann der Arbeitskreis Arbeitsgruppen bilden. Die Geschäftsführung obliegt der Geschäftsstelle des Arbeitskreises.

5. Regionale Konsensverfahren

5.1 Anträge und Unterlagen

Das Regionale Konsensverfahren für ein Vorhaben ist von der Standortgemeinde mindestens vier Wochen vor der entsprechenden Sitzung mit entscheidungsvorbereitenden Unterlagen auf elektronischem Wege bei der Geschäftsstelle zu beantragen. Die Geschäftsstelle sammelt die Unterlagen und stellt diese spätestens drei Wochen vor der entsprechenden Sitzung den Arbeitskreismitgliedern zur Verfügung. Verspätet eingehende Unterlagen werden in der Tagesordnung nicht berücksichtigt.

5.2 Entscheidung über Regionalen Konsens

Der Arbeitskreis prüft anhand der vorliegenden Unterlagen, ob ein Vorhaben die Kriterien des Regionalen Einzelhandelskonzepts einhält. Ist dies der Fall, wird der Regionale Konsens festgestellt.

Besteht kein Einvernehmen über die Einhaltung der Kriterien, kann die Standortgemeinde gemeinsam mit allen Kommunen, auf die sich das Vorhaben nicht nur unerheblich auswirkt, eine interkommunale Abstimmung über das Vorhaben durchführen und einen einvernehmlichen Vorschlag zur Abstimmung stellen.

Hält ein Vorhaben die Kriterien des REHK nicht ein, ist aber erkennbar, dass es dem Sinn und den festgelegten Ziele grundsätzlich entspricht, kann der Regionale Konsens ebenfalls erteilt werden.

In den beiden letztgenannten Fällen stimmberechtigt sind die Vertreter aller Kommunen, wobei jeder Kommune eine Stimme zusteht. Die Kommunen, die nicht nur unerheblich von dem Vorhaben betroffen sind, müssen an der Entscheidung mitwirken,

Stand Dezember 2011

alle Übrigen können ihr auch fernbleiben. Die Entscheidung erfolgt grundsätzlich in der Sitzung des Arbeitskreises. Im Verhinderungsfalle kann das Votum auch schriftlich gegenüber den Vorsitzenden und der Geschäftsstelle abgegeben werden. Konsens ist erzielt, wenn die Abstimmung keine Gegenstimmen ergibt.

Die Vertreter der anderen Institutionen wirken an der Meinungsbildung mit, sind jedoch nicht abstimmungsberechtigt.

5.3 Konsequenzen

Die Entscheidung über den Regionalen Konsens wird in die förmlichen Planverfahren mitgenommen und ist bei der Entscheidung der Standortkommune über das Projekt zu berücksichtigen. Ist ein Konsens festgestellt, tragen die betreffenden Kommunen bei unveränderter Planung im Rahmen der nachbargemeindlichen Beteiligung in Bauleitplanverfahren keine Einwendungen bezüglich einzelhandelsrelevanter Auswirkungen mehr vor.

6. Erarbeitung und Änderung des Regionalen Einzelhandelskonzepts (REHK)

Das REHK ist von den Räten der beteiligten Kommunen (in der Regel durch Beschluss) anerkannt worden.

In gewissen Abständen werden erfahrungsgemäß Änderungen oder Fortschreibungen des Konzeptes erforderlich sein. Diese werden eingeleitet, wenn die Mitglieder des Arbeitskreises dies mehrheitlich beschließen, wobei jeder Institution eine Stimme zusteht.

Das geänderte oder fortgeschriebene Konzept bedarf wiederum der Zustimmung der Räte. Eine Ausnahme sind gesetzliche Änderungen mit gegenüber den festgelegten Kriterien einschränkender Wirkung. Diese können nach Beschluss des Arbeitskreises in das Konzept eingearbeitet werden.

7. Kosten

Die Kosten für die Sitzungen des Arbeitskreises und der Arbeitsgruppen trägt jeder Beteiligte für sich selbst.

Soweit Kosten für die Erarbeitung, Änderung oder Fortschreibung des REHK oder die Durchführung von Veranstaltungen über den Beteiligtenkreis hinaus entstehen, werden diese von den beteiligten Gemeinden nach folgendem Schlüssel getragen. Die Hälfte der unrentierlichen Kosten (nach Abzug etwaiger Fördermittel oder Teilnehmerbeiträge) wird gleichmäßig auf die Gemeinden verteilt, die andere Hälfte entsprechend der Einwohnerzahl der Gemeinden. Maßgeblich sind die jeweils aktuellsten Daten von IT.NRW.

„Laufende“ Kosten (z. B. Datenaufbereitung, Geschäftsführung) werden ebenfalls nach diesem Schlüssel umgelegt.

Stand Dezember 2011

8. Übergangsregelung

Die Regelungen in Pkt. 5.2 Absatz 2 ff sind nicht gedeckt über die Vereinbarungen im Rahmen der Fortschreibung des REHK 2007 (vgl. ebd. S. 80 f) und bedürfen einer Beschlussfassung im Rahmen der erneuten Fortschreibung.

Bis zum Beschluss über die erneute Fortschreibung wird in Fällen wie in Pkt. 5.2 Absatz 3 beschrieben wie folgt verfahren. Der Arbeitskreis kommt zu dem Ergebnis, dass die Kriterien des REHK nicht eingehalten werden, der regionale Konsens wird nicht festgestellt. Sind alle Mitglieder des Arbeitskreises der Auffassung, dass das Vorhaben trotzdem regionalverträglich ist, begrüßt der Arbeitskreis das Vorhaben und schlägt vor, dass die betroffenen Kommunen im Rahmen des formellen Beteiligungsverfahrens keine Bedenken zu den Einzelhandelsbelangen des Verfahrens äußern. Die Kommunen werden ihre politischen Gremien über diesen Vorschlag informieren.

9. Inkrafttreten

Diese Geschäftsordnung tritt nach Beschluss durch den Arbeitskreis in Kraft.

9 Erläuterungen zur Standortstruktur

(vgl. dazu Karte 8 und Karte 9 sowie Datenband zum REHK: Standortstruktur und Zentrenpässe)

9.1 Haupt- und Nebenzentren

Gemeinde	Bezeichnung	Zentrenkategorie
Bergkamen	Bergkamen	Hauptzentrum
Bochum	Bochum	Hauptzentrum
Bochum	Wattenscheid	Nebenzentrum
Bochum	Querenburg Uni-Center	Nebenzentrum
Bochum	Linden	Nebenzentrum
Bochum	Langendreer - Alter Bahnhof	Nebenzentrum
Bochum	Gerthe	Nebenzentrum
Bochum	Langendreer - Dorf	Nebenzentrum
Bochum	Altenbochum	Nebenzentrum
Bochum	Brenschede	Nebenzentrum
Bochum	Große Voerde	Nebenzentrum
Bochum	Hattinger Straße	Nebenzentrum
Bochum	Weitmar-Mark	Nebenzentrum
Bochum	Weitmar-Mitte	Nebenzentrum
Bochum	Werne	Nebenzentrum
Bönen	Bönen	Hauptzentrum
Castrop-Rauxel	Castrop-Rauxel	Hauptzentrum
Datteln	Datteln	Hauptzentrum
Dortmund	Dortmund-City	Hauptzentrum
Dortmund	Hombruch	Nebenzentrum
Dortmund	Aplerbeck	Nebenzentrum
Dortmund	Brackel	Nebenzentrum
Dortmund	Eving	Nebenzentrum
Dortmund	Hörde	Nebenzentrum
Dortmund	Lütgendortmund	Nebenzentrum
Dortmund	Mengede	Nebenzentrum
Dortmund	Scharnhorst	Nebenzentrum

Gemeinde	Bezeichnung	Zentrenkategorie
Dortmund	Nordstadt	Nebenzentrum
Dortmund	Huckarde	Nebenzentrum
Fröndenberg	Fröndenberg	Hauptzentrum
Gelsenkirchen	Gelsenkirchen	Hauptzentrum
Gelsenkirchen	Buer	Hauptzentrum
Gelsenkirchen	Erle	Nebenzentrum
Gelsenkirchen	Horst - Essener Str.	Nebenzentrum
Gelsenkirchen	Resse	Nebenzentrum
Gelsenkirchen	Schalke	Nebenzentrum
Gelsenkirchen	Rotthausen	Nebenzentrum
Gelsenkirchen	Horst - Markenstr.	Nebenzentrum
Hagen	Hagen	Hauptzentrum
Hagen	Hohenlimburg	Nebenzentrum
Hagen	Haspe	Nebenzentrum
Hagen	Boele	Nebenzentrum
Hagen	Eilpe	Nebenzentrum
Hamm	Hamm	Hauptzentrum
Hamm	Werries	Nebenzentrum
Hamm	Rhynern	Nebenzentrum
Hamm	Pelkum-Wiescherhöfen	Nebenzentrum
Hamm	Herringen	Nebenzentrum
Hamm	Bockum-Hövel	Nebenzentrum
Hamm	Heessen	Nebenzentrum
Hattingen	Hattingen	Hauptzentrum
Hattingen	Welper	Nebenzentrum
Herdecke	Herdecke	Hauptzentrum
Herne	Herne	Hauptzentrum
Herne	Wanne	Nebenzentrum
Holzwickede	Holzwickede	Hauptzentrum
Kamen	Kamen	Hauptzentrum
Lünen	Lünen	Hauptzentrum
Lünen	Brambauer	Nebenzentrum
Lünen	Lünen-Süd	Nebenzentrum
Schwerte	Schwerte	Hauptzentrum

Gemeinde	Bezeichnung	Zentrenkategorie
Selm	Kreisstraße / Burg Botzlar	Hauptzentrum
Selm	Ludgeristraße	Nebenzentrum
Selm	Bork Hauptstraße	Nebenzentrum
Unna	Unna	Hauptzentrum
Unna	Königsborn	Nebenzentrum
Unna	Massen	Nebenzentrum
Waltrop	Waltrop	Hauptzentrum
Werl	Werl	Hauptzentrum
Werne	Werne	Hauptzentrum
Wetter	Wetter	Hauptzentrum
Witten	Witten	Hauptzentrum
Witten	Annen	Nebenzentrum
Witten	Herbede	Nebenzentrum

9.2 Agglomerationen > 5.000 m² Verkaufsfläche

Gemeinde	Bezeichnung	Sortimentsschwerpunkte
Bergkamen	Römerlager	Nahrungs- und Genussmittel, Elektronik / Multimedia, Bekleidung
Bergkamen	Geschwister-Scholl-Straße	Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel
Bochum	Castroper Hellweg	Baumarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel, PBS
Bochum	Dückerweg	Möbel, Kfz-Zubehör, Elektronik / Multimedia
Bochum	Ottostraße	Nahrungs- und Genussmittel, Möbel, Motorradzubehör
Bochum	Hannibal	Möbel, Elektronik / Multimedia, Nahrungs- und Genussmittel, Fahrräder
Bochum	Hofsteder Straße	Nahrungs- und Genussmittel, Elektronik / Multimedia, Möbel, Baumarktsortimente
Bochum	Ruhrpark	Bekleidung, Sportartikel, Spielwaren, Nahrungs- und Genussmittel, GPK / Haushaltswaren
Castrop-Rauxel	Siemensstraße	Nahrungs- und Genussmittel, Elektronik / Multimedia, Möbel
Castrop-Rauxel	Westring	Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel
Dortmund	Aplerbeck-Ost	Bau- und Gartenmarktsortimente, Sportartikel, Möbel, Elektronik / Multimedia
Dortmund	Bornstraße	Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel, Nahrungs- und Genussmittel
Dortmund	Indupark	Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente, Elektronik / Multimedia, Nahrungs- und Genussmittel
Hagen	Eckeseyer Straße	Bau- und Gartenmarktsortimente
Hagen	Weststraße	Möbel, Sportartikel, Spielwaren
Hagen	Dortmunder Straße	Nahrungs- und Genussmittel
Hagen	Auf dem Lölfert	Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung
Hagen	Lennetal	Gartenmarktsortimente
Hagen	Elseyer Straße	Elektronik / Multimedia
Hagen	Freiligrathstraße	Nahrungs- und Genussmittel
Hamm	Münsterstr. / Sachsenring	Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel
Hamm	Römerstraße	Nahrungs- und Genussmittel, Einrichtungsartikel
Hamm	Dortmunder Straße	Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Einrichtungsartikel
Hamm	Heessener / Ahlener Str.	Möbel, Einrichtungsartikel
Hamm	Dr. Loeb-Caldenhof-Straße	Gartenmarktsortimente

Gemeinde	Bezeichnung	Sortimentsschwerpunkte
Hattingen	Beul II	Bau- und Gartenmarktsortimente, Einrichtungsartikel
Herne	Roonstraße	Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente
Kamen	Kamen Karree	Möbel, Gartenmarktsortimente
Kamen	Zollpost	Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente
Lünen	Merschstraße	Nahrungs- und Genussmittel
Lünen	Kamener Straße	Möbel
Schwerte	Beckestraße	Nahrungs- und Genussmittel, Einrichtungsartikel
Unna	Feldstraße	Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente
Werne	Klöcknerstraße / Hansaring	Bau- und Gartenmarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel
Witten, Stadt	Ostermann	Möbel

9.3 Ergänzungsstandorte > 5.000 m² Verkaufsfläche

Gemeinde	Anbieter	Bezeichnung
Bergkamen	Röttgers Gartencenter	Erlentiefenstr.
Bergkamen	Poco	Industriestr.
Bergkamen	Garten König	Rathenaustr.
Bochum	Edeka Burkowski	Alleestr.
Bochum	Gartencenter Augsburg	Am Ruhrpark
Bochum	Bauhaus	Fritz-Reuter-Str.
Bochum	Hardi Möbelhandel	Industriestr.
Bochum	Praktiker	Josef-Baumann-Str.
Bochum	Praktiker	Kohlenstr.
Bochum	Hagebaumarkt	Wallbaumweg
Bochum	Schley's Blumen Paradies	Wattenscheider Hellweg
Bochum	Möbel Hardeck	Werner Hellweg
Castrop-Rauxel	Möbel Tegro	Bockenfelder Str.
Datteln	Hornbach	Walter-Sauer-Str.
Dortmund	Risse Gartencenter	Emschertalstr.
Dortmund	Hellweg	Hannöversche Str.
Dortmund	Die Einrichter	Rosemeyerstraße
Dortmund	Hellweg	Zillestraße
Gelsenkirchen	Gartenmarkt Düsing	Braukämperstr.
Gelsenkirchen	Hornbach	Caubstr.
Gelsenkirchen	Holz Meyer Bau-Supermarkt	Dessauer Str.
Gelsenkirchen	Real	Emscherstr.
Gelsenkirchen	Hellweg	Grothusstr.
Gelsenkirchen	Gartencenter Schley	Heistr.
Gelsenkirchen	Marktkauf	Ulrichstr.
Gelsenkirchen	Roller	Willy-Brandt-Allee
Hagen	B1 Discount Baumarkt	Berliner Str.
Hagen	Hellweg	Schwerter Str.
* Hagen	Möbel Sonneborn	Haßleyer Straße

Gemeinde	Anbieter	Bezeichnung
Hamm	Hellweg	Istingstr.
Hamm	Polster aktuell	Münsterstr.
Hamm	Obi	Sachsenweg
* Hamm	Möbel Finke	Rhynern
Hattingen	Hellweg	Am Büchsenschütz
Herne	Real	Am Großmarkt
Herne	Möbel Zurbrüggen	Am Westerfeld
Herne	Hornbach	Bochumer Str.
Herne	I & M Bauzentrum	Heerstr.
Herne	Decathlon	Holsterhauser Str.
Lünen	Blumen Risse	Bergstr.
Lünen	toom Baumarkt	Buchenberg
Schwerte	Wohnwelt Reuper	An der Silberkuhle
Schwerte	Gartencenter Augsburg	Hörder Str.
Schwerte	Gartencenter Pötschke	Overberger Weg
Schwerte	toom Baumarkt	Schützenstr.
Selm	Baumarkt Hellweg	Münsterlandstraße
Werl	Möbel Turflon	Prozessionsweg
Werl	Hellweg	Soester Straße
Werne	Polstermöbelmarkt Werne / Möbel Peters	Fürstenhof
Witten	Bauhaus	Brauckstr.
Witten, Stadt	toom Baumarkt	Dortmunder Str.

* = gesicherte Planung

Ein Planvorhaben wird - in Abstimmung mit der jeweiligen Kommune - immer dann als gesicherte Planung eingestuft, wenn Planungsrecht besteht, eine konkrete Investitionsabsicht erkennbar ist und ggf. eine erforderliche landesplanerische Abstimmung erfolgt ist bzw. wenn das Objekt im Bau ist.

10 Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben stellt sich stets die Frage der städtebaulichen Verträglichkeit. Dabei sind entsprechende Einzelhandelsgutachten unabdingbar. Auf der einen Seite stehen die Ergebnisse bzw. deren Interpretation hinsichtlich einer attestierten Verträglich oftmals in der Kritik, auf der anderen Seite werden auch einzelne Gutachten bereits aufgrund ihres inhaltlichen und formalen Aufbaus nicht anerkannt.

Der nachfolgende Vorschlag für eine Mustergliederung einer städtebaulichen Wirkungsanalyse (i.S.v. § 11(3) BauNVO) soll als Richtschnur für die Erarbeitung und Beurteilung entsprechender Gutachten dienen. Selbstverständlich sind im Einzelfall Modifizierungen aufgrund spezifischer Plangestaltungen möglich.

1. Aufgabenstellung / Ziel der Untersuchung

- Beschreibung der Ausgangssituation
- Formulierung wesentlicher Fragestellungen

– 2. Methodik und Vorgehensweise

- Methodik der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Analyse
- berücksichtigte sekundärstatistische Daten
- berücksichtigte Fachbeiträge und Konzepte (u.a. Städtebau und Einzelhandelsgutachten)
- Erläuterungen zur Berechnungsmethodik und getroffenen Annahmen
- Grundlagen zur Interpretation der Berechnungsergebnisse

– 3. Rahmendaten des Vorhabens

- Standort (Adresse, Planskizze)
- Planungsrechtliche Situation
- Bestandssituation am Standort bzw. im Umfeld
- Beschreibung des Einzelhandelsvorhabens
 - a) Art des Vorhabens, Vertriebsform
 - b) Umfang des Vorhabens (Ladeneinheiten, Verkaufsfläche, Geschossfläche, ggf. ergänzende Nutzungen)
 - c) Sortimentsstruktur (Kern- und Randsortimente, nahversorgungsrelevant / zentrenrelevant / nicht-zentrenrelevant - jeweils nach Ladeneinheiten)
 - d) erwarteter Vorhabenumsatz (gesamt und sortimentspezifisch)
 - e) Verkehrsanbindung des Vorhabens, fußläufige Erreichbarkeit, Anbindung an Netz des öffentlichen Nahverkehr
 - f) Einordnung in die Standortstruktur bzw. Standortsituation: Zentraler Versorgungsbereich – Ergänzungsstandort - Einzelstandort – Agglomeration - Einkaufszentrum

4. Landesplanerische und Regionalbedeutsame Vorgaben

- LEP
- Regionalplan
- Regionale Konzepte

5. Absatzwirtschaftliche Rahmendaten

- Darlegung des Untersuchungsraumes
- Abgrenzung des Einzugsgebietes unter Darlegung der verwendeten Kriterien (u.a. Wettbewerbssituation, Entfernungen, Erreichbarkeiten, topographische und siedlungsstrukturelle Rahmenbedingen, verkehrliche Aspekte)
- Bevölkerungspotenzial im Untersuchungsraum
- Kaufkraftniveau und monetäre einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (nach Sortimenten und Gemeinden)
- Einzelhandelsrelevante Angebotssituation im Untersuchungsraum (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächen, Flächenproduktivität, Umsätze nach Sortimenten und Lagen)
- Kaufkraftbindungen / Zentralitäten im Untersuchungsraum (in den Gemeinden, standortbezogen)
- Identifizierung und Analyse der Zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

6. Wirkungsanalyse

- Darstellung der Umsatzumverteilungen nach Sortimenten und Standorten
- Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, Konsequenzen für die Versorgungsstruktur
- Darlegung der Auswirkungen auf das zentralörtliche Gliederungssystem
- Darlegung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche
- Darlegung der Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur
- Bewertung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche, die (Nah-) Versorgungsstruktur
- Kompatibilität mit bestehenden landesplanerischen, regionalplanerischen und kommunalen städtebaulichen Zielvorstellungen

7. Gutachterliche Empfehlung

- Realisierung, Modifizierung – Ausschluss oder Flächenreduzierung bestimmter Vorhabenbausteine/Sortimente, ggf. Einstellung der Planung
- Städtebauliche Empfehlungen
- Empfehlungen zur bauplanungsrechtlichen Umsetzung