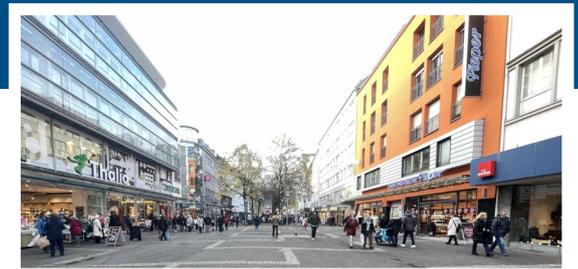


Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen



2023

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

für die Stadt Hagen

Neuerarbeitung 2022/2023

Auftraggeber:

Stadt Hagen

Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung

58095 Hagen

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Kupper

Senior Consultant

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

Leiter Niederlassung Köln

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a

50968 Köln

Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail kuepper@bbe.de

lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 5
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung 5
1.2	Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen 7
Teil A: Rahmenbedingungen 10	
2	Allgemeine Trends in der Einzelhandelsentwicklung 11
2.1	Situation im Einzelhandel 11
2.2	Verändertes Konsumentenverhalten und Ausblick 19
3	Standortrahmenbedingungen 27
3.1	Lage im Raum, Siedlungsstruktur, Verkehrsanbindung 27
3.2	Demografische Entwicklung 30
3.3	Regionale Wettbewerbssituation 33
4	Gesetzliche und planerische Rahmenbedingungen 35
4.1	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung 35
4.2	Begriff des zentralen Versorgungsbereiches 39
4.3	Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) - 3. Fortschreibung (2020) 43
Teil B: Gesamtstädtische Analyse und konzeptionelle Empfehlungen 46	
5	Nachfrageanalyse 47
5.1	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hagen 47
5.2	Onlinebedeutung 52
5.3	Ausblick 52
6	Einzelhandelssituation in der Stadt Hagen 54
6.1	Gesamtstädtische Einzelhandelsausstattung 54
6.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten 58
6.3	Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2015 - 2021 62
6.4	Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen 63
6.5	Innenstadt 68
6.6	Online-Präsenz und digitale Kompetenz der Innenstadt Hagen 76
6.7	Offline-Strategien im Einzelhandel: Positionierungs- und Profilierungsinstrumente für die Innenstadt, Zielkriterien 81
6.8	Wohnungsnaher Versorgung 86
6.9	Städtebaulich nicht-integrierte Sonderstandorte 97

7	Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung.....	103
8	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen	106
8.1	Einleitung: Zentrenkategorien in der Stadt Hagen	106
8.2	Leitlinien des neu erarbeiteten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes	108
8.3	Standortstrukturmodell/Zentrenhierarchie in der Stadt Hagen	111
8.4	Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche als Vorrangstandort für den zentrenrelevanten Einzelhandel.....	116
8.5	Empfehlungen zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung	117
8.6	Empfehlungen für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.....	120
8.7	Hagener Sortimentsliste	122
9	Argumentationshilfe für „verkaufsoffene Sonntage“	130
10	Fazit und abschließende Empfehlungen.....	133
Teil C: Steckbriefe zu den Einzelstandorten		135
11	Einzelhandel in den statistischen Bezirken (Steckbriefe)	136
11.1	Einzelhandel im statistischen Bezirk Mittelstadt	136
11.1.1	Hauptzentrum Innenstadt.....	139
11.1.2	Nahversorgungszentrum Eppenhausen.....	142
11.1.3	Nahversorgungsstandorte in der Mittelstadt	145
11.1.4	Einzelhandel im statistischen Bezirk Altenhagen.....	148
11.1.5	Nahversorgungszentrum Altenhagen.....	151
11.1.6	Nahversorgungsstandorte Altenhagen.....	154
11.1.7	Sonderstandorte Altenhagen	157
11.2	Einzelhandel im statistischen Bezirk Hochschulviertel	160
11.2.1	Nahversorgungsstandorte Hochschulviertel	163
11.3	Einzelhandel im statistischen Bezirk Emst.....	165
11.3.1	Nahversorgungsstandorte Emst.....	168
11.3.2	Sonderstandort auf Emst	171
11.4	Einzelhandel im statistischen Bezirk Wehringhausen.....	173
11.4.1	Nahversorgungszentrum Wehringhausen.....	176
11.4.2	Nahversorgungsstandorte in Wehringhausen.....	180
11.4.3	Sonderstandort in Wehringhausen.....	182
11.5	Einzelhandel im statistischen Bezirk Vorhalle.....	184
11.5.1	Nahversorgungszentrum Vorhalle.....	187
11.5.2	Nahversorgungsstandorte in Vorhalle.....	190
11.5.3	Sonderstandorte in Vorhalle.....	192

11.6	Einzelhandel im statistischen Bezirk Boele	195
11.6.1	Nebenzentrum Boele (perspektivisch)	199
11.6.2	Nahversorgungszentrum Hilfe.....	203
11.6.3	Nahversorgungsstandorte in Boele	206
11.6.4	Sonderstandorte in Boele	208
11.7	Einzelhandel im statistischen Bezirk Lennetal	212
11.8	Einzelhandel im statistischen Bezirk Hohenlimburg.....	216
11.8.1	Nebenzentrum Hohenlimburg	221
11.8.2	Nahversorgungszentrum Elsey	225
11.8.3	Sonderstandorte in Hohenlimburg.....	228
11.9	Einzelhandel im statistischen Bezirk Eilpe	234
11.9.1	Nahversorgungszentrum Eilpe	237
11.9.2	Nahversorgungsstandort in Eilpe	240
11.10	Einzelhandel im statistischen Bezirk Dahl.....	242
11.11	Einzelhandel im statistischen Bezirk Haspe-Ost.....	247
11.11.1	Nebenzentrum Haspe	251
11.11.2	Sonderstandorte in Haspe-Ost.....	254
11.12	Einzelhandel im statistischen Bezirk Haspe-West	256
11.12.1	Nahversorgungszentrum Westerbauer	260
11.12.2	Sonderstandorte in Haspe-West	263
12	Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	264
12.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	264
12.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels ..	265
12.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	268
12.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	269
12.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	271
12.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	271
12.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	272
	Abbildungsverzeichnis.....	274
	Glossar	276
	Abkürzungsverzeichnis.....	279

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Hagen beabsichtigt, das zunächst 2009 erarbeitete und 2016 fortgeschriebene Einzelhandels- und Zentrenkonzept neu aufzustellen. Die dafür erforderlichen gutachterlichen Leistungen wurden im Rahmen einer Ausschreibung am 22. Dezember 2020 an die BBE Handelsberatung GmbH in Auftrag gegeben.

Das neue Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll auf Basis aktueller Angebots- und Nachfragedaten und unter Berücksichtigung aller relevanten Rahmenbedingungen und Trends eine möglichst rechtssichere Beurteilung von Vorhaben mit (meist großflächigem) Einzelhandel ermöglichen und damit der Steuerung der zukünftigen Entwicklung des Oberzentrums Hagen als Einzelhandelsstandort dienen.

Besondere Aufmerksamkeit erfordert die Beachtung der rechtlichen Grundlagen. So hat die Novellierung der landesplanerischen Vorgaben zum (großflächigen) Einzelhandel (LEP NRW vom 8. Februar 2017, zunächst Sachlicher Teilplan vom 12. Juli 2013) umfangreiche Rechtsprechung und zuletzt auch einen neuen Einzelhandelserlass für NRW (14. Dezember 2021, veröffentlicht 30. Dezember 2021) zur Folge gehabt.

Das im November 2019 beschlossene gesamtstädtische ISEK als Grundlage für den aktuell erarbeiteten Flächennutzungsplan und weitere geplante ISEKs für die Innenstadt und das Zentrum von Hohenlimburg setzen einen städtebaulichen Rahmen für das neue Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Mit noch nicht absehbaren Folgewirkungen für die (Innen-)Stadtentwicklung haben die aufgrund der Covid-19-Pandemie verordneten, zeitweisen Schließungen von Einzelhandelsbetrieben („Lockdowns“) 2020/2021 und die Hochwasserkatastrophe im Juli 2021 die bereits seit einigen Jahren erkennbaren Auswirkungen des Onlinehandels verstärkt und zusätzlichen Handlungsbedarf ausgelöst. Zuletzt haben die wirtschaftlich noch nicht absehbaren Folgen des Ukrainekriegs zu erheblicher Verunsicherung von Konsumenten und Investoren geführt.

Inhaltliche Schwerpunkte des neuen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sind damit vor diesem Hintergrund:

- Die Aktualisierung der Grundlagen zur Angebots- und Nachfragestruktur sowie der städtebaulichen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel.
- Die aktuelle und rechtskonforme Überprüfung und ggf. Neubewertung des Zentrumsystems einschließlich der Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

- Die aktuelle Situation und Perspektive der wohnortnahen Versorgung in den Stadtbezirken/-teilen.
- Die Überprüfung und ggf. Anpassung der Hagener Sortimentsliste für zentren-/nahversorgungsrelevante Sortimente.
- Die Überprüfung und ggf. Neuformulierung der Ansiedlungsregeln für den Umgang mit Planvorhaben, insbesondere mit großflächigem Einzelhandel.
- Die Ableitung von Handlungsempfehlungen zur Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Hagen unter Berücksichtigung der wesentlichen Trends und Sondereinflüsse (u.a. Onlinehandel, Covid-19-Pandemie, Flutkatastrophe, Ukrainekrieg).

Die BBE Handelsberatung GmbH legt hiermit eine Neuarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen vor, die eine standortbezogene Ausgestaltung des Landesentwicklungsplans NRW als landesplanerischen Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel darstellt.

Der vorliegende Bericht untergliedert sich in drei Teile. Im **Teil A** werden die ökonomischen, gesetzlichen, regionalplanerischen und städtebaulichen **Rahmenbedingungen** zusammengestellt, in die das Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit seinen Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Hagen einzubinden ist.

Der **Teil B** umfasst die **gesamstädtische** Analyse der Angebots- und Nachfragestrukturen sowie einen Überblick zum Zentrenkonzept, die Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung und die Hagener Sortimentsliste.

Im **Teil C** wird die quantitative und qualitative Versorgungssituation in den **statistischen Bezirken** der Stadt Hagen räumlich detailliert analysiert. Es werden Entwicklungsempfehlungen zur Sicherung einer funktionsfähigen Zentrenstruktur (**zentrale Versorgungsbereiche**) und einer räumlich ausgewogenen wohnortnahen Grundversorgung (**Nahversorgungsstandorte**) in den statistischen Bezirken formuliert. Für die **Sonderstandorte** steht vor allem der planerische Umgang im Vordergrund der Betrachtung.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

BETRIEBSSTÄTTENERHEBUNG IN DER STADT HAGEN

Im Juni/Juli 2021 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 24 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in den zentralen Versorgungsbereichen die sonstigen publikumsintensiven Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt. Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand Anfang Juli 2021.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen aus dem Jahr 2015 wurde u. a. für einen Zeitvergleich ausgewertet.² In einen Städtevergleich ähnlicher Größen und Versorgungsstruktur werden die Städte Wuppertal (ca. 361.000 Einwohner), Mönchengladbach (ca. 269.000 EW), Hamm (ca. 181.000 EW) und Leverkusen (ca. 166.000 EW) eingestellt.³

NACHFRAGEANALYSE

Das Kaufkraftpotenzial basiert auf IfH-Daten zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2019, um pandemiebedingte Sondereinflüsse auszublenden), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Die Marktentwicklungen für die Jahre 2020/21 sind in starkem Maße durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie beeinflusst (u.a. starkes Umsatzwachstum der Lebensmittelmärkte infolge der Gastronomie-Schließungen, Rückgang des stationären Nonfood-Umsatzes infolge der Geschäftsschließungen).

Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der „MB-Research-Kaufkraft 2021“ zugrunde gelegt.

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/-Handwerks sowie der Handel mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

² Vgl. CIMA, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen, 2015

³ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Wuppertal, 1. Fortschreibung 2020, Nahversorgungs- und Zentrenkonzept der Stadt Mönchengladbach 2017, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Hamm, 2. Fortschreibung 2019 sowie Einzelhandelskonzept Stadt Leverkusen, Fortschreibung 2017

ONLINE-PRÄSENZ DER HAGENER INNENSTADT

Die in der Innenstadt ansässigen Anbieter (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung und Kultur) wurden nach einem standardisierten von der BBE Handelsberatung entwickelten Verfahren auf ihre digitale „Sichtbarkeit“ (Online-Präsenz) und Serviceorientierung überprüft. Dazu wurde anhand der Kriterien Google-Präsenz - Social Media - Website - Onlineshop ermittelt, wie gut ein Betrieb online auffindbar ist und inwieweit die Offline- und Online-Aktivitäten verknüpft sind.

BEGLEITENDER ARBEITSKREIS

Die Erstellung des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde durch einen Arbeitskreis begleitet. Die Mitglieder des Arbeitskreises stammen aus dem Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung der Stadt Hagen (inkl. Technischer Beigeordneter), HAGEN.AGENTUR (jetzt HAGEN.WIRTSCHAFTSENTWICKLUNG GmbH), Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen (SIHK), Einzelhandelsverband Südwestfalen e.V., Bezirksregierung Arnsberg, Regionalverband Ruhr (RVR).

Der Arbeitskreis hat zu folgenden Themen getagt:

- 05.05.2021 Inhalte, Ablauf und Zeitplanung zur Erarbeitung des neuen Einzelhandelskonzeptes sowie Abstimmung aktueller Planvorhaben
- 17.12.2021 Abstimmung der zentralen Versorgungsbereiche
- 08.04.2022 Abstimmung von Nahversorgungsstandorten und Sonderstandorten für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel
- 15.06. – 04.07.2022 schriftliche Abstimmung der Hagener Sortimentsliste
- Dezember 2022 Abstimmung des Berichtsentwurfs (Termin ist noch abzustimmen).

BETEILIGUNG DER POLITISCHEN GREMIEN UND RATS BESCHLUSS

Die politischen Gremien der Stadt Hagen werden im Rahmen von interfraktionellen Gesprächen in den einzelnen Bezirksvertretungen und einer Präsentationsveranstaltung im Ausschuss für Stadt-, Beschäftigungs- und Wirtschaftsentwicklung (SBW) über die wesentlichen Inhalte des vorliegenden Konzepts informiert. Die Neuaufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Hagen soll vom Rat der Stadt als Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung beschlossen werden.

BÜRGER- UND TRÄGERBETEILIGUNG

Zudem ist eine Beteiligung („Partizipation“) der Bürger und der Träger öffentlicher Belange an der politischen Entscheidung vorgesehen. Durch die Beteiligung der Öffentlichkeit sollen die Bürger und die Träger öffentlicher Belange die Möglichkeit haben, ihre Interessen und Rechtspositionen im Beschlussverfahren zu wahren.

Teil A: Rahmenbedingungen

Der Teil A umfasst eine Zusammenstellung der wesentlichen Rahmenbedingungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hagen:

- Allgemeine Einzelhandelsentwicklung zur Einordnung der betrieblichen Anforderungen
- Standortbezogene Rahmenbedingungen in der Stadt Hagen und in der Region (u.a. Siedlungsstruktur und Demografie, regionale Einzelhandelssituation)
- Gesetzliche und planerische Rahmenbedingungen (u.a. Landesplanung NRW und Regionales Einzelhandelskonzept östliches Ruhrgebiet).

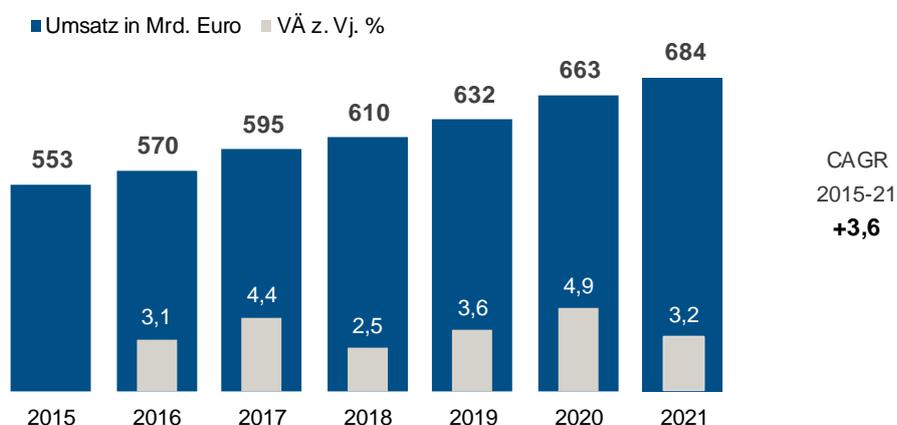
2 Allgemeine Trends in der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Situation im Einzelhandel

DER EINZELHANDEL IN DEUTSCHLAND WÄCHST – AUCH WÄHREND DER PANDEMIE

In der jüngeren Vergangenheit hat sich der Einzelhandel insgesamt recht positiv entwickelt. Zuvor hat der Einzelhandelsumsatz im Jahr 2010 nach Wachstumsschwankungen gerade erst wieder das Niveau des Jahres 2000 erreicht. Zwischen 2010 und 2015 konnte der Zuwachs auf durchschnittlich 2,3 % p.a. gesteigert werden und seit 2015 beträgt die durchschnittliche Wachstumsrate 3,6 % p.a. (nominal). Diese Tendenz hat sich auch während der letzten beiden Pandemie-Jahre im Einzelhandel insgesamt fortgesetzt. Die einzelnen Branchen waren dabei von z.T. sehr unterschiedlichen Konjunkturen betroffen. Die strukturellen Veränderungen haben sich während der Corona-Krise stark beschleunigt. Wachstumsstärke hat 2020 und 2021 vor allem der Onlinehandel bewiesen und auch der Lebensmitteleinzelhandel hat überdurchschnittlich positiv abgeschnitten. Die Auswirkungen von Lockdowns und Kontaktbeschränkungen bekamen insbesondere der Non-food-Handel und dort die innenstadtrelevanten Branchen zu spüren.

Abbildung 1: Einzelhandel i.e.S* – Umsatz 2015-2021

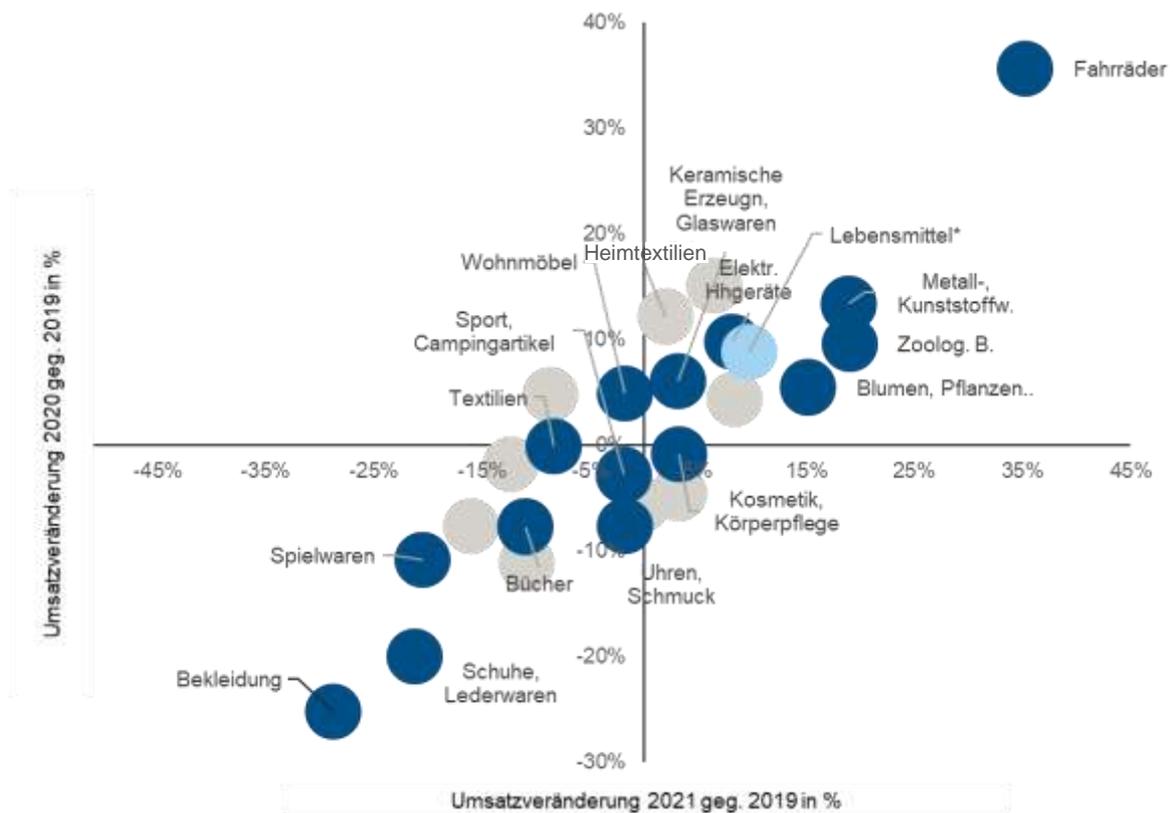


* Einzelhandel im engeren Sinne bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brenn- und Kraftstoffhandel.
CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche Wachstumsrate
Quelle: HDE Online-Monitor 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2022 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

AUSGABENVERSCHIEBUNGEN ZWISCHEN DEN BRANCHEN 2019-2021

Die Unterschiedlichkeit der Branchenkonjunkturen im Einzelhandel in den letzten beiden Jahren ist außergewöhnlich. Schon immer entwickeln sich die Einzelhandelsumsätze in den einzelnen Branchen unterschiedlich und langfristig sind auch mehr oder weniger große Verschiebungen bei der Verteilung der Ausgaben auf einzelne Bereiche feststellbar. Üblicherweise liegen die Unterschiede der Wachstumsraten der Fachhandelszweige in den vergangenen Jahren jedoch bei etwa 10-15 %-Punkten zwischen dem Fachhandelszweig mit dem höchsten und dem niedrigsten Wachstum. In den beiden Pandemie-Jahren hat sich diese Schwankungsbreite auf rund 60 %-Punkte ausge dehnt.

Abbildung 2: Umsatzveränderung Fachhandelszweige 2020 vs. 2019 und 2021 vs. 2019 (Auswahl)



* Lebensmitteleinzelhandel (WZ 47.11)

Quelle: IFH KÖLN, 2022, auf Basis Statistisches Bundesamt, Monatsstatistik im Einzelhandel.

Dies hängt im Wesentlichen mit teilweise erheblich veränderten Bedarfen der Konsumentinnen und Konsumenten während der Pandemie zusammen. Zwar gibt es auch Unterschiede zwischen 2020 und 2021 – im ersten Jahr der Pandemie beispielsweise waren Produkte aus dem Bereich Bauen/Heimwerken/Garten außerordentlich stark gefragt, was im zweiten Jahr deutlich nachgelassen hat, tendenziell sind aber die Fachhandelszweige mit positiven Wachstumsraten und Fachhandelszweige mit negativen Wachstumsraten in beiden Corona-Jahren dieselben.

So haben Branchen gewonnen, welche mit der Verschönerung des eigenen Zuhauses in Verbindung stehen, wie neben den Baumarkt- und Garten-Produkten etwa alles rund um Wohnen und Einrichten mit Glas, Porzellan, Keramik, Heimtextilien und Wohnmöbeln bis hin zu Elektro-Groß- und Kleingeräten.

Der Lebensmitteleinzelhandel hat davon profitiert, dass die Geschäfte zur Sicherung der Versorgung von Lockdowns ausgenommen waren. Einen gewichtigen Anteil am Zuwachs des Lebensmitteleinzelhandels hat die lange Schließung der Gastronomie, welche zu Konsumverlagerungen vom Außer-Haus-Verzehr in der Gastronomie hin zum Inner-Haus-Verzehr mit Kauf im Lebensmitteleinzelhandel geführt hat.

Der enorme Zuwachs bei Fahrrädern resultiert aus der pandemiebedingten Outdoor-Orientierung als Freizeitbeschäftigung, der alltäglichen, alternativen Verkehrsmittelnutzung (sehr geringes Infektionsrisiko im Vergleich zum ÖPNV) für Fahrten zur Arbeit und dem neuen Trend zum E-Bike.

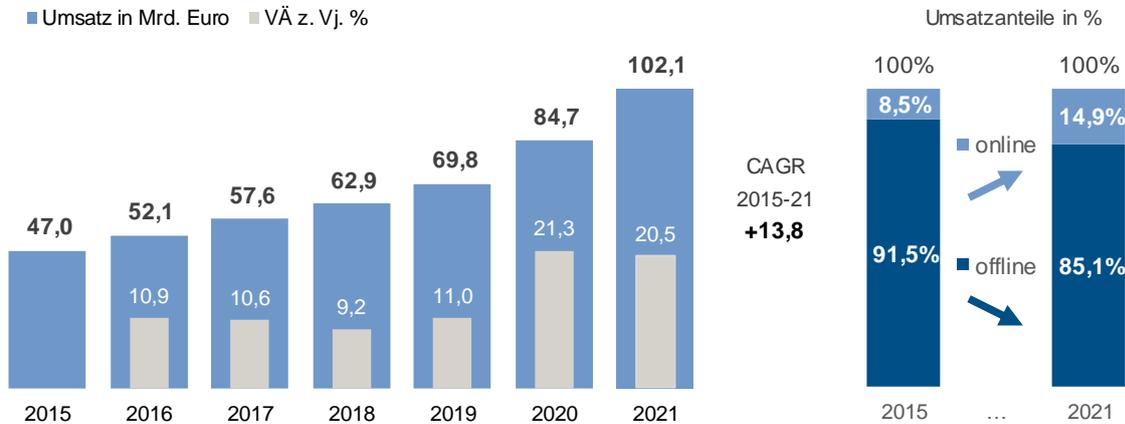
Auf der anderen Seite verzeichneten die Segmente der Modebranche die größten Umsatzverluste. Fehlende Anlässe und Bedarfe nach neuer Bekleidung resultieren vor allem aus dem Homeoffice und dem Wegfall privater Feiern, Treffen in Restaurants oder (Urlaubs-)Reisen. Das Ergebnis ist ein historischer Einbruch des Marktvolumens im Bereich Bekleidung/Bekleidungszubehör. Ähnliches gilt auch für Uhren und Schmuck, wenn auch nicht in der gleichen negativen Ausprägung.

Bücher und Spielwaren waren während der Pandemie dagegen durchaus beliebt und wurden auch gekauft, allerdings weniger im Fachhandel, sondern vor allem online. Die entsprechenden Fachhandelszweige weisen daher ebenfalls mehr oder weniger deutliche Umsatzverluste auf.

CORONA BESCHLEUNIGT VERSCHIEBUNGEN IM EINKAUFsverHALTEN: ONLINE GEWINNT, OFFLINE VERLIERT

Der Onlinehandel hat durch die Corona-Pandemie einen erheblichen Zuwachs erfahren. In den Jahren 2020 und 2021 betrug das Onlinewachstum jeweils mehr als 20 % und 2021 ist das Umsatzvolumen auf mehr als 100 Mrd. Euro angestiegen. Der Anteil des Onlinehandels am Einzelhandelsumsatz insgesamt liegt damit bei fast 15 %, 2015 waren es erst 8,5 %. Der Anteil des Offline- oder stationären Handels ist auf 85 % gesunken.

Abbildung 3: Onlinehandel – Umsatz 2015-2021 und Onlineanteil 2015, 2021

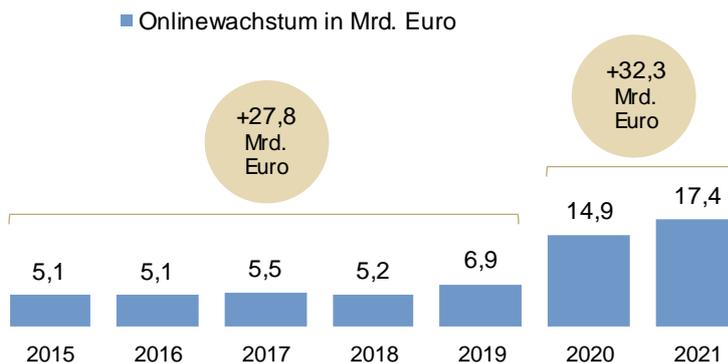


CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche Wachstumsrate

Quelle: HDE Online-Monitor 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2022 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

Auch in den Jahren vor der Corona-Krise ist der Onlinehandel mit langsam abnehmenden Wachstumsraten jährlich um rund 5 Mrd. € gewachsen. In den zwei Pandemie Jahren ist der Onlinehandel allerdings mit einem Zuwachs von 32 Mrd. € mehr gewachsen als in den fünf Jahren zuvor zusammen (2015-2019: +28 Mrd. €).

Abbildung 4: Absolutes Onlinewachstum – Umsatz 2015-2021



Quelle: HDE Online-Monitor 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2022 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

Nahezu alle Branchen haben zu diesem Wachstum beigetragen, zuletzt insbesondere aus den Bereichen Wohnen & Einrichten, periodischer Bedarf (Lebensmittel und Drogeriewaren mit Körperpflege/ Kosmetik und Heimtierbedarf) sowie Bekleidung/Bekleidungszubehör. Im Jahre 2020 waren auch die Heimwerker- und Gartenbedarf-Sortimente im Onlinehandel außerordentlich wachstumsstark.

DER FACHHANDEL IST VERSTÄRKT UNTER DRUCK – STRUKTURELLE VERÄNDERUNGEN ZEIGEN SICH IN DEN VERSCHIEBUNGEN DER VERTRIEBSFORMATE

Neben unterschiedlichen Branchenkonjunkturen und Kanalverschiebungen ändern sich auch zunehmend die Formatstrukturen. Die bereits seit Mitte der 1990er Jahre erkennbaren Tendenzen setzen sich nun verstärkt fort. Bei den traditionellen Formaten wird deutlich, in welchem Maße sie unter Druck stehen. Verlierer sind insbesondere der kleinbetriebliche Fachhandel sowie Kauf- und Warenhäuser. Gewinner sind dagegen der institutionelle Onlinehandel („reine Online-Händler“), der Lebensmitteleinzelhandel und Nonfood-Fachmärkte.

An die Wachstumsgrenzen sind mittlerweile auch die Nonfood-Filialisten gekommen. Bis kurz vor der Corona-Pandemie schienen die Filialsysteme dem veränderten Kaufverhalten zu trotzen. Inzwischen musste aber auch bei vertikalen Filialisten⁴ der Nonfood-Branche das Filialsystem bereinigt werden. Gleichwohl stehen die Zeichen häufig wieder auf Filialexpansion, was zuvorderst zu Lasten des übrigen kleinbetrieblichen Fachhandels gehen dürfte.

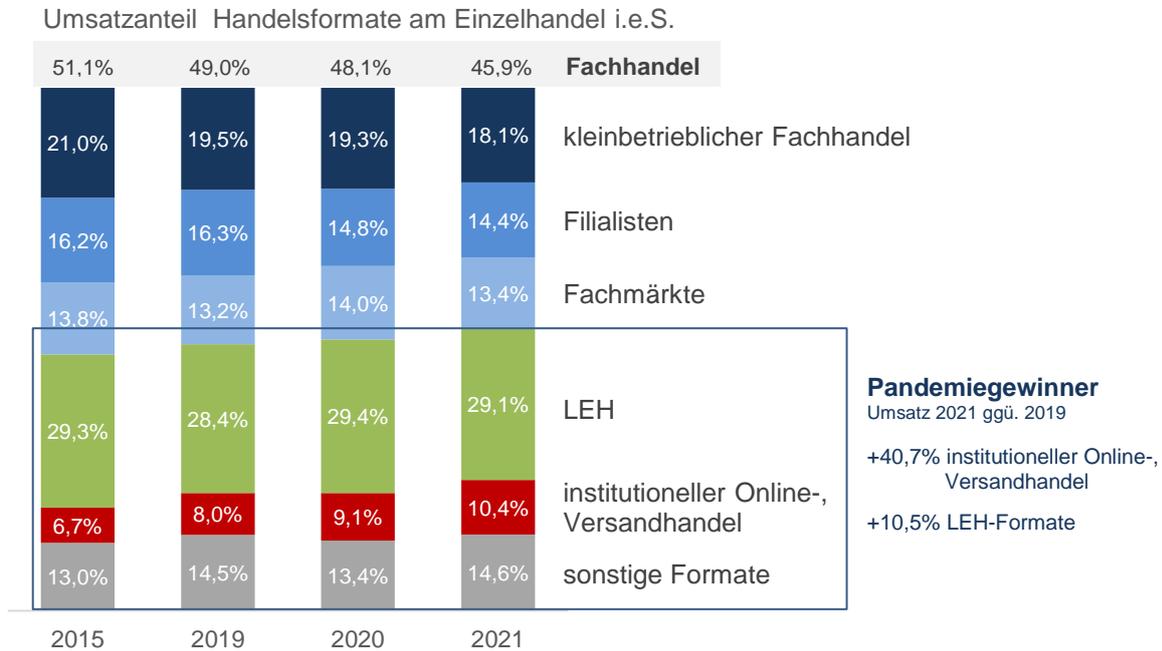
Gerade breit aufgestellte Filialisten können ihre Wettbewerbsvorteile der Kanalvernetzung ausspielen. Die Lockdowns und Zugangsbeschränkungen während der Corona-Pandemie haben indes die Vorteile zumindest vorübergehend zu den institutionellen Onlineplayern verschoben. Die Online-Offline-Vernetzung der Angebote hat den Akteuren mit stationärem Ursprung aber schon in den letzten Jahren ein Aufholen gegenüber den Onlineplayern ermöglicht.

Fachmärkte profitieren von ihrem gut angenommenen Preis-Leistungsverhältnis und waren während der Corona-Krise auch aufgrund der Standortsituation mit guter automobiler Erreichbarkeit und zusätzlich geringerem Kontakt-/Infektionsrisiko als in Innenstädten und Shopping-Centern bevorzugt. Ähnliches gilt für SB-Warenhäuser, welche als One-Stop-Shopping-Objekte während der Pandemie beliebt waren, nun allerdings wieder schwächer tendieren.

Eine besondere Situation zeigt sich im Geschäftsfeld des periodischen Bedarfes. Hier haben die Formate des Lebensmitteleinzelhandels (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Discounter) und die Drogeriemärkte den Fachhandel, d.h. Lebensmittelfachhandel und Drogerien weitgehend und Parfümerien teilweise ersetzt. Der coronabedingte Umsatzschub des Lebensmitteleinzelhandels dürfte langsam auslaufen. Bei rückläufigem innerstädtischem Nonfood-Fachhandel kommt dem Lebensmitteleinzelhandel indes neben der Versorgungsfunktion zunehmend eine Funktion als zentraler Ankerpunkt zu.

⁴ Unternehmen, die die gesamte Wertschöpfungskette und damit alle Prozesse der Produktion bis hin zum Verkauf an den Endverbraucher selbst steuern, damit zugleich Hersteller und Händler sind (z.B. H&M oder Zara).

Abbildung 5: Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2021

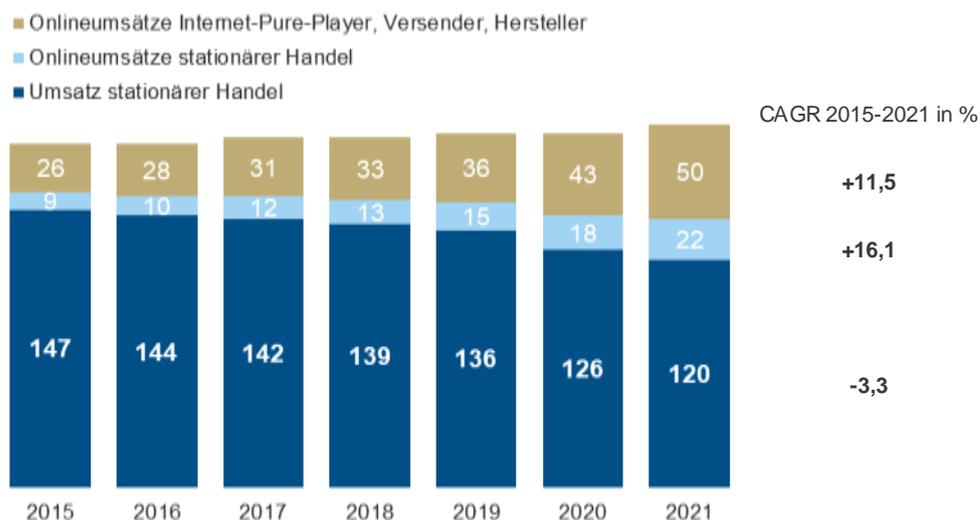


Quelle: IFH KÖLN

UMSÄTZE IN FACHHANDELSGETRIEBENEN INNENSTADTBZANCHEN VERLAGEREN SICH BESONDERS DEUTLICH IN DEN ONLINEHANDEL

Während der Onlineanteil bei Lebensmitteln oder Bau- und Heimwerkerprodukten im unteren einstelligen Bereich recht überschaubar ist, liegt der Onlineanteil in Branchen wie Bekleidung, Spielwaren oder Elektrowaren/Unterhaltungselektronik bereits bei 40 - 50 %. Seit Jahren schon wächst der Onlineumsatz gerade in solchen Branchen, welche die Handelslandschaft in Innenstädten besonders prägen. Die Corona-Pandemie hat diesen Trend mit den Lockdowns und dem hohen Infektionsrisiko zusätzlich verstärkt.

Der Onlineanteil beträgt in den innenstadtrelevanten Branchen insgesamt 37,5 % (2021), 2015 waren es erst 19,2 %. Zwei Drittel des Onlineumsatzes entfallen dabei auf die institutionellen Onlineplayer und Hersteller. Immerhin ist es auch den stationären Händlern gelungen, den eigenen Onlineumsatz zu steigern – dieser wächst mit durchschnittlich 16,1 % p.a. schneller als der Onlineumsatz der Onlineplayer und Hersteller. Dennoch reicht dies bis dato nicht aus, um die stationären Umsatzverluste zu kompensieren.

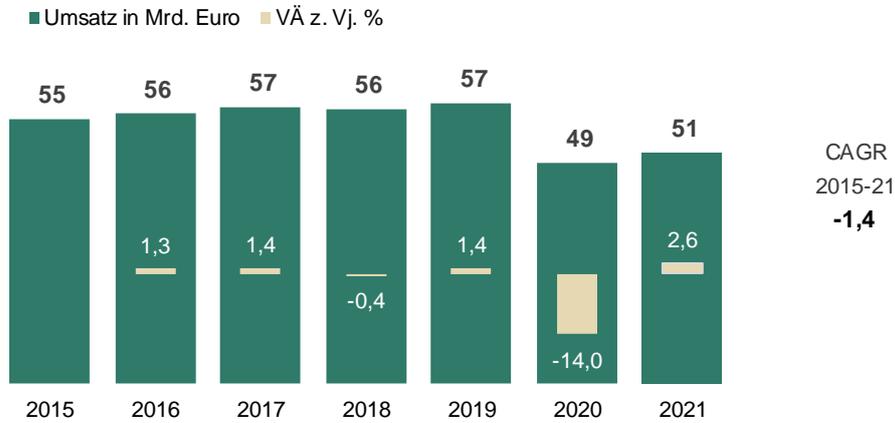
Abbildung 6: Umsatz innenstadtrelevante Branchen 2015–2021

Innenstadtrelevante Branchen: Fashion & Accessoires, Uhren & Schmuck, Consumer Electronics/Elektrogeräte, Spielwaren, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Fahrräder, Heimtierbedarf, Drogeriewaren, Körperpflege & Kosmetik, Sport, Bücher, Musikinstrumente, Camping, Wohnaccessoires
 CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche Wachstumsrate
 Quelle: IFH KÖLN

BEKLEIDUNG – BRANCHE MIT HÖCHSTER INNENSTADTRELEVANZ UND IMMER NOCH ZUNEHMENDER ONLINEDYNAMIK

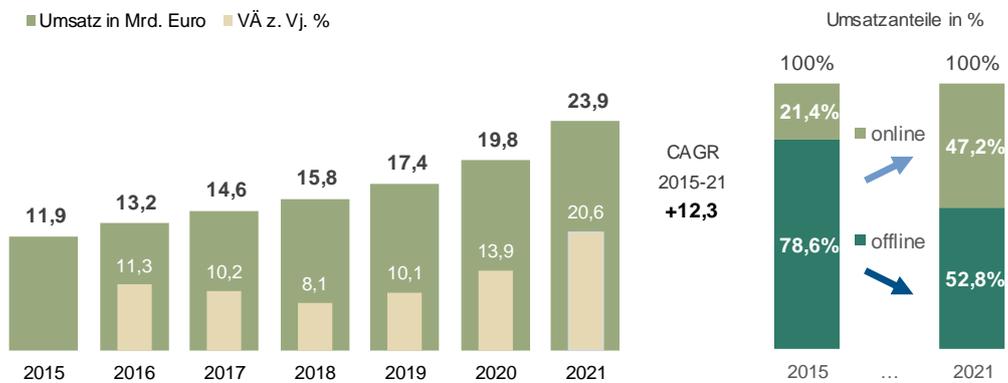
Die Bekleidungsbranche nimmt mit Abstand die größte Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel ein, da die Konsumentinnen und Konsumenten vor allem für den Bekleidungskauf in die Innenstädte gehen. Die pandemiebedingten Verhaltensänderungen haben in der Bekleidungsbranche deutliche Spuren hinterlassen. Der Branchenumsatz liegt am Ende des 2. Corona-Jahres rund 12 % unter Vorkrisenniveau. Der Onlinehandel mit Bekleidung hat dagegen in den beiden letzten Jahren erheblich hinzugewonnen und den Onlineanteil auf fast 50 % anwachsen lassen. Die Anzahl der Geschäfte im Einzelhandel mit Bekleidung, Schuhen und Lederwaren nimmt weiter ab. Waren es 2015 noch knapp 47.000 Läden in Deutschland, so ist die Anzahl bis 2021 auf rund 35.000 gesunken.

Abbildung 7: Marktvolumen Bekleidung/Schuhe/Lederwaren 2015-2021



CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche Wachstumsrate
Quelle: IFH KÖLN

Abbildung 8: Umsatz Onlinehandel mit Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und Onlineanteil 2015-2021



CAGR (Compound Annual Growth Rate): durchschnittliche Wachstumsrate
Quelle: IFH KÖLN

2.2 Verändertes Konsumentenverhalten und Ausblick

BEQUEMLICHKEIT – ZUNEHMENDE ONLINEAFFINITÄTEN

Die Zahl der Onlineshoppern ist im Zuge der Pandemie noch einmal erheblich gestiegen. Im Jahr 2021 gaben 53,4 Millionen Personen im Alter von 14 Jahren und älter an, im Internet eingekauft zu haben. Dies entspricht fast 76 % der (deutschsprachigen) Bevölkerung ab 14 Jahre. Zwischen 2019 und 2021 ist die Anzahl der Onlineshopper um rund 15 % gestiegen. Viele Onlineshopper haben im Verlauf der Corona-Krise zunehmend Onlinekäufe in Warenbereichen getätigt, in denen sie zuvor grundsätzlich stationär gekauft haben.

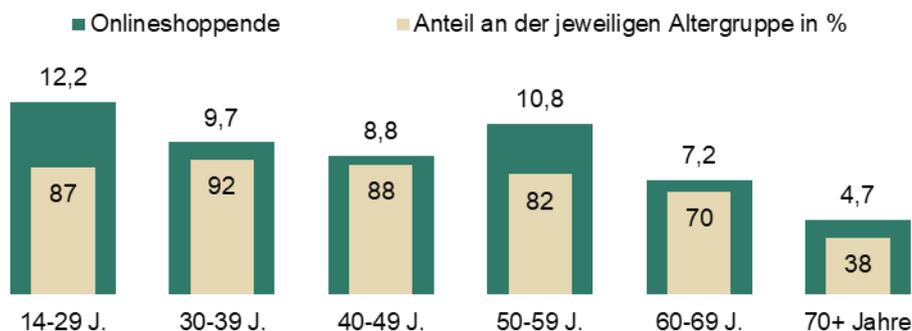
Abbildung 9: Onlineshoppernde 2015–2021



Quelle: IFH KÖLN nach Angaben VuMA 2016-2020, 2022; 2021: eigene Berechnungen

Die meisten Onlineshopperinnen und -shopper kommen aus der Altersgruppe der 14-29-Jährigen (12,2 Mio. Personen). Die „neuen“ Onlineshoppern sind zumeist 50 Jahre und älter: Gegenüber 2019 ist deren Anzahl um rund 30 Prozent bzw. 5,2 Mio. angestiegen.

Abbildung 10: Onlineshoppernde 2015–2021 Onlineshoppernde nach Altersgruppen 2021

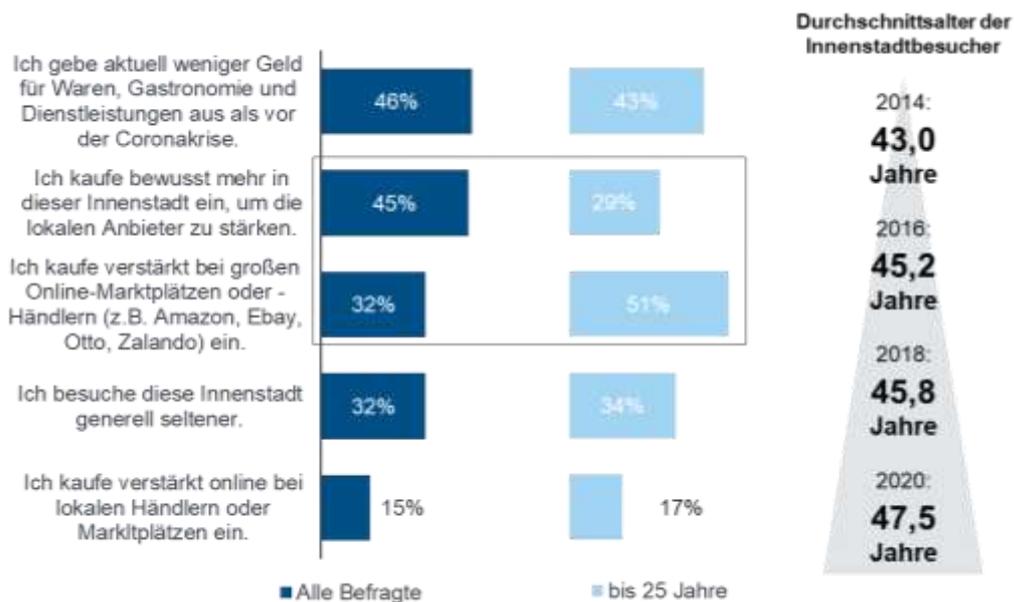


Quelle: IFH KÖLN nach Angaben VuMA 2022; eigene Berechnungen

ONLINE VERSUS INNENSTADT

Innenstadtbesucher kaufen mehr online und besuchen Innenstädte weniger häufig. Und: Jüngere sind in Innenstädten weniger anzutreffen, da sie ohnehin häufiger online einkaufen. Das Durchschnittsalter der Innenstadtbesucher ist insgesamt gestiegen, auf 47,5 Jahre (2020), 2014 waren es noch 43,0 Jahre.

Abbildung 11: Innenstadtbesucher – Onlinekäufe und Innenstadtbesuche 2018 und 2020



Quelle: IFH KÖLN, Vitale Innenstädte; Passanten-Befragungen (2020 in 107 Städten, n=57.863).

Während in COVID-Zeiten die Innenstädte teilweise „leergefegt“ waren und eine Rückkehr zu einer zumindest annähernden Normalität schwer vorstellbar schien, kehren die Besucher im Frühjahr 2022 mit Macht in die Innenstädte und Geschäfte zurück. Aber genauso wenig wie eine so deutliche Abkehr von Innenstadtbesuchen dauerhaft wahrscheinlich schien, ist auch eine anhaltend deutliche Renaissance der Innenstädte zweifelhaft.

Ein Blick auf die mittelfristigen Entwicklungstendenzen hilft bei der Einschätzung der zukünftigen Perspektiven. Der Anteil der Verbraucher mit wenigstens einem monatlichen Schaufensterbummel nimmt seit 2015 weiter ab. Trotz der 2020/21er Lockdowns und anhaltend partieller Einschränkung danach hat sich der Abwärtstrend krisenbedingt nicht überproportional beschleunigt.

Vielmehr „normalisiert“ sich der Abwärtstrend, was auch nicht gerade ein positives Signal für den stationären Handel und die Einkaufsmeilen von Städten und Kommunen ist. Hinzu kommt noch: Die älteren Käuferschichten, die lange Zeit die kaufkräftige Stammkundschaft des Fachhandels bildeten, driften mit zunehmender Onlineaffinität ab. Es kann somit nicht weiter mit einem langsamen

Herauswachsen dieser Generation zu rechnen sein. Umso mehr müssen jetzt neue Anreize für jüngere Generationen geschaffen werden, um die Attraktivität der Innenstädte nicht weiter absinken zu lassen. Hierbei ist vor allem die Mischung unterschiedlicher Nutzungsarten (inkl. Wohnen) von Bedeutung, sodass die vielerorts bestehende Innenstadt-Dominanz des Einzelhandels verringert werden kann.

Abbildung 12: Shoppinghäufigkeiten



Quelle: IFH KÖLN, KPMG; GfK Consumer Index, ECC, Otto Group, ECE: CONNECTED COMMERCE 2019, HDE Handelsreport Lebensmittel 2018, VUMA 2016-2022.

Zur Neugestaltung und (Wieder)Belebung einzelner Quartiere, Einkaufslagen oder ganzer Innenstädte bedarf es auf den jeweiligen Standort zugeschnittener alternativer Nutzungsoptionen. Diese können beispielsweise aus den Bereichen Bildung, Büro, Gewerbe, City-Logistik, Freizeit/Sport, Gesundheit, Kinder- und Altenbetreuung, Hotel und Wohnen in all seinen Facetten – wie etwa Studentenwohnheime oder bewirtschaftete Apartmenthäuser – oder Interimsvermietungen kommen. In vielen Fällen bedarf es dabei ganzheitlicher Lösungsansätze, die das gemeinsame Agieren unterschiedlicher Beteiligter (u. a. Verwaltung, Gewerbetreibende, Vermieter/Eigentümer) und prozessualer Methoden (u.a. Bürgerbeteiligungen, Informationsveranstaltungen) erfordern.

NICHTS GEHT MEHR OHNE VERNETZUNG

Viele Einzelhändler nutzen bereits die diversen Möglichkeiten in den digitalen Kanälen für ihre Kunden sichtbar zu werden. Multi-Channel-Handel geht noch darüber hinaus und beinhaltet Onlineverkäufe direkt im eigenen Onlineshop oder über Marktplätze. Der Anteil des Multi-Channel-Handels wächst seit Jahren und beträgt bei Nonfood bereits knapp 60 %. Onlineplayer kommen auf 17 % und lediglich 23 % des Umsatzes entfallen 2021 noch auf rein stationäre Händler.

Abbildung 13: Umsatzanteile Multi-Channel-Handel und „Pure-Play“ an Nonfood



Quelle: IFH KÖLN, BranchenInformationsSystem/Handelsanalyse, 2022.

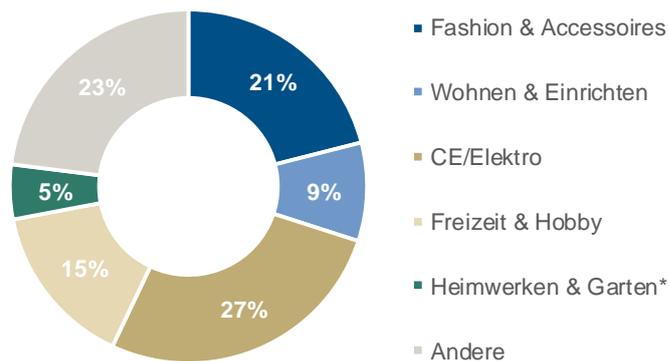
Einer der bedeutendsten Services im Multi-Channel-Handel ist das Angebot von Click & Collect – Kunden können online einkaufen und die Ware im stationären Ladengeschäft abholen. 2021 hat fast die Hälfte aller Internetnutzenden auch Click & Collect genutzt. 2020 betrug der Click & Collect-Umsatz 5,4 Mrd. €.

Abbildung 14: Click & Collect – Anzahl Nutzende und Umsatz nach Branchen

Click & Collect-Nutzende
in % der Internetnutzenden

2020 44%
2021 49%

Click & Collect **Umsatz 2020**
≈ 5,4 Mrd. Euro



Umsatzanteile nach Branchen 2020

*DIY Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien
Quelle: HDE Online-Monitor 2021, 2022; die Nettoangaben im HDE Online-Monitor 2021 wurden vom IFH KÖLN auf Bruttowerte umgerechnet.

AUSBLICK – EINZELHANDEL MIT KLIMAKRISE, CORONA, UKRAINE-KRIEG

Die weitere Entwicklung des Einzelhandels, des Onlinehandels, der Formate und der (Innenstadt-) Branchen ist aktuell von großen Unsicherheiten geprägt. Die Pandemie scheint vorbei, doch niemand weiß, ob im Herbst 2022 nicht wieder Lockdowns erforderlich sein werden, oder zumindest wieder deutlich stärkere Kontaktbeschränkungen.

Fast noch unsicherer ist der Fortgang des Krieges in der Ukraine. Derzeit findet eine gewisse Gewöhnung an die Situation statt, was eine „Normalisierung“ des Alltags in Deutschland mit sich bringt. Dennoch bleiben die Folgen auch hierzulande durch Lieferengpässe und vor allem steigende Preise täglich spürbar.

Die Preissteigerungen, die bereits vor dem Ukraine-Krieg durch coronabedingte Lieferengpässe begonnen haben, sind nun nach Beginn des Konfliktes zu einem großen Unsicherheitsfaktor geworden. Insbesondere die hohen Energiekosten und die weltweite Knappheit von Rohstoffen, insbesondere von Getreide und anderen Lebensmitteln, haben deutliche Auswirkungen auf das Konsum- und Kaufverhalten hierzulande.

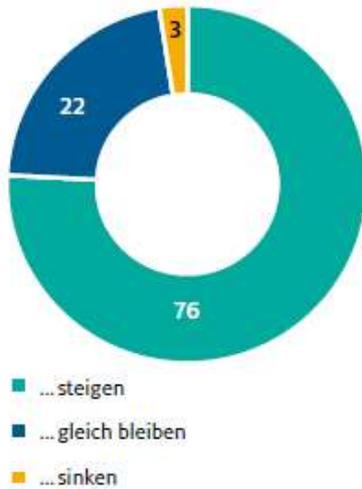
Hohe Preise an der Zapfsäule und im Supermarkt machen häufig Einsparungen an anderer Stelle notwendig. Dies trifft nicht nur Menschen mit geringem Einkommen, diese aber in erster Linie. Andere sind auch durch Einsparungen während der Corona-Krise weniger von den Preissteigerungen belastet. Dennoch werden auch diese ihre Ausgaben umschichten, den ggf. vorher geplanten Möbelkauf noch einmal aufschieben und stattdessen freies Budget für den lange ersehnten Urlaub verwenden.

Hinzu kommt, dass sich die Einstellung vieler Menschen zum Konsum geändert hat. Das muss sich nicht zwangsläufig direkt auch in verändertem Verhalten äußern, aber ein Einfluss auf das Kaufverhalten der Zukunft ist dennoch wahrscheinlich.

Schon die Corona-Pandemie hat vor dem Hintergrund der Klimakrise ein Umdenken in der Gesellschaft zu bewussterem Konsum angestoßen. Dazu gehört die Ressourcenschonung ebenso wie die Abfallvermeidung mit dem Kauf von Gebrauchsgütern bis hin zum Konsumverzicht. Mehr als drei Viertel der Internetnutzenden gehen von einer zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit aus und 43 % nutzen bereits Secondhand-Angebote.

Abbildung 15: Nachhaltigkeit, Konsumverzicht und Secondhand

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird in den nächsten Jahren ...



Nachhaltige* Verhaltensweisen



836 ≤ n ≤ 1.090 Internetnutzer:innen; Zeitvergleich 2021 im Vergleich zu 2019
 *Nachhaltigkeit als soziale, ökologische und ökonomische Verantwortung
 Quelle: HDE Online-Monitor 2022

Ein Konsumverzicht wird zusätzlich durch die Preissteigerungen und Lieferengpässe gestützt. Einer Befragung des ECC Köln im März 2022 zufolge geben fast 50 Prozent an, aufgrund der Lieferproblematiken geplante Anschaffungen aktuell zu verschieben.

Abbildung 16: Konsumzurückhaltung und Ausweichverhalten



Quelle: ECC Köln 2022

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Gleichzeitig befürchtet fast die Hälfte der Befragten, aufgrund der aktuell wahrgenommenen Preissteigerungen den eigenen Lebensstandard nicht mehr halten zu können. Bei weiteren Preiserhöhungen bei Lebensmitteln wollen 59 % auf teurere Markenprodukte verzichten und 44 % kaufen schon jetzt häufiger bei Discountern.

Aufgrund der höheren Ausgaben vor allem bei Lebensmitteln sparen viele Haushalte in anderen Bereichen. Dabei müssen sich Personen mit geringem Einkommen und Alleinerziehende in besonderem Maße einschränken. Als erstes werden Mode und Bekleidung genannt. Aber auch in den Bereichen Gastronomie und Freizeit im Allgemeinen wollen die Konsumentinnen und Konsumenten sparen. Gerade die genannten Bereiche haben schon während der Corona-Pandemie stark durch die notwendigen Einschränkungen gelitten.

Abbildung 17: Einschränkung von Ausgaben für Produkte, Dienstleistungen und Freizeitgestaltung



Frage: „Müssen Sie durch die erhöhten Ausgaben für Lebensmittel Ihre Ausgaben in anderen Bereichen einschränken? Falls ja, in welchen Bereichen schränken Sie sich ein?“; n = 900 Personen mit erhöhten Mehrausgaben für Lebensmittel seit Januar 2022; n = 266 Personen mit einem Nettohaushaltseinkommen unter 2.000 Euro; n = 34 Personen, die alleinerziehend sind, Tendenzaussage; IFH Köln
Quelle: HDE Konsummonitor 2022

Zumindest die Einkaufsverschiebungen vom stationären Handel zum Onlinehandel sind in den ersten Monaten 2022 gestoppt, was allerdings im Zusammenhang mit der hohen Vorlage der starken Wachstumsraten im Vorjahr steht. Der starke Onlinezuwachs im Jahr 2021 ist auf die lange Lockdown-Phase im ersten Halbjahr 2021 und die im Gesamtjahr anhaltenden Kontaktbeschränkungen zurückzuführen. Bereits im 2. Halbjahr 2021 deutete sich ein verlangsames Onlinewachstum an.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Im ersten Halbjahr 2022 nutzten die Konsumentinnen und Konsumenten wieder zunehmend die Möglichkeiten des stationären Einkaufes.

Selbstverständlich freuen sich die Konsumentinnen und Konsumenten über wiedergewonnene Freiheiten und die Möglichkeiten des stationären Shoppings – und nutzen dieses auch nach langer Zeit wieder ausgiebig. Mittelfristig dürften aber die neu erlernten Gewohnheiten mit einem verstärkten Onlinekauf wieder weiter an Bedeutung gewinnen.

Darüber hinaus dürften die Preissteigerungen tendenziell für eine diszipliniertere Preisbeobachtung sorgen. Im mittleren Preisbereich ermöglicht der Onlinehandel vielfältige Preisvergleiche und die Kundinnen und Kunden haben das Gefühl, preiswert einkaufen zu können. So führen Lieferengpässe und mangelnde Verfügbarkeiten gleichzeitig dazu, dass sich Interessierte zunächst online informieren – und sich dann teilweise den zusätzlichen Weg ins Geschäft sparen.

So wird sich voraussichtlich das Onlinewachstum weiter fortsetzen. Bei den Formaten wird der kleinbetriebliche Einzelhandel weiter verlieren und die Vielfalt des Einzelhandels in vielen Innenstädten wird sich weiter verringern. Insgesamt könnte der Einzelhandel auch mit allen Ausgabenverschiebungen in den Branchen, Kanälen und Formaten 2022 nominal wachsen, was allerdings real ggf. eine negative Entwicklung bedeuten könnte.

3 Standortrahmenbedingungen

3.1 Lage im Raum, Siedlungsstruktur, Verkehrsanbindung

LAGE IM RAUM

Die kreisfreie Stadt Hagen gehört dem Regierungsbezirk Arnsberg an. Angrenzende Städte und Gemeinden sind Herdecke und Dortmund im Norden, Schwerte im Nordosten, Nachrodt-Wiblingwerde und Iserlohn im Osten, Schalksmühle und Breckerfeld im Süden, Ennepetal im Südosten, Gevelsberg und Wetter im Westen.

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) weist Hagen die Funktion eines Oberzentrums im Ballungsgebiet des südöstlichen Ruhrgebietes zu. Hagen grenzt an das ländlich geprägte Sauerland an, sodass die Stadt als „Tor zum Sauerland“ bezeichnet wird.

Der Einkaufsstandort Hagen steht im Wettbewerb zu dem nächstgelegenen Oberzentrum Dortmund sowie zu den benachbarten Mittelzentren, insbesondere den leistungsstarken Einzelhandelsstandorten Lüdenscheid und Iserlohn.

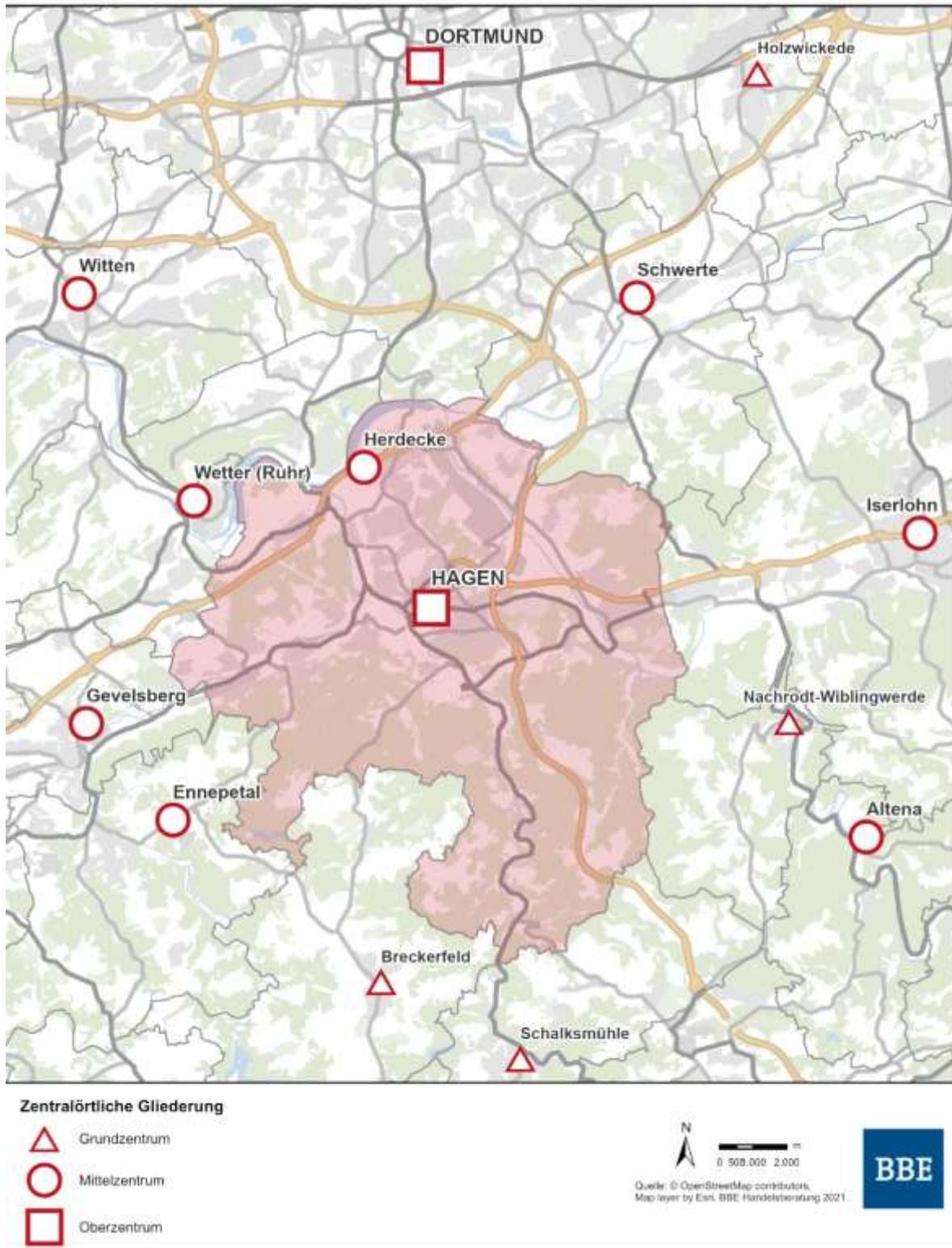
VERKEHRSANBINDUNG

Die Stadt weist mit den Autobahnen A 1, A 45 und A 46 sowie den Bundes- bzw. Landesstraßen B 54, B 226 und B 7/L 700 insgesamt eine sehr gute Verkehrsanbindung auf. In den 1970er Jahren wurden nach den Plänen einer autogerechten Stadt aufgeständerte Hochstraßen realisiert (u.a. Hochstraße an der Altenhagener Brücke, Volmetalbrücke).

Hagen ist von jeher ein bedeutender Eisenbahnknotenpunkt gewesen. Der Hauptbahnhof ist ein wichtiger Fern-, Regional- und S-Bahnhof im südöstlichen Ruhrgebiet. Im Güterverkehr zählt der Bahnhof Hagen-Vorhalle zu den größten Rangierbahnhöfen in Deutschland. Eine Anbindung im Regionalverkehr ist auch über die Bahnhöfe Vorhalle, Wehringhausen, Heubing und Westerbauer (S 5, S 8 bzw. S 9), Oberhagen, Dahl und Rummenohl (Volmetalbahn) sowie Hohenlimburg (Ruhr-Sieg-Express bzw. -Bahn) gegeben.

Im Straßenpersonennahverkehr verfügt Hagen über ein ausgedehntes Netz von 41 Buslinien, darunter zwei Schnellbuslinien, darüber hinaus 10 Nachtexpresslinien. Damit bestehen auch Verbindungen nach Dortmund, Witten, Gevelsberg und Schwerte.

Abbildung 18: Zentralörtliche Gliederung



Quelle: BBE-Darstellung 2022

Das Alltagsradwegenetz in der Stadt Hagen ist relativ gering ausgebaut. Neben der Topografie beeinflusst vor allem die auf den Autoverkehr ausgerichtete Straßengestaltung nach wie vor die Attraktivität. Demgemäß liegt der Fahrradanteil im Modal Split nur bei 3 %.⁵ Dagegen weist die Stadt durch die Einbindung in regionale Radwanderrouen (u.a. Lenneroute, RuhrtalRadweg) ein attraktives Freizeitradwegenetz auf.

WIRTSCHAFTSSTRUKTUR

Die bis in die 1970er Jahre prägende Schwerindustrie ist einer mittelständisch geprägten Wirtschaftsstruktur mit zahlreichen metallverarbeitenden Unternehmen und zunehmend Betrieben aus dem Dienstleistungssektor gewichen. Der nahezu ausgeglichene Pendlersaldo zeugt gleichzeitig von der Bedeutung des Wirtschaftsstandortes und der guten regionalen Einbindung der Stadt in den Wirtschaftsraum der Region: Von den ca. 70.240 im Stadtgebiet wohnhaften sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pendeln ca. 31.420 Personen aus, gleichzeitig gehen knapp 32.270 auswärtige Beschäftigte einer Arbeit in Hagen nach.⁶ Aufgrund der topografischen und siedlungshistorischen Gegebenheiten ist die Bereitstellung eines qualitativ wie quantitativ ausreichenden Angebotes an gewerblich-industriellen Bauflächen in der Stadt Hagen allerdings inzwischen schwierig.

SIEDLUNGSSTRUKTUR

Hagen ist eingebettet in eine walddreiche Mittelgebirgslandschaft und wird siedlungsstrukturell wesentlich durch die Tallagen der das Stadtgebiet (durch-)querenden Flüsse Ennepe, Volme, Lenne und Ruhr geprägt. Die Reliefunterschiede nach Norden und Süden sind groß und verzeichnen Höhenunterschiede von bis zu 150 Metern.

Aufgrund dieser naturräumlichen Gegebenheit zeichnet sich die Stadt durch einen bandartigen Siedlungskörper aus, der sich im Westen entlang der L 700, im Süden entlang der B 54 und im Osten nördlich der B 7/L 743 erstreckt. Der Hauptsiedlungsbereich bezieht sich auf die Stadtbezirke Hagen-Nord, Hagen-Mitte sowie den nördlichen Bereich des Stadtbezirks Eilpe. Zudem bilden altindustrielle Areale und Eisenbahntrassen städtebauliche Zäsuren. Die Siedlungsbänder zeichnen sich durch ein dichtes Nebeneinander von Verkehrsräumen, großflächigen Gewerbeflächen und Wohnsiedlungsbereichen aus.

Das Hagener Zentrum wird durch den Innenstadtring (Graf-von-Galen-Ring, Bergischer Ring, Märkischer Ring) definiert. Die Innenstadt weist weitgehend eine Nachkriegsarchitektur auf, während in

⁵ Vgl. Planersocietät, Radverkehrskonzept 2018

⁶ Vgl. Bundesanstalt für Arbeit, Gemeindedaten aus der Beschäftigungsstatistik, Stand: 30.06.2021

den angrenzenden Stadtteilen Altenhagen, Eckesey, Remberg und Wehringhausen gründerzeitliche Wohnquartiere bestehen. Die Bebauungsdichte ist in diesen Bereichen durch eine weitgehend geschlossene Blockrandbebauung sehr hoch. Mit zunehmender Entfernung vom Stadtzentrum nimmt die Siedlungsdichte tendenziell ab, es herrscht eine Nachkriegsbebauung mit ausgedehnten Ein- und Zweifamilienhausgebieten (u.a. in Boele, Ernst und Halden/Herbeck) sowie mit als Gartenstädte konzipierten Quartieren (u.a. Hilfe) vor.

Die Siedlungsausdehnung wird durch den Verlauf der Bundesautobahnen A 1 und A 45 begrenzt. Lediglich die zum Stadtbezirk Nord gehörenden Ortsteile Vorhalle und Kabel/Bathey sowie ein Großteil des Stadtbezirks Hohenlimburg liegen jenseits dieser Verkehrsachsen. Rund 42 % der Stadtfäche wird durch Wald belegt. So belegt der Stadtwald vor allem im Süden ausgedehnte Bereiche, auch auf den Höhen von Berchum, Garenfeld, Fley, Halden und Holthausen sowie östlich der Lenne Richtung Iserlohn sowie Auf der Halle zwischen Vorhalle und Haspe sind ausgedehnte Waldflächen vorhanden.

3.2 Demografische Entwicklung

Die Stadt Hagen in ihrer heutigen Form geht auf die Gebietsreform im Rahmen des 1974 verabschiedeten „Gesetz zur Neugliederung der Gemeinden und Kreise des Neugliederungsraumes Sauerland/Paderborn“ (Sauerland/Paderborn-Gesetz) zurück. Heute besteht das Stadtgebiet von Hagen aus den fünf Stadtbezirken Mitte, Nord, Haspe, Eilpe/Dahl und Hohenlimburg, die insgesamt 13 statistische Bezirke umfassen.

Zum Stichtag Ende Juli 2021 weist die Stadt Hagen 194.978 Einwohner auf. Den Bevölkerungsschwerpunkt stellt Hagen-Mitte mit ca. 41 % der Einwohner. Hagen-Nord weist ca. 19 % der Einwohner auf. Die Stadtbezirke Hohenlimburg und Haspe vereinigen jeweils 15 - 16 % der Einwohner auf sich. Der im Süden gelegene Stadtbezirk Eilpe/Dahl erreicht ca. 9 % der Einwohnerzahl.

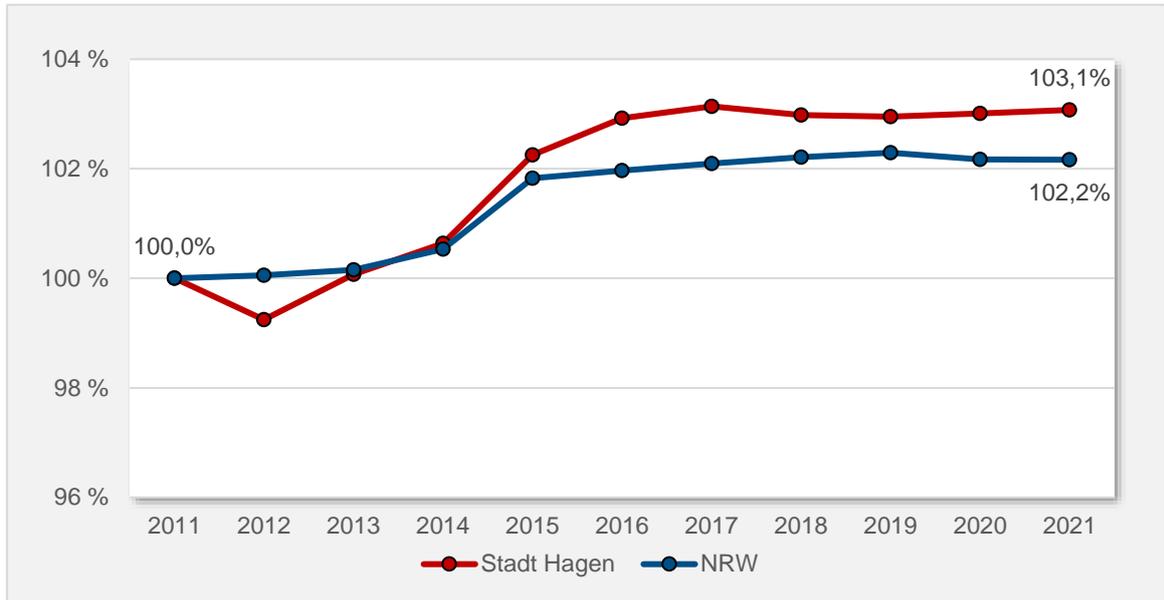
Die Stadt Hagen hat in der letzten Dekade eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung vollzogen (2011 - 2021: + 3,0 %), die über dem Landesdurchschnitt (+ 2,2 %) liegt. Dabei beziehen sich leichte Einwohnerrückgänge auf Hohenlimburg, Dahl, Ernst und Vorhalle, während vor allem in Hagen-Mitte, Eilpe und Haspe ein Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen ist.

Abbildung 19: Einwohner der Stadt Hagen nach statistischen Bezirken

Statistischer Bezirk/Stadtbezirk	Einwohner 2021		Einwohner 2011	Veränderung 2021 - 2011
	abs.	in %	abs.	in %
101 Mittelstadt	22.586	11,6	20.559	+ 9,9
102 Altenhagen	18.916	9,7	17.454	+ 8,4
103 Hochschulviertel	12.461	6,4	12.367	+ 0,8
104 Emst	10.666	5,5	10.790	- 1,1
105 Wehringhausen	15.885	8,1	14.707	+ 8,0
Hagen-Mitte	80.514	41,3	75.877	+ 6,1
206 Vorhalle	10.181	5,2	10.209	- 0,3
207 Boele	27.268	14,0	27.150	+ 0,4
Hagen-Nord	37.449	19,2	37.359	+ 0,2
308 Lennetal	5.040	2,6	4.779	+ 5,5
309 Hohenlimburg	24.058	12,3	25.261	- 4,8
Hohenlimburg	29.098	14,9	30.040	-3,1
410 Eilpe	12.025	6,2	11.227	+ 7,1
411 Dahl	4.939	2,5	5.140	- 3,9
Eilpe/Dahl	16.964	8,7	16.367	+ 3,6
512 Haspe-Ost	17.798	9,1	17.154	+ 3,8
513 Haspe-West	13.155	6,8	12.443	+ 5,7
Haspe	30.953	15,9	29.597	+ 4,6
Stadt Hagen gesamt	194.978	100,0	189.240	+ 3,0

Quelle: Stadt Hagen, Stand: 31.07.2021 und 31.12.2011 (Wohnbevölkerung)

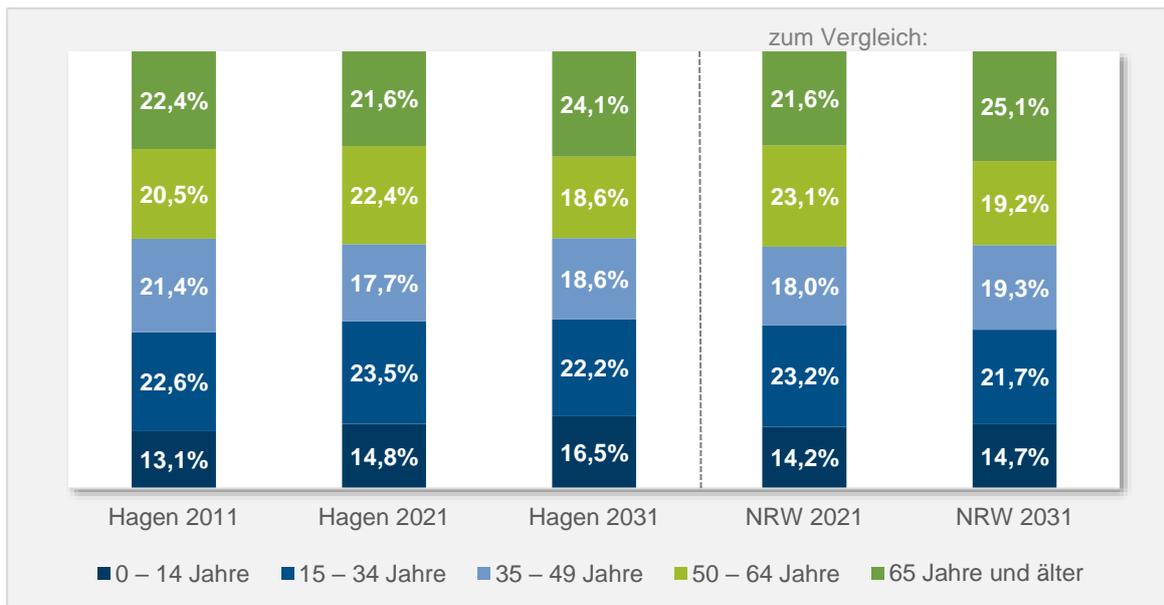
Abbildung 20: Einwohnerentwicklung in der Stadt Hagen und NRW 2011 - 2021 (2011 = 100 %)



Quelle: Stadt Hagen, Einwohnerstatistik; IT.NRW, Fortschreibung des Bevölkerungsstandes

Aktuell liegt der Altersschnitt in Hagen leicht unter dem Landesdurchschnitt. So ist der Anteil der Kinder, Jugendlichen und jungen Erwachsenen überdurchschnittlich, während vor allem der Anteil der über 50-Jährigen unter den Vergleichswerten liegt. Auch zukünftig ist ein im Landesvergleich überdurchschnittlicher Anteil der jüngeren Altersgruppen zu erwarten.

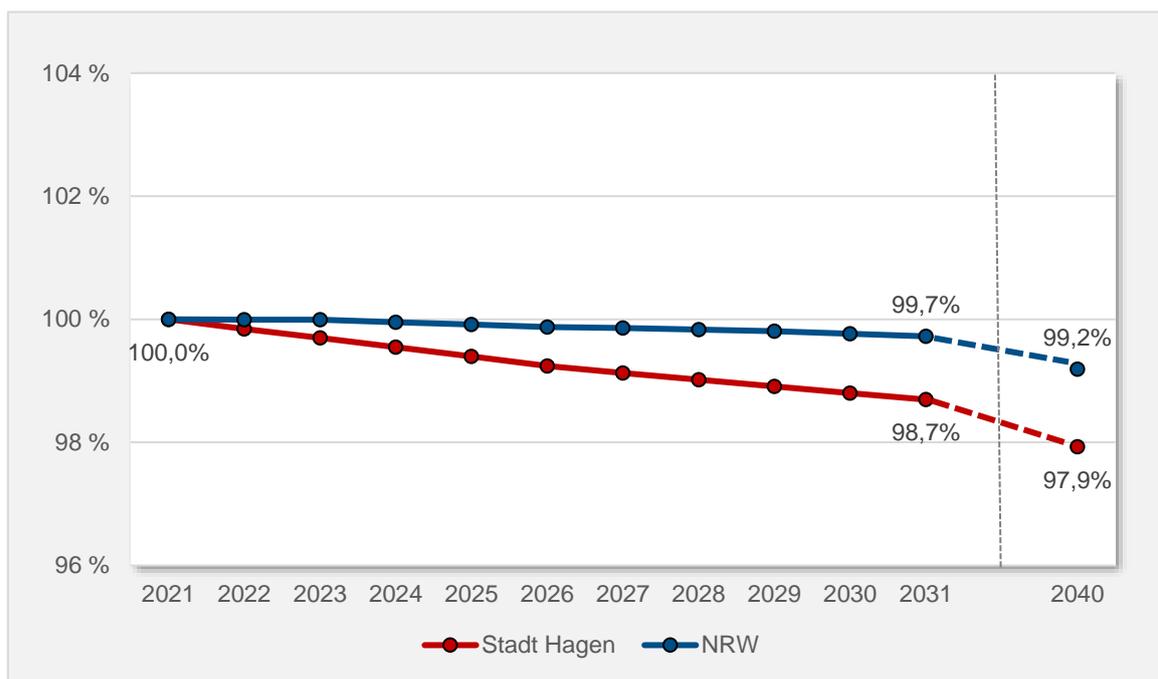
Abbildung 21: Einwohner der Stadt Hagen nach Altersgruppen



Quelle: Stadt Hagen, Einwohnerstatistik; IT.NRW, Bevölkerungsvorausberechnung 2021

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Landesbetriebes Information und Technik NRW aus dem Jahre 2021 lässt für die Stadt Hagen bis zum Jahre 2031 eine schrumpfende Bevölkerungszahl (ca. - 1,3 %) erwarten, die deutlich unter der landesweiten Bevölkerungsentwicklung (ca. - 0,3 %) liegen wird. In der langfristigen Betrachtung bis zum Jahre 2040 wird sich dieser Trend weiter fortsetzen.

**Abbildung 22: Einwohnerprognose für die Stadt Hagen und NRW
2021 – 2031/2040 (2021 = 100 %)**



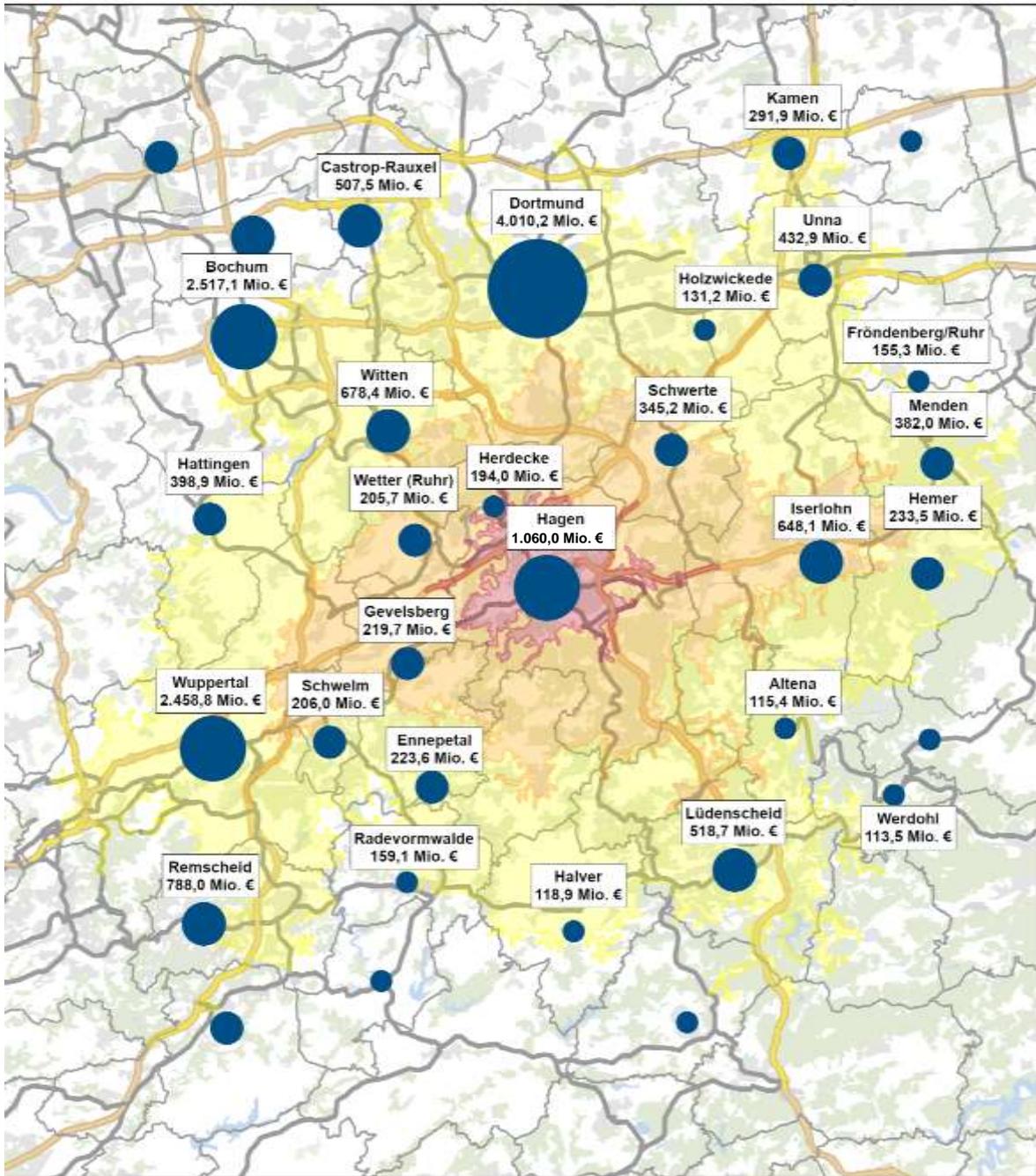
Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsvorausberechnung 2021

3.3 Regionale Wettbewerbssituation

Der Einzelhandelsstandort Hagen befindet sich im Ballungsraum Ruhr, der durch zahlreiche unmittelbar angrenzende Mittelzentren und nahegelegene Oberzentren geprägt ist. Die hier lebende Bevölkerung kann daher meist in jeweils relativ kurzer Distanz verschiedene Innenstädte, Stadtteilzentren und Fachmarktstandorte bzw. Einkaufszentren erreichen.

Die größte Einkaufsstadt in der Region ist Dortmund. Neben der Innenstadt entfaltet u.a. der Indu-Park mit einer Vielzahl von Fachmärkten eine regionale Ausstrahlungskraft. Die weiteren Oberzentren Bochum und Wuppertal sind mit ca. 30 – 40 km relativ weit entfernt und begrenzen das Einzugsgebiet der Einkaufsstadt Hagen nach Westen und Nordwesten. Die unmittelbar benachbarten Mittelstädte Herdecke, Wetter und Gevelsberg sind in starkem Maße nach Hagen orientiert. Südlich und östlich von Hagen bestehen mit Lüdenscheid und Iserlohn große Mittelzentren mit einer „eigenen“ Anziehung für das ländlich geprägte Umland.

Abbildung 23: Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl)



Regionale Wettbewerbssituation

- 10 Min.
 - 20 Min.
 - 30 Min.
 - Einzelhandelsumsatz
- Quelle: MBR-Zentralität 2021
Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern

N
0 1.500.000 6.000 m
Quelle: © OpenStreetMap contributors,
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

4 Gesetzliche und planerische Rahmenbedingungen

4.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

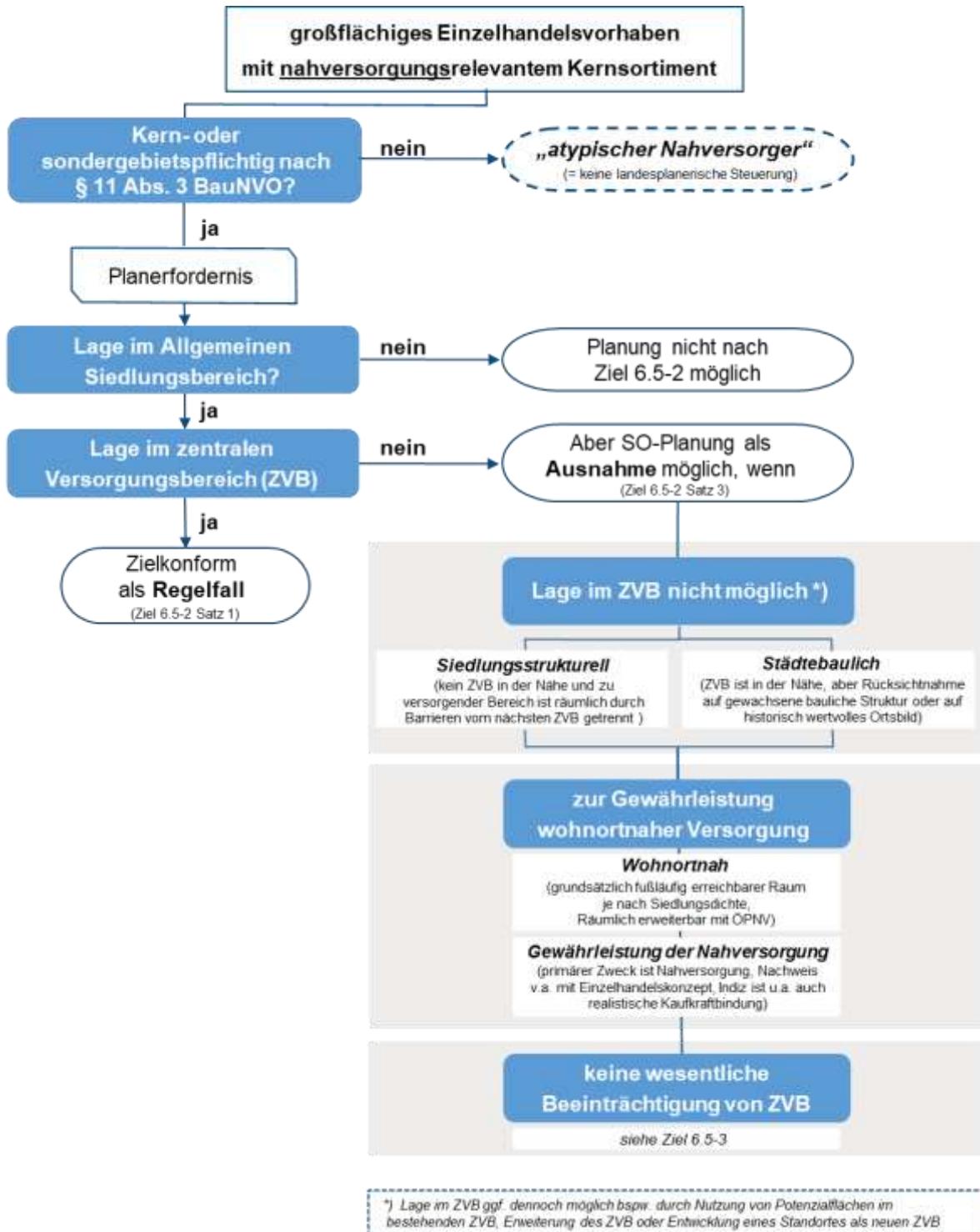
Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten dar. Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen und somit auch den Rahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept bilden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden (Ziel 6.5-1).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden (Ziel 6.5-2).

Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Abbildung 24: Prüfschema der „Nahversorgungsausnahme“ nach Ziel 6.5-2 LEP NRW



Quelle: BBE-Darstellung auf der Grundlage von Einzelhandelserlass NRW 2021, Seite 37

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

- Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 6.5-3).
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4).
- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel 6.5-5). Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6.5-6).
- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist (Ziel 6.5-7).
- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden (Ziel 6.5-8).
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen (Ziel 6.5-9).
- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Ziel 6.5-10).

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 14. Dezember 2021 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlass soll⁷

⁷ Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie sowie Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen, Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass NRW 2021), Seite 8

„den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einzelhandelsbetrieben, insb. Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (...) (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgungsstruktur sorgen. (...)

Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest.

Im Rahmen ihrer Planungshoheit sind die Gemeinden ermächtigt, die Städtebaupolitik und damit die Einzelhandelssteuerung zu betreiben, die ihren städtebaulichen Ordnungsvorstellungen entspricht. Hierzu gehört neben der Schaffung von Baurechten für gewünschte Einzelhandelsstandorte auch der konzeptionelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben oder die Reglementierung von Sortimenten in bestimmten Bereichen, um z.B. zentrale Versorgungsbereiche zu schützen oder zu entwickeln.“

Mit einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts von 2013 wurde nochmals die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung klargestellt. Demnach kann sich die Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung allein auf das beschlossene Einzelhandelskonzept berufen.⁸

Das gemeindliche Einzelhandelskonzept soll auf Basis einer Bestandserhebung der örtlichen Einzelhandelssituation eine städtebauliche Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung umfassen.

⁸ Vgl. hierzu ausführlicher Kapitel 12.1

Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die räumliche und funktionale Festlegung tatsächlicher und zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der bestehenden oder perspektivischen Nahversorgungsstandorte sowie die ihnen zuzuordnenden Nahbereiche. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente und Empfehlungen für die Bauleitplanung.⁹

4.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

RECHTSBEGRIFF

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich – nach entsprechender Beschlussfassung durch den Rat der Stadt – um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Bauleitplanung der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Darüber hinaus ist der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO), der bundesrechtlichen Leitsätze zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie der planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich (§ 34 Abs. 3 BauGB). Zudem berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne (§ 9 Abs. 2a BauGB). Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts. Darüber hinaus nehmen die Grundsätze der Raumordnung nach § 2 Abs. 2 Nr. 3 Raumordnungsgesetz und die landesplanerischen Regelungen in Kapitel 6.5 des LEP NRW Bezug auf diesen Begriff.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der (vorhandenen und ggf. zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte zu bestimmen.¹⁰

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf-

⁹ Vgl. auch Einzelhandelserlass NRW 2021, Anlage 2

¹⁰ Vgl. ebenda, Seite 20 f

grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in einem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff „zentral“ ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen.

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien für Nahversorgungszentren konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Darüber hinaus ist ein Angebotsmix unterschiedlicher nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsangebote und Dienstleistungen notwendig. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

HERLEITUNG ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE

Die zentralen Versorgungsbereiche stellen die zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereiche insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Zentrengefüge dar. Das Innenstadtzentrum, die städtischen Neben- und Nahversorgungszentren sowie die Nahversorgungsstandorte sind somit städtebaurechtlich und regionalplanerisch Schutzgüter im Sinne

des BauGB, der BauNVO sowie der Regionalplanung. Deren räumliche Abgrenzung sowie funktionale Zuordnung ist die wesentliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels gemäß den städtischen Leitlinien und Zielvorstellungen im Rahmen der Bauleitplanung.

Dabei können sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen Verhältnissen.

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung ist unter Berücksichtigung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorzunehmen und erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Hagen, den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie der Zentrenkonzeption, in der die zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche planerisch festgelegt werden.

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

- Städtebaulich integrierte Lage in baulich verdichtetem Siedlungsbereich mit wesentlichen Wohnanteilen
- städtebaulich identifizierbarer Bereich mit charakteristischer baulicher Ausprägung unter **Einbeziehung aller vorhandenen Nutzungen**, die in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang stehen (tatsächlich vorhandener zentraler Versorgungsbereich darf nicht durch ein städtebauliches Entwicklungskonzept räumlich eingegrenzt werden), hierbei sind u.a. folgende Aspekte von Bedeutung:
 - Funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheiten/Bebauungsstrukturen
 - Gestaltung des öffentlichen Raumes
 - Räumliche Ausdehnung
 - Passantenfrequenzen, -ströme
 - Barrieren und Zäsuren, z.B. Verkehrsstraßen und Bahntrassen
 - Gestaltung, Einbindung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur

- **hohe Nutzungsdichte und Vielfalt** im Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz sowie Mischung der zentralörtlich bedeutsamen öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich unter Berücksichtigung von Magnet- bzw. strukturprägenden Betrieben
- **funktionsfähige Verkehrserschließung** für den Fußgänger- und Radverkehr, den motorisierten Individualverkehr sowie den öffentlichen Personennahverkehr.

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

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

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

Abbildung 25: Methodik zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches (Beispiel)



4.3 Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) - 3. Fortschreibung (2020)

Das Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) liegt seit Februar 2020 in der 3. Fortschreibung vor und verfolgt eine abgestimmte Ansiedlungsplanung bei regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben in der Region.

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

Das REHK setzt sich dabei aus den Zielen, den übergeordneten Steuerungsregelungen und verschiedenen Prüfkriterien für regional bedeutsame Planvorhaben zusammen. Die Ziele lauten:

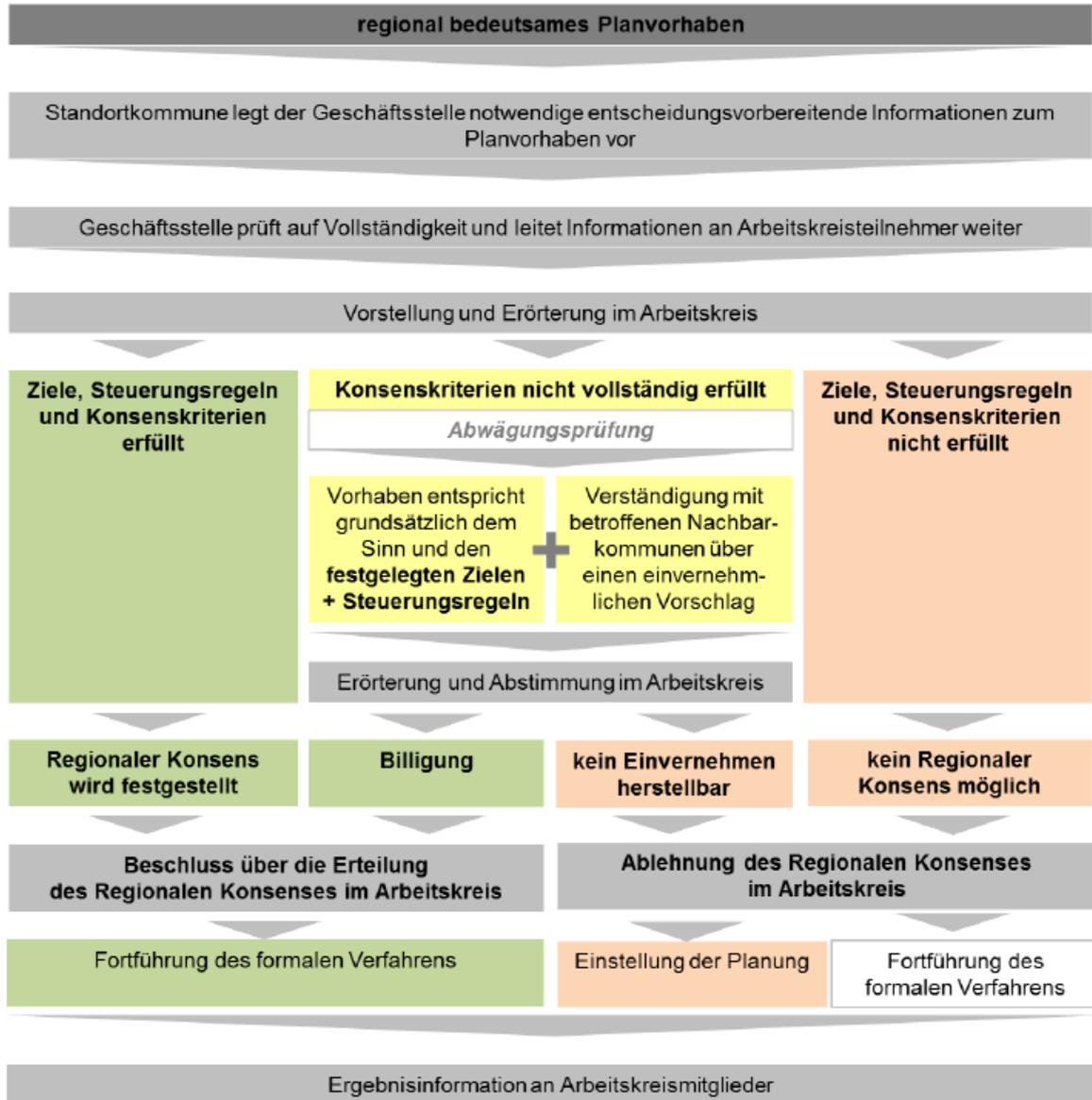
- Stärkung der hierarchisch gegliederten polyzentralen Struktur unter besonderer Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche
- großflächige Einzelhandelsvorhaben innerhalb und außerhalb städtischer Zentren sind städtebaulich und insbesondere auch regional verträglich zu gestalten
- Ansiedlungen, Erweiterungen oder Verlagerungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sollen nach einheitlichen Kriterien bewertet werden. Regional konsensfähige Planungen sollen schneller und mit weniger Abstimmungsaufwand realisiert werden.
- konsequente Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums
- Stärkung einer flächendeckenden, wohnortnahen Grundversorgung (Sortimente der kurzfristigen Bedarfsdeckung)
- Investitions- und Planungssicherheit soll gewährleistet werden.

Die definierten Zielsetzungen werden mit Hilfe von fünf übergeordneten **Steuerungsregeln** für regional bedeutsame Vorhaben mit zentren-, nicht-zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, den Umgang mit Einzelhandelsagglomerationen sowie einer Bestandsschutzregelung umgesetzt, die sich an den landesplanerischen Zielen des LEP NRW orientieren und diese konkretisieren.

Zur Überprüfung der Steuerungsregeln sieht das REHK im Umgang mit Einzelhandelsplanungen je nach Sortimentsschwerpunkt unterschiedliche **Prüfverfahren** vor. Dabei wird zwischen Prüfverfahren für Vorhaben mit zentrenrelevanten, nicht-zentrenrelevanten sowie nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten unterschieden. Ziel der Prüfung ist bei großflächigen Vorhaben den „Regionalen

Konsens“ zu gewährleisten. Der Regionale Konsens wird anhand der vereinbarten Prüfkriterien geprüft und im Arbeitsplenum beschlossen, abgelehnt oder abgewogen.

Abbildung 26: REHK-Konsensverfahren



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) - 3. Fortschreibung (2020)

Die Prüfkriterien beziehen sich auf folgende Aspekte:

- Sortimentsschwerpunkt
- Kern- und Randsortimente bei Bau-, Garten- und Möbelmärkten
- Standortqualität
- Tragfähigkeit von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten
- Bewertung negativer städtebaulicher Auswirkungen
- Umsatz-Kaufkraft-Relation
- Schwellenwerte zur Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Einzelhandelsagglomerationen.

Letztlich hat sich auf Ebene der beteiligten Akteure hierdurch ein sachorientierter Erfahrungs- und Informationsaustausch zu aktuellen Marktentwicklungen, Planvorhaben und zur Rechtsprechung bei kontrovers diskutierten Vorhaben ergeben. Damit dient das REHK nicht nur als gemeinsam getragene Entscheidungsgrundlage bei der Bewertung raumbedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen, sondern fördert über die regelmäßig stattfindenden Arbeitskreissitzungen auch einen frühzeitigen Dialog untereinander.

Teil B: Gesamtstädtische Analyse und konzeptionelle Empfehlungen

Der Teil B stellt die Analyseergebnisse und die konzeptionellen Empfehlungen für die Gesamtstadt dar:

- Analyse der Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Hagen
- Zentrenkonzept und Entwicklungsempfehlungen für zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte
- Hagener Sortimentsliste

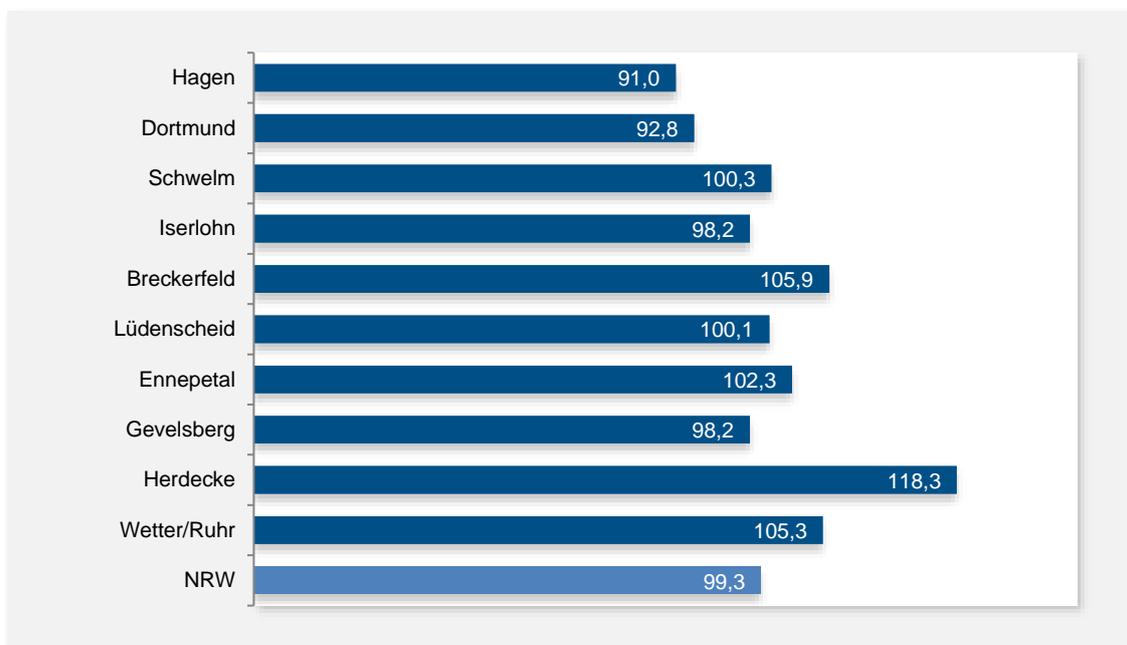
5 Nachfrageanalyse

5.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hagen

Der Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben in Deutschland sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.546 € einzelhandelsrelevant (inkl. Online-Einkäufe).¹¹

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für die Stadt Hagen aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 91,0 % aus, das damit unter den Kaufkraftkennziffern der Nachbarkommunen, von NRW (99,3 %) und von Deutschland insgesamt (100 %) liegt (vgl. Abbildung 27).

Abbildung 27: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Hagen und in Nachbarkommunen (in %, Deutschland = 100 %)



Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2021 (Kaufkraftbasis stellt das wohnortbezogene Einkommen dar)

Für die Stadt Hagen ergeben sich unter Beachtung der Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von durchschnittlich 5.960 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Hagen in Höhe von aktuell 1.162 Mio. € errechnen.

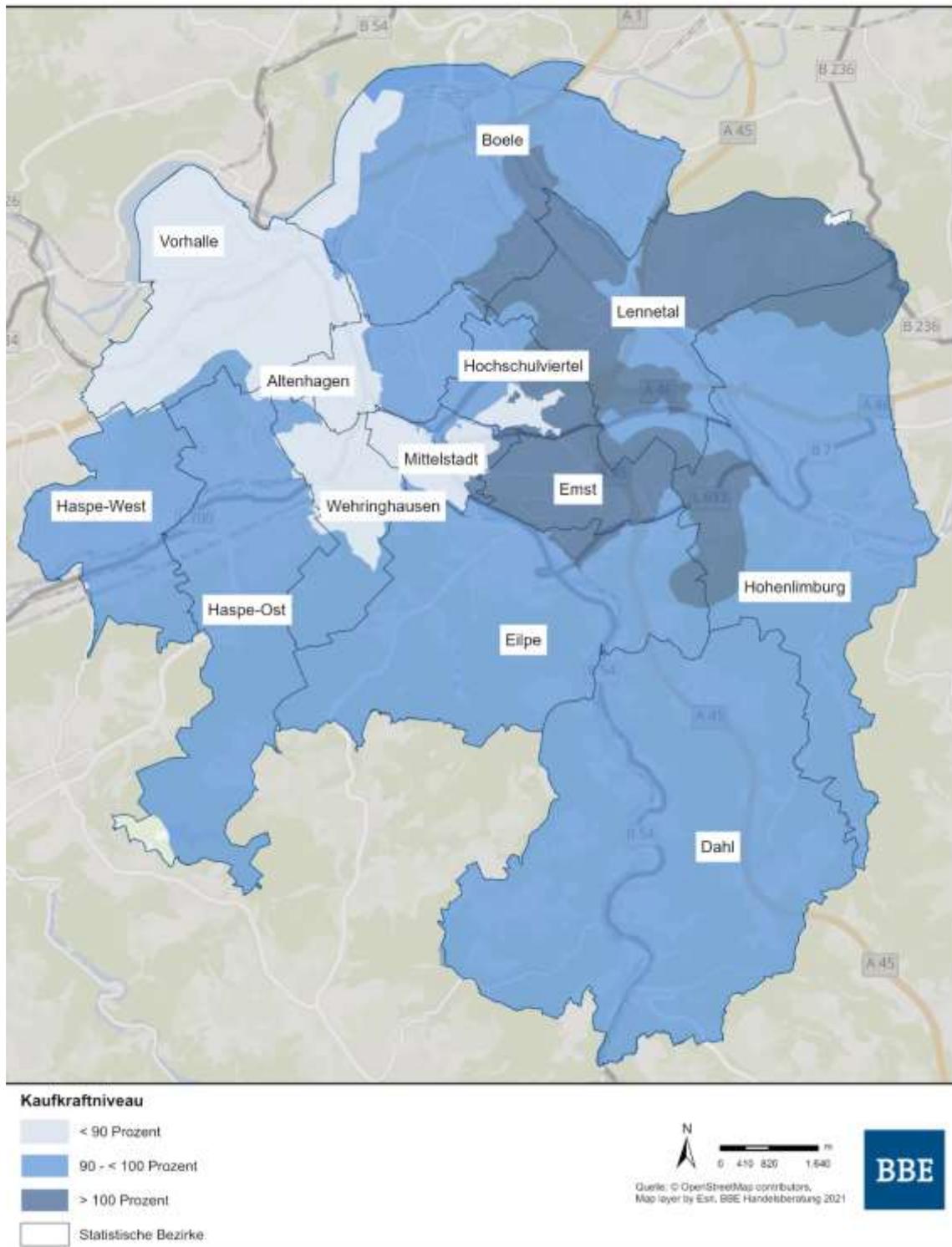
¹¹ Quelle: IfH Institut für Handelsforschung, Brancheninformationssystem 2019, Ergänzungen und Berechnungen der BBE; inkl. Online-Ausgaben, unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen. Vgl. auch Erläuterungen in Kap. 1.2

Abbildung 28: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Hagen p. a.

Sortiment	Deutschland	Stadt Hagen	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.516	2.353	458,8
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	355	330	64,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, Hörgeräte	722	676	131,8
Bekleidung, Wäsche	531	480	93,6
Schuhe, Lederwaren	120	107	20,9
Sport-, Campingartikel	112	96	18,7
Bücher, Zeitschriften	101	92	17,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	81	73	14,3
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	86	16,8
Möbel, Küchen	365	302	59,0
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	61	52	10,1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	22	19	3,7
Heimtextilien, Gardinen	23	20	3,8
Bettwaren	38	32	6,3
Lampen und Leuchten	32	27	5,3
Elektrohaushaltsgeräte	110	100	19,5
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekomm., Foto	372	344	67,1
Optik, Uhren, Schmuck	128	116	22,6
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	313	266	51,9
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	201	171	33,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	57	51	9,9
Fahrräder, Fahrradzubehör	79	70	13,6
Autozubehör	54	45	8,7
Sonstiger Einzelhandel**	57	52	10,1
Gesamt	6.546	5.960	1.162,0

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Abbildung 29: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveaus im Stadtgebiet

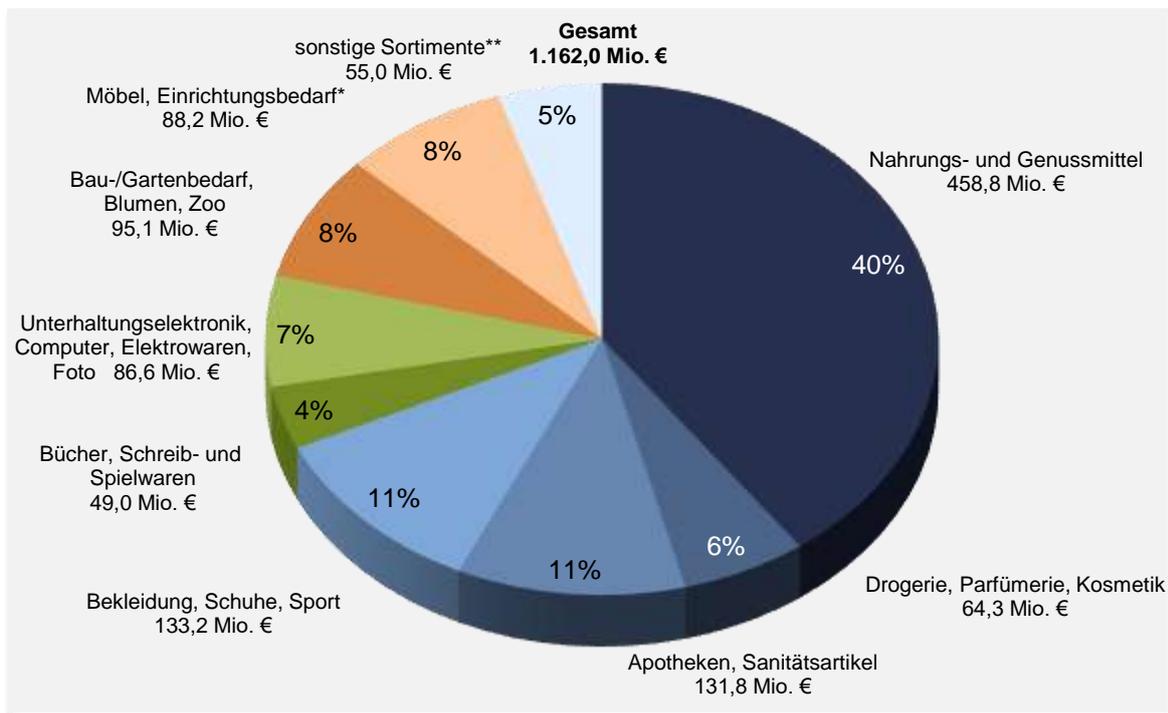


Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von MBR-Kaufkraftkennziffern 2021

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Dabei fällt das vorhandene Kaufkraftniveau innerhalb des Hager Stadtgebietes recht unterschiedlich aus: Die höchsten Kaufkraftkennwerte sind in den statistischen Bezirken Hochschulviertel/Emst/Lennetal (102,7 %) festzustellen, während vor allem in den zentral gelegenen Wohnbereichen der Mittelstadt (83,6 %) sowie in Wehringhausen/Vorhalle (81,6 %) ein deutlich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vorzufinden ist.

Abbildung 30: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial p.a. nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der IfH-Daten und MBR-Kaufkraftkennziffern

Mit rund 40 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, werden rd. 57 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials durch die nahversorgungsrelevanten Sortimente bestimmt.

Für die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung/Schuhe und Sport, Bücher/Schreib- und Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik/Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 268,8 Mio. € (ca. 22 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 183,3 Mio. € (ca. 16 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 55,0 Mio. € Kaufkraft bzw. ca. 5 % des Gesamtvolumens.

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen und Kaufkraftniveaus weisen die statistischen Bezirke Boele, Hohenlimburg und Mittelstadt das höchste Kaufkraftpotenzial auf (vgl. Abbildung 31).

Abbildung 31: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial p.a. nach statistischen Bezirken

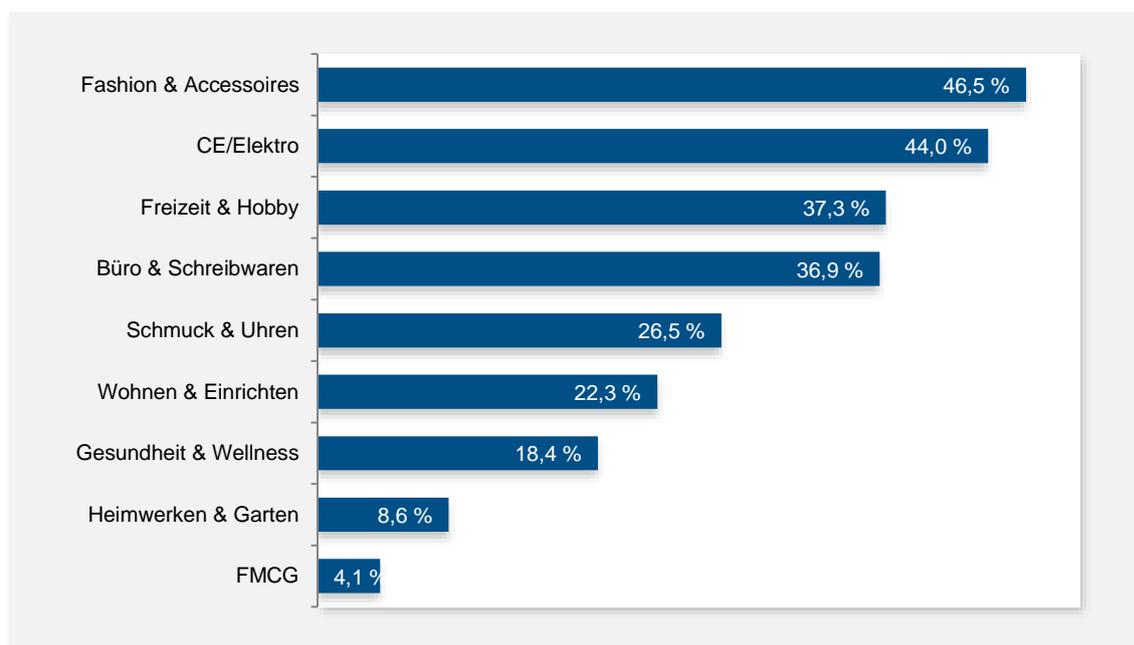
Sortiment	Mittelstadt	Altenhagen	Hochschulviertel	Emst	Wehringhausen	Vorhalle	Boele	Lennetal	Hohenlimburg	Eilpe	Dahl	Haspe-Ost	Haspe-West	Stadt Hagen
Kaufkraftpotenzial in Mio. €														
Nahrungs- und Genussmittel	49,1	43,3	40,2	27,0	33,6	21,5	64,7	12,8	56,1	27,9	11,5	40,9	30,2	458,8
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	7,0	6,1	5,5	3,7	4,8	3,1	9,0	1,8	7,8	3,9	1,6	5,8	4,3	64,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, Hörgeräte	13,3	12,1	12,4	8,3	9,2	5,9	19,1	3,9	16,4	7,9	3,3	11,5	8,5	131,8
Bekleidung, Wäsche	9,6	8,7	8,6	5,7	6,5	4,2	13,3	2,7	11,6	5,7	2,4	8,4	6,2	93,6
Schuhe, Lederwaren	2,2	2,0	1,9	1,3	1,5	0,9	2,9	0,6	2,6	1,3	0,5	1,9	1,4	20,9
Sport-, Campingartikel	1,8	1,7	1,8	1,2	1,2	0,8	2,7	0,6	2,3	1,2	0,5	1,7	1,3	18,7
Bücher, Zeitschriften	1,9	1,7	1,6	1,1	1,3	0,8	2,5	0,5	2,2	1,1	0,4	1,6	1,2	17,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,5	1,3	1,3	0,9	1,0	0,7	2,0	0,4	1,8	0,9	0,4	1,3	0,9	14,3
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1,7	1,6	1,5	1,0	1,2	0,8	2,4	0,5	2,0	1,0	0,4	1,6	1,2	16,8
Möbel, Küchen	5,7	5,5	5,6	3,8	4,0	2,5	8,4	1,8	7,3	3,6	1,5	5,3	3,9	59,0
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1,0	0,9	1,0	0,6	0,7	0,4	1,4	0,3	1,3	0,6	0,3	0,9	0,7	10,1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,5	0,1	0,5	0,2	0,1	0,3	0,2	3,7
Heimtextilien, Gardinen	0,4	0,4	0,4	0,2	0,3	0,2	0,5	0,1	0,5	0,2	0,1	0,3	0,3	3,8
Bettwaren	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4	0,3	0,9	0,2	0,8	0,4	0,2	0,6	0,4	6,3
Lampen und Leuchten	0,5	0,5	0,5	0,3	0,4	0,2	0,8	0,2	0,7	0,3	0,1	0,5	0,3	5,3
Elektrohaushaltsgeräte	2,0	1,8	1,7	1,2	1,4	0,9	2,7	0,6	2,4	1,2	0,5	1,7	1,3	19,5
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekomm., Foto	7,2	6,5	5,8	3,9	4,9	3,2	9,3	1,8	8,1	4,1	1,7	6,1	4,5	67,1
Optik, Uhren, Schmuck	2,1	2,1	2,2	1,5	1,5	0,9	3,3	0,7	2,8	1,4	0,6	2,0	1,5	22,6
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	5,3	4,9	4,7	3,1	3,7	2,4	7,2	1,5	6,3	3,3	1,3	4,7	3,5	51,9
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	3,4	3,2	3,0	2,0	2,4	1,5	4,6	1,0	4,1	2,1	0,9	3,0	2,3	33,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1,0	0,9	0,9	0,6	0,7	0,5	1,4	0,3	1,2	0,6	0,2	0,9	0,7	9,9
Fahrräder, Fahrradzubehör	1,4	1,3	1,2	0,8	0,9	0,6	1,9	0,4	1,6	0,8	0,3	1,3	0,9	13,6
Autozubehör	0,8	0,8	0,9	0,6	0,6	0,4	1,3	0,3	1,1	0,6	0,2	0,8	0,6	8,7
Sonstiger Einzelhandel**	1,1	0,9	0,9	0,6	0,7	0,5	1,4	0,3	1,2	0,6	0,3	0,9	0,7	10,1
Gesamt	120,8	109,1	104,4	70,1	83,0	53,2	164,4	33,1	142,6	71,0	29,2	104,2	77,0	1.162,0

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/Münzen, Kinderwagen
 Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IfH-Daten und sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (inkl. Online-Handel); Rundungsdifferenzen möglich

5.2 Onlinebedeutung

Das Kaufkraftpotenzial umfasst auch die Ausgaben der Hagener Bürger im Onlinehandel. Bundesweit weist der Bereich Fashion & Accessoires aktuell bereits einen Onlineanteil von ca. 46,5 % auf. Auch bei Elektroartikeln und Unterhaltungselektronik wird mit 44 % ein hoher Kaufkraftanteil im Onlinehandel verausgabt. Weitere Branchen mit hohen Onlineanteilen sind Freizeit & Hobby sowie Büro & Schreibwaren, während Lebensmittel/Drogeriewaren/Heimtierbedarf (FMCG) mit ca. 4,1 % noch eine sehr geringe Onlineorientierung aufweisen.

Abbildung 32: Onlineanteil nach Branchen



Quelle: HDE, Online-Monitor 2022 (FMCG: Lebensmittel/Drogeriewaren/Heimtierbedarf)

5.3 Ausblick

Auch für die Zukunft werden die aus dem verfügbaren Einkommen der Haushalte abgeleiteten Pro-Kopf-Ausgaben ein wichtiger Bestimmungsfaktor für das Kaufkraftvolumen in der Stadt Hagen für Einkäufe sein. Während der 2010er-Jahre vergrößerte das Wirtschaftswachstum für die meisten Verbraucher die finanziellen Spielräume, allerdings nahm auch die Spannweite zwischen einkommensstarken und sozial schwachen Haushalten zu. Bei vorsichtiger Schätzung muss damit gerechnet werden, dass die Folgen der Corona-Pandemie und die Sorgen wegen Inflation, steigender Energiepreise und Ukrainekrieg nicht nur auf die „Konsumlaune“ drücken, sondern auch das Einkaufsbudget der Verbraucher schmälern. Verlässliche Prognosen sind allerdings auf Basis der aktuellen Daten schwierig.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerung in der Stadt Hagen, der zunehmenden Bedeutung des Onlineeinkaufs und der zumindest mittelfristig sinkenden Konsumausgaben im Einzelhandel infolge der Energiepreissteigerungen ist tendenziell ein real rückläufiges Kaufkraftpotenzial für den stationären Einzelhandel in der Stadt Hagen zu verzeichnen.

6 Einzelhandelssituation in der Stadt Hagen

6.1 Gesamtstädtische Einzelhandelsausstattung

Im Stadtgebiet von Hagen gibt es insgesamt (Stand Juli 2021)

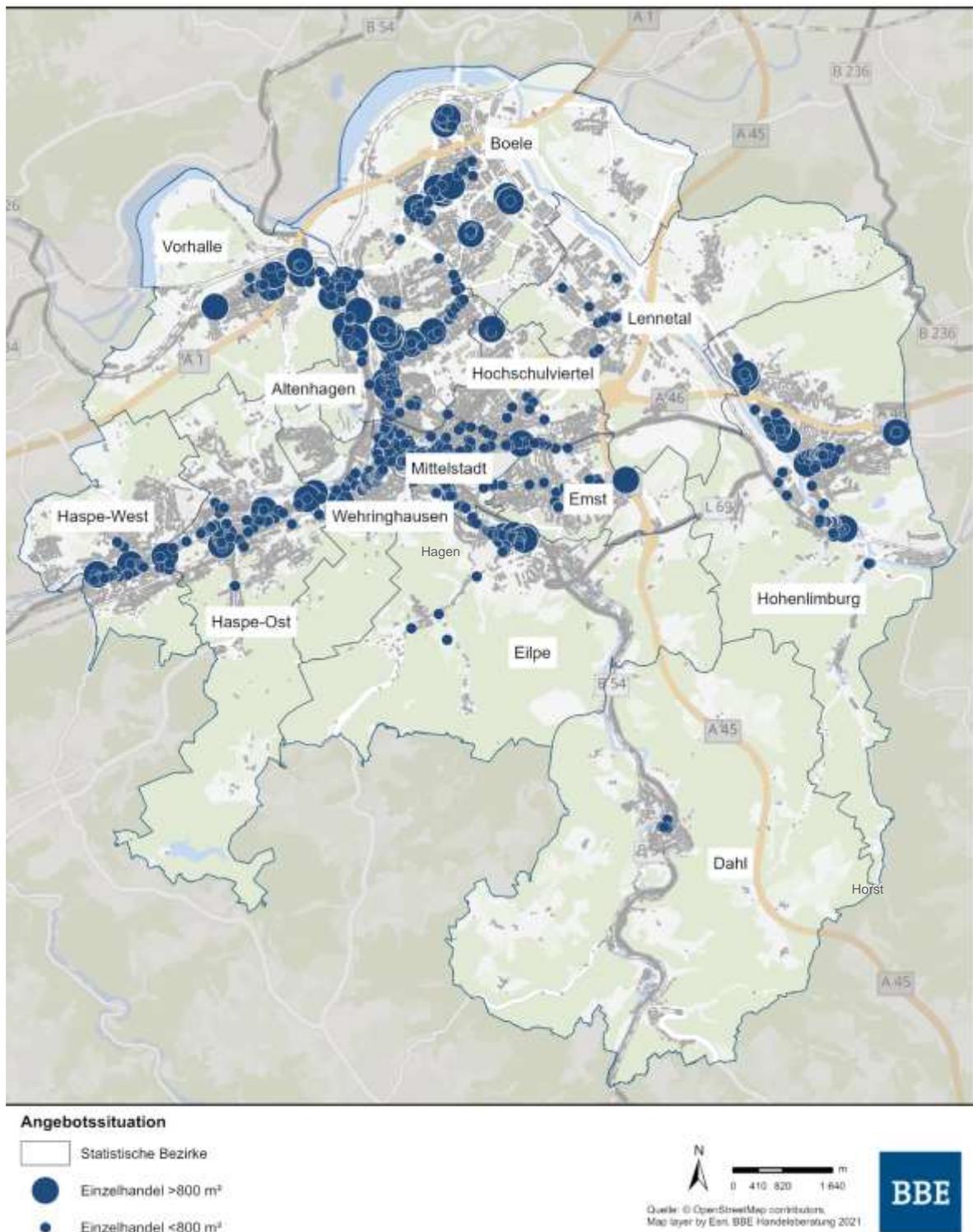
- 977 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 301.200 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. 1.060 Mio. € erwirtschaften.

Abbildung 33: Einzelhandel in der Stadt Hagen nach statistischen Bezirken

Stat. Bezirk	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Mittelstadt	386	40	83.530	28	300,2	28	22.586	12
Altenhagen	83	8	38.900	13	101,2	10	18.916	10
Hochschulviertel	14	1	1.910	1	12,8	1	12.461	6
Emst	23	2	4.450	1	20,0	2	10.666	5
Wehringhausen	58	6	10.340	3	42,7	4	15.885	8
Vorhalle	46	5	29.330	10	75,1	7	10.181	5
Boele	82	8	43.790	15	157,4	15	27.268	14
Lennetal	9	1	1.610	1	3,9	< 1	5.040	3
Hohenlimburg	107	11	44.130	15	172,0	16	24.058	12
Eilpe	36	4	9.280	3	47,8	5	12.025	6
Dahl	5	1	890	< 1	7,2	1	4.939	3
Haspe-Ost	92	9	22.590	7	74,2	7	17.798	9
Haspe-West	36	4	10.450	3	45,5	4	13.155	7
Stadt Hagen gesamt	977	100	301.200	100	1.060,0	100	194.978	100

Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Abbildung 34: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Hagen



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Zur Bewertung der **Versorgungsstruktur** der Stadt Hagen ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von **1,5 m² je Einwohner**, die dem Durchschnittswert der Flächenausstattung in Deutschland entspricht.¹²

Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt in der Hagener Mittelstadt. Der statistische Bezirk wird wesentlich durch die Innenstadt geprägt. Rund zwei Fünftel der Hagener Einzelhandelsbetriebe und gut ein Viertel der Verkaufsfläche sind in der Mittelstadt konzentriert. Große Verkaufsflächenkonzentrationen sind darüber hinaus in den statistischen Bezirken Hohenlimburg, Boele, Altenhagen und Vorhalle vorhanden, die neben innerörtlichen Strukturen große dezentrale Einzelhandelsstandorte aufweisen. In Haspe-Ost und -West, Wehringhausen und Eilpe sind stadtbezirksbezogene Versorgungsstrukturen gegeben, geringe Nahversorgungsangebote sind vor allem in den statistischen Bezirken Emst, Hochschulviertel und Dahl vorhanden. Der statistische Bezirk Lennetal ist durch ausgedehnte Gewerbe- und Industriegebiete geprägt, in denen überwiegend kein Einzelhandel zulässig ist.

Die Stadt Hagen weist insgesamt 12 zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt als Hauptzentrum, Haspe, Hohenlimburg und Boele als Nebenzentren, Altenhagen, Wehringhausen, Eppenhagen, Vorhalle, Hilfe, Elsey, Eilpe, Westerbauer als Nahversorgungszentren). Darüber hinaus bestehen städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte und nicht-integrierte Sonderstandorte.¹³ Flächen- und umsatzbezogen nehmen die Sonderstandorte das größte Gewicht im Einzelhandelsangebot der Stadt Hagen ein, wobei es sich nur um ca. 6 % der Betriebe handelt. An zweiter Stelle steht das Innenstadtangebot mit rund einem Viertel der Betriebe und der Verkaufsfläche.¹⁴ Die differenzierten stadtteilbezogenen Angebotsstrukturen lassen sich an der Ausstattung der Neben- und Nahversorgungszentren ablesen. Darüber hinaus kommt den Nahversorgungsstandorten vor allem mit Lebensmittelmärkten eine wichtige ergänzende Funktion zu, da die gewachsenen zentralen Versorgungsbereiche aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen allein keine bedarfsgerechte wohnungsnah Versorgung sicherstellen können.

¹² Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist für das Jahr 2020 eine bundesweite Verkaufsfläche (VKF) von rd. 125 Mio. m² aus. Bezogen auf die Bevölkerung (83,24 Mio. Einwohner in Deutschland) ergibt sich ein Dichtewert von rd. 1,5 m² VKF je Einwohner. In den Vergleichsstädten Wuppertal (1,3 m² VK/ EW), Mönchengladbach (1,9 m² VK/EW), Hamm (1,8 m² VK/EW) und Leverkusen (1,6 m² VK/EW) liegen vergleichbare Ausstattungskennziffern vor, wobei auch Besonderheiten wie Großmöbelhäuser (u.a. Hamm) und großes übergemeindliches Einzugsgebiet (u.a. Mönchengladbach) ablesbar sind.

¹³ Zur städtebaulichen Begründung und konkreten Abgrenzung vgl. Kap. 11

¹⁴ Zum Vergleich: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt in Wuppertal ca. 21 %, Mönchengladbach ca. 17 %, Hamm ca. 18 % und Leverkusen ca. 24 %

Abbildung 35: Einzelhandel in der Stadt Hagen nach Standortkategorien

Standortkategorie	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Innenstadt	261	27	69.590	23	232,4	22
Nebenzentren	117	12	33.280	11	121,9	11
Nahversorgungszentren	128	13	30.870	10	168,3	16
Nahversorgungsstandorte	59	6	31.090	10	144,3	14
Sonderstandorte	64	6	98.980	33	242,2	23
sonstige Lagen	348	36	37.390	13	150,9	14
Stadt Hagen gesamt	977	100	301.200	100	1.060,0	100

Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Der Einzelhandelsbesatz umfasst 71 großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit insgesamt ca. 190.970 m² Verkaufsfläche, gleichbedeutend ca. 63 % an der Gesamtverkaufsfläche. Dabei sind betriebs- und verkaufsflächenbezogen der großflächige Einzelhandel vor allem an den Sonderstandorten vorhanden (21 Betriebe mit ca. 88.080 m² Verkaufsfläche). Der Angebotsschwerpunkt liegt hier bei Bau- und Gartenmärkten, Zoofachmärkten, Möbel- und Teppichmärkten (10 Betriebe mit 53.400 m² Verkaufsfläche). Gleichzeitig weisen die Sonderstandorte jedoch auch großflächige Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf (u.a. SB-Warenhäuser, Discount- und Getränkemärkte, Warenhaus, Fachmärkte für Sportartikel, Büroartikel/Schreib- und Spielwaren, Elektroartikel). Der Innenstadt sind 16 großflächige Betriebe mit ca. 38.600 m² und überwiegend zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet. In den Neben- und Nahversorgungszentren sind vor allem Lebensmittelmärkte als großflächige Betriebe ansässig (18 Betriebe mit ca. 32.490 m² Verkaufsfläche). Einzig im (perspektivischen) Nebenzentrum Boele sind ein Baumarkt, ein Fahrradfachmarkt und ein Nonfood-Discounter, im Nahversorgungszentrum Eilpe ein Schuhfachmarkt sowie im Nebenzentrum Haspe ein Warenhaus ansässig. An Nahversorgungsstandorten sind im Hagener Stadtgebiet insgesamt 5 großflächige Betriebe (Lebensmittelmärkte und ein Leuchten-Fachgeschäft) mit zusammen ca. 13.770 m² Verkaufsfläche ansässig.

Abbildung 36: Großflächiger Einzelhandel in der Stadt Hagen nach Standortkategorien

Standortkategorie	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in % der Standortkategorie	in m ²	in % der Standortkategorie	in Mio. €	in % der Standortkategorie
Innenstadt	16	6	38.600	56	114,3	49
Nebenzentren	9	7	22.380	67	65,4	54
Nahversorgungszentren	13	10	17.960	58	92,8	55
Nahversorgungsstandorte	5	9	13.770	44	62,3	43
Sonderstandorte	21	33	88.080	89	206,5	85
sonstige Lagen	7	2	10.180	27	18,0	12
Stadt Hagen gesamt	71	7	109.970	63	559,4	53

Quelle: BBE-Erhebungen 2021

FAZIT

Der Innenstadt kommt eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion zu. Die Nahversorgung wird durch differenzierte Versorgungsangebote in den Stadtteilen sichergestellt, die sich gleichermaßen auf zentrale Versorgungsbereiche wie auf ergänzende Nahversorgungsstandorte beziehen. Den Sonderstandorten kommt eine Versorgungsfunktion bei nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten zu, im Bereich des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels stehen sie in Wettbewerb zu den zentralen Versorgungsbereichen.

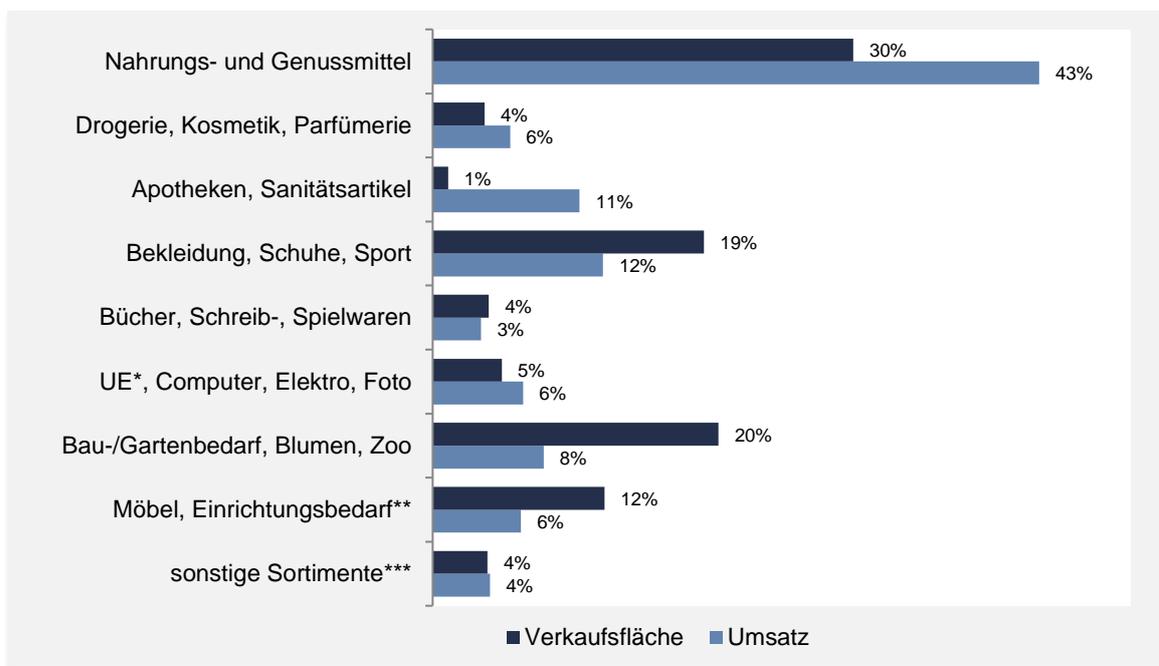
6.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Hagen weist verkaufsflächenbezogene Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Pflanzen, Blumen, Zooartikel) auf (vgl. Abbildung 37).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatz wird mit **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind die größeren Lebensmittelmärkte und SB-Warenhäuser. Eine kleinteilige Grundversorgung, vor allem durch das Lebensmittelhandwerk, kleinere Lebensmittelgeschäfte sowie den spezialisierten Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel/Kiosk), ergänzt die Nahversorgung (zur Bewertung vgl. auch Kap. 6.8). Mit knapp 90.700 m² entfallen ca. 30 % der Verkaufsfläche in der

Stadt Hagen auf das nahversorgungsrelevante Sortiment. Im Vergleich zu anderen Städten kommt dem Lebensmittelangebot eine hohe Bedeutung innerhalb des Hagener Einzelhandels zu.¹⁵

Abbildung 37: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hagen nach Sortimenten



* Unterhaltungselektronik

** Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

*** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Erhebungen 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik sowie Pharmazie/Sanitätswaren**. Der Drogerie- und Parfümeriebereich ist mit Drogeriemärkten und Parfümerien in der Innenstadt sowie Drogeriemärkten in Hohenlimburg, Haspe, Boele, Eelsey, Westerbauer und im Fachmarktzentrum Bathey ausgestattet. Darüber hinaus wird das Sortiment von den Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte angeboten. Stadtweit entfallen ca. 11.200 m² Verkaufsfläche (gleichbedeutend ca. 4 %) auf das Sortiment.

Die Apothekenausstattung ist mit 33 Betrieben im Verhältnis zum NRW-Durchschnitt deutlich unterdurchschnittlich¹⁶ und zeigt die ergänzende Versorgungsbedeutung des medizinischen Bereiches

¹⁵ Zum Vergleich Verkaufsflächenanteil Nahrungs- und Genussmittel in Wuppertal ca. 28 %, Mönchengladbach ca. 22 %, Hamm ca. 24 % und Leverkusen ca. 20 %.

¹⁶ In der Stadt Hagen liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke je 5.910 Einwohner. Im NRW-Landesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 4.540 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2021).

der Nachbarstädte. Standortbezogen ist eine besonders geringe Apothekenausstattung je Einwohner in den statistischen Bezirken Hochschulviertel, Ernst, Boele und Wehringhausen festzustellen. während eine hohe einwohnerbezogene Ausstattung in Haspe-West und -Ost zu verzeichnen ist. Die sieben Apotheken in der Mittelstadt übernehmen eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung.

Abbildung 38: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hagen nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	90.690	30	460,4	43
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	11.200	4	58,8	5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizin., orthop. Artikel, Hörgeräte	3.320	1	111,5	11
Bekleidung, Wäsche	44.780	15	94,1	9
Schuhe, Lederwaren	8.070	3	20,1	2
Sport-, Campingartikel	5.630	2	15,1	1
Bücher, Zeitschriften	2.600	1	13,7	1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	3.660	1	9,0	1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	5.840	2	14,0	1
Möbel, Küchen	18.190	6	38,0	4
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	10.480	3	10,5	1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1.150	< 1	2,8	< 1
Heimtextilien, Gardinen	2.440	1	3,8	< 1
Bettwaren	2.190	1	5,6	1
Lampen und Leuchten	2.610	1	6,3	1
Elektrohaushaltsgeräte	3.130	1	18,2	2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	11.770	4	50,4	5
Optik, Uhren, Schmuck	3.360	1	19,1	2
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	40.690	13	50,4	5
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	16.900	6	26,3	2
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	4.030	1	7,5	1
Fahrräder, Fahrradzubehör	4.060	1	13,3	1
Autozubehör	2.070	1	7,0	1
Sonstiger Einzelhandel**	2.340	1	4,1	< 1
Gesamt	301.200	100	1.060,0	100

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Erhebungen 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Das Sanitätsangebot (inkl. medizinische, orthopädische, akustische Fachanbieter) konzentriert sich ebenfalls auf die Mittelstadt sowie auf Hohenlimburg, Haspe und Boele. Einzelne Betriebe sind auf Emst, in Wehringhausen, Eilpe und Westerbauer ansässig.

Das Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** ist durch große Leitbetriebe in der Innenstadt (u.a. Galeria Kaufhof, Modehaus Sinn, P & C, C & A), durch Filialisten und durch inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Ein größeres Sportgeschäft ist in der Hagener Innenstadt nicht mehr vorhanden. Als größter Sportanbieter belegt Decathlon einen dezentralen Standort. Mit knapp 58.500 m² stellen Bekleidung, Schuhe und Sport ca. 19 % der Gesamtverkaufsfläche.¹⁷

Der Angebotsbereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** weist neben den innerstädtischen Leitbetrieben (u.a. Thalia, Schaukelpferd) ein kleinteiliges, auch stadtteilbezogenes Einzelhandelsangebot auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 12.100 m² auf. Das größte Spielwarengeschäft smythstoyls belegt einen dezentralen Standort. Musikalien werden durch zwei kleinere Fachgeschäfte in der Innenstadt angeboten.

Das Angebot mit **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computern, Kommunikation und Foto** belegt ca. 5 % der Verkaufsfläche (ca. 14.900 m²) und wird durch die innerstädtischen Elektroanbieter Saturn und Expert Garthe sowie durch den Euronics-Fachmarkt Berlet im Gewerbegebiet Eley geprägt. Das sonstige Angebot bezieht sich auf kleine Elektrofachgeschäfte, Handysshops und Computergeschäfte.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt auf den **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** (ca. 20 % der Verkaufsfläche, inkl. Blumen, Pflanzen und Tierbedarf).¹⁸ Gleichzeitig werden in diesem Angebotssegment etwa 8 % des Hagener Einzelhandelsumsatzes generiert. Aus diesen Zahlen ist die flächenintensive Warenpräsentation der Anbieter von Bau- und Gartenbedarf ablesbar. Wesentliche Anbieter sind die Bau- und Gartenmärkte Bauhaus, Hellweg, Gartencenter Augsburg, Westfalia-Markt, B1 Discount Baumarkt, Gärtnerei Knop, Fressnapf XXL und Sonderpreis Baumarkt.

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird das Angebot vor allem durch die Möbelmärkte Poco und Podi Marken-Polster-Discount, durch Küchenspezialisten (u.a. Küchen Jorißen), das Leuchten-Fachgeschäft Bergenthal sowie durch spezialisierten Fachhändler in den Bereichen Betten, Bettwaren, Wohnaccessoires, Raumausstattung und Haustextilien bestimmt. In der Innenstadt werden vor allem GPK/Haushaltswaren und Haustextilien angeboten.

¹⁷ Zum Vergleich Verkaufsflächenanteil Bekleidung, Schuhe, Sport in Wuppertal ca. 16 %, Mönchengladbach ca. 21 %, Hamm ca. 14 % und Leverkusen ca. 21 %.

¹⁸ Zum Vergleich Verkaufsflächenanteil Bau- und Gartenbedarf in Wuppertal ca. 23 %, Mönchengladbach ca. 15 %, Hamm ca. 21 % und Leverkusen ca. 22 %.

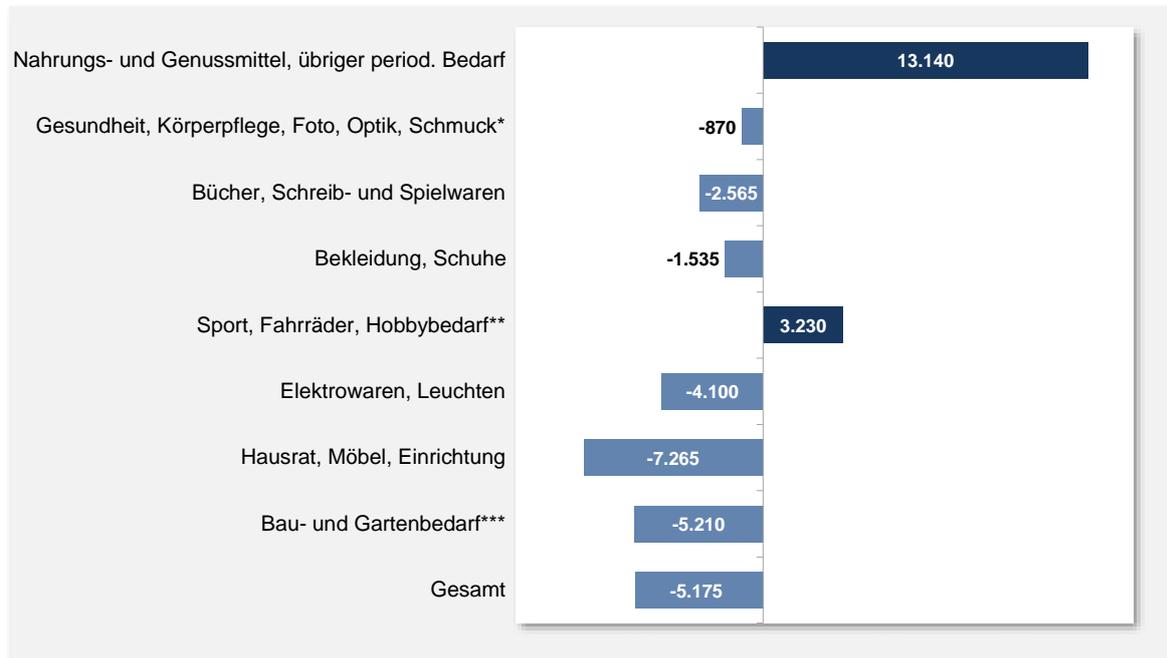
Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf Optik (23 Betriebe) und Uhren/Schmuck (29 Betriebe) in den größeren Geschäftszentren sowie Fahrräder (9 Betriebe) und Autozubehör (35 Betriebe) überwiegend an Standorten in Randlagen bzw. außerhalb der Geschäftszentren.

6.3 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2015 - 2021

Im **Zeitraum 2015 – 2021** ist im Saldo ein Rückgang des Einzelhandelsangebotes um 126 Betriebe und ein Verkaufsflächenrückgang um ca. 5.200 m² Verkaufsfläche festzustellen.¹⁹ Damit ist ein Strukturwandel abzulesen, bei dem tendenziell die kleineren Geschäfte aus dem Markt ausgeschieden sind.

Der höchste Flächenverlust ist im Sortiment Hausrat/Möbel/Einrichtung (per Saldo ca. - 7.300 m² Verkaufsfläche) zu verzeichnen, der u.a. auf die Schließung der nicht mehr marktgerechten Möbelanbieter Möbel Piraten in Haspe, Möbel Boss im Gewerbegebiet Lennetal und Möbel Stein in Hohenlimburg sowie weiterer kleinerer Anbieter zurückzuführen ist.

Abbildung 39: Verkaufsflächenentwicklung 2015 - 2021



* inkl. Sanitärwaren

** inkl. Zooartikel

*** inkl. Bodenbeläge, Teppiche, Pflanzen

Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

¹⁹ Zum Datenstand 2015 vgl. CIMA, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen, 2015

Auch im Bau- und Gartenbedarf sowie bei Elektroartikel/Unterhaltungselektronik ist durch Betriebs-schließungen (u.a. Baumarkt Max Bahr) ein Flächenrückgang um ca. 5.200 m² bzw. 4.100 m² eingetreten.

Bei Büchern, Schreib- und Spielwaren beläuft sich der Flächenverlust auf ca. 2.600 m². Auch das innenstadttypische Bekleidungs-, Schuh- und Sportangebot umfasst heute ca. 1.500 m² Verkaufsfläche weniger als vor sechs Jahren.

Der Angebotsbereich Gesundheit, Körperpflege und sonstiger persönlicher Bedarf zeichnet sich durch einen Verlust kleinteiliger Geschäftsstrukturen aus. So ist in der Stadt Hagen u.a. ein deutlicher Rückgang in der Apothekenausstattung festzustellen.

Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist dagegen bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. + 13.100 m², inkl. sonstigem periodischen Bedarf) festzustellen, wobei gleichzeitig die Zahl der Anbieter zurückgegangen ist, sodass ein Zuwachs der Betriebsgröße zu verzeichnen ist. Gleiches gilt auch für den Bereich Sport/Fahrräder/Hobbybedarf (ca. + 3.200 m², u.a. Ansiedlung des Fahrrad-fachmarktes BOC).

6.4 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen

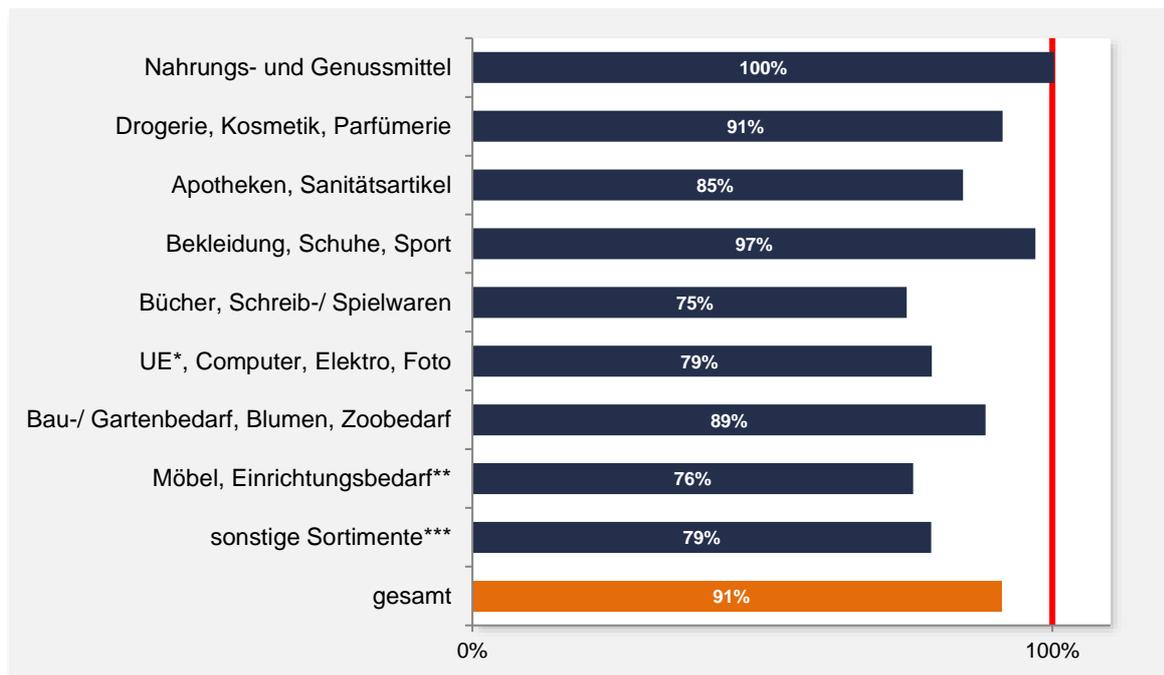
Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die Versorgungsbedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Hagener Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der Hagener Bevölkerung dar. Für die Stadt Hagen liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 91 %, sodass der erwirtschaftete Gesamtumsatz ca. 9 %-Punkte unter dem Kaufkraftpotenzial der Hagener Bürger liegt und somit per Saldo ca. 102,0 Mio. € örtliche Kaufkraft in Nachbarkommunen bzw. in den Onlinehandel abfließen.

Für den Einzelhandel insgesamt stellt der erhebliche Bedeutungsgewinn des Onlinehandels eine Wettbewerbsverschärfung dar, die sich in rückläufigen Zentralitätswerten der Stadt Hagen niederschlagen. So ist der deutsche Onlineumsatz im Zeitraum 2015 – 2021 um knapp 120 % angestiegen, dies entspricht einem Anstieg des Online-Marktanteils von ca. 8,3 (2015) auf ca. 14,7 % (2021).²⁰ Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Hagen in Verbindung mit der regionalen und onlinebezogenen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 40 und Abbildung 41).

²⁰ Vgl. HDE, Online-Monitor 2022

Dabei ist zu beachten, dass üblicherweise im Bereich der Nahversorgung eine höhere Einkaufsorientierung auf das Wohnumfeld besteht als bei spezialisierten Artikeln des mittel- und langfristigen Bedarfs, bei denen die Stadt Hagen in einem stärkeren Wettbewerbsbezug zu den regionalen Einkaufsstädten und zum Onlinehandel steht und damit tendenziell geringere Umsatz-Kaufkraft-Relationen erzielt.

Abbildung 40: Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Überblick



* Unterhaltungselektronik

** Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

*** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder/Fahrradzubehör, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Berechnungen 2021

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel weist die Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 100 % darauf hin, dass das vorhandene Angebot per Saldo eine bedarfsgerechte Versorgung sicherstellen kann, d.h. es fließt gleich viel Kaufkraft aus den Umlandstädten nach Hagen wie eigene Kaufkraft an andere Einkaufsorte aufgrund von Pendlerverflechtungen und sonstigen persönlichen Präferenzen abfließt. Hierbei sind große Unterschiede zwischen den Stadtteilen festzustellen. So strahlen z.B. der Geschäftsbereich Westerbauer und das Fachmarktzentrum Auf dem Löffert in die benachbarten Städte Gevelsberg bzw. Iserlohn aus, während aktuell z.B. in Vorhalle Kaufkraftabflüsse nach Wetter und Herdecke bestehen, die durch den Ausbau der Nahversorgungsausstattung reduziert werden sollen.²¹

²¹ Vgl. hierzu auch nachfolgendes Kap. 6.8 Wohnungsnahe Versorgung

Gleiches gilt auch für den Bereich der Drogerie- und Parfümeriewaren. Mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 91 % fließt in diesem Angebotssegment per Saldo relativ viel Kaufkraft ins Umland ab, da nur ein ausschnittweises Versorgungsangebot in den Stadtteilen vorhanden ist (außerhalb der Innenstadt bestehen Drogeriemärkte nur in Hohenlimburg, Haspe, Boele, Elsey, Westerbauer). Im Gesundheitsangebot werden ebenfalls nur ca. 85 % der Kaufkraft per Saldo gebunden, sodass Kaufkraft an andere „Gesundheitsstandorte“ abfließt und gleichzeitig weniger Kaufkraft zufließt.

Abbildung 41: Kaufkraftbewegungen

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	458,8	460,4	100	1,6
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikwaren	64,3	58,8	91	-5,5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	131,8	111,5	85	-20,3
Bekleidung, Wäsche	93,6	94,1	101	0,5
Schuhe, Lederwaren	20,9	20,1	96	-0,8
Sport-, Campingartikel	18,7	15,1	81	-3,6
Bücher, Zeitschriften	17,9	13,7	77	-4,2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	14,3	9,0	63	-5,3
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	16,8	14,0	83	-2,8
Möbel, Küchen	59,0	38,0	64	-21,0
GPK*, Haushaltswaren, Geschenke	10,1	10,5	104	0,4
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	3,7	2,8	76	-0,9
Heimtextilien, Gardinen	3,8	3,8	100	0,0
Bettwaren	6,3	5,6	89	-0,7
Lampen und Leuchten	5,3	6,3	119	1,0
Elektrohaushaltsgeräte	19,5	18,2	93	-1,3
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	67,1	50,4	75	-16,7
Optik, Uhren, Schmuck	22,6	19,1	85	-3,5
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	51,9	50,4	97	-1,5
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	33,3	26,3	79	-7,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	9,9	7,5	76	-2,4
Fahrräder, Fahrradzubehör	13,6	13,3	98	-0,3
Autozubehör	8,7	7,0	80	-1,7
Sonstiger Einzelhandel**	10,1	4,1	41	-6,0
Gesamt	1.162,0	1.060,0	91	-102,0

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Berechnungen 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Für die Innenstadt-prägende Sortimentsgruppe Bekleidung/Schuhe/Sport liegen die Zentralitätswerte der Stadt Hagen bei ca. 96 - 101 % (Schuhe bzw. Bekleidung), wobei für Sportartikel mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von 81 % eine deutlich geringere Ausstrahlungskraft erreicht wird. In diesem Zusammenhang ist auch auf die Bedeutung des Onlinehandels zu verweisen, der in diesen Sortimenten in Deutschland durchschnittlich Marktanteile von 37 - 47 % einnimmt,²² sodass für die Stadt Hagen eine angemessene Versorgungsbedeutung (auch für das Umland) ablesbar ist.

Eine gute Versorgungsqualität besteht auch bei den Sortimenten Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren, Haus- und Heimtextilien, Lampen/Leuchten, Bau-, Heimwerker- und Gartenartikeln, Optik und Uhren/Schmuck sowie Fahrrädern. Dagegen sind relativ geringe Umsatz-Kaufkraft-Relationen vor allem bei Büchern, Schreib- und Spielwaren sowie Elektrowaren/Unterhaltungselektronik/Computer/Foto sowie Möbeln festzustellen. Hierbei handelt es sich um Sortimente, die in starkem Maße online gekauft werden und im Wettbewerb zu größeren Einkaufsorten (u.a. Dortmund) stehen.²³ Im Möbelbereich ist kein bedarfsgerechtes Angebot vorhanden.

Die Gegenüberstellung der Kennzahlen zur Einzelhandelszentralität der Jahre 2015 und 2021 zeigt für die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege sowie Bau- und Gartenbedarf weitgehend unveränderte Umsatz-Kaufkraft-Relation (vgl. Abbildung 42), sodass die das Hagener Einzelhandelsangebot entsprechend der Kaufkraftentwicklung weiterentwickelt hat.

Dagegen ist eine Verringerung der lokalen Versorgungsqualität vor allem bei Büchern/Schreib- und Spielwaren, Bekleidung/Schuhen, Sportartikeln sowie Elektroartikeln/Unterhaltungselektronik festzustellen. In diesem Zusammenhang sind gleichermaßen die regionalen Wettbewerbsverschärfungen (z. B. stärkere Einkaufsorientierung auf Nachbarstädte) wie auch der Bedeutungsgewinn des Onlinehandels mit negativen Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel anzuführen. Auch bei Möbeln konnte der örtliche Einzelhandel die Kaufkraftsteigerungen nicht nachvollziehen.

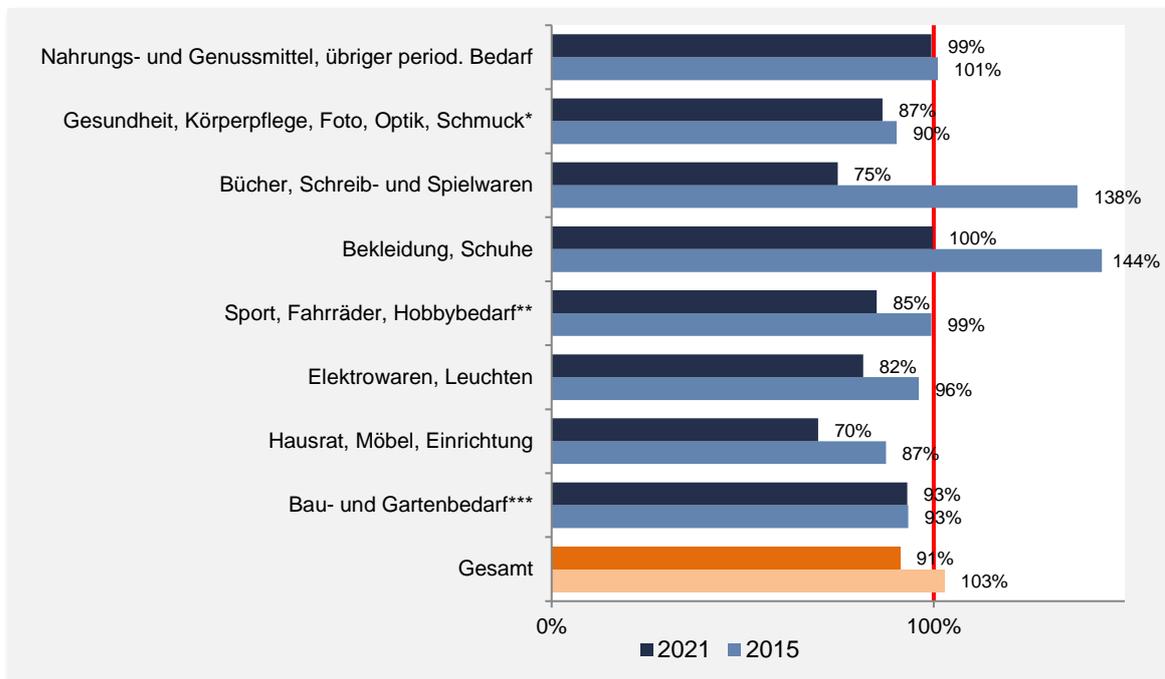
Der Einzelhandel in der Stadt Hagen konnte somit nominal seinen Umsatz im Zeitraum 2015 – 2021 halten (Umsatzentwicklung +/- 0 %), real bedeutet dies jedoch in vielen Sortimenten einen Rückgang der Versorgungsbedeutung, da der Einzelhandelsumsatz deutlich hinter der gestiegenen Kaufkraftentwicklung (ca. + 13 %)²⁴ zurückbleibt.

²² vgl. HDE, Online-Monitor 2022, Freizeit & Hobby sowie Fashion & Accessoires, vgl. auch Kap. 5.2

²³ Onlineanteile in Deutschland 2021: Büro & Schreibwaren ca. 36,9 %, Freizeit & Hobby ca. 37,3 %, CE/Elektro ca. 44,0 % Uhren/Schmuck ca. 26,5 %, Wohnen & Einrichten ca. 22,3 %, Heimwerken & Garten ca. 8,6 % (vgl. HDE, Online-Monitor 2022)

²⁴ Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl und der Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel/Onlinehandel ist das Kaufkraftpotenzial in der Stadt Hagen nominal von ca. 1.029,4 Mio. € (2015) auf aktuell 1.162,0 Mio. € angestiegen.

Abbildung 42: Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015 - 2021



* inkl. Sanitätswaren

** inkl. Zooartikel

*** inkl. Bodenbeläge, Teppiche, Pflanzen

Quelle: BBE-Berechnungen 2021 (Abweichungen gegenüber Abbildung 40 resultieren aus anderer Sortimentsabgrenzung)

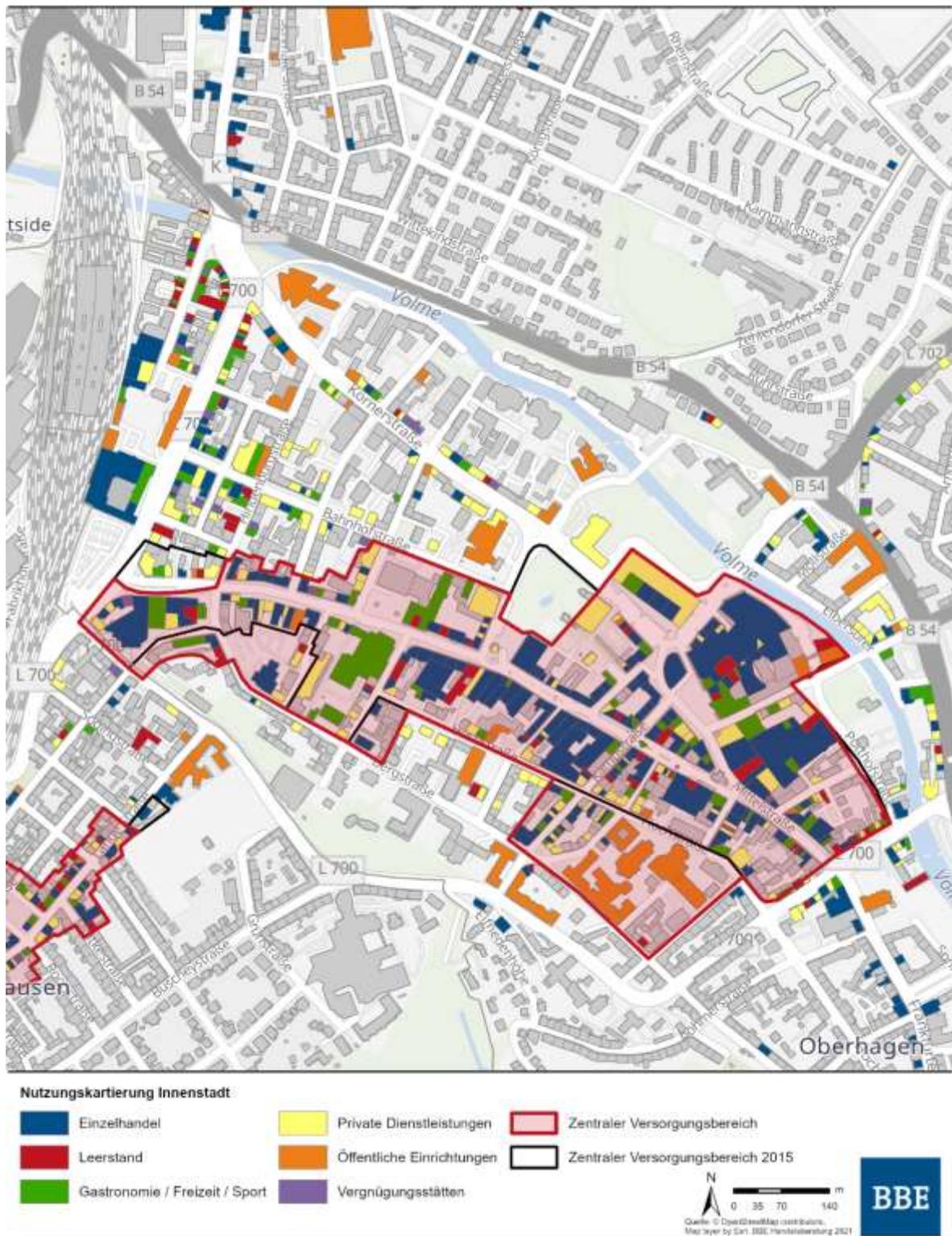
6.5 Innenstadt

STÄDTEBAULICHE SITUATION

Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Hagen den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz an Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Das Hauptzentrum Innenstadt ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Abbildung 43):

- Das Zentrum Hagens wird durch den innerstädtischen Straßenring (Graf-von-Galen-Ring, Bergischer Ring, Märkischer Ring) definiert. Innerhalb befinden sich das Geschäftszentrum, Dienstleistungs- und Verwaltungsbereiche und das Museums- und Kulturquartier. Westlich begrenzt der Bahnhof und nördlich der Uferbereich der Volme die Innenstadt.
- Prägend für die Innenstadt ist eine funktionale Nachkriegsarchitektur. So wurde auch das Konzept der autogerechten Stadt im Rahmen des Wiederaufbaus verfolgt. Identitätsstiftend sind einzelne historische Bauwerke wie der Hauptbahnhof, das Theater oder das alte Rathaus. Eine wichtige städtebauliche Erneuerung der letzten Jahre stellen u.a. der Bau des SparkassenKarrees, der Einkaufszentren Volme Galerie und Rathaus Galerie sowie die Revitalisierung der Elbershallen dar.
- Als wesentliches Charakteristikum der Innenstadt ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen mit dem positiven Folgeeffekt deutlicher Agglomerationswirkungen anzuführen. Hauptgeschäftsbereich und städtebaulicher Mittelpunkt der Einkaufsinnenstadt sind die ca. 800 m lange Fußgängerzone Elberfelder Straße und der Bereich um die Volme Galerie und die Rathaus Galerie an der Mittelstraße.
- Ein nahezu durchgehender Besatz publikumsintensiver Nutzungen findet sich auch in den Querachsen (Marienstraße, Goldbergstraße, Kampstraße, Spinnngasse, Konkordiastraße, Karl-Marx-Straße, Neumarktstraße, Hohenzollernstraße), wobei hier auch zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig sind.
- In der Bahnhofstraße, Körnerstraße und den sonstigen Seitenstraßen der nördlichen Stadtmitte ist kein durchgängiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorzufinden. Vielmehr ist das Quartier durch Büronutzungen geprägt, sodass es sich um innerstädtische Nebenlagen handelt.

Abbildung 43: Nutzungsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

- Das Bahnhofsviertel weist entlang des Graf-von-Galen-Rings und der westlichen Bahnhofstraße überwiegend gastronomische Betriebe, Hotels und sonstige bahnhofstypische Umfeldnutzungen (Kiosk, Spielhalle u.a.) auf. Insbesondere nordöstlich des Hauptbahnhofes sind zahlreiche Leerstände vorhanden. Der stark vernachlässigte Raum soll langfristig als Quartier am Hauptbahnhof durch einen städtebaulich und architektonisch hochwertig gestalteten Nutzungsmix aus Wohnen, Handel und Dienstleistung umgestaltet werden. Die Aufenthaltsqualität des Berliner Platzes soll erhöht werden, auch der Graf-von-Galen-Ring soll im Zusammenhang mit dem Bau der Bahnhofshinterfahung hinsichtlich seiner Verkehrsfunktion verändert werden, sodass perspektivisch die starke Zäsurwirkung der Verkehrsachse abgemildert werden kann.
- Mit dem Projekt Westside soll zwischen dem Hauptbahnhof und der Philipphöhe ein neues dienstleistungsgeprägtes Stadtquartier mit einer öffentlichen Parkanlage im Mündungsbereich der Volme in die Ennepe entstehen. Die Verbindung zwischen den Bereichen östlich und westlich des Hauptbahnhofes soll u.a. durch eine Verlängerung der Fußgängerunterführung des Hauptbahnhofes geschaffen werden.
- Die geplanten Strukturveränderungen im westlichen und östlichen Bahnhofumfeld werden eine städtebauliche Aufwertung bewirken, sodass die Quartiere als innerstädtische Entreebereiche fungieren, ohne dass dem Einzelhandel dort eine prägende Funktion zukommen wird.
- Südlich des Märkischen Rings befindet sich entlang der Frankfurter Straße nur ein geringes Einzelhandelsangebot. Der Marktplatz bildet die städtebauliche Verbindung zu den Elbershallen, die Kultur- und Freizeiteinrichtungen beherbergen. Aufgrund der starken Zäsurwirkung des Verkehrsrings und der geringen Verdichtung von Einzelhandelsbetrieben ist dieser Bereich funktional und baustrukturell nicht dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich zuzurechnen.
- Nordöstlich des Rathausquartiers stellt die Volme eine städtebauliche Zäsur für den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich dar. In den angrenzenden Bereichen am Elbersufer sind vor allem Dienstleistungs- und wenige Gastronomiebetriebe vorhanden. Unter dem Titel „Stadt ans Elbersufer“ wird die Entwicklung eines neuen nutzungsdurchmischten Quartiers mit Wohnen, Dienstleistung, wohnverträglichem Gewerbe und öffentlichen Freiräumen mit starken Bezügen zur Volme angestrebt.
- Der innerstädtische Einzelhandelsbesatz umfasst eine Mischung unterschiedlicher Betriebsgrößen und Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte). Als Magnetbetriebe fungieren vor allem die in der Elberfelder Straße und in den Einkaufsgalerien ansässigen Anbieter (u.a. Galeria Kaufhof, Modehaus Sinn, P & C, C & A, Saturn, Drogerie Müller). Dabei ist ein Schwergewicht im östlichen Abschnitt der Hauptgeschäftszone zu verzeichnen. Der als

verkehrsberuhigter Bereich gestaltete westliche Abschnitt der Elberfelder Straße zeichnet sich durch einen preisorientierten, kleinteiligen Geschäftsbesatz aus. Den westlichen Abschluss bildet das Schwenke-Zentrum, das aktuell keinen optimalen Angebotsmix und eine Vielzahl von un- bzw. mindergenutzten Ladenlokalen aufweist. Das Museums- und Kunstquartier südlich der Hochstraße ist eine wichtige innerstädtische Komplementärnutzung und weist über die Kampstraße, Goldbergstraße und Marienstraße eine optimale Anbindung an den Hauptgeschäftszone auf. Das Theater nimmt eine zentrale Lage an der Elberfelder Straße an. Im Umfeld sind einige gastronomische Nutzungen vorzufinden, ohne dass sich innerhalb der Hagener Innenstadt ein Gastronomie-Cluster herausgebildet hat.

- Der zentrale Versorgungsbereich weist in West-Ost-Richtung zwischen dem Schwenke-Zentrum und der Kreuzung von Elberfelder Straße und Bergischem Ring eine Längenausdehnung von ca. 1,2 km auf. In der maximalen Querachse zwischen Bergstraße und Volme beträgt die Entfernung ca. 500 m. Dabei zeichnet sich der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich durch die Einkaufsgalerien und eine achsenbezogene Auffächerung entlang der Elberfelder Straße und der Mittelstraße aus, die aufgrund der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist. Die Seitenstraßen sind überwiegend als Nebenlagen zu bewerten.
- Als Hauptgeschäftslage (sog. A-Lage) ist der „Rundlauf“ Elberfelder Straße (ab Adolf-Nassau-Platz), Mittelstraße und Kampstraße zu bewerten (vgl. Abbildung 44). Hier sind nach den IHK-Messungen der vergangenen Jahre immer die höchsten Passantenfrequenzen zu verzeichnen.²⁵ Damit geht auch eine hohe einzelhandelsbezogene Nutzungsdichte und Attraktivität einher. Als Ergänzungslagen (sog. B-Lage) schließen sich der südöstliche Abschnitt der Mittelstraße, die Elberfelder Straße zwischen Adolf-Nassau-Platz und Theaterplatz sowie Teile der Kampstraße, Goldbergstraße und Marienstraße mit einem überwiegend kleinteiligen Geschäftsbesatz an. Die Funktion von Nebenlagen nehmen vor allem die nordwestliche Elberfelder Straße sowie die sonstigen Seitenstraßen ein.
- Zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Erhebung (Stand: Juli 2021) wurden in der Innenstadt insgesamt 70 Ladenleerstände mit einer Verkaufsfläche von ca. 11.500 m² erfasst.²⁶ Dies entspricht einer Leerstandsquote von ca. 14 % bezogen auf die Anzahl aller gewerblich genutzten Erdgeschosseinheiten. Die Leerstände beziehen sich überwiegend auf das Schwenke-Zentrum und die Obergeschosse der Volme Galerie und der Rathaus Galerie. Einzelne größere Leerstände sind auch entlang der Elberfelder Straße (ehem. Edeka/

²⁵ Eine aktuelle Passantenfrequenzzählung liegt aufgrund der corona-bedingten Einschränkungen nicht vor.

²⁶ Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

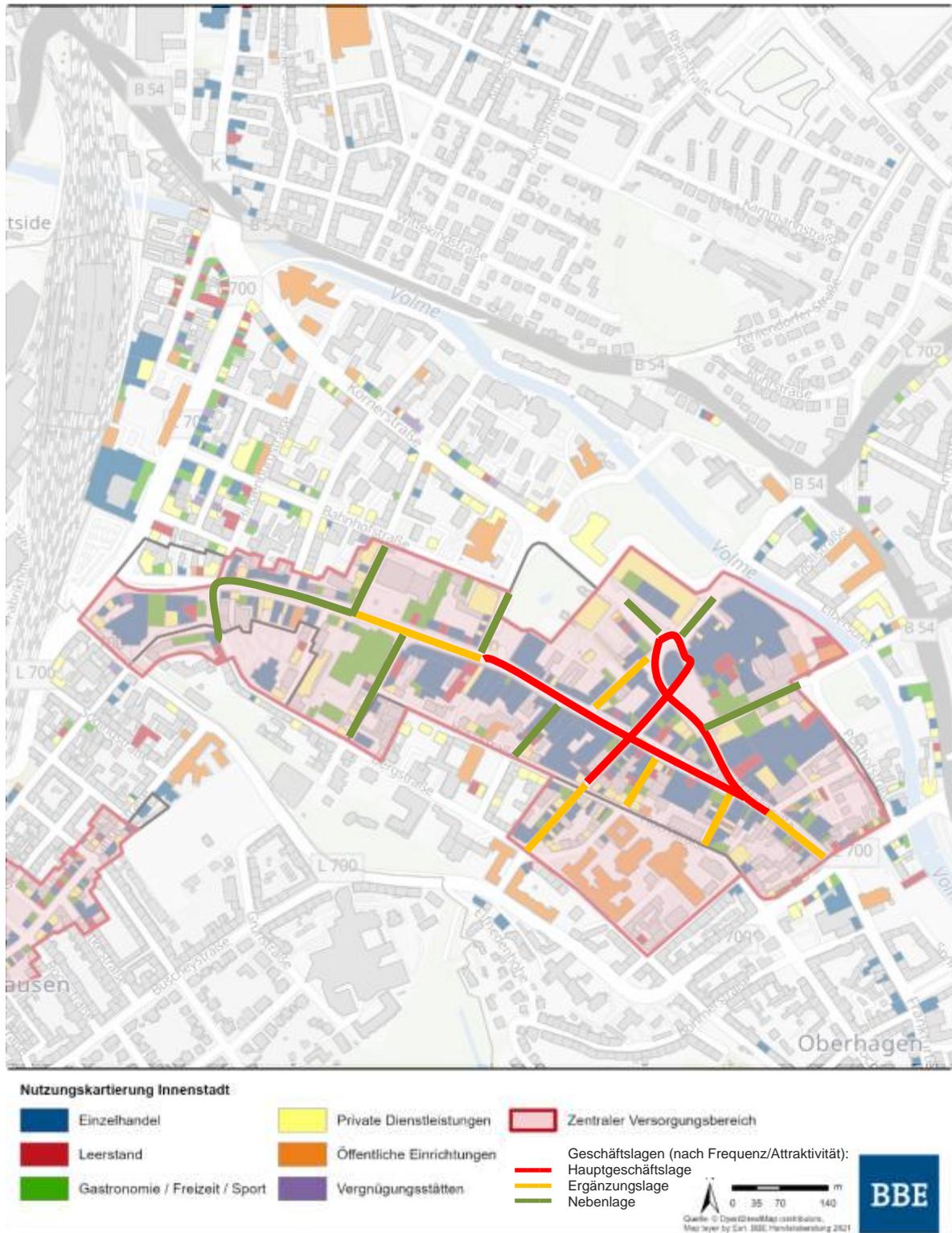
Hema, Intersport, Kik) vorzufinden. Darüber hinaus beziehen sich die Leerstände vorwiegend auf kleinere Einheiten in Randbereichen der Geschäftszone.

Für die Innenstadt zeigt die relativ hohe Leerstandsquote einerseits, dass eine Umstrukturierung der innerstädtischen Einkaufszentren mit einer Diversifizierung der Nutzungen notwendig ist. Andererseits sind vor allem kleinere Ladenlokale in Nebenlagen nur noch sehr eingeschränkt durch den Einzelhandel zu belegen. Für die Zukunft ist eine weitere Umnutzung von Geschäftseinheiten in frequenzschwachen Nebenlagen durch Dienstleistungen oder Wohnen zu erwarten.

- Die verkehrliche Erreichbarkeit des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt über die Ringerschließung Graf-von-Galen-Ring, Bergischer Ring und Märkischer Ring (B 54), die gleichzeitig die Anbindung an die wichtigen Parkplatzanlagen sicherstellt. Die Innenstadt ist im zentralen Bereich als Fußgängerzone bzw. als verkehrsberuhigter Bereich gestaltet, sodass der Geschäftsbereich eine angemessene Aufenthaltsqualität bietet. Eine hohe Verkehrsbelastung ist hingegen in der Körnerstraße gegeben. Das Bahnhofsumfeld mit dem Graf-von-Galen-Ring soll zukünftig vom Durchgangsverkehr entlastet werden.
- Für die Kfz-Besucher der Innenstadt stehen größere zentrumsnahe Stellplatzanlagen (u. a. Parkhäuser Volme Galerie, Volme, Rathaus Galerie, Körnerstraße, Zentral, Mittelstadt sowie Parkplätze Bettermann und Springe) mit zusammen ca. 4.400 Stellplätzen²⁷ zur Verfügung, die durch straßenbegleitende Stellplatzangebote ergänzt werden. Die größeren Parkieranlagen sind im elektronischen Parkleitsystem erfasst.
- Die Rathaus Galerie und die Volme Galerie umfassten zum Erhebungszeitraum Juli 2021 jeweils 13.000 m² Verkaufsfläche, davon waren 20 bzw. 14 Ladenlokale mit insgesamt ca. 2.500 bzw. 2.000 m² ungenutzt. Die Rathaus Galerie ist seit Juli 2021 hochwasserbedingt geschlossen. Das Centermanagement hat im Juni 2022 Insolvenz angemeldet. Zwischenzeitlich hat auch mindestens ein Mieter (Zara) den Rückzug aus der Rathaus Galerie angekündigt. Die Volme Galerie wurde nach der Flutkatastrophe im März 2022 vollständig wiedereröffnet. Ab Oktober 2022 wird u.a. das zentrale Bürgeramt der Stadt Hagen in der Volme Galerie einziehen. Die Ausrichtung der Volme Galerie soll zukünftig stärker Richtung Gastronomie, Freizeit und Dienstleistungen orientiert werden.

²⁷ Vgl. https://www.hagen.de/web/de/hagen_de/01/0109/010904/010904.html, abgerufen 12.07.2022.

Abbildung 44: Geschäftslagen in der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

EINZELHANDELSAUSSTATTUNG

Die Innenstadt weist insgesamt 261 Einzelhandelsbetriebe (ca. 27 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 69.590 m² (ca. 23 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 232,4 Mio. € (ca. 22 %) auf (vgl. Abbildung 45).

Abbildung 45: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	6.390	7	32,3	7
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	2.830	25	17,2	29
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	710	21	20,6	18
Bekleidung, Wäsche	34.930	78	76,4	81
Schuhe, Lederwaren	3.590	44	9,7	48
Sport-, Campingartikel	1.330	24	3,7	25
Bücher, Zeitschriften	1.620	62	10,0	73
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1.090	30	2,2	24
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1.850	32	5,5	39
Möbel	310	2	0,8	2
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	3.300	31	3,6	34
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	470	41	1,1	39
Heimtextilien	800	33	1,4	37
Bettwaren	740	34	1,9	34
Lampen und Leuchten	140	5	0,3	5
Elektrohaushaltsgeräte	1.050	34	7,3	40
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	4.730	40	21,3	42
Optik, Uhren, Schmuck	2.170	65	12,3	64
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	120	0	0,3	1
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	330	2	1,5	6
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	250	6	0,6	8
Fahrräder, Fahrradzubehör	270	7	1,2	9
Autozubehör	20	1	0,0	0
Sonstiger Einzelhandel**	550	24	1,2	29
Gesamt	69.590	23	232,4	22

* Glas, Porzellan, Keramik
 ** u. a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
 Quelle: BBE-Berechnungen 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 267 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ gering, dies korrespondiert damit, dass die 16 großflächigen Betriebe (mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) in der Innenstadt über 50 % der innerstädtischen Verkaufsflächenausstattung belegen. Die größten Betriebe sind Galeria Kaufhof, P & C (beide Elberfelder Straße), Modehaus Sinn (Volme Galerie) und Saturn (Rathaus Galerie), die jeweils min. 3.700 m² Verkaufsfläche umfassen und damit wichtige Magnetfunktionen für die benachbarten kleineren und mittleren Fachgeschäfte übernehmen können.

Der Angebotsschwerpunkt der Innenstadt liegt im Bereich Bekleidung/Schuhe, Bücher, Haus- und Heimtextilien, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik sowie Optik und Uhren/Schmuck. Darüber hinaus umfasst das Innenstadtangebot vor allem die Segmente Drogeriewaren, Apotheken/Sanitätswaren, Schreib- und Spielwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren/Geschenkartikel sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Dagegen ist nur ein sehr geringes Angebot bei Möbeln/Lampen, Bau- und Gartenbedarf, Zooartikeln sowie Autozubehör gegeben.

Die Flächenleistung über alle Betriebe von gut 3.300 € Umsatz je m² Verkaufsfläche ist als gering zu bewerten und resultiert aus der geringen Bedeutung des nahversorgungsbezogenen Innentadteinzelhandels sowie aus einer Vielzahl von discountorientierten Angeboten.

FAZIT

Die Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich weist einen attraktiven Angebotsmix auf, für den es vor allem um eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung durch Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für neue Betriebskonzepte gehen wird. Dabei ist weniger die Realisierung zusätzlicher Verkaufsfläche wichtig als vielmehr eine räumliche Konzentration, um weiterhin durch Verbundeffekte zwischen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und dem (innerstädtischen) Wohnen die Versorgungsfunktionen zu sichern und die Aufenthaltsqualität weiterzuentwickeln.

Die Innenstadt weist demgemäß ihre Entwicklungspotenziale vor allem in der Wiederbelegung un- und mindergenutzter Ladenlokale auf. So weisen die innerstädtischen Einkaufszentren größere Revitalisierungsflächen auf. Gleichermaßen ist die Wiederbelegung der größeren Leerstände in der Fußgängerzone eine zentrale Entwicklungsaufgabe.

6.6 Online-Präsenz und digitale Kompetenz der Innenstadt Hagen

In der Zeit der umfassenden Digitalisierung ist es für den stationären Einzelhandel von großer Wichtigkeit, auch im World-Wide-Web sichtbar und auffindbar zu sein. Auch die „Customer Journey“ stationärer Kunden beginnt zumeist im Internet. Viele Kunden informieren sich vor dem geplanten Kauf eines Produktes im Internet über den Artikel und/oder über mögliche Händler. Demgemäß ist es unabdingbar, dass auch stationäre Händler mit Basisinformationen zu Öffnungszeiten, Lage und Sortiment im Internet gefunden werden.

Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichern eine hohe Auffindbarkeit, sodass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Social-Media-Aktivitäten sind ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung, Qualitätssiegel können das Kundenvertrauen steigern. Die Online-Präsenz ist somit von elementarer Bedeutung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebs.

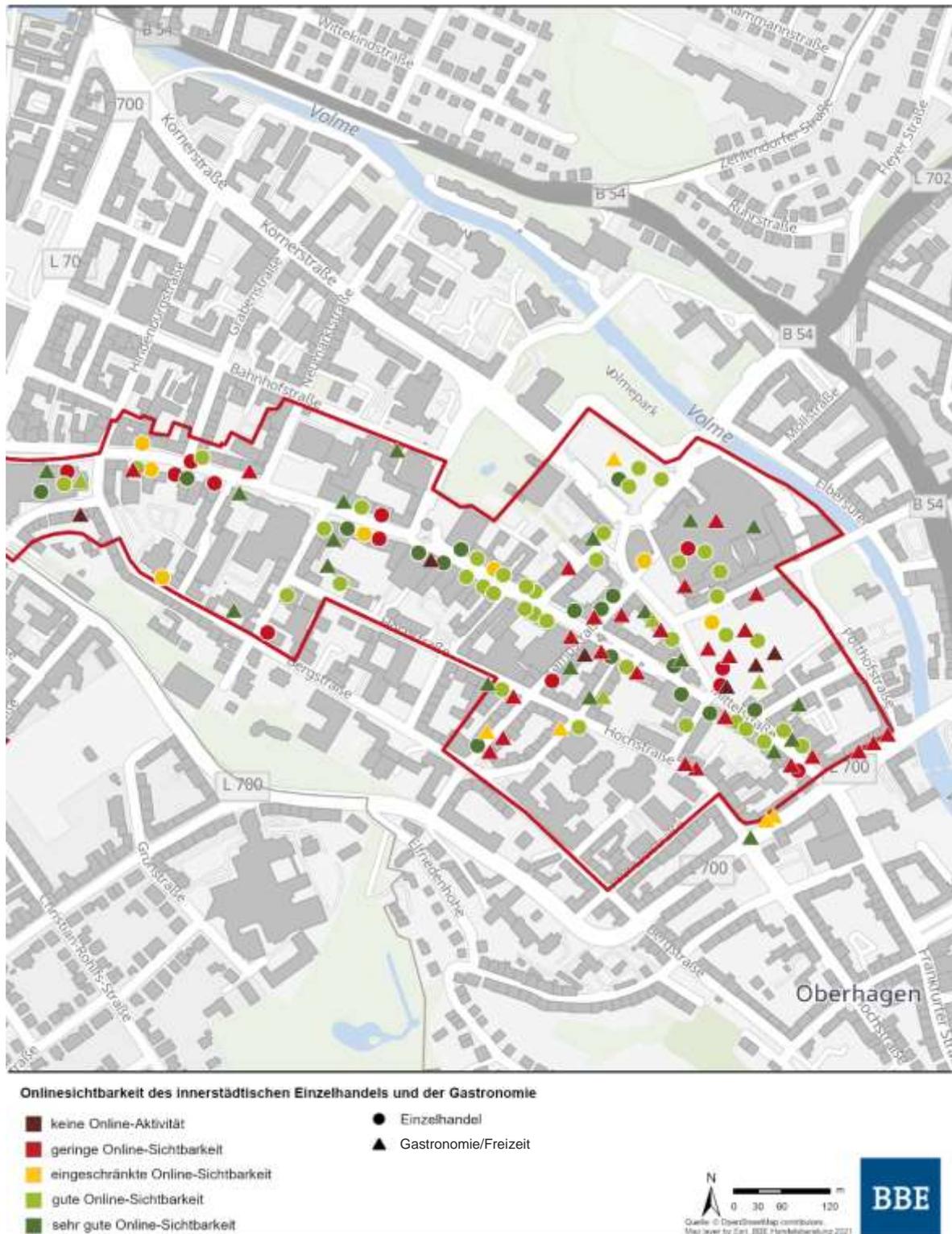
Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalysen auch ermittelt, welche Online-Präsenz die in der Hagerer Innenstadt ansässigen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe zeigen. Dazu wurden für 92 innerstädtische Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 100 m² Verkaufsfläche (38 Fachgeschäfte und 54 Filialisten/Franchisebetriebe) sowie 67 Gastronomie- und Freizeitangebote die folgenden Kriterien der Online-Aktivitäten anhand von Benchmarks bewertet:²⁸

- Google-Sichtbarkeit (Google My Business, Google Maps, Zahl der Google-Berichte, durchschnittliche Google-Bewertung)
- Website-Bewertung (individuell/persönlich, funktional ausreichend, professionelles Design/Layout)
- Online-Shop (soweit vorhanden)
- Qualitätssiegel (Trusted Shops, EHI, TÜV, BEVH, sonstige)
- Social Media-Aktivitäten (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest, SnapChat, Google+)

Die Ergebnisse der von den Gutachtern durchgeführten Recherche illustriert die folgende Abbildung 46.

²⁸ Als Benchmark wird für jedes Kriterium die beste Ausprägung eines Hagerer Betriebes zugrunde gelegt. Für die Kriterien werden nach Bedeutung unterschiedliche Gewichtungsfaktoren angesetzt.

Abbildung 46: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Dabei weisen Betriebe mit einer „geringen Onlinesichtbarkeit“ keine oder schlechte Sichtbarkeit bei Google auf. Es bestehen keine eigenen bzw. funktional rudimentäre Webseiten, auch die Social-Media-Kanäle werden von den Betrieben nur teilweise bedient (wenn, dann nur Facebook). Rund 25 % der untersuchten Betriebe in der Hagerer Innenstadt weisen eine geringe Onlinesichtbarkeit auf (vor allem Gastronomiebetriebe und kleinere Fachgeschäfte).

Die Betriebe mit einer „eingeschränkten Online-Sichtbarkeit“ (ca. 9 % der untersuchten Betriebe) weisen zumeist eine gute Google-Präsenz und Social-Media-Aktivitäten (Facebook, Instagram) auf, dagegen sind eigene Webseiten und Onlineshops nicht vorhanden.

Dies ist der Unterschied zu den Betrieben mit „guter Onlinesichtbarkeit“ (ca. 33 % der untersuchten Betriebe), die die Kanäle Google, Webseite und Social Media (auch verschiedene Plattformen) sehr gut bedienen, überwiegend einen Onlineshop betreiben und auch Qualitätssiegel als Instrument zur Gewinnung des Kundenvertrauens nutzen.

Eine sehr gute Onlinesichtbarkeit weisen rd. 28 % der untersuchten Betriebe auf. Hierbei sind die großen Filialisten und die Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen überproportional vertreten.

Auch die räumliche Verteilung zeigt, dass die Betriebe in der Haupteinkaufslage der Elberfelder Straße und der Einkaufsgalerien überwiegend starke Online-Aktivitäten unternehmen, einzig kleinere Imbiss- und Gastronomiebetriebe weisen hier nur eine geringe Online-Sichtbarkeit auf. Dagegen sind die Betriebe in den Neben- und Randlagen (u.a. westliche Elberfelder Straße, Bergischer Ring) deutlich weniger aktiv.

Positiv ist hervorzuheben, dass sich der weit überwiegende Teil der erhobenen Einzelhandelsbetriebe auch im Internet über gängige Suchmaschinen wiederfinden lässt. So nutzen vier Fünftel der untersuchten Betriebe Google Business und sind auf Social Media (Facebook, Instagram, YouTube) aktiv.

Eine eigene Website haben 92 % der untersuchten Einzelhändler, während zwei Drittel dieser Betriebe einen Onlineshop anbieten und damit Online- und Offlinehandel miteinander verzahnen. Lediglich 42 % der Einzelhändler bieten Click & Collect oder die zunehmend von Kunden erwartete Warenverfügbarkeitsanzeige an. Insgesamt profilieren nur 38 % der Einzelhändler ihre Onlineaktivitäten über ein Qualitätssiegel (u. a. Trusted Shops, EHI).

Eine zunehmende Bedeutung ist den Social-Media-Aktivitäten beizumessen. Die Kanäle Facebook (ca. 79 % der untersuchten Betriebe) und Instagram (62 %) stehen deutlich im Vordergrund, vor YouTube (27 %), Pinterest (16 %) und Twitter (8 %). Dabei liegen die Social-Media-Aktivitäten der Fachgeschäfte nicht mal auf der Hälfte des Niveaus der Filialisten, die nahezu alle mehr als einen Kanal bedienen, während ein Drittel der Fachgeschäfte gar keine Social-Media-Aktivitäten betreibt.

Abbildung 47: Online-Aktivitäten der innerstädtischen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe



Quelle: BBE-Bewertung 2022 anhand eines Kriterienkatalogs mit unterschiedlichen Gewichtungsfaktoren anhand von Benchmarks (n = 92 Einzelhandels- und 67 Gastronomie-/Freizeitbetriebe der Innenstadt, Einzelhandel > 100 m² Verkaufsfläche)

FAZIT

Der Trend zum E-Commerce stellt eine Herausforderung für den gesamten stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen. An dieser Stelle ist auch Unterstützung durch Kooperationspartner wie Verbände, IHK und Wirtschaftsförderung notwendig, um die digitale Kompetenz sowohl für die Nutzung des Internets als auch für die Veränderungen in den stationären Geschäften zu stärken.²⁹

²⁹ Hier ist u. a. auf die Förderinitiative Mittelstand-Digital des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie hinzuweisen. Mit verschiedenen „Kompetenzzentren Handel“ werden kleine und mittlere Unternehmen aus Einzelhandel und Großhandel bei der Digitalisierung unterstützt. (vgl. www.mittelstand-digital.de oder www.kompetenzzentrumhandel.de)

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels; jede Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg - aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen - selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.
- Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontaktmöglichkeiten), die ohne großen Aufwand von jedem Marktteilnehmer online platziert werden können, möchten Kunden sich auch über das vorgehaltene Sortiment und bestenfalls über die Warenverfügbarkeit informieren. Letzteres setzt ein Warenwirtschaftssystem voraus und dient als Bindeglied zwischen dem online und dem stationären Geschäft.
- Dabei sind auf mobile Endgeräte optimierte Lösungen von immenser Bedeutung. Denn bereits heute findet der Großteil der Online-Aktivität über Smartphones und Tablets statt.
- Das Einkaufserlebnis, individuelle Kundenbetreuung und Serviceleistungen werden (wieder) wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann primär nicht über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss es daher auf anderem Wege schaffen, dem Kunden einen Mehrwert zu bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping-/Kultur-)Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität noch stärker an den Einkaufsort binden zu können.

Positiv ist in diesem Zusammenhang zu bewerten, dass die Stadt Hagen ein freies WLAN-Netzwerk an ausgewählten Standorten (u.a. Friedrich-Ebert-Platz, Museumsplatz, Berliner Platz) betreibt und damit einen Schritt in Richtung „Digitalisierung“ gegangen ist. Die „HagenApp“ ist eine Informationsplattform, auf der verschiedene Funktionen gekoppelt werden (u.a. Veranstaltungskalender, Mängelmelder, Online-Dienste der Stadtverwaltung, Fahrpläne). Die Online-Plattform „HagenLiefert“ bietet eine Übersicht ortsansässiger Gewerbetreibenden und verschiedene Kontaktmöglichkeiten (inkl. Lieferservice). Das Tourismusmarketing wird über die Website „#Hagenentde-

cken“ gebündelt. Auch Aktivitäten wie Smart Parking (Parkgebühren mittels digitalen Bezahlssystemen), Parkplatz-Online-Reservierung (Volme Galerie), Verleih von E-Rollern³⁰ zur Verbesserung der Mikromobilität sind wichtige Ansätze zur Sicherung der Innenstadt als zukunftsfähiger Handelsstandort.

6.7 Offline-Strategien im Einzelhandel: Positionierungs- und Profilierungsinstrumente für die Innenstadt, Zielkriterien

STRATEGIE-MIX OFFLINE-ONLINE

Im Kap.6.6 wurde ausführlich dargestellt, wie die digitale Kompetenz der Hagener Innenstadt aktuell zu bewerten ist. Aufgrund der deutlich größeren Bedeutung des Onlinehandels sind zukünftig standortbezogene „Offline-Strategien“ in enger Verbindung mit den digitalen Gestaltungsmöglichkeiten des Einzelhandels zu sehen und entsprechend weiterzuentwickeln.

Auf Basis der städtebaulich-funktionalen Analyse der Innenstadt (siehe Kap. 6.5) und unter Berücksichtigung der digitalen Kompetenz werden für die Weiterentwicklung der Innenstadt die nachfolgend dargestellten Empfehlungen abgeleitet. Hierzu erfolgte auch eine Abstimmung mit dem über das „Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen“ geförderte Projekt zur Einrichtung eines Zentrenmanagements in der Hagener Innenstadt.

ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN

Für die Weiterentwicklung der Innenstadt werden folgende Entwicklungsleitlinien empfohlen:

■ **Innenstadt/City Hagen als „Hauptzentrum“**

Nach den Leitlinien des Einzelhandelskonzeptes (vgl. Kap. 8.2), soll der innenstadtprägende Einzelhandel möglichst im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentriert werden. Dies gilt vor allem für die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dabei wurde der zentrale Versorgungsbereich möglichst nah am Einzelhandelsbestand abgegrenzt, da perspektivisch eine Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf einen Hauptgeschäftsbereich zu erwarten ist.

³⁰ Bisläng nur als Pilotprojekt in Hagen-Haspe

Für die angrenzenden Quartiere (u.a. Bahnhofsviertel, Körnerstraße, Elbersufer/Elbershallen) stehen dienstleistungs- und freizeitbezogene Entwicklungsperspektiven im Vordergrund, eine Einzelhandelsprägung ist aktuell nicht gegeben und ist auch zukünftig nicht sinnvoll, um eine Konzentration der Einzelhandelsfunktionen nicht zu unterlaufen.

■ **Einzelhandelsschwerpunkt im östlichen Teilbereich**

Etwa abgegrenzt durch Theater/Theaterplatz im Westen und Dahlenkampstraße sollte der östliche Teil des zentralen Versorgungsbereiches (entlang der Elberfelder Straße und der Mittelstraße) als „Kernzone“ mit Priorität für besonders große und regional wahrgenommene Leitbetriebe definiert werden und damit der strategischen Positionierung von Hagen als oberzentraler Shopping-Destination dienen; in diesem Bereich liegen als wesentliche Angebotsschwerpunkte die Volme Galerie (u.a. Modehaus Sinn), die Rathaus Galerie (u.a. Saturn), P&C, Galeria und C&A.

■ **Volme- und Rathaus Galerie als Einheit denken und entwickeln**

Insgesamt werden in Zukunft weniger Einzelhandelsflächen nachgefragt, vor allem bei den bisher die Zentren prägenden Sortimenten „Fashion“ (Bekleidung, Schuhe, Sport) und Elektronik. In enger Abstimmung mit den Eigentümern sollte für den Bereich der beiden Shoppingcenter ein insgesamt zukunftsfähiger Nutzungsmix entwickelt und zusammen mit der „guten Stube“ Friedrich-Ebert-Platz als regionales „Aushängeschild“ positioniert werden; dabei sollte keine Konzentration des Handels auf nur ein Center stattfinden, sondern eine optimale Ausrichtung auf die jeweils dafür geeigneten Etagen/Teilzonen. Vom Handel nicht mehr nachgefragte Flächen vor allem in den Obergeschossen können nur teilweise für Gastronomie und publikumsorientierte Dienstleistungen genutzt werden, sodass auch über Büro- (z.B. „Co-Working“) und ggf. Freizeit-/Kulturnutzungen nachgedacht werden sollte.

■ **Bahnhofsquartier als Mobilitäts- und Serviceschwerpunkt**

Der Bereich zwischen Hauptbahnhof, Körnerstraße, Hindenburgstraße und Hugo-Preuß-Straße bietet neben Mobilität (Hauptbahnhof/Busse/Parken) auch Hotels, Banken und internationale Gastronomie; Handel findet hier nur deutlich untergeordnet statt und wird auch zukünftig kein Schwerpunkt sein; die Überwindung der Zäsur Graf-von-Galen-Ring ist für die Funktionalität des Quartiers und für die Anbindung an die Einkaufsinnenstadt (zentraler Versorgungsbereich) wichtig, ebenso die Aufwertung des Berliner Platzes (und des Bahnhofs) als „Visitenkarte“ der (Innen)-Stadt; das geplante Westside-Quartier sollte zusätzliche Nachfrage im Bahnhofsquartier generieren, mit diesem aber keinesfalls in Konkurrenz treten.

■ **Westliche Fußgängerzone/Elberfelder Straße aufwerten**

Zwischen Theaterplatz und Spingasse bilden Nonfood-Discounter (u.a. Woolworth, Takko, NKD, Kik, Euroshop) und Spezialisten (u.a. Music Store, Wolff 1782) einen zufällig wirkenden, wenig profilierten Branchenmix, der nicht zur großzügig angelegten Fußgängerzone mit Allee passt. Dieser Abschnitt und mit Einschränkung auch die westlich anschließende Elberfelder Straße (bis Schwenke-Zentrum) hat das Potenzial für einen „Boulevard“, auch mit großzügiger Außengastronomie; hier sollten Bemühungen zur gestalterischen Aufwertung und zum „Ladenmanagement“ konzentriert ansetzen.

■ **Schwenke-Zentrum als Nahversorgungsschwerpunkt**

Das aus fachlicher Sicht „notleidende“ Zentrum sollte neu konzipiert und umgebaut werden, damit es einerseits zur Frequentierung der westlichen City beiträgt, andererseits die Nahversorgung in der Innenstadt und in Wehringhausen ergänzt. Ankermieter könnte weiterhin Lidl sein, alternativ oder zusätzlich wäre ein Supermarkt möglich. Damit würde das Schwenke-Zentrum komplementär zum Graf-von-Galen-Carrée (mit Penny, Rossmann) funktionieren.

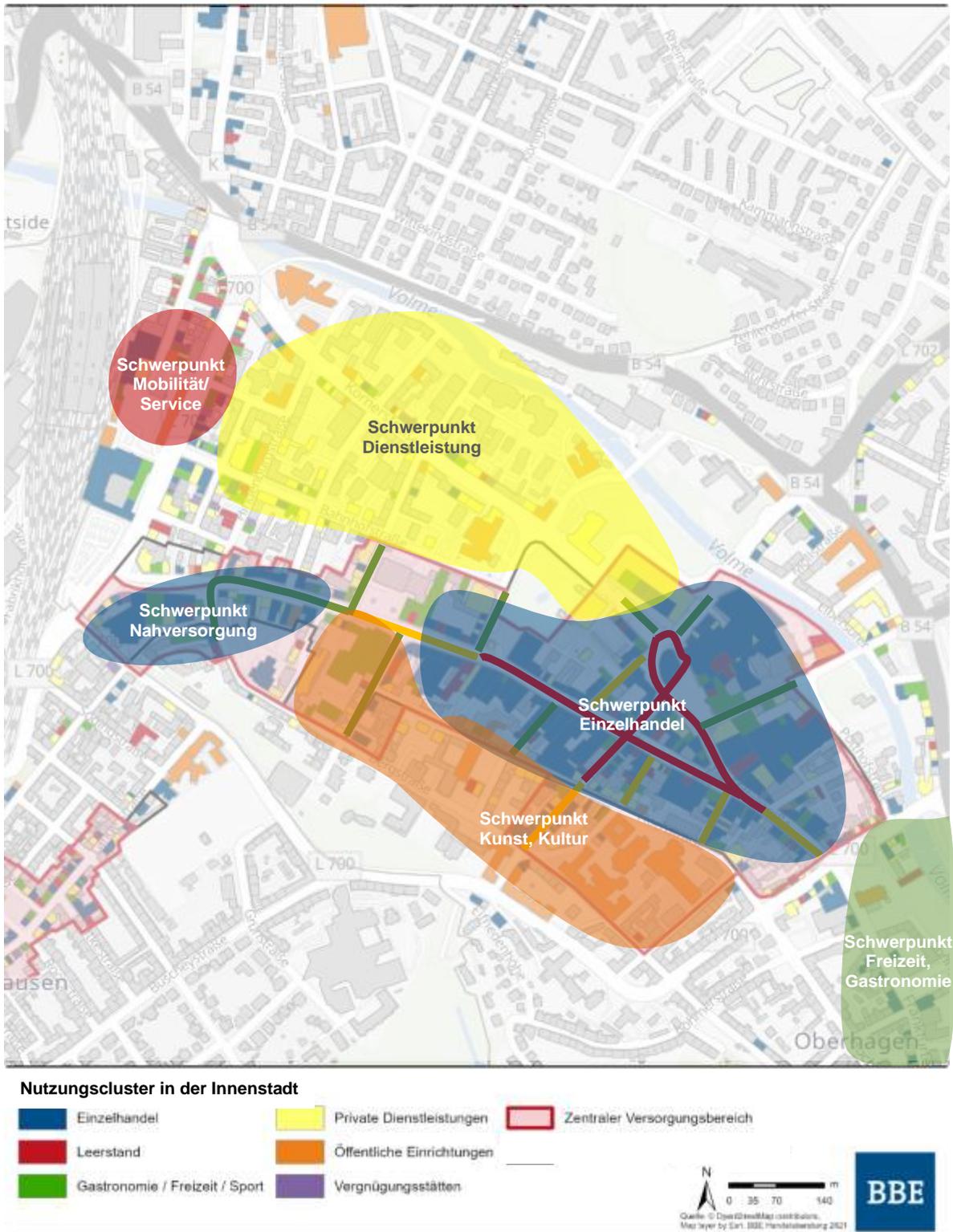
■ **„Westside“-Entwicklung ohne Einzelhandel**

Die Konzeption eines hochwertigen Dienstleistungsquartiers mit direkter Bahnhofoanbindung stellt einen wesentlichen Entwicklungsimpuls für die Stadt Hagen dar. Abgesehen von wenigen sehr kleinteiligen frequenzorientierten Nutzungen am rückwärtigen Bahnhofoausgang (z.B. Bäcker/Kiosk) wären hier jedoch Einzelhandelsnutzungen kontraproduktiv. Gastronomische Nachfrage durch Beschäftigte sollte besser auf das Bahnhofoquartier gelenkt werden, ggf. durch Angebotsergänzungen dort.

■ **Dienstleistungsschwerpunkt am Volkspark**

Entlang eines Teilabschnitts der Körnerstraße, etwa zwischen Friedrich-Ebert-Platz und Neumarktstraße, befinden sich zahlreiche Banken, Versicherungs- und sonstige Dienstleistungsunternehmen, darunter Techniker, Barmer, Debeka, ADAC, SIHK. Diese tragen über ihre Kund*innen und Mitarbeiter*innen zur Frequentierung bei. Diese Zielgruppen sollten als wichtige „Stammkundschaft“ der City verstanden und über ihre spezifischen Bedürfnisse (wie z.B. Mittagessen) angesprochen werden. Die Nähe zum Hauptbahnhof trägt dazu bei, dass Einpendler*innen verstärkt den ÖPNV nutzen können. Weiterhin sollte es zusätzliche Anreize geben, auf dem Weg zur Arbeit das Fahrrad zu nutzen.

Abbildung 48: Nutzungscluster in der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

■ **Museumsquartier als Profilierungsmerkmal**

Emil-Schumacher-Museum, Osthaus-Museum und Stadtmuseum bilden einen überregional beachteten Kompetenzschwerpunkt jenseits des Einzelhandels, aber in räumlicher Nähe dazu und funktional gut angebunden. Das Museumsquartier ist Teil der City (zentraler Versorgungsbereich) und kann als Alleinstellungsmerkmal gegenüber Nachbarstädten vor allem kulturrainen Zielgruppen vermittelt werden; dazu sollten in der verbindenden Marienstraße und im östlichen Teil der Mittelstraße Ansätze zu entsprechend positionierten Einzelhandels- und Gastronomienutzungen ausgebaut werden, wie es sie u.a. mit der Buchhandlung am Rathaus, Compustore und der Why Not Wine Bar bereits gibt.

■ **Freizeitquartier an der Volme**

Zwischen Marktplatz an der Springe und Elbershallen befinden sich bereits zahlreiche auch großräumige Freizeit- und Kulturangebote, darunter CineStar, Max-Reger-Musikschule, ADTV-Tanzzentrum, Sprungwerk, Capitol, Theater an der Volme. Hinzu kommen Gastronomieangebote, z.B. Neue Färberei, Artischocke, Kipos, Essence und Elbers 800 Grad. Dieser Kompetenzschwerpunkt sollte regional zur Profilierung genutzt werden. Einzelhandel wäre hier jedoch kontraproduktiv.

■ **Gastronomie als „Beimischung“, aber kein dominierendes „Cluster“**

Für ein regional wahrnehmbares Gastronomie- oder „Kneipen“-Viertel fehlt es an Substanz, es gibt keinen Altstadt kern mit konzentriertem Besatz und kein eindeutig vorgeprägtes „Szeneviertel“. Daher sollte die Gastronomie in der gesamten Innenstadt als attraktivitätssteigernde Ergänzungsfunktion gesehen werden, jedoch nicht als lokaler Schwerpunkt. Es gibt mehrere Themen:

- Tagesgastronomie im Citykern, v.a. Systemgastronomie
- Fast-Food/Imbiss (international) im westlichen zentralen Versorgungsbereich und im Bahnhofsviertel
- Konzept-/Eventgastronomie/Street Food (auch großräumig) im Freizeitquartier an der Volme.

■ **Spezialisten hervorheben auf #hagenentdecken**

In der City dominieren „konsumige“ und discountorientierte Standardformate und Filialisten, das hebt sie nicht von anderen Ruhrgebietsstädten ab; die besonders persönlichen, originellen oder traditionsreichen Läden sollten im Marketing auch hervorgehoben werden,

idealerweise durch ihre Inhaber als „Testimonials“ (gutes Beispiel: Kinderladen Casita, Post vom 4. März 2022);

■ Marketing-Kampagne zum „Neustart“ der Hagener City

Sobald auch die Rathaus Galerie wieder eröffnet, sollte die Aufmerksamkeit genutzt und auf die Hagener City insgesamt gelenkt werden; das könnte eine „Steilvorlage“ für das Stadtmarketing werden, idealerweise mit einer Medienkampagne (auch Social-Media) und verkaufsoffenem Sonntag kombiniert.

6.8 Wohnungsnahe Versorgung

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten erfolgen soll. Der Einzelhandelserlass NRW stellt bei der Bestimmung des „wohnortnahen“ Bereichs in der Regel auf die fußläufige Erreichbarkeit des Nahversorgungsstandortes ab. Dabei wird in verdichteten, städtischen Räumen i.d.R. ein 700 – 1.000 m-Radius zugrunde gelegt.³¹

Angesichts der starken Topografie und naturräumlichen Zäsuren im Hagener Stadtgebiet erscheint die Zugrundelegung von Radien nicht geeignet, die Erreichbarkeit der Nahversorgungsstandorte abzubilden. Daher wird im Folgenden eine Fußwegentfernung von max. 1.000 m zugrunde gelegt.³² Im Einzelfall kann bei der Bestimmung des wohnortnahen Bereiches auch die Nutzung des Fahrrades oder des ÖPNV berücksichtigt werden. Dabei ist eine Fahrradfahrzeit von max. 10 Minuten, gleichbedeutend 2 – 2,5 km, und eine entsprechende ÖPNV-Entfernung anzulegen.³³

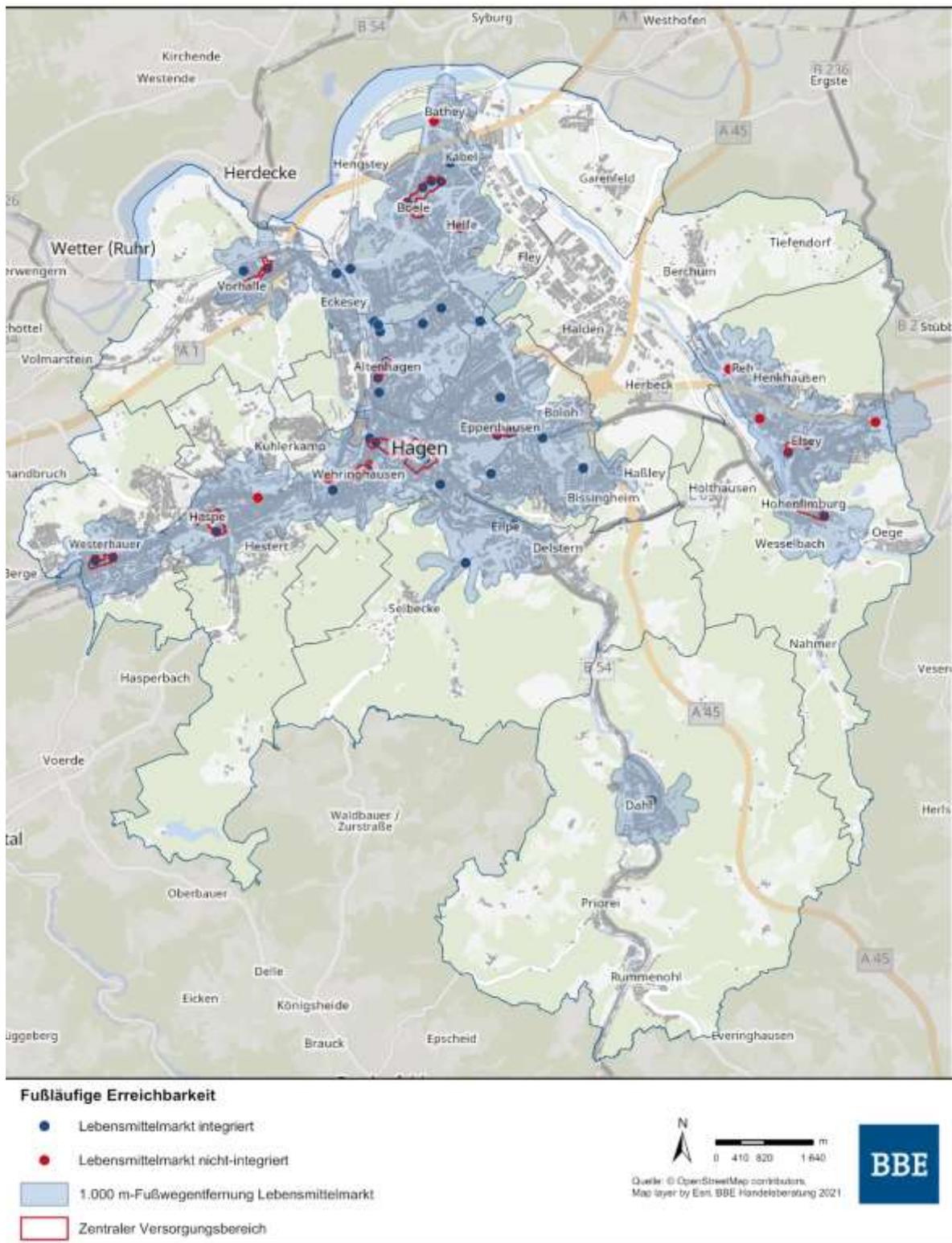
Die räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte lässt erkennen, dass in der Stadt Hagen fast von jedem Wohnstandort innerhalb von einer 1.000 m-Fußwegentfernung ein Lebensmittelmarkt erreicht werden kann (vgl. Abbildung 49). Einzig in den Höhenlagen von Fley, Halden, Herbeck sowie Philipphöhe und Spielbrink sowie im östlichen Lennetal (Garenfeld, Berchum) und in Holthausen und Nahmer ist keine fußläufig erreichbare Nahversorgung durch Lebensmittelmärkte gegeben. Keine „eigene“ Lebensmittelmarktversorgung besteht darüber hinaus im südlichen Stadtgebiet mit dispersen Siedlungsstrukturen und einer geringen Bevölkerungsdichte. Damit sind **ca. 78 % der Hagener Einwohner fußläufig durch einen Lebensmittelmarkt versorgt.**

³¹ Vgl. Einzelhandelserlass NRW 2021, Seite 35

³² Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten. In Geländen ohne Topografie und Zäsuren entspricht die 1.000 m-Fußwegentfernung einem 700 m-Radius.

³³ ebenda

Abbildung 49: Fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte in der Stadt Hagen



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Neben der räumlichen Verteilung ist auch die quantitative Ausstattung der wohnungsnahen Versorgung zu bewerten. Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittelmärkten liegt in der Stadt Hagen aktuell mit rd. 0,42 m² Verkaufsfläche je Einwohner leicht unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,44 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 50).³⁴ Betriebstypenbezogen ist gleichermaßen eine geringe Angebotsausstattung bei Super- und Discountmärkten festzustellen.

Abbildung 50: Lebensmittelmarktangebot der Stadt Hagen nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Stadt Hagen (194.978 EW)		Deutschland (83.237.124 EW)	
	Verkaufsfläche ¹ in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsfläche ¹ in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
Große Supermärkte/SB-Warenhäuser ²	28.890	0,15	8,9	0,11
Supermärkte ³	23.960	0,12	12,0	0,14
Discounter	26.950	0,14	12,9	0,16
Lebensmittelgeschäft	2.710	0,01	2,5	0,03
Summe	82.510	0,42	36,3	0,44

¹ inkl. Verkaufsfläche für Nonfood-Sortimente und Konzessionäre
² > 2.500 m² Verkaufsfläche
³ 400 – 2.500 m² Verkaufsfläche
 Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2022, BBE-Erhebungen 2021 (Rundungsdifferenzen möglich)

Zur quantitativen Beurteilung der Nahversorgungssituation in der Stadt Hagen kann zudem auch die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren) als Indikator herangezogen werden (vgl. Abbildung 51).

Die Stadt Hagen verzeichnet bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Bilanz. So liegt der Gesamtumsatz bei rd. 519,2 Mio. €, während im Stadtgebiet eine sortimentspezifische Kaufkraft von rd. 523,1 Mio. € verfügbar ist.

Bei einer Betrachtung auf Stadtteilebene zeigt sich bei der Nahversorgungsausstattung eine starke Angebotskonzentration in den statistischen Bezirken Mittelstadt, Boele, Hohenlimburg und Vorhalle. So sind gleichermaßen eine überdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung und eine hohe Umsatz-Kaufkraft-Relation gegeben. Dabei übernehmen die Lebensmittelanbieter in der Innenstadt gesamtstädtische und teilweise übergemeindliche Versorgungsfunktionen, während die Anbieter in Oberhagen und Remberg überwiegend der wohnungsnahen Versorgung der dort ansässigen Bevölkerung dienen. In Boele entfaltet vor allem das Fachmarktzentrum

³⁴ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Bathey eine großräumige Ausstrahlungskraft, das Kaufland SB-Warenhaus am Standort Alexanderstraße übernimmt auch Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Siedlungsbereiche von Altenhagen. In Hohenlimburg ist eine wohnungsnaher Versorgungsausstattung im Hohenlimburger Zentrum und in Elsey vorzufinden, darüber hinaus strahlt das Fachmarktzentrum Auf dem Löfvert in die Nachbarchstadt Iserlohn aus. Innerhalb des statistischen Bezirks Vorhalle übernimmt vor allem der am Standort Eckesey-Nord ansässige Rewe Markt ergänzende Versorgungsfunktionen für Boelerheide, während im Siedlungsbereich Vorhalle aktuell keine bedarfsgerechte Versorgungsausstattung gegeben ist.³⁵

Abbildung 51: Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Hagen nach statistischen Bezirken

Statistischer Bezirk	Einwohner	Verkaufsfläche*	Arealität	Kaufkraft	Umsatz*	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	absolut	in m ²	in m ² /Ew.	in Mio. €	in Mio. €	in %
Mittelstadt	22.586	16.650	0,74	56,1	92,2	164
Altenhagen	18.916	8.930	0,47	49,4	46,5	94
Hochschulviertel	12.461	1.610	0,13	45,7	9,5	21
Ernst	10.666	3.380	0,32	30,7	13,8	45
Wehringhausen	15.885	4.790	0,30	38,4	23,4	61
Vorhalle	10.181	6.770	0,66	24,6	28,0	114
Boele	27.268	21.070	0,77	73,7	104,0	141
Lennetal	5.040	120	0,02	14,5	0,9	6
Hohenlimburg	24.058	18.440	0,77	63,9	97,5	153
Eilpe	12.025	6.010	0,50	31,8	33,6	106
Dahl**	4.939	810	0,16	13,1	4,4	34
Haspe-Ost	17.798	8.200	0,46	46,7	38,0	81
Haspe-West	13.155	5.110	0,39	34,5	27,4	79
Stadt Hagen gesamt	194.978	101.890	0,52	523,1	519,2	99

* inkl. Anbieter mit Lebensmittel/Getränke/Drogeriewaren im Randsortiment
 ** Edeka-Markt wurde zwischenzeitlich geschlossen.
 Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich

³⁵ Mit dem B-Plan Nr. 4/20 „Einzelhandel Revelstraße“ werden die planungsrechtlichen Voraussetzungen für einen Lebensmittelsupermarkt mit max. 1.620 m², einen Lebensmitteldiscountmarkt mit max. 1.220 m² und einen Drogeriemarkt mit max. 590 m² Verkaufsfläche geschaffen. (Freigabe der FNP-Änderung durch Bezirksregierung steht noch aus.)

Gleiches gilt auch für die statistischen Bezirke Hochschulviertel, Emst, Wehringhausen, Lennetal und Dahl mit einer sehr geringen einwohnerbezogenen Nahversorgungsausstattung. Für die Bevölkerung im Hochschulviertel und auf Emst übernehmen die Nahversorgungseinrichtungen in Altenhagen, Eppenhausen und der Mittelstadt ergänzende Versorgungsfunktionen. Die Bevölkerung in Wehringhausen ist nach Haspe und in die Innenstadt orientiert. Für Lennetal übernehmen Boele und Hohenlimburg die Grundversorgung. Der südliche statistische Bezirk Dahl ist auf Eilpe ausgerichtet. Dies führt dazu, dass u.a. in Eilpe und Altenhagen per Saldo Kaufkraftzuflüsse bei den nahversorgungsbezogenen Sortimenten zu verzeichnen sind. Eine bedarfsgerechte Versorgung ist in Haspe-West und -Ost gegeben, wobei gleichermaßen Kaufkraftzuflüsse aus Gevelsberg und Wehringhausen sowie Kaufkraftabflüsse in Richtung Gevelsberg und Hagen-Mitte zu verzeichnen sind.

Nach Standortkategorien bezieht sich die Nahversorgung neben dem Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen (vor allem Neben- und Nahversorgungszentren) insbesondere auf ergänzende wohnungsnaher Versorgungsstandorte. Rund 46 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes in der Stadt Hagen wird in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen erzielt (ca. 44.050 m² Verkaufsfläche/237,9 Mio. € Umsatz). Für eine flächendeckende Grundversorgung sind die städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte ebenfalls von hoher Bedeutung, da aktuell ca. 25 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes dort erzielt wird (ca. 26.070 m² Verkaufsfläche/128,8 Mio. € Umsatz). An städtebaulich nicht-integrierten Standorten beläuft sich der nahversorgungsrelevante Umsatzanteil auf ca. 18 % (ca. 19.530 m² Verkaufsfläche/93,3 Mio. € Umsatz). Gut ein Zehntel des nahversorgungsrelevanten Umsatzes wird an sonstigen, überwiegend städtebaulich-integrierten Standorten im Stadtgebiet erzielt. Hierbei handelt es sich um diffuse, kleinteilige Versorgungsstrukturen (u.a. Bäckereien, Kioske in Wohngebietslagen).

Eine hohe Bedeutung kommt den ergänzenden Nahversorgungsstandorten vor allem in den kernstadtnahen Wohnquartieren mit einer hohen Bebauungsdichte zu (u.a. Altenhagen, Wehringhausen), da die gewachsenen Geschäftszentren keine ausreichenden Flächen zur Ansiedlung größerer Nahversorgungseinrichtungen aufweisen. Im Hochschulviertel und auf Emst bestehen keine zentralen Versorgungsbereiche, sodass die Versorgung ausschließlich über wohnungsnaher Versorgungsstandorte gewährleistet werden kann.

Starke Konkurrenzbeziehungen zu nicht-integrierten Standorten von Lebensmittel- und Drogeriemärkten sind in den statistischen Bezirken Hohenlimburg (FMZ Auf dem Lölfert, Gewerbegebiet Elseyer Straße) und Boele (FMZ Bathey) festzustellen. In Haspe-Ost belegt der Standortverbund von Lidl und einem Getränkemarkt an der Preußnerstraße einen nicht-integrierten Standort.

Abbildung 52: Nahversorgungsangebote in Hagen nach ausgewählten Standorten

Statistischer Bezirk/Standort*	Verkaufsfläche**	Umsatz**
	in m ²	in Mio. €
Stat. Bezirk Mittelstadt		
ZVB Innenstadt	9.220	49,5
ZVB Eppenhausen	2.150	11,3
NVS Graf-von-Galen-Carrée	1.020	5,7
NVS Frankfurter Straße	860	4,1
Stat. Bezirk Altenhagen		
ZVB Altenhagen	4.130	19,7
NVS Alexanderstraße***	7.200	40,0
NVS Boeler Straße, Aldi	1.110	7,8
NVS Altenhagen-Nord	590	2,4
NVS Altenhagen-Süd, Norma	640	2,4
Stat. Bezirk Hochschulviertel		
NVS Fleyer Straße, Edeka	780	4,6
NVS Lützwowstraße, Rewe	720	4,3
Stat. Bezirk Emst		
NVS Emsterfeld, Rewe	600	3,5
NVS Wasserloses Tal, Aldi/Trink & Spare	1.350	5,1
NVS Eppenhauser Straße, Istanbul Markt	520	1,8
Stat. Bezirk Wehringhausen		
ZVB Wehringhausen	850	5,3
NVS Minervastraße, Rewe	2.890	10,2
NVS Wehringhauser Straße, Aldi	730	5,5
Stat. Bezirk Vorhalle		
ZVB Vorhalle	1.490	7,6
NVS Wortherbruchstraße, Netto	760	3,4
NVS Eckesey, Rewe	2.570	10,4

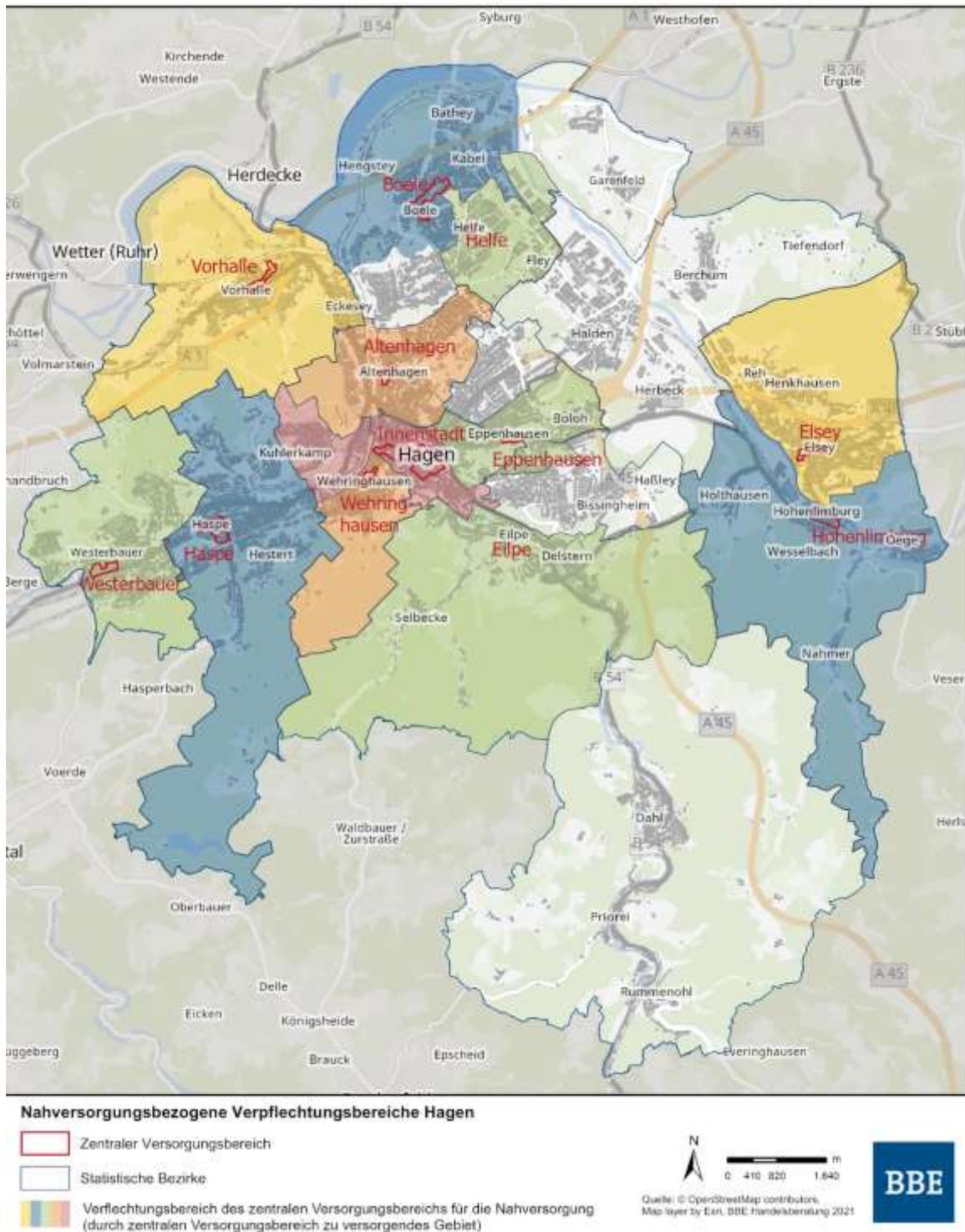
Fortsetzung nächste Seite

Statistischer Bezirk/Standort*	Verkaufsfläche**	Umsatz**
	in m ²	in Mio. €
Stat. Bezirk Boele		
ZVB Boele	4.760	27,3
ZVB Hilfe	900	4,5
NVS Kabel, Penny/Trinkgut	1.590	5,9
NVS Schwerter Straße, Lidl	630	4,3
Nicht-integriert: FMZ Bathey	6.300	26,9
Stat. Bezirk Hohenlimburg		
ZVB Hohenlimburg	2.470	14,7
ZVB Elsey	3.480	21,2
Nicht-integriert: FMZ Auf dem Lölfert	7.850	40,0
Nicht-integriert: Elseyer Straße, Lidl, Netto	1.740	11,5
Nicht-integriert, Am Paulshof, Penny, Trinkgut	1.690	5,2
Stat. Bezirk Eilpe/Dahl		
ZVB Eilpe	5.000	27,6
NVS Selbecker Straße, Netto	760	3,5
NVS Dahl****	750	3,9
Stat. Bezirk Haspe-Ost		
ZVB Haspe	4.970	24,2
Nicht-integriert: Preußerstraße, Lidl, Trinkgut	1.950	9,7
Stat. Bezirk Haspe-West		
ZVB Westerbauer	4.630	25,0
* Zentraler Versorgungsbereich (ZVB)/Nahversorgungsstandort ((NVS)/nicht-integrierter Standort ** Sortimente Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren/Kosmetik (inkl. Anbieter mit Lebensmittel/Getränke/ Drogeriewaren im Randsortiment) *** inkl. Kaufland (stat. Bezirk Boele) **** Edeka-Markt wurde zwischenzeitlich geschlossen. Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich		

Die zentralen Versorgungsbereiche übernehmen auch im Hinblick auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.³⁶ Demgemäß sind den zentralen Versorgungsbereichen zu versorgende Verflechtungsbereiche zuzuordnen (vgl. Abbildung 53).

³⁶ Vgl. Einzelhandelserlass NRW 2021, Seite 19

Abbildung 53: Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche der zentralen Versorgungsbereiche



Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Anmerkung: Die Innenstadt übernimmt gesamtstädtische und z.T. übergemeindliche Versorgungsfunktionen, hier ist nur der nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereich dargestellt. Gleiches gilt für die Nebenzentren Haspe, Boele und Hohenlimburg.

In allen zentralen Neben- und Nahversorgungszentren verdeutlicht die Gegenüberstellung von nahversorgungsrelevantem Umsatz in den zentralen Versorgungsbereichen und entsprechender Kaufkraft in den zu versorgenden (nahversorgungsrelevanten) Verflechtungsbereichen (vgl. Abbildung 54), dass die Geschäftszentren allein keine bedarfsgerechte Grundversorgung sicherstellen können. Die höchste Versorgungsabdeckung ist dabei im perspektivischen Nebenzentrum Boele (für den Siedlungsbereich Boele-Zentrum, Kabel/Bathey) und in den Nahversorgungszentren Eilpe (für Eilpe/Selbecke) und Westerbauer (für Haspe-West) zu verzeichnen.

Abbildung 54: Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten der zentralen Versorgungsbereiche in den zugeordneten Verflechtungsbereichen

Zentraler Versorgungsbereich	Umsatz*	nahversorgungsbezogener Verflechtungsbereich		Umsatz-Kaufkraft-Relation*
		Einwohner	Kaufkraft*	
	in Mio. €	absolut	in Mio. €	in %
HZ Innenstadt	49,5	17.200**	42,6	116
NZ Hohenlimburg	14,7	9.300	24,7	60
NZ Haspe	24,2	17.900	46,8	52
NZ Boele	27,3	12.400	33,5	82
NVZ Eppenhäusen	11,3	18.300	67,1	17
NVZ Altenhagen	19,7	14.800	38,6	51
NVZ Wehringhausen	5,3	11.400	27,5	19
NVZ Vorhalle	7,6	10.200	24,6	31
NVZ Helfe	4,5	6.500	17,6	26
NVZ Elsey	21,2	14.800	39,2	54
NVZ Eilpe	27,6	12.000	31,8	87
NVZ Westerbauer	25,0	13.100	34,5	72
ZVB gesamt	237,9	157.900	428,5	56

* Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren/Kosmetik (inkl. Anbieter mit Lebensmittel/Getränke/Drogeriewaren im Randsortiment)
 ** nur Nahversorgungsfunktion der Innenstadt
 Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich

Große Defizite in der Nahversorgungsfunktion weisen die zentralen Versorgungsbereiche Wehringhausen, Eppenhäusen, Vorhalle und Helfe auf, da per Saldo nur jeweils ca. 17 – 31 % der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft in den jeweilig zugeordneten Verflechtungsbereichen durch die Nahversorgungszentren gebunden werden können. Auch in Altenhagen beläuft sich der nahversorgungsrelevante Umsatz im zentralen Versorgungsbereich nur auf die Hälfte der entsprechenden Kaufkraft in den zugeordneten Siedlungsbereichen Altenhagen-Süd/Eckesey-Süd.

Darüber hinaus bestehen in den Siedlungsbereichen Altenhagen-Nord (ca. 4.100 Einwohner), Fleyerviertel (ca. 6.400 Einwohner), Emst (ca. 8.200 Einwohner), Boelerheide (ca. 6.800 Einwohner), Halden/Herbeck (ca. 3.500 Einwohner), Garenfeld (ca. 1.700 Einwohner), Berchum (ca. 1.600 Einwohner) und Dahl/Rummenohl (ca. 4.900 Einwohner) keine Nahversorgungszentren, sodass sich die wohnungsnah Versorgung weitgehend auf ergänzende Nahversorgungsstandorte bezieht.

Die Nahversorgungsausstattung in den Nebenzentren Hohenlimburg und Haspe ist ebenfalls nur teilweise geeignet, die Grundversorgung der zugeordneten Bevölkerung sicherzustellen. So weisen beide Geschäftszentren keine geeigneten Entwicklungsflächen zur Ergänzung der lebensmittelbezogenen Grundversorgungsangebote auf. Zudem steht das Geschäftszentrum Hohenlimburg in starkem Wettbewerb zu den dezentralen Standorten des Einkaufszentrums Auf dem Lölfert und dem Gewerbegebiet Elseyer Straße. Gleiches gilt für das Nahversorgungszentrum Elsey.

Es ist zu erwarten, dass sich zukünftig mit Lieferangeboten eine bedeutsame Ergänzung der stationären Nahversorgung entwickeln wird. So hat der Anbieter Picnic angekündigt, ein Lieferangebot von Lebensmitteln und einem begrenzten Ergänzungsangebot in Hagen ab der 2. Jahreshälfte 2022 zu platzieren. Dabei werden neue Elektrofahrzeuge mit einer größeren Reichweite getestet, um von Hohenlimburg aus auch die peripher gelegenen, unterversorgten Stadtgebiete beliefern zu können.

FAZIT

In der Stadt Hagen besteht eine differenzierte Versorgungsausstattung im nahversorgungsbezogenen Einzelhandel mit Schwerpunkten in den zentralen Versorgungsbereichen und an ergänzenden Nahversorgungsstandorten. Defizite in der wohnungsnahen Versorgung beziehen sich auf die Siedlungsbereiche Hochschulviertel, Emst, Wehringhausen und auf eine Nachnutzung des zwischenzeitlich geschlossenen Lebensmittelmarktes in Dahl. In Vorhalle soll durch die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben eine standortbezogene Schwerpunktsetzung im zentralen Versorgungsbereich gesetzt werden. Für den Nahversorgungsstandort Emsterfeld bestehen Planungen, durch die Ansiedlung eines Lebensmittel- und ggf. eines Drogeriemarktes die wohnungsnah Versorgung zu verbessern. Im Hochschulviertel und in Emst-West sollen die ansässigen Lebensmittelmärkte Edeka bzw. Aldi erweitert werden.

Darüber hinaus ist auch in den anderen Siedlungsbereichen eine bestandsorientierte Weiterentwicklung zur Erhaltung marktgerechter Versorgungsstrukturen wichtig. Ergänzend wird auch den modernen Lieferangeboten eine wachsende Bedeutung zukommen.

ZUSAMMENFASSEND IST DIE NAHVERSORGUNGS-AUSSTATTUNG WIE FOLGT ZU BEWERTEN:

- **Innenstadt:** Weiterentwicklung des innerstädtischen Nahversorgungsangebotes sinnvoll (ZVB); aufgrund der geeigneten Entwicklungsflächen (u.a. Schwenke-Zentrum, Rathaus Galerie) wird dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Vorrang zur Ansiedlung (auch) von Lebensmittelmärkten eingeräumt, sodass keine weiteren Nahversorgungsstandorte in Innenstadtnähe entwickelt werden müssen.
- **Haspe:** Weiterentwicklung/Neuaufstellung der Nahversorgungs-ausstattung im NZ Haspe notwendig.
- **Wehringhausen:** NVZ weist keine Entwicklungsflächen zum bedarfsgerechten Ausbau auf, ergänzende Nahversorgungsstandorte sollen auch zukünftig gemeinsam mit ZVB die wohnungsnah Grundversorgung sicherstellen.
- **Altenhagen:** NVZ Altenhagen kann aufgrund der Lage und der fehlenden Entwicklungsflächen auch perspektivisch nur teilweise die Versorgung für Altenhagen-Süd/Eckesey-Süd sicherstellen, Nahversorgungsstandorte Alexanderstraße und Altenhagen-Nord für Nahversorgung sind bedarfsgerecht.
- **Boele:** bedarfsgerechter Ausbau innerhalb NZ Boele möglich.
- **Vorhalle:** bedarfsgerechter Ausbau innerhalb NVZ Vorhalle möglich.
- **Eppenhäusen/Hochschulviertel:** gegenseitige Ergänzung von NVZ Eppenhäusen und Nahversorgungsstandorten soll weiterentwickelt werden.
- **Emst:** Ausbau einer bedarfsgerechten Nahversorgung ist sinnvoll.
- **Hohenlimburg:** NZ weist keine Entwicklungsflächen zum bedarfsgerechten Ausbau auf, ergänzende Nahversorgungsstandorte sichern gemeinsam mit ZVB die wohnungsnah Grundversorgung.
- **Elsey:** bedarfsgerechte Ausstattung im NVZ Elsey vorhanden (ggf. aktive Bestandssicherung).
- **Eilpe:** bedarfsgerechte Ausstattung im NVZ Eilpe vorhanden (ggf. aktive Bestandssicherung).
- **Westerbauer:** bedarfsgerechte Ausstattung im NVZ Westerbauer vorhanden (ggf. aktive Bestandssicherung).

6.9 Städtebaulich nicht-integrierte Sonderstandorte

Die städtebaulich nicht-integrierten Sonderstandorte in der Stadt Hagen beziehen sich - neben den im Zusammenhang mit der Grundversorgung benannten Einkaufszentren Bathey und Auf dem Lölfert – vor allem auf Fachmarkttagglomeration mit nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten.

Die Sonderstandorte sollen auch zukünftig als Vorrangstandorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel dienen, um einerseits Verbundeffekte nutzen zu können und andererseits Gewerbeflächen andernorts für das Gewerbe zu reservieren. Die Sonderstandorte sind wie folgt zu bewerten:³⁷

Sonderstandort Berliner Straße (B1 Baumarkt/Podi Polster)

Der Standort Berliner Straße ist im Regionalplan als GIB dargestellt und ist somit als eine Einzelhandelsagglomeration im Sinne von Ziel 6.5-8 LEP NRW zu bewerten, für die keine Erweiterungen oder Sortimentsänderungen im Rahmen einer Bauleitplanung möglich ist. Aktuell besteht kein rechtskräftiger Bebauungsplan, sodass zur Steuerung der zulässigen Nutzungen eine Bauleitplanung mit **Festschreibung des Bestandes notwendig** ist. Da aktuell kein erhöhter Ansiedlungsdruck für den Standort ablesbar ist, wird das Gefährdungspotenzial als mittel eingestuft. Gleichwohl besteht ein Steuerungserfordernis.



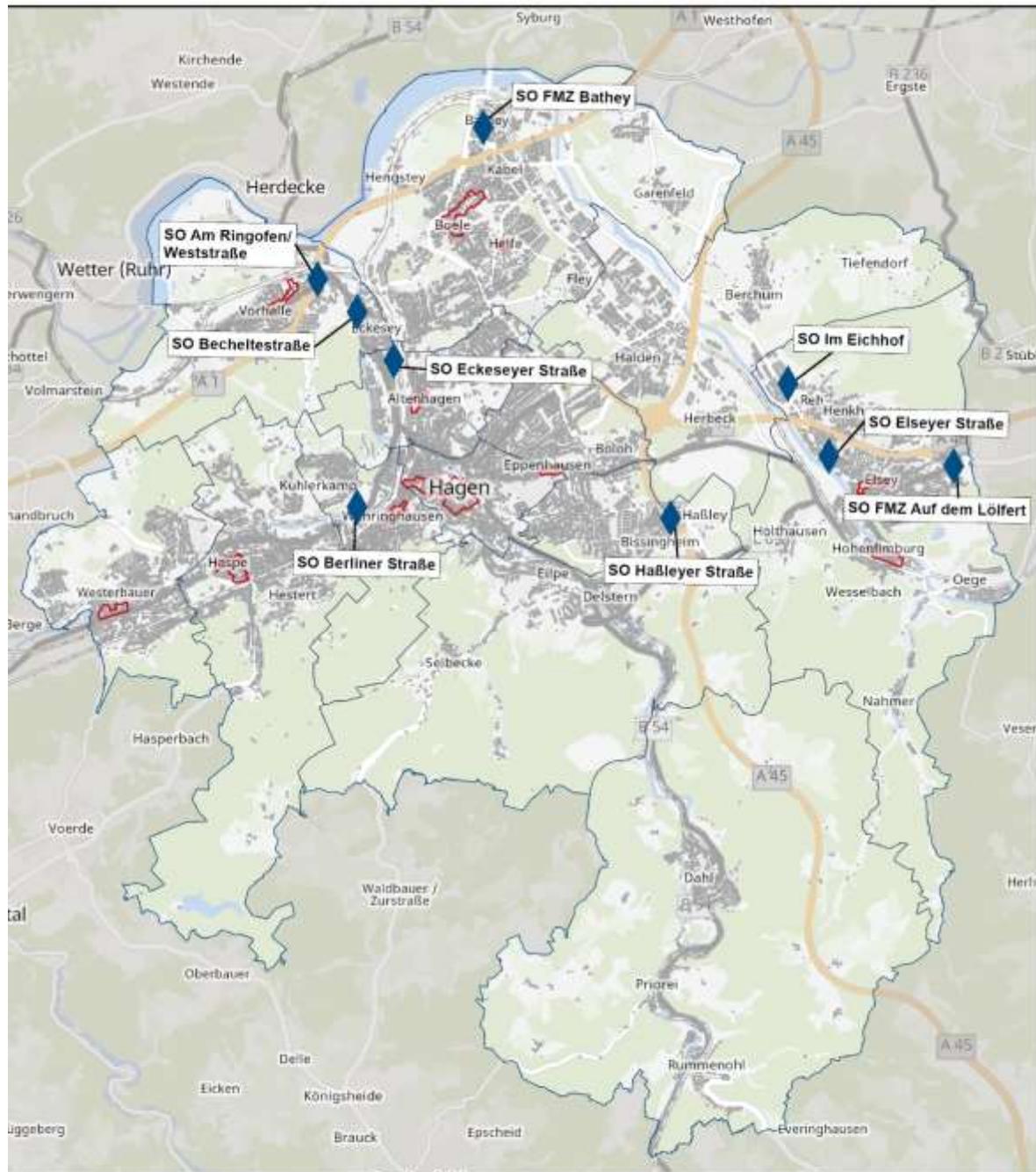
Sonderstandort Eckeseyer Straße (Bauhaus u.a.)

Der Sonderstandort stellt – neben der Haßleyer Insel – den einzigen Sonderstandort dar, der gleichermaßen eine gute Erreichbarkeit im Stadtgebiet und die planungsrechtlichen Rahmenbedingungen (geplante ASB-Darstellung im Regionalplan Ruhr) aufweist, um auch zukünftig großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel aufzunehmen. Die vorhandenen Entwicklungsflächen (u.a. Leerstand des ehem. Baumarktes) sollen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten genutzt werden. **Der Bebauungsplan ist projektbezogen zu ändern.**



³⁷ Die Ampeldarstellung gibt die Dringlichkeit einer Bauleitplanung aufgrund von Gefährdungspotenzialen im Sinne des Einzelhandelskonzeptes an (grün = gering / gelb = mittel / rot = hoch). Eine Detailbetrachtung findet sich auch in Kap. 11/Teil C Steckbriefe zu den Einzelstandorten.

Abbildung 55: Sonderstandorte in der Stadt Hagen



Dezentrale Sonderstandorte

- Zentraler Versorgungsbereich
- Statistische Bezirke
- ◆ Sonderstandort

N
 0 410 820 1640 m
 Quelle: © OpenStreetMap contributors,
 Map layer by Esri, BBE Handelserhebung 2021

Quelle: BBE-Erhebungen 2021

Sonderstandort Weststraße/Am Ringofen (Poco, Decathlon, Smyths)

Mit Poco, Handelshof, Decathlon und Smyths besteht eine Fachmarkttagglomeration mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Das Umfeld ist gewerblich geprägt, der Regionalplan stellt einen GIB dar. Es besteht nur für den Bereich südlich der B 226 ein Bebauungsplan, sodass insbesondere für den nördlich gelegenen Fachmarktstandort ein **Erfordernis zur Überplanung** gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW besteht. Dabei ist der Bestand festzuschreiben.

Das Gefährdungspotenzial im Sinne einer mit dem Einzelhandelskonzept nicht vereinbaren Einzelhandelsentwicklung ist am Standort hoch.

**Sonderstandort Becheltestraße (Fressnapf, JYSK, Getränke u.a.)**

Der Sonderstandort ist als Einzelhandelsagglomeration für nicht-großflächige Betriebe mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu bewerten (u.a. Fressnapf, JYSK, Getränke Hoffmann, DEG Baustoffe, Fitness Center, HAG Bodenbeläge).

Der Standort wird auch im zukünftigen Regionalplan in einem GIB liegen. Der rechtskräftige Bebauungsplan setzt innerhalb eines Sondergebietes konkrete Nutzungen fest, sodass die Stadt damit bereits der Verfestigung der Einzelhandelsagglomeration gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW entgegengewirkt hat.

**Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey, Kabeler Straße**

Das Fachmarktzentrum Bathey umfasst neben einem Verbrauchermarkt (ehem. Real/jetzt Edeka/ Marktkauf) verschiedene Konzessionäre (u.a. Bäckerei, Kiosk, dm, Apotheke, Blumen, Optiker, Sonderpreis Baumarkt). Nördlich angrenzend hat sich an der Kabeler Straße eine Fachmarktzeile entwickelt (u.a. Schuh Geller, Action, Matratzen Concord, Credo Bauelemente).

Für das Einkaufszentrum und die nördlich der Kabeler Straße gelegene Fachmarktzeile setzt der Bebauungsplan ein Gewerbegebiet nach BauNVO 1990 fest, für das nördlich angrenzende Areal besteht kein Bebauungsplan. Im Regionalplan ist das gesamte Areal einem GIB zugeordnet.

Für den gesamten Bereich des Fachmarktzentrums Bathey einschließlich Einkaufszentrum und Einzelhandelsbesatz nördlich der Kabeler Straße besteht eine **hohe Dringlichkeit der Überplanung**, um auch im Falle einer Nachnutzung des Verbrauchermarktes planungsrechtliche Sicherheit zu schaffen und weiteren Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auszuschließen. Für das Einkaufszentrum (Verbrauchermarkt und Konzessionäre in einem Gebäude) ist eine Überplanung nach Ziel 6.5-7 LEP

NRW bzw. ggf. nach Ziel 6.5-8 LEP NRW notwendig. Dabei sind die Sortimente und Verkaufsflächen i.d.R. auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt (nur bei Ziel 6.5-7). Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist grundsätzlich möglich (nur bei Ziel 6.5-7).

Da es sich bei der Geschäftszeile nördlich der Kabeler Straße um eine Einzelhandelsagglomeration in einem GIB handelt ist der Bestand hinsichtlich Verkaufsflächen und Sortimenten festzuschreiben. Aufgrund der GIB-Darstellung sind nach Ziel 6.5-8 LEP NRW auch keine Änderungen von zentren- in nicht-zentrenrelevante Sortimente möglich.

Im nördlich angrenzenden unbeplanten Innenbereich sind nach § 34 BauGB grundsätzlich nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe genehmigungsfähig. Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind an diesem Standort nicht mit dem vorliegenden Zentrenkonzept vereinbar. Bei der Überplanung ist aufgrund der GIB-Darstellung auch der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten notwendig, da im Zusammenhang mit der Fachmarktzeile Kabeler Straße der Bildung einer Einzelhandelsagglomeration entgegenzuwirken ist.



Sonderstandort Auf dem Lölfert (Kaufland u.a.)

Das Fachmarktzentrum weist neben dem Kaufland SB-Warenhaus mit Deichmann, Tedi, Woolworth weitere Fachmarktnutzungen auf. Die verkehrsgünstige Lage an der Stadtgrenze zu Iserlohn mit geringem Siedlungsbezug charakterisiert den Geschäftsstandort als dezentrale Lage. Im Regionalplan ist der Standort dem ASB zugeordnet, es besteht ein Bebauungsplan, der ein Sondergebiet mit Festsetzung Einkaufszentrum und Verbrauchermarkt auf Basis der BauNVO 1968 trifft.

Für den Sonderstandort ist **perspektivisch eine Überplanung** aufgrund des alten Baurechtes anzustreben, wobei die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf den Bestand festgeschrieben werden sollen und ein Ersatz durch Nutzungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten eröffnet werden kann.

Aufgrund der gefestigten Nutzungsstruktur besteht aktuell kein erhöhter Ansiedlungs-/Umnutzungsdruck für den Standort, sodass das Gefährdungspotenzial als mittel einzustufen ist. Gleichwohl besteht aufgrund des alten Planungsrechtes ein Steuerungserfordernis.



Sonderstandort Elseyer Straße (Euronics Berlet, Lidl, Schuh Hammerschmidt u.a.)

Im Bereich Elseyer Straße sind verschiedene Fachmärkte mit überwiegend zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ansässig. Der Standortbereich ist als städtebaulich

nicht-integrierte Standortlage ohne unmittelbaren Bezug zu den Wohnsiedlungsbereichen zu bewerten.

Planungsrechtlich befindet sich der Sonderstandort in einem als Gewerbe- bzw. Mischgebiet festgesetzten Bebauungsplan, der auf der BauNVO 1962 basiert. Im Regionalplan ist ein ASB dargestellt. Aufgrund des alten Baurechtes ist eine **Überplanung** zur Steuerung der zulässigen Einzelhandelsnutzungen **dringend notwendig**. Dabei sollten die Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf den genehmigten Bestand festgeschrieben werden und ggf. eine Änderung in nicht-zentrenrelevante Sortimente eröffnen.

Für das nördlich an den Sonderstandort angrenzende als Gewerbe- und Industriegebiet festgesetzte Areal besteht ebenfalls dringender Überplanungsbedarf, da die rechtswirksamen Bebauungspläne ebenfalls auf der BauNVO 1962 basieren und damit keine Steuerung des Einzelhandels zulassen. Nach dem Regionalplan nimmt das Areal im nördlichen Abschnitt eine Lage im GIB ein. Auch im Sinne des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes ist dem Gewerbe- und Industriegebiet keine Eignung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zuzuschreiben, da der Einzelhandel auf den ausgewiesenen Sonderstandort konzentriert wird, um Verbundeffekte zwischen den Einzelhandelsangeboten zu nutzen und die anderen Gewerbeflächen einer gewerblichen Nutzung vorzubehalten.



Sonderstandort Verbandstraße (Gartencenter Augsburg, Equiva)

Der Standortverbund von dem Gartencenter Augsburg und dem Reitsportfachmarkt Equiva an der Verbandstraße bildet einen dezentralen Sonderstandort mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Der vorhabenbezogene Bebauungsplan regelt die zulässigen Nutzungen, im Regionalplan Ruhr wird der Standort zukünftig dem ASB zugeordnet sein. Eine Überplanung ist aktuell nicht notwendig.



Sonderstandort Haßleyer Straße

Für den dezentral gelegenen Sonderstandort Haßleyer Straße besteht die Planung, ein großflächiges Möbelhaus und einen ergänzenden Möbelmitnahmemarkt anzusiedeln. Der rechtskräftige Bebauungsplan weist ein entsprechendes Sondergebiet für den Möbeleinzelhandel aus.

Trotz der Marktentwicklungen im Möbeleinzelhandel mit einer deutlichen Reduzierung von Bestandsobjekten und Neueröffnungen wird empfohlen, an der planerischen Aussage festzuhalten, einen Möbelstandort zur Ergänzung des geringen Angebotes in der Stadt Hagen zu realisieren.



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Damit weist die Stadt Hagen 9 Sonderstandorte für den überwiegend großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel auf. Aufgrund der regionalplanerischen Rahmenbedingungen ist zur Sicherung der Entwicklungsfähigkeit des Oberzentrums Hagen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vor allem die Sonderstandort Eckeseyer Straße zu benennen, um hier im Zusammenhang mit den bestehenden Einzelhandelsnutzungen einen Entwicklungsschwerpunkt für (großflächige) Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorzuhalten.

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist, dass die Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und Sortimentsstruktur (Festlegungen 6.5-4 bis -6 des Landesentwicklungsplanes NRW) berücksichtigt werden. Damit ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Hagener Innenstadt, Neben- und Nahversorgungszentren bzw. die wohnungsnaher Versorgung oder die zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen haben könnte.

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Stadt Hagen mittels geeigneter Bauleitpläne die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglichen und gleichzeitig sicherstellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten, zentrenverträglichen Randsortimenten realisiert werden.

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, sodass im Rahmen einer Einzelfallprüfung die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu prüfen sind. Hierbei sollen diese Betriebe so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4). Bei Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel 6.5-5). Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6.5-6).

Gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2015 wird den Standorten Pettenkoferstraße, ehemals Opel Sauerland/Alexanderstraße, Feldmühlenstraße (aufgrund Lage im GIB gemäß Regionalplan Ruhr), Kölner Straße 65 - 71 (aufgrund erfolgter gewerblicher Umnutzung) und Im Mühlenwert (aufgrund Hochwassergefährdung) keine Eignung als Sonderstandorte für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel zugewiesen.

7 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Das Oberzentrum Hagen weist eine Einzelhandelsausstattung auf, die von der hohen Bedeutung der Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich und einer differenzierten stadtteilbezogenen Versorgungsstruktur geprägt ist. Darüber hinaus können auch die ergänzenden Fachmarktangebote in den Gewerbegebieten zum Teil regionale Ausstrahlungskraft entfalten. Gleichwohl bringt die regionale Wettbewerbssituation - u. a. mit den benachbarten Städten Dortmund, Iserlohn, Lüdenscheid, Gevelsberg, Wetter, Herdecke - ausgeprägte Kaufkraftbewegungen zwischen den Städten mit sich.

Die Innenstadt wird ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Mittelpunktfunktion als Einzelhandelsstandort nach wie vor gerecht. So prägen die Bereiche Bekleidung, Schuhe, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik sowie eine Vielzahl von ergänzenden Sortimenten (Drogerie-/Parfümeriewaren, Bücher, Schreibwaren- und Spielwaren, GPK/Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien sowie Optik, Uhren und Schmuck) das innerstädtische Angebot.

Mit einer erhöhten Leerstandsquote und dem Rückgang der inhabergeführten, kleinen Geschäfte sind erste Auswirkungen des Bedeutungsgewinns des Onlinehandels in der Angebotsstruktur der Stadt Hagen bereits abzulesen. Die steigende Akzeptanz des Onlineeinkaufs lässt künftig ein weiteres Abschmelzen von stationären Einzelhandelsangeboten in der Stadt erwarten. Demgemäß ist einerseits gerade dem nahversorgungsbezogenen Einzelhandelsangebot zukünftig aufgrund der Magnetfunktion und der geringeren Onlineaffinität der Kunden eine sehr hohe Bedeutung für die Einkaufsstadt beizumessen. Andererseits sollte die Nutzungsvielfalt in der Innenstadt Leitgedanke der Weiterentwicklung sein, um durch das Verbinden des Einkaufsstandortes mit Wohn- und Arbeitsplatzfunktionen sowie ergänzenden freizeit- und gastronomiebezogenen Nutzungen die Innenstadt für alle Zielgruppen und für verschiedene Besuchsmotive attraktiv aufzustellen. Hierdurch können nicht mehr durch den Einzelhandel genutzte Ladenlokale so genutzt werden, dass weiterhin eine hohe Innenstadtfrequenz gesichert wird.

Die städtebaulich nicht-integrierten Gewerbegebiete Eckeseyer Straße, Berliner Straße, Am Ringofen und Verbandstraße sind durch Fachmärkte geprägt, die eine Ergänzung zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot herstellen, ohne dass eine räumliche Verbindung besteht. Es handelt sich um räumlich isolierte Ergänzungsstandorte mit Versorgungsfunktionen überwiegend bei nicht-zentrenrelevanten Angeboten. An den Standorten Weststraße und Elseyer Straße sind darüber hinaus auch gesamtstädtisch bedeutsame Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten (Sportartikel, Spielwaren, Unterhaltungselektronik/Elektrowaren und Schuhe) ansässig.

Die Lebensmittelversorgung wird durch stadtteilbezogene Versorgungsfunktionen in zentralen Versorgungszentren und an ergänzenden Nahversorgungsstandorten geprägt. Mit den dezentral gelegenen SB-Warenhäusern in den Fachmarktzentren Bathey und Auf dem Lölfert bestehen allerdings auch Konkurrenzbeziehungen für die wohnungsnahе Versorgung (vor allem in Hohenlimburg und Boele).

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite erkennen. Insbesondere die Innenstadt und die Sonderstandorte können eine übergemeindliche Ausstrahlung entfalten.

Zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort ist eine **Diversifizierung des zentrumstypischen Angebotes u. a. durch kompetente Bekleidungs-, Schuh- und Sportanbieter** sinnvoll. Dies sollte mit einem Ausschluss von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einhergehen, um durch die Vorrangstellung des Hauptzentrums eine innenstadtbezogene Entwicklung zu unterstützen. Insbesondere das Angebot bei Elektrowaren/Unterhaltungselektronik, Büchern und Spielwaren steht in starkem Wettbewerb mit dem Onlinehandel, sodass hier nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen.

Innerhalb der sog. „Customer Journey“ wechseln die Konsumenten zunehmend zwischen On- und Offlinekanälen und kaufen „anlassbezogen“ online wie stationär ein. Im Zusammenhang mit diesem veränderten Einkaufsverhalten der Kunden ist für den **stationären Handel** von Bedeutung, dass die Betriebe gleichermaßen analog und digital sichtbar sind („Multi-Channel-Händler“) und damit dem jeweiligen Einkaufsmotiv gerecht werden. Dabei stehen für die erfolgreichen stationären Händler die Kundenzentrierung, eine hohe Convenience-Orientierung und eine starke Erlebnis-komponente im Vordergrund. Darüber hinaus werden die Professionalität, die Bekanntheit und der Wiedererkennungswert von entscheidender Bedeutung für den betrieblichen Erfolg sein. Professionalität meint, dass sich die Betriebe optimal – vom Produkt bis zum Verkaufs-/Liefervorgang – auf die Kundenwünsche einstellen.

Vom Onlinewachstum profitieren damit vor allem Händler, die beide Kanäle bedienen und diese kundenorientiert miteinander verzahnen. Dagegen sinkt tendenziell das Interesse an „konservativen Geschäftsmodellen“. Eine Ausnahme stellen nach wie vor branchenspezifische Nischenanbieter dar, die Impulse durch einen authentischen, kreativen Mix setzen.

Für die Einzelhandelsstandorte ist grundsätzlich zwischen der Nahversorgung und dem Erlebniseinkauf zu unterscheiden. Um den **Handelsstandort** Hagen mit Versorgungsfunktionen über die Nahversorgung hinaus zu stabilisieren, sind ein großes Einzugsgebiet und ein breites Angebotsspektrum aus Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Freizeit sowie ein angenehmes Ambiente und eine gute Erreichbarkeit wichtige Voraussetzungen.

Auch der Lebensmitteleinzelhandel wird zukünftig deutlich stärker im innenstädtischen Nutzungsmix vertreten sein, sodass auch die Verknüpfung mit dem innerstädtischen Wohnen für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Hagen-Innenstadt von hoher Bedeutung ist. Darüber hinaus ist zu erwarten, dass auch großflächige Möbel-, Bau- und Heimwerkeranbieter aus dezentralen Standorten kleinere Showrooms in hochfrequentierten Innenstadtlagen betreiben werden.

In einer oberzentralen Innenstadt wie Hagen ist ein breites Angebot an stationären Geschäften Voraussetzung dafür, dass die Konsumenten in ihren vielfältigen (digitalen) Bewegungsräumen angesprochen und „abgeholt“ werden. Dabei sind alle Möglichkeiten auszuschöpfen, die der Multi-Channel-Handel bietet. Gleichzeitig sind auch die Kernkompetenzen wie Sortimentsbildung, Beratung, Ladengestaltung und Warenpräsentation immer wichtiger, damit stationäre Einzelhandelsbetriebe im Wettbewerb um anspruchsvolle Konsumenten bestehen können.

Für das Nebenzentrum Hohenlimburg ist die Profilierung auf freizeitbezogene Angebote zu legen. Für das Nebenzentrum Haspe übernimmt vor allem das Nahversorgungsangebot wichtige Ankerfunktionen. Auch hier ist eine Diversifizierung des Nutzungsmixes notwendig, um neben dem Einzelhandel weitere Besuchsanlässe und damit Verbundeffekte auch für den Einzelhandel zu kreieren. Damit wird eine Umnutzung von Ladenlokalen durch andere Nutzungsarten (Gastronomie, Dienstleistung, Freizeitangebote, ggf. auch Wohnen) einhergehen.

Angesichts der Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen bestehen in der Stadt noch Entwicklungspotenziale für eine weitere **Diversifizierung der wohnungsnahen Versorgung**, vor allem mit Lebensmittelmärkten. Diese ergeben sich auch aus dem steigenden Flächenbedarf der Betriebe³⁸ und sollten auf die zentralen Versorgungsbereiche, die ergänzenden Nahversorgungsstandorte sowie ggf. sonstige geeignete wohnungsnah Standorte gelenkt werden, um möglichst in allen Siedlungsbereichen, die die entsprechenden Rahmenbedingungen aufweisen, eine angemessene wohnungsnah Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten. Die größeren Einzelhandelsentwicklungen auf dem Emsterfeld und in Vorhalle zur Ergänzung der Nahversorgung sind ebenso positiv zu bewerten wie geplante Erweiterung von Lebensmittelmärkten an Nahversorgungsstandorten (u.a. Fleyerviertel, Emst-West, Wehringhausen).

Im Marktsegment **Möbel- und Einrichtungsbedarf** sind die Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation zu bewerten. So hängt die Ansiedlung des geplanten großen Möbelhauses am Standort Haßleyer Straße auch von der Standortentwicklung in der Region ab, da die Expansionstätigkeit im Möbeleinzelhandel zukünftig im Zusammenhang mit der zunehmenden Onlinebedeutung weiter rückläufig sein wird. Im **Bau- und Heimwerkerangebot** stellen die vorhandenen Angebotsstrukturen ein angemessenes Versorgungsangebot sicher. Verkaufsflächenentwicklungen werden sich allenfalls aus der Weiterentwicklung der ansässigen Betriebe ergeben, während die Ansiedlung zusätzlicher Anbieter aufgrund des Kaufkraftpotenzials und der Wettbewerbssituation im Umland nicht zu erwarten ist.

³⁸ Die Empfehlung einer bestandssichernden Weiterentwicklung orientiert sich an marktüblichen Betriebsgrößen. So belegen moderne Supermärkte üblicherweise Verkaufsflächen von 1.200 – 2.000 m², die zeitgemäßen Discounter verfügen über 1.000 – 1.400 m² Verkaufsfläche.

8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen

8.1 Einleitung: Zentrenkategorien in der Stadt Hagen

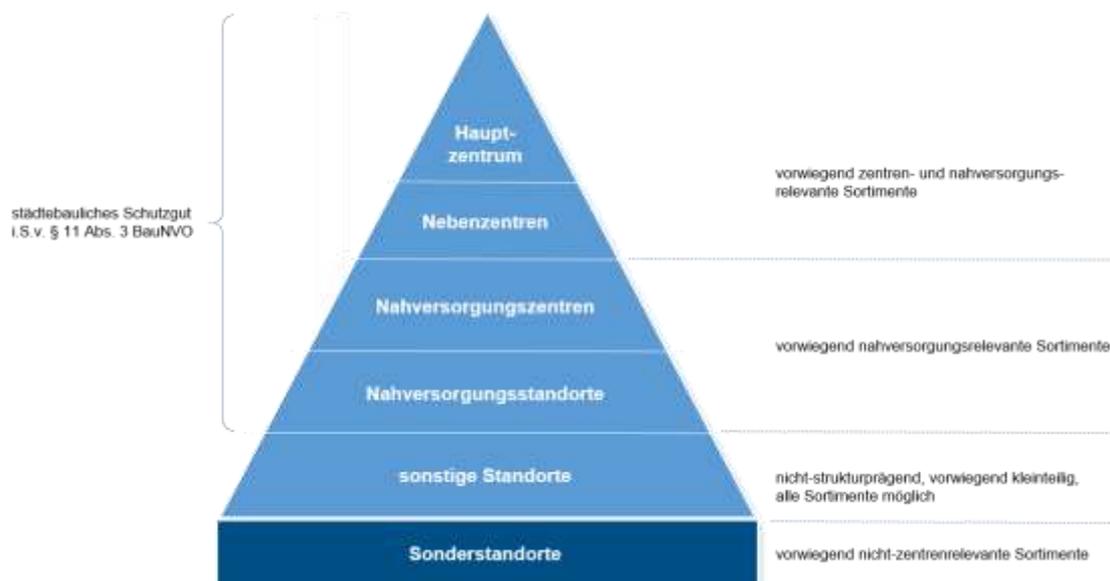
Die Versorgungsstrukturen der Stadt Hagen lassen als Grundkonzept ein hierarchisch abgestimmtes kommunales Standortsystem erkennen, bestehend aus dem Hauptzentrum, den Neben- und Nahversorgungszentren, den Standorten der Nahversorgung sowie den Fachmarktstandorten (= Sonderstandorten) als wesentliche Versorgungsstandorte. Die vorzuschlagenden Typen zentraler Versorgungsbereiche/Geschäftslagen zeichnen sich durch folgende Aspekte aus:

- **Hauptzentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)
 - zentrale Lage in der Innenstadt
 - umfassendes Einzelhandelsangebot (breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf) und (verbrauchernahes) Dienstleistungsangebot, ergänzt um Gastronomie-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen
 - gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung.
- **Nebenzentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)
 - städtebaulich-integrierter Standort
 - umfassendes Nahversorgungsangebot sowie vielseitiges Einzelhandelsangebot (vor allem für den mittel- und kurzfristigen Bedarf) und (verbrauchernahes) Dienstleistungsangebot, ergänzt um Gastronomie- und Freizeiteinrichtungen
 - stadtbezirksbezogene Versorgungsbedeutung, dabei Nahversorgungsfunktion für zugeordneten Verflechtungsbereich.
- **Nahversorgungszentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)
 - städtebaulich-integrierter Standort
 - mindestens ein marktüblicher Lebensmittelmarkt sowie ergänzendes Einzelhandelsangebot (vor allem mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten) und (verbrauchernahes) Dienstleistungsangebot, ggf. Gastronomie
 - stadtteil- bzw. wohnsiedlungsbezogene Versorgungsbedeutung (zugeordneter Verflechtungsbereich).

- **Nahversorgungsstandort** (= wohnungsnaher Versorgung)
 - städtebaulich-integrierter Standort
 - mindestens ein marktüblicher Lebensmittelmarkt, ggf. ergänzt um einzelne Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote; aufgrund der geringen/fehlenden Angebotsergänzung durch Einzelhandel/Dienstleistungen entspricht der Geschäftsbereich nicht den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches (vgl. hierzu Kap. 4.2)
 - stadtteil- bzw. wohnsiedlungsbezogene Versorgungsbedeutung (zugeordneter Verflechtungsbereich).
- **Sonderstandort**³⁹
 - städtebaulich nicht-integrierter Verbundstandort des (großflächigen) Einzelhandels,
 - Angebotsschwerpunkt bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten
 - gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung.

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

Abbildung 56: Zentrenhierarchie der Stadt Hagen



Quelle: BBE-Darstellung 2022

³⁹ Vorrangstandort für Sondergebiete für Betriebe/Vorhaben, die unter Ziel 6.5-5 LEP NRW fallen.

Im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlagen⁴⁰ sind dabei das Hauptzentrum sowie die Neben- und Nahversorgungszentren als schützenswerte und zu entwickelnde Standortbereiche einzustufen. Auch den Nahversorgungsstandorten kommt entsprechend ihrer Bedeutung für eine wohnortnahe, flächendeckende Versorgung eine schützenswerte Funktion zu.⁴¹ Dem gegenüber haben Sonder- und Fachmarktstandorte sowie sonstige solitäre Standortbereiche keinen solchen Schutzanspruch.

8.2 Leitlinien des neu erarbeiteten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Das Zentrenkonzept soll die mit dem Vorgängerkonzept getroffenen Handlungsempfehlungen unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen im Einzelhandelsbestand sowie der rechtlichen Rahmenbedingungen überprüfen und in ein möglichst rechtssicheres und aktuelles Einzelhandelskonzept überführen. Hierbei bilden die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. Kap. 4.1) den Orientierungsrahmen.

Beschließt der Rat das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, ist es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Übergeordnetes strategisches Ziel für den Einzelhandelsstandort Hagen ist auch weiterhin die regionale Positionierung gegenüber den Oberzentren Dortmund und Wuppertal sowie den benachbarten Mittelzentren wie vor allem Iserlohn, Lüdenscheid, Gevelsberg und Schwerte. Hierauf abzielend sind Leitlinien zu definieren, die als Richtschnur für die künftige Einzelhandelsentwicklung dienen sollen:

- **Die Ausstrahlung des Hauptzentrums (Innenstadt Hagen) soll durch einen attraktiven, vollständigen und vielseitigen Mix aus Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturangeboten deutlich über die Stadt Hagen hinauswirken.**

Die Innenstadt von Hagen soll auch weiterhin als wichtigstes Versorgungszentrum des Oberzentrums definiert werden (= Hauptzentrum), das hinsichtlich der quantitativen und qualitativen Sicherung und Weiterentwicklung der gegebenen Angebotsstrukturen höchste Priorität genießt. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischer Versorgungsfunktion sind daher ausschließlich auf das Hauptzentrum als bedeutendstem Angebotsstandort zu konzentrieren. In besonderem

⁴⁰ u.a. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB

⁴¹ Die Einordnung der Nahversorgungsstandorte basiert auf der Einordnung wohnortnaher Versorgungsstrukturen als Schutzgüter gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO, wenngleich sie keine zentralen Versorgungsbereiche darstellen.

Maße gilt dies für großflächige Betriebe, die die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen.

Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird damit die Funktion eines Vorrangstandortes für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Gleichzeitig soll die Innenstadt auch Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- **Die Neben- und Nahversorgungszentren sollen nicht nur ein umfassendes Einkaufs- und Dienstleistungsangebot bieten, sondern auch gut erreichbare und städtebaulich attraktive, Identität stiftende Mittelpunkte mit hoher Aufenthaltsqualität sein.**

Von hervorgehobener Versorgungsfunktion sind – neben dem Hauptzentrum – die in den jeweiligen Stadtbezirken vorhandenen Nebenzentren, deren Aufgabe auch weiterhin die räumlich konzentrierte Versorgung mit Waren und Dienstleistungen für einfache und mittlere Ansprüche sein soll.

Neben (großflächigen) nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben ist in den Nebenzentren daher grundsätzlich auch ergänzender zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig, der in seiner Dimensionierung allerdings am zugewiesenen Verflechtungsbereich (vgl. Kap. 6.8) zu bemessen ist.

- **Ein von den zentralen Versorgungsbereichen (= Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren) sowie ergänzenden Nahversorgungsstandorten getragenes Netz nahversorgungsrelevanter Anbieter soll auch mit Blick auf den demografischen Wandel einem möglichst großen Teil der Bevölkerung die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ermöglichen.**

Während die Nahversorgungszentren mit ihren überwiegend lebensmittelbezogenen Angebotsstrukturen und einem nur untergeordneten Angebot sonstiger Sortimente die Haupt- und Nebenzentren funktional ergänzen und damit zu einer besseren räumlichen Abdeckung beitragen, erfüllen die Nahversorgungsstandorte als kleine Geschäftszentren oder Einzelstandorte nicht die quantitativen und/oder qualitativen Anforderungen der Rechtsprechung an einen „zentralen Versorgungsbereich“, übernehmen aber dennoch wichtige Nahversorgungsfunktionen und sind daher bei der Bewertung der Verträglichkeit von Planvorhaben als städtebauliches Schutzgut zu berücksichtigen.

Für die Weiterentwicklung der wohnungsnahen Strukturen kann auf die in Ziel 6.5-2 des LEP NRW formulierte Ausnahmeregelung zur Sicherung einer flächendeckenden Nahver-

sorgung zurückgegriffen werden. Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann demnach auch an siedlungsstrukturell integrierten Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Betracht kommen, wenn

- die wohnungsnaher Versorgung aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen⁴² nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
- keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Hierbei sollte an den Nahversorgungsstandorten zum Schutz der Neben- und Nahversorgungszentren – trotz nahversorgungsrelevantem Kernsortiment – auf die Ansiedlung von Drogeriemärkten verzichtet werden. Denn diese übernehmen in den übergeordneten Zentren nicht nur wichtige Versorgungsfunktionen, sondern fungieren dort auch als bedeutende Frequenzbringer für die sonstigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe.

- **Ergänzende Fachmarktstandorte (= Sonderstandorte) sollen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten die Möglichkeit bieten, langfristig marktfähige Strukturen zu entwickeln oder durch Um- und Ausbau zu sichern.**

Die vorhandenen Sonderstandorte übernehmen mit den dort ansässigen Großbetrieben - vor allem der Branchen Baumarkt- und Gartenbedarf sowie Möbel/Küchen - wichtige gesamtstädtische und zum Teil übergemeindliche Ergänzungsfunktionen.

Durch die Konzentration des (großflächigen) Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf wenige ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit wird auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf im Stadtgebiet gut erreichbare Standorte verfolgt, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen. Zudem wird durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte der Ressourceneinsatz reduziert (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen).

⁴² Siedlungsstrukturelle Gründe: bei Standorten ohne Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich; Städtebauliche Gründe: bei Standorten mit Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich, da bei Standorten, die weiter entfernt liegen, bereits siedlungsstrukturelle Gründe die Inanspruchnahme der Ausnahme begründen können; vgl. Einzelhandelserlass NRW 2021, Seite 34

Grundsätzlich sind die Standorte für den großflächigen (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandel nach den Zielen des LEP NRW nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen zulässig (Ziel 6.5-1). Bei der Ansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein (Ziel 6.5-3), sodass im Rahmen einer Einzelfallprüfung für die Zulässigkeit die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu bewerten sind. Dabei sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente in Anlehnung an den LEP NRW auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken (Ziel 6.5-5).

Vor diesem Hintergrund wird weiterhin die Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf die festgelegten Sonderstandorte empfohlen, an denen zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente zukünftig nur als betriebsformentypische Randsortimente zugelassen werden sollten.

8.3 Standortstrukturmodell/Zentrenhierarchie in der Stadt Hagen

Auf Grundlage der durchgeführten Situationsanalyse sowie der definierten Leitlinien und Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hagen wird das Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ hergeleitet, d.h. es sind die räumlichen Versorgungsschwerpunkte in ein hierarchisches Zentrenmodell zu integrieren und den verschiedenen Einzelhandelsstandorten räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zuzuweisen.

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

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

Den vorgeschlagenen Typen zentraler Versorgungsbereiche/Geschäftslagen werden folgende Versorgungsaufgaben zugewiesen:

- **Hauptzentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)

Das Hauptzentrum stellt den Vorrangstandort für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten dar und soll Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- **Nebenzentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)

Ein Nebenzentrum soll die Innenstadt durch stadtbezirksbezogene Angebote mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergänzen. Dabei sind unter Berücksichtigung der Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt auch großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig. Die Weiterentwicklung der Nahversorgung soll ein umfassendes Einzelhandelsangebot (breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf) und (verbraucher- nahes) Dienstleistungsangebot umfassen, ergänzt um Gastronomie-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen

- **Nahversorgungszentrum** (= zentraler Versorgungsbereich)

Ziel der Weiterentwicklung ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung. Daher soll in den Nahversorgungszentren die Ansiedlung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie ergänzenden kleinteiligen Angeboten mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sein, wenn diese der Versorgung der Bevölkerung im zugeordneten Verflechtungsbereich dienen.

- **Nahversorgungsstandort** (= wohnungsnaher Versorgung)

Ziel ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung durch Erhalt und Weiterentwicklung des bestehenden Nahversorgungsangebotes; dabei ist auch eine Ansiedlung/Erweiterung von Lebensmittelmärkten über die Grenze der Großflächigkeit möglich, wenn der (ggf. großflächige) Einzelhandelsbetrieb der Grundversorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im zugeordneten Verflechtungsbereich dient und damit die wohnungsnaher Versorgung in anderen Wohnsiedlungsbereichen/Stadtteilen nicht gefährdet.

- **Sonderstandort**⁴³

Ziel ist die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die Sonderstandorte. Für den sonstigen Einzelhandel ist eine bestandsorientierte Weiterentwicklung zu verfolgen, soweit der zentralen Versorgungsbereich und die

⁴³ Vorrangstandort für Sondergebiete für Betriebe/Vorhaben, die unter Ziel 6.5-5 LEP NRW fallen.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

wohnungsnahe Versorgung nicht negativ beeinträchtigt sowie die landesplanerischen Vorgaben erfüllt werden.

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

Für das Zentrenkonzept wird folgende Zentrenhierarchie vorgeschlagen:

Abbildung 57: Zentren der Stadt Hagen und funktional zugeordnete Verflechtungsbereiche

Standort-kategorie	Bezeichnung (Nr. vgl. Abbildung 58)	statistischer Bezirk	funktional zugeordneter Verflechtungsbereich	Einwohner
Hauptzentrum	Innenstadt (1)	Mittelstadt	Hauptzentrum: Stadt Hagen, regionale Ausstrahlung	195.000
			Nahversorgungsfunktion: Zentrum, Kuhlerkamp	17.200
Nebenzentren	Haspe (2)	Haspe-Ost	Nebenzentrum: stat. Bezirk Haspe-Ost/-West	31.000
	Hohenlimburg (3)	Hohenlimburg	Nahversorgungsfunktion: Haspe-Ost	17.900
			Nebenzentrum: stat. Bezirk Hohenlimburg	24.100
Boele (4)	Boele	Nahversorgungsfunktion: Hohenlimburg (ohne Elsey)	9.300	
Nahversorgungs- zentren	Eppenhausen (5)	Mittelstadt	Nebenzentrum (perspektivisch): Stat. Bezirk Boele	27.300
	Altenhagen (6)	Altenhagen	Nahversorgungsfunktion: Boele-Zentrum, Kabel/Bathey	12.400
	Wehringhausen (7)	Wehringhausen	Eppenhausen, Remberg und Ernst	18.300
	Vorhalle (8)	Vorhalle	Altenhagen-Süd/Eckesey-Süd	14.800
	Helfe (9)	Boele	Wehringhausen	11.400
	Elsey (10)	Hohenlimburg	Vorhalle	10.200
	Eilpe (11)	Eilpe	Helfe	6.500
	Westerbauer (12)	Haspe-West	Elsey, Henkhausen/Reh	14.800
Nahversorgungs- standorte	Graf-von-Galen-Carrée	Mittelstadt	Eilpe, Selbecke, Delstern	12.000
	Frankfurter Straße	Mittelstadt	Haspe-West	13.100
	Alexanderstraße	Altenhagen/Boele	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	14.700
			Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	13.300
			Altenhagen-Nord/Eckesey- Süd/Boelerheide	16.900

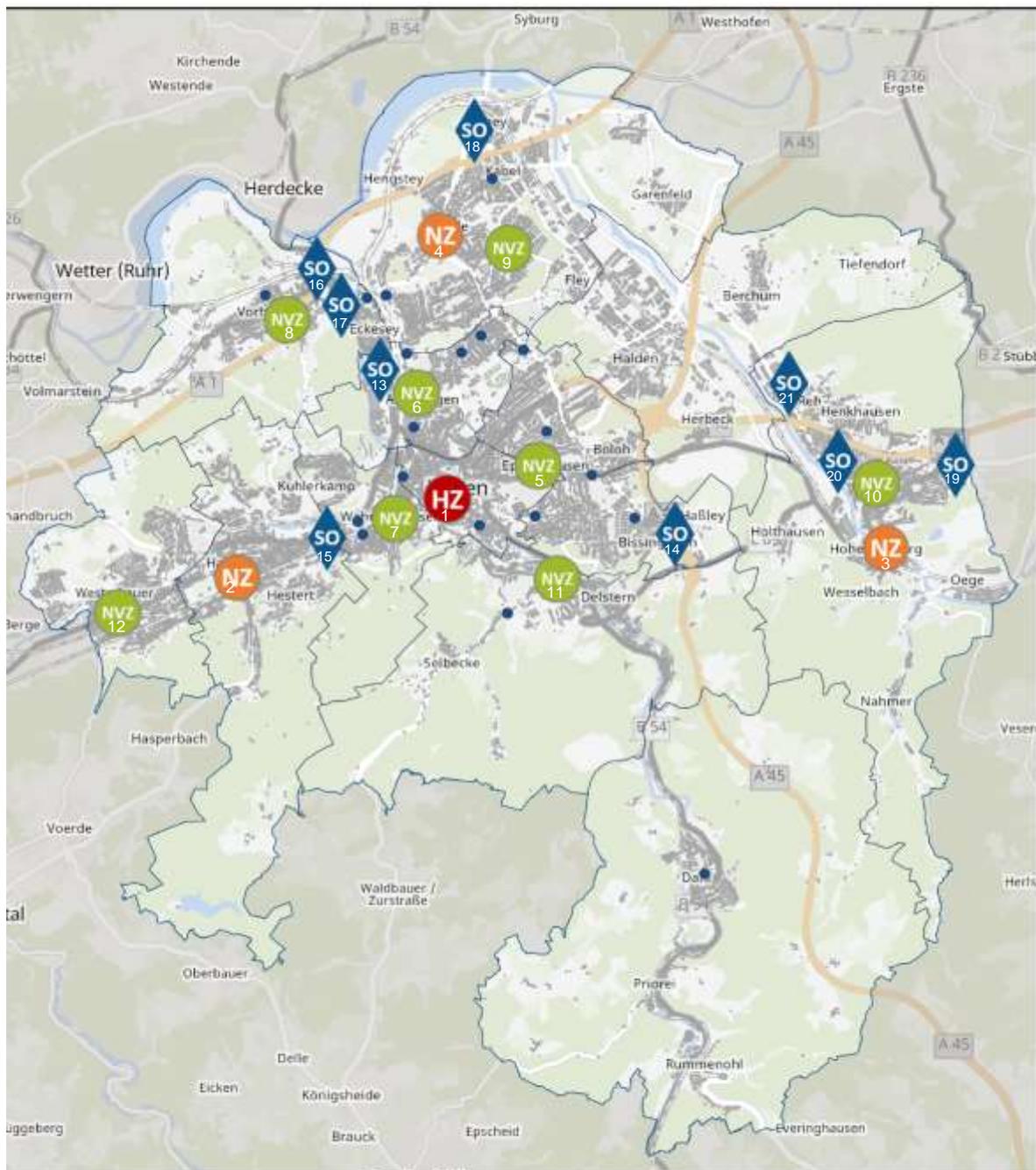
Fortsetzung folgt

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Standort-kategorie	Bezeichnung (Nr. vgl. Abbildung 58)	statistischer Bezirk	funktional zugeordneter Verflechtungsbereich	Einwohner
Nahversorgungs-standorte	Boeler Straße, Aldi	Altenhagen	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	11.000
	Altenhagen-Nord	Altenhagen	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	8.400
	Altenhagen-Süd, Norma	Altenhagen	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	15.400
	Fleyer Straße, Edeka	Hochschulviertel	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	4.700
	Lützowstraße, Rewe	Hochschulviertel	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	9.300
	Emsterfeld	Emst	Emst	10.700
	Wasserloses Tal	Emst	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	6.300
	Eppenhauser Straße, Istanbul Markt	Emst	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	8.900
	Minervastraße, Rewe	Wehringhausen	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	12.200
	Wehringhauser Straße, Aldi	Wehringhausen	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	12.100
	Wortherbruchstraße, Netto	Vorhalle	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	5.300
	Eckesey, Rewe	Vorhalle	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	4.500
	Kabel, Penny/Trinkgut	Boele	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	7.300
	Schwerter Straße, Lidl	Boele	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	5.100
	Selbecker Straße, Netto	Eilpe	Nahbereich (1.000 m-Fußweg)	3.000
Am Obergraben, Edeka (ehem.)	Dahl	Stadtbezirk Dahl	4.900	
Sonder-standorte	Eckeseyer Straße (13)	Altenhagen	Stadt Hagen	-
	Haßleyer Straße (14)	Emst	Stadt Hagen, regionale Ausstrahlung	-
	Berliner Straße (15)	Wehringhausen	westliches Hagener Stadtgebiet (Stadtbezirke Haspe, Hagen-Mitte/westliche Stadtteile)	-
	Weststraße/Am Ringofen (16)	Vorhalle	Stadt Hagen, Ausstrahlung auf Wetter, Herdecke	-
	Becheltestraße (17)	Vorhalle	Stadt Hagen	-
	Fachmarktzentrum Bathey (18)	Boele	Stadtbezirke Boele, Lennetal, übergemeindliche Ausstrahlung auf Schwerte	-
	Fachmarktzentrum Auf dem Lölfert (19)		Stadtbezirk Hohenlimburg, Ausstrahlung auf Iserlohn	-
	Elsayer Straße/Gotenweg (20)	Elsley	Stadt Hagen, Ausstrahlung auf Iserlohn	-
Im Eichhof (21)	Hohenlimburg	Stadt Hagen, Ausstrahlung auf Iserlohn	-	

Quelle: BBE-Berechnungen; Einwohner Stadt Hagen, Stand 2022

Abbildung 58: Zentrenkonzept



Zentrenkonzept

- HZ Hauptzentrum
 - NZ Nebenzentrum
 - NVZ Nahversorgungszentrum
 - ◆ SO Sonderstandort
 - Nahversorgungsstandort
- Nr. vgl. Abbildung 57

Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map-layer by Esri, BBE Handelsterbung 2021



Quelle. BBE-Darstellung 2022

Damit ergeben sich mit der vorliegenden Neufassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende **Abweichungen** in der Bewertung der Zentrenstruktur **gegenüber dem Vorgängerkonzept von 2015**:

- Die ehemaligen Nahversorgungszentren Altenhagen-Nord und Emst erfüllen aktuell nicht die Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches und werden als Nahversorgungsstandorte eingestuft.
- Einen zusätzlichen zentralen Versorgungsbereich stellt das Nahversorgungszentrum Epenhausen dar.
- Der zentrale Versorgungsbereich Eilpe übernimmt die Funktionen eines Nahversorgungszentrums und ist somit nicht mehr als Nebenzentrum zu klassifizieren. Für Hohenlimburg und Boele sind perspektivische Nebenzentren ausgewiesen; insbesondere im ergänzenden zentrenrelevanten Angebot sind Arrondierungen notwendig
- Die ehemaligen Sonderstandorte Im Mühlenwert, Möbelpiraten, Pettenkofer Straße und Möbel Boss/Feldmühlenstraße sind nicht mehr vorhanden; der Standort Kaufland/Alexanderstraße wird als Nahversorgungsstandort klassifiziert und der Standort Schwerter Straße ist aufgrund der räumlichen Nähe dem perspektivischen Nebenzentrum Boele zuzuordnen.
- Der Nahversorgungsstandort Schwerter Straße 22/Lidl wird als integrierte Lage eingestuft.

8.4 Empfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche als Vorrangstandort für den zentrenrelevanten Einzelhandel

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

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Stadt Hagen im Grundsatz empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Hauptzentrum Innenstadt und in den Nebenzentren Hohenlimburg, Haspe und Boele angesiedelt werden, nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen auch in den Nahversorgungszentren zulässig sein, wenn sie der Abrundung des Nahversorgungsangebotes dienen. Dabei soll eine Abstufung eingehalten werden. Gesamtstädtisch bzw. regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsbetriebe sind dem Hauptzentrum Innenstadt vorbehalten. Die Nebenzentren sollen (großflächige) zentrenrelevante Einzelhandelsbe-

triebe aufnehmen, die sich an der Versorgungsbedeutung der Zentren für den jeweiligen Stadtbezirk orientieren. Auch für die Nahversorgungszentren stellt das zu versorgende Verflechtungsgebiet den Anhaltspunkt für die (kleinflächigen) Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dar.

Die Zielsetzung der Erhaltung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Hagen erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe („Agglomeration“) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann deren Funktionsfähigkeit beeinträchtigen.

8.5 Empfehlungen zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Die Stadt Hagen weist eine differenzierte Lebensmittelversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen, an den Nahversorgungsstandorten sowie an ergänzenden Standorten auf. Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. eine Anpassung bestehender Standorte an aktuelle Marktanforderungen bzw. die Ansiedlung ergänzender nahversorgungsrelevanter Betriebe notwendig. Die Entwicklungsperspektiven liegen in einer bedarfsgerechten Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung, vor allem durch Lebensmittelmärkte, deren Dimensionierung sich am Kaufkraftpotenzial im Verflechtungsbereich orientieren soll.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsmodell. Die Schaffung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte grundsätzlich auf die zentralen Versorgungsbereiche beschränkt werden. Die Weiterentwicklung von Nahversorgungsstandorten mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion wird als Ausnahmeregelung an die Bedingungen geknüpft, dass

- die wohnungsnaher Versorgung aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung im Nahbereich dient und
- durch den geplanten Nahversorgungsbetrieb keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung).

Dabei ist grundsätzlich zu unterscheiden, ob ein zentraler Versorgungsbereich in räumlicher Nähe zum Planstandort vorhanden ist oder nicht. Bei einem Standort ohne Nähe zu einem zentralen Ver-

sorgungsbereich können siedlungsstrukturelle Gründe zum Tragen kommen, im Falle eines Standortes mit Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich können ggf. städtebauliche Gründe geltend gemacht werden.

Städtebauliche Gründe liegen dann vor, wenn ein naheliegender zentraler Versorgungsbereich keine Potenzialflächen für eine Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung im Bezugsraum aufweist. Nach einem aktuellen OVG NRW-Urteil (Az. 7 D 49/16.NE vom 26.02.2020) ist im Falle der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus der Sicht der angrenzenden zentralen Versorgungsbereichen heraus zu argumentieren. Dabei sind Gründe aufzuzeigen, warum das geplante Vorhaben nicht in einem der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche realisiert werden kann. Dabei sind insbesondere der Erhalt gewachsener baulicher Strukturen oder die Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild zu nennen.

Siedlungsstrukturelle Gründe liegen dann vor, wenn der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich unter Distanzgesichtspunkten keine bedarfsgerechte wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung in einem Siedlungsbereich gewährleisten kann. Diese Einschätzung resultiert aus der Tatsache, dass nur die zentralen Versorgungsbereiche zu betrachten sind, die eine Versorgungsfunktion für den Untersuchungsraum übernehmen können, da die Ausnahmeregelung in Ziel 6.5-2 LEP NRW auf die Sicherstellung der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet ist (vgl. hierzu auch Begründung, LEP NRW, Seite 75, 7. Absatz). Demnach müssen die zu untersuchenden zentralen Versorgungsbereiche wohnortnah und daher dem zu versorgenden Gebiet räumlich zugeordnet sein und für dieses eine Versorgungsfunktion übernehmen (können).

ATYPIK

Für großflächige Lebensmittelmärkte in einem zentralen Versorgungsbereich oder in einer integrierten Nahversorgungslage und damit an einem städtebaulich integrierten Standort kann die Regelvermutung nachteiliger Auswirkungen widerlegt werden. Diese Fallgestaltung weicht nämlich positiv von der betrieblichen und städtebaulichen Konstellation ab, die bei Einführung der Sondergebietspflicht für großflächige Einzelhandelsbetriebe außerhalb von Kerngebieten durch die Verordnungsregelung des § 11 Abs. 3 BauNVO 1977 als typisch zu Grunde gelegt worden ist. Die Verordnung geht von großen Betrieben auch mit innenstadtrelevanten Hauptsortimenten an städtebaulich nicht integrierten Standorten aus.

Nach dem Einzelhandelserlass NRW 2021 sind folgende Aspekte bei der Prüfung von Anhaltspunkten für eine städtebauliche Atypik eines Lebensmittelmarktes trotz Überschreitung der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche zugrunde zu legen:

- Der Standort des Marktes muss **städttebaulich integriert** sein, d. h., er liegt entweder in einem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich oder in einem Wohnsiedlungsgebiet.

- Der Lebensmittelmarkt muss der **Sicherung der verbrauchernahen Versorgung** dienen. Eine solche Nahversorgung ist nach den Kriterien des Einzelhandelserlasses NRW regelmäßig dann anzunehmen, wenn der Umsatz des zu untersuchenden Lebensmittelmarktes einen Anteil von 35 % der im funktional zugeordneten Verflechtungsbereich vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet.
- Das Vorhaben ist regelmäßig dann **hinsichtlich des induzierten Verkehrs als verträglich** zu bewerten, wenn es keinen wesentlichen zusätzlichen gebietsfremden Verkehr auslöst. D.h. der Standort muss verbrauchernah sein, um hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“ zu sein.
- Das Sortiment darf sich zu **maximal 10 % der Verkaufsfläche auf Nonfood-Artikel** beziehen. Die Kernsortimente sind nahversorgungsrelevante Angebote (i. d. R. Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren).

Gelingt der Nachweis der städtebaulichen Atypik sind in einem zweiten Schritt die tatsächlichen Auswirkungen gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen. In Gebieten, die nach § 34 BauGB zu beurteilen sind, schließt sich daran eine Prüfung auf schädliche Auswirkungen nach § 34 Abs. 3 BauGB an.

Der Einzelhandelserlass stellt auch klar, dass die Lage eines Vorhabenstandorts innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs als städtebaulich integrierte Lage ein gewichtiges Indiz für eine städtebauliche Atypik sein kann (Kap. 2.2.10 EH-Erlass NRW 2021). Auswirkungen auf die Entwicklung anderer zentraler Versorgungsbereiche können in der Regel ausgeschlossen werden, wenn sich der Einzelhandelsbetrieb an der Kaufkraft der funktional zugeordneten Bevölkerung des Standortes (Verflechtungsbereich) orientiert (Kap. 5.2.2 EH-Erlass NRW 2021).

DROGERIEMÄRKTE

Drogeriemärkte weisen ein überwiegend nahversorgungsrelevantes Sortiment auf und belegen üblicherweise Verkaufsflächen von weniger als 800 m² (und unterliegen damit i.d.R. nicht einer Sondergebietsfestsetzung gem. § 11 Abs. 3 BauNVO). Sie übernehmen jedoch gerade in Neben- und Nahversorgungszentren nicht nur wichtige Versorgungsfunktionen, sondern fungieren dort auch als bedeutende Frequenzbringer für die sonstigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Neben den Lebensmittelmärkten sind die Drogeriemärkte als wesentliche Magnetbetriebe der zentralen Versorgungsbereiche zu bewerten, die über den Nahbereich hinaus ausstrahlen und die vorhandenen Kundenfrequenzen stabilisieren.

Aufgrund dieser wichtigen Funktionen sollen Drogeriemärkte (auch nicht-großflächige Betriebe) grundsätzlich nur in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Eine Ansiedlung an

Nahversorgungsstandorten oder sonstigen Standorten (außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen) sollte nur im Einzelfall und mit gutachterlichem Nachweis nicht zu erwartender Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erfolgen.

8.6 Empfehlungen für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Als Sonderstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind Standorte geeignet, die folgende Kriterien erfüllen:

- Lage innerhalb des städtischen Siedlungsraumes (Allgemeiner Siedlungsbereich – ASB),
- funktionsfähige Verkehrsanbindung des Grundstücks im Kontext der Gesamtstadt,
- ggf. Nachnutzungsmöglichkeiten leerstehender Gebäude oder mindergenutzter Grundstücke.

Zahlreiche gewachsene Standorte des großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels in der Stadt Hagen (Sonderstandorte) sind im Rahmen des aktuellen Regionalplanes bzw. des Entwurfs des Regionalplanes Ruhr als Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dargestellt, sodass die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe, auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, nicht mit den Zielen der Landesplanung vereinbar ist. Für die ansässigen Betriebe (Einzelvorhaben i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO) besteht Bestandsschutz, der bei einer baurechtlichen Steuerung nach Ziel 6.5-7 ggf. auch eine geringfügige Erweiterung umfassen kann.

Einzelhandelsagglomeration⁴⁴ außerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) hat die Stadt Hagen gemäß Ziel 6.5-8 LEP NRW entgegenzuwirken und entsprechend dem Bestand Sortimente und Verkaufsflächen festzuschreiben. Damit sind keine Erweiterungen oder Änderungen von z.B. zentren- in nicht-zentrenrelevante Sortimente zulässig.

Damit ist eine Weiterentwicklung der meisten vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nicht möglich,⁴⁵ wenngleich hierdurch Verbundeffekte genutzt, ein sparsamer Flächenverbrauch sichergestellt und

⁴⁴ Einzelhandelsagglomerationen sind gemäß REHK mehr als zwei, selbstständige Einzelhandelsbetriebe (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche), 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 (vgl. ebenda, Seite 70); im Einzelhandelserlass NRW 2021 reichen bereits zwei Einzelhandelsbetriebe aus (vgl. ebenda, Seite 45).

⁴⁵ Dies gilt für die Sonderstandorte Berliner Straße, Weststraße/Am Ringofen, Becheltestraße und die Fachmarktzeile nördlich der Kabeler Straße im FMZ Bathey.

Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für emittierende Betriebe vorgehalten werden könnten.

Die landesplanerische Voraussetzung der Darstellung eines Allgemeinen Siedlungsbereiches erfüllen dagegen die Sonderstandorte Eckeseyer Straße, FMZ Auf dem Lölfert, Elseyer Straße, Verbandstraße und Haßleyer Straße.

Zur Sicherung der Entwicklungsfähigkeit des Oberzentrums Hagen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind dabei vor allem die Sonderstandorte Eckeseyer Straße und Haßleyer Straße von Bedeutung, um hier Entwicklungsschwerpunkte für (großflächige) Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorzuhalten. In den anderen Sonderstandorten sind keine größeren Entwicklungsflächen gegeben, sodass hier nur eine weitgehend auf den Bestand orientierte Entwicklung möglich ist. Dabei wäre perspektivisch sinnvoll, bestehende zentren- und nahversorgungsrelevante Angebote durch die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu ersetzen.

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist, dass die Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und Sortimentsstruktur (Festlegungen 6.5-4 bis -6 des Landesentwicklungsplanes NRW) berücksichtigt werden. Damit ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung der zentraler Versorgungsbereiche bzw. die wohnungsnaher Versorgung in Hagen bzw. den Nachbarkommunen haben könnte.

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Stadt Hagen mittels geeigneter Bauleitpläne die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ermöglichen und gleichzeitig sicherstellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten, zentrenverträglichen Randsortimenten realisiert werden.

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, sodass im Rahmen einer Einzelfallprüfung die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu prüfen sind. Hierbei sollen diese Betriebe so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4). Bei Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken (Ziel 6.5-5). Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6.5-6).

Abbildung 59: Ansiedlungsregeln nach Standort und Sortiment

Standortkategorie	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment
Hauptzentrum	uneingeschränkt möglich	uneingeschränkt möglich	uneingeschränkt möglich
Nebenzentren	großflächig möglich, wenn der Versorgung des stat. Bezirks* dienend	uneingeschränkt möglich	uneingeschränkt möglich
Nahversorgungszentren	kleinflächig möglich, wenn an Verflechtungsbereich orientiert	großflächig möglich, wenn an Verflechtungsbereich orientiert	uneingeschränkt möglich
Nahversorgungsstandorte	keine Ansiedlung	großflächig möglich, wenn an Verflechtungsbereich orientiert keine Drogeriemärkte	keine Ansiedlung
Sonderstandorte	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	uneingeschränkt möglich (Voraussetzung ASB)

* vgl. zugeordneter Verflechtungsbereich des Nebenzentrums (u.a. Abbildung 57)
Quelle: BBE-Darstellung

8.7 Hagener Sortimentsliste

EINLEITUNG

Die „Hagener Sortimentsliste“ wurde letztmals im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen 2015 festgelegt.⁴⁶

Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel sowie der landesplanerischen Vorgaben zu überprüfen. Die zugrunde zu legenden Bewertungskriterien sind dabei unverändert:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich

⁴⁶ Im Nachgang wurde eine Änderung der Sortimentsliste beschlossen und Teppiche den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.

- Dagegen sind als nicht-zentrenrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Im Rahmen des LEP NRW werden folgende **zentrenrelevante Leitsortimente** definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Für die Bewertung der Zentrenrelevanz der ausgewählten Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

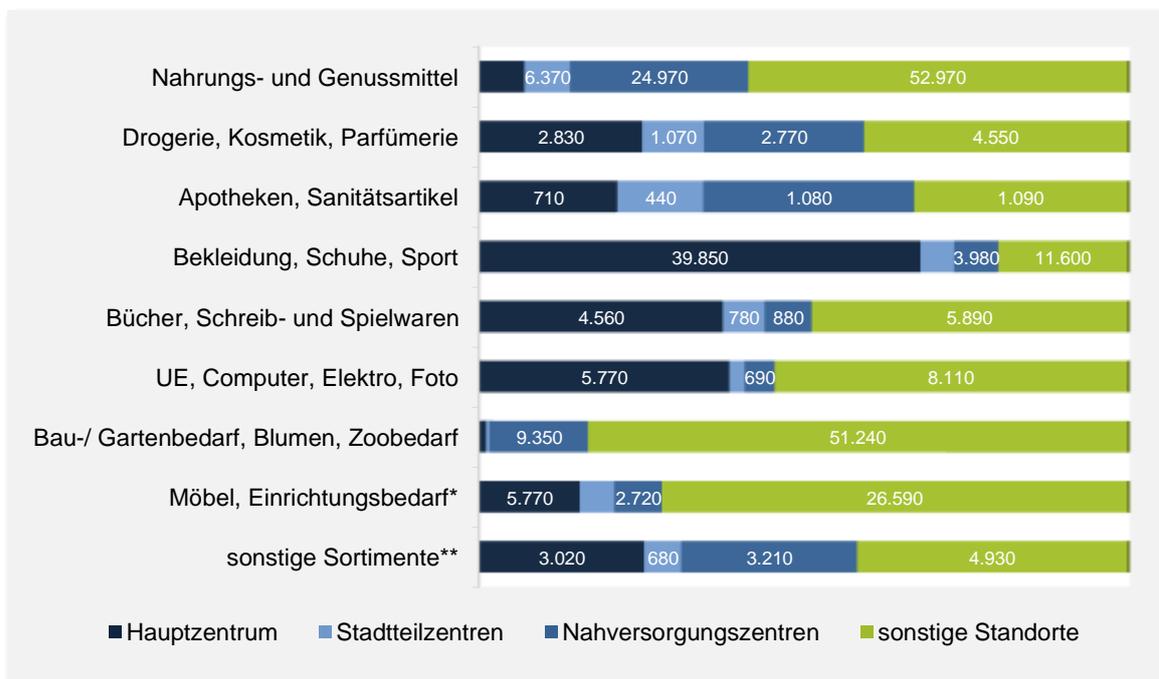
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Hagen
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche

BEWERTUNG DER HAGENER ANGEBOTSSITUATION

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Hagen wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Hagen in abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **zentren- und gleichzeitig nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- In den zentralen Versorgungsbereichen sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren, Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren Haus- und Heimtextilien, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik (UE), Computer, Telekommunikation, Foto, Optik und Uhren/Schmuck, Blumen sowie Sanitätsartikel konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Hagen als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Die Sortimentsbereiche Sportartikel, Spiel-/Hobbywaren und Kunst, Bilder, Rahmen zeichnen sich durch ein relativ kleinteiliges Sortiment („Handtaschensortiment“) aus, das hinsichtlich des Flächenbedarfs und der Leistungsfähigkeit (Flächenproduktivität) in die zentrale Geschäftslage integrierbar ist. Auch wenn aktuell in der Stadt Hagen nur ein großes Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorhanden ist, sind diese Sortimentsbereiche für einen attraktiven Branchenmix in der Innenstadt und ggf. in den Stadtteilzentren wünschenswert. Aufgrund der Kleinteiligkeit des Sortiments ist auch die Entwicklungsfähigkeit in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Hagen grundsätzlich gegeben, sodass die Kriterien der **Zentrenrelevanz** erfüllt sind.

Abbildung 60: Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Berechnungen 2022 (Rundungsdifferenzen möglich)

- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen), Möbel/Küchen sowie Elektrogroßgeräte in der Stadt Hagen als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Für die Sortimente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten.
- Heimtierzubehör und lebende Tiere sind in der Stadt Hagen ebenfalls als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Die Angebotsstruktur wird vor allem durch Fachmärkte an den Standorten Becheltestraße und Alexanderstraße sowie durch Randsortimente von Garten- und Reitsportfachmärkten in nicht-integrierten Lagen geprägt. In der Hagener Innenstadt ist ein kleineres Zoofachgeschäft ansässig. Aufgrund der flächenbezogenen Leistungsfähigkeit insbesondere der Fachmärkte ist eine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagen zukünftig nicht zu erwarten. Eine strukturprägende Nahversorgungsbedeutung ist auch dem Teilsortiment Tierfutter nicht beizumessen, da es nur auf untergeordneten Flächen innerhalb der Lebensmittel- und Drogeriemärkte angeboten wird.

- Für den Sortimentsbereich der Bettwaren/Matratzen ist im Hagener Einzelhandelsbestand ablesbar, dass sich die Angebote aufgrund des hohen Flächenbedarfs bei gleichzeitig geringer Flächenproduktivität überwiegend auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren, die gut verkehrlich erreichbar sind. Dies resultiert aus der Größe und Beschaffenheit des Sortiments (kein „Handtaschensortiment“), sodass das Sortiment nur noch in Ausnahmefällen in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden kann (u.a. Gebers in der Hagener Innenstadt). Bettwaren sind damit in der Stadt Hagen als nicht-zentrenrelevant zu bewerten.
- Das Sortiment Lampen/Leuchten wird in der Stadt Hagen vor allem durch Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie als Randsortiment von Möbel- und Baumärkten angeboten. In der Stadt Hagen sind 5 Lampenfachanbieter ansässig, davon je ein kleineres Fachgeschäft in der Innenstadt und im Nebenzentrum Haspe. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für der Hagener Zentren entwickeln, sodass diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen ist.
- Das Sortiment Teppiche weist einen geringen betriebs- und flächenbezogenen Besitz als Randsortiment von Möbelanbietern und Baumärkten auf. Die Anbieter belegen Standorte, die nicht von der Frequenz der Hauptgeschäftslage/Magnetbetriebe abhängig sind. Es handelt sich um ein Spezialsortiment, das geringe Frequenz- und Verbundeffekte generiert, sodass es im Bestand und unter dem Aspekt der Entwicklungsfähigkeit als nicht-zentrenrelevant in der Stadt Hagen zu bewerten ist.
- Die Angebotsstruktur für Fahrräder und Zubehör (inkl. E-Bikes) ist in der Stadt Hagen wesentlich durch den Fachmarkt BOC an der Schwerter Straße sowie durch wenige kleinteilige Fahrradfachgeschäfte mit starkem Servicebezug geprägt. Insbesondere BOC kommt eine regionale Bedeutung, sodass die Versorgungsbedeutung weit über die des perspektivischen Nebenzentrums Boele hinausreicht und der Standort „eher zufällig“ dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet ist.

Der zunehmende Flächenbedarf für Ausstellungs- und Werkstattflächen in diesem Angebotssegment (u.a. infolge des Bedeutungsgewinns der E-Bikes und der hohen Saisonalität des Geschäfts) lässt auch zukünftig eine Zentrenintegration nicht erwarten. So sind die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt, ihre Waren zeitgemäß anzubieten, da ein Großteil des Geschäfts im Frühjahr/Frühsummer erfolgt und Wartung/Service mit zunehmender Technisierung größere Flächen (auch Nebenflächen) in Anspruch nehmen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör weiterhin als nicht zentrenrelevant eingeordnet. Letzteres gilt auch für Campingartikel, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf.

- Der Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien weist eine hoch spezialisierte Zielgruppe auf, sodass Betriebe häufig ein räumlich ausgedehntes Einzugsgebiet erreichen. Auch wenn das Sortiment teilweise als „handtaschenfähig“ zu bewerten ist, so weist es doch nur sehr eingeschränkte Verbundeffekte im Rahmen von Kopplungseinkäufen in anderen Geschäften auf. Damit ist dem Sortiment in der Stadt Hagen keine zentrenprägende Funktion beizumessen (nicht-zentrenrelevant). Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass das in der Hagener Innenstadt ansässige Fachgeschäft einen Standort in einer Nebenlage belegt.
- Die Spezialsortimente Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Kindersitze, ohne Spielwaren, Bekleidung) werden in der Stadt Hagen aktuell allenfalls als Randsortiment angeboten. Aufgrund betriebswirtschaftlicher Aspekte werden sie sich auch zukünftig nicht als prägende Sortimente für die Hagener Innenstadt entwickeln. Es wird empfohlen, diese Spezialsortimente als nicht-zentrenrelevant einzustufen, soweit es sich dabei nicht um Angebote aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen handelt (z. B. Bekleidung, Spielwaren, Haustextilien, Drogerieartikel).

SORTIMENTSLISTE

Von den Vorgaben der Landesplanung ausgehend, wird für die Stadt Hagen eine aktualisierte Sortimentsliste empfohlen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Warengruppen einerseits sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente andererseits darstellt. Insbesondere die Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente ist als Grundlage für die Sortimentsfestsetzungen in Bauleitplänen von Bedeutung, während die Aufzählung der wichtigsten nicht-zentrenrelevanten Sortimente nicht abschließend ist.⁴⁷ Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

⁴⁷ Alle nicht als zentren- und nahversorgungsrelevant aufgeführten Sortimente gelten als nicht-zentrenrelevant.

Abbildung 61: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Hagen

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente**)			
47.1/47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel	47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Großgeräte)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf			
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe)
Fortsetzung folgt			

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
Möbel, Einrichtungsbedarf			
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1	Wohnmöbel, Kucheneinrichtungen, Büromöbel
aus 47.53	Vorhänge und Gardinen	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren	aus 47.53	Tapeten, Bodenbeläge und Teppiche
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	aus 47.59.9	Kinderwagen, Kindersitze
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
Sonstige Sortimente			
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
		aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör
* Aufzählung nicht abschließend ** gleichzeitig zentrenrelevant Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP NRW			

VERÄNDERUNGEN GEGENÜBER SORTIMENTSLISTE AUS 2015

Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste haben sich dabei für die Sortimente Tiernahrung, Campingartikel, Musikalien und Antiquitäten ergeben, die nun als nicht-zentrenrelevant bewertet werden. Zeitungen/Zeitschriften werden als zentrenrelevant eingestuft (vormals nahversorgungsrelevant).

9 Argumentationshilfe für „verkaufsoffene Sonntage“

Unter dem Motto „Hagen blüht auf“ konnte vom 5. - 8. Mai 2022 erstmals seit 2019 das beliebte Straßenfest in der Innenstadt wieder stattfinden. Die City-Werbegemeinschaft hatte dazu beantragt, die Geschäfte im Stadtteil Hagen-Mitte im Zusammenhang mit der Veranstaltung am 08.05.2022 in der Zeit von 13 bis 18 Uhr geöffnet zu halten. Nach § 6 Abs. 1 des Ladenöffnungsgesetzes NRW (LÖG) dürfen an jährlich höchstens acht, nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse ab 13 Uhr bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein.

Ein öffentliches Interesse liegt demnach insbesondere dann vor, wenn die Öffnung im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen erfolgt. Eine derartige prägende Veranstaltung stellt „Hagen blüht auf“ nach dem gestellten Antrag dar.

Das Vorliegen eines Zusammenhangs im Sinne des § 6 Abs. 1, Satz 2 Nr. 1 wird vermutet, wenn die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tag erfolgt. Bei Werbemaßnahmen des Veranstalters müssen die jeweiligen Veranstaltungen gemäß Satz 2 Nr. 1 für die Öffnung der Verkaufsstellen im Vordergrund stehen.

Weitere Hinweise auf ein öffentliches Interesse ergeben sich (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 – 5), wenn die Ladenöffnung dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebots bzw. zentraler Versorgungsbereiche sowie der Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren dient oder die überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigert. Da die Sachgründe Nr. 2 – 5 angesichts ihrer weiten Fassung einschränkend auszulegen und anzuwenden sind, um dem verfassungsrechtlichen Gebot des Schutzes der Arbeitsruhe an Sonn- und Feiertagen gerecht zu werden, müssen besondere örtliche Problemlagen, wie ein hoher Leerstand oder Trading-down-Effekte belegbar vorhanden sein, denen nicht nur durch Maßnahmen während der normalen Geschäftszeiten begegnet werden kann.

Aufbauend auf den konzeptionellen Aussagen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes können aus den nachstehend aufgeführten Gründen des öffentlichen Interesses Sonntagsöffnungen auch unter Berücksichtigung der gebotenen Wettbewerbsneutralität rechtfertigen werden:

- Aufgrund der regionalen Wettbewerbssituation im Ballungsraum des Ruhrgebietes unterliegt die Stadt Hagen einem besonders starken Wettbewerbsdruck, der maßgeblich durch die nur ca. 20 km entfernt gelegene Innenstadt des Oberzentrums Dortmund ausgelöst wird. Die angespannte markt- und absatzwirtschaftliche Situation erschwert die Positionierung der Einkaufsstadt Hagen, sodass verkaufsoffene Sonn-/Feiertage ein wichtiges Marketinginstrument darstellen, um die Einkaufsstadt zu profilieren.

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurde ermittelt, dass insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen der Innenstadt und der größeren Stadtteile (Haupt- und Nebenzentren) in den letzten Jahren ein deutlicher Rückgang bei den inhabergeführten Fachgeschäften zu verzeichnen ist, der nicht nur auf den steigenden Wettbewerbsdruck durch das Oberzentrum Dortmund, sondern auch auf die Zunahme der Einkäufe im Onlinehandel zurückzuführen ist.
- Insbesondere vor dem Hintergrund des allgemein steigenden Anteils der Online-Einkäufe bieten verkaufsoffene Sonn- Feiertage die Möglichkeit, die Angebotsvielfalt der Einkaufsstadt Hagen den Einwohnern im Stadt- und Umlandbereich aufzuzeigen und damit insbesondere den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich sowie die Nebenzentren zu beleben und zu stärken. Verkaufsoffene Sonn- und Feiertage in Hagen können damit im Sinne des öffentlichen Interesses einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der städtebaulich schutzwürdigen Innenstadt und der Nebenzentren leisten.

Das Gewicht des öffentlichen Interesses wird insbesondere bei Vorliegen mehrerer Sachgründe gestärkt, sodass sich die Verknüpfung von den Sachgründen Nr. 2 – 5 mit einer Veranstaltung anbietet. Dann wird auch der Ausnahmecharakter der sonn- und feiertäglichen Ladenöffnung deutlich wird und es lässt die eine räumliche Begrenzung der Maßnahme begründen.

Die Neuregelung des LÖG NRW war am 29. März 2018 in Kraft getreten und sollte die zuvor bestehenden Rechtsunsicherheiten bei der Festsetzung verkaufsoffener Sonn- und Feiertage beseitigen und für die Kommunen eine rechtssichere Möglichkeit schaffen, eine ausnahmsweise Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen zu genehmigen.

Die Beschlussvorlage der Stadtverwaltung Hagen (Drucksachenummer: 0350/2022 vom 11.04.2022 „Ordnungsbehördliche Verordnung zur Regelung besonderer Öffnungszeiten für den Stadtteil Hagen-Mitte am 08.05.2022“) enthält unter Würdigung der aktuellen Gesetzeslage und vorliegender Rechtsprechung eine ausführliche Begründung für den Antrag der City-Werbegemeinschaft. Damit liegt nach Auffassung der Verwaltung eine hinreichende fachliche und rechtliche Grundlage für den erforderlichen „Erlass der Ordnungsbehördlichen Verordnung über die Regelung besonderer Öffnungszeiten für den Stadtteil HagenMitte aus Anlass von ‚Hagen blüht auf‘“ vor.

Der offensichtlich erfolgreiche und ausreichend begründete Antrag kann insofern als Vorlage für weitere Veranstaltungen in der Hagener Innenstadt dienen.

Mit der angestrebten Ladenöffnung wird insbesondere auch das Ziel verfolgt, die Innenstadt zu stärken. Sobald das hier vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2022 vom Rat der Stadt Hagen beschlossen ist, kann darauf bei zukünftigen Anträgen Bezug genommen werden.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Dabei kann folgende Formulierung zitiert werden:

„Die Innenstadt als funktionales Hauptzentrum und identitätsstiftender Mittelpunkt des in die Region ausstrahlenden südwestfälischen Oberzentrums Hagen soll sich nach dem neuen Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2022 durch einen attraktiven, vollständigen und vielseitigen Mix aus Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturangeboten profilieren. Um die Tragfähigkeit dieser Angebote auch in Zukunft zu gewährleisten, sollen geeignete Maßnahmen zur Erhöhung der Besucherfrequenz und damit des Umsatzes in der Innenstadt durchgeführt werden. Dazu zählen insbesondere Hagen-typische Veranstaltungen und ihre Ergänzung durch verkaufsoffene Sonntage.“

10 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Oberzentrums Hagen wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Hagen ist nach wie vor eine attraktive Einkaufsstadt, die auch eine übergemeindliche Ausstrahlung entfaltet. Neben der Innenstadtentwicklung steht vor allem eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Nahversorgung zur Sicherung der Versorgungssituation im Vordergrund. Im Hinblick auf den zentrenrelevanten Einzelhandel ist im „Zeitalter des Online-Einkaufs“ weniger die Schaffung von zusätzlicher Verkaufsfläche notwendig, als vielmehr einerseits eine abgestimmte Strategie zur Optimierung von Cross-Channel-Angeboten, um die Verbindung von stationärem Einkaufen und E-Commerce für die Kunden attraktiv zu gestalten. Andererseits sollte die **Entwicklung eines multifunktionalen Angebotes in den Geschäftszonen mit Gastronomie-, Freizeit- und sonstigen Dienstleistungsangeboten unterstützt werden, um ein attraktives Einkaufs- und Freizeiterlebnis anzubieten.**
- Das bestehende Zentrenmodell mit den drei Typen von zentralen Versorgungsbereichen **Hauptzentrum, Neben- und Nahversorgungszentren** sowie ergänzenden wohnungsnahen Versorgungsstandorten wird mit der vorliegenden Untersuchung bestätigt.
- Den zentralen Versorgungsbereichen Hagen-Innenstadt, Hohenlimburg-, Haspe-Zentrum und Boele wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von großflächigen **Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten** an Standorten außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche und ggf. auch von nicht-großflächigen Betrieben (je nach Sortiment/Standort) durch entsprechende Bauleitplanung ausgeschlossen werden soll. In den Nahversorgungszentren ist ein Ausbau vor allem des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels zu forcieren.
- Die Weiterentwicklung der **Nahversorgung** soll sich vor allem in den zentralen Versorgungsbereichen sowie an den bestehenden Nahversorgungsstandorten vollziehen. Defizite in der wohnungsnahen Versorgung beziehen sich auf die Siedlungsbereiche Hochschulviertel, Emst, Wehringhausen und auf eine Nachnutzung des zwischenzeitlich geschlossenen Lebensmittelmarktes in Dahl. In Vorhalle soll durch die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben eine standortbezogene Schwerpunktsetzung im zentralen Versorgungsbereich gesetzt werden. Auch für den Nahversorgungsstandort Emsterfeld bestehen Planungen, durch die Ansiedlung eines Lebensmittel- und ggf. eines Drogeriemarktes die wohnungsnahen Versorgung zu verbessern. Grundsätzlich sollen in Siedlungsbereiche, in denen die zentralen Versorgungsbereiche keine größeren Entwicklungsflächen aufweisen, möglichst zentrale Nahversorgungsstandorte die wohnungsnahen Versorgung ergänzen.

- Der **nicht-zentrenrelevante Einzelhandel** soll auf die Sonderstandorte konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist vor allem auf die Sonderstandorte Eckeseyer Straße und Haßleyer Straße zu lenken, die auch die entsprechenden landesplanerischen Voraussetzungen erfüllen.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Hagen im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Hagen erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenschädlichkeit eines Sortimentes bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

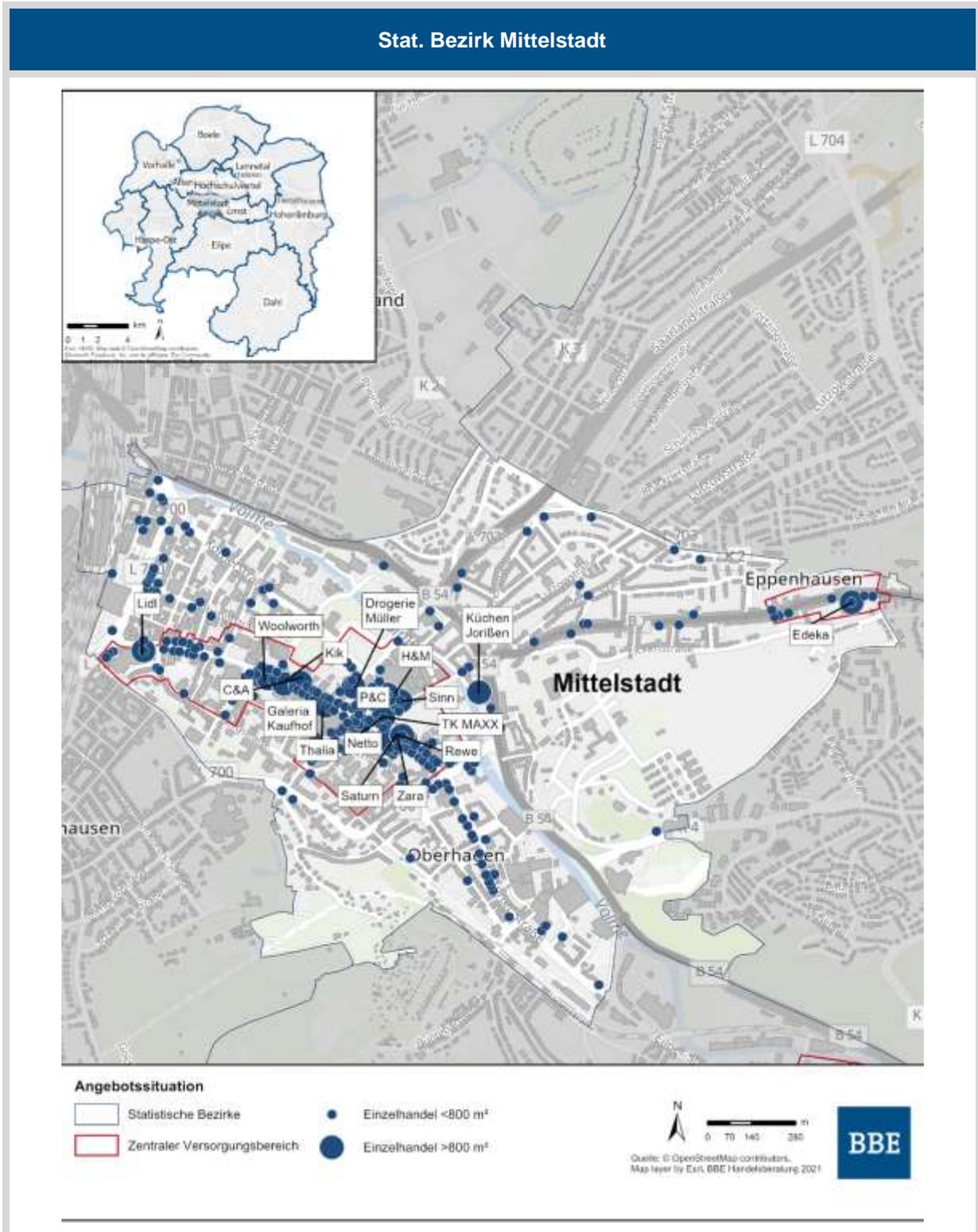
Teil C: Steckbriefe zu den Einzelstandorten

Im Rahmen der folgenden Kapitel werden die Einzelhandelsstandorte der Stadt Hagen im Einzelnen – gegliedert nach den statistischen Bezirken – dargestellt. Dabei wird folgende Darstellung verwendet:

- Überblick zur Ausstattung und den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen des statistischen Bezirks
- Analyse und Handlungsempfehlungen für den/die zentralen Versorgungsbereich/e
- Analyse und Handlungsempfehlungen für Nahversorgungsstandorte
- Analyse und Handlungsempfehlungen für Sonderstandorte des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels.

11 Einzelhandel in den statistischen Bezirken (Steckbriefe)

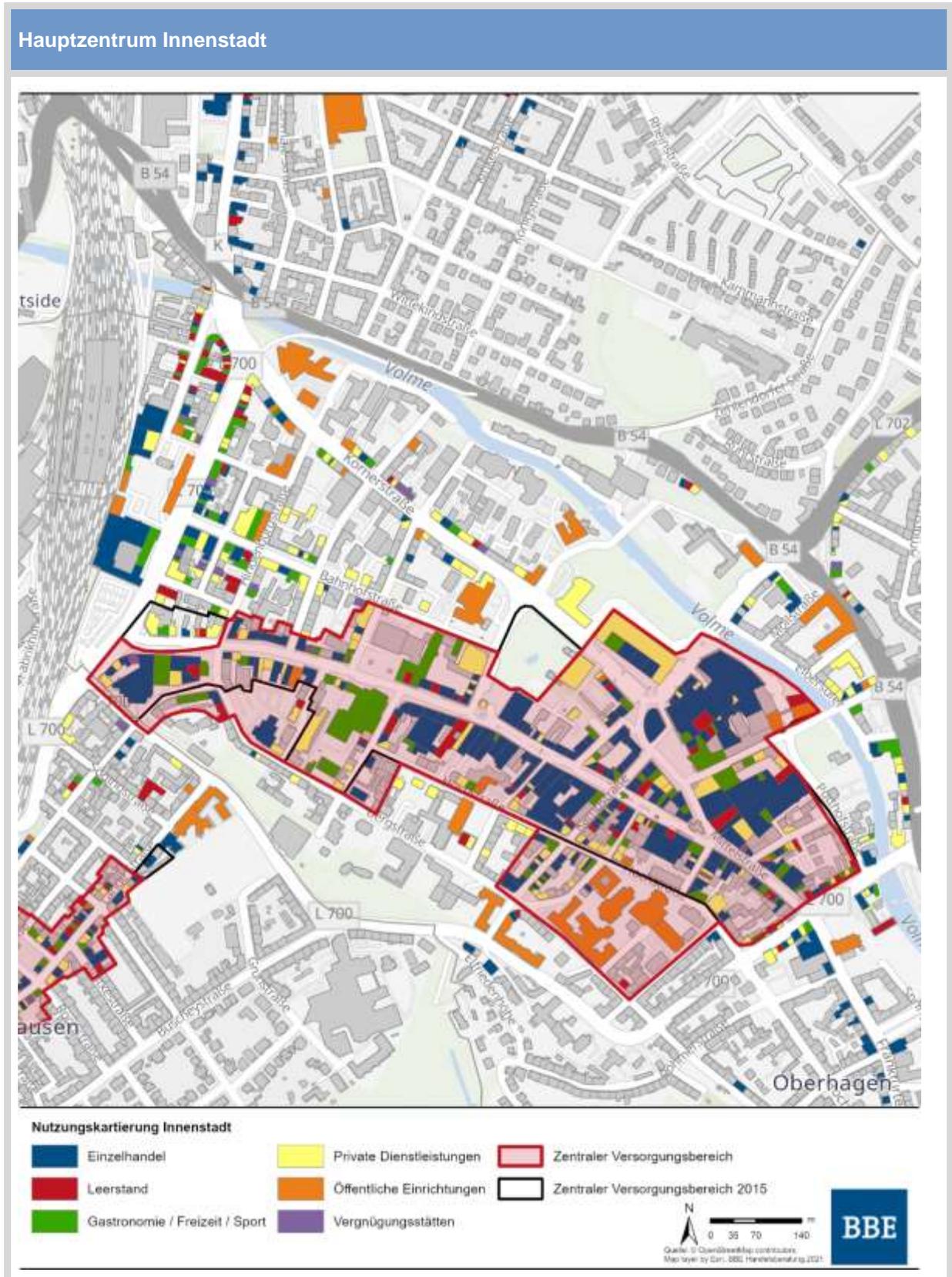
11.1 Einzelhandel im statistischen Bezirk Mittelstadt



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Innerhalb des Stadtgebietes nimmt der statistische Bezirk Mittelstadt die zentrale Lage in der Tallage der Volme ein. Die als Hochstraße gestaltete B 54 parallel zur Volme und die Bahntrasse parallel zur Ennepe stellen städtebauliche Zäsuren zu den umliegenden Stadtteilen dar. Die Mittelstadt weist eine hohe Siedlungsdichte bei überwiegend mehrgeschossiger Bebauung auf.							
Verkehrs- anbindung	<p>Die B 54 als innerörtliche Haupteerschließungsstraße verläuft zentral durch die Mittelstadt und verbindet die nördlichen und südlichen Stadtbezirke miteinander. Gleichzeitig stellt sie die Anbindung an die Autobahnen 1 und 45 sicher und fungiert gemeinsam mit dem Innenstadtring (Bergischer Ring/Graf-von-Galen-Ring) als Innenstadterschließung.</p> <p>Wichtige Ausfallstraßen: Rembergstraße/Eppenhauser Straße (B 7), Heinitzstraße/Saarlandstraße (L 702), Wehringhauser Straße (L 700)</p> <p>Hbf. Hagen (Fern- und Regionalverkehr, u.a. S 5, S8, S9, diverse RE/RB)</p> <p>Buslinien SB71, SB72, 510 - 521, 524, 527, 528, 541 - 543, 591, 594</p>							
Bevölkerungsstand	22.586 Einwohner (Stand: 31.07.2021)							
Bevölkerungs- entwicklung	2009	19.380						
	2014	20.229						
	2019	22.250						
Kaufkraftkennziffer	83,6 (Quelle: MBR 2021)							
Kaufkraft	120,8 Mio. € gesamt							
	56,1 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren							
Einzelhandels- struktur	Sortiment		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
			Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel		117	30	12.400	15	67,8	23
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik		14	4	4.250	5	24,4	8
	Apotheken-, Sanitätsartikel		15	4	960	1	28,6	10
	Bekleidung, Schuhe, Sport		93	24	41.780	50	93,6	31
	Bücher, Schreib-, Spielwaren		18	5	4.950	6	18,8	6
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren		31	8	6.100	7	30,0	10
	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo		18	5	1.920	2	5,3	2
	Möbel, Einrichtungsbedarf		28	7	7.550	9	15,1	5
Sonstige Sortimente		52	13	3.620	4	16,6	6	
Gesamt		386	100	83.530	100	300,2	100	
Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich								

Kennzahlen	3,7 m ² VKF je Einwohner (Stadt Hagen gesamt: 1,5 m ² VKF/EW) Umsatz-Kaufkraft-Relation 248 %
Top 10 Betriebe (Verkaufsfläche)	Galeria Kaufhof, Elberfelder Straße (8.400 m ²) Sinn, Friedrich-Ebert-Platz (5.000 m ²) Peek & Cloppenburg, Elberfelder Straße (4.650 m ²) Saturn, Mittelstraße (3.800 m ²) C & A, Elberfelder Straße (3.200 m ²) H & M, Friedrich-Ebert-Platz (1.800 m ²) Zara, Mittelstraße (1.400 m ²) Perla Young Fashion, Elberfelder Straße (1.400 m ²) Thalia, Elberfelder Straße (1.300 m ²) Küchen Jorißen, Elbersufer (1.300 m ²)
Angebots schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Innenstadt Hagen - Nahversorgungszentrum Eppenhäusen - Nahversorgungsstandort Graf-von-Galen-Carrée - Nahversorgungsstandort Frankfurter Straße
Nahversorgungssituation	<p>In der Innenstadt sind 3 Lebensmittelmärkte (Rewe/Rathaus-Galerie, Lidl/Schwenke Zentrum, Netto/Friedrich-Ebert-Platz) und ein kleinteilig geprägtes Angebot vorhanden. Vor allem im Bahnhofsumfeld sind neben den Lebensmittel- und Drogeriemärkten Penny und Rossmann im Graf-von-Galen-Carré auch zahlreiche ausländische Lebensmittelgeschäfte ansässig.</p> <p>Entlang der Eppenhauser Straße zeigt sich ein differenziertes Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen des Lebensmittelhandels (u.a. Edeka, Penny, Biomarkt).</p> <p>Das Nahversorgungsangebot an der Frankfurter Straße beschränkt sich auf wenige kleinere Betriebe (u.a. Eko-Markt). Am Standort Bergischer Ring ist ein Rossmann Drogeriemarkt ansässig.</p> <p>Damit ist in der Mittelstadt eine fußläufig erreichbare Nahversorgung in allen Siedlungsbereichen gegeben.</p>

11.1.1 Hauptzentrum Innenstadt



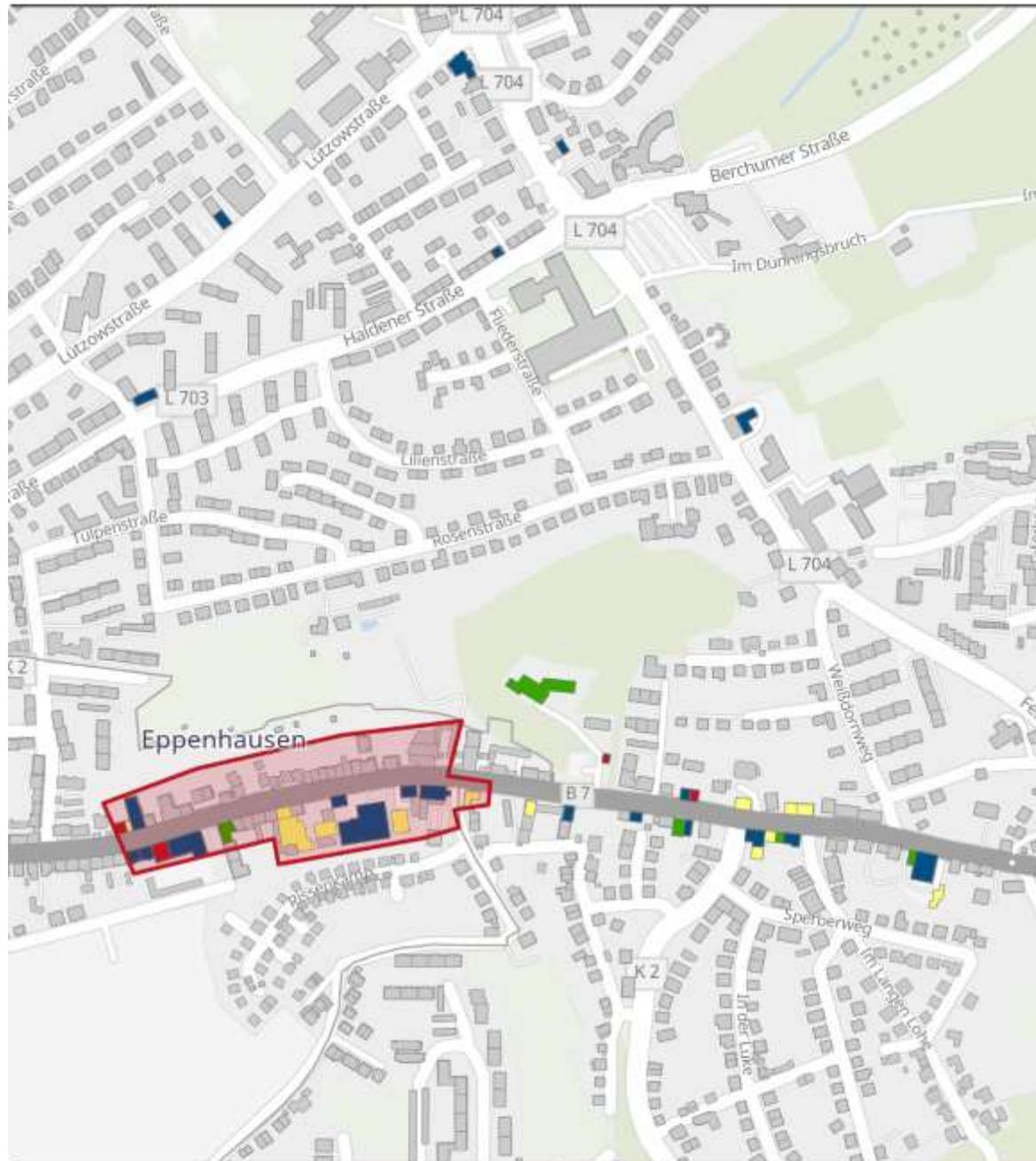
Lage/räumlich-funktionale Einordnung ⁴⁸	Hauptfunktionsachse Elberfelder Straße, Rathaus-Galerie, Volme-Galerie, Querachse Kampstraße, westlicher Abschluss Schwenke-Zentrum mit Revitalisierungsbedarf Dienstleistungsviertel entlang Bahnhofstraße/Kampstraße Bahnhof durch städtebauliche Zäsur getrennt Tallage von Volme und Ennepe																																																																																			
Angebotsstrukturen	Umfassendes Innenstadtangebot Untergliederung der Geschäftslagen (u.a. Hauptgeschäftsbereich: Fußgängerzone Elberfelder Straße in Verbindung mit Volme Galerie und Rathaus Galerie, Dienstleistungs- und Verwaltungsviertel an der Bahnhofstraße-/Körnerstraße, Museums- und Kunstquartier an der Hochstraße, Gastronomie- und Freizeitviertel im Umfeld der Elbershallen).																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>54</td> <td>21</td> <td>6.390</td> <td>9</td> <td>32,3</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>11</td> <td>4</td> <td>2.830</td> <td>4</td> <td>17,2</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>10</td> <td>4</td> <td>710</td> <td>1</td> <td>20,6</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>81</td> <td>31</td> <td>39.850</td> <td>57</td> <td>89,8</td> <td>39</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>14</td> <td>5</td> <td>4.560</td> <td>7</td> <td>17,7</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>24</td> <td>9</td> <td>5.780</td> <td>8</td> <td>28,6</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>6</td> <td>2</td> <td>700</td> <td>1</td> <td>2,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>22</td> <td>8</td> <td>5.760</td> <td>8</td> <td>9,1</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>39</td> <td>15</td> <td>3.010</td> <td>4</td> <td>14,7</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>261</td> <td>100</td> <td>69.590</td> <td>100</td> <td>232,4</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	54	21	6.390	9	32,3	14	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	11	4	2.830	4	17,2	7	Apotheken-, Sanitätsartikel	10	4	710	1	20,6	9	Bekleidung, Schuhe, Sport	81	31	39.850	57	89,8	39	Bücher, Schreib-, Spielwaren	14	5	4.560	7	17,7	8	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	24	9	5.780	8	28,6	12	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	6	2	700	1	2,4	1	Möbel, Einrichtungsbedarf	22	8	5.760	8	9,1	4	Sonstige Sortimente	39	15	3.010	4	14,7	6	Gesamt	261	100	69.590	100	232,4	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	54	21	6.390	9	32,3	14																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	11	4	2.830	4	17,2	7																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	10	4	710	1	20,6	9																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	81	31	39.850	57	89,8	39																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	14	5	4.560	7	17,7	8																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	24	9	5.780	8	28,6	12																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	6	2	700	1	2,4	1																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	22	8	5.760	8	9,1	4																																																																														
Sonstige Sortimente	39	15	3.010	4	14,7	6																																																																														
Gesamt	261	100	69.590	100	232,4	100																																																																														
Magnetbetriebe	Galeria Kaufhof (rd. 8.400 m ²), Sinn (rd. 5.000 m ² , Erweiterung in Bau), Peek & Cloppenburg (rd. 4.650 m ²), Saturn (rd. 3.800 m ²), C & A (rd. 3.200 m ²), H & M (rd. 1.800 m ²)																																																																																			

⁴⁸ Vgl. auch die ausführliche Darstellung der Innenstadt in Kap. 6.5

<p>Weitere Komplementärnutzungen</p>	<p>Gastronomische Nutzungen, Theater, Museen, sonstige Freizeitnutzungen; Kreditinstitute, Versicherungen, Reisebüro, Rechtsanwälte, umfassende Dienstleistungsangebot im persönlichen Bedarf, Ärzte und Gesundheitsdienstleistungen u.a. Verwaltungseinrichtungen</p>
<p>Leerstandssituation</p>	<p>70 Ladenlokale mit zusammen ca. 11.500 m² VKF</p>
<p>Veränderung ggü. 2015</p>	<p>Arrondierung im Bereich des Museums- und Kunstquartiers und der Augustastraße Verkleinerung im westlichen Randbereich der Elberfelder Straße und der Grünfläche des Volksparks</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Gesamtstädtische Versorgungsfunktion und regionale Ausstrahlung Wettbewerbsangebot: Dortmund-Innenstadt.</p>
<p>Entwicklungsperspektiven</p>	<p>Entwicklungsflächen in den innerstädtischen Einkaufszentren und durch sonstige Leerstände gegeben Nachnutzung bestehender Geschäftsflächen, Konzentration auf den bestehenden Geschäftsbereich, keine räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches</p>
<p>Handlungsempfehlungen</p>	<p>Sicherung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen und Nachverdichtungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig. Revitalisierung der innerstädtischen Einkaufszentren (u.a. Schwenke-Zentrum als Nahversorgungsschwerpunkt, Umnutzung der Obergeschosse in Volme Galerie und Rathaus Galerie durch nicht-einzelhandelsbezogene Nutzungen) Stadtgestalterische Maßnahmen zur Stärkung der Aufenthaltsqualität.</p>

11.1.2 Nahversorgungszentrum Eppenhausen

Nahversorgungszentrum Eppenhausen



Nutzungskartierung Eppenhausen

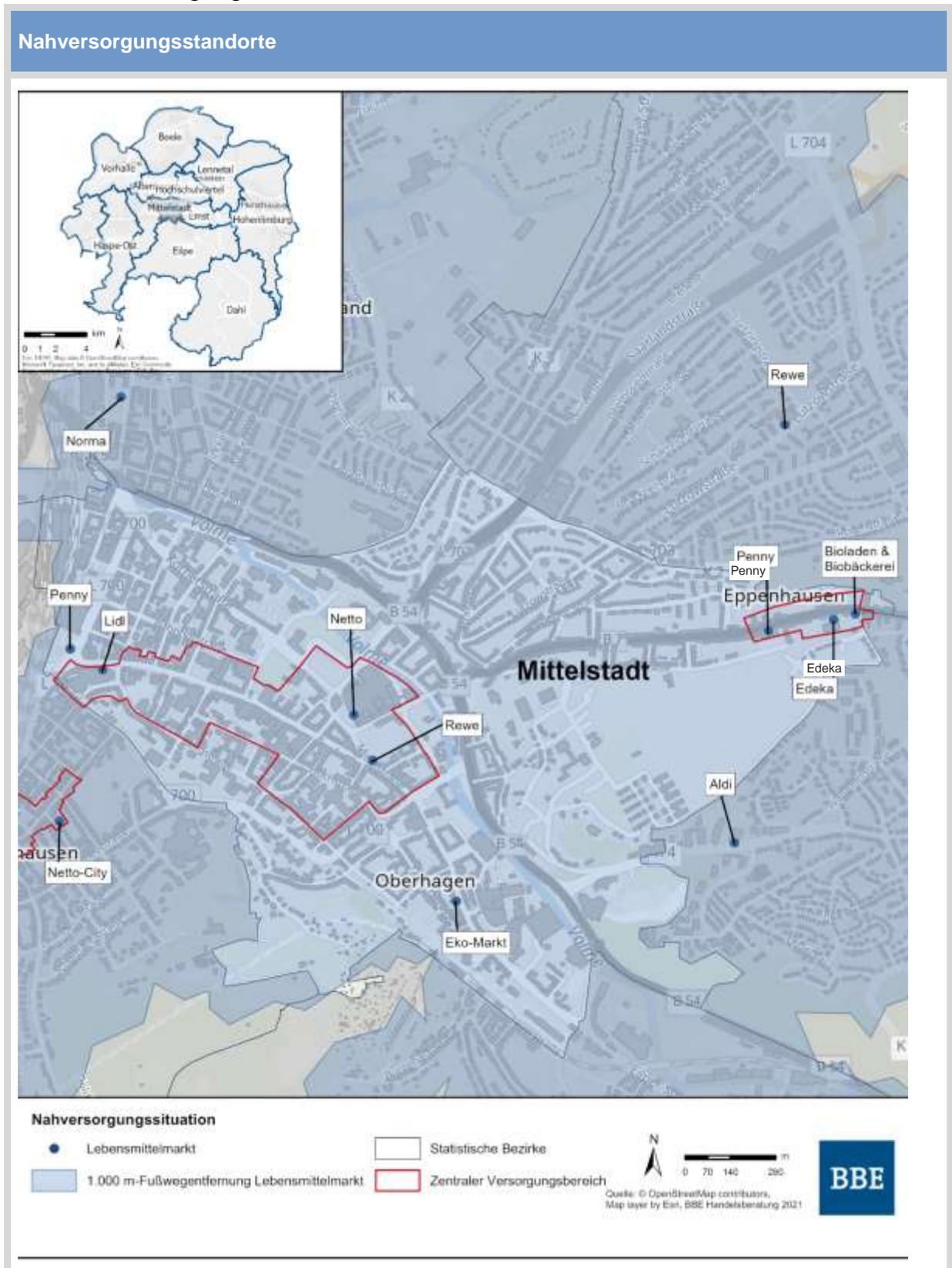
- Leerstand
- Einzelhandel
- Gastronomie / Freizeit / Sport
- Private Dienstleistungen
- Zentraler Versorgungsbereich



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nahversorgungszentrum Eppenhausen nimmt eine Lage im Übergangsbereich der Stadtteile Mittelstadt und Eppenhausen ein. Die Rembergstraße/Eppenhauser Straße (B 7) ist eine wichtige radiale Verkehrsachse, die die Innenstadt mit den östlichen Hagener Stadtteilen verbindet. Dabei ist vom Flusslauf der Volme nach Osten ein Geländeanstieg zu verzeichnen.</p> <p>Die Rembergstraße/Eppenhauser Straße verzeichnet einen Streubesatz von überwiegend kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Eine Verdichtung mit unterschiedlichen Nutzungsarten ist im Abschnitt zwischen Brunnenstraße und Rissestraße zu verzeichnen. Hier sind neben zwei Lebensmittelmärkten unterschiedliche kleinteilige Fachgeschäfte mit Nahversorgungsbezug (u.a. Bäckerei, Biogeschäft, Blumen) sowie gastronomische und dienstleistungsbezogene Angebote (u.a. Eiscafé, Gesundheitsdienstleistung) vorhanden. Im Zuge der Neuaufstellung des Penny-Marktes soll auch eine Kindertagesstätte realisiert werden.</p> <p>Der Geschäftsbereich und das Wohnumfeld ist durch eine dichte Baustruktur geprägt, ohne dass – abgesehen von der in Bau befindlichen Neuaufstellung des Penny-Marktes – größere Entwicklungsflächen im oder angrenzend an das Nahversorgungszentrum zur Verfügung stehen.</p>																																																																																			
Angebotsstrukturen	Das Einzelhandelsangebot stellt eine wohnungsnah Grundversorgung dar.																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>6</td> <td>67</td> <td>1.980</td> <td>83</td> <td>10,6</td> <td>85</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>170</td> <td>7</td> <td>0,7</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>1</td> <td>0,1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>1</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1</td> <td>11</td> <td>130</td> <td>5</td> <td>0,8</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>1</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>2</td> <td>22</td> <td>40</td> <td>2</td> <td>0,3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>9</td> <td>100</td> <td>2.390</td> <td>100</td> <td>12,5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	6	67	1.980	83	10,6	85	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	170	7	0,7	6	Apotheken-, Sanitätsartikel	0	0	0	0	0,0	0	Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	20	1	0,1	1	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	1	0,0	0	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	10	0	0,0	0	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	11	130	5	0,8	6	Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	20	1	0,0	0	Sonstige Sortimente	2	22	40	2	0,3	2	Gesamt	9	100	2.390	100	12,5	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	6	67	1.980	83	10,6	85																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	170	7	0,7	6																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	20	1	0,1	1																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	1	0,0	0																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	10	0	0,0	0																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	11	130	5	0,8	6																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	20	1	0,0	0																																																																														
Sonstige Sortimente	2	22	40	2	0,3	2																																																																														
Gesamt	9	100	2.390	100	12,5	100																																																																														

Magnetbetriebe	Edeka (rd. 1.000 m ²), Penny (rd. 700 m ² , Erweiterung in Bau), Niemand Vollkornbäckerei & Bioladen (rd. 460 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Eiscafé); Gesundheitsdienstleistungen
Leerstandssituation	2 Betriebe mit zusammen ca. 100 m ² VKF
Veränderung ggü. 2015	Zusätzlicher zentraler Versorgungsbereich
Versorgungsfunktion	Nahversorgung für angrenzende Siedlungsbereiche von Eppenhausen, Remberg und Emst mit ca. 18.300 Einwohnern Wettbewerbsangebote in der Innenstadt (westlich) sowie Nahversorgungsstandorte im Hochschulviertel und auf Emst.
Entwicklungsperspektiven	Keine größeren Entwicklungsflächen verfügbar Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau
Handlungsempfehlungen	Sicherung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen und Nachverdichtungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig. Stadtgestalterische Maßnahmen zur Stärkung der Aufenthaltsqualität.

11.1.3 Nahversorgungsstandorte in der Mittelstadt



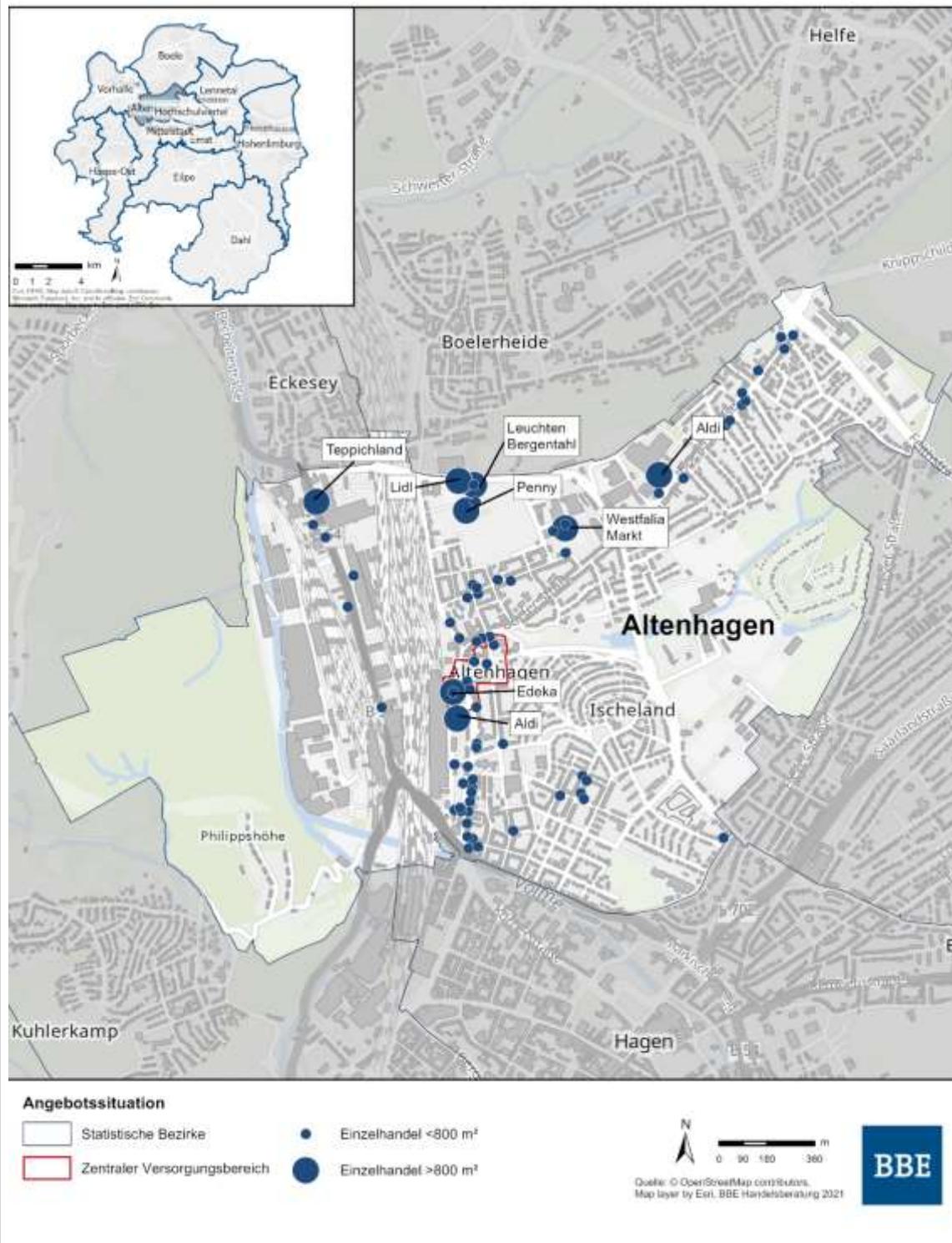
Weitere integrierte Nahversorgungsstandorte	
Graf-von-Galen-Carrée	<p>Lage: am Bahnhof, Zäsur durch Graf-von-Galen-Ring nächster ZVB Innenstadt ca. 200 m entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Penny, Rossmann, Kik 1.530 m² VKF/6,5 Mio. €, davon 5,7 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in der Mittelstadt 1.000 m-Zone: 14.700 EW/37,3 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der Ergänzungsfunktion, kein großflächiger Einzelhandel.</p>
Frankfurter Straße/ Dödterstraße	<p>Lage: südlich der Innenstadt, im Wohnsiedlungsbereich Oberhagen nächster ZVB Innenstadt ca. 350 m entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Eko-Markt, Bäckerei, Metzgerei, kleinteiliger EH ca. 950 m² VKF/4,5 Mio. €, davon 4,1 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Oberhagen / 1.000 m-Zone: 13.300 EW/33,7 Mio. € nahversorgungsrelev. Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der Ergänzungsfunktion, kein großflächiger Einzelhandel.</p>
Bettermann-Gelände	<p>Lage: westlich der Innenstadt, Zäsuren durch Volme und B 54 (Hochstraße)</p> <p>Angebotsstruktur: geplant: Einzelhandel in Verbindung mit anderen Nutzungen Der gegenwärtig als Parkplatz genutzte Planstandort liegt weitgehend im Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Kerngebietsfestsetzungen, sodass die Realisierung großflächigen Einzelhandels innerhalb des Geltungsbereichs des bestehenden Bebauungsplanes zulässig ist.</p> <p>Versorgungsfunktion: ggf. Nahbereich östliche Mittelstadt in Ergänzung des NVZ Eppenhausen und des HZ Innenstadt</p> <p>Handlungsempfehlung: Die Realisierung großflächigen Einzelhandels ist in Abhängigkeit vom Nutzungskonzept auf Grundlage des bestehenden Bebauungsplans im Einzelfall zulässig. Aufgrund der Historie des Standorts, einer beabsichtigten Nutzungsmischung aus Einzelhandel sowie sozialer und sonstiger Infrastruktur, dem be-</p>

stehenden Baurecht eines Kerngebiets sowie dem Nachweis der Verträglichkeit gegenüber den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Nahversorgungsstandorten kann ausnahmsweise eine Vereinbarkeit mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept gegeben sein.

Dabei ist eine Umsetzung nur innerhalb der bestehenden Bebauungsplan-Festsetzung (u.a. zwingende Geschossigkeit, Unterbringung der Stellplätze im Gebäude, Baugrenzen) möglich. Im Falle einer Bebauungsplanänderung bzw. Neuaufstellung werden voraussichtlich Ziele der Raumordnung betroffen sein. Gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW wäre zu prüfen, inwieweit ein Einzelhandelsvorhaben als „Nahversorgungsausnahme“ realisierbar ist. Dies wäre dann der Fall, wenn innerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche nachweislich keine geeigneten Alternativstandorte bestehen. Darüber hinaus wäre zu ermitteln, ob das Vorhaben der wohnortnahen Versorgung dient und keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung erwarten lässt.

11.1.4 Einzelhandel im statistischen Bezirk Altenhagen

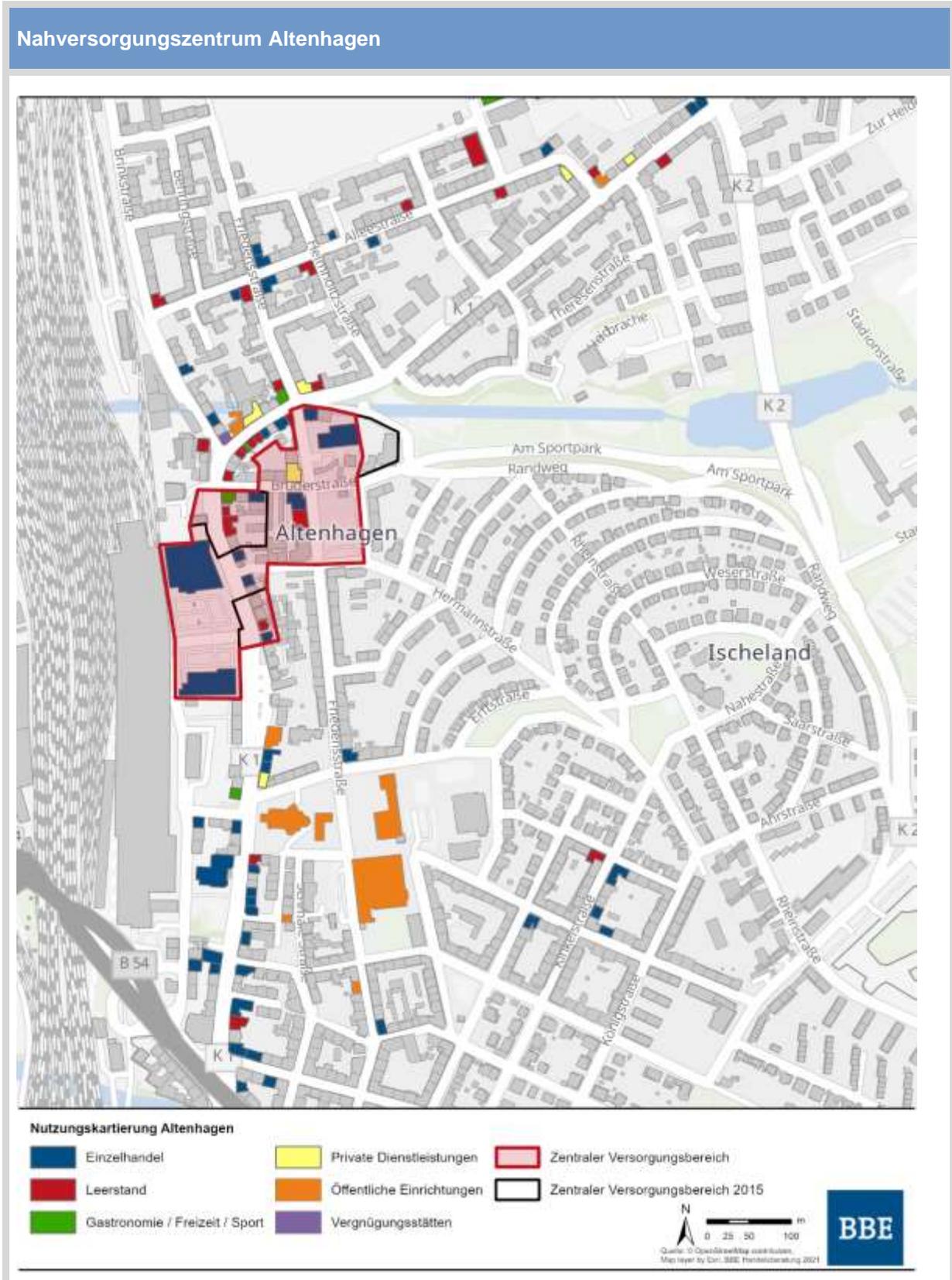
Statistischer Bezirk Altenhagen



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	<p>Der statistische Bezirk Altenhagen grenzt nördlich an die Innenstadt und erstreckt sich entlang der Boeler Straße bis auf die Höhe der Hoheleye. Darüber hinaus umfasst der statistische Bezirk den überwiegend gewerblich geprägten Bereich entlang der Volme, der Eckeseyer Straße und der parallel verlaufenden Bahntrasse.</p> <p>Der Siedlungsschwerpunkt liegt im dicht bebauten Altenhagen-Süd mit mehr als 8.600 Einwohnern. Altenhagen-Nord ist durch eine Mischung von Ein- und Mehrfamilienhäusern geprägt. In Eckesey-Süd ist eine starke Durchmischung von Gewerbe und Wohnen zu verzeichnen.</p>																																																																																									
Verkehrs- anbindung	B 54 mit Anbindung an die Innenstadt und an die Autobahn 1, Boeler Straße (K 1) und Alexander Straße (K 2) Buslinien u.a. 510, 512, 515, 516, 518, 519, 524, 527, 541, 542, 591, 594, SB72																																																																																									
Bevölkerungsstand	18.916 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																									
Bevölkerungs- entwicklung	2009	17.279																																																																																								
	2014	17.265																																																																																								
	2019	18.620																																																																																								
Kaufkraftkennziffer	90,2 (Quelle: MBR 2021)																																																																																									
Kaufkraft	109,1 Mio. € gesamt, 49,4 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																									
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>36</td> <td>43</td> <td>8.450</td> <td>22</td> <td>44,2</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>480</td> <td>1</td> <td>2,2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>140</td> <td>0</td> <td>8,5</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>1.060</td> <td>3</td> <td>2,3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>440</td> <td>1</td> <td>0,9</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>850</td> <td>2</td> <td>2,9</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>10</td> <td>12</td> <td>22.670</td> <td>58</td> <td>28,6</td> <td>28</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>3.680</td> <td>9</td> <td>8,0</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>1.130</td> <td>3</td> <td>3,6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>83</td> <td>100</td> <td>38.900</td> <td>100</td> <td>101,2</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>							Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	36	43	8.450	22	44,2	44	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	480	1	2,2	2	Apotheken-, Sanitätsartikel	3	4	140	0	8,5	8	Bekleidung, Schuhe, Sport	9	11	1.060	3	2,3	2	Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	1	440	1	0,9	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	6	850	2	2,9	3	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	10	12	22.670	58	28,6	28	Möbel, Einrichtungsbedarf	9	11	3.680	9	8,0	8	Sonstige Sortimente	9	11	1.130	3	3,6	4	Gesamt	83	100	38.900	100	101,2	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																					
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																				
Nahrungs- und Genussmittel	36	43	8.450	22	44,2	44																																																																																				
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	480	1	2,2	2																																																																																				
Apotheken-, Sanitätsartikel	3	4	140	0	8,5	8																																																																																				
Bekleidung, Schuhe, Sport	9	11	1.060	3	2,3	2																																																																																				
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	1	440	1	0,9	1																																																																																				
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	6	850	2	2,9	3																																																																																				
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	10	12	22.670	58	28,6	28																																																																																				
Möbel, Einrichtungsbedarf	9	11	3.680	9	8,0	8																																																																																				
Sonstige Sortimente	9	11	1.130	3	3,6	4																																																																																				
Gesamt	83	100	38.900	100	101,2	100																																																																																				

Kennzahlen	<p>2,1 m² VKF je Einwohner</p> <p>Umsatz-Kaufkraft-Relation 93 %</p>
Top 10 Betriebe (Verkaufsfläche)	<p>Bauhaus, Eckeseyer Straße (ca. 19.500 m²)</p> <p>Westfalia Markt, Pettenkoferstraße (rd. 3.500 m²)</p> <p>Edeka, Zollstraße (ca. 2.000 m²)</p> <p>Aldi, Boeler Straße (rd. 1.200 m²)</p> <p>Leuchten Bergenthal, Alexanderstraße (rd. 1.100 m²)</p> <p>Aldi, Zollstraße (rd. 1.100 m²)</p> <p>Teppichland, Eckeseyer Straße (rd. 900 m²)</p> <p>Lidl, Alexanderstraße (800 m²)</p> <p>Penny, Alexanderstraße (800 m²)</p> <p>Norma, Altenhagener Straße (700 m²)</p> <p>Fressnapf, Alexanderstraße (700 m²)</p>
Angebots- schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nahversorgungszentrum Altenhagen - Nahversorgungsstandort Alexanderstraße - Nahversorgungsstandort Boeler Straße, Aldi - Nahversorgungsstandort Altenhagen-Nord - Nahversorgungsstandort Altenhagen-Süd, Norma - Sonderstandort Eckeseyer Straße
Nahversorgungssituation	<p>Innerhalb des statistischen Bezirks Altenhagen fokussieren sich die großen Lebensmittelmärkte auf das Stadtteilzentrum Altenhagen-Süd (u.a. Edeka, Aldi, Netto, Saygi) und den Sonderstandort Alexanderstraße (u.a. Aldi, Penny sowie Kaufland/statistischer Bezirk Boele). In Altenhagen-Nord ist mit dem Pol-Markt nur noch ein spezifisches Nahversorgungsangebot vorhanden. Der Aldi-Markt an der Boeler Straße nimmt einen isolierten Nahversorgungsstandort ein. Gleiches gilt für den in Altenhagen-Süd ansässigen Norma-Markt.</p> <p>Während die zentralen Wohnbereiche damit auch unter Erreichbarkeitsaspekten über eine gute Ausstattung verfügen, kann sich die in Altenhagen-Nord lebende Bevölkerung nur noch eingeschränkt fußläufig versorgen.</p>

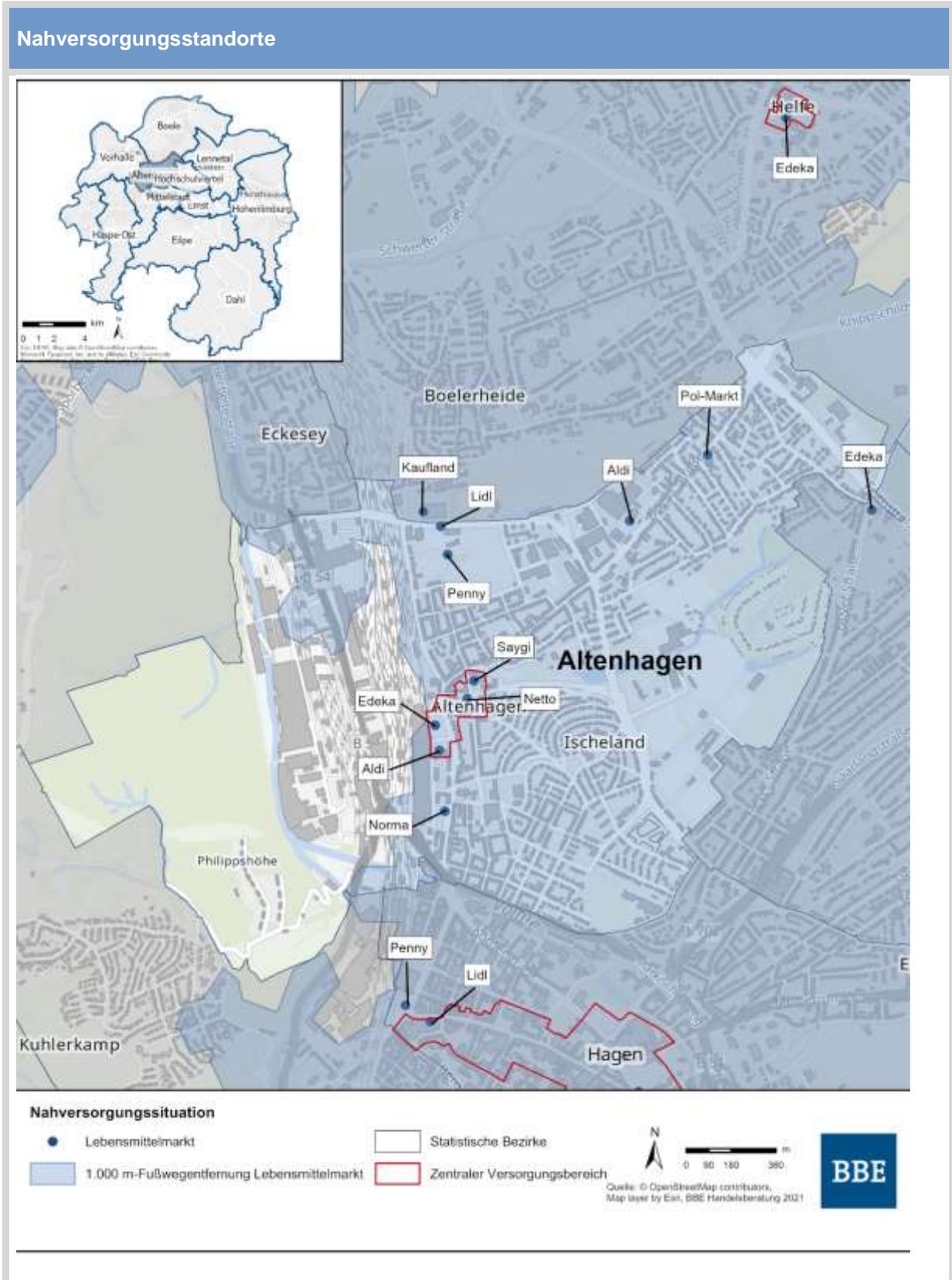
11.1.5 Nahversorgungszentrum Altenhagen



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	Das Nahversorgungszentrum Altenhagen ist dem südlichen Siedlungsbereich von Altenhagen zugeordnet. Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der Friedensplatz dar, der für verschiedene Veranstaltungen und den Wochenmarkt genutzt wird. Entlang der Friedensstraße, der Boeler Straße und der Altenhagener Straße ist eine Mischung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorhanden. Im Bereich der Friedensstraße sind mit Saygi und Netto zwei kleinere Lebensmittelmärkte ansässig. An der Altenhagener Straße fungiert der Standortverbund von Edeka und Aldi als wichtiger Versorgungsstandort. Die westliche Boeler Straße weist eine überwiegend gründerzeitliche Bebauung mit Ladenlokalen in den Erdgeschossen auf, die aktuell keine angemessene Nutzung aufweisen (Leerstände, Mindernutzungen).																																																																																			
Angebotsstrukturen	Die vorhandenen Angebotsstrukturen werden von nahversorgungsrelevanten Sortimenten bestimmt (Lebensmittelmärkte und Ladenhandwerk). 12 Leerstände belasten die Funktionsfähigkeit insbesondere der westlichen Boeler Straße und der nördlichen Altenhagener Straße.																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1" data-bbox="467 1039 1401 1621"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>8</td> <td>80</td> <td>3.900</td> <td>86</td> <td>18,7</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>230</td> <td>5</td> <td>1,0</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>40</td> <td>1</td> <td>0,4</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>40</td> <td>1</td> <td>0,2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>110</td> <td>2</td> <td>0,2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>60</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>1</td> <td>10</td> <td>120</td> <td>3</td> <td>0,2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>1</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>10</td> <td>100</td> <td>4.510</td> <td>100</td> <td>21,0</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="480 1637 1018 1659">Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	8	80	3.900	86	18,7	89	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	230	5	1,0	5	Apotheken-, Sanitätsartikel	0	0	0	0	0,0	0	Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	40	1	0,4	2	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	40	1	0,2	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	110	2	0,2	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	60	1	0,3	1	Möbel, Einrichtungsbedarf	1	10	120	3	0,2	1	Sonstige Sortimente	1	10	10	0	0,0	0	Gesamt	10	100	4.510	100	21,0	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	8	80	3.900	86	18,7	89																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	230	5	1,0	5																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	40	1	0,4	2																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	40	1	0,2	1																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	110	2	0,2	1																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	60	1	0,3	1																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	1	10	120	3	0,2	1																																																																														
Sonstige Sortimente	1	10	10	0	0,0	0																																																																														
Gesamt	10	100	4.510	100	21,0	100																																																																														
Magnetbetriebe	Lebensmittelbetriebe Edeka (rd. 2.000 m ²), Aldi (rd. 1.100 m ²), Saygi Markt (rd. 600 m ²) und Netto (rd. 500 m ²)																																																																																			
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Imbisse, Pizzeria); Sparkasse, Versicherungsmakler, Familienbegleitung, Spielhalle																																																																																			

Leerstands-situation	5 Betriebe (im nördlichen Teilbereich), insg. 200 m ²
Veränderung ggü. 2015	Arrondierung des zentralen Versorgungsbereiches um den Verbindungsbereich entlang der Altenhagener Straße; Reduzierung des Bereichs Am Sportpark, der keine Einzelhandelseignung aufweist
Versorgungsfunktion	Nahversorgung für den Siedlungsbereich Altenhagen-Süd/Eckesey-Süd mit ca. 14.800 Einwohnern Wettbewerbsangebote in der Innenstadt (südlich) und am Nahversorgungsstandorte Alexanderstraße
Entwicklungsperspektiven	Keine größeren Entwicklungsflächen verfügbar Bestandssicherung der Lebensmittelmärkte, Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau
Handlungsempfehlungen	Sicherung und Aufwertung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen und Nachverdichtungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig (Schwerpunkt: Nahversorgung) gestalterische Verbesserungen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität

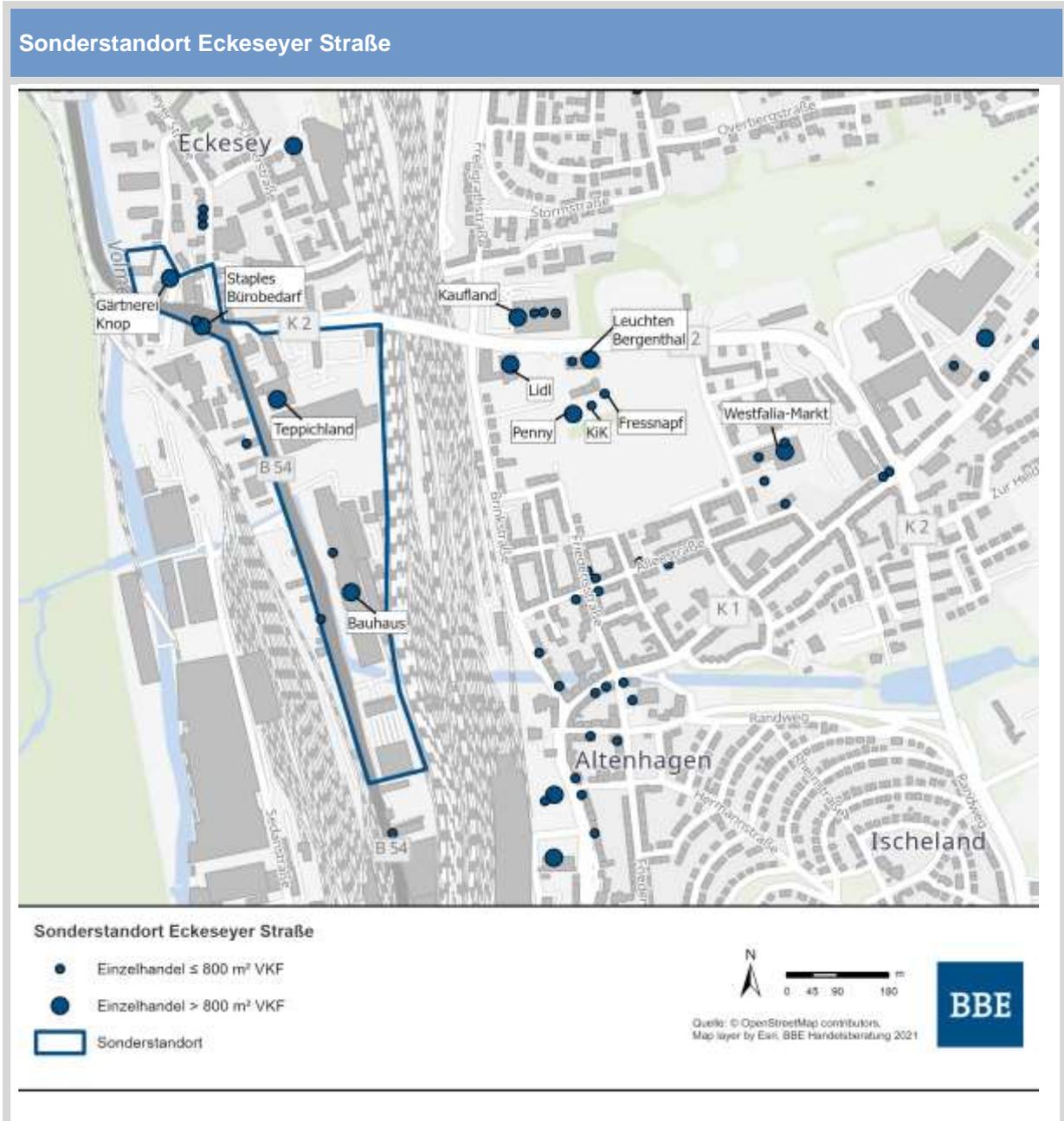
11.1.6 Nahversorgungsstandorte Altenhagen



Nahversorgungsstandort Alexanderstraße	
Lagebereiche	<p>Der Versorgungsstandort Alexanderstraße nimmt eine Lage zwischen den Wohnsiedlungsbereichen Boelerheide im Norden und Altenhagen im Süden ein. Das unmittelbare Umfeld ist gewerblich geprägt, nach Norden besteht eine Anbindung an den Siedlungsbereich Boelerheide.</p> <p>Die nächsten zentralen Versorgungsbereich Altenhagen und Boele sind 700 m bzw. 2,4 km entfernt.</p>
Angebotsstrukturen	<p>Einzelhandelsagglomeration mit den Lebensmittelmärkte Kaufland (inkl. Konzessionäre), Lidl und Penny sowie weiteren Fachmärkten (u.a. Bergenthal Leuchten, Fressnapf und Kik)</p>
Einzelhandelsstruktur	<p>10 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 10.540 m² VKF/47,4 Mio. €, davon 40,0 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p>
Versorgungsfunktion	<p>Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Boelerheide/Altenhagen-Nord/Eckesey-Süd (ca. 16.900 Einwohner)</p> <p>1.000 m-Zone: 10.600 EW/28,4 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p>
Handlungsempfehlungen	<p>Sicherung der Ergänzungsfunktion zu Nahversorgungszentrum Altenhagen (ohne Entwicklungsflächen) und der wohnungsnahen Versorgung in Boelerheide</p>
Weitere Nahversorgungsstandorte	
Boeler Straße, Aldi	<p>Lage: Übergangsbereich Gewerbe-Wohnen mit Anbindung an den Wohnsiedlungsbereich Altenhagen-Nord</p> <p>nächster ZVB Altenhagen ca. 1 km entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Aldi</p> <p>ca. 1.200 m² VKF/8,5 Mio. €, davon 7,8 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Nahbereich</p> <p>1.000 m-Zone: 11.000 EW/29,5 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für Altenhagen-Nord</p>

Altenhagen-Nord	<p>Lage: Südliche Randlage im Geschäftsbereich Altenhagen-Nord, der nicht das städtebauliche Gewicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches hat, keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort</p> <p>nächster ZVB Altenhagen ca. 1,3 km entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Pol-Markt, Bäckerei, Apotheke, Kiosk, kleinteiliger Einzelhandel</p> <p>ca. 810 m² VKF/5,7 Mio. €, davon 2,4 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Nahbereich</p> <p>1.000 m-Zone: 8.400 EW/22,5 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für Altenhagen-Nord</p>
Altenhagen-Süd, Norma	<p>Lage: Isolierte Lage im Geschäftsbereich Altenhagen-Süd, keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort</p> <p>nächster ZVB Altenhagen ca. 300 m entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Norma</p> <p>ca. 720 m² VKF/2,7 Mio. €, davon 2,4 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Nahbereich</p> <p>1.000 m-Zone: 15.400 EW/41,2 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für Altenhagen-Süd</p>

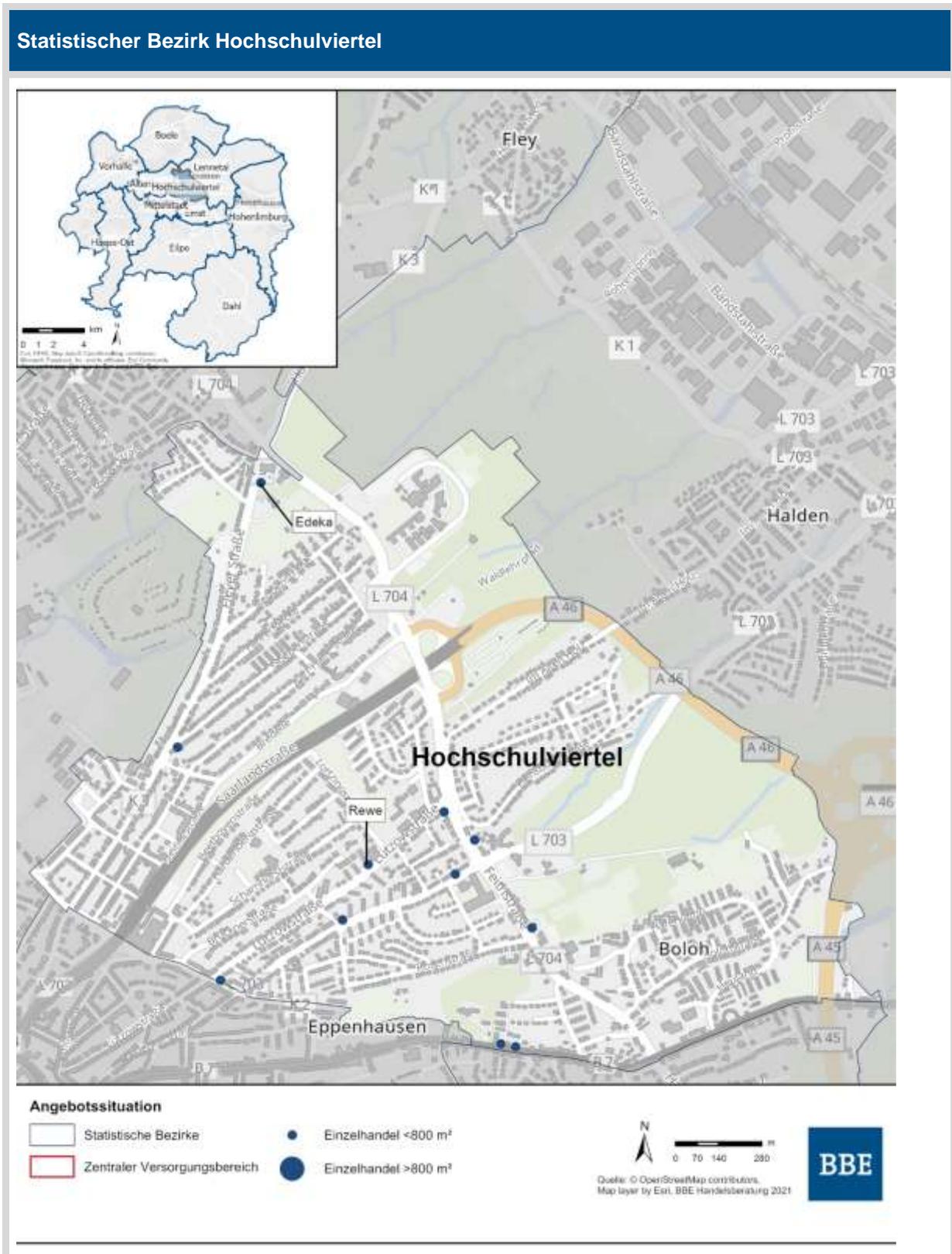
11.1.7 Sonderstandorte Altenhagen



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Die Fachmarkttagglomeration erstreckt sich entlang der Eckeseyer Straße (B 54) und wird westlich durch die Bundesstraße und östlich durch die Bahntrasse begrenzt.</p> <p>Das Standortumfeld ist überwiegend gewerblich geprägt (1.900 EW im 1.000 m-Nahbereich), sodass der Standort als nicht-integriert zu bewerten ist.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Hagen Bauhaus“ (Linien 518, 519, 524, 541, 591, 594, SB 72). Im Regionalplan Ruhr wird zukünftig ein Allgemeiner Siedlungsbereich darstellen (GEP 99: GIB).</p>
Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe	<p>Standortprägend sind großflächige Fachmärkte mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, Kfz-Betriebe und sonstige Gewerbebetriebe</p> <p>Einzelhandelsangebot: 8 Einzelhandelbetriebe mit ca. 23.400 m² VKF (ohne Staples)</p> <p>Bauhaus (19.500 m² inkl. Baustoff Drive-In), Gärtnerei Knop (ca. 1.200 m²), Teppichland (900 m²), Leerstand</p> <p>Südwestlich der B 54: Staples (1.200 m²)</p>
Versorgungsfunktion	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion im Bereich des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
Entwicklungsperspektiven	<p>Hagens einziger größerer Verbundstandort im ASB, der zur Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten großflächigen Fachmärkten die planerischen Standortvoraussetzungen erfüllt.</p> <p>Nachnutzung des großflächigen Leerstandes (ehem. Baumarkt)</p> <p>ggf. Entwicklungsfläche durch Umnutzung von Gewerbeflächen im Bereich Eckeseyer Straße/südlich Fuhrparkstraße</p>
Handlungsempfehlungen 	<p>Sicherung und Weiterentwicklung in der Funktion als Sonderstandort für den (großflächigen) Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (inkl. Areale südl. Fuhrparkstraße)</p> <p>ggf. Änderung/Aufstellung von Bebauungsplänen zur Steuerung der zulässigen Nutzungen</p>

Weitere nicht-integrierte Einzelhandelsstandorte	
Westfalia, Pettenkokerstraße	<p>Lage: Isolierte Lage in gewerblich geprägtem Umfeld (nicht-integriert), Regionalplan Ruhr: GIB</p> <p>Angebotsstruktur: Westfalia Markt (3.500 m²), Schnapp-zu Restpostenmarkt (300 m²)</p> <p>Versorgungsfunktion: Stadt Hagen, Schwerpunkt: nördliches Stadtgebiet</p> <p>Handlungsempfehlung: keine Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort sinnvoll, ggf. Bauleitplanung zum Ausschluss von großflächigem Einzelhandel</p>
Ehem. Opel Sauerland, Alexanderstraße	<p>Lage: Isolierte Lage in gewerblich geprägtem Umfeld (nicht-integriert), Regionalplan Ruhr: GIB</p> <p>Angebotsstruktur: Leerstand</p> <p>Versorgungsfunktion: z.Zt. keine</p> <p>Handlungsempfehlung: keine Entwicklung als Einzelhandelsstandort sinnvoll, ggf. Bauleitplanung zum Ausschluss von großflächigem Einzelhandel</p>

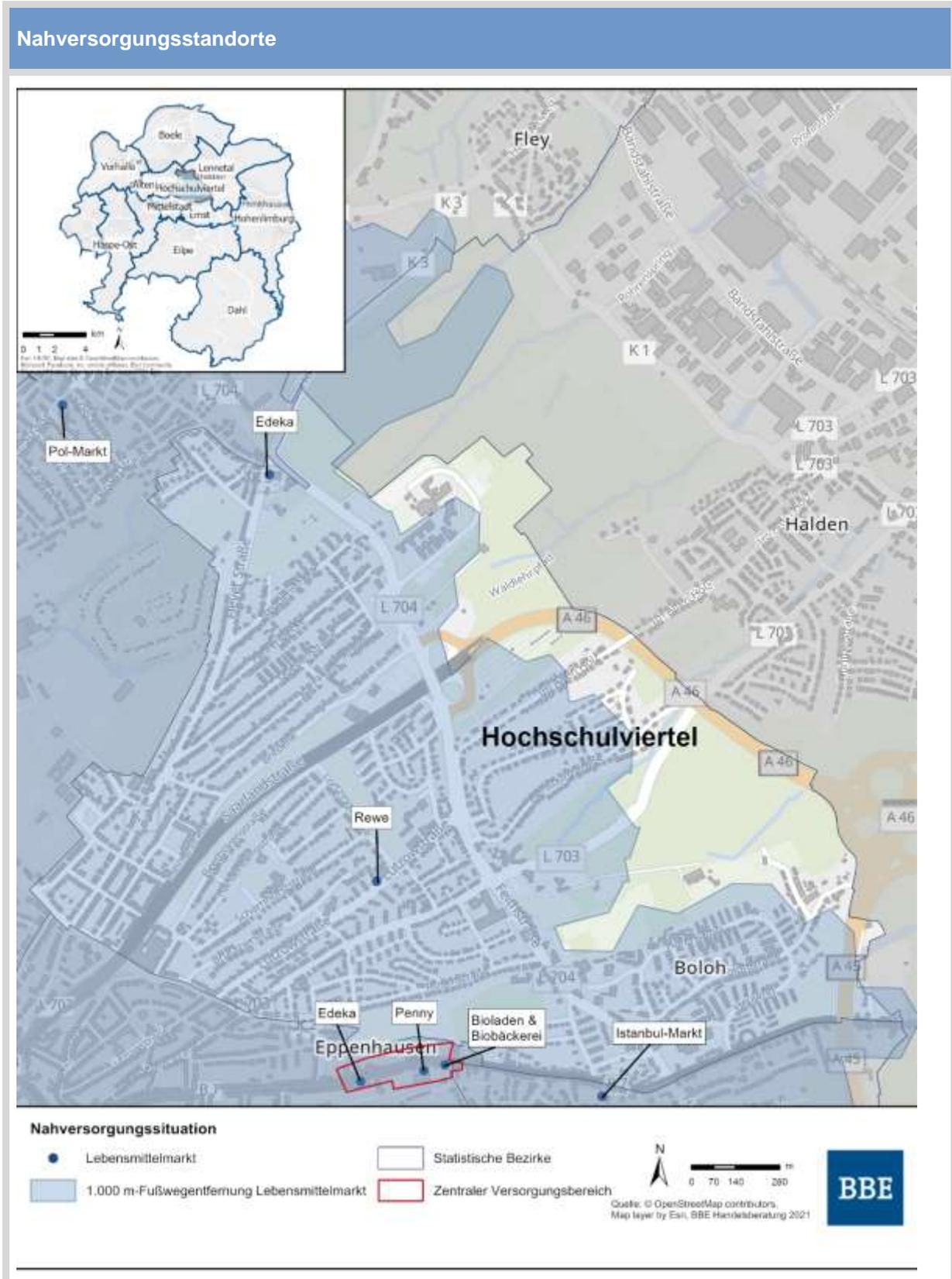
11.2 Einzelhandel im statistischen Bezirk Hochschulviertel



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	<p>Der statistische Bezirk Hochschulviertel ist umgeben von den Bezirken Altenhagen (Westen), Mittelstadt (Südwesten), Emst (Südosten), Lennetal (Osten) und Boele (Norden). Damit erstreckt sich der Siedlungsbereich zwischen der Innenstadt und dem Fleyer Wald und weist damit große topografische Unterschiede auf.</p> <p>Das Hochschulviertel – benannt nach der FernUniversität Hagen und der Fachhochschule Südwestfalen – umfasst die beiden Wohnbezirke Eppenhäuser und Fleyerviertel mit einer durch Ein- und kleineren Mehrfamilienhäuser geprägten Baustruktur. Dabei sind nur wenige Einzelhandels- und Gastronomieangebote vorhanden.</p>																																																																																			
Verkehrs- anbindung	<p>In Höhenlage verläuft die Landesstraße 704 (Feithstraße) mit Anbindung an die Autobahnen A1 und A 46. In Richtung Innenstadt durchqueren die Fleyer Straße (K 3), Saarlandstraße (L 702), Haldener Straße (L 703) und Eppenhäuser Straße (B 7) den statistischen Bezirk.</p> <p>Buslinien u.a. 513, 514, 515, 517, 520, 521, 524, 525, 527, 534, 541, 543, SB 72 mit Anbindung vor allem Richtung Innenstadt</p>																																																																																			
Bevölkerungsstand	12.461 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																			
Bevölkerungs- entwicklung	2009 12.375 2014 12.425 2019 12.409																																																																																			
Kaufkraftkennziffer	102,7 (Quelle: MBR 2021)																																																																																			
Kaufkraft	104,4 Mio. € gesamt 45,7 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																			
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>7</td> <td>54</td> <td>1.520</td> <td>80</td> <td>9,1</td> <td>72</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>90</td> <td>5</td> <td>0,4</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>40</td> <td>2</td> <td>2,6</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>1</td> <td>0,1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1</td> <td>8</td> <td>110</td> <td>6</td> <td>0,3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>2</td> <td>15</td> <td>80</td> <td>4</td> <td>0,1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>2</td> <td>15</td> <td>50</td> <td>3</td> <td>0,2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>13</td> <td>100</td> <td>1.910</td> <td>100</td> <td>12,8</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	7	54	1.520	80	9,1	72	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	90	5	0,4	3	Apotheken-, Sanitätsartikel	1	8	40	2	2,6	20	Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	1	0,1	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	8	110	6	0,3	2	Möbel, Einrichtungsbedarf	2	15	80	4	0,1	1	Sonstige Sortimente	2	15	50	3	0,2	2	Gesamt	13	100	1.910	100	12,8	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	7	54	1.520	80	9,1	72																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	90	5	0,4	3																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	1	8	40	2	2,6	20																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	1	0,1	1																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	8	110	6	0,3	2																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	2	15	80	4	0,1	1																																																																														
Sonstige Sortimente	2	15	50	3	0,2	2																																																																														
Gesamt	13	100	1.910	100	12,8	100																																																																														

Kennzahlen	<p>0,2 m² VKF je Einwohner</p> <p>Umsatz-Kaufkraft-Relation 12 %</p>
Top 2 Betriebe (Verkaufsfläche)	<p>Edeka, Fleyer Straße (ca. 770 m²)</p> <p>Rewe, Lützowstraße (rd. 730 m² inkl. Bäckerei)</p>
Angebots- schwerpunkte	<p>Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf die beiden kleineren Lebensmittelmärkte und wenige ergänzende kleinteilige Einzelhandelsbetriebe in isolierter Lage. Für den Edeka-Markt wird eine Erweiterung der Verkaufsfläche auf ca. 1.350 m² angestrebt.</p>
Nahversorgungssituation	<p>Der statistische Bezirk weist ein großes Versorgungsdefizit in der Nahversorgung auf, das auch mit der angestrebten Edeka-Erweiterung nur geringfügig abgemildert werden kann. Es sind keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden, die nahversorgungsrelevante Kaufkraft fließt u.a. nach Altenhagen und an die Eppenhauser Straße ab.</p>

11.2.1 Nahversorgungsstandorte Hochschulviertel



Weitere integrierte Nahversorgungsstandorte

Fleyer Straße,
Edeka

Lage: einziger Nahversorger im nördlichen Fleyerviertel
nächste ZVB Altenhagen und Innenstadt jeweils ca. 2,5 km entfernt.

Angebotsstruktur: Edeka, Tankstelle
ca. 800 m² VKF/4,6 Mio. € (= nahversorgungsrelevanter Umsatz),
Edeka-Erweiterung auf ca. 1.350 m² VKF geplant

Versorgungsfunktion: Nahbereich
1.000 m-Zone: 4.700 EW/13,7 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Erweiterung/Bestandssicherung der wohnungsnahen
Versorgung für das Hochschulviertel

Lützwowstraße,
Rewe

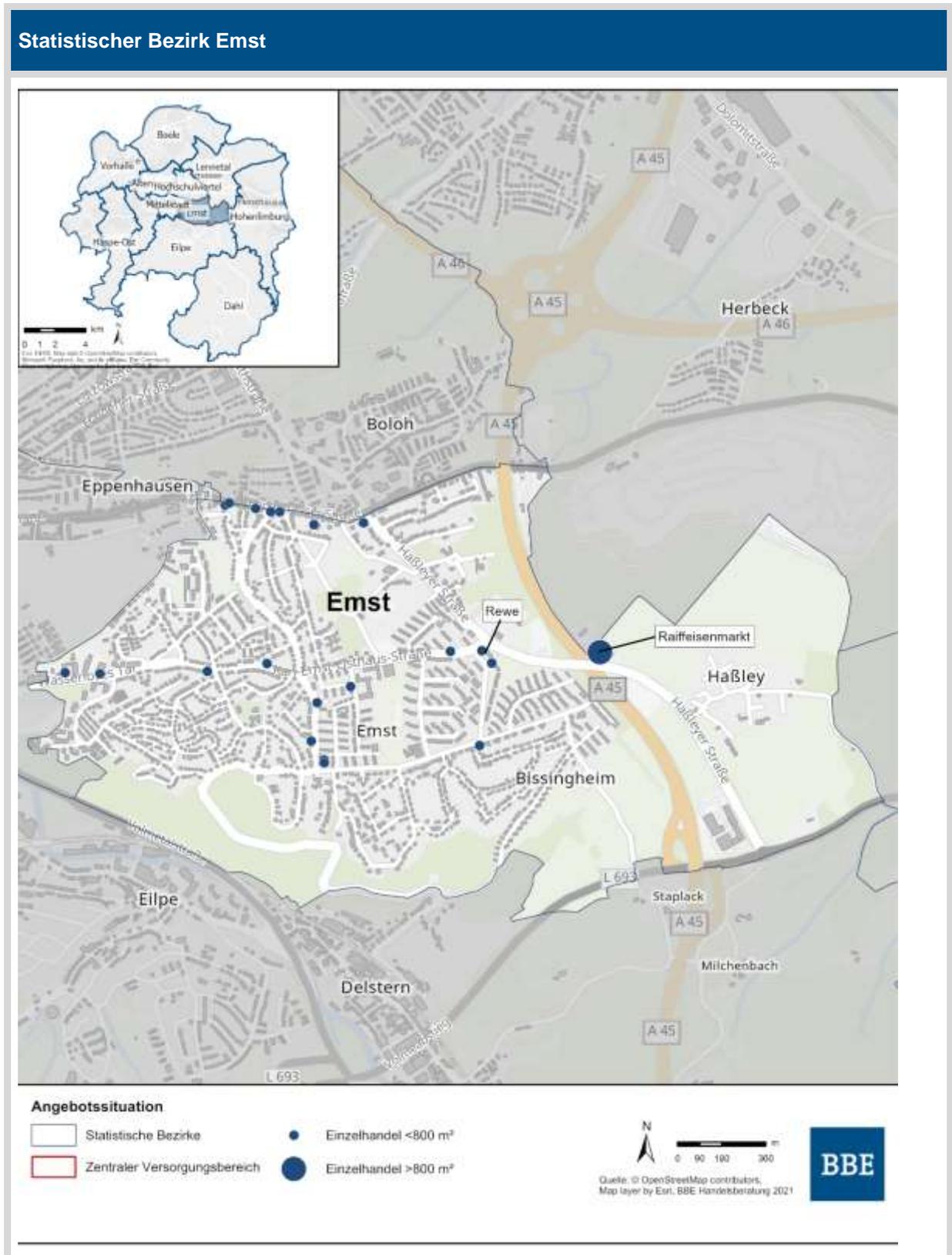
Lage: integrierter Standort in zentraler Lage des Hochschulviertels, keine Er-
weiterungsmöglichkeiten am Standort
nächste ZVB Eppenhausen und Innenstadt jeweils ca. 1,5 km entfernt.

Angebotsstruktur: Rewe mit Bäckerei
ca. 730 m² VKF/4,3 Mio. € Umsatz (= nahversorgungsrelevanter Umsatz)

Versorgungsfunktion: Nahbereich
1.000 m-Zone: 9.300 EW/27,3 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Erweiterung/Bestandssicherung der wohnungsnahen
Versorgung für das Hochschulviertel

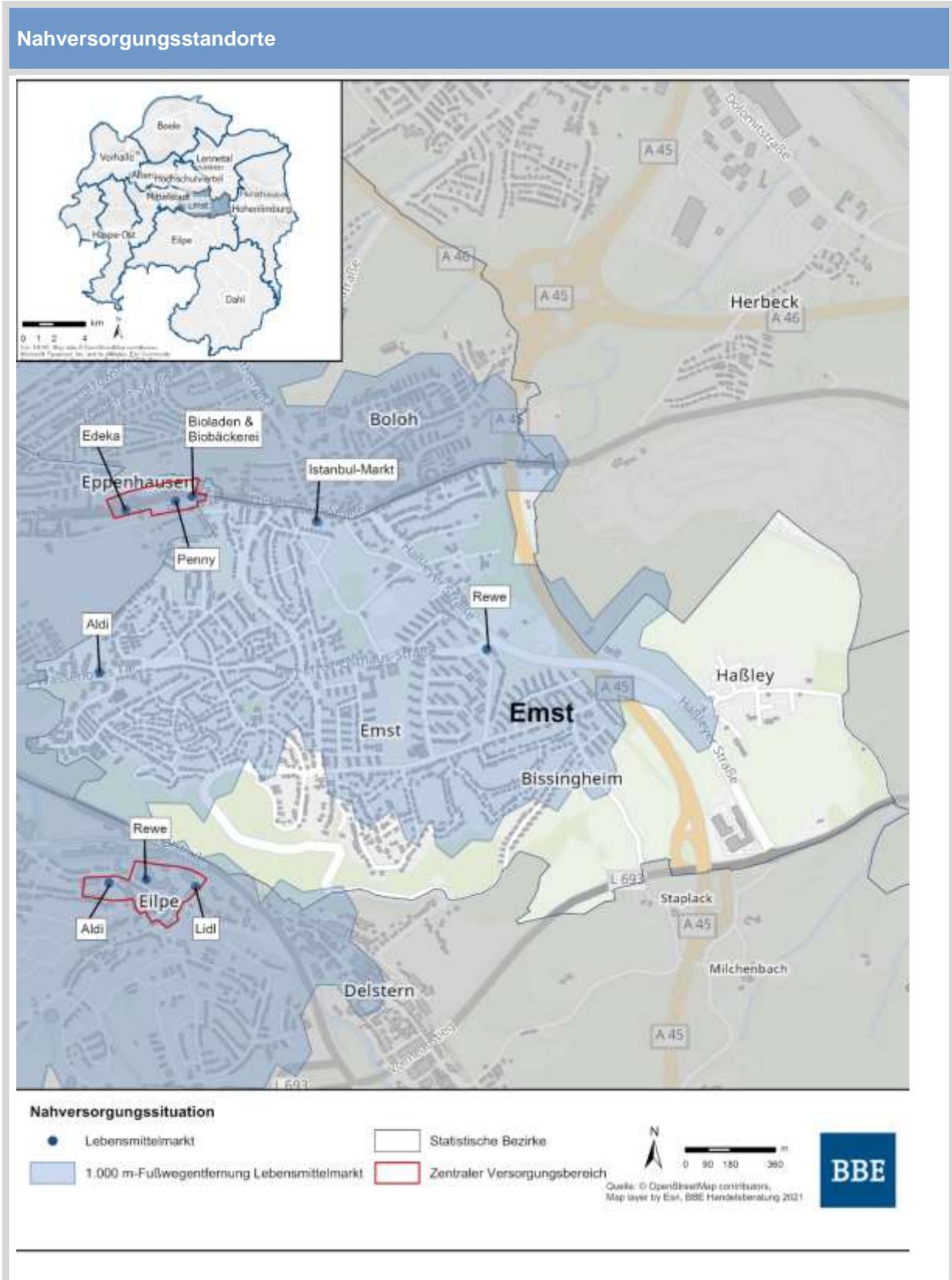
11.3 Einzelhandel im statistischen Bezirk Emst



Lage in der Stadt	<p>Der statistische Bezirk Emst grenzt südlich an das Hochschulviertel und östlich an die Mittelstadt an. Im Süden stellt das Volme-Tal eine Zäsur zum Siedlungsbereich Eilpe dar. Im Osten befindet sich der Stadtbezirk Hohenlimburg.</p> <p>Der Stadtteil erstreckt sich damit am Volmehang und weist eine nahezu durchgehende Wohnbebauung mit Einfamilien- und kleineren Mehrfamilienhäusern sowie der Großwohnsiedlung Emsterfeld auf.</p>																																																																																								
Verkehrsanbindung	<p>Von größerer Bedeutung innerhalb des Stadtteils sind der Straßenzug Wasserloses Tal/Karl-Ernst-Osthaus-Straße (K 4), die Hasleyer Straße (L 704), die Emster Straße (K 2) und die Cunostraße. Die Buslinien 518, 519, 527, 535 und 541 verkehren im Stadtteil.</p>																																																																																								
Bevölkerungsstand	10.666 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungsentwicklung	2009	10.987																																																																																							
	2014	10.785																																																																																							
	2019	10.655																																																																																							
Kaufkraftkennziffer	102,7 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	70,1 Mio. € gesamt																																																																																								
	30,7 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>18</td> <td>75</td> <td>3.300</td> <td>74</td> <td>13,5</td> <td>67</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>80</td> <td>2</td> <td>0,3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>2</td> <td>8</td> <td>150</td> <td>3</td> <td>3,8</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>160</td> <td>4</td> <td>0,7</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>70</td> <td>2</td> <td>0,2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>0</td> <td>0,1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>3</td> <td>13</td> <td>630</td> <td>14</td> <td>1,3</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>1</td> <td>0,1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>24</td> <td>100</td> <td>4.450</td> <td>100</td> <td>20,0</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	18	75	3.300	74	13,5	67	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	80	2	0,3	2	Apotheken-, Sanitätsartikel	2	8	150	3	3,8	19	Bekleidung, Schuhe, Sport	1	4	160	4	0,7	3	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	70	2	0,2	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	20	0	0,1	0	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	13	630	14	1,3	6	Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	30	1	0,1	1	Sonstige Sortimente	0	0	10	0	0,0	0	Gesamt	24	100	4.450	100	20,0	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	18	75	3.300	74	13,5	67																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	80	2	0,3	2																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	2	8	150	3	3,8	19																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	4	160	4	0,7	3																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	70	2	0,2	1																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	20	0	0,1	0																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	13	630	14	1,3	6																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	30	1	0,1	1																																																																																			
Sonstige Sortimente	0	0	10	0	0,0	0																																																																																			
Gesamt	24	100	4.450	100	20,0	100																																																																																			

Kennzahlen	0,4 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 29 %
Top 5 Betriebe (nach VKF)	Raiffeisenmarkt, Donnerkuhler Weg (900 m ²) Trink & Spare, Wasserloses Tal (720 m ²) Aldi, Wasserloses Tal (700 m ²) Istanbul Markt, Eppenhauser Straße (530 m ²) Rewe Ihr Kaufpark, Karl-Ernst-Osthaus-Straße (490 m ²)
Angebots-schwerpunkte	<p>Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf die drei kleineren Lebensmittelmärkte und wenige ergänzende kleinteilige Einzelhandelsbetriebe in isolierter Lage. Das Geschäftszentrum Quadrat in Altemst weist nur noch wenige Fachgeschäfte auf. Auf dem Marktplatz findet Wochenmarkt statt. Auf dem Emsterfeld soll ein Ausbau der Nahversorgung durch Ansiedlung eines Lebensmittel- und ggf. Drogeriemarktes und ergänzender Nutzungen erfolgen. Ein zentraler Versorgungsbereich besteht aktuell nicht. Nach dem Ausbau der Nahversorgung auf dem Emsterfeld soll geprüft werden, ob durch die Entwicklung eines ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes die Voraussetzungen für ein Nahversorgungszentrum gegeben sind. Im westlichen Stadtteil kommt dem Standortverbund Aldi/Trink & Spare eine wichtige Nahversorgungsfunktion zu.</p> <p>Einen Ergänzungsstandort nimmt der Raiffeisenmarkt an der Haßleyer Straße als einziger großflächiger Betrieb ein.</p>
Nahversorgung-situation	Der Stadtteil weist keine bedarfsgerechte Nahversorgungsausstattung auf, so dass der bestehende Grundversorgungsstandort auf dem Emsterfeld ausgebaut werden soll. Auch eine Erweiterung des Aldi-Marktes am Standort Wasserloses Tal kann zu einer Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung beitragen.

11.3.1 Nahversorgungsstandorte Emst



Nahversorgungsstandort Emsterfeld	
Lagebereiche	Der Geschäftsstandort Karl-Ernst-Osthaus-Straße nimmt eine zentrale Lage in der Großwohnsiedlung Emsterfeld ein und ist gleichermaßen gut in das Straßennetz und in das regionale Busliniennetz eingebunden, sodass er wesentlich zur Versorgung der Bevölkerung auf Emst beitragen kann.
Angebotsstrukturen	Der Geschäftsstandort weist aktuell mit einem kleinen Rewe-Markt, einer Bäckerei mit Café und einem Kiosk nur ein geringes Nahversorgungsangebot auf. Mit der Freifläche an der Haßleyer Straße/Gerhart-Hauptmann-Straße in Verbindung mit dem heute als Busschleife/Parkplatz genutzten Grundstück und ggf. weiteren Grundstücken an der Karl-Ernst-Osthaus-Straße bestehen geeignete Potenzialflächen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen. Im Rahmen eines städtebaulichen Rahmenplanes ist neben der Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarkt und ggf. eines Drogeriemarktes geplant, durch eine Neubebauung der Grundstücke im Kreuzungsbereich Karl-Ernst-Osthaus-Straße/Gerhart-Hauptmann-Straße (u.a. heutiger Lebensmittelmarkt, Busschleife), eine zentrentypische Ergänzung durch kleinteiligen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie zu schaffen.
Einzelhandelsstruktur	5 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 660 m ² VKF/3,7 Mio. €, davon 3,5 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz, ergänzende Dienstleistung (Änderungsschneiderei), geplant: Lebensmittelmarkt mit ca. 1.500 m ² VKF und Drogeriemarkt mit ca. 800 m ² VKF
Versorgungsfunktion	Sicherstellung der wohnungsnahen Versorgung auf Emst (ca. 10.670 Einwohner) 1.000 m-Zone: 6.000 EW/17,7 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft
Handlungsempfehlungen	Ausbau der wohnungsnahen Versorgung auf Emst mit dem Ziel durch Ergänzung des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes ein Nahversorgungszentrum zu entwickeln.

Weitere integrierte Nahversorgungsstandorte

Wasserloses Tal,
Aldi/Trink & Spare

Lage: integrierter Standort im westlichen Bezirk Emst
nächste ZVB Eppenhäusen und Innenstadt jeweils ca. 1,5 km entfernt.

Angebotsstruktur: Aldi im Standortverbund mit Getränkemarkt Trink & Spare
ca. 1.420 m² VKF/5,6 Mio. €, davon 5,1 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz

Versorgungsfunktion: Nahbereich
1.000 m-Zone: 6.300 EW/16,1 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Erweiterung/Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für die westlichen Siedlungsbereiche von Emst

Eppenhäuser Str.,
Istanbul Markt

Lage: integrierter Standort im Siedlungsbereich Emst/Eppenhäusen, keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort
nächster ZVB Eppenhäusen ca. 600 m entfernt.

Angebotsstruktur: isolierter Betrieb ca. 530 m² VKF/1,8 Mio. € Umsatz (= nahversorgungsrelevanter Umsatz)

Versorgungsfunktion: Nahbereich
1.000 m-Zone: 8.900 EW/26,3 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

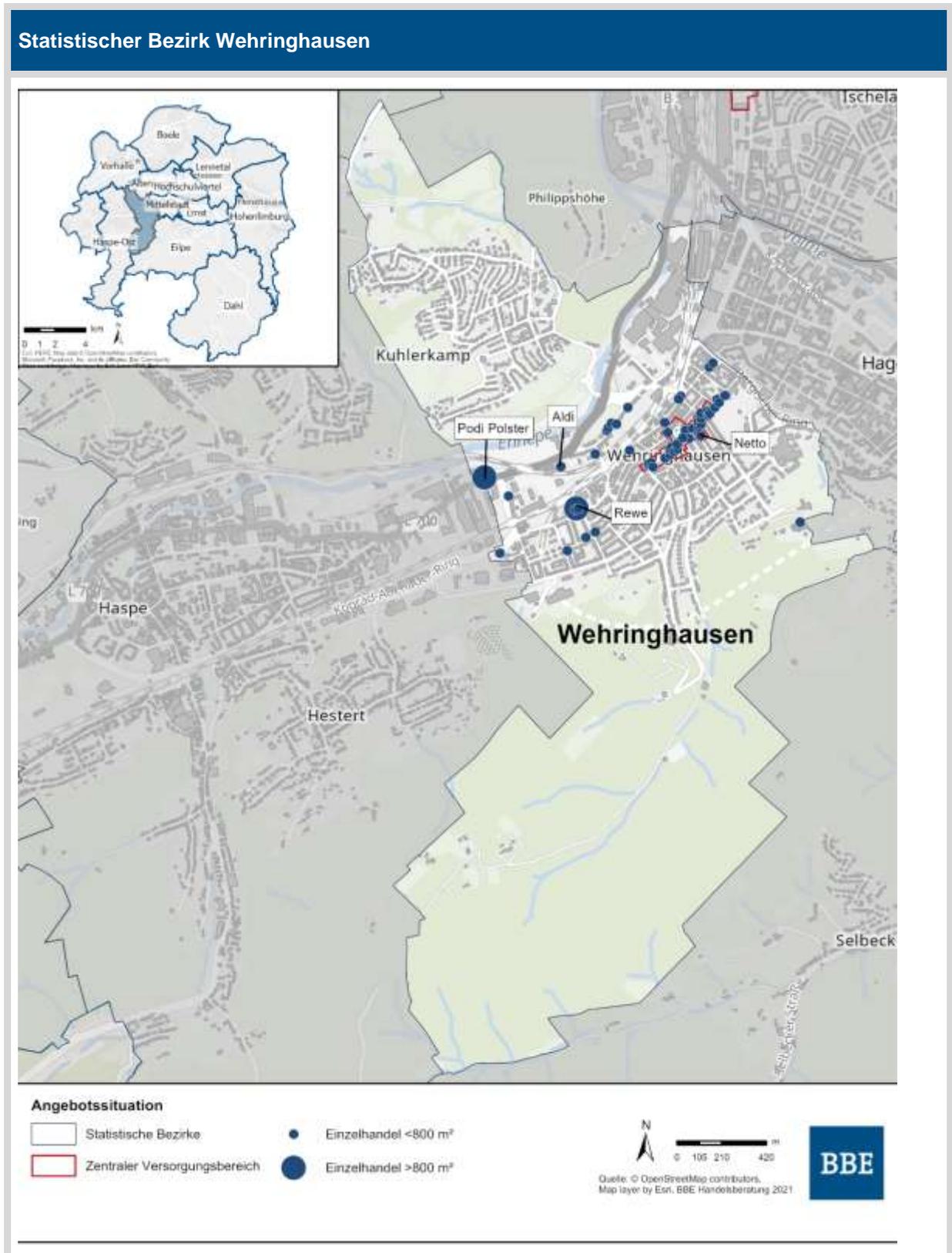
Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für Emst/Eppenhäusen

11.3.2 Sonderstandort auf Emst



<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Der Entwicklungsstandort zur Ansiedlung von großflächigen Möbelanbietern ist über die Hasleyer Straße (L 704) mit unmittelbarem Anschluss an die Autobahn 45 erreichbar.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Haßley“ (Linien 518, 534)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) dar.</p>
<p>Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe</p>	<p>Entwicklungsstandort für ein Möbelhauses mit max. 28.100 m² und eines Möbelmarktes mit max. 5.400 m² Verkaufsfläche</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Gesamtstädtische Versorgungsfunktion, regionale Ausstrahlung</p>
<p>Entwicklungsperspektiven</p>	<p>Ansiedlung eines Möbelhauses und Möbelmarktes</p>
<p>Handlungsempfehlungen</p> 	<p>Realisierung des planungsrechtlich gesicherten Vorhabens.</p>

11.4 Einzelhandel im statistischen Bezirk Wehringhausen

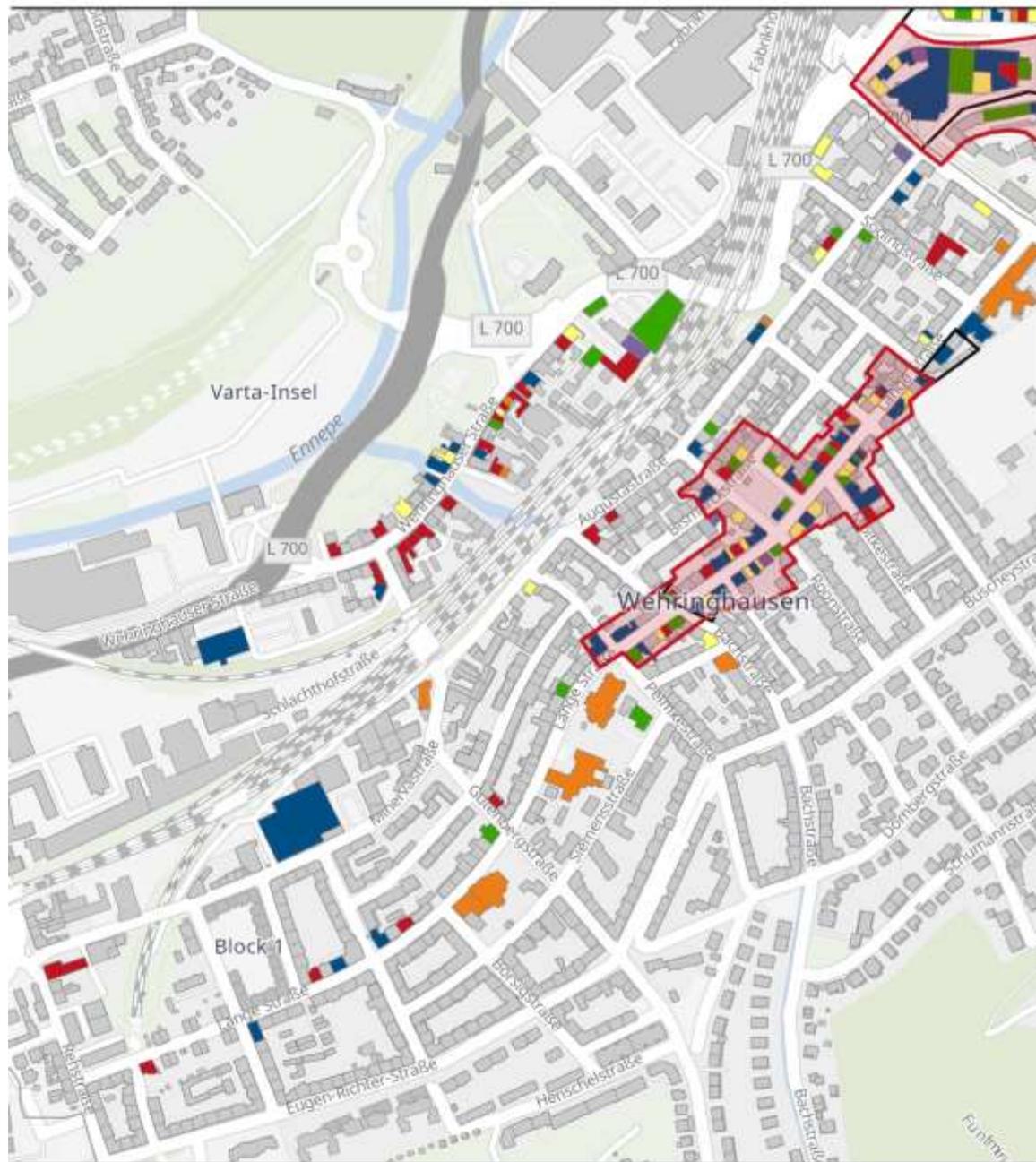


Lage in der Stadt	<p>Der statistische Bezirk Wehringhausen grenzt im Westen an die Innenstadt und weist in weiten Teilen eine dichte gründerzeitliche Baustruktur auf. Der multikulturelle Stadtteil gilt nach wie vor als Szeneviertel der Stadt und wird im Rahmen des Städtebauförderungsprogramms „Soziale Stadt“ aufgewertet.</p> <p>Südlich wird Wehringhausen durch den Höhenzug mit Goldberg und Egge begrenzt. Nördlich reicht der Stadtteil bis auf die Philippshöhe mit dem Wohngebiet auf dem Kuhlerkamp. In Tallage erstrecken sich der Flusslauf der Ennepe, zwei Bahntrassen zum Hauptbahnhof und die Landesstraße 700 sowie große Gewerbeareale. Der Stadtteil ist durch große topografische Unterschiede geprägt.</p>																																																																																								
Verkehrs-anbindung	<p>Neben der L 700 als West-Ost-Achse zwischen Gevelsberg und Hagen-Zentrum ist vor allem die Buscheystraße mit Anbindung an den Bergischen Ring (Innenstadtring) von Bedeutung. Der Bahnhof Wehringhausen ist S-Bahn-Halt (S8, S9). Die Buslinien 511, 514, 517, 521, 525, 542 und 543 verkehren im Stadtteil und schaffen eine Anbindung an die Innenstadt und nach Haspe.</p>																																																																																								
Bevölkerungsstand	15.885 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungs-entwicklung	1999	15.561	2014	15.472	2019	16.026																																																																																			
Kaufkraftkennziffer	81,6 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	83,0 Mio. € gesamt 38,4 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>27</td> <td>47</td> <td>4.570</td> <td>44</td> <td>22,5</td> <td>53</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>220</td> <td>2</td> <td>0,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>160</td> <td>2</td> <td>6,6</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>8</td> <td>14</td> <td>270</td> <td>3</td> <td>0,8</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>220</td> <td>2</td> <td>0,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>120</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>6</td> <td>10</td> <td>720</td> <td>7</td> <td>1,3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>3.870</td> <td>37</td> <td>7,6</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>7</td> <td>12</td> <td>190</td> <td>2</td> <td>1,8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>58</td> <td>100</td> <td>10.340</td> <td>100</td> <td>42,7</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	27	47	4.570	44	22,5	53	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	220	2	0,9	2	Apotheken-, Sanitätsartikel	3	5	160	2	6,6	16	Bekleidung, Schuhe, Sport	8	14	270	3	0,8	2	Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	3	220	2	0,9	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	3	120	1	0,3	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	6	10	720	7	1,3	3	Möbel, Einrichtungsbedarf	3	5	3.870	37	7,6	18	Sonstige Sortimente	7	12	190	2	1,8	4	Gesamt	58	100	10.340	100	42,7	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	27	47	4.570	44	22,5	53																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	220	2	0,9	2																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	3	5	160	2	6,6	16																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	8	14	270	3	0,8	2																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	3	220	2	0,9	2																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	3	120	1	0,3	1																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	6	10	720	7	1,3	3																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	5	3.870	37	7,6	18																																																																																			
Sonstige Sortimente	7	12	190	2	1,8	4																																																																																			
Gesamt	58	100	10.340	100	42,7	100																																																																																			

Kennzahlen	0,7 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 51 %
Top 5 Betriebe (nach VKF)	Podi Marken-Polster/Deco Trends, Wehringhauser Straße (4.000 m ²) Rewe Ihr Kaufpark, Minervastraße (3.000 m ² inkl. Getränkemarkt, Konzessionäre) Aldi, Wehringhauser Straße (800 m ²) Netto City, Moltkestraße (360 m ²) Wehringhauser Bioladen, Lange Straße (240 m ²)
Angebots-schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nahversorgungszentrum Wehringhausen - Nahversorgungsstandort Minervastraße, Rewe Ihr Kaufpark - Nahversorgungsstandort Wehringhauser Straße, Aldi - Sonderstandort Berliner Straße, B1 Discount Baumarkt/Podi Marken-Polster Das Einzelhandelsangebot ist vorwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet und durch kleinteilige Betriebe geprägt.
Nahversorgungssituation	<p>Der Stadtteil weist verschiedene Betriebstypen der Nahversorgung auf (u.a. Ladenhandwerk, Bioladen, Spezialisten, Wochenmarkt, Lebensmittel- und Getränkemarkte), wobei erhebliche Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtteil (u.a. nach Haspe und in die Innenstadt) zu verzeichnen sind.</p> <p>Aufgrund der hohen Bebauungsdichte im Geschäftsbereich Wehringhausen weist insbesondere der zentrale Versorgungsbereich mit einem kleinteiligen Netto City-Markt kein bedarfsgerechtes Lebensmittelmarktangebot auf. Eine Entwicklungsfläche zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes besteht im Geschäftsbereich nicht, sodass vor allem dem in einer wohngebietsintegrierten Lage ansässigen Rewe Ihr Kaufpark-Markt an der Minervastraße eine wichtige Ergänzungsfunktion zukommt. Gleiches gilt für den am S-Bahnhaltepunkt ansässigen Aldi-Markt (Wehringhauser Straße).</p> <p>Zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung wäre die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes an einem städtebaulich integrierten Standort im Stadtteil sinnvoll.</p> <p>Das Wohngebiet auf dem Kuhlerkamp weist keine wohnungsnahen Versorgungsangebote auf.</p>

11.4.1 Nahversorgungszentrum Wehringhausen

Nahversorgungszentrum Wehringhausen



Nutzungskartierung Wehringhausen

- | | | |
|--|---|---|
|  Einzelhandel |  Private Dienstleistungen |  Zentraler Versorgungsbereich |
|  Leerstand |  Öffentliche Einrichtungen |  Zentraler Versorgungsbereich 2015 |
|  Gastronomie / Freizeit / Sport |  Vergnügungsstätten | |

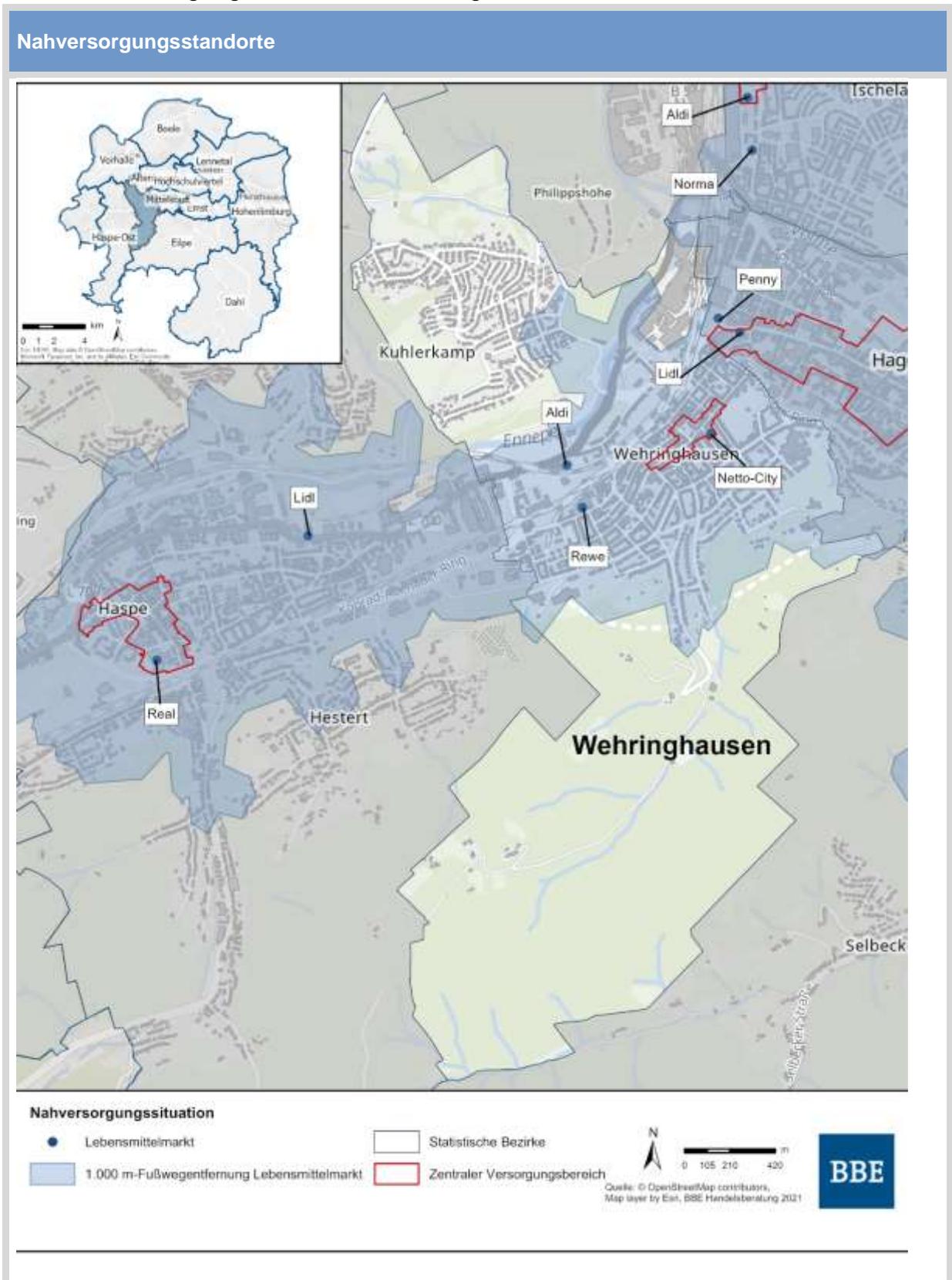


Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nahversorgungszentrum Wehringhausen nimmt eine zentrale Lage im Stadtteil ein, der durch starke topografische Unterschiede geprägt ist. So ist vom Flusslauf der Ennepe nach Süden ein starker Geländeanstieg zu verzeichnen.</p> <p>Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der attraktiv gestaltete Wilhelmsplatz dar, der als Aufenthaltsbereich und Wochenmarktstandort fungiert. Der Geschäftsbereich erstreckt sich entlang der Langestraße zwischen Palmkestraße und Sternstraße sowie um den Wilhelmsplatz.</p> <p>Der kleinteilige Netto City Lebensmittelmarkt dient vor allem der Versorgung der im Nahbereich wohnenden Bevölkerung. Der Markt verfügt über keine eigenen Kundenstellplätze und kann damit keine über den Nahbereich hinausreichende Ausstrahlungskraft entfalten.</p> <p>Der Geschäftsbereich und das Wohnumfeld ist durch eine dichte gründerzeitliche Baustruktur geprägt, ohne dass größere Entwicklungsflächen im oder angrenzend an das Nahversorgungszentrum zur Verfügung stehen. Für das Entwicklungsgrundstück „Block 1“ ist eine Wohnbebauung und eine Kindertagesstätte geplant.</p>
Angebotsstrukturen	<p>Das Einzelhandelsangebot stellt eine qualitätsvolle Mischung von nahversorgungsbezogenen Fachgeschäften und Spezialisten (u.a. Schuhe, Buchhandlung) dar. Das Angebot wird durch Gastronomie, Freizeitangebote und Dienstleister ergänzt, sodass der Geschäftsbereich aufgrund seiner Vielfalt eine Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus entfaltet.</p> <p>Innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches sind 12 Ladenlokale ungenutzt. Bezogen auf die insgesamt genutzten Einheiten entspricht dies einer Leerstandsquote von ca. 15 % und zeigt die strukturellen Probleme einer kleinteiligen Geschäftsstruktur, ohne dass eine Vorschädigung gegeben ist.</p>

Einzelhandelsstruktur	Sortiment		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
			Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel		11	33	790	45	5,0	33
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik		0	0	60	3	0,3	2
	Apotheken-, Sanitätsartikel		3	9	150	8	6,6	43
	Bekleidung, Schuhe, Sport		7	21	250	14	0,6	4
	Bücher, Schreib-, Spielwaren		2	6	160	9	0,7	5
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren		1	3	90	5	0,1	1
	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo		4	12	100	6	0,3	2
	Möbel, Einrichtungsbedarf		2	6	110	6	0,1	1
	Sonstige Sortimente		3	9	60	3	1,5	10
	Gesamt		33	100	1.770	100	15,2	100
Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich								
Magnetbetriebe	Netto, City (rd. 360 m ²), Wehringhauser Bioladen (rd. 240 m ²)							
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Cafés/Bistros/Eiscafé, Gaststätten, Restaurants, Imbisse); Sparkasse, Reisebüros, Friseure, Kosmetik, Piercing, Wäscherei, Fahrschule, Immobilien, Ärzte, Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, Fitnessstudio, Spielhalle/Wettbüro, Stadteilladen							
Leerstandssituation	12 Betriebe mit zusammen ca. 430 m ² VKF							
Veränderung ggü. 2015	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches im östlichen Bereich der Langestraße, der durch das DRK geprägt ist.							
Versorgungsfunktion	Nahversorgung für den Siedlungsbereich Wehringhausen mit ca. 11.400 Einwohnern Wettbewerbsangebote in der Innenstadt (nordöstlich) und im Nebenzentrum Haspe (westlich) Gegenseitige Funktionsergänzung mit dem Nahversorgungsstandort Minervastraße (Rewe Ihr Kaufpark), da im zentralen Versorgungsbereich keine bedarfsgerechte Lebensmittelmarktversorgung untergebracht werden kann.							

Entwicklungs- perspektiven	<p>Keine größeren Entwicklungsflächen verfügbar</p> <p>Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau</p>
Handlungs- empfehlungen	<p>Sicherung und Aufwertung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen und Nachverdichtungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig</p> <p>Da keine größeren Entwicklungsflächen im zentralen Versorgungsbereich generierbar sind, sind ergänzende Nahversorgungsstandorte zur Sicherstellung einer bedarfsgerechten Grundversorgung notwendig.</p> <p>Aufgrund der hohen siedlungsstrukturellen Dichte und der Topografie im Stadtteil bestehen keine (besser städtebaulich integrierten) Potenzialstandorte zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes, sodass der ansässige Lebensmittelmarkt Rewe als Nahversorgungstandort weiterentwickelt werden sollen.</p>

11.4.2 Nahversorgungsstandorte in Wehringhausen



Weiterer integrierter Nahversorgungsstandort

Minervastraße,
Rewe

Lage: im baulich verdichteten Siedlungsbereich von Wehringhausen nächster ZVB Wehringhausen ca. 500 m entfernt.

Angebotsstruktur: Rewe Ihr Kaufpark, Getränkemarkt und Konzessionäre 3.000 m² VKF/10,5 Mio. €, davon 10,2 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz

Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Wehringhausen

1.000 m-Zone: 12.200 EW/30,0 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der Ergänzungsfunktion zum Nahversorgungszentrum Wehringhausen, der keine Entwicklungsflächen aufweist.

Weiterer nicht-integrierter Standort eines Lebensmittelmarktes

Wehringhauser
Straße, Aldi

Lage: Nördliche Randlage im Siedlungsbereich Wehringhausen, im Umfeld wurden Wohnhäuser aufgrund des schlechten Bauzustandes abgerissen. Die städtebauliche Zielsetzung sieht für diesen Standortbereich zukünftig Gewerbeansiedlungen vor. Die Bahntrasse stellt eine städtebauliche Zäsur zwischen dem südlich gelegenen Hauptsiedlungsbereich und dem nördlich gelegenen Aldi-Standort dar, damit ist der Standort als nicht-integriert zu bewerten.

nächster ZVB Wehringhausen ca. 500 m entfernt.

Angebotsstruktur: Aldi
ca. 800 m² VKF/6,0 Mio. €, davon 5,5 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz

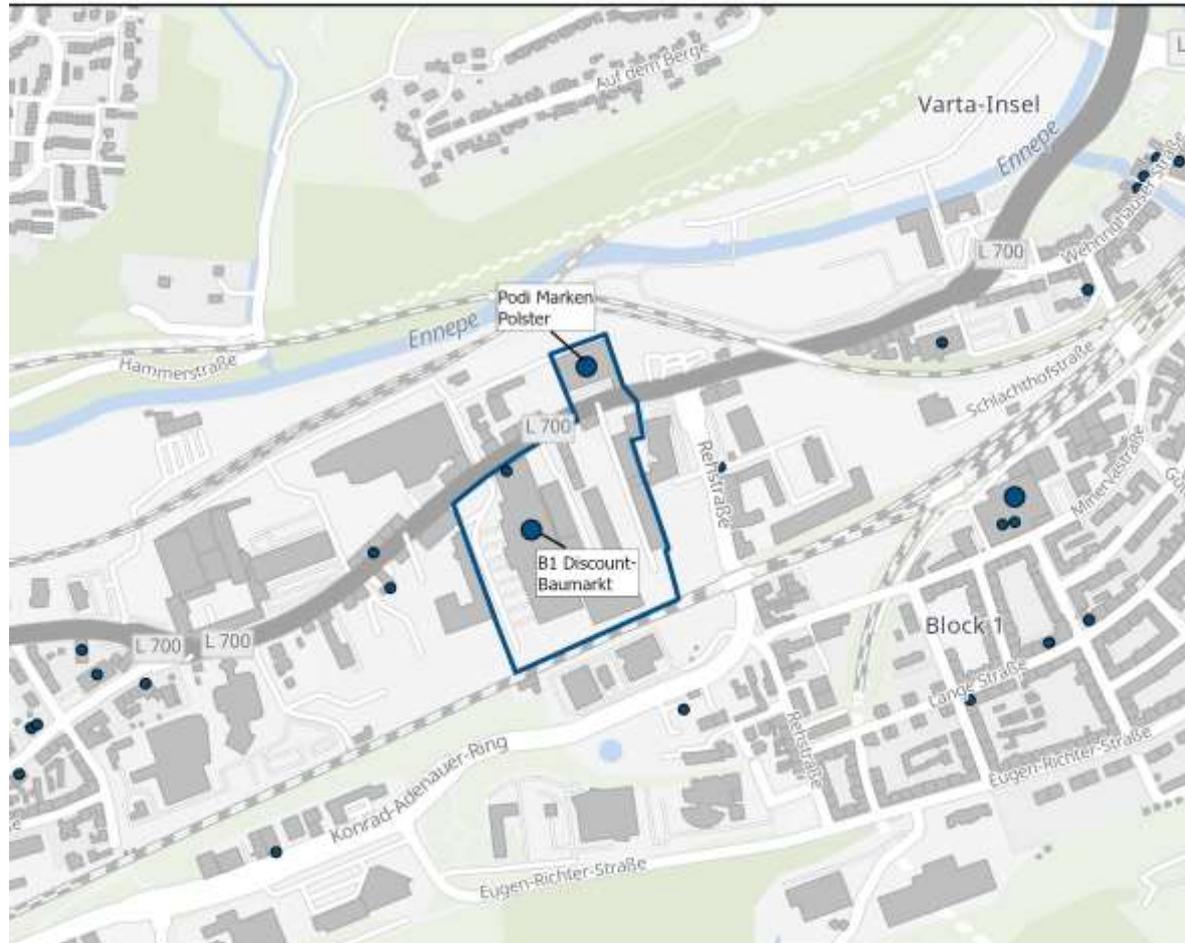
Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Wehringhausen

1.000 m-Zone: 12.100 EW/29,8 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Bestandssicherung, aber keine Verkaufsflächenerweiterung.

11.4.3 Sonderstandort in Wehringhausen

Sonderstandort Berliner Straße



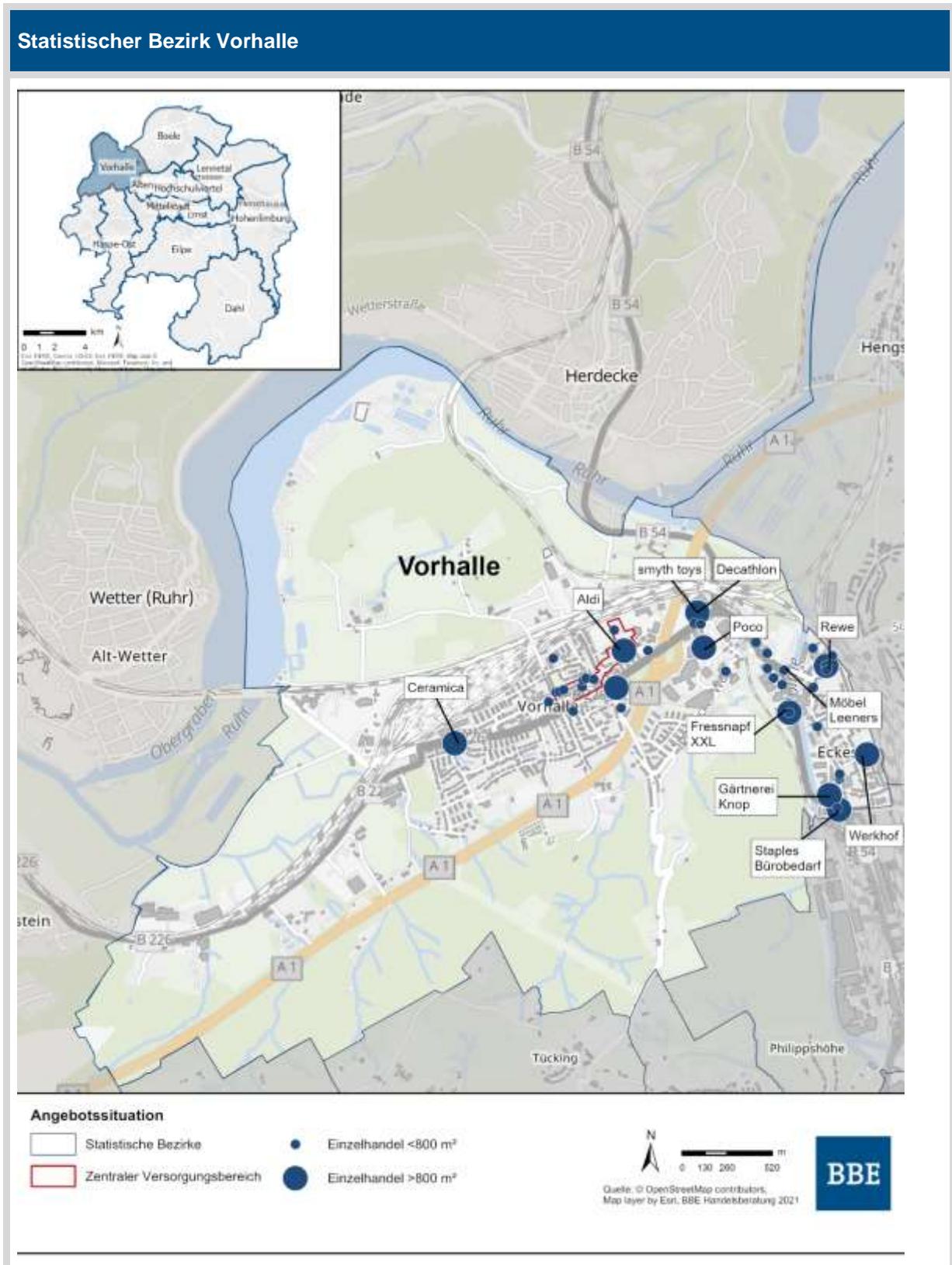
Sonderstandort Berliner Straße

- Einzelhandel ≤ 800 m² VKF
- Einzelhandel > 800 m² VKF
- Sonderstandort



<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Der Fachmarktstandort nimmt eine Lage an der Berliner Straße (L 700) im Übergang der statistischen Bezirke Wehringhausen und Haspe ein und umfasst zwei großflächige Einzelhandelsbetriebe (B1 Discount Baumarkt/Podi Polster) und ein Fitnessstudio.</p> <p>Das Standortumfeld ist überwiegend gewerblich und damit als nicht-integriert zu bewerten.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Hagen Wehringhauser Straße“ (Linie 542)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dar und fungiert damit als Einzelhandelsagglomeration im Sinne von Ziel 6.5-8 LEP NRW.</p>
<p>Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe</p>	<p>Standortprägend sind großflächige Fachmärkte mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, Kfz-Betriebe und sonstige Gewerbebetriebe</p> <p>Einzelhandelsangebot: 3 Einzelhandelbetriebe mit ca. 11.020 m² VKF</p> <p>B1 Discount Baumarkt (7.000 m² zzgl. Bäckerei-Konzessionär), Podi Marken-Polster (ca. 4.000 m²), Teamsport Fitnessstudio</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Versorgungsfunktion für das westliche Hagener Stadtgebiet (Stadtbezirke Haspe, Hagen-Mitte/westliche Stadtteile) im Bereich des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten</p>
<p>Entwicklungsperspektiven</p>	<p>Lage im GIB lässt nur Bestandssicherung zu, Erweiterungen oder Sortimentsänderungen sind nicht möglich</p> <p>Festschreibung des Bestands gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW</p>
<p>Handlungsempfehlungen</p> 	<p>Erfordernis einer Bauleitplanung, da aktuell kein rechtskräftiger Bebauungsplan zur Steuerung der zulässigen Nutzungen besteht. (Gefährdungspotenzial bei Umnutzung)</p>

11.5 Einzelhandel im statistischen Bezirk Vorhalle

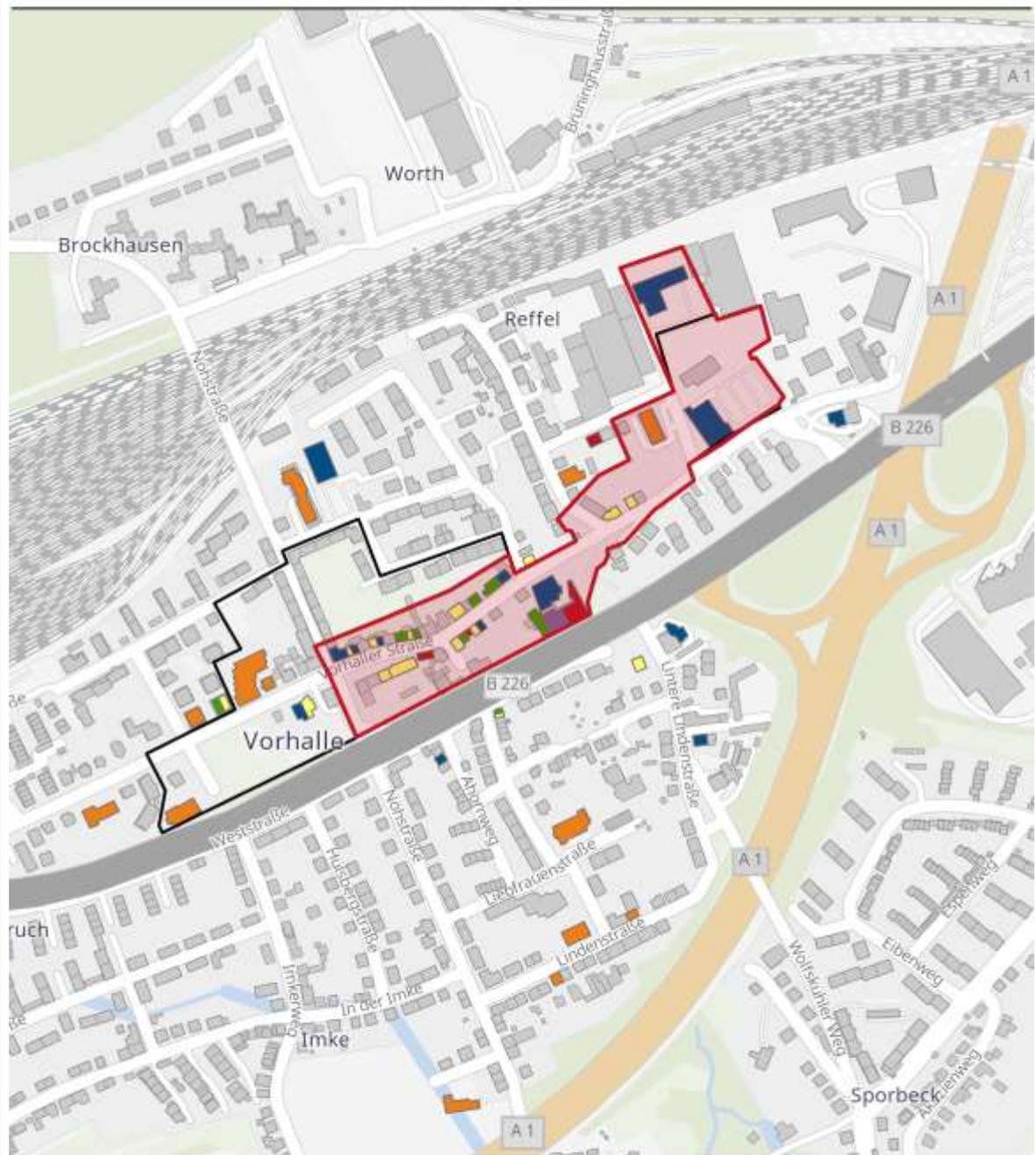


Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Der statistische Bezirk Vorhalle markiert den nordwestlichsten Hagener Stadtteil, der an die Nachbarstädte Wetter und Herdecke angrenzt. Die Stadtgrenze entspricht dem Flusslauf der Ruhr, das Siedlungsgebiet wird nördlich durch den Rangierbahnhof Vorhalle begrenzt. Auch im Osten stellt die Bahntrasse eine städtebauliche Zäsur zum statistischen Bezirk Boele dar. Im Süden erstreckt sich südlich der Autobahntrasse der A 1 der Grünzug der Philipphöhe. Im Osten zählt auch der Siedlungsbereich Eckesey-Nord mit einer hohen gewerblichen Ausrichtung zum statistischen Bezirk. Die Bahntrasse stellt die Grenze dar.																																																																																									
Verkehrsanbindung	Über die Bundesstraße B 226 ist die Bundesautobahn A 1 (Anschlussstelle Hagen-West) sowie die Hagener Innenstadt und die Nachbarstadt Wetter erreichbar. Mit dem Bahnhof Vorhalle besteht ein Regionalbahnanschluss, darüber hinaus verkehren die Buslinien 376, 516, 538, 541 und SB 72 im Stadtteil																																																																																									
Bevölkerungsstand	10.181 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																									
Bevölkerungsentwicklung	2009	10.455																																																																																								
	2014	10.132																																																																																								
	2019	10.251																																																																																								
Kaufkraftkennziffer	81,6 (Quelle: MBR 2021)																																																																																									
Kaufkraft	53,2 Mio. € gesamt 24,6 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																									
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>22</td> <td>49</td> <td>6.560</td> <td>22</td> <td>27,1</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>210</td> <td>1</td> <td>0,8</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>70</td> <td>0</td> <td>5,3</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3.400</td> <td>12</td> <td>8,4</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>3.550</td> <td>12</td> <td>8,1</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>230</td> <td>1</td> <td>0,7</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>7</td> <td>16</td> <td>4.130</td> <td>14</td> <td>6,8</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>6</td> <td>13</td> <td>10.130</td> <td>35</td> <td>15,3</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>5</td> <td>11</td> <td>1.050</td> <td>4</td> <td>2,5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>45</td> <td>100</td> <td>29.330</td> <td>100</td> <td>75,1</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>							Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	22	49	6.560	22	27,1	36	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	210	1	0,8	1	Apotheken-, Sanitätsartikel	2	4	70	0	5,3	7	Bekleidung, Schuhe, Sport	1	2	3.400	12	8,4	11	Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	4	3.550	12	8,1	11	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	230	1	0,7	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	7	16	4.130	14	6,8	9	Möbel, Einrichtungsbedarf	6	13	10.130	35	15,3	20	Sonstige Sortimente	5	11	1.050	4	2,5	3	Gesamt	45	100	29.330	100	75,1	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																					
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																				
Nahrungs- und Genussmittel	22	49	6.560	22	27,1	36																																																																																				
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	210	1	0,8	1																																																																																				
Apotheken-, Sanitätsartikel	2	4	70	0	5,3	7																																																																																				
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	2	3.400	12	8,4	11																																																																																				
Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	4	3.550	12	8,1	11																																																																																				
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	230	1	0,7	1																																																																																				
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	7	16	4.130	14	6,8	9																																																																																				
Möbel, Einrichtungsbedarf	6	13	10.130	35	15,3	20																																																																																				
Sonstige Sortimente	5	11	1.050	4	2,5	3																																																																																				
Gesamt	45	100	29.330	100	75,1	100																																																																																				

Kennzahlen	2,9 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 141 %
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Poco Einrichtungsmarkt, Am Ringofen (7.400 m ²) Decathlon, Weststraße (3.650 m ²) Smyth Toys, Weststraße (2.800 m ²) Rewe Ihr Kaufpark, Schwerter Straße (2.650 m ² inkl. Konzessionäre) Werkhof Beschaffungs GmbH (ca. 1.700 m ²) Fressnapf XXL, Becheltestraße (1.400 m ²) Gärtnerei Knop, Droste-Hülshoff-Straße (ca. 1.200 m ²) Staples Bürobedarf, Becheltestraße (ca. 1.200 m ²) Aldi, Ophauser Straße (860 m ²) JYSK, Becheltestraße (800 m ²)
Angebotsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nahversorgungszentrum Vorhalle - Nahversorgungsstandort Schwerter Straße, Rewe - Nahversorgungsstandort Wortherbruchstraße, Netto - Sonderstandort Westring/Am Ringofen (v.a. Poco, Decathlon, smyth's toys) - Sonderstandort Becheltestraße (v.a. Fressnapf, JYSK, Getränke Hoffmann) Das Einzelhandelsangebot unterteilt sich in das Nahversorgungszentrum Vorhalle mit einem hohen Nahversorgungsbezug und den entlang der Verkehrsachsen B 54 bzw. 226 gelegenen größeren und großflächigen Fachmärkten, die eine gesamtstädtische bzw. regionale Ausstrahlung entfalten.
Nahversorgungssituation	Die Nahversorgungsausstattung beschränkt sich auf kleinere Lebensmittelmärkte (Aldi, Netto, Getränke Hoffmann) und ergänzende Fachgeschäfte im Nahversorgungszentrum Vorhalle sowie den großen Lebensmittelmarkt Rewe im Siedlungsbereich Eckesey-Nord.

11.5.1 Nahversorgungszentrum Vorhalle

Nahversorgungszentrum Vorhalle



Nutzungskartierung Vorhalle

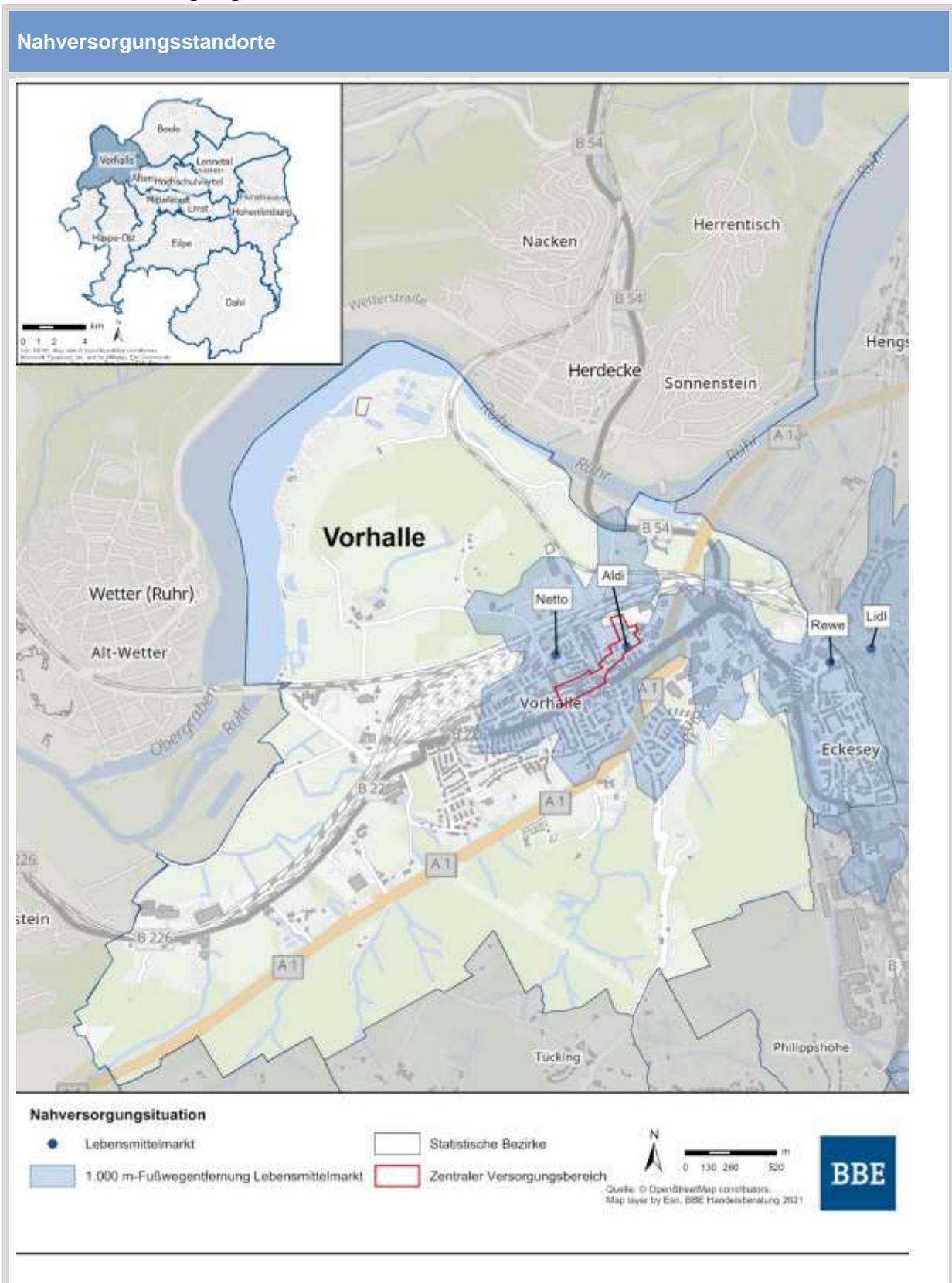
- | | | |
|--|---|---|
|  Einzelhandel |  Private Dienstleistungen |  Zentraler Versorgungsbereich |
|  Leerstand |  Öffentliche Einrichtungen |  Zentraler Versorgungsbereich 2015 |
|  Gastronomie / Freizeit / Sport |  Vergnügungstätten | |



<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Das Nahversorgungszentrum Vorhalle ist dem Hauptsiedlungsbereich nordwestlich der Autobahn 1 zugeordnet. Die Vorhaller Straße ist die Hauptfunktionsachse mit einem differenzierten Besatz publikumsintensiver Nutzungen. Neben kleinteiligem Einzelhandel sind hier auch gastronomische und dienstleistungsbezogene Angebote prägend. Im Osten schließt sich die Ophauser Straße als Verlängerung der Geschäftszone an. Eine Weinhandlung und verschiedene Dienstleister fungieren als „Trittsteine“, sodass auch der Aldi-Markt sowie die Entwicklungsfläche an der Ophauser Straße/Revelstraße dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet sind. Auf der Entwicklungsfläche sollen ein Vollsortimenter und ein Drogeriemarkt angesiedelt sowie der ansässige Aldi-Markt verlagert und erweitert werden. Mit dem Vorhaben wird zukünftig auch das Grundstück des Getränkemarktes an der Revelstraße städtebaulich angebunden sein, sodass dieses auch dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet wird.</p> <p>An der westlichen Vorhaller Straße stellt der Europa-Platz einen parkähnlichen Platz dar, der auch zukünftig nicht als Entwicklungsfläche zu bewerten ist. Gemeinsam mit der Kirche und dem Stadtteilhaus kommt dem Standortbereich eine gesellschaftliche Bedeutung zu, ohne dass westlich der Nöhstraße wichtige Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind. Damit stellt die Nöhstraße die westliche Grenze des Nahversorgungszentrums dar.</p> <p>Der nördlich an der Wortherbruchstraße gelegene Netto-Markt belegt einen isolierten Standort in einem Wohngebiet ohne funktionale Verbindung mit dem Geschäftsbereich entlang der Vorhaller Straße.</p>
<p>Angebotsstrukturen</p>	<p>Das Einzelhandelsangebot ist aktuell durch kleinteilige Nahversorgungsbetriebe geprägt. Durch die geplante Ansiedlung bzw. Erweiterung von Lebensmittel- und Drogeriemarkten am Entwicklungsschwerpunkt im östlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums wird ein Beitrag für eine bedarfsgerechte Grundversorgung im Stadtteil Vorhalle geleistet.</p>

Einzelhandelsstruktur	Sortiment		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
			Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel		8	80	1.440	85	7,4	65
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik		0	0	50	3	0,2	2
	Apotheken-, Sanitätsartikel		1	10	40	2	2,8	25
	Bekleidung, Schuhe, Sport		0	0	30	2	0,2	2
	Bücher, Schreib-, Spielwaren		0	0	20	1	0,1	1
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren		0	0	10	1	0,1	1
	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo		1	10	100	6	0,4	4
	Möbel, Einrichtungsbedarf		0	0	10	1	0,1	1
	Sonstige Sortimente		0	0	0	0	0,0	0
	Gesamt		10	100	1.700	100	11,3	100
Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich								
Magnetbetriebe	Aldi (rd. 800 m ²), zukünftig: Lebensmittelmärkte, Drogeriemarkt							
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Eiscafés, Pizzeria, Imbiss); Kreditinstitute, Versicherung, Friseure, Kosmetik, Änderungsschneiderei, Ärzte, Gesundheitsdienstleistungen, Fitnessstudio, Spielhalle u.a.							
Leerstands situation	4 Geschäfte mit zusammen ca. 900 m ² VKF, davon ein Ladenlokal mit 700 m ² in rückwärtiger Lage an der Weststraße							
Veränderung ggü. 2015	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches im westlichen Bereich der Vorhaller Straße ohne Einzelhandelsprägung; Einbeziehung des Getränkemarktes im Nordosten.							
Versorgungsfunktion	Nahversorgung für den Stadtteil Vorhalle mit ca. 10.200 Einwohnern Wettbewerbsangebote in Wetter und Herdecke, Nahversorgungsstandort Schwerter Straße							
Entwicklungsperspektiven	Entwicklungsflächen Ophauser Straße/Revelstraße Nachnutzung der Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau							
Handlungsempfehlungen	Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch marktgerechte Lebensmittelmärkte und einen Drogeriemarkt mit Ausrichtung auf die zu versorgende Bevölkerung des Stadtteils Vorhalle: B-Plan beschlossen (Lebensmittelsupermarkt max. 1.620 m ² , Discountmarkt 1.220 m ² , Drogeriemarkt 590 m ² Verkaufsfläche)/ Freigabe der FNP-Änderung durch Bezirksregierung steht noch aus							

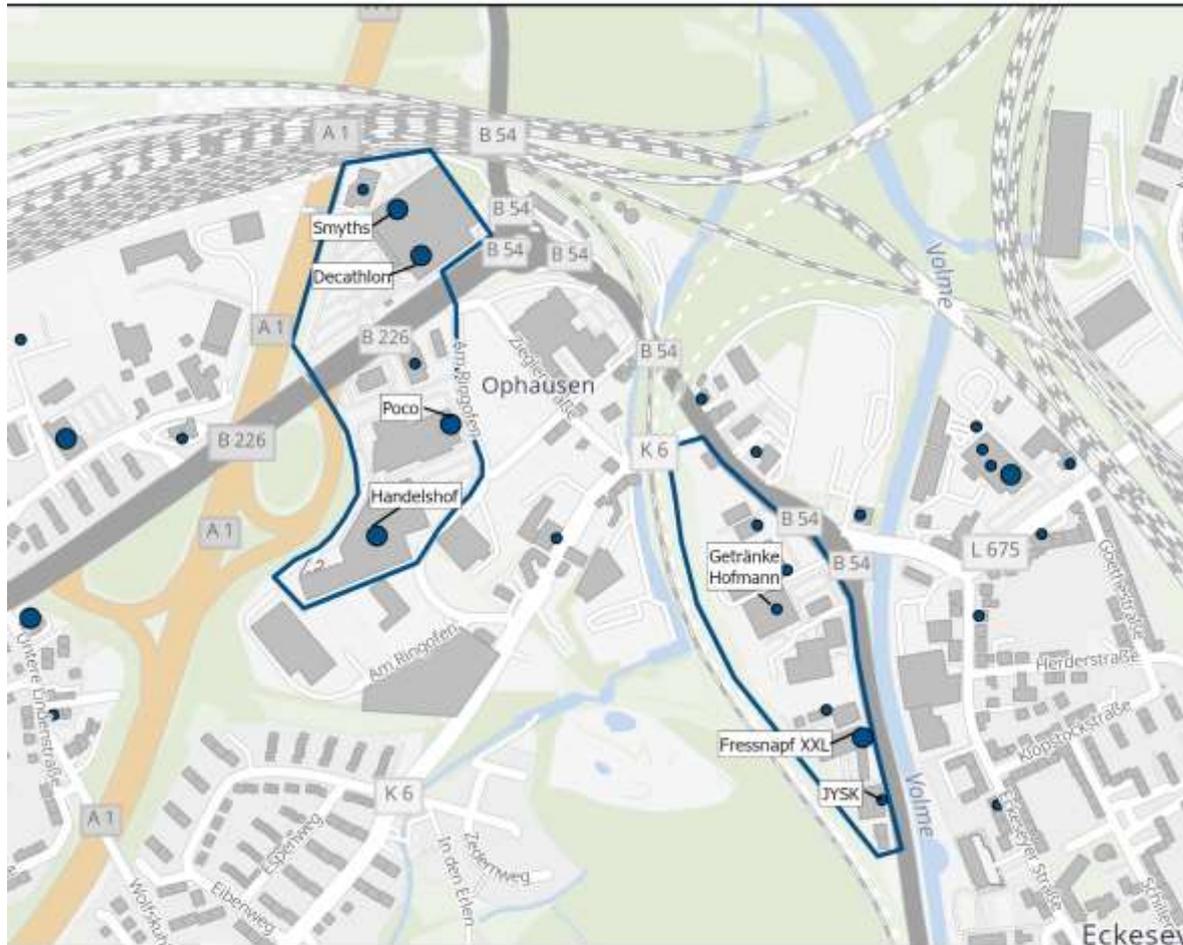
11.5.2 Nahversorgungsstandorte in Vorhalle



Weitere integrierte Nahversorgungsstandorte	
Wortherbruchstraße, Netto	<p>Lage: im baulich verdichteten Siedlungsbereich von Vorhalle. nächster ZVB Vorhalle ca. 200 m entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Netto ca. 780 m² VKF/3,5 Mio. €, davon 3,4 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Vorhalle</p> <p>1.000 m-Zone: 5.300 EW/13,0 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung, keine großflächige Erweiterung.</p>
Eckesey, Rewe	<p>Lage: Unmittelbares Umfeld gewerblich geprägt, nach Süden Anbindung an Siedlungsbereiche Eckesey/Boelerheide nächste ZVB Vorhalle und Boele jeweils ca. 1,7 km entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Rewe Ihr Kaufpark, Konzessionäre 2.650 m² VKF/10,6 Mio. €, davon 10,4 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Eckesey/Boelerheide</p> <p>1.000 m-Zone: 4.500 EW/11,0 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung, keine Erweiterung.</p>

11.5.3 Sonderstandorte in Vorhalle

Sonderstandort Weststraße/Am Ringofen



Sonderstandorte Weststraße/Am Ringofen und Becheltestraße

- Einzelhandel $\leq 800 \text{ m}^2 \text{ VKF}$
- Einzelhandel $> 800 \text{ m}^2 \text{ VKF}$
- Sonderstandort

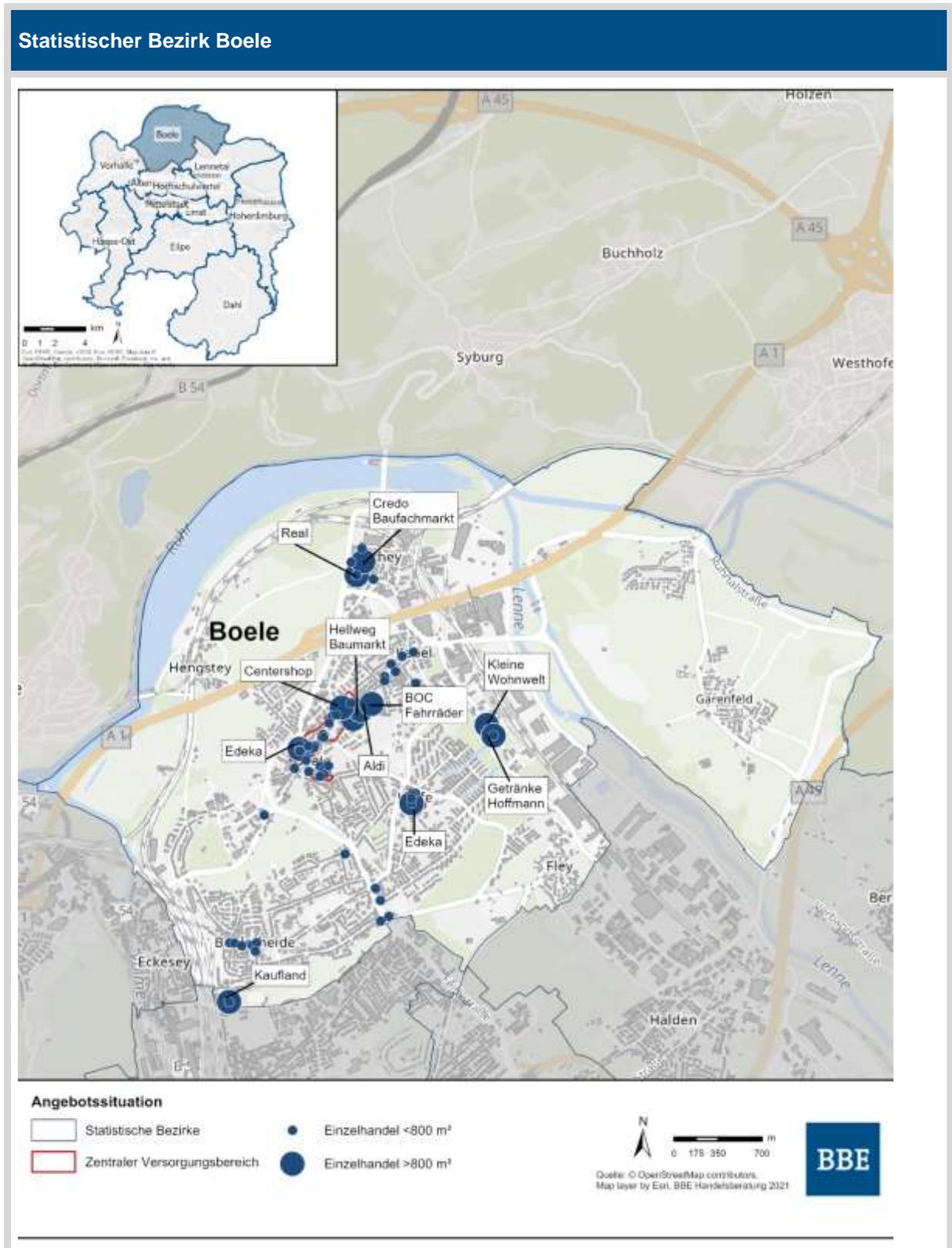


<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Der Fachmarktstandort nimmt eine Lage am Kreuzungspunkt der Bundesstraße 226 und 54 mit Anschluss an die Autobahn 1 ein. Nördlich der B 226 sind Fachmärkte mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten (Decathlon, Smyths Toys) ansässig und südlich wird der Standort durch das Möbelhaus Poco, ein Kfz-Zubehör, dem Großhandelsbetrieb Handelshof und Mc Donalds belegt. Das angrenzende Gewerbegebiet ist u.a. durch Kfz-, Logistikbetriebe und verarbeitendes Gewerbe geprägt. Mit Il Greco ist ein spezialisierter Lebensmittel-Groß- und Einzelhändler ansässig.</p> <p>Das Standortumfeld ist überwiegend gewerblich und damit als nicht-integriert zu bewerten ist.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Hagen Weststraße“ (Linie 518, 519, 538, 541, 591, SB72)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dar und fungiert damit als Einzelhandelsagglomeration im Sinne von Ziel 6.5-8 LEP NRW.</p>
<p>Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe</p>	<p>Standortprägend sind großflächige Fachmärkte mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, Kfz-Betriebe und sonstige Gewerbebetriebe</p> <p>Einzelhandelsangebot: 5 Einzelhandelbetriebe mit ca. 14.080 m² VKF</p> <p>Poco Einrichtungsmarkt (7.400 m²), Decathlon (ca. 3.650 m²), Smyths Toys (ca. 2.800 m²)</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Gesamtstädtische Versorgungsfunktion, Ausstrahlung auf Wetter und Herdecke</p>
<p>Entwicklungsperspektiven</p>	<p>Lage im GIB lässt nur Bestandssicherung zu, Erweiterungen oder Sortimentsänderungen sind nicht möglich</p> <p>Festschreibung des Bestands gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW</p>
<p>Handlungsempfehlungen</p> 	<p>Erfordernis einer Bauleitplanung für Areal nördlich B 226 und ggf. im angrenzenden Gewerbegebiet (z.Zt. ohne Bebauungsplan). Es besteht nur für den Bereich südlich der B 226 ein Bebauungsplan, sodass insbesondere für den nördlich gelegenen Fachmarktstandort das Gefährdungspotenzial im Sinne einer mit dem Einzelhandelskonzept nicht vereinbaren Einzelhandelsentwicklung hoch ist.</p>

Sonderstandort Becheltestraße	
Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Die Fachmarkttagglomeration von überwiegend nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist der Bundesstraße 54 zugeordnet. Einzig der Heimtierfachmarkt Fressnapf XXL überschreitet die Grenze der Großflächigkeit. Ergänzend sind ein Fitnessstudio und Kentucky Fried Chicken ansässig.</p> <p>Das Standortumfeld ist überwiegend gewerblich und damit als nicht-integriert zu bewerten ist.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Hagen Geitebrücke“ (Linie 516, 518, 519, 538, 541).</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dar.</p>
Angebotsstruktur/Magnetbetriebe	<p>Standortprägend sind nicht-großflächige Fachmärkte mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und Gastronomie/Freizeiteinrichtungen</p> <p>Einzelhandelsangebot: 6 Einzelhandelbetriebe mit ca. 3.200 m² VKF Fressnapf XXL (1.400 m²), JYSK (ca. 800 m²), Getränke Hoffmann (ca. 670 m²)</p>
Versorgungsfunktion	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion
Entwicklungsperspektiven	<p>Lage im GIB lässt nur Bestandssicherung zu, Erweiterungen oder Sortimentsänderungen sind nicht möglich</p> <p>Festschreibung des Bestands gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW</p>
Handlungsempfehlungen	<p>Der rechtskräftige Bebauungsplan setzt innerhalb eines Sondergebietes konkrete Nutzungen fest, sodass die Stadt damit bereits der Verfestigung der Einzelhandelsagglomeration gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW entgegengewirkt hat (geringes Gefährdungspotenzial im Sinne des Einzelhandelskonzeptes).</p>



11.6 Einzelhandel im statistischen Bezirk Boele

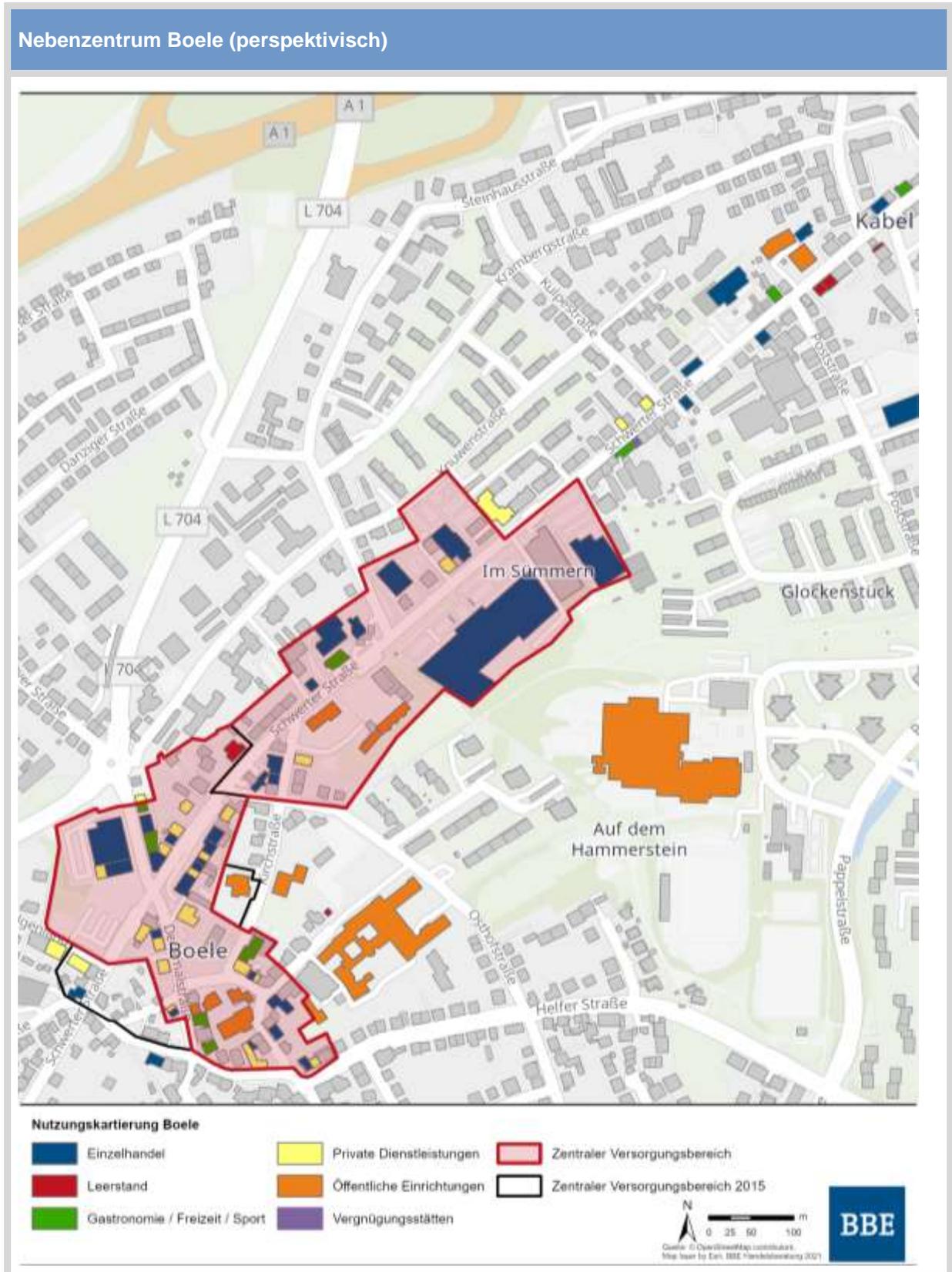


Lage in der Stadt	Der statistische Bezirk Boele liegt im Nordosten der Stadt. Seine nördliche Grenze zu Herdecke, Dortmund und Schwerte stellen die Ruhr und der Hengsteysee dar. Dem statistischen Bezirk sind die Siedlungsbereiche Boele, Boelerheide, Fley/Helfe, Garenfeld, Kabel und Bathey zugehörig. Südlich schließen sich Altenhagen und Lennetal an.																																																																																								
Verkehrsanbindung	Boele ist unmittelbar über die Anschlussstelle Hagen-Nord an die A 1 angebunden. Hauptverkehrsachsen im statistischen Bezirk sind die Schwerter Straße sowie der Boeler Ring (L 704). In dem östlich der Lenne gelegenen Garenfeld stellt die Verbandsstraße die Anbindung in Richtung Hohenlimburg und die Ruhrtalstraße (L 673) in Richtung Schwerte her. Für den ÖPNV fungiert der Boeler Markt als zentraler Knotenpunkt (Buslinien 510, 512, 515, 528, 534, 538, 542, 594). Darüber hinaus verkehren in Garenfeld, im westlichen Lennetal und in Bathey weitere Buslinien (514, 524, 541, 543).																																																																																								
Bevölkerungsstand	27.268 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungsentwicklung	2009	28.345																																																																																							
	2014	27.813																																																																																							
	2019	27.669																																																																																							
Kaufkraftkennziffer	94,2 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	164,4 Mio. € gesamt 73,7 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>38</td> <td>47</td> <td>18.770</td> <td>43</td> <td>93,0</td> <td>59</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>2.300</td> <td>5</td> <td>11,0</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>380</td> <td>1</td> <td>11,6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>2.110</td> <td>5</td> <td>4,7</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>960</td> <td>2</td> <td>2,6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>750</td> <td>2</td> <td>2,5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>11</td> <td>14</td> <td>11.180</td> <td>26</td> <td>13,5</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>10</td> <td>12</td> <td>4.170</td> <td>10</td> <td>8,7</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>3.170</td> <td>7</td> <td>9,8</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>81</td> <td>100</td> <td>43.790</td> <td>100</td> <td>157,4</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	38	47	18.770	43	93,0	59	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	2	2.300	5	11,0	7	Apotheken-, Sanitätsartikel	6	7	380	1	11,6	7	Bekleidung, Schuhe, Sport	4	5	2.110	5	4,7	3	Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	2	960	2	2,6	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	1	750	2	2,5	2	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	11	14	11.180	26	13,5	9	Möbel, Einrichtungsbedarf	10	12	4.170	10	8,7	6	Sonstige Sortimente	7	9	3.170	7	9,8	6	Gesamt	81	100	43.790	100	157,4	100
	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																			
		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																		
	Nahrungs- und Genussmittel	38	47	18.770	43	93,0	59																																																																																		
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	2	2.300	5	11,0	7																																																																																		
	Apotheken-, Sanitätsartikel	6	7	380	1	11,6	7																																																																																		
	Bekleidung, Schuhe, Sport	4	5	2.110	5	4,7	3																																																																																		
	Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	2	960	2	2,6	2																																																																																		
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	1	750	2	2,5	2																																																																																		
	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	11	14	11.180	26	13,5	9																																																																																		
Möbel, Einrichtungsbedarf	10	12	4.170	10	8,7	6																																																																																			
Sonstige Sortimente	7	9	3.170	7	9,8	6																																																																																			
Gesamt	81	100	43.790	100	157,4	100																																																																																			
Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich																																																																																									

Kennzahlen	1,6 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 96 %
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Hellweg, Schwerter Straße (ca. 8.350 m ²) Edeka/Marktkauf Verbrauchermarkt (ehem. Real), Kabeler Straße (7.500 m ²) Kaufland, Freiligrathstraße (6.600 m ² inkl. Konzessionäre) BOC, Schwerter Straße (2.400 m ²) Edeka, Dortmunder Straße (1.600 m ² inkl. Konzessionär) Credo Baufachmarkt, Auf dem Graskamp (1.400 m ²) Aldi, Schwerter Straße (1.200 m ²) Kleine Wohnwelt, Feldmühlenstraße (1.000 m ²) Centershop, Schwerter Straße (1.000 m ²) Getränke Hoffmann, Feldmühlenstraße (900 m ²)
Angebotsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nebenzentrum Boele (perspektivisch) - Nahversorgungszentrum Hilfe - Nahversorgungsstandort Alexanderstraße (tw: Kaufland, vgl. Kap. 11.1.6) - Nahversorgungsstandort Kabel - Nahversorgungsstandort Schwerter Straße, Lidl - Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey, Kabeler Straße <p>Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtbezirks konzentriert sich in hohem Maße auf die Ortsmitte von Boele (= perspektivisches Nebenzentrum Alt-Boele inkl. Schwerter Straße) sowie das dezentral gelegene Fachmarktzentrum Bathey (= Sonderstandort). Im Bereich Feldmühlenstraße sind nur einzelne Fachmärkte ansässig. In der als Gartenvorstadt angelegten Siedlung Hilfe besteht um den Marktplatz ein Geschäftszentrum (= Nahversorgungszentrum). Dem südlichen Siedlungsbereich Boelerheide ist neben einem Lidl-Markt an der Schwerter Straße das SB-Warenhaus Kaufland (Freiligrathstraße) zugeordnet, das gemeinsam mit den Fachmärkten an der Alexanderstraße (Stadtteil Altenhagen) Versorgungsfunktionen auch für Altenhagen übernimmt (vgl. Kap. 11.1.6).</p>

Nahversorgungssituation	<p>Für den Siedlungsbereich Alt-Boele sind die nahversorgungsrelevanten Angebote im gleichnamigen zentralen Versorgungsbereich (u.a. Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Rossmann) von Bedeutung. In Kabel übernimmt Penny ergänzende Funktionen im Rahmen der wohnungsnahen Versorgung, ohne dass der Markt dem zentralen Versorgungsbereich Boele zugeordnet ist.</p> <p>Der Siedlungsbereich Hilfe verfügt über ein Nahversorgungszentrum in zentraler Lage.</p> <p>Einen dezentralen Sonderstandort nimmt der Verbrauchermarkt Edeka/Marktkauf (ehem. Real) im Fachmarktzentrum Bathey ein.</p> <p>In Boelerheide besteht kein zentraler Versorgungsbereich, die Nahversorgung erfolgt über die Nahversorgungsstandorte Alexanderstraße (u.a. Kaufland) und Schwerter Straße (u.a. Lidl).</p>
-------------------------	---

11.6.1 Nebenzentrum Boele (perspektivisch)



<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Alt-Boele weist seinen städtebaulichen Mittelpunkt im Bereich der St. Johannes Kirche und dem Boeler Marktplatz auf. Im Bereich der Kirchstraße sind kleinteilige Geschäfts- und Dienstleistungsstrukturen vorhanden, das Geschäftszentrum erstreckt sich darüber hinaus vom Boeler Marktplatz ausgehend entlang der Schwerter Straße. Am Boeler Marktplatz übernimmt der Lebensmittelmarkt Edeka die Funktion eines Magnetbetriebes. Der Wochenmarkt findet einmal wöchentlich statt. Es schließt sich entlang der Schwerter Straße ein durchgehender Geschäftsbesatz mit Fachgeschäften und kleineren Fachmärkten sowie ergänzenden Dienstleistungsangeboten an. In einem Übergangsbereich stellen das Amtshaus und eine Schule publikumsintensive Nutzungen dar, die für das Stadtleben in Boele wichtig sind. Im nordöstlichen Abschnitt des Nahversorgungszentrums sind größere und großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig, die einerseits der wohnungsnahen Grundversorgung dienen (Lebensmittelmärkte). Andererseits sind großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (Baumarkt, Fahrradfachmarkt) ansässig, die eine Versorgungsfunktion für das nordöstliche Stadtgebiet entfalten.</p> <p>Damit kann der zentrale Versorgungsbereich eine umfassende Nahversorgung für den Stadtteil Boele sicherstellen. Im Bereich der Schwerter Straße und am Boeler Marktplatz bestehen Entwicklungsflächen, die eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Grundversorgung ermöglichen. Perspektivisch soll der zentrale Versorgungsbereich eine über die Nahversorgung hinausreichende Versorgung auch mit zentrenrelevanten Sortimenten für den Stadtbezirk übernehmen (perspektivisches Nebenzentrum), da insbesondere das nicht-integrierte Fachmarktzentrum Bathey nicht mehr als Standort für zusätzliche zentrenrelevante Sortimente im Stadtbezirk zur Verfügung stehen wird.</p>
<p>Angebotsstrukturen</p>	<p>Der zentrale Versorgungsbereich weist ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Nutzungen auf, die geringe Zahl von Leerständen zeigt gefestigte Versorgungsstrukturen, die durch Verbundeffekte zwischen dem eher kleinteiligen Angebot im südwestlichen Abschnitt und den frequenzstarken Einzelhandel im nordöstlichen Bereich profitieren.</p>

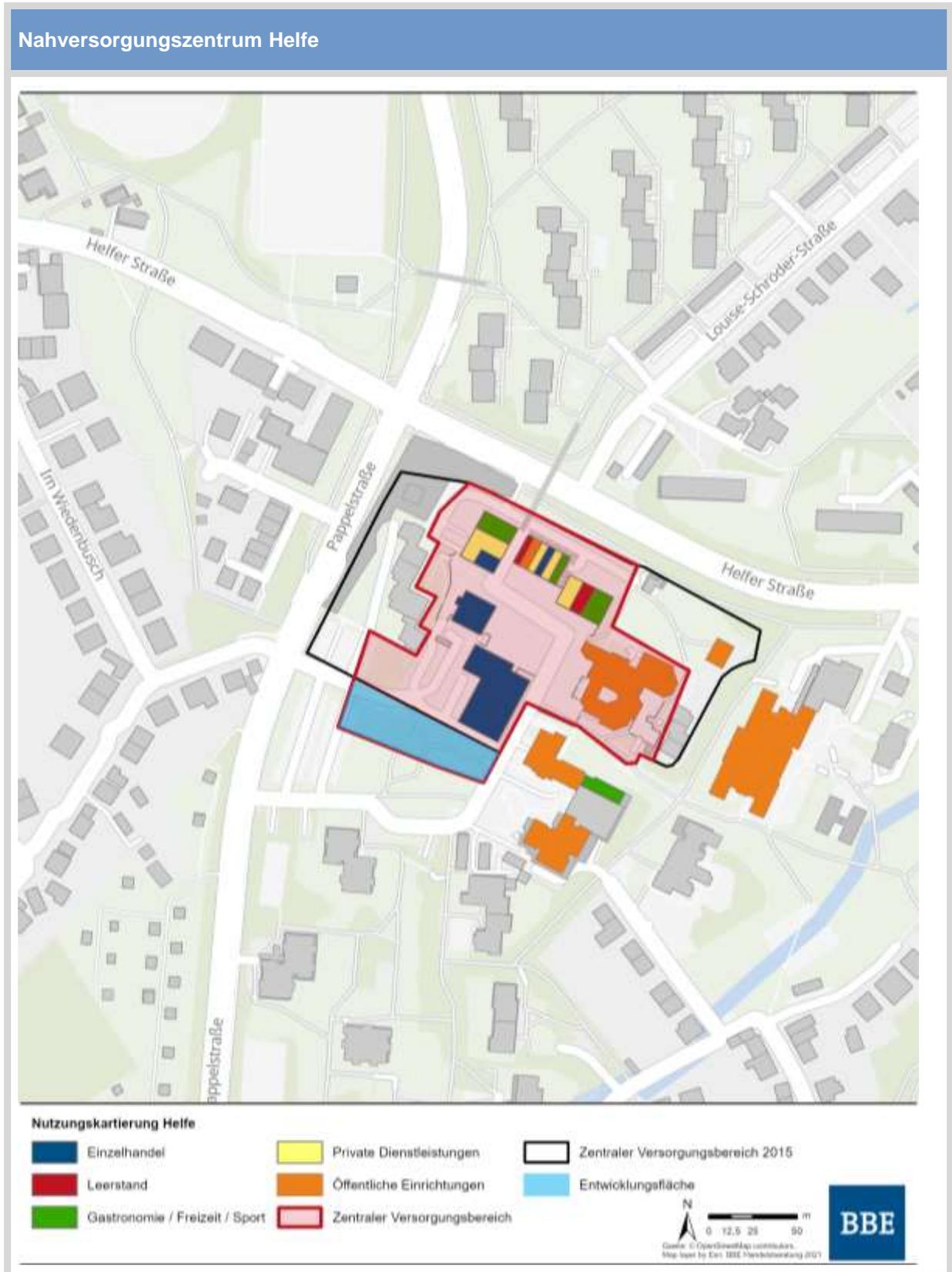
Einzelhandelsstruktur	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel	13	43	4.230	23	24,8	47
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	530	3	2,5	5	
Apotheken-, Sanitätsartikel	2	7	110	1	3,2	6	
Bekleidung, Schuhe, Sport	2	7	810	4	1,5	3	
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	3	210	1	0,5	1	
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	3	210	1	0,9	2	
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	10	8.130	45	9,4	18	
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	10	1.330	7	2,1	4	
Sonstige Sortimente	4	13	2.600	14	8,2	15	
Gesamt	30	100	18.160	100	53,1	100	

Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich

Magnetbetriebe	Lebensmittelbetriebe Edeka (rd. 1.600 m ²), Aldi (rd. 1.200 m ²), Lidl (rd. 800 m ²) und Netto (rd. 600 m ²); Hellweg Baumarkt (ca. 8.350 m ²), BOC Fahrräder (ca. 2.400 m ²), Center Shop (ca. 1.000 m ²), Rossmann (ca. 300 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Café/Eiscafé, Gaststätten/Restaurant, Imbiss); Sparkasse/Banken, Versicherung, Friseur/Kosmetik, Reinigung, Änderungsschneiderei, Reisebüro, Ärzte/Gesundheitsdienstleistungen, Fahrschule u.a.
Leerstandssituation	2 Betriebe, insg. 160 m ²
Veränderung ggü. 2015	<p>Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs im Bereich südlich des Boeler Marktplatzes, in dem keine publikumsintensiven Nutzungen mehr vorhanden sind.</p> <p>Arrondierung des zentralen Versorgungsbereiches um den nordöstlichen Geschäftsschwerpunkt an der Schwerter Straße, der fußläufig mit dem gewachsenen Bereich am Boeler Marktplatz verknüpft ist (ca. 450 m). Kleinteilige Einzelhandelbetriebe, das Amtshaus und weitere Dienstleistungen fungieren als „Trittsteine“.</p>

Versorgungsfunktion	<p>Nahversorgung für den Boele-Zentrum, Kabel/Bathey mit ca. 12.400 Einwohnern, perspektivische Versorgungsfunktion als Nebenzentrum für den statistischen Bezirk Boele (ca. 27.300 Einwohner)</p> <p>Wettbewerbsangebote am Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey (nördlich) und am Nahversorgungsstandort Alexanderstraße (südlich)</p>
Entwicklungsperspektiven	<p>Entwicklungsflächen an der Schwerter Straße und ggf. am Boeler Marktplatz verfügbar, die zu einer Weiterentwicklung des Versorgungsangebotes genutzt werden sollen (Schwerpunkt: Nahversorgung sowie ergänzende zentralenrelevante Sortimente), das sich an der zu versorgenden Bevölkerung orientieren soll</p> <p>Neuaufstellung des Drogeriemarktangebotes</p> <p>Bestandssicherung der Lebensmittelmärkte</p>
Handlungsempfehlungen	<p>Ausbau zum Nebenzentrum durch Sicherung und Aufwertung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen zur Sicherung des Zentrums und zum Ausbau der Versorgungsfunktion notwendig (Schwerpunkt: Nahversorgung sowie ergänzende zentralenrelevante Sortimente)</p> <p>gestalterische Maßnahmen zur stärkeren Verknüpfung des Geschäftsteilbereiches entlang der Schwerter Straße an die Ortsmitte</p>

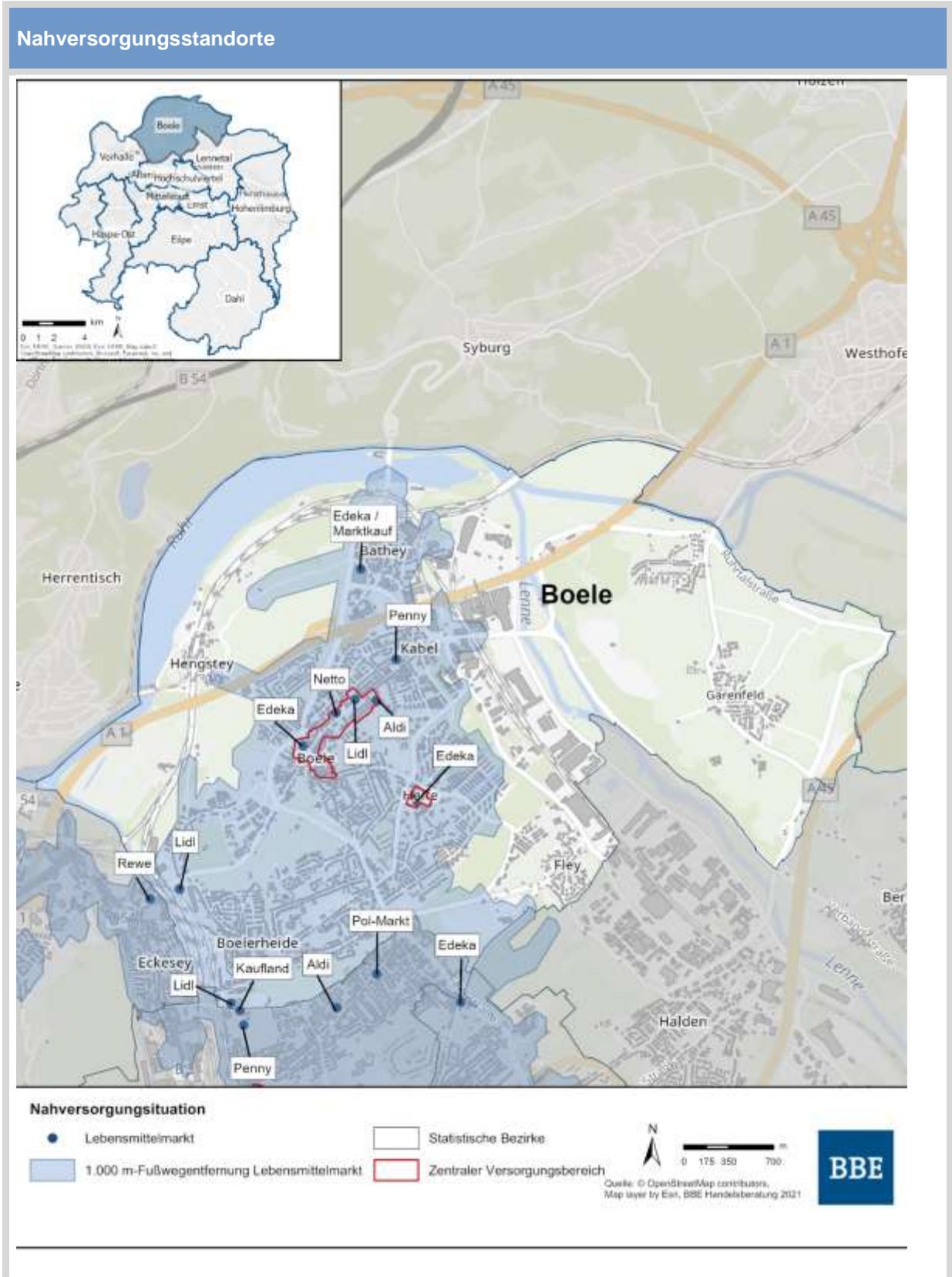
11.6.2 Nahversorgungszentrum Helfe



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	Die Gartenstadt Hefle weist das planmäßig realisierte Geschäftszentrum am Hefler Marktplatz mit Grundversorgungsangeboten auf. Im Umfeld sind darüber hinaus kirchliche, schulische und sonstige gesellschaftlich-relevante Einrichtungen konzentriert. Das Zentrum ist in starkem Maße introvertiert gestaltet und entfaltet keine über das Quartier hinausreichende Ausstrahlungskraft.																																																																																			
Angebotsstrukturen	Der Geschäftsbereich Hefle weist 5 nahversorgungsbezogene Einzelhandelbetriebe mit über 1.000 m ² Verkaufsfläche sowie ergänzende Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen auf. Der Standort übernimmt Versorgungsfunktionen über den Nahbereich hinaus. Damit werden die Mindestanforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich hinsichtlich Angebotsdichte und -Vielfalt nahversorgungsrelevanter Sortimente und Dienstleistungen eingehalten. Für ein Nahversorgungszentrum sind zentrenrelevante Sortimente (die nicht gleichzeitig nahversorgungsrelevant sind, wie Bekleidung, Schuhe) nicht zwingend notwendig.																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1" data-bbox="469 1048 1401 1630"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>4</td> <td>80</td> <td>810</td> <td>79</td> <td>4,1</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>90</td> <td>9</td> <td>0,4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>1</td> <td>20</td> <td>60</td> <td>6</td> <td>2,8</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>40</td> <td>4</td> <td>0,1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>5</td> <td>100</td> <td>1.020</td> <td>100</td> <td>7,4</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="480 1644 1018 1666">Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	4	80	810	79	4,1	55	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	90	9	0,4	5	Apotheken-, Sanitätsartikel	1	20	60	6	2,8	38	Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	40	4	0,1	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	20	2	0,0	0	Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0,0	0	Sonstige Sortimente	0	0	0	0	0,0	0	Gesamt	5	100	1.020	100	7,4	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	4	80	810	79	4,1	55																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	90	9	0,4	5																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	1	20	60	6	2,8	38																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	40	4	0,1	1																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	20	2	0,0	0																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Sonstige Sortimente	0	0	0	0	0,0	0																																																																														
Gesamt	5	100	1.020	100	7,4	100																																																																														
Magnetbetriebe	Lebensmittelbetriebe Edeka (rd. 870 m ²)																																																																																			
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Eiscafé, Restaurants); Sparkasse (SB-Service), Friseur, Kosmetik, Sonnenstudio, Fahrschule, Ambulante Pflege, Personalvermittlung u.a.																																																																																			

Leerstands-situation	4 Betriebe, insg. 280 m ²
Veränderung ggü. 2015	<p>Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs in Randbereichen ohne unmittelbare Anbindung an den Helfer Marktplatz (reine Wohngebäude, Grünfläche)</p> <p>Arrondierung des zentralen Versorgungsbereiches um eine Entwicklungsfläche südlich des Lebensmittelmarktes (Parkplatz/Grünfläche)</p>
Versorgungsfunktion	<p>Nahversorgung für den Siedlungsbereich Fley/Helfe mit ca. 6.500 Einwohnern</p> <p>Wettbewerbsangebote im Nahversorgungszentrum Boele und am Sonderstandort Bathey</p>
Entwicklungsperspektiven	<p>Erhalt der differenzierten Nahversorgungsangebote</p> <p>Entwicklungsfläche südlich des Geschäftsbereichs, die u.a. für eine Neuaufstellung des Magnetbetriebes (Lebensmittelmarkt) genutzt werden kann</p>
Handlungsempfehlungen	<p>Sicherung und Aufwertung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig (Schwerpunkt: Nahversorgung)</p> <p>Nachnutzung der kleinteiligen Geschäftsleerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe</p>

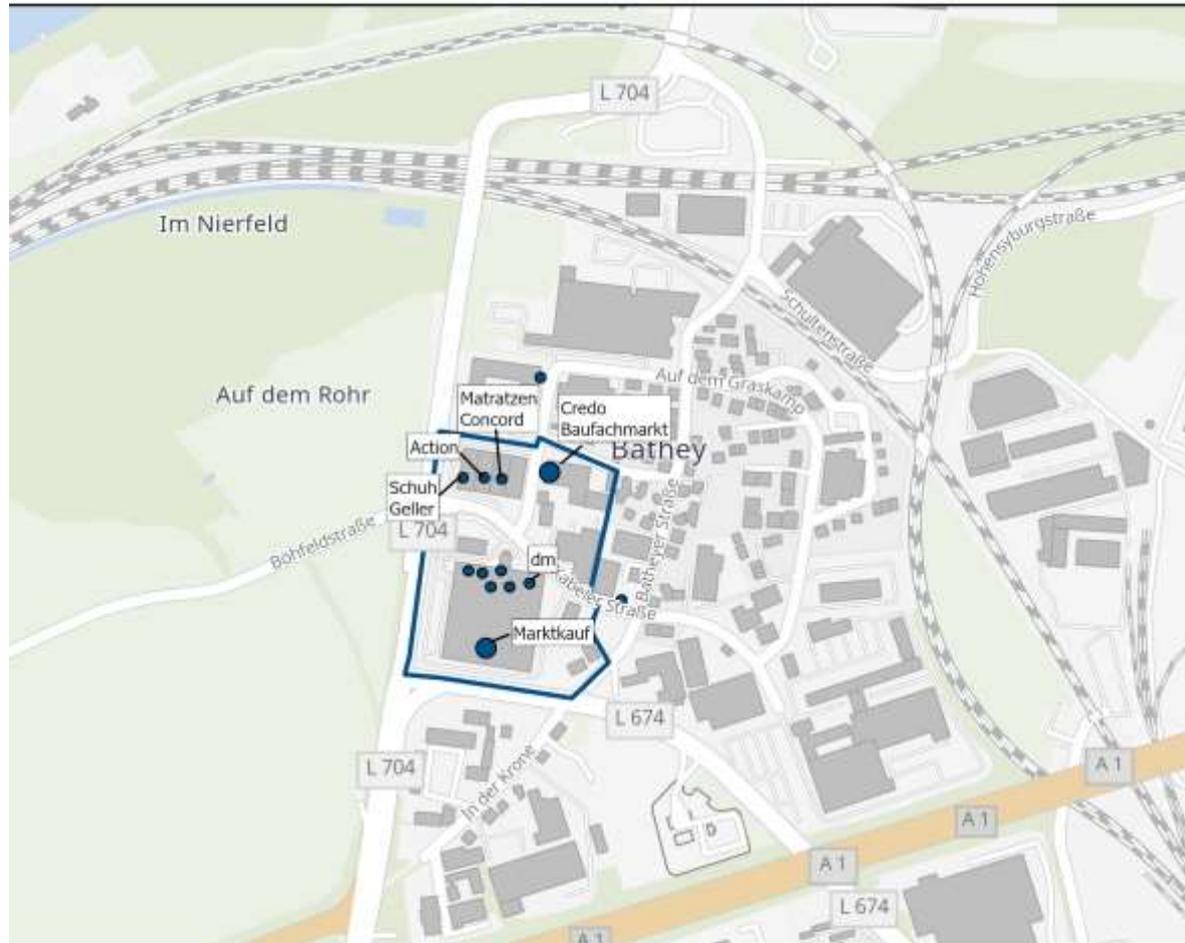
11.6.3 Nahversorgungsstandorte in Boele



Weitere integrierte Nahversorgungsstandorte	
Kabel, Penny/Trinkgut	<p>Lage: siedlungsintegrierte Lage in Kabel, im Umfeld wenige ergänzende Versorgungsangebote nächster ZVB Boele ca. 300 m entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Penny, Trinkgut, kleinteiliger Einzelhandel ca. 1.720 m² VKF/6,4 Mio. €, davon 5,9 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Nahbereich 1.000 m-Zone: 7.300 EW/20,2 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung der wohnungsnahen Versorgung für Kabel.</p>
Schwerter Straße, Lidl	<p>Lage: Unmittelbares Umfeld gewerblich geprägt, nach Süden Anbindung an Siedlungsbereiche Boelerheide nächste ZVB Vorhalle und Boele jeweils ca. 1,7 km entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: Lidl ca. 700 m² VKF/4,6 Mio. €, davon 4,3 Mio. € nahversorgungsrelevanter Umsatz</p> <p>Versorgungsfunktion: Nahbereich 1.000 m-Zone: 5.100 EW/13,6 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Bestandssicherung.</p>

11.6.4 Sonderstandorte in Boele

Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey



Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey

- Einzelhandel $\leq 800\text{ m}^2\text{ VKF}$
- Einzelhandel $> 800\text{ m}^2\text{ VKF}$
- Sonderstandort



<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Das Fachmarktzentrum nimmt eine siedlungsstrukturell nicht-integrierte Lage im Gewerbegebiet Bathey ein (600 EW im 1.000 m-Nahbereich). Die Verkehrserschließung erfolgt über die Dortmunder Straße (L 704).</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Hagen Bauhaus“ (Linien 512, 514)</p> <p>Im Regionalplan wird ein Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzung (GIB) dargestellt. Der Bebauungsplan setzt ein Gewerbegebiet fest und wurde durch eine Änderung auf die BauNVO 1990 umgestellt. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind demnach nicht zulässig. Es gilt jedoch der Bestandschutz.</p>
<p>Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe</p>	<p>Magnetfunktionen kommt dem Verbrauchermarkt Edeka/Marktkauf (ehem. Real) zu, das durch einen dm Drogeriemarkt, einen Sonderpreis Baumarkt und zahlreichen Konzessionäre (u.a. Bäcker, Kiosk, Apotheke, Blumen, Optiker) ergänzt wird und damit ein umfassendes Grundversorgungsangebot bietet.</p> <p>Im Umfeld des Verbrauchermarkt-Standortes sind weitere (nicht-großflächige) Fachmärkte (u.a. Nonfood-Discounter, Schuhe, Matratzen, Baustoffe und Malerbedarf) ansässig.</p> <p>Einzelhandelsangebot: 14 Einzelhandelbetriebe mit ca. 11.580 m² VKF Edeka/Marktkauf (7.500 m²), Credo Baufachmarkt (ca. 1.400 m²), Action (ca. 750 m²), dem (ca. 500 m²), Schuhmode Geller (500 m²)</p> <p>Edeka/Marktkauf plant Umbaumaßnahmen und Änderungen der Sortimente und Verkaufsflächen.</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Versorgungsfunktion für Stadtbezirke Boele, Lennetal, übergemeindliche Ausstrahlung auf Schwerte</p> <p>Wettbewerbswirkungen vor allem für (perspektives) Nebenzentrum Boele</p>

<p>Entwicklungs- perspektiven</p>	<p>kein zusätzlicher Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten</p> <p>Lage im GIB lässt nur Bestandssicherung zu, Erweiterungen oder Sortimentsänderungen sind nicht möglich</p> <p>Für das Einkaufszentrum (Edeka/Marktkauf und Konzessionäre = Einzelvorhaben i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO) ist eine Überplanung nach Ziel 6.5-7 LEP NRW möglich (zu prüfen ist, ob eine Überplanungspflicht nach Ziel 6.5-8 LEP NRW besteht)</p> <p>Für das Gewerbegebiet nördlich der Kabeler Straße ist eine Festschreibung des Bestands gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW notwendig.</p>
<p>Handlungs- empfehlungen</p> 	<p>Der rechtskräftige Bebauungsplan lässt keine ausreichende Einzelhandelssteuerung im Sinne des Einzelhandelskonzeptes zu, daraus ergibt sich für den gesamten Bereich des Fachmarktzentrum Bathey einschließlich Einkaufszentrum und Einzelhandelsbesatz nördlich der Kabeler Straße ein dringendes Erfordernis einer Bauleitplanung zur Festschreibung des Einzelhandelsbestandes bzw. zum Einzelhandelsausschluss im angrenzenden Gewerbegebiet (z.Zt. ohne Bebauungsplan).</p> <p>Für das Einkaufszentrum (Verbrauchermarkt und Konzessionäre in einem Gebäude) ist eine Überplanung nach Ziel 6.5-7 LEP NRW (ggf. nach Ziel 6.5-8 LEP NRW) zu empfehlen. Dabei sind in einem entsprechenden Sondergebiet die Sortimente und Verkaufsflächen i.d.R. auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt (nur bei Ziel 6.5-7). Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist grundsätzlich sinnvoll (nur bei Ziel 6.5-7 möglich). Die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist im Rahmen eine Einzelfallprüfung vorzunehmen. Hierbei sind insbesondere die Auswirkungen auf das (perspektivische) Nebenzentrum Boele von Bedeutung.</p> <p>Für die Geschäftszeile nördlich der Kabeler Straße ist als Einzelhandelsagglomeration im GIB nach Ziel 6.5-8 LEP NRW der Bestand hinsichtlich Verkaufsflächen und Sortimenten festzuschreiben.</p> <p>Im nördlich angrenzenden unbepflanzten Innenbereich sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht mit dem vorliegenden Zentrenkonzept vereinbar. Bei der Überplanung ist im GIB auch der Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten notwendig, da im Zusammenhang mit der Fachmarktzeile Kabeler Straße der Bildung einer Einzelhandelsagglomeration entgegenzuwirken ist.</p>

Weiterer nicht-integrierter Einzelhandelsstandort

Feldmühlenstraße

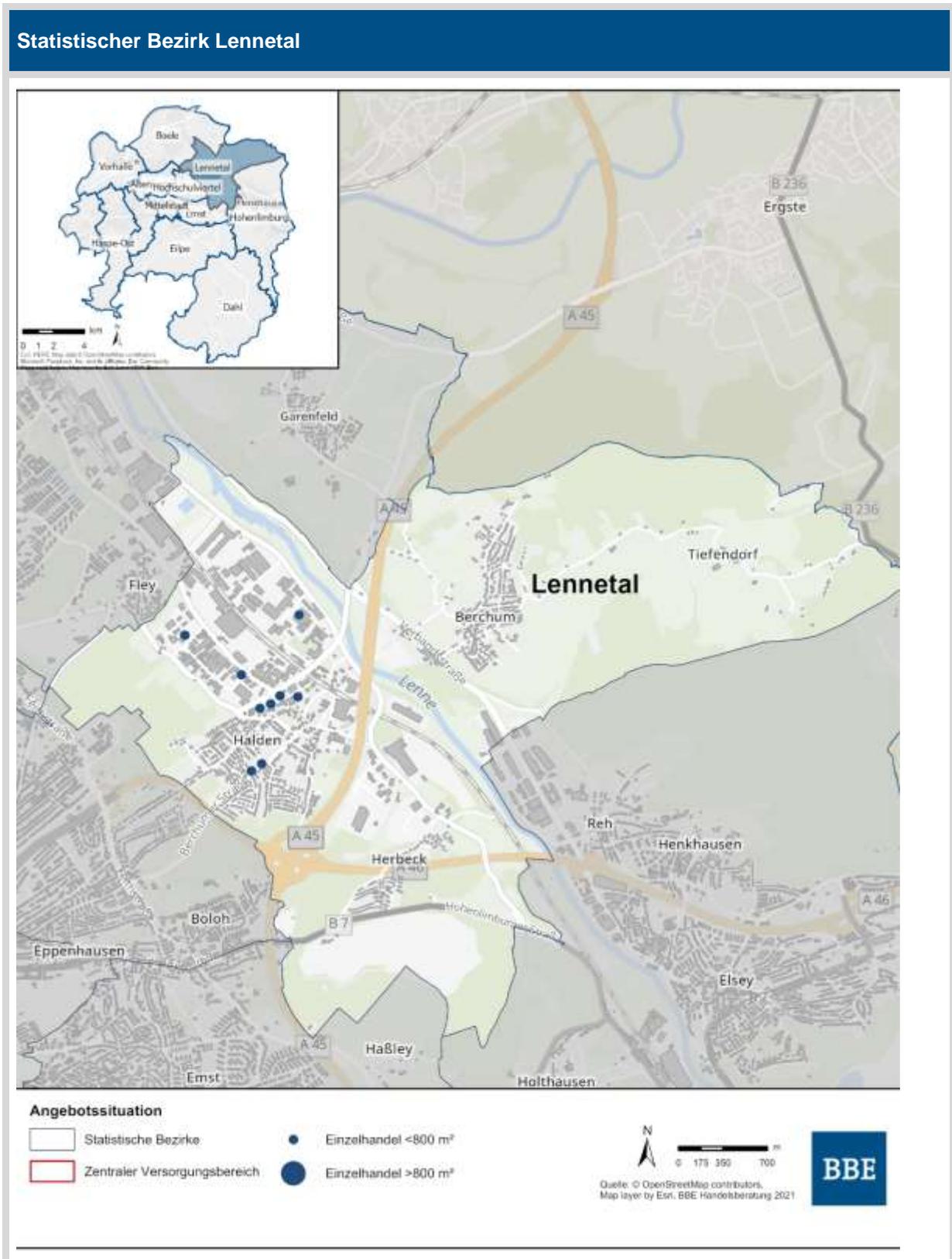
Lage: Isolierte Lage in gewerblich geprägtem Umfeld (nicht-integriert), Regionalplan: GIB, Bebauungsplan: GI

Angebotsstruktur: Kleine Wohnwelt (1.000 m²), Getränke Hoffmann (900 m²), Bäckerei Büsch

Versorgungsfunktion: Stadt Hagen, Schwerpunkt: nordöstliches Stadtgebiet

Handlungsempfehlung: keine Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort sinnvoll

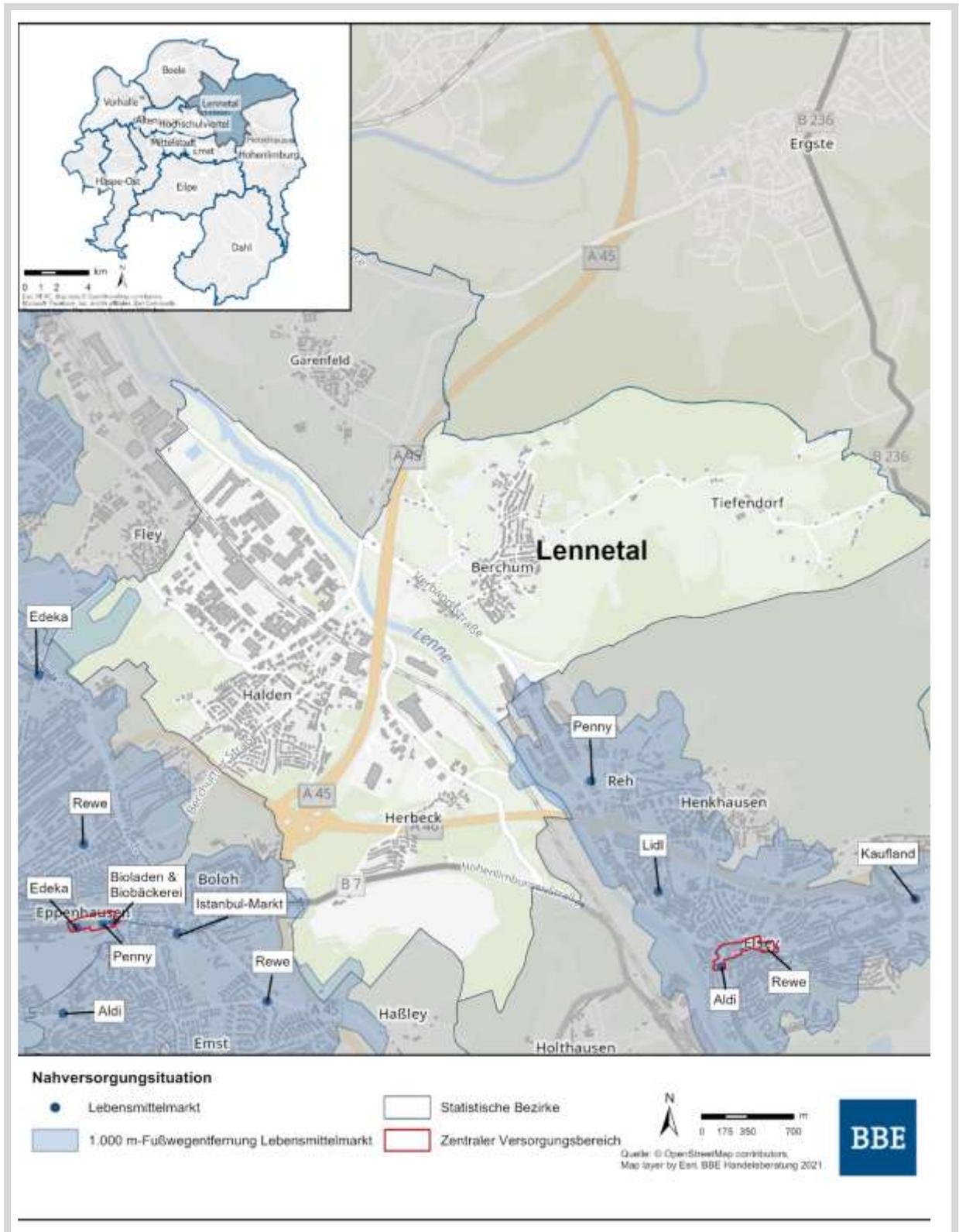
11.7 Einzelhandel im statistischen Bezirk Lennetal



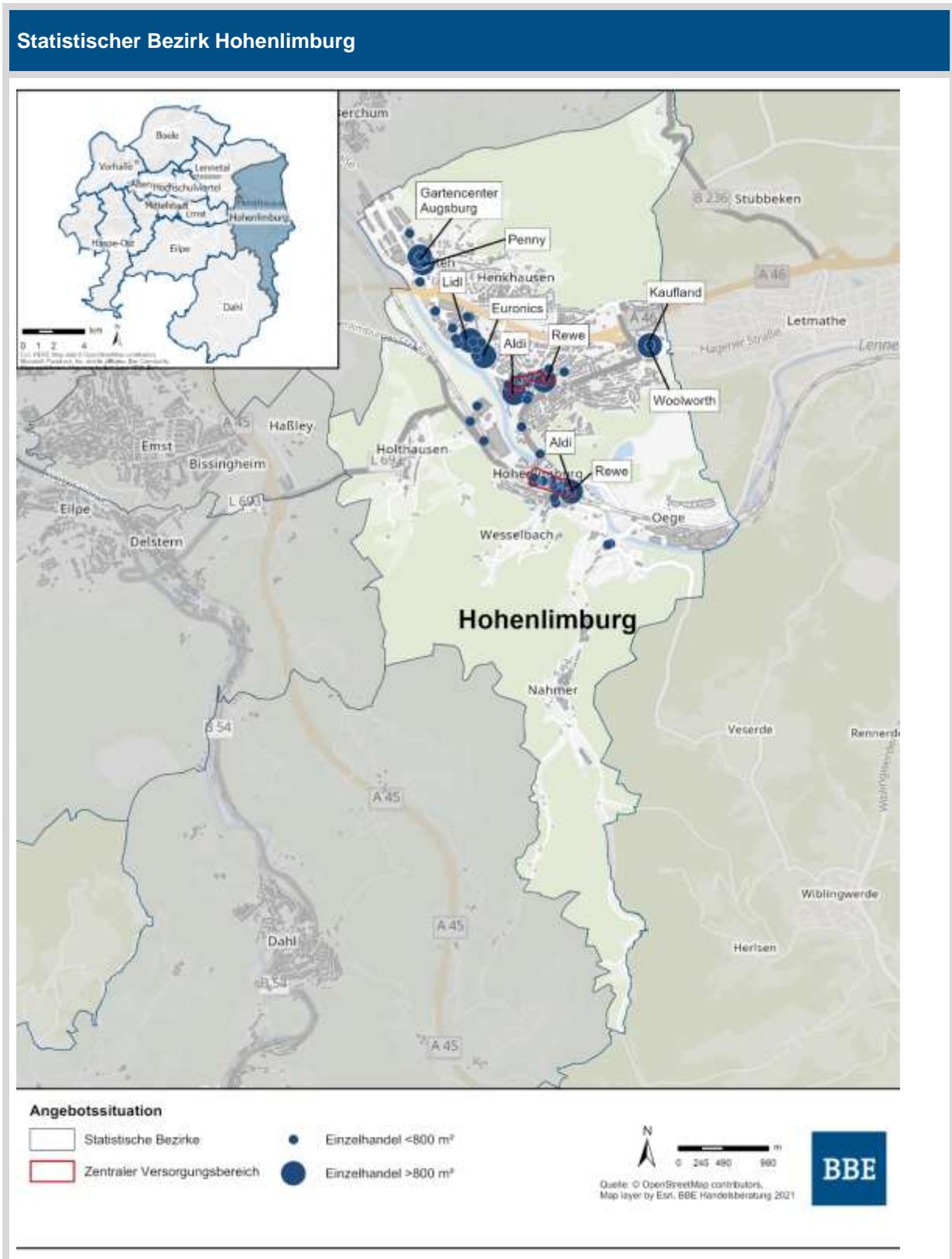
Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	<p>Der statistische Bezirk Lennetal liegt im nordöstlichen Stadtgebiet zwischen Boele im Norden und Hohenlimburg im Süden. Westlich grenzt der Stadtteil Alenhagen und östlich die Nachbarstadt Schwerte an. Er umfasst die Siedlungsbereiche Halden, Herbeck und Berchum, die sich westlich und östlich der Lenne befinden.</p> <p>Lennetal gehört zu den kleineren Bezirken mit geringer Bevölkerungszahl und ohne ausgeprägte Versorgungsstrukturen. Die westlichen Siedlungsbereiche sind auf Hagen-Mitte ausgerichtet, während die Bevölkerung aus Berchum auf der Ostseite der Lenne in Richtung Elsey/Hohenlimburg tendiert. In der Tallage der Lenne sind Gewerbenutzungen prägend.</p>						
Verkehrs- anbindung	<p>Innerhalb des statistischen Bezirkes ist das Hagener Kreuz der A 45/A 46 gelegen. Anbindungen an die Autobahnen bestehen mit den Anschlussstellen Hagen-Fernuni und –Hohenlimburg. Zu den Hauptverkehrsachsen zählen insbesondere die Berchumer Straße (L 703) und die Verbandsstraße (L 674).</p> <p>Die Buslinien 515, 521, 524, 525 und 538 stellen die Anbindung an Hagen-Mitte und Hohenlimburg her.</p>						
Bevölkerungsstand	5.040 Einwohner (Stand: 31.07.2021)						
Bevölkerungsent- wicklung	<table border="0"> <tr> <td>2009</td> <td>5.436</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>5.042</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>5.076</td> </tr> </table>	2009	5.436	2014	5.042	2019	5.076
2009	5.436						
2014	5.042						
2019	5.076						
Kaufkraftkennziffer	102,7 (Quelle: MBR 2021)						
Kaufkraft	33,1 Mio. € gesamt 14,5 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren						

Einzelhandelsstruktur	Sortiment		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
			Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel		4	44	120	7	0,9	24
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik		0	0	0	0	0,0	0
	Apotheken-, Sanitätsartikel		0	0	0	0	0,0	0
	Bekleidung, Schuhe, Sport		0	0	90	6	0,2	5
	Bücher, Schreib-, Spielwaren		0	0	20	1	0,1	1
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren		0	0	0	0	0,0	0
	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo		4	44	1.370	85	2,7	69
	Möbel, Einrichtungsbedarf		0	0	0	0	0,0	0
	Sonstige Sortimente		1	11	10	1	0,0	1
	Gesamt		9	100	1.610	100	3,9	100
Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich								
Kennzahlen	0,3 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 12 %							
Top 2 Betriebe (nach VKF)	Hoba/Hofnagel & Bade, Werkzeugstraße (500 m ²) Bauking, Tiegelstraße (500 m ²)							
Angebotsschwerpunkte	Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf Spezialisten des Bau- und Gartenbedarfs sowie des Kfz-Zubehörs. Kleinteilige Nahversorgungsangebote (Ladenhandwerk, Kiosk) sind in der Ortsmitte von Halden und Berchum vorhanden.							
Nahversorgungssituation	Der Siedlungsbereich weist keine bedarfsgerechte wohnungsnaher Versorgung auf. Auch die Nahbereiche der nächstgelegenen Lebensmittelmärkte in den benachbarten statistischen Bezirken decken nicht den Siedlungsbereich ab.							

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022



11.8 Einzelhandel im statistischen Bezirk Hohenlimburg

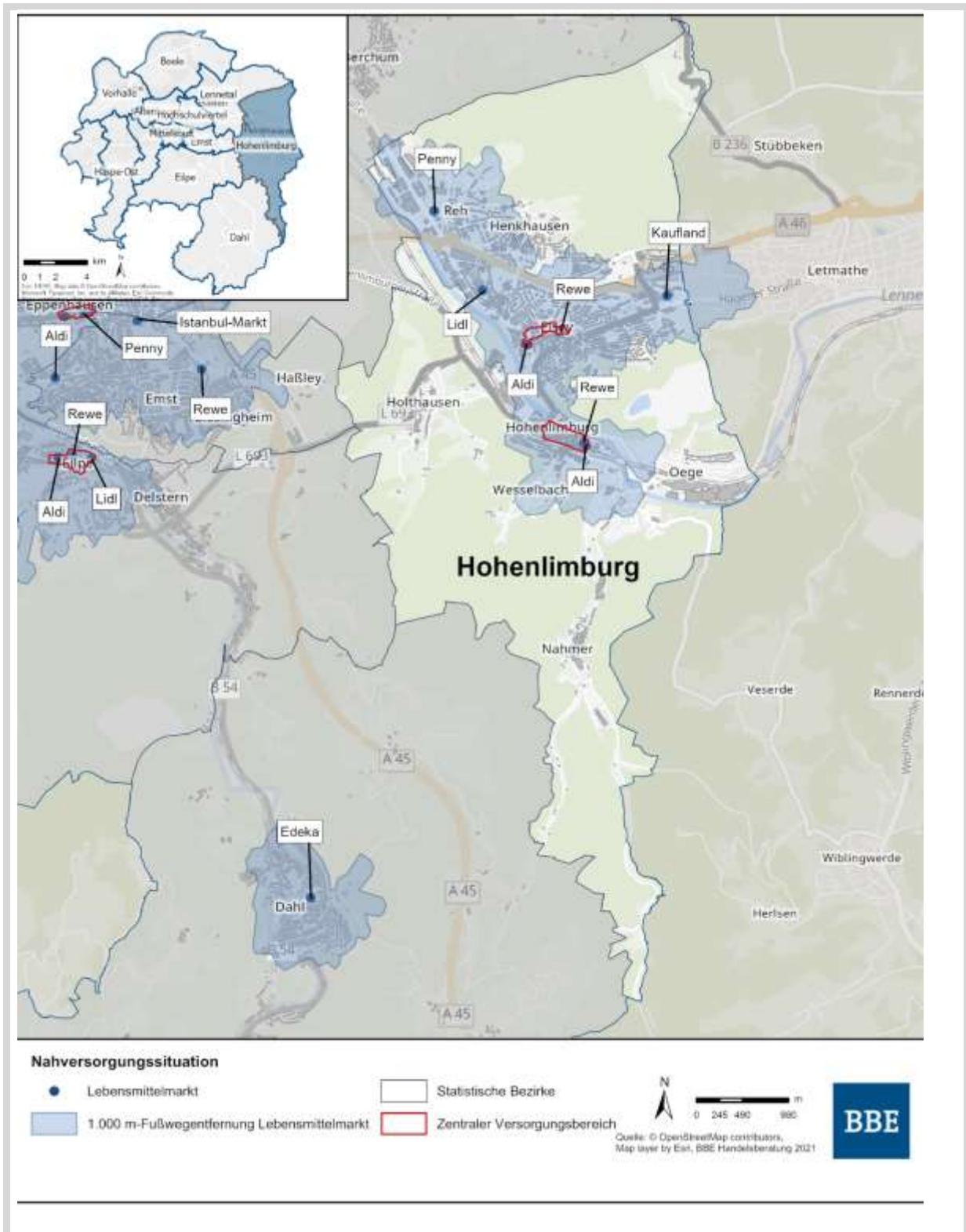


Lage in der Stadt/Siedlungsstruktur	Der statistische Bezirk Hohenlimburg befindet sich im östlichen Stadtgebiet und grenzt an die Nachbarstadt Iserlohn. Zum statistischen Bezirk gehören die Stadtteile Eley, Hohenlimburg (Innenstadt), Holthausen, Wesselbach, Oege, Nahmer, Reh und Henkhausen. Der Hauptsiedlungskörper Eley/Henkhausen/Reh umfasst ca. 14.750 Einwohner. In Hohenlimburg-Zentrum leben rd. 3.300 Personen, in Oege/Nahmer ca. 4.300 Personen und in Holthausen ca. 1.650 Personen.																																																																																								
Verkehrs-anbindung	Die verkehrliche Anbindung ist geprägt durch die Iserlohner Straße (B 7: Hagen-Innenstadt – Iserlohn-Letmathe) und die Esserstraße/Elseyer Straße (L 674), über die auch jeweils die A 46 erreichbar ist. Über den Bahnhofpunkt Hohenlimburg (Bahnstrecke Hagen - Iserlohn) besteht Anschluss an den Regionalverkehr der Deutschen Bahn. Hohenlimburg-Mitte ist auch der Knotenpunkt der Buslinien 513, 515, 517, 518, 530, 534, 538, 539, 1, 9, SB 71 und SB 72, die die Anbindung im Stadtbezirk, nach Hagen-Mitte und Iserlohn-Letmathe herstellen.																																																																																								
Bevölkerungsstand	24.058 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungsentwicklung	2009	25.748	2014	24.484	2019	24.152																																																																																			
Kaufkraftkennziffer	92,7 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	142,6 Mio. € gesamt 63,9 Mio. € davon Nahversorgung																																																																																								
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>37</td> <td>35</td> <td>16.320</td> <td>37</td> <td>87,1</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>2</td> <td>2</td> <td>1.580</td> <td>4</td> <td>8,0</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>390</td> <td>1</td> <td>12,9</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>16</td> <td>15</td> <td>4.100</td> <td>9</td> <td>9,1</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>4</td> <td>4</td> <td>940</td> <td>2</td> <td>3,0</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>5</td> <td>5</td> <td>6.130</td> <td>14</td> <td>29,5</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>9</td> <td>9</td> <td>9.920</td> <td>23</td> <td>11,3</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>12</td> <td>11</td> <td>3.340</td> <td>8</td> <td>5,8</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>13</td> <td>12</td> <td>850</td> <td>2</td> <td>2,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>105</td> <td>100</td> <td>43.570</td> <td>100</td> <td>169,6</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich (nach Lidl-Erweiterung/Netto-Schließung)</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	37	35	16.320	37	87,1	51	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	2	1.580	4	8,0	5	Apotheken-, Sanitätsartikel	7	7	390	1	12,9	8	Bekleidung, Schuhe, Sport	16	15	4.100	9	9,1	5	Bücher, Schreib-, Spielwaren	4	4	940	2	3,0	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	5	6.130	14	29,5	17	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	9	9	9.920	23	11,3	7	Möbel, Einrichtungsbedarf	12	11	3.340	8	5,8	3	Sonstige Sortimente	13	12	850	2	2,9	2	Gesamt	105	100	43.570	100	169,6	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	37	35	16.320	37	87,1	51																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	2	1.580	4	8,0	5																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	7	7	390	1	12,9	8																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	16	15	4.100	9	9,1	5																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	4	4	940	2	3,0	2																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	5	6.130	14	29,5	17																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	9	9	9.920	23	11,3	7																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	12	11	3.340	8	5,8	3																																																																																			
Sonstige Sortimente	13	12	850	2	2,9	2																																																																																			
Gesamt	105	100	43.570	100	169,6	100																																																																																			

Kennzahlen	1,8 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 121 %
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Gartencenter Augsburg, Im Eichhof (9.700 m ²) Kaufland, Auf dem Lölfert (8.100 m ² inkl. Getränkemarkt) Elektro Berlet, Elseyer Straße (6.000 m ²) Woolworth, Auf dem Lölfert (1.700 m ²) Rewe, Lindenbergsstraße (1.650 m ² inkl. Konzessionär) Lidl, Gotenweg (1.300 m ²) Rewe, Bahnstraße (1.250 m ² inkl. Konzessionäre) Aldi, Bahnstraße (1.000 m ²) Trinkgut, Am Paulshof (1.000 m ²) Aldi, Esserstraße (1.000 m ²)
Angebotsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nebenzentrum Hohenlimburg (zu entwickeln) - Nahversorgungszentrum Elsey - Sonderstandort Fachmarktzentrum Auf dem Lölfert - Sonderstandort Elseyer Straße/Gotenweg - Sonderstandort Im Eichhof (Gartencenter Augsburg) <p>Neben den Angeboten der zentralen Versorgungsbereiche Hohenlimburg-Innenstadt (rd. 4.300 m²) und Elsey (rd. 5.300 m²) wird das Einzelhandelsangebot innerhalb des statistischen Bezirks wesentlich von den Sonderstandorten Fachmarktzentrum Auf dem Lölfert (rd. 10.800 m²) und Gewerbegebiet Elseyer Straße/Gotenweg (rd. 9.400 m²) geprägt, auf die knapp die Hälfte des Verkaufsflächenbestandes – überwiegend mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten – entfallen.</p> <p>Darüber hinaus besteht mit dem Sonderstandort Im Eichhof ein weiterer Sonderstandort (rd. 10.400 m²), der wesentlich durch die Sortimente Gartenbedarf und Reitsportartikel geprägt ist. Die Lebensmittel- und Getränkemarkte Am Paulshof belegen einen nicht-integrierten Standort.</p>

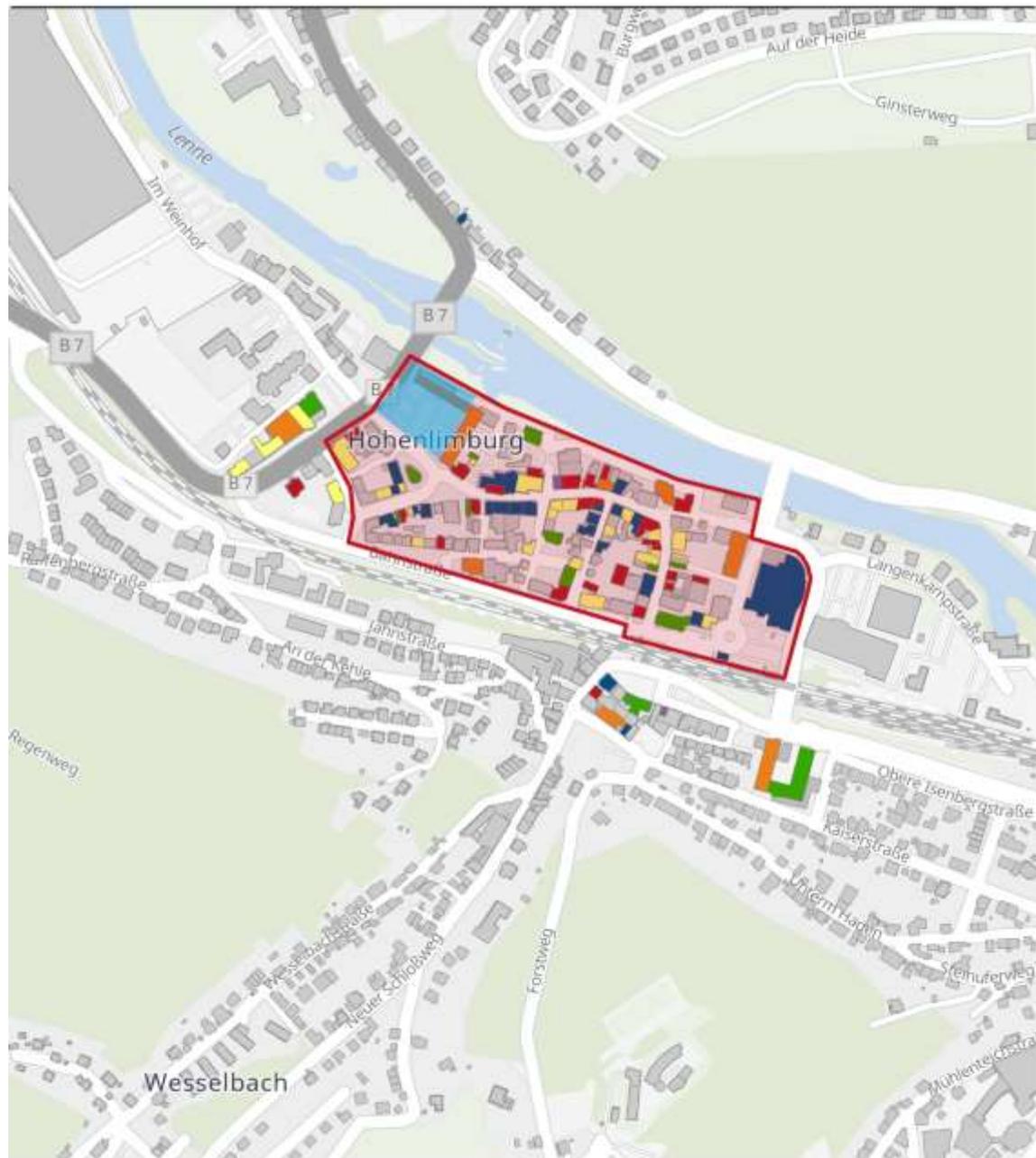
Nahversorgungssituation	<p>Die nahversorgungsrelevanten Angebote der zentralen Versorgungsbereiche Hohenlimburg-Innenstadt (v.a. Rewe und Aldi) und Elsey (v.a. Rewe, Aldi, Rossmann) werden von zahlreichen, zumeist dezentral gelegenen Lebensmittelmärkten ergänzt. Mit deutlichem Abstand größter Anbieter ist das am Sonderstandort Auf dem Lölfert gelegene Kaufland SB-Warenhaus mit rd. 7.500 m² (zzgl. 600 m² Getränkemarkt). Daneben sind mit Lidl/Gotenweg und Penny/Am Paulshof zwei Lebensmitteldiscounter sowie der Getränkemarkt Trinkgut/Am Paulshof an siedlungsstrukturell nicht-integrierten Standorten vorzufinden.</p> <p>Im statistischen Bezirk kann der überwiegende Teil der Bevölkerung einen größeren Lebensmittelanbieter in einer fußläufigen Entfernung von 1.000 Metern erreichen, einzig in Holthausen und Nahmer ist keine bedarfsgerechte Nahversorgung vorhanden.</p>
-------------------------	--

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022



11.8.1 Nebenzentrum Hohenlimburg

Nebenzentrum Hohenlimburg



Nutzungskartierung Hohenlimburg

- | | | |
|--|---|--|
|  Einzelhandel |  Private Dienstleistungen |  Zentraler Versorgungsbereich |
|  Leerstand |  Öffentliche Einrichtungen |  Entwicklungsfläche |
|  Gastronomie / Freizeit / Sport |  Vergnügungsstätten | |



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Die Innenstadt von Hohenlimburg erstreckt sich zwischen dem Flusslauf der Lenne im Norden und der Eisenbahntrasse im Süden. Nach Westen stellt die Bundesstraße 7 eine städtebauliche Zäsur dar, im Osten wurde durch die Ansiedlung der Lebensmittelmärkte Rewe und Aldi im Bahnhofsumfeld ein Abschluss des Geschäftsbereiches geschaffen.</p> <p>Der Hauptgeschäftsbereich erstreckt sich entlang der Freiheitsstraße. Querachsen stellen die Lohmannstraße und die Herrenstraße, die über einen ergänzenden Besatz publikumsintensiver Nutzungen verfügen. In den Seitenstraßen sind nur vereinzelt Dienstleistungsnutzungen vorhanden.</p> <p>Der zentrale Versorgungsbereich ist überwiegend verkehrsberuhigt und weist eine hohe Aufenthaltsqualität auf. Durch die kleinteilige altstadtypische Grundstücks- und Gebäudestruktur sind überwiegend kleinere Ladeneinheiten prägend.</p> <p>Die in einer Randlage befindlichen Lebensmittelmärkte können nur begrenzt eine Magnetfunktion für die zentral gelegene Geschäftszone übernehmen. Die hohe Leerstandsquote ist Ausdruck der Strukturprobleme des Geschäftsbereichs. Aktuell kann die Innenstadt von Hohenlimburg keine so große Außenwirkung entfalten, dass sie sich im angespannten Wettbewerbsumfeld behaupten kann. Die Entwicklungsperspektiven liegen daher in einer freizeitbezogenen Nutzung (Gastronomie, altstadt- und naturbezogene Freizeitaktivitäten (u.a. Lenne, Schloss).</p> <p>Im westlichen Abschnitt besteht mit dem Parkplatz vor dem Rathaus eine unmittelbar an die Freiheitsstraße angrenzende Potenzialfläche, die geeignet ist, dem Zentrum einen Entwicklungsimpuls zu geben. Dabei sollte auch eine attraktive Anbindung an das Lenneufer geschaffen werden.</p>
Angebotsstrukturen	<p>Das Einzelhandelsangebot ist aktuell durch zwei Lebensmittelmärkte und einen kleinteiligen zentrentypischen Einzelhandelsbesatz geprägt. Das attraktive Altstadtambiente wird von einer Vielzahl von Gastronomiebetrieben genutzt.</p>

Einzelhandelsstruktur	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%
	Nahrungs- und Genussmittel	11	31	2.290	54	14,0	55
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	180	4	0,7	3	
Apotheken-, Sanitätsartikel	2	6	110	3	5,5	22	
Bekleidung, Schuhe, Sport	8	22	690	16	1,8	7	
Bücher, Schreib-, Spielwaren	2	6	260	6	1,4	6	
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	20	0	0,1	0	
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	3	60	1	0,2	1	
Möbel, Einrichtungsbedarf	5	14	410	10	0,6	2	
Sonstige Sortimente	6	17	240	6	1,1	4	
Gesamt	36	100	4.260	100	25,4	100	

Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich

Magnetbetriebe	Rewe (ca. 1.250 m ² inkl. Konzessionäre), Aldi (rd. 1.000 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	20 gastronomische Nutzungen (Cafés/Bistros/Eiscafé, Restaurants, Imbisse); Kreditinstitute, Versicherung, Friseure, Kosmetik, Änderungsschneiderei, Reisebüro, Ärzte, Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, Spielhallen u.a.
Leerstandssituation	20 Geschäfte mit zusammen ca. 2.000 m ² VKF, davon ein ehemaliges Kaufhaus mit 1.000 m ² (Herrenstraße) und ein ehemaliger Drogeriemarkt (Freizeitstraße)
Veränder.ggü.2015	./.
Versorgungsfunktion	Versorgung für den Stadtteil Hohenlimburg (ohne Elsey) mit ca. 9.300 Einwohnern Wettbewerbsangebote an den Sonderstandorten Auf dem Lölfert und Elseyer Straße/Gotenweg sowie im Nahversorgungszentrum Elsey
Entwicklungsperspektiven	Entwicklungsfläche im Umfeld des Rathauses bietet das Potenzial zur Ansiedlung von zentrenprägendem Einzelhandel in Verbindung mit Gastronomie- und Freizeitnutzungen, dabei sollte auch eine attraktive Anbindung an das Lenneufer geschaffen werden. Nachnutzung der Leerstände durch Einzelhandels-, Freizeit- und Gastronomie-nutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau
Handlungsempfehlungen	Prüfung der Nutzungsmöglichkeiten des Platzes vor dem Rathaus und Konkretisierung eines Nutzungskonzeptes

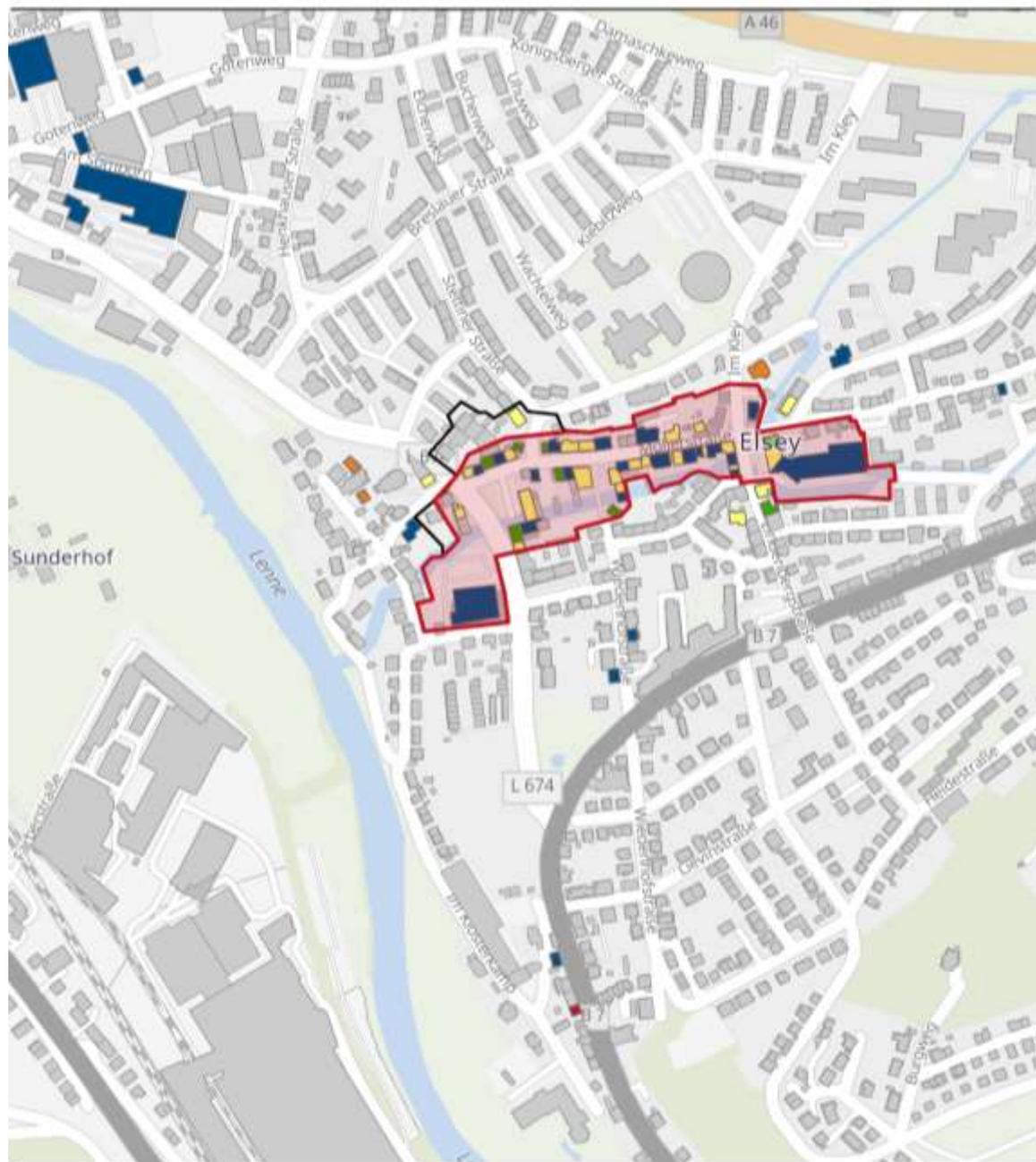
Ergänzung des Einzelhandelsangebot durch Ausbau von Gastronomie und freizeitbezogenen Angeboten

Öffnung zur Lenne

Aufwertung des Geschäftsbereiches durch Maßnahmen aus dem INSEK Hohenlimburg und dem Sofortprogramm Innenstadt.

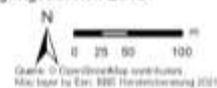
11.8.2 Nahversorgungszentrum Elsey

Nahversorgungszentrum Elsey



Nutzungskartierung Elsey

- | | | |
|--|---|---|
|  Einzelhandel |  Private Dienstleistungen |  Zentraler Versorgungsbereich |
|  Leerstand |  Öffentliche Einrichtungen |  Zentraler Versorgungsbereich 2015 |
|  Gastronomie / Freizeit / Sport |  Vergnügungsstätten | |

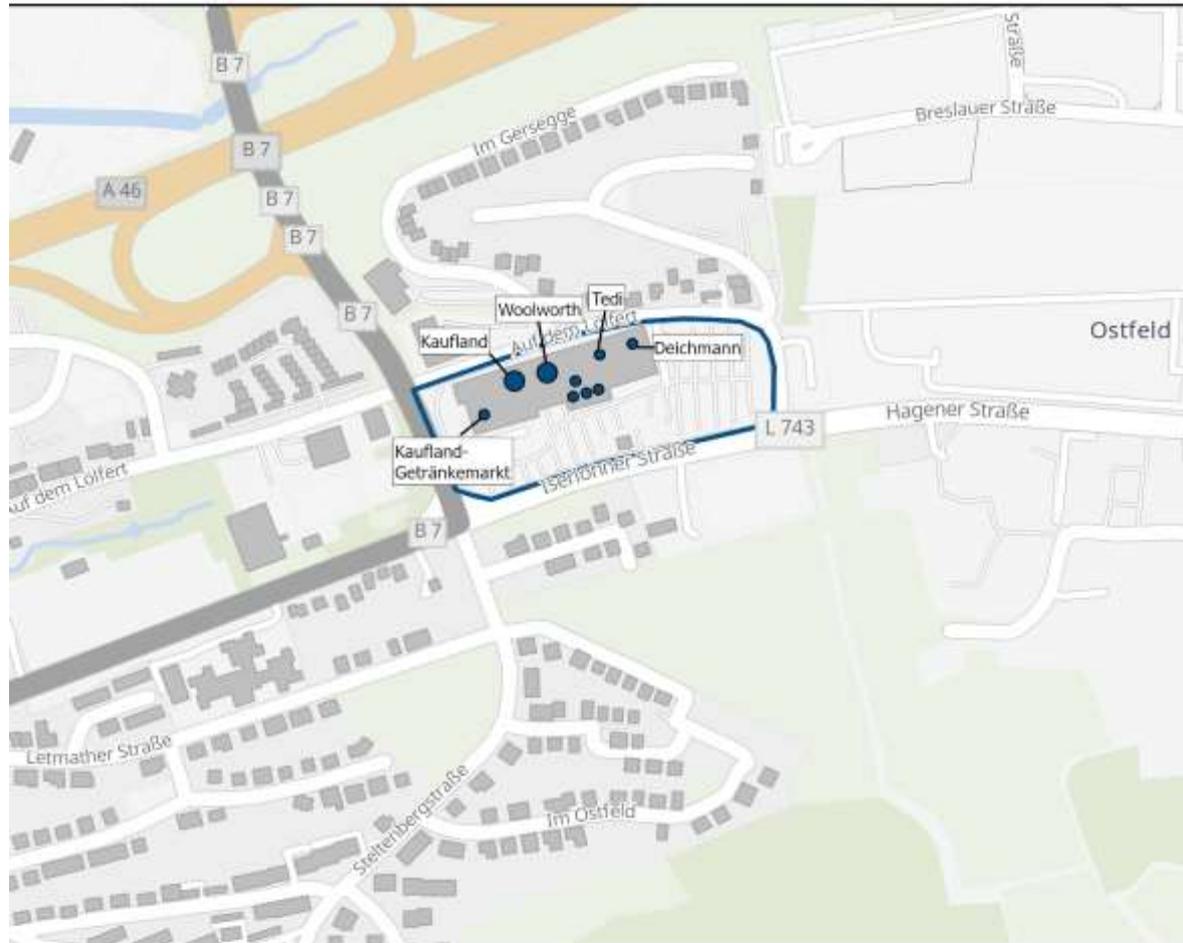


Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nahversorgungszentrum Eley ist entlang der Möllerstraße zwischen Esserstraße und Lindenbergstraße in der Ortsmitte von Eley gelegen. Als Magnetbetriebe fungieren im Westen und Osten des zentralen Versorgungsbereiches Lebensmittelmärkte, die Möllerstraße ist durch eine Wohn- und Geschäftshausbebauung mit Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomie-nutzungen im Erdgeschoss charakterisiert.</p> <p>Der Geschäftsbereich weist eine stabile Nutzungsstruktur ohne Leerstände auf, gleichzeitig sind jedoch auch keine Entwicklungsflächen verfügbar.</p>																																																																																			
Angebotsstrukturen	Es ist eine umfassende Nahversorgungsausstattung mit unterschiedlichen Betriebstypen des Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandels und ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten vorhanden.																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1" data-bbox="467 880 1396 1458"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>10</td> <td>37</td> <td>2.730</td> <td>51</td> <td>16,8</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>750</td> <td>14</td> <td>4,4</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>5</td> <td>19</td> <td>270</td> <td>5</td> <td>7,4</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>220</td> <td>4</td> <td>0,7</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>200</td> <td>4</td> <td>0,6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>100</td> <td>2</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>600</td> <td>11</td> <td>0,9</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>160</td> <td>3</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>4</td> <td>15</td> <td>300</td> <td>6</td> <td>1,3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>27</td> <td>100</td> <td>5.330</td> <td>100</td> <td>32,7</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="480 1473 1018 1496">Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	10	37	2.730	51	16,8	51	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	4	750	14	4,4	13	Apotheken-, Sanitätsartikel	5	19	270	5	7,4	23	Bekleidung, Schuhe, Sport	1	4	220	4	0,7	2	Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	4	200	4	0,6	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	7	100	2	0,3	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	7	600	11	0,9	3	Möbel, Einrichtungsbedarf	1	4	160	3	0,3	1	Sonstige Sortimente	4	15	300	6	1,3	4	Gesamt	27	100	5.330	100	32,7	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	10	37	2.730	51	16,8	51																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	4	750	14	4,4	13																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	5	19	270	5	7,4	23																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	4	220	4	0,7	2																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	4	200	4	0,6	2																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	7	100	2	0,3	1																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	7	600	11	0,9	3																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	1	4	160	3	0,3	1																																																																														
Sonstige Sortimente	4	15	300	6	1,3	4																																																																														
Gesamt	27	100	5.330	100	32,7	100																																																																														
Magnetbetriebe	Rewe (ca. 1.650 m ² inkl. Konzessionär), Aldi (rd. 1.000 m ²), Rossmann (rd. 800 m ²), Centershop (rd. 800 m ²)																																																																																			
Weitere Komplementärnutzungen	gastronomische Nutzungen (Café/Eiscafé, Gaststätte/Restaurant, Imbisse); Sparkasse/Bank, Versicherung, Friseure, Kosmetik, Reinigung/Wäscherei, Reisebüro, Fahrschule, Ärzte, Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, Seniorenbetreuung, Wettbüro u.a.																																																																																			
Leerstandssituation	keine																																																																																			

Veränderung ggü. 2015	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches im nördlichen Bereich der Möllerstraße ohne Einzelhandelsprägung.
Versorgungsfunktion	Versorgung für die Siedlungsbereiche Elsey, Henkhausen/Reh mit ca. 14.800 Einwohnern Wettbewerbsangebote an den Sonderstandorten Auf dem Lölfert und Elseyer Straße/Gotenweg sowie im Nebenzentrum Hohenlimburg
Entwicklungsperspektiven	Keine Entwicklungsfläche Bestandssicherung der Nahversorgungsstrukturen
Handlungsempfehlungen	Bestandssichernde Entwicklung der vorhandenen Betriebe unterstützen Stadtgestalterische Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität

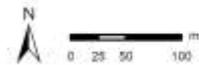
11.8.3 Sonderstandorte in Hohenlimburg

Sonderstandort Fachmarktzentrum Auf dem Lölfert



Sonderstandort Auf dem Lölfert

- Einzelhandel ≤ 800 m² VKF
- Einzelhandel > 800 m² VKF
- Sonderstandort

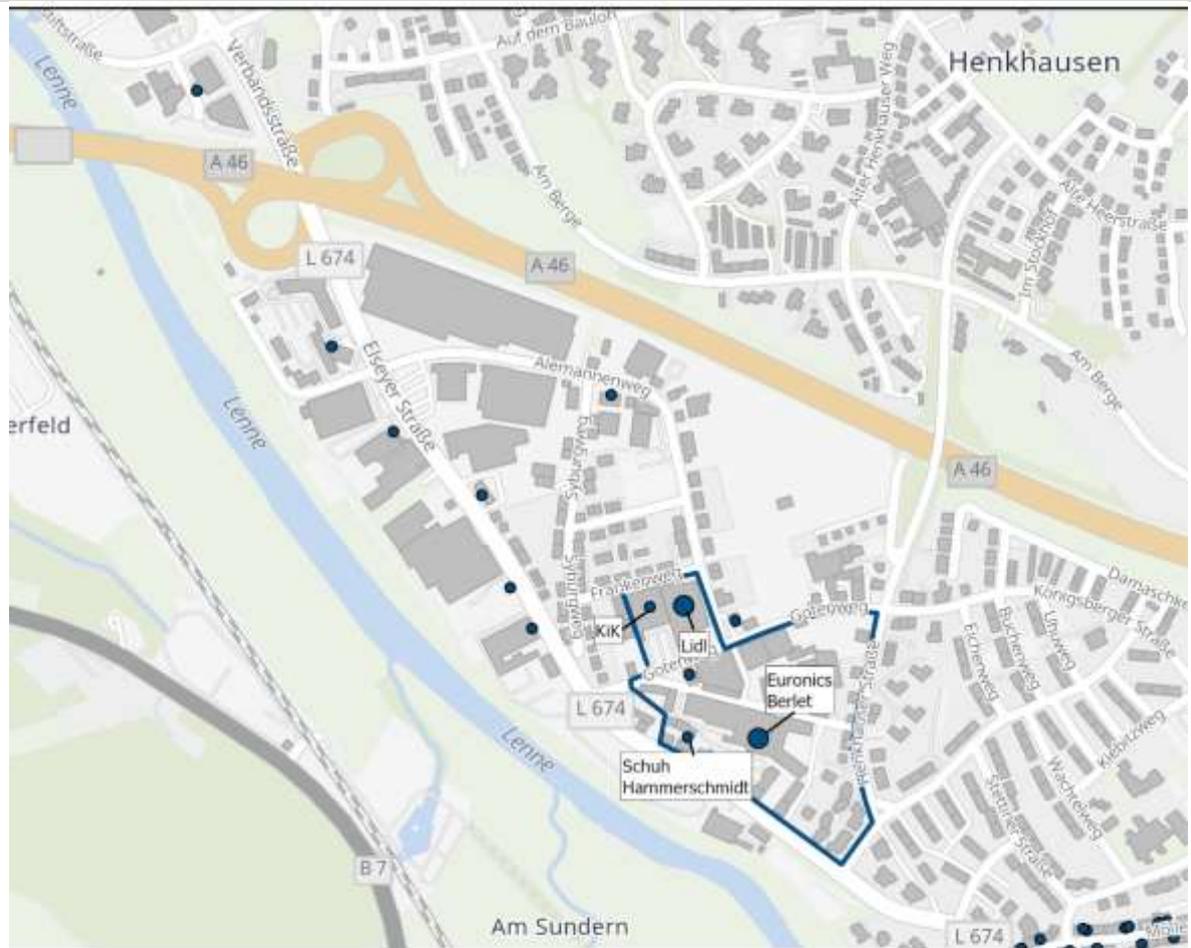


Quelle: © OpenStreetMap contributors,
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Fachmarktzentrum nimmt eine Lage an der Stadtgrenze zu Iserlohn ein und wird über die Bundesstraße 7 erschlossen. Magnetbetrieb ist das SB-Warenhaus Kaufland, das neben Konzessionären durch das Warenhaus Woolworth, den Nonfood-Discounter Tedi und den Schuhfachmarkt Deichmann ergänzt wird.</p> <p>Im Umfeld sind Wohnsiedlungsbereiche vorhanden, auf Iserlohner Stadtgebiet schließt unmittelbar ein Gewerbegebiet an. Eine Einbindung des Fachmarktzentrum in die Siedlungsstrukturen ist jedoch nicht gegeben, vielmehr handelt es sich um einen Pkw-orientierten Versorgungsstandort mit Ausstrahlung auf den gesamten Stadtbezirk Hohenlimburg sowie auf die Nachbarstadt Iserlohn. Das Standortumfeld ist überwiegend gewerblich und damit als nicht-integriert zu bewerten ist.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Steltenbergstraße“ (Linien 1, 530)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) dar. Der Bebauungsplan setzt ein Sondergebiet mit Festsetzung Einkaufszentrum und Verbrauchermarkt auf Basis der BauNVO 1968 fest.</p>
Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe	<p>Magnetbetrieb des Fachmarktzentrum ist das Kaufland SB-Warenhaus, das durch die Vorkassenzonen und Fachmärkte mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten ergänzt wird.</p> <p>Einzelhandelsangebot: 9 Einzelhandelbetriebe mit ca. 10.800 m² VKF</p> <p>Kaufland SB-Warenhaus (7.500 m² zzgl. 630 m² separatem Getränkemarkt), Woolworth (ca. 1.700 m²), Deichmann (ca. 500 m²), Tedi (ca. 400 m²)</p>
Versorgungsfunktion	Stadtbezirk Hohenlimburg, Ausstrahlung auf Iserlohn
Entwicklungsperspektiven	Bestandssicherung, keine Eignung für weiteren Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten
Handlungsempfehlungen 	<p>Ggf. bestandsichernde Überplanung aufgrund Bebauungsplan nach altem Baurecht (BauNVO 1968); ggf. Ersatz durch Nutzungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten</p> <p>Aufgrund vorhandener Nutzungen ist das Gefährdungspotenzial aktuell als mittel einzustufen.</p>

Sonderstandort Elseyer Straße/Gotenweg



Sonderstandort Elseyer Straße/Gotenweg

- Einzelhandel ≤ 800 m² VKF
- Einzelhandel > 800 m² VKF
- Sonderstandort



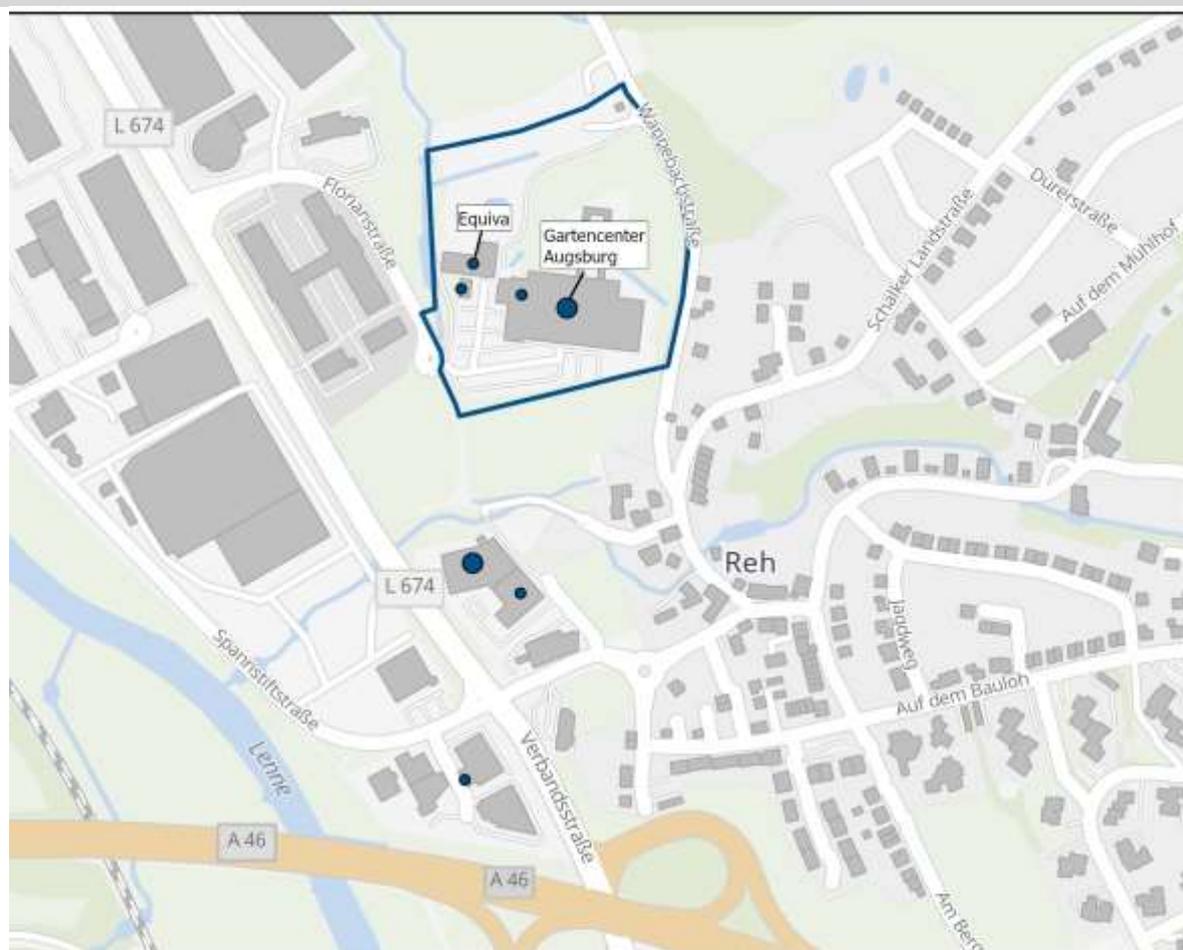
Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Die Fachmarkttagglomeration weist (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auf und ist der Landesstraße 674 mit Anschluss an die Autobahn 46 zugeordnet. Größter Betrieb ist der Elektrofachmarkt Berlet, der ein großräumliches Einzugsgebiet erreicht. Planungsrechtlich befindet sich der Sonderstandort in einem als Gewerbe- bzw. Mischgebiet festgesetzten Bebauungsplan, der auf der BauNVO 1962 basiert.</p> <p>Nördlich schließt sich ein Gewerbe- und Industriegebiet (BauNVO 1962) an. Eine Anbindung an die Siedlungsstrukturen im östlichen Umfeld ist nicht gegeben, der Standort ist als nicht-integriert zu bewerten.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Elseyer Straße“ (Linien 517, 538)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) dar. Für das nördliche Gewerbe- und Industriegebiet schließt sich eine GIB-Darstellung an.</p>
Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe	<p>Standortprägend sind großflächige Fachmärkte mit überwiegend zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.</p> <p>Einzelhandelsangebot: 8 Einzelhandelbetriebe mit ca. 9.420 m² VKF Berlet (6.000 m²), Lidl (ca. 1.300 m²), Schuh Hammerschmidt (ca. 700 m²)</p>
Versorgungsfunktion	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion, Ausstrahlung auf Iserlohn
Entwicklungsperspektiven	<p>Kein weiterer Einzelhandel</p> <p>Umnutzung durch Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten</p>
Handlungsempfehlungen	<p>Aufgrund des alten Baurechtes (BauNVO 1962) ist eine Überplanung zur Steuerung der zulässigen Einzelhandelsnutzungen dringend notwendig. Dabei sollten die Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf den genehmigten Bestand festgeschrieben werden und ggf. eine Änderung in nicht-zentrenrelevante Sortimente eröffnen.</p> <p>Dabei ist rechtlich zu prüfen, ob eine Überplanung mit einem einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB alternativ nach § 1 Abs. 10 BauNVO mit Fremdkörperfestsetzungen auf Basis des genehmigten Bestandes möglich ist. Im Falle eines einfachen Bebauungsplanes mit entsprechenden Regelungen zum Einzelhandelsausschluss würde ein passiver Bestandsschutz gelten. Gemäß § 1 Abs. 10 BauNVO ist in der Abwägung zu prüfen, ob bauliche Modernisierungen und angemessene Entwicklungen im Rahmen des Bestandsschutzes einzuräumen sind. Die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets muss in seinen übrigen Teilen jedoch gewahrt bleiben.</p>



Im nördlich angrenzenden Gewerbe- und Industriegebiet ist über eine Umstellung auf die neue BauNVO großflächiger Einzelhandel auszuschließen. Dem Gebiet ist keine Eignung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben zuzuschreiben, da der Einzelhandel auf den ausgewiesenen Sonderstandort konzentriert wird, um Verbundeffekte zwischen den Einzelhandelsangeboten zu nutzen und die anderen Gewerbeflächen einer gewerblichen Nutzung vorzubehalten.

Das Gefährdungspotenzial im Sinne einer mit dem Einzelhandelskonzept nicht vereinbaren Einzelhandelsentwicklung ist hoch.

Sonderstandort Im Eichhof



Sonderstandort Im Eichhof

- Einzelhandel ≤ 800 m² VKF
- Einzelhandel > 800 m² VKF
- Sonderstandort

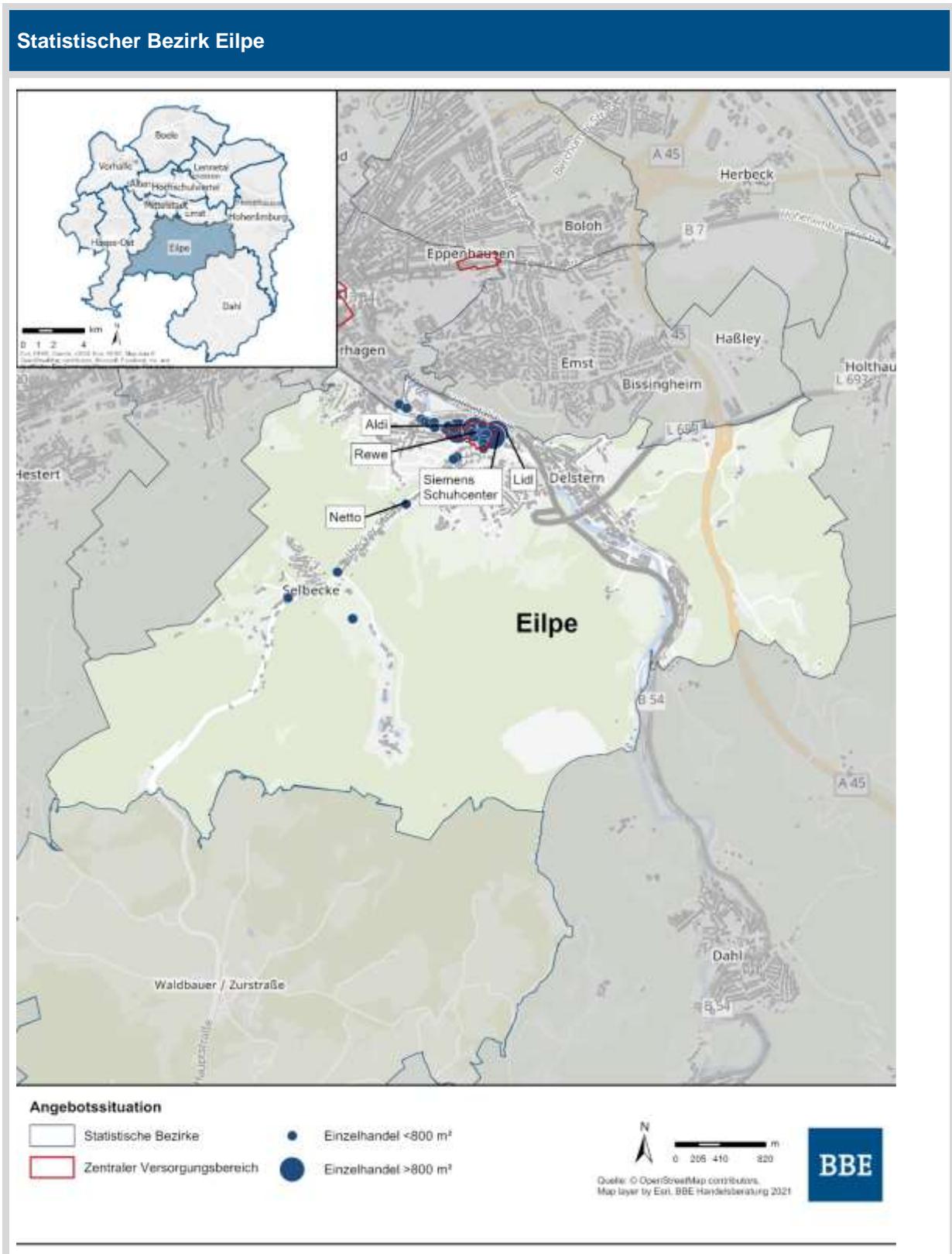


Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Der Fachmarktstandort Im Eichhof nimmt eine isolierte Lage zwischen dem Siedlungsbereich Reh und dem Gewerbegebiet Verbandsstraße ein. Es handelt sich um einen Pkw-orientierten, nicht-integriert Standort, der vor allem von der Lage an der Landesstraße 674 mit Anschluss an die Autobahn 46 profitiert. Auch die Lebensmittel- und Getränkemärkte im weiteren Umfeld (Am Paulshof) nehmen einen siedlungsstrukturell nicht-integrierten Standort ein.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „Florianstraße“ (Linie 538)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) dar.</p>
Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe	<p>Der Fachmarktstandort weist ein Gartencenter und einen Reitsportfachmarkt, einen Antiquitätenverkauf und einen Konzessionär auf.</p> <p>Einzelhandelsangebot Im Eichhof: 4 Einzelhandelbetriebe mit ca. 10.420 m² VKF</p> <p>Gartencenter Augsburg (9.700 m²), Equiva Reitsport (ca. 600 m²)</p>
Versorgungsfunktion	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion, Ausstrahlung auf Iserlohn
Entwicklungsperspektiven	Kein weiterer Einzelhandel
Handlungsempfehlungen  	<p>Der vorhabenbezogene Bebauungsplan regelt die zulässigen Nutzungen am Standort Im Eichhof, sodass sich kein Handlungsbedarf im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ergibt.</p> <p>Im Umfeld ist dagegen eine bestandssichernde Überplanung der Lebensmittel- und Getränkemärkte Am Paulshof notwendig, da der rechtskräftige Bebauungsplan auf Basis der BauNVO 1962 keine ausreichende Einzelhandelssteuerung im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für den siedlungsstrukturell nicht-integrierten Standort ermöglicht.</p> <p>Da aktuell kein erhöhter Ansiedlungsdruck für den Standort ablesbar ist, wird das Gefährdungspotenzial als mittel eingestuft. Gleichwohl besteht ein Steuerungserfordernis.</p>

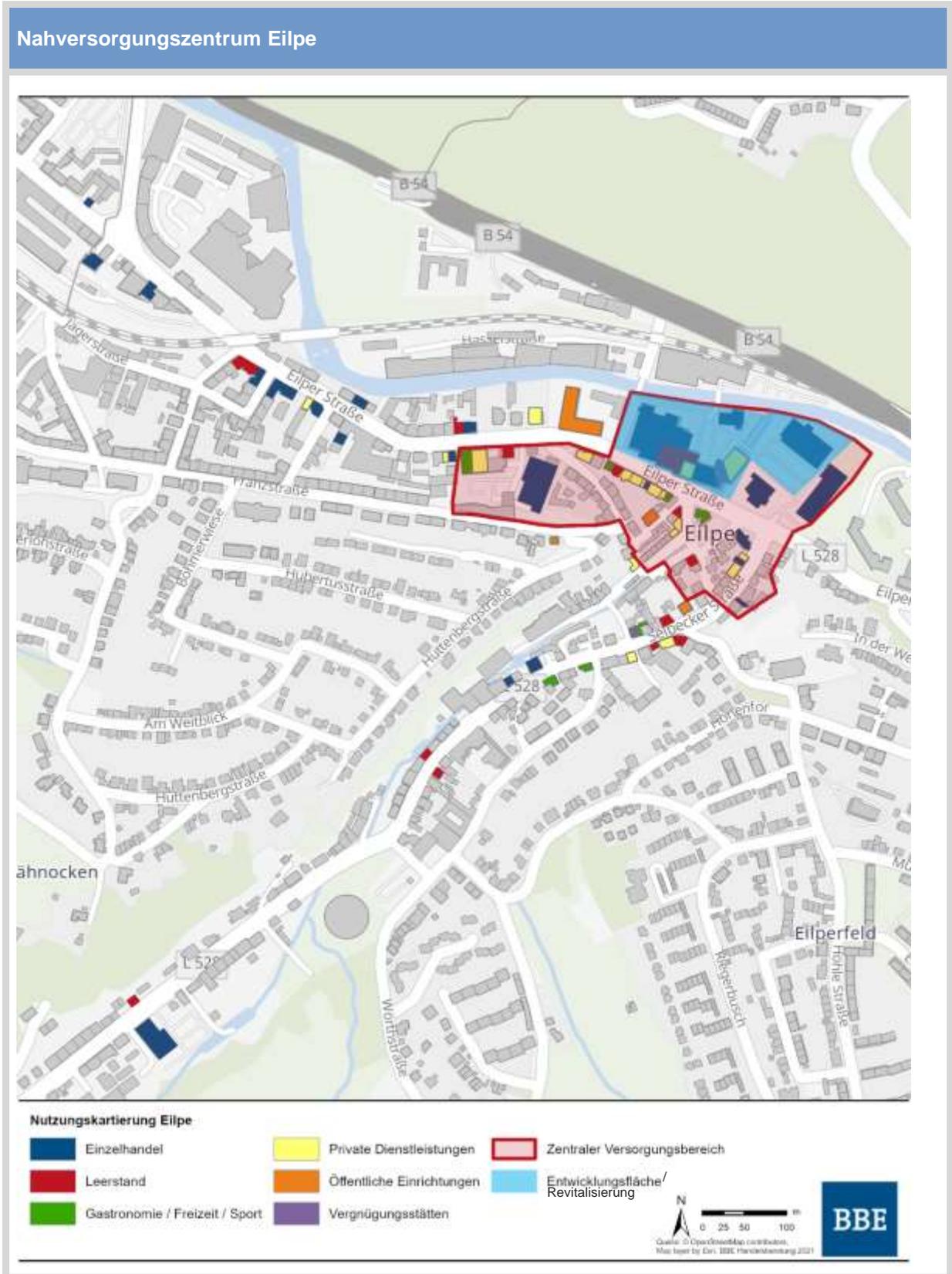
11.9 Einzelhandel im statistischen Bezirk Eilpe



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Der statistische Bezirk Eilpe grenzt südlich an die Mittelstadt und erstreckt sich überwiegend entlang des linken Volme-Ufers und umfasst die Siedlungsbereiche Eilpe, Selbecke und Delstern.																																																																																								
Verkehrs- anbindung	Die wesentlichen Verkehrsachsen sind die B 54 mit Anbindung an die Innenstadt, die L 693 mit Anbindung an die Autobahn 45, die L 528 (Selbecker Straße) sowie die Eilper Straße/Delsterner Straße. Buslinien u.a. 510, 512, 516, 535, 84 und SB 71, der nächste Regionalbahn-Halt ist in Oberhagen																																																																																								
Bevölkerungsstand	12.025 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungs- entwicklung	2009	11.888																																																																																							
	2014	11.441																																																																																							
	2019	12.046																																																																																							
Kaufkraftkennziffer	92,3 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	71,0 Mio. € gesamt 31,8 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>17</td> <td>47</td> <td>5.740</td> <td>62</td> <td>32,6</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>270</td> <td>3</td> <td>1,1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>360</td> <td>4</td> <td>6,8</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>3</td> <td>8</td> <td>1.990</td> <td>21</td> <td>3,9</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>80</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>110</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>180</td> <td>2</td> <td>0,6</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>160</td> <td>2</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>7</td> <td>19</td> <td>390</td> <td>4</td> <td>1,7</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>36</td> <td>100</td> <td>9.280</td> <td>100</td> <td>47,8</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	17	47	5.740	62	32,6	68	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	270	3	1,1	2	Apotheken-, Sanitätsartikel	3	8	360	4	6,8	14	Bekleidung, Schuhe, Sport	3	8	1.990	21	3,9	8	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	80	1	0,3	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	6	110	1	0,5	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	6	180	2	0,6	1	Möbel, Einrichtungsbedarf	2	6	160	2	0,4	1	Sonstige Sortimente	7	19	390	4	1,7	3	Gesamt	36	100	9.280	100	47,8	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	17	47	5.740	62	32,6	68																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	270	3	1,1	2																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	3	8	360	4	6,8	14																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	8	1.990	21	3,9	8																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	80	1	0,3	1																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	6	110	1	0,5	1																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	6	180	2	0,6	1																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	2	6	160	2	0,4	1																																																																																			
Sonstige Sortimente	7	19	390	4	1,7	3																																																																																			
Gesamt	36	100	9.280	100	47,8	100																																																																																			

Kennzahlen	0,8 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 67 %
Top 5 Betriebe (Verkaufsfläche)	Rewe Ihr Kaufpark, Eilper Straße (ca. 2.800 m ² inkl. Getränkemarkt) Aldi, Eilper Straße (rd. 1.200 m ²) Siemes Schuhcenter, Eilper Straße (rd. 1.300 m ²) Lidl, Eilper Straße (ca. 1.100 m ²) Netto, Selbecker Straße (rd. 800 m ²)
Angebotsschwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Nahversorgungszentrum Eilpe - Nahversorgungsstandort Selbecker Straße <p>Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtteils fokussiert sich in hohem Maße auf das Nahversorgungszentrum. Der Siedlungsbereich Eilpe-Süd verfügt mit dem Netto-Markt über eine wohnungsnaher Versorgung. Größere Anbieter an sonstigen Standorten sind nicht vorhanden.</p>
Nahversorgungssituation	<p>Die großen Lebensmittelmärkte konzentrieren sich auf die Ortsmitte von Eilpe. Ergänzt wird die lokale Angebotssituation durch den „Nahversorgungsstandort Selbecker Straße“ (Netto).</p> <p>Während die zentralen Wohnbereiche damit auch unter Erreichbarkeitsaspekten über eine gute Ausstattung verfügen, kann sich die in den peripheren Siedlungsbereichen lebende Bevölkerung nur eingeschränkt fußläufig versorgen.</p>

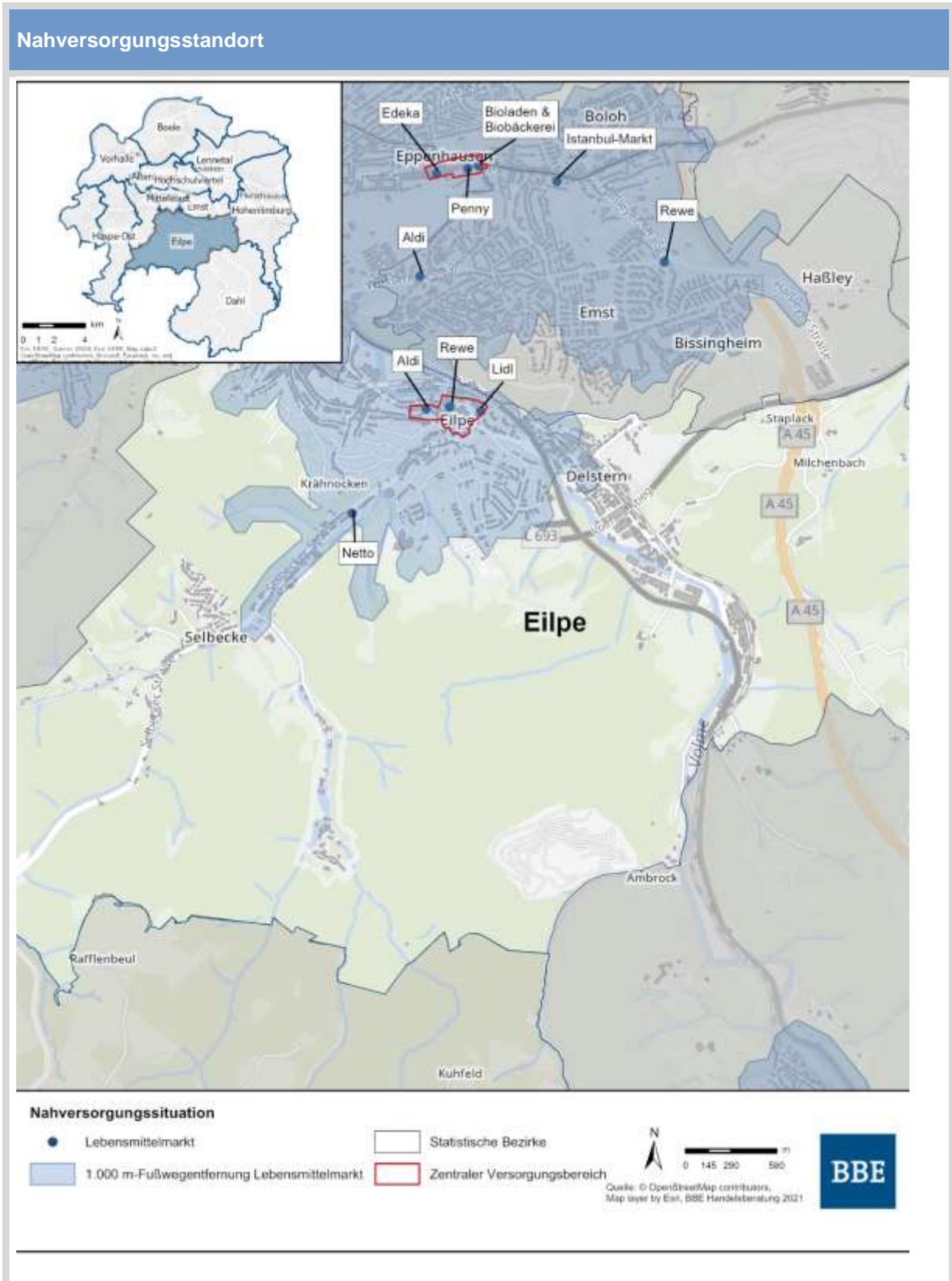
11.9.1 Nahversorgungszentrum Eilpe



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nahversorgungszentrum Eilpe nimmt eine zentrale Lage im Volmetal ein und übernimmt wesentliche Versorgungsfunktionen für die Siedlungsbereiche im südlichen Stadtgebiet. Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der Bleichplatz dar. Den Einzelhandelsschwerpunkt bildet das südlich angrenzende Eilpe-Center, das neben Lebensmittel- und Fachmärkten auch kleinteilige Geschäfts- und Dienstleistungsstrukturen um einen großen Kundenparkplatz aufweist.</p> <p>Der Geschäftsbereich erstreckt sich entlang der Eilper Straße zwischen Selbeker Straße und Wippermann-Passage und umfasst damit alle strukturprägenden Versorgungsangebote.</p> <p>Am Bleichplatz besteht ein wichtiger Busknotenpunkt (Linien 510, 512, 516, 535, 84, SB 71), sodass Anbindungen einerseits der peripheren Siedlungsstrukturen von Dahl und Selbecke an Eilpe und andererseits Richtung Innenstadt und Hohenlimburg bestehen.</p> <p>Durch die Ansiedlung des Aldi-Marktes an der Eilper Straße konnte in den letzten Jahren die Nahversorgung ergänzt werden. Entwicklungsflächen bestehen im Rahmen einer Umstrukturierung des Eilpe-Centers, das aktuell auch einige Leerstände aufweist.</p>																																																																																			
Angebotsstrukturen	<p>Das Einzelhandelsangebot ist durch eine Mischung von großen bzw. großflächigen Lebensmittelmärkten, Bekleidungs- und Schuhfachmärkte sowie kleinteiligen nahversorgungsangeboten geprägt. Ergänzend ist eine hohe Zahl von Ärzten und Gesundheitsdienstleistungen vorhanden.</p>																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>9</td> <td>53</td> <td>4.780</td> <td>62</td> <td>26,7</td> <td>73</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>220</td> <td>3</td> <td>0,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>240</td> <td>3</td> <td>3,1</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>3</td> <td>18</td> <td>1.980</td> <td>26</td> <td>3,9</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>60</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>70</td> <td>1</td> <td>0,3</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>100</td> <td>1</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>140</td> <td>2</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>90</td> <td>1</td> <td>0,6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>17</td> <td>100</td> <td>7.680</td> <td>100</td> <td>36,6</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	9	53	4.780	62	26,7	73	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	220	3	0,9	2	Apotheken-, Sanitätsartikel	1	6	240	3	3,1	8	Bekleidung, Schuhe, Sport	3	18	1.980	26	3,9	11	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	60	1	0,3	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	6	70	1	0,3	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	6	100	1	0,4	1	Möbel, Einrichtungsbedarf	1	6	140	2	0,4	1	Sonstige Sortimente	1	6	90	1	0,6	2	Gesamt	17	100	7.680	100	36,6	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	9	53	4.780	62	26,7	73																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	220	3	0,9	2																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	1	6	240	3	3,1	8																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	18	1.980	26	3,9	11																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	60	1	0,3	1																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	6	70	1	0,3	1																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	6	100	1	0,4	1																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	1	6	140	2	0,4	1																																																																														
Sonstige Sortimente	1	6	90	1	0,6	2																																																																														
Gesamt	17	100	7.680	100	36,6	100																																																																														

Magnetbetriebe	Rewe Ihr Kaufpark (rd. 2.800 m ² inkl. Getränkeshop), Siemes Schuhcenter (rd. 1.300 m ²), Aldi (rd. 1.200 m ²), Lidl (rd. 1.100 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Eiscafé, Gaststätte, Imbiss); Sparkasse/Bank, Versicherung, Friseure, Kosmetik, Massage, Änderungsschneiderei, Schuster/Schlüsseldienst, Fahrschule, Ärzte, Gesundheitsdienstleistungen, Spielhallen, Fortbildungszentrum u.a.
Leerstandssituation	4 Betriebe mit zusammen ca. 240 m ² VKF (davon 3 im Eilpe-Center)
Veränderung ggü. 2015	Arrondierung des zentralen Versorgungsbereiches um Aldi-Standort und Wippermann-Passage
Versorgungsfunktion	Nahversorgung für die Siedlungsbereiche Eilpe, Selbecke, Delstern mit ca. 12.000 Einwohnern Wettbewerbsangebote in der Innenstadt (nördlich)
Entwicklungsperspektiven	Entwicklungsflächen durch Umstrukturierung des Eilpe-Centers verfügbar Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen
Handlungsempfehlungen	Sicherung und Aufwertung des Geschäftsbesatzes sowie Ergänzungen und Nachverdichtungen zur Sicherung des Zentrums und seiner Versorgungsfunktion notwendig Ansiedlung eines Drogeriemarktes Modernisierung des Eilpe-Centers

11.9.2 Nahversorgungsstandort in Eilpe



Weiterer integrierter Nahversorgungsstandort

Selbecker Straße,
Netto

Lage: im baulich verdichteten Siedlungsbereich von Eilpe-Süd
nächster ZVB Eilpe ca. 1 km entfernt.

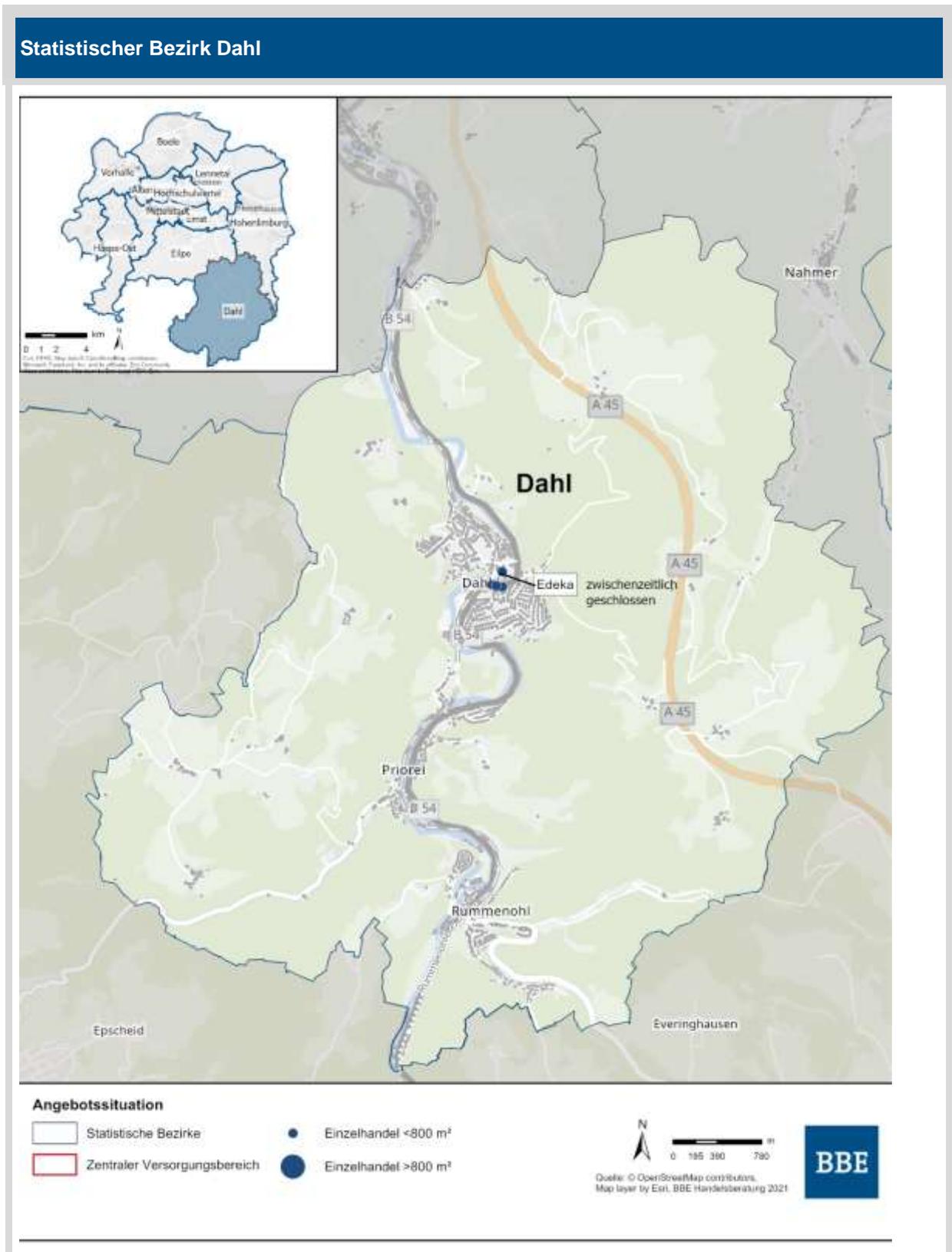
Angebotsstruktur: Netto
800 m² VKF/3,5 Mio. € Umsatz (= nahversorgungsrelevanter Umsatz)

Versorgungsfunktion: Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in Eilpe-Süd

1.000 m-Zone: 3.000 EW/8,0 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft

Handlungsempfehlung: Bestandssicherung, keine großflächige Erweiterung.

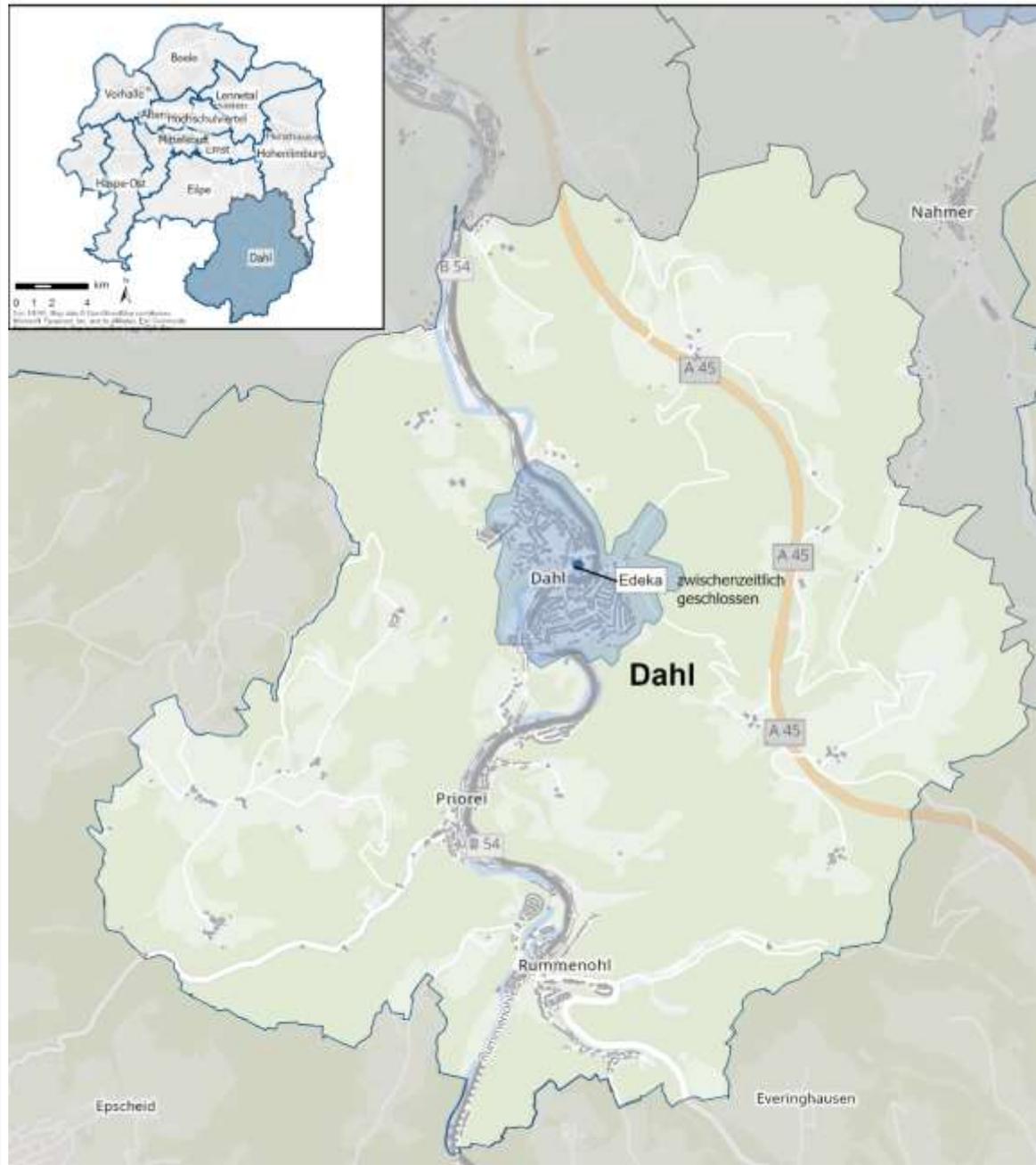
11.10 Einzelhandel im statistischen Bezirk Dahl



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Dahl ist der statistische Bezirk mit der geringsten Einwohnerzahl und liegt im südlichen Stadtgebiet. Der Siedlungsbereich erstreckt sich vor allem entlang der Volme und umfasst die Wohnplätze Dahl, Priorei und Rummenohl.																																																																																									
Verkehrs- anbindung	<p>Die Hauptverkehrsachse ist die B 54, die im Volmetal parallel zu der Eisenbahnstrecke verläuft.</p> <p>Die Regionalbahnhaltepunkte Dahl und Rummenohl werden von der Volmetal-Bahn (RB 52 Dortmund – Lüdenscheid) angefahren. Die Buslinien 510, 523 und 57 binden den statistischen Bezirk in Richtung Eilpe und der Nachbargemeinden Breckerfeld und Schalksmühle an.</p>																																																																																									
Bevölkerungsstand	4.939 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																									
Bevölkerungs- entwicklung	2009	5.355	2014	5.074	2019	4.957																																																																																				
Kaufkraftkennziffer	92,3 (Quelle: MBR 2021)																																																																																									
Kaufkraft	29,2 Mio. € gesamt 13,1 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																									
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>4</td> <td>80</td> <td>750</td> <td>84</td> <td>4,2</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>60</td> <td>7</td> <td>0,2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>1</td> <td>20</td> <td>50</td> <td>6</td> <td>2,8</td> <td>38</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>20</td> <td>2</td> <td>0,0</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>10</td> <td>1</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>5</td> <td>100</td> <td>890</td> <td>100</td> <td>7,2</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Anm.: Daten enthalten den zwischenzeitlich geschlossenen Edeka-Markt. Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>							Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	4	80	750	84	4,2	58	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	60	7	0,2	3	Apotheken-, Sanitätsartikel	1	20	50	6	2,8	38	Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	2	0,0	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	10	1	0,0	0	Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0,0	0	Sonstige Sortimente	0	0	0	0	0,0	0	Gesamt	5	100	890	100	7,2	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																					
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																				
Nahrungs- und Genussmittel	4	80	750	84	4,2	58																																																																																				
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	0	0	60	7	0,2	3																																																																																				
Apotheken-, Sanitätsartikel	1	20	50	6	2,8	38																																																																																				
Bekleidung, Schuhe, Sport	0	0	0	0	0,0	0																																																																																				
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	20	2	0,0	1																																																																																				
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	0	0	0,0	0																																																																																				
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	0	0	10	1	0,0	0																																																																																				
Möbel, Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0,0	0																																																																																				
Sonstige Sortimente	0	0	0	0	0,0	0																																																																																				
Gesamt	5	100	890	100	7,2	100																																																																																				
Kennzahlen	0,2 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 25 %																																																																																									

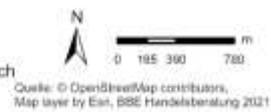
<p>Top Betrieb (Verkaufsfläche)</p>	<p>Edeka, Am Obergraben (ca. 750 m²; zwischenzeitlich geschlossen)</p>
<p>Angebotsschwerpunkt</p>	<p>Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf einen kleinteiligen, überwiegend nahversorgungsbezogenen Einzelhandelsbesatz in der Ortsmitte (Bäckerei, Kiosk, Apotheke) und den Edeka Lebensmittelmarkt am Standort Am Obergraben, der zwischenzeitlich geschlossen wurde.</p>
<p>Nahversorgungssituation</p>	<p>Wenn es gelingt, eine Nachnutzung für den Lebensmittelmarkt zu realisieren, kann der statistische Bezirk angesichts der zu versorgenden Bevölkerung eine bedarfsgerechte Nahversorgung aufweisen, wobei nur die im Siedlungsbereich Dahl wohnhafte Bevölkerung eine entsprechende Versorgung in fußläufiger Entfernung haben wird.</p>

Nahversorgungsstandort



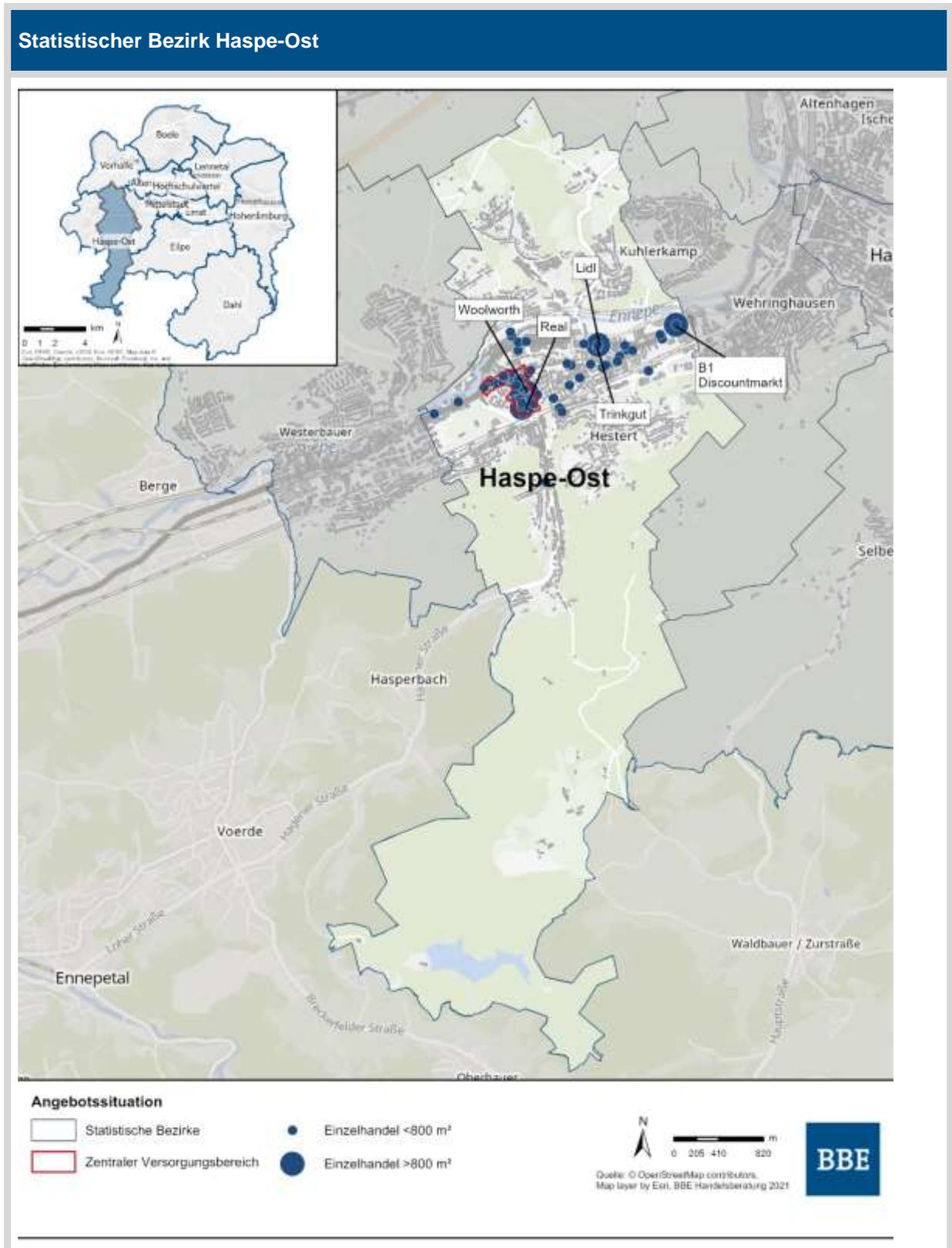
Nahversorgungssituation

- Lebensmittelmarkt
- 1.000 m-Fußwegentfernung Lebensmittelmarkt
- Statistische Bezirke
- Zentraler Versorgungsbereich



Am Obergraben, Edeka (ehem.)	<p>Lage: städtebaulich integrierter Standort im „ländlichen Raum“ nächster ZVB Eilpe ca. 6,5 km entfernt.</p> <p>Angebotsstruktur: z.Zt. keine</p> <p>Versorgungsfunktion: Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Dahl: 4.900 EW/13,1 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft</p> <p>Handlungsempfehlung: Ausbau einer wohnungsnahen Versorgung für den Stadtbezirk Dahl.</p>
---------------------------------	---

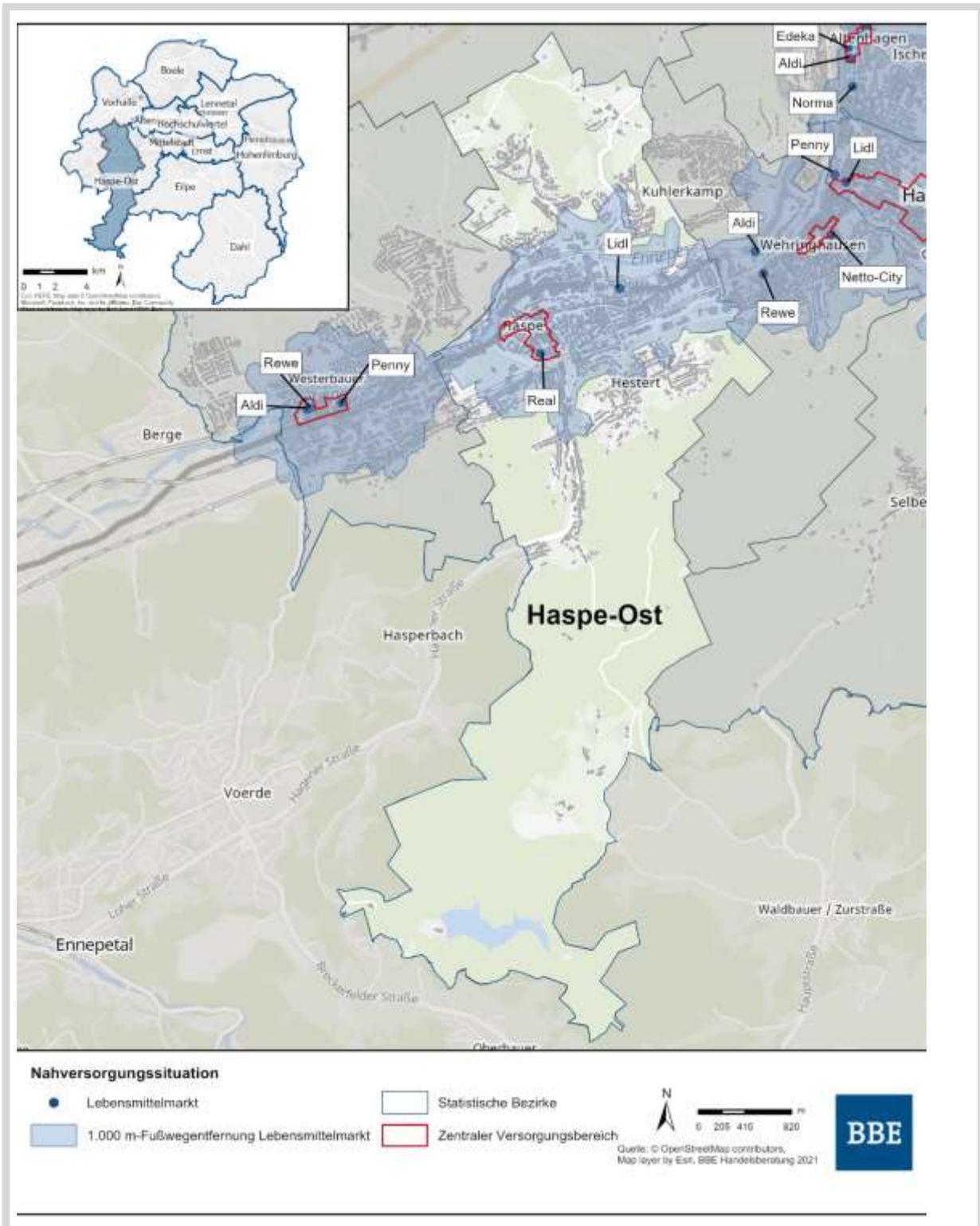
11.11 Einzelhandel im statistischen Bezirk Haspe-Ost



Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Der statistische Bezirk Haspe-Ost liegt im Westen der Stadt, zwischen den Bezirken Wehringhausen und Haspe-West. Der Hauptsiedlungsbereich erstreckt sich südlich des Flusslaufs der Ennepe (Haspe-Zentrum und Hestert), während sich die Ortsteile Geweke und Tücking nördlich der Ennepe in Hanglage befinden. Im Süden ist der Hagener Stadtwald bis zur Hasper Talsperre prägend.																																																																																								
Verkehrs- anbindung	Hauptverkehrsachse ist die im Ennepe-Tal verlaufende L 700 (Hagen-Innenstadt – Gevelsberg), die als Kurt-Schumacher-Ring die Umgehung des Geschäftszentrums Haspe bildet. Die L 702 und K 6 sind die wichtigsten Verbindungsstraßen zu den Ortsteilen. Für den ÖPNV fungiert Haspe-Zentrum als zentraler Knotenpunkt (Buslinien 511, 514, 517, 521, 525, 529, 542, 543). Mit dem S-Bahn-Halt Heubing besteht eine Anbindung an die S 8 und S 9 (Hagen – Wuppertal).																																																																																								
Bevölkerungsstand	17.798 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungs- entwicklung	2009	17.789																																																																																							
	2014	17.425																																																																																							
	2019	17.683																																																																																							
Kaufkraftkennziffer	91,5 (Quelle: MBR 2021)																																																																																								
Kaufkraft	104,2 Mio. € gesamt 46,7 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>34</td> <td>38</td> <td>7.270</td> <td>32</td> <td>33,2</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>930</td> <td>4</td> <td>4,9</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>420</td> <td>2</td> <td>13,1</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>2.380</td> <td>11</td> <td>3,6</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>610</td> <td>3</td> <td>1,5</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>490</td> <td>2</td> <td>1,6</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>7.050</td> <td>31</td> <td>10,2</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>2.500</td> <td>11</td> <td>3,4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>14</td> <td>16</td> <td>940</td> <td>4</td> <td>2,9</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>90</td> <td>100</td> <td>22.590</td> <td>100</td> <td>74,3</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	34	38	7.270	32	33,2	45	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	930	4	4,9	7	Apotheken-, Sanitätsartikel	7	8	420	2	13,1	18	Bekleidung, Schuhe, Sport	6	7	2.380	11	3,6	5	Bücher, Schreib-, Spielwaren	5	6	610	3	1,5	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	6	490	2	1,6	2	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	9	10	7.050	31	10,2	14	Möbel, Einrichtungsbedarf	9	10	2.500	11	3,4	5	Sonstige Sortimente	14	16	940	4	2,9	4	Gesamt	90	100	22.590	100	74,3	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	34	38	7.270	32	33,2	45																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	930	4	4,9	7																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	7	8	420	2	13,1	18																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	7	2.380	11	3,6	5																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	5	6	610	3	1,5	2																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	5	6	490	2	1,6	2																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	9	10	7.050	31	10,2	14																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	9	10	2.500	11	3,4	5																																																																																			
Sonstige Sortimente	14	16	940	4	2,9	4																																																																																			
Gesamt	90	100	22.590	100	74,3	100																																																																																			

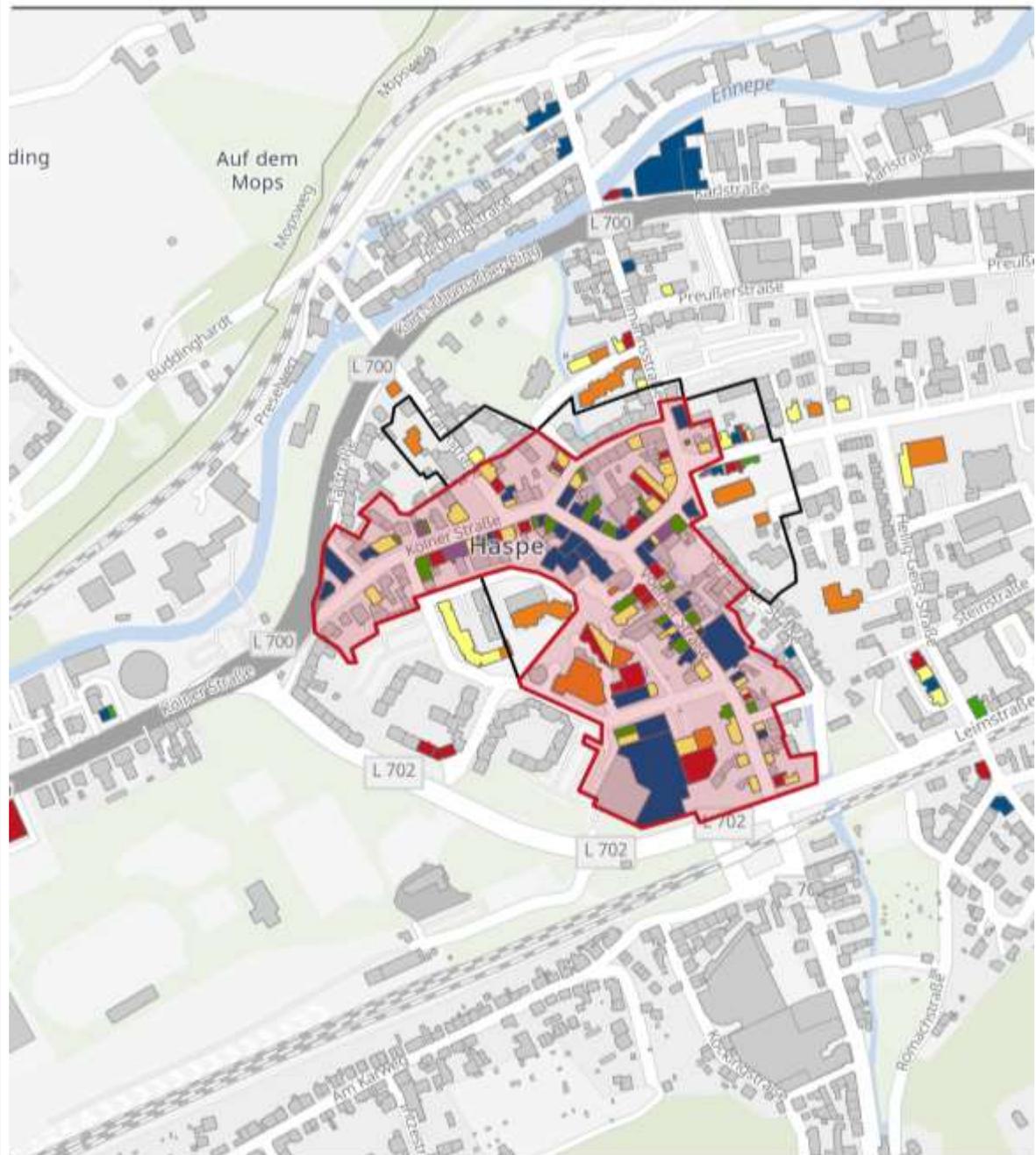
Kennzahlen	1,3 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 71 %
Top 10 Betriebe (nach VKF)	B1 Baumarkt, Berliner Straße (ca. 7.000 m ²) Real SB-Warenhaus, Vollbrinkstraße (4.200 m ² inkl. Konzessionäre) Woolworth, Voerder Straße (1.600 m ²) Lidl, Preußerstraße (1.200 m ²) Trinkgut, Preußerstraße (900 m ²) Tedi, Vollbrinkstraße (700 m ²) Rossmann, Kölner Straße (700 m ²) Getränke Hoffmann, Berliner Straße (700 m ²) Takko, Kölner Straße (500 m ²) Kik, Vollbrinkstraße (500 m ²)
Angebotsschwerpunkte	- Nebenzentrum Haspe Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtbezirks konzentriert sich in hohem Maße auf die Innenstadt von Haspe (= Nebenzentrum Haspe) sowie sonstige nicht-integrierte Standorte an der L 700 (u.a. Preußerstraße).
Nahversorgungssituation	Die Nahversorgungsausstattung beschränkt sich auf kleinteilige Betriebe vor allem in Haspe-Zentrum sowie das Real SB-Warenhaus in zentraler Lage. Einen städtebaulich-nicht-integrierten Standortverbund belegen Lidl/Trinkgut an der Preußerstraße. Damit verfügen die größeren Siedlungsbereich über eine Lebensmittelmarktausstattung in fußläufiger Entfernung. Die relativ geringe Nahversorgungsausstattung bedingt gleichzeitig jedoch auch Kaufkraftabflüsse in die benachbarten Siedlungsbereiche (u.a. Westerbauer).

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022



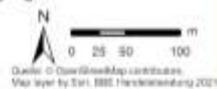
11.11.1 Nebenzentrum Haspe

Nebenzentrum Haspe



Nutzungskartierung Haspe

- | | | |
|--|---|---|
|  Einzelhandel |  Private Dienstleistungen |  Zentraler Versorgungsbereich |
|  Leerstand |  Öffentliche Einrichtungen |  Zentraler Versorgungsbereich 2015 |
|  Gastronomie / Freizeit / Sport |  Vergnügungstätten | |

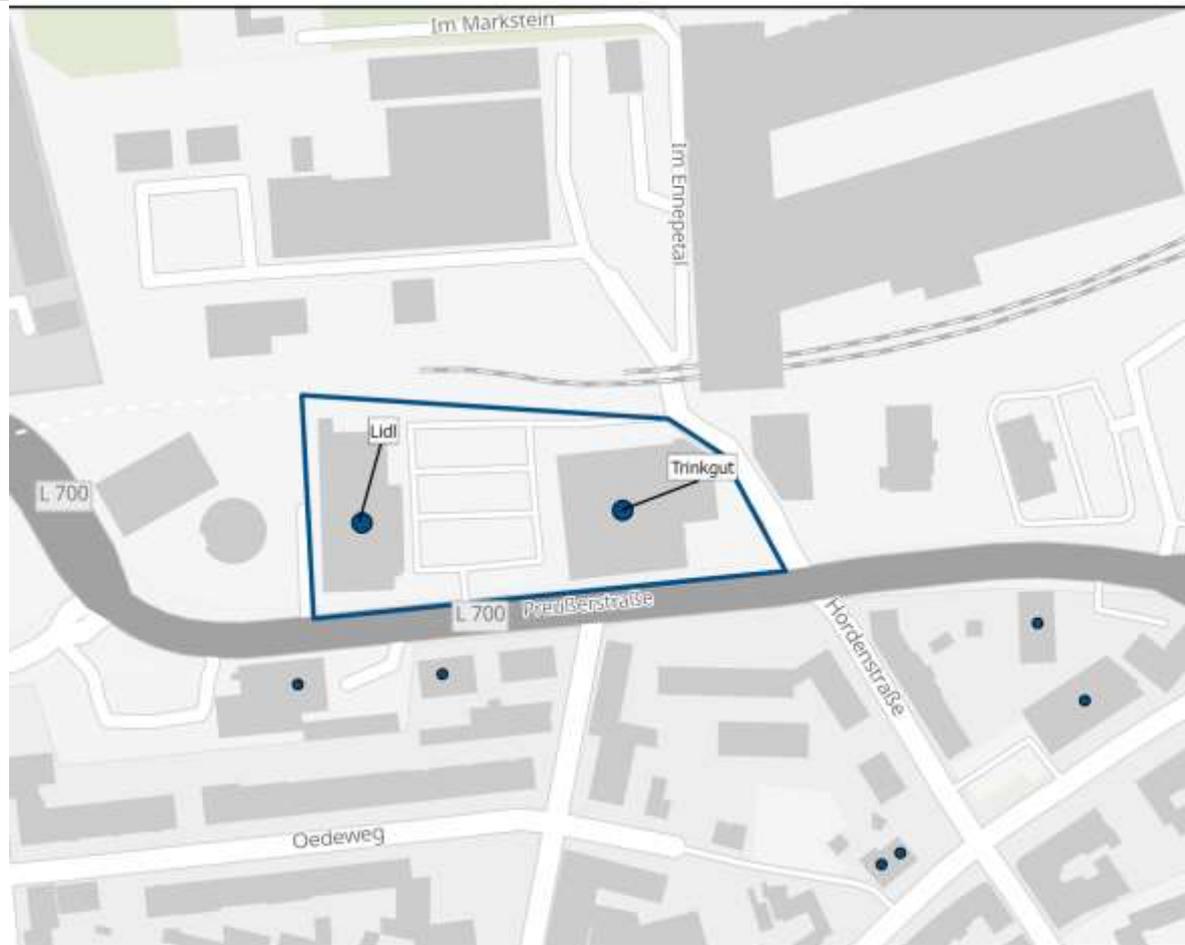


Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nebenzentrum Haspe erstreckt sich entlang der Kölner Straße, Berliner Straße und Voerder Straße im Zentrum von Haspe. Die Voerder Straße ist als Fußgängerzone gestaltet, Kölner/Berliner Straße sind wichtige innerstädtische Erschließungsstraßen, die teilweise im Einbahnverkehr fungieren. Der Durchgangsverkehr wird über den Kurt-Schuhmacher-Ring und die Haenelstraße/Leimstraße um die Innenstadt von Haspe herumgelenkt.</p> <p>Das Real SB-Warenhaus stellt den einzigen größeren Lebensmittelanbieter und gleichzeitig den größten Magnetbetrieb der Hasper Innenstadt dar. Das SB-Warenhaus wird – nach derzeitigem Informationsstand – unter dem Namen Real weitergeführt. Real belegt einen Standort in südlicher Randlage des Geschäftsbereiches und ist über die Voerder Straße bzw. den Hüttenplatz an die sonstigen Geschäftslagen angebunden. Im Bereich der Geschäftszeile Hüttenplatz ist eine Vielzahl von Leerständen festzustellen, sodass – abgesehen von sozialen Einrichtungen – keine funktionsfähige Nutzungsstruktur gegeben ist. Leerstände sind darüber hinaus vor allem in den Randbereichen vorzufinden. Insgesamt weist der zentrale Versorgungsbereich eine differenzierte Mischung von unterschiedlichen publikumsbezogenen Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie) auf.</p>																																																																																			
Angebotsstrukturen	<p>Das Einzelhandelsangebot ist durch ein zentrentypisches Angebot von Fachgeschäften und Fachmärkten geprägt. Als Magnetbetriebe fungieren das Real SB-Warenhaus, das Warenhaus Woolworth und der Drogeriemarkt Rossmann. Weitere Lebensmittelmärkte sind im zentralen Versorgungsbereich nicht vorhanden, sodass keine bedarfsgerechte Versorgung gegeben ist.</p>																																																																																			
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>19</td> <td>39</td> <td>4.080</td> <td>38</td> <td>19,5</td> <td>45</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>890</td> <td>8</td> <td>4,7</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>5</td> <td>10</td> <td>330</td> <td>3</td> <td>9,7</td> <td>22</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>6</td> <td>12</td> <td>2.350</td> <td>22</td> <td>3,4</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>3</td> <td>6</td> <td>530</td> <td>5</td> <td>1,1</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>330</td> <td>3</td> <td>1,0</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>3</td> <td>6</td> <td>290</td> <td>3</td> <td>0,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>4</td> <td>8</td> <td>1.600</td> <td>15</td> <td>1,8</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>6</td> <td>12</td> <td>360</td> <td>3</td> <td>1,1</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>49</td> <td>100</td> <td>10.760</td> <td>100</td> <td>43,2</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	19	39	4.080	38	19,5	45	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	2	890	8	4,7	11	Apotheken-, Sanitätsartikel	5	10	330	3	9,7	22	Bekleidung, Schuhe, Sport	6	12	2.350	22	3,4	8	Bücher, Schreib-, Spielwaren	3	6	530	5	1,1	3	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	4	330	3	1,0	2	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	6	290	3	0,9	2	Möbel, Einrichtungsbedarf	4	8	1.600	15	1,8	4	Sonstige Sortimente	6	12	360	3	1,1	3	Gesamt	49	100	10.760	100	43,2	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	19	39	4.080	38	19,5	45																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	2	890	8	4,7	11																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	5	10	330	3	9,7	22																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	12	2.350	22	3,4	8																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	3	6	530	5	1,1	3																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	4	330	3	1,0	2																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	6	290	3	0,9	2																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	4	8	1.600	15	1,8	4																																																																														
Sonstige Sortimente	6	12	360	3	1,1	3																																																																														
Gesamt	49	100	10.760	100	43,2	100																																																																														

Magnetbetriebe	Real SB-Warenhaus (rd. 4.200 m ² inkl. Konzessionäre), Woolworth (rd. 1.600 m ²), Rossmann (ca. 700 m ²), Tedi (ca. 700 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Cafés/Bistros/Eiscafé, Gaststätten, Imbisse); Kreditinstitute, Versicherung, Friseure, Kosmetik, Änderungsschneiderei, Schuster/Schlüsseldienst, Reisebüros, Sonnenstudio, Fahrschule, Bestattung, Ärzte, Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, Spielhallen/Wettbüro, Bürgeramt u.a.
Leerstandssituation	25 Geschäfte mit zusammen ca. 1.900 m ² VKF, davon ein Ladenlokal mit 400 m ² (Berliner Straße) und 300 m ² (Voerder Straße)
Veränderung ggü. 2015	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereiches in Randbereichen der Berliner Straße, Frankstraße und Swolinzkystraße ohne Einzelhandelsprägung.
Versorgungsfunktion	Versorgung für Haspe-Ost mit ca. 17.900 Einwohnern Wettbewerbsangebote Hauptzentrum Innenstadt, Nahversorgungszentren Westerbauer und Wehringhausen
Entwicklungsperspektiven	Keine größeren Entwicklungsflächen Nachnutzung der Leerstände durch Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, ggf. vereinzelt Rückbau
Handlungsempfehlungen	Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente mit Ausrichtung auf die zu versorgende Bevölkerung des Stadtteils Haspe Entwicklung eines Nutzungskonzeptes für das Standortumfeld des Hüttenplatzes Aufwertung des Geschäftsbereiches durch Maßnahmen aus dem INSEK Haspe und dem Sofortprogramm Innenstadt.

11.11.2 Sonderstandorte in Haspe-Ost

Weiterer nicht-integrierter Einzelhandelsstandort Preußerstraße



Sonderstandort - Lidl/ Trinkgut

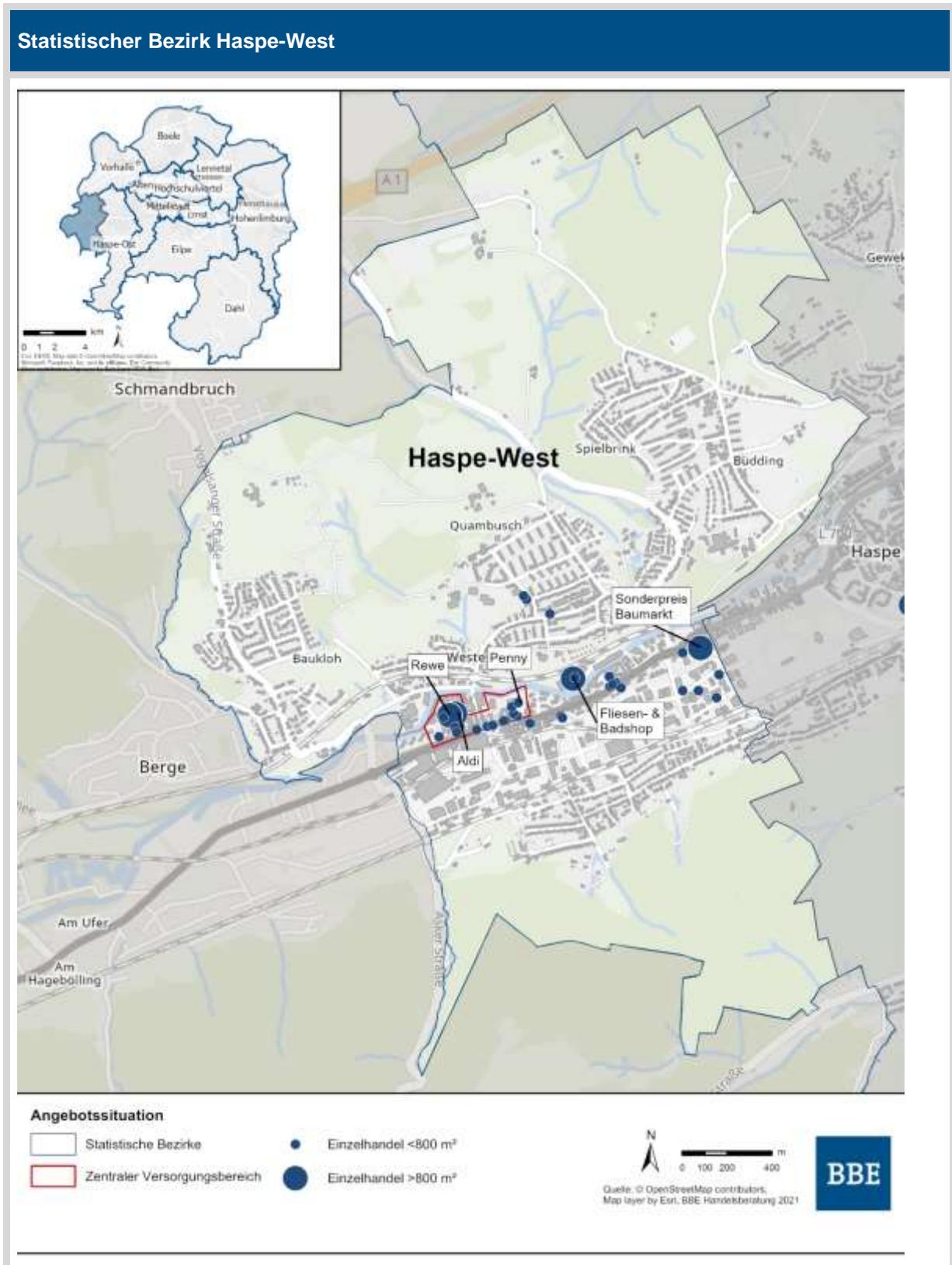
- Einzelhandel ≤ 800 m² VKF
- Einzelhandel > 800 m² VKF
- Sonderstandort



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

<p>Lage/räumlich-funktionale Einordnung</p>	<p>Lidl und Trinkgut bilden eine Fachmarkttagglomeration an der Landesstraße 700. Das Standortumfeld ist gewerblich genutzt und damit als nicht-integriert zu bewerten.</p> <p>Die ÖPNV-Einbindung erfolgt über die Bushaltestelle „BasseDruck“ (Linien 511, 514, 542)</p> <p>Der Regionalplan stellt einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dar und fungiert damit als Einzelhandelsagglomeration im Sinne von Ziel 6.5-8 LEP NRW.</p>
<p>Angebotsstruktur/ Magnetbetriebe</p>	<p>Standortprägend sind großflächige Fachmärkte mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, Kfz-Betriebe und sonstige Gewerbebetriebe</p> <p>Lidl (1.200 m²), Trinkgut (ca. 900 m²)</p>
<p>Versorgungsfunktion</p>	<p>Ausstrahlung auf Haspe, Wehringhausen</p>
<p>Entwicklungsperspektiven</p>	<p>Lage im GIB lässt nur Bestandssicherung zu, Erweiterungen oder Sortimentsänderungen sind nicht möglich</p> <p>Festschreibung des Bestands gem. Ziel 6.5-8 LEP NRW</p>
<p>Handlungsempfehlungen</p> 	<p>Aktuell besteht kein rechtskräftiger Bebauungsplan, sodass eine Überplanung gemäß Ziel 6.5-8 LEP NRW dringend notwendig ist.</p>

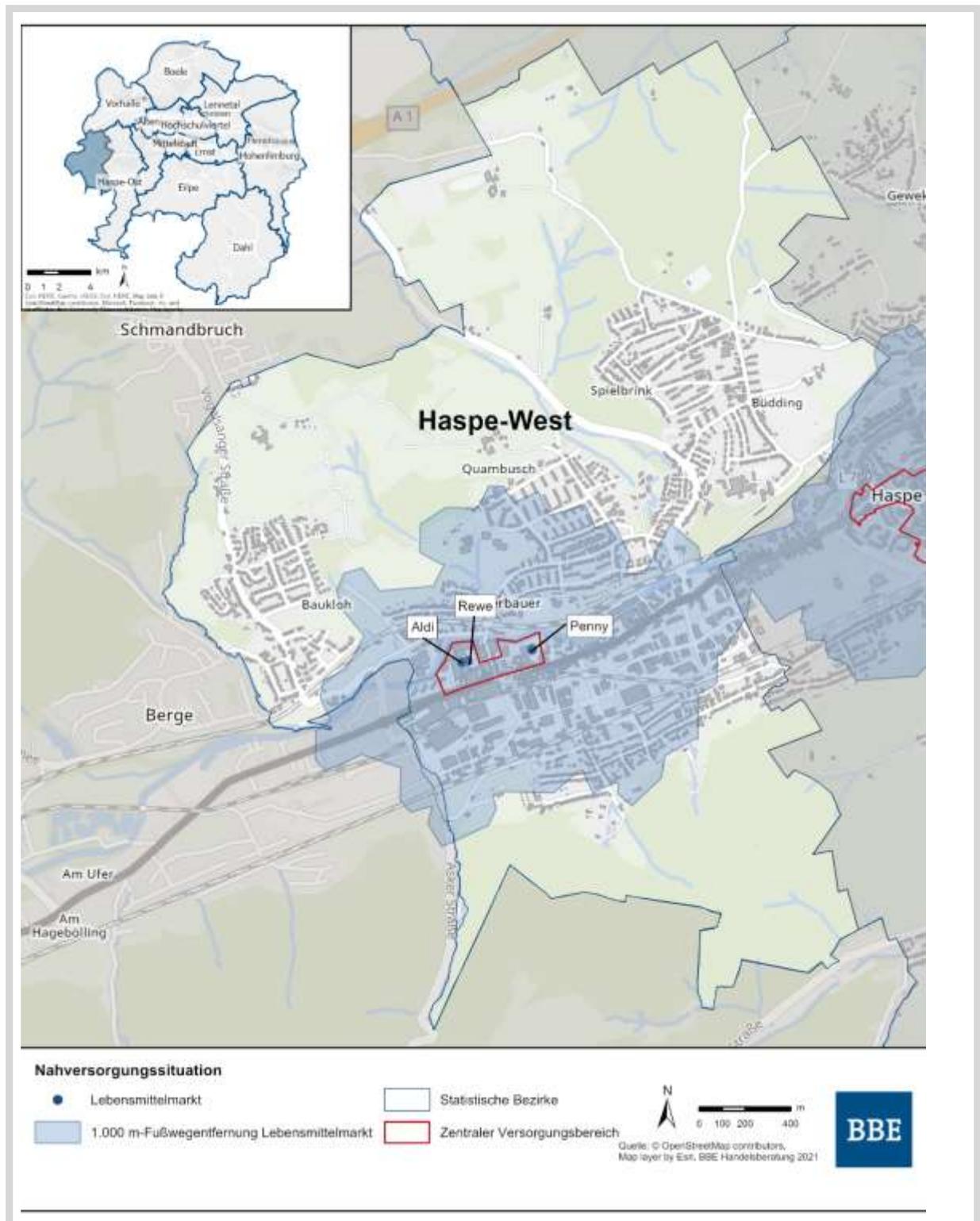
11.12 Einzelhandel im statistischen Bezirk Haspe-West



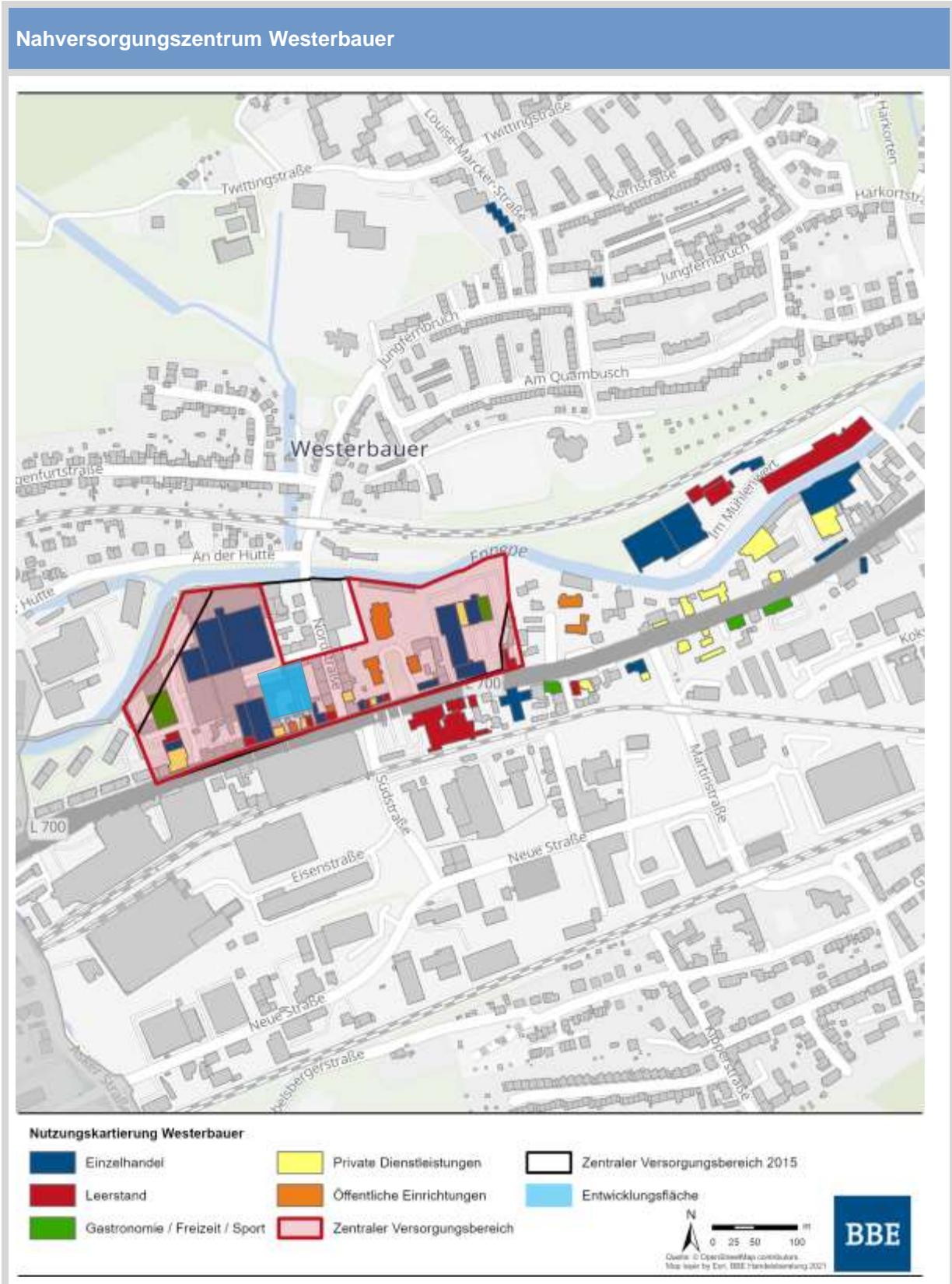
Lage in der Stadt/ Siedlungsstruktur	Der statistische Bezirk Haspe-West stellt den westlichsten Hagener Stadtteil dar, der an die Nachbarstädte Gevelsberg, Ennepetal und Wetter angrenzt. Dem statistischen Bezirk sind die Siedlungsbereiche Westerbauer, Baukloh, Quambusch, Spielbrink und Büdding zugeordnet. Entlang der Talachse der Ennepe gehen die Siedlungsbereich von Hagen-Westerbauer und Gevelsberg-Vogelsang ineinander über.																																																																																								
Verkehrsanbin- dung	Über die Landesstraße L 807 besteht Anschluss an die Bundesautobahnen A 1 (Anschlussstelle Volmarstein). Die Hauptverkehrsachse stellt jedoch die Kölner Straße (L 700) mit Anbindung nach Haspe, die Hagener Innenstadt und nach Gevelsberg dar. Mit dem Bahnhofpunkt Westerbauer besteht ein S-Bahnanschluss (S 8/S 9), darüber hinaus verkehren die Buslinien 514, 521, 532, 542, 553 und 555 im Stadtteil																																																																																								
Bevölkerungsstand	13.155 Einwohner (Stand: 31.07.2021)																																																																																								
Bevölkerungsent- wicklung	2009	12.876																																																																																							
	2014	12.861																																																																																							
	2019	13.031																																																																																							
Kaukraftkennziffer	91,5																																																																																								
Kaukraft	77,0 Mio. € gesamt 34,5 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren																																																																																								
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>13</td> <td>37</td> <td>4.430</td> <td>42</td> <td>23,1</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>680</td> <td>7</td> <td>4,3</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>4</td> <td>11</td> <td>200</td> <td>2</td> <td>8,8</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>5</td> <td>14</td> <td>1.130</td> <td>11</td> <td>2,0</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>210</td> <td>2</td> <td>0,5</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>100</td> <td>1</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>1.730</td> <td>17</td> <td>2,2</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>7</td> <td>20</td> <td>1.550</td> <td>15</td> <td>2,5</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>420</td> <td>4</td> <td>1,5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>35</td> <td>100</td> <td>10.450</td> <td>100</td> <td>45,5</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>						Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	13	37	4.430	42	23,1	51	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	680	7	4,3	10	Apotheken-, Sanitätsartikel	4	11	200	2	8,8	19	Bekleidung, Schuhe, Sport	5	14	1.130	11	2,0	4	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	210	2	0,5	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	3	100	1	0,4	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	9	1.730	17	2,2	5	Möbel, Einrichtungsbedarf	7	20	1.550	15	2,5	6	Sonstige Sortimente	1	3	420	4	1,5	3	Gesamt	35	100	10.450	100	45,5	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																																				
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																																			
Nahrungs- und Genussmittel	13	37	4.430	42	23,1	51																																																																																			
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	680	7	4,3	10																																																																																			
Apotheken-, Sanitätsartikel	4	11	200	2	8,8	19																																																																																			
Bekleidung, Schuhe, Sport	5	14	1.130	11	2,0	4																																																																																			
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	210	2	0,5	1																																																																																			
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	3	100	1	0,4	1																																																																																			
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	9	1.730	17	2,2	5																																																																																			
Möbel, Einrichtungsbedarf	7	20	1.550	15	2,5	6																																																																																			
Sonstige Sortimente	1	3	420	4	1,5	3																																																																																			
Gesamt	35	100	10.450	100	45,5	100																																																																																			

Kennzahlen	0,8 m ² VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 59 %
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Rewe, Enneper Straße (2.250 m ²) Aldi, Enneper Straße (1.250 m ²) Sonderpreis Baumarkt, Enneper Straße (900 m ²) Fliesen & Badshop, Im Mühlenwert (800 m ²) Penny, Enneper Straße (700 m ²) dm Drogeriemarkt, Enneper Straße (600 m ²) Kik, Enneper Straße (ca. 500 m ²) Polo Motoradbekleidung, Hochofenstraße (450 m ²) Tedi, Enneper Straße (ca. 400 m ²) JYSK, Enneper Straße (400 m ²)
Angebotsschwerpunkte	- Nahversorgungszentrum Westerbauer Das Einzelhandelsangebot unterteilt sich in das Nahversorgungszentrum Westerbauer mit einem hohen Nahversorgungsbezug und den entlang der Verkehrsachse L 700 gelegenen größeren und großflächigen Fachmärkten mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.
Nahversorgungssituation	Mit den Lebensmittel- und Drogeriemärkten im Nahversorgungszentrum Westerbauer (Rewe, Aldi, Penny, dm) besteht für einen Großteil der Siedlungsbereiche von Haspe-West eine wohnungsnaher Versorgung in fußläufiger Entfernung. Einzig für Spielbrink, Büdding und Baukloh ist keine umfassende fußläufige Versorgung gegeben.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022



11.12.1 Nahversorgungszentrum Westerbauer



Lage/räumlich-funktionale Einordnung	<p>Das Nahversorgungszentrum Westerbauer erstreckt sich entlang der Enneper Straße (L 700) zwischen den Fachmarktzentren Brandt-Quartier im Westen und An der Ennepe (u.a. Penny) im Osten. Nach Norden wird der Geschäftsbe- reich durch den Flusslauf der Ennepe begrenzt. Der Geschäftsbesatz bezieht sich vor allem auf die nördlich der Enneper Straße gelegenen Grundstücke. Wenngleich die Landesstraße aufgrund ihres Ausbauzustandes keine städte- bauliche Zäsur darstellt, wird der zentrale Versorgungsbereich auf die nördlich der Enneper Straße gelegenen Grundstücke beschränkt. Ein großflächiger Leerstand besteht auf dem ehem. Kaufpark-Areal, für das durch städtebauli- chen Vertrag im Zuge der Entwicklung des ehem. Brandt-Geländes ein Aus- schluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevan- ten Kernsortimenten vereinbart wurde.</p> <p>Das Nahversorgungszentrum weist einen modernen und bedarfsgerechten Ein- zelhandelsbesatz unterschiedlicher Betriebstypen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf, sodass keine großen Entwicklungsoptionen bestehen. Im unmittelbaren Umfeld des Brandt-Quartiers sind noch un- bzw. mindergenutzte Grundstücke vorhanden, die für eine Arrondierung genutzt wer- den können.</p>																																																																																			
Angebots- strukturen	Es ist eine umfassende Nahversorgungsausstattung mit unterschiedlichen Be- triebstypen des Lebensmittel- und Drogerieeinzelhandels und ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten vorhanden.																																																																																			
Einzelhandels- struktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">Verkaufsfläche</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m²</th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>6</td> <td>38</td> <td>3.970</td> <td>61</td> <td>20,7</td> <td>65</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>660</td> <td>10</td> <td>4,3</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>Apotheken-, Sanitätsartikel</td> <td>2</td> <td>13</td> <td>110</td> <td>2</td> <td>3,5</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>3</td> <td>19</td> <td>580</td> <td>9</td> <td>1,0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bücher, Schreib-, Spielwaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>190</td> <td>3</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>60</td> <td>1</td> <td>0,2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>120</td> <td>2</td> <td>0,4</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>3</td> <td>19</td> <td>770</td> <td>12</td> <td>1,2</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>0</td> <td>0,0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Gesamt</td> <td>16</td> <td>100</td> <td>6.490</td> <td>100</td> <td>31,7</td> <td>100</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: BBE-Berechnungen 2021; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	6	38	3.970	61	20,7	65	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	6	660	10	4,3	14	Apotheken-, Sanitätsartikel	2	13	110	2	3,5	11	Bekleidung, Schuhe, Sport	3	19	580	9	1,0	3	Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	190	3	0,4	1	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	60	1	0,2	1	Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	6	120	2	0,4	1	Möbel, Einrichtungsbedarf	3	19	770	12	1,2	4	Sonstige Sortimente	0	0	30	0	0,0	0	Gesamt	16	100	6.490	100	31,7	100
Sortiment	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz																																																																															
	Anzahl	%	m ²	%	Mio. €	%																																																																														
Nahrungs- und Genussmittel	6	38	3.970	61	20,7	65																																																																														
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	6	660	10	4,3	14																																																																														
Apotheken-, Sanitätsartikel	2	13	110	2	3,5	11																																																																														
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	19	580	9	1,0	3																																																																														
Bücher, Schreib-, Spielwaren	0	0	190	3	0,4	1																																																																														
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	0	0	60	1	0,2	1																																																																														
Bau-, Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	6	120	2	0,4	1																																																																														
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	19	770	12	1,2	4																																																																														
Sonstige Sortimente	0	0	30	0	0,0	0																																																																														
Gesamt	16	100	6.490	100	31,7	100																																																																														

Magnetbetriebe	Rewe (ca. 2.250 m ²), Aldi (rd. 1.250 m ²), dm (rd. 600 m ²), Penny (rd. 700 m ²), Kik (rd. 600 m ²), Tedi (rd. 400 m ²), JYSK (ca. 400 m ²)
Weitere Komplementärnutzungen	Seniorencafé, Fitnessstudio; Bank-SB-Service, Friseure, Fahrschule, Ärzte, Gesundheits- und Pflegedienstleistungen u.a.
Leerstands-situation	8 Ladenlokale, insgesamt ca. 340 m ² Außerhalb des zentralen Versorgungsbereich Leerstand des ehem. Supermarktes
Veränderung ggü. 2015	Unverändert
Versorgungsfunktion	Versorgung für den Stadtteil Haspe-West mit ca. 13.100 Einwohnern Wettbewerbsangebote im Nebenzentrum Haspe und der Nachbarstadt Gevelsberg
Entwicklungsperspektiven	Arrondierung im Umfeld des Brandt-Quartiers Bestandssicherung/kleinteilige Ergänzung der Nahversorgungsstrukturen
Handlungsempfehlungen	Bestandssichernde Entwicklung der vorhandenen Betriebe unterstützen Ergänzung des Gastronomieangebotes

11.12.2 Sonderstandorte in Haspe-West

Weitere nicht-integrierte Einzelhandelsstandorte	
Enneper Straße, Sonderpreis Bau- markt	<p>Lage: Isolierte Lage in gewerblich geprägtem Umfeld (nicht-integriert), Regionalplan Ruhr: GIB</p> <p>Angebotsstruktur: Sonderpreis Baumarkt (900 m²), ATU (350 m²)</p> <p>Versorgungsfunktion: westliches Hagener Stadtgebiet</p> <p>Handlungsempfehlung: Beschränkung auf Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten</p>
Im Mühlenwert	<p>Lage: Isolierte Lage in gewerblich geprägtem Umfeld (nicht-integriert) beiderseits des Flusslaufes der Ennepe, Regionalplan: ASB</p> <p>Angebotsstruktur: Badshop, italienischer Supermarkt, Leerstände u.a.</p> <p>Versorgungsfunktion: westliches Hagener Stadtgebiet</p> <p>Handlungsempfehlung: keine Entwicklung als Einzelhandelsstandort sinnvoll (Stichwort: Hochwasser)</p>

12 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angewandt wird.

12.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagen zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen. Dazu sind der Stadt Hagen weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013⁴⁹ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64

⁴⁹ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁰ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

12.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht

⁵⁰ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 12.2.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des Landesentwicklungsplanes NRW, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.
Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls
 - einen eigenen Eingang,
 - eine eigene Anlieferung und

- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften, vgl. OVG Münster, Az. 10 A 1144/11 vom 29. Mai 2013).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 2017 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt.

12.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.⁵¹

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP NRW ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

12.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.⁵² In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, sodass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und

⁵¹ BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

⁵² Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.

(OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11)

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

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

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

12.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Hagen steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der in den zentralen Versorgungsbereichen gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

12.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines

schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)⁵³.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

12.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche möglich. An den sonstigen Nahversorgungsstandorten (Nahversorgungslagen) soll durch einen aktiven Bestandsschutz und eine an der zu versorgenden Bevölkerung orientierte Weiterentwicklung die wohnungsnaher Versorgung erhalten und bedarfsgerecht ausgebaut werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.

⁵³ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

- Um die Innenstadt und die Nebenzentren zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden.
- Für die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollte eine bestandssichernde Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich unterstützt werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.

Köln, im Januar 2023

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Jörg Lehnerdt

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Einzelhandel i.e.S*. – Umsatz 2015-2021	11
Abbildung 2:	Umsatzveränderung Fachhandelszweige 2020 vs. 2019 und 2021 vs. 2019 (Auswahl)	12
Abbildung 3:	Onlinehandel – Umsatz 2015-2021 und Onlineanteil 2015, 2021	14
Abbildung 4:	Absolutes Onlinewachstum – Umsatz 2015-2021	14
Abbildung 5:	Marktanteile der Handelsformate am Einzelhandelsumsatz 2015-2021	16
Abbildung 6:	Umsatz innenstadtrelevante Branchen 2015–2021	17
Abbildung 7:	Marktvolumen Bekleidung/Schuhe/Lederwaren 2015-2021	18
Abbildung 8:	Umsatz Onlinehandel mit Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und Onlineanteil 2015-2021	18
Abbildung 9:	Onlineshoppende 2015–2021	19
Abbildung 10:	Onlineshoppende 2015–2021 Onlineshoppende nach Altersgruppen 2021	19
Abbildung 11:	Innenstadtbesucher – Onlinekäufe und Innenstadtbesuche 2018 und 2020	20
Abbildung 12:	Shoppinghäufigkeiten	21
Abbildung 13:	Umsatzanteile Multi-Channel-Handel und „Pure-Play“ an Nonfood	22
Abbildung 14:	Click & Collect – Anzahl Nutzende und Umsatz nach Branchen	22
Abbildung 15:	Nachhaltigkeit, Konsumverzicht und Secondhand	24
Abbildung 16:	Konsumzurückhaltung und Ausweichverhalten	24
Abbildung 17:	Einschränkung von Ausgaben für Produkte, Dienstleistungen und Freizeitgestaltung	25
Abbildung 18:	Zentralörtliche Gliederung	28
Abbildung 19:	Einwohner der Stadt Hagen nach statistischen Bezirken	31
Abbildung 20:	Einwohnerentwicklung in der Stadt Hagen und NRW 2011 - 2021 (2011 = 100 %)	32
Abbildung 21:	Einwohner der Stadt Hagen nach Altersgruppen	32
Abbildung 22:	Einwohnerprognose für die Stadt Hagen und NRW 2021 – 2031/2040 (2021 = 100 %)	33
Abbildung 23:	Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl)	34
Abbildung 24:	Prüfschema der „Nahversorgungsausnahme“ nach Ziel 6.5-2 LEP NRW	36
Abbildung 25:	Methodik zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches (Beispiel)	42
Abbildung 26:	REHK-Konsensverfahren	44
Abbildung 27:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Hagen und in Nachbarkommunen (in %, Deutschland = 100 %)	47
Abbildung 28:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Hagen p. a.	48
Abbildung 29:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveaus im Stadtgebiet	49
Abbildung 30:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial p.a. nach Sortimenten	50

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

Abbildung 31:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial p.a. nach statistischen Bezirken	51
Abbildung 32:	Onlineanteil nach Branchen	52
Abbildung 33:	Einzelhandel in der Stadt Hagen nach statistischen Bezirken	54
Abbildung 34:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Hagen	55
Abbildung 35:	Einzelhandel in der Stadt Hagen nach Standortkategorien	57
Abbildung 36:	Großflächiger Einzelhandel in der Stadt Hagen nach Standortkategorien	58
Abbildung 37:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hagen nach Sortimenten	59
Abbildung 38:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Hagen nach Sortimenten	60
Abbildung 39:	Verkaufsflächenentwicklung 2015 - 2021	62
Abbildung 40:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Überblick	64
Abbildung 41:	Kaufkraftbewegungen.....	65
Abbildung 42:	Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015 - 2021	67
Abbildung 43:	Nutzungsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	69
Abbildung 44:	Geschäftslagen in der Innenstadt.....	73
Abbildung 45:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt.....	74
Abbildung 46:	Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe	77
Abbildung 47:	Online-Aktivitäten der innerstädtischen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe	79
Abbildung 48:	Nutzungscluster in der Innenstadt	84
Abbildung 49:	Fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelmärkte in der Stadt Hagen	87
Abbildung 50:	Lebensmittelmarktangebot der Stadt Hagen nach Betriebsformen	88
Abbildung 51:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Hagen nach statistischen Bezirken	89
Abbildung 52:	Nahversorgungsangebote in Hagen nach ausgewählten Standorten.....	91
Abbildung 53:	Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche der zentralen Versorgungsbereiche	93
Abbildung 54:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten der zentralen Versorgungsbereiche in den zugeordneten Verflechtungsbereichen	94
Abbildung 55:	Sonderstandorte in der Stadt Hagen	98
Abbildung 56:	Zentrenhierarchie der Stadt Hagen	107
Abbildung 57:	Zentren der Stadt Hagen und funktional zugeordnete Verflechtungsbereiche	113
Abbildung 58:	Zentrenkonzept.....	115
Abbildung 59:	Ansiedlungsregeln nach Standort und Sortiment	122
Abbildung 60:	Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen	125
Abbildung 61:	Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Hagen	128

Glossar

Agglomeration

Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft (Agglomerationseffekt).

Betriebsformen

Betriebsformen umfassen eine Gruppe von Einzelhandelsbetrieben mit ähnlichen Charakteristika, die sich von anderen Betriebsformen unterscheiden. Unterscheidungsmerkmale sind Sortiment, Sortimentsbreite und -tiefe, Preisorientierung, Größe, Kundenorientierung und Erscheinungsbild.

Drogeriemarkt

Ein Drogeriemarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, vor allem aus dem Biobereich.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

Das Kaufkraftniveau in einer Kommune gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Endverbraucherfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlauben sie Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Konsumgütern. Der Bundesdurchschnitt wird über den Indexwert 100 angegeben. Daher entspricht z. B. eine Kaufkraftkennziffer von 110 einem Kaufkraftniveau von 10 % über dem Bundesdurchschnitt.

Fachdiscounter

Ein Fachdiscounter ist ein Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel aus dem Hartwaren- und/oder Textilbereich konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher über seine preisaggressive und werbeintensive Strategie anspricht.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet.

tet. Fachgeschäfte sind z. T. inhabergeführt, die Betriebsform wird aber auch von Filialunternehmen genutzt. Vom Fachmarkt unterscheidet sich das Fachgeschäft durch sein Bedienungssystem und das Preisniveau, vom Kaufhaus durch seine Größe.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft tiefes Angebot aus einem Warenbereich, einem Bedarfsbereich oder einem Zielgruppenbereich in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist entweder autokundenorientiert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

Flächenleistung

Die Flächenleistung stellt den Bruttoumsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche dar.

Grund-, Mittel-, Oberzentrum

Das System zentraler Orte unterscheidet nach Grund-, Mittel-, Oberzentren, die sich u. a. an der Einwohnerzahl sowie der Versorgungsbedeutung orientieren. Während Grundzentren überwiegend der Sicherung des Grundbedarfs dienen, werden in höheren Zentren auch Angebote des periodischen Bedarfs sowie auch der spezifische Bedarf (in Oberzentren) abgedeckt.

Integrierte Standortlagen

Integrierte Lagen befinden sich entweder in den Zentren oder aber als siedlungsintegrierte Lagen innerhalb von Wohngebieten oder zumindest in unmittelbarer Nähe hierzu.

Lebensmittel-Discountmarkt

Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft, das in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot führt und den Verbraucher über seine Niedrigpreispolitik anspricht.

Nicht integrierte Standortlagen

Nicht integrierte Standortlagen zeichnen sich durch einen überwiegenden Anteil gewerblicher oder handwerklicher Nutzungen im Umfeld aus (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete). Sie befinden sich häufig entlang von Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen ohne Einbindung in den Siedlungszusammenhang bzw. die Wohnbebauung.

SB-Warenhaus (> 5.000 m²)

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche und umfassendem Sortiment, das seinen Standort überwiegend autokundenorientiert außerhalb von Innenstädten oder in geplanten Zentren hat. Der Sortimentsschwerpunkt liegt im Lebensmittelvollsortiment, angeboten wird aber zudem ein umfangreiches Angebot an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und auch langfristigen Bedarfs.

Supermarkt (< 2.500 m²)

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das Lebensmittel sowie Drogerie-/Hygieneartikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Randsortimente/Aktionswaren (z. B. Textilien, Elektrokleingeräte, Bücher,) aufweist.

Verbrauchermarkt (> 2.500 m²)

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 2.500 m² Verkaufsfläche, das überwiegend in Selbstbedienung ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet.

Verkaufsflächenausstattung

Die Verkaufsflächenausstattung gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in m² je Einwohner nach Sortimenten an.

Warenhaus / Kaufhaus

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb meist in zentraler Lage, das Waren aus mehreren Branchen anbietet (z. B. Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren), davon mindestens aus einer in tiefer Gliederung. Bedienung und Beratung gehören zum Leistungsumfang und können auf Kundenwunsch abgerufen werden. Das Angebot wird überwiegend in Vor- und Freiwahl präsentiert.

Zentren (zentrale Versorgungsbereiche)

Als Zentren gelten die Versorgungsschwerpunkte einer Stadt oder Gemeinde. Dies sind i. d. R. die gewachsenen Ortskerne. Zentren können jedoch auch aus planerischen Festlegungen (zentrale Versorgungsbereiche) heraus definiert werden. Kennzeichnend für Innenstädte oder Ortszentren ist eine umfangreiche Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie sowie kulturellen und öffentlichen Einrichtungen.

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
B-Plan/BP	Bebauungsplan
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
ca.	circa
d.h.	das heißt
ehem.	ehemals
EHK	Einzelhandels- und Zentrenkonzept
f. / ff.	folgende Seite / folgende Seiten
FNP	Flächennutzungsplan
ggf.	gegebenenfalls
GIB	gewerblich-industrieller Bereich
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
HZ	Hauptzentrum
i.d.R.	in der Regel
inkl.	inklusive
i.S.v.	im Sinne von
LEP	Landesentwicklungsplan
LÖG	Ladenöffnungsgesetz
mind.	mindestens
NRW	Nordrhein-Westfalen
NUG	Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
NZ	Nebenzentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
p.a.	per anno
rd.	rund
S.	Seite
sog.	so genannte
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
v.a.	vor allem
VG	Verwaltungsgericht
vgl.	vergleiche
VK	Verkaufsfläche
WE	Wohneinheiten

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hagen 2022

z.B.	zum Beispiel
zool. Bedarf	zoologischer Bedarf
z.T.	zum Teil
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

