Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Stadt Werdohl
Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Köln, August 2015

Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Stadt Werdohl
Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Dipl.-Geogr. Timo Grebe

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

Gesellschafter/Seniorpartner:

Dr. Paul G. Jansen

HRB Köln 62236

Neumarkt 49
50667 Köln

Fon 02 21.940 72-0
Fax 02 21.940 72-18
info@stadtplanung-dr-jansen.de
www.stadtplanung-dr-jansen.de

1	EINLEITUNG	1
1.1	Aufgabenstellung	1
1.2	Methodisches Vorgehen und Bearbeitungsablauf	2
2	ÜBERGEORDNETE RAHMENBEDINGUNGEN	7
2.1	Rechtliche Vorgaben	7
2.1.1	Bauplanungsrecht	7
2.1.2	Landesrecht Nordrhein-Westfalen	7
2.2	Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	10
2.2.1	Entwicklungen auf der Angebotsseite	11
2.2.2	Entwicklungen auf der Nachfrageseite	13
2.2.3	Auswirkungen auf die Stadtentwicklung	14
2.3	Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Werdohl	15
2.3.1	Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung	15
2.3.2	Bevölkerungsentwicklung und Siedlungsstruktur	17
2.3.3	Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze	18
3	EINZELHANDELSSTANDORT WERDOHL	21
3.1	Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit	21
3.1.1	Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt	21
3.1.2	Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet	24
3.1.3	Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	25
3.1.4	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl	27
3.1.5	Einzugsbereich und Kaufkraft	28
3.1.6	Zentralität des Werdohler Einzelhandels	33
3.1.7	Kaufkraftbewegungen in Werdohl	35
3.2	Einzelhandelsentwicklung in Werdohl im Zeitraum 2006 bis 2015	39
3.2.1	Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit	39
3.3	Entwicklungsperspektiven des Werdohler Einzelhandels bis zum Jahr 2030	41
3.3.1	Übergeordnete Entwicklungen	41
3.3.2	Umsatzentwicklung und Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahre 2030	42
4	EXKURS : ERGEBNISSE DER HÄNDLERGESPRÄCHE	46
4.1.1	Entwicklung der Werdohler Innenstadt in den letzten Jahren, Perspektiven und Handlungsbedarfe	46
4.2	Weitere Einzelhandelsstandorte in der Stadt Werdohl	48
4.3	Übergemeindliche Wettbewerbssituation	48
5	ZENTRENKONZEPT FÜR DIE STADT WERDOHL	50
5.1	Grundsätzliche Anmerkungen	50
5.1.1	Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument	50
5.1.2	Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche	51
5.1.3	Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“	53
5.2	Zentrenhierarchie in Werdohl	55
5.2.1	Werdohl Innenstadt (A-Zentrum)	55
5.3	„Werdohler Liste“	73

6	NAHVERSORGUNGSSITUATION	79
7	SONSTIGE STANDORTE	85
8	ZIELE UND STEUERUNGSVORGABEN FÜR DIE EINZELHANDELSENTWICKLUNG IN DER STADT WERDOHL	86
8.1	Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung	86
8.2	Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung	88
8.3	Ansiedlungsleitlinien	89
9	ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNG	91
10	ANHANG	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2013 (in Mio. qm)	11
Abbildung 2	Lage der Stadt Werdohl im Raum und zentralörtliche Gliederung	16
Abbildung 3	Aktuelle Pendlerverflechtungen (ausgewählte Städte und Gemeinden)	20
Abbildung 4	Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt (in %)	22
Abbildung 5	Verteilung des Einzelhandels in Werdohl nach Ortsteilen	25
Abbildung 6	**Wohnorte der Werdohler Einzelhandelskunden (in %)**	29
Abbildung 7	**Einzugsgebiet des Werdohler Einzelhandels**	31
Abbildung 8	Kaufkraftbewegungen in Werdohl im Überblick	36
Abbildung 9	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)	37
Abbildung 10	Luftbild der Werdohler Kernstadt am Ufer der Lenne	56
Abbildung 11	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Werdohl aus dem Jahr 2006	60
Abbildung 12	Hauptzentrum Werdohl	72
Abbildung 13	Strukturprägende Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Werdohl	83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Gliederung der Warengruppen und Sortimente	5
Tabelle 2	Top Ten des deutschen Textileinzelhandels	12
Tabelle 3	Einwohnerzahlen in Werdohl nach Ortsteilen	17

Tabelle 4	Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt	23
Tabelle 5	Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl	27
Tabelle 6	**Wohnorte der Werdohler Einzelhandelskunden**	30
Tabelle 7	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	32
Tabelle 8	Zentralitätskennziffern nach Warengruppen	34
Tabelle 9	Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen	38
Tabelle 10	Veränderungen der Einzelhandelsausstattung und der betrieblichen Leistungsfähigkeit	39
Tabelle 11	Modellrechnung der Verkaufsflächenpotenziale bis 2030	44
Tabelle 12	Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums	53
Tabelle 13	Einzelhandelsausstattung des Werdohler Hauptzentrums	63
Tabelle 14	Einzelhandelsausstattung in den beiden Abschnitten Kernstadt und Bahnhofsviertel	65
Tabelle 15	Komplementärnutzungen im Werdohler Hauptzentrum	66
Tabelle 16	Bereinigte Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Werdohl und im Hauptzentrum Werdohl	76
Tabelle 17	Nahversorgungssituation in den Werdohler Ortsteilen	82

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

1 Einleitung

1.1 Aufgabenstellung

Die Stadt Werdohl ist dem Märkischen Kreis zugehörig und befindet sich im Südosten Nordrhein-Westfalens am Ufer der Lenne. Die Topografie der rund 18.520 Einwohner zählenden Stadt wird durch die Zugehörigkeit zur Mittelgebirgsregion des Sauerlands mit steilen Anstiegen aus dem Tal der Lenne geprägt.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Werdohl 2006

Im Jahr 2006 wurde durch Junker und Kruse Stadtforschung und Stadtplanung/Dortmund ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept[1] vorgelegt. Unter Berücksichtigung des andauernden Strukturwandels im Einzelhandel, obergerichtlicher Urteile in Bezug auf die Steuerung des Einzelhandels, zahlreicher an die Stadt Werdohl gerichteter Ansiedlungsanfragen und innerstädtischer Trading-Down-Prozesse in Werdohl wurden Entwicklungsszenarien für den Werdohler Einzelhandel und Empfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels formuliert.

Zwischenzeitlich haben sich erneut Änderungen der landesplanerischen Vorgaben zur Einzelhandelsentwicklung und -steuerung ergeben. Nach dem Auslaufen des Landesentwicklungsprogramms zum 31. Dezember 2011 konnte vorübergehend nicht auf rechtskräftige Vorgaben für die Beurteilung großflächiger Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen zurückgegriffen werden. Im Juli 2013 wurde diese Lücke durch das Inkrafttreten des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel im Rahmen der Neuaufstellung des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) geschlossen.

Parallel dazu, nicht zuletzt den Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2006 folgend, erfolgte eine Veränderung der Einzelhandelsstruktur in der Stadt Werdohl sowie die Einleitung und teilweise Umsetzung von Aufwertungsmaßnahmen für die Werdohler Innenstadt, insbesondere im Rahmen des Bund-Länder-Programms Stadtumbau West. Durch das südwestfälische Strukturförderprogramm Regionale 2013 wurden in den letzten Jahren Projekte aufgestellt, deren Umsetzung bereits teilweise erfolgte oder deren derzeitige Initiierung eine Attraktivitätssteigerung des Stadtbilds auslösen wird.

Das durch den Rat der Stadt Werdohl beschlossene Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 ist für die vorliegende Fortschreibung ebenso rahmengebend wie die Vorgaben des Landes und die aktuelle Rechtsprechung zu Themen der räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergeben sich dabei neue Beurteilungskriterien.

---

[1] „Entwicklungsspielräume und Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel der Stadt Werdohl“, Dortmund, März 2006

Die erneute Positionsbestimmung des Einzelhandelsstandorts Werdohl beinhaltet einen Ausblick und konkrete Empfehlungen für die künftige Entwicklung. Dabei werden Bestandsdaten aktualisiert, Umsatz- und Zentralitätsberechnungen angepasst und das Zentren- und Nahversorgungskonzept entsprechend der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Entwicklung fortgeschrieben. Auch die sozio-ökonomische Positionierung und die Auswirkungen des demografischen Wandels finden Eingang in die Perspektivbetrachtung.

Grundlage für zielgerichtete Entscheidungen

In Bezug auf die Einzelhandelsentwicklung soll eine Umsetzungsstrategie aufgezeigt werden, die für alle zukünftig erforderlichen handelsbezogenen und bauleitplanerischen Entscheidungen herangezogen werden kann. Dabei sind Aussagen über das künftig zu erwartende Kaufkraftpotenzial, die anzustrebende Ausstattung mit Einzelhandelsflächen und sinnvolle Veränderungen bzw. Ergänzungen der Sortimente sowie der Standorte zu tätigen. Das Konzept gibt damit sowohl der Stadt Werdohl als auch Investoren und Betreibern Handlungsempfehlungen für eine städtebaulich ausgerichtete Standortpolitik.

1.2 Methodisches Vorgehen und Bearbeitungsablauf

Einzelhandelsbestandserhebung

Die Stadt Werdohl hat die Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts im Oktober 2014 beauftragt. Anschließend wurden im November und Dezember 2014 die Erhebungen des Einzelhandelsbestands im Werdohler Stadtgebiet durch unser Büro durchgeführt. Ebenfalls erfasst wurden die für die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts benötigten Komplementärnutzungen in der Werdohler Innenstadt.

Von allen Einzelhandelsbetrieben wurden Name, Adresse, Branche und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche wurde mit elektronischen Messgeräten erfasst, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach neun Waren- und 60 Sortimentsgruppen (vgl. Tabelle 1) erfolgte.

Bei den meisten textlichen, tabellarischen und kartografischen Darstellungen des Einzelhandelsbestands im Rahmen der Berichtslegung werden diese Sortimente in den nachfolgend genannten neun Warengruppen zusammengefasst:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Zoobedarf
- Bücher, Schreibwaren, Büro
- Bekleidung, Schuhe, Schmuck
- Sport, Freizeit, Spiel
- Elektrowaren
- Möbel, Einrichtung

- Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör

In Ergänzung der Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks nehmen publikumsorientierte Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen und eine Reihe weiterer Nutzungen Einfluss auf die Attraktivität eines Standorts und seine Zentralität. Sie sind daher auch bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche von Bedeutung und wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme innerhalb der wesentlichen siedlungsstrukturell integrierten Einzelhandelslagen aufgenommen, jedoch nicht weitergehend analysiert und damit ausschließlich im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Komplementärfunktionen zum Einzelhandel bewertet.

Für diese Komplementärnutzungen wurden Name, Adresse und Branche erfasst, wobei eine Zuordnung zu folgenden vier Obergruppen erfolgte:

- Gastronomie und Hotellerie
- Dienstleistungen
- Kultur und Freizeit
- Bildung und Gesundheit

Vergnügungsstätten

Neben Komplementärnutzungen, die sich meist förderlich auf die Attraktivität und Frequentierung von Einzelhandelslagen auswirken, wurden im Rahmen der Vor-Ort-Recherchen in den ausgewählten Einzelhandelslagen auch Vergnügungsstätten und Leerstände aufgenommen. Diese beeinträchtigen oft die Standortqualität und sind als Indikatoren rückläufiger Versorgungsbedeutung zu werten.

Vergnügungsstätten sind dabei in der BauNVO nicht vom Verordnungsgeber definiert, können jedoch als gewerbliche Nutzungsarten verstanden werden, „die sich in unterschiedlicher Ausprägung (wie Amüsierbetriebe, Diskotheken, Spielhallen) unter Ansprache (oder Ausnutzung) des Sexual-, Spiel- und/oder Geselligkeitstriebs einer bestimmten gewinnbringenden Freizeit-Unterhaltung widmen.“[2] Da die Einzelhandelsthematik im Vordergrund der Bearbeitung stand, wurde auf die Ermittlung der Nutzflächen von Komplementärnutzungen, Vergnügungsstätten und Leerstände verzichtet.

Um Rückschlüsse auf das Nachfrageverhalten der Werdohler Bürger und die Bedeutung des Werdohler Einzelhandels ziehen zu können, ist darüber hinaus im November 2014 eine Kundenwohnorterhebung durch die Werdohler Innenstadt-Händler durchgeführt worden. Hierbei wurde von teilnehmenden Einzelhändlern bei jedem Kaufvorgang der Herkunftsort des Kunden abgefragt.

Zur Bearbeitung des Konzepts sollte zudem das Expertenwissen des lokalen Einzelhandels Berücksichtigung finden. Dafür wurden ausgewählte und mitwirkungsbereite innerstädtische Einzelhändler persönlich befragt. Die Ergebnisse der Befragungen werden zu-

[2] Quelle: Fickert/Fieseler, Baunutzungsverordnung-Kommentar, 11. Auflage 2008

sammengefasst dargestellt, ohne dass Rückschlüsse auf einzelne Händler gezogen werden können. Zudem haben die relevanten Informationen auch Eingang in alle übrigen Inhalte des Einzelhandelskonzepts gefunden.

Tabelle 1 Gliederung der Warengruppen und Sortimente

Fristigkeit	Warengruppe	Sortimente
Überwiegend kurfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel
		Getränke, Spirituosen, Tabak
		Backwaren
		Fleisch, Fleischwaren
		Lebensmittelspezial-, Reformwaren
	Gesundheit, Körperpflege	Körperpflege
		Parfümerie/Kosmetik
		Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel
		pharmazeutische Artikel
		Sanitätswaren/Orthopädie
		Optik
		Hörgeräte
	Blumen, Zoobedarf	Blumen
		Zoobedarf, Tiernahrung
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	Bücher, Schreibwaren, Büro	Zeitschriften, Zeitungen
		Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel
		Bücher
	Bekleidung, Schuhe, Schmuck	Damenbekleidung
		Herrenbekleidung
		Kinder-, Babybekleidung
		Schuhe
		Sportbekleidung, Sportschuhe
		Uhren, Schmuck
		Lederwaren, Taschen, Koffer
		Sonstiges
	Sport, Freizeit, Spiel	kleinteilige Camping- und Sportartikel
		großteilige Camping- und Sportgeräte
		Fahrräder und Zubehör
		E-Bikes, Pedelecs
		Freizeit, Spielwaren
		Musikalien
		Karnevalsbekleidung und -zubehör
Überwiegend langfristiger Bedarf	Elektrowaren	Elektrogroßgeräte
		Elektrokleingeräte
		Leuchten
		Unterhaltungselektronik
		Bild- und Tonträger
		Computer und Zubehör
		Telefone
		Foto
	Möbel, Einrichtung	Hausrat
		Aktionsware Weihnachten/ Ostern
		Glas/ Porzellan, Keramik
		Wohnaccessoires, Geschenkartikel
		Haus- und Heimtextilien
		Bettwaren
		Matratzen und Lattenroste
		Teppiche
		Möbel (ohen Küchen)
		Küchen
	Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	Kunst/ Antiquitäten
		Spiegel, Bilder, -rahmen
		Bau- und Heimwerkerbedarf
		Tapeten, Bodenbeläge. Teppichboden
		Gartenbedarf
		Autozubehör
		Motorradzubehör
		Kamine, Öfen und Zubehör
		Sicht- und Sonnenschutz
		Sonstiges

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 201

Unterstützt durch die Werdohl Marketing GmbH wurden drei Sitzungen eines projektbegleitenden Arbeitskreises abgehalten. Dabei hat der erste Termin zur Klärung grundsätzlicher Fragestellungen unter Mitarbeit des Werdohler „Netzwerk Einzelhandel“, moderiert durch die Werdohl Marketing GmbH, stattgefunden. In den beiden folgenden Sitzungen beteiligten sich zusätzlich Frau Bürgermeisterin Voßloh, die Ratsfraktionen der Stadt Werdohl, die Industrie- und Handelskammer zu Hagen und der Einzelhandels- und Dienstleistungsverband Südwestfalen. In der abschließenden Arbeitskreissitzung am 26. August 2015 wurden den Teilnehmern die wesentlichen Inhalte des vorliegenden Konzepts vorgestellt.

Vorgesehen ist, die im Entwurf vorgelegte Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Werdohl am 15. September 2015 im Ausschuss für Umwelt und Stadtentwicklung zu beraten und eine Beschlussempfehlung für den Rat der Stadt Werdohl zu fassen.

2 Übergeordnete Rahmenbedingungen

2.1 Rechtliche Vorgaben

2.1.1 Bauplanungsrecht

Auf bundesrechtlicher Ebene übernehmen das BauGB und die BauNVO in Verbindung mit dem BauGB eine Steuerungsfunktion für die kommunale Standortfindung von Einzelhandelsbetrieben.

Die §§ 2 – 9 BauNVO regeln bei einer entsprechenden Gebietsausweisung per Bebauungsplan die regelmäßige und ausnahmsweise Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben.

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 800 qm Verkaufs- bzw. 1.200 qm Geschossfläche wird durch § 11 BauNVO eine spezielle Regelung formuliert. Diese Betriebsform ist nur in Kerngebieten gem. § 7 BauNVO oder in spezifisch ausgewiesenen Sondergebieten gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig.

Die auch insbesondere rechtliche Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines Einzelhandelskonzepts (=städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) ist in verschiedenen Urteilen des OVGs Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n. F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist."

Die Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Werdohl empfiehlt sich somit bereits aus den Vorgaben auf Bundesebene.

2.1.2 Landesrecht Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen wurde bei der Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten bis zum 31. Dezember 2011 zudem § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) in der Neufassung vom 19. Juni 2007 herangezogen.[3] Nach dem Auslaufen des LEPro gem. § 38 am 31. Dezember 2011 fehlten zwischenzeitlich abgestimmte landesplanerische Vorgaben zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsvorhaben.

Am 13. Juli 2013 trat nach Beschluss der Landesregierung und Zustimmung des Landtags der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel für den Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen in

3 In der Neufassung des Landesentwicklungsprogramms vom 19. Juni 2007 wurde der § 24 Abs. 3 des Gesetzes zur Landesentwicklung gestrichen und durch den § 24 a ersetzt.

Kraft. Durch die Formulierung von sieben Zielen und drei Grundsätzen der Raumordnung greift dieser die grundsätzlichen Anliegen des § 24 a LEPro auf. Seit Inkrafttreten des Teilplans sind die Ziele bindend zu beachten und die Grundsätze weiterhin abwägend zu berücksichtigen.

Der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW 2025 umfasst folgende Ziele und Grundsätze:

1. Ziel – Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

- Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

2. Ziel – zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

- Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:
  - in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
  - in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

  Zentrenrelevant sind:
  - Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
  - Bücher
  - Bekleidung, Wäsche
  - Schuhe, Lederwaren
  - Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
  - Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
  - Spielwaren
  - Sportkleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
  - Elektrogeräte, Medien (Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
  - Uhren, Schmuck
  - Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
  - Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant), weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste)
- Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich

  - eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
  - die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sotimenten dient und
  - zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

3. Ziel – Beeinträchtigungsverbot

- Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen Zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

4. Grundsatz – nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

- Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

5. Ziel – nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

- Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6. Grundsatz – nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsflächen zentrenrelevanter Randsortimente

- Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebiets für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen 2.500 qm Verkaufsfläche nicht überschreiten.

7. Ziel – Überplanung von vorhandenen Standorten

- Abweichend von den Festlegungen 1 bis 6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

- Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.
- Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

8. Ziel – Einzelhandelsagglomerationen

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

9. Grundsatz – regionale Einzelhandelskonzepte

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

10. Ziel – vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung

2.2 Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Stadtstrukturen beeinflussen einander. Einzelhandel bewirkt in integrierten Lagen oftmals Baudichte, Passantenfrequenz sowie Nutzungsmischung und ist eine wichtige Voraussetzung für Urbanität und eine „vitale Stadt". Umgekehrt verbessern attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen die Anziehungskraft von Einzelhandelslagen. Mit der zunehmenden Ansiedlung von Einzelhandel an peripheren Standorten hat sich diese „stadtbildende" Funktion des Einzelhandels in der Vergangenheit deutlich reduziert. Daher bedarf es heute der gezielten Steuerung des Einzelhandels im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklungspolitik, um die stadtbildende Funktion des Einzelhandels aufrecht zu erhalten. Die Zentren sind dabei auf Einzelhandelsnutzungen angewiesen, um Frequenzen zu sichern.

Angebot und Nachfrage

Beeinflusst wird die Entwicklung des Einzelhandels von Veränderungen in Angebot und Nachfrage. Es ist davon auszugehen, dass sich einige der nachfolgend skizzierten Entwicklungstendenzen unabhängig von öffentlichen Eingriffen fortsetzen, andere jedoch sind durch gezielte Stadtentwicklungspolitik beeinflussbar.

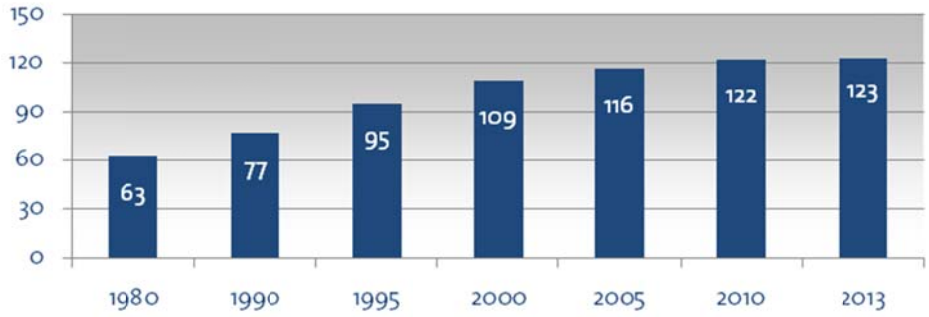
Auch wird eine Reihe handelsendogener Faktoren in Zukunft die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl beeinflussen.

2.2.1 Entwicklungen auf der Angebotsseite

Verkaufsflächenwachstum und steigende Betriebsgrößen

Seit 1970 hat sich die Verkaufsfläche des Ladenhandels in Deutschland auf aktuell ca. 122 Mio. qm nahezu verdoppelt.[4] Allerdings ist in den letzten Jahren eine nachlassende Dynamik zu erkennen.

Abbildung 1 Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel 1980 - 2013 (in Mio. qm)



Quelle: Datengrundlage HDE 2015, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Verkaufsflächenproduktivität

Das starke Verkaufsflächenwachstum führt bei einem begrenzten Marktvolumen zu einem Rückgang der Verkaufsflächenproduktivität. Die Folgen sind steigender Wettbewerb um Marktanteile, aber auch die Tendenz zur stärkeren Reduzierung der Betriebskosten (Lieferantenkonditionen, Personalkosten). Hieraus resultieren oftmals Reduzierungen von Serviceleistungen sowie die weitere Verdrängung kleinerer Betriebseinheiten, die aufgrund ungünstiger Einkaufskonditionen im Preiskampf nicht mehr mithalten können.

Discount-Orientierung

Ein Wandel der Betriebsformen und -konzepte führt zu steigendem Wettbewerbsdruck v. a. bei inhabergeführten Geschäften. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen die Discounter eine nach wie vor dominierende Marktposition ein.

Auch in anderen Branchen, z. B. Drogerie, Textilien, Schuhe oder Sportartikel verläuft die Entwicklung zugunsten der Fachmärkte und zulasten kleiner und mittelständischer Fachgeschäfte. Auf dem deutschen Elektronikmarkt werben die Filialketten Media Markt, Saturn und Pro-Markt massiv mit Niedrigpreisen und erwirtschaften mittlerweile einen Umsatzanteil von fast 40 % am Gesamtmarkt.[5]

Konzentration und Filialisierung

Im angespannten Wettbewerb um Umsatzanteile haben Preisnachlässe und Unternehmensübernahmen zu immer stärkeren Konzentrationsprozessen und einem immer höheren Filialisierungsgrad im Einzelhandel geführt.

Veränderungen der Vertriebsstrukturen

Die Vertriebsstrukturen im Einzelhandel verändern sich mit deutlichen Auswirkungen auf die bestehende Einzelhandelslandschaft und deren Entwicklung. Neue Standorte (Tankstellen, Bahnhöfe,

4 vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2014
5 KPMG 2012: Trends im Handel 2020, S. 59

Flughäfen) verschärfen seit Jahren den Wettbewerb des stationären Einzelhandels. Hersteller versuchen, die Bedeutung der Händler zu mindern und realisieren Shops in Eigenregie.

E-Commerce

Mit E-Commerce erobern virtuelle Einkaufsplätze die Gunst der Kunden. So stieg der Umsatz des Onlinehandels von ca. 1,0 Mrd. EUR im Jahre 2000 auf ca. 43,6 Mrd. EUR im Jahr 2014 und machte somit circa 10 % des Gesamtumsatzes von rund 439,7 Mrd. EUR im deutschen Einzelhandel aus. Hinzu kommt ein Umsatz von rund 7,4 Mrd. durch den klassischen Versandhandel.[6] Anfänglich waren es schwerpunktmäßig Bücher und Unterhaltungselektronik/IT, die über E-Commerce nachgefragt wurden. Die größte Warengruppe im Onlinehandel bildet inzwischen jedoch Bekleidung, gefolgt von Unterhaltungselektronik/Elektronikartikeln sowie Computern und Zubehör. Für die kommenden Jahre wird mit weiteren Zuwachsraten im Onlinehandel gerechnet.

Tabelle 2 Top Ten des deutschen Textileinzelhandels

Unternehmen	Textilumsatz 2013 in Mio. EUR	Textilumsatz 2011 in Mio. EUR	Entwickl. 2011 bis 2013 in %
Otto Group, Hamburg*	4.223	4.116	+ 2,6
H & M, Hamburg	3.600	3.290	+ 9,4
C & A, Düsseldorf	3.010	3.090	- 2,6
Metro Group, Düsseldorf*	2.376	2.263	+ 5,0
Karstadt, Essen*	1.891	1.894	- 0,2
Peek & Cloppenburg, Düsseldorf*	1.348	1.359	- 0,8
Tengelmann, Mülheim a. d. Ruhr*	1.274	1.206	+ 5,6
Lidl, Neckarsulm*	1.054	1.023	+ 3,0
Aldi Gruppe*	1.022	1.000	+ 2,2
Tchibo, Hamburg*	1.010	926	+ 9,1

* Schätzwerte
Quelle: EHI handelsdaten.de 2015, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

„Aufweichung" der Betriebstypenstruktur

Die Trends im stationären Einzelhandel waren lange Zeit durch zwei Entwicklungen geprägt: Die „Aufweichung" der bisherigen Betriebstypenstrukturen und die Vertikalisierung. Die Firma Tchibo etwa hatte sich zwischenzeitlich als Mehrbranchenanbieter positioniert, der Kaffee-Verkauf degradierte zur Nebeneinnahme. Die Lebensmitteldiscounter, insbesondere die Betreiber Aldi und Lidl, erreichen hohe Umsatzanteile und Marktbedeutung mit Aktionsware; beispielhaft hierfür ist die umsatzbezogene Betrachtung der Top-Ten-Unternehmen im Textileinzelhandel. Die Vertikalisierung steht für die Ausklammerung von Zwischenstufen des Handels (z. B. Groß-

6 EHI handelsdaten.de 2015

handel) durch Realisierung eigener Shops oder engere Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern oder Herstellern (z. B. Esprit, H & M, Ikea, Aldi), vor allem, um sich gegenüber anderen Filialisten sowie dem Fach- und Versandhandel behaupten zu können.

2.2.2 Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Verantwortlich für die Entwicklungstendenzen im Einzelhandel sind auch die Verbraucher. So hat sich auf der Nachfrageseite in den letzten Jahrzehnten ein demografischer und gesellschaftlicher Wandel vollzogen, der sich in einer Veränderung der Altersstrukturen, der Tendenz zu kleineren Haushalten sowie einer gesteigerten Mobilität niederschlägt. Zudem ist zu berücksichtigten, dass die Bevölkerungszahl – mit erheblichen regionalen Unterschieden – in den kommenden Jahren in der Tendenz weiterhin sinken wird.

Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden

Die immer stärkere Preis- und Pkw-Orientierung der Kunden hat die Entwicklung der heutigen Strukturen im Einzelhandel unterstützt, das sogenannte Smart Shopping[7] die traditionelle Kundenbindung an ein Unternehmen abgelöst – mit der Folge, dass Preis- sowie Rabattierungsaktionen weiter zunehmen.

Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben

In Verbindung mit wachsenden Ausgaben in anderen Bereichen (z. B. Energie) und zunehmender Preisorientierung der Verbraucher sinkt der Ausgabenanteil der Kunden für den Einzelhandel seit Jahren. Lag der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben im Jahr 1995 noch bei über 35 %, wurde im Jahr 2013 nur noch ein Anteil von ca. 28 % erreicht.[8] Insgesamt wird die Einzelhandelskaufkraft in den nächsten Jahren voraussichtlich nur in geringem Maße ansteigen.

Einkaufsverhalten

Die Kunden verlangen aber trotz Umsatzrückgängen eine möglichst große Vielfalt. Dazu fordern die Tendenz zu mehr Ein- und Zweipersonenhaushalten sowie der demografische Wandel eine größere Diversifizierung im Hinblick auf Sortiments- und Angebotsstrukturen. Alle Waren eines Bedarfsbereichs sollen zudem nach Möglichkeit an einem Einkaufsstandort verfügbar sein (One-Stop-Shopping), damit möglichst wenig Zeit für die Versorgung bzw. möglichst viel Zeit für die Freizeitgestaltung verwendet werden kann. Eine größere Entfernung zum Einkaufsort wird vom mobilen Teil der Bevölkerung in Kauf genommen. „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“ werden immer stärker getrennt.

---

7 Smart Shopper: Die Kaufentscheidung orientiert sich ausschließlich an Preisgünstigkeit und Preiswürdigkeit; die Folgen im Kundenverhalten sind eine intensive Informationssuche vor dem Kauf, Vorratskäufe bei Angeboten, Internet-Shopping, Nutzung von Coupons und Kundenkarten

8 Quelle: Statistisches Bundesamt, HDE-Berechnungen 2014 (Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken)

Insgesamt geht mit der Steigerung der Mobilität und einer immer bedeutsamer werdenden Erlebniskomponente des Einkaufens eine sinkende Standort- und Betriebstreue der Verbraucher einher, was den Wettbewerb um den Kunden intensiviert. Auch hat das veränderte Kundenverhalten zu einer Neubewertung von Standortfaktoren und -qualitäten sowie der Entwicklung neuer Betriebstypen und Vertriebssysteme durch die Einzelhandelsunternehmen geführt.

2.2.3 Auswirkungen auf die Stadtentwicklung

Aus der Vernetzung der Entwicklungen auf Angebots- und Nachfrageseite resultieren zum Teil erhebliche Auswirkungen auf die Stadtentwicklung.

Funktionsverluste in den Stadtzentren

Durch die Konzentration auf periphere Pkw-orientierte Einkaufsorte haben viele gewachsene Zentren in der Vergangenheit an Bedeutung verloren. Die erfolgte Ausweitung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an nicht integrierten Standorten hat wichtige Magnetbetriebe und Kaufkraft aus den Zentren abgezogen. In den Innenstädten haben die Warenhäuser und der Fachhandel als Leitbetriebe an Bedeutung eingebüßt. Die anhaltende Tendenz zu einer weiteren Filialisierung des innerstädtischen Einzelhandels birgt hingegen die Gefahr der Bildung „uniformer“ und somit austauschbarer Einzelhandelslagen.

Allerdings ist hinsichtlich der Shopping-Center festzuhalten, dass in den letzten Jahren eine Trendwende eingesetzt hat: Während Einkaufszentren seit den 60er-Jahren vorzugsweise außerhalb bestehender Versorgungsstrukturen auf der „grünen Wiese“ angesiedelt wurden, werden in jüngerer Zeit neue Einkaufszentren zum überwiegenden Teil innerhalb von Innenstädten bzw. von Stadt- oder Ortsteilzentren in Ober- und Mittelzentren realisiert.

Flächenansprüche

Die Forderung von Handelsunternehmen nach größeren Ladeneinheiten ist in vielen Zentren schwierig zu erfüllen. Vielfach fehlen notwendige Entwicklungsflächen für neue Handelsimmobilien oder Erweiterungen bestehender Betriebe; Zuschnitte bestehender Ladeneinheiten entsprechen vielerorts nicht mehr den aktuellen Ansprüchen. Die eigentümerübergreifende Vergrößerung bestehender Ladeneinheiten stellt eine besondere Herausforderung dar, die u. a. durch Immobilien- und Standortgemeinschaften gelöst werden kann.

Nahversorgung

Leistungsfähige Lebensmittelanbieter fragen meistens Standorte mit mindestens 800 qm Verkaufsfläche nach. Daher muss davon ausgegangen werden, dass in kleineren Zentren fehlende Entwicklungsflächen die Funktionsfähigkeit des gesamten Zentrums gefährden können und somit in Zukunft viele Lebensmittelbetriebe ohne Erweiterungsmöglichkeiten aufgegeben werden. Der Verlust des Lebensmittelmagnetbetriebs setzt i. d. R. einen Trading-down-

Prozess in Gang, in dessen Verlauf weitere Geschäfte aufgrund fehlender Laufkundschaft schließen müssen und sich auch andere Infrastruktureinrichtungen, z. B. Poststellen oder Bankfilialen, aus den (ehemaligen) Versorgungsschwerpunkten zurückziehen.

Infrastrukturkosten

Das Verkaufsflächenwachstum an nicht integrierten Standorten führt zu erhöhten Aufwendungen für die Bereitstellung der dort monofunktional genutzten Infrastruktur, auch belastet der Flächenverbrauch für großflächige, oft eingeschossige Verkaufsräume an peripheren Standorten mit großzügigen Stellplatzanlagen die Umwelt. Zudem verursacht das Ausbleiben von Einzelhandelsinvestitionen in den Zentren vermehrt kompensatorische öffentlich finanzierte Revitalisierungs- und Entwicklungsmaßnahmen.

Individualverkehr

Die aus steigenden Betriebsdimensionen resultierenden größeren Einzugsbereiche der Betriebe fördern den Anstieg des Individualverkehrs. Folglich gestalten sich die Realisierung einer städtischen Funktionsmischung von Wohnen und Versorgung und die damit verbundene Möglichkeit zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens zunehmend schwieriger. Die schwindende Attraktivität von Zentren kann darüber hinaus zur Vernachlässigung von Investitionen in den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) führen.

Gewerbe- und Industriegebiete

In Gewerbe- und Industriegebieten stellen an Hauptverkehrsstraßen liegende Entwicklungsflächen aufgrund ihrer guten Pkw-Erreichbarkeit für viele Einzelhandelsunternehmen attraktive Alternativstandorte zu Stadt- und Ortszentren dar. Einzelhandelsunternehmen sind im Vergleich zu anderen Gewerbezweigen zudem in der Lage, höhere Bodenrenten zu zahlen, was zur Verdrängung vorhandener Gewerbe führen kann.

Diese übergeordneten Entwicklungen nehmen auch auf das Einzelhandelsgefüge der Stadt Werdohl Einfluss, wodurch Versorgungsschwerpunkte in ihrer Qualität und Existenz beeinträchtigt werden können. Eine gesamtstädtische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist notwendig, um die dadurch verursachten städtebaulichen, wirtschaftlichen und ökologischen Folgewirkungen verträglich zu halten und dem Bedeutungsverlust gewachsener Zentren entgegenzuwirken.

2.3 Untersuchungsrelevante Rahmenbedingungen am Standort Werdohl

2.3.1 Lage im Raum und regionalplanerische Einstufung

Lage und Wettbewerbssituation

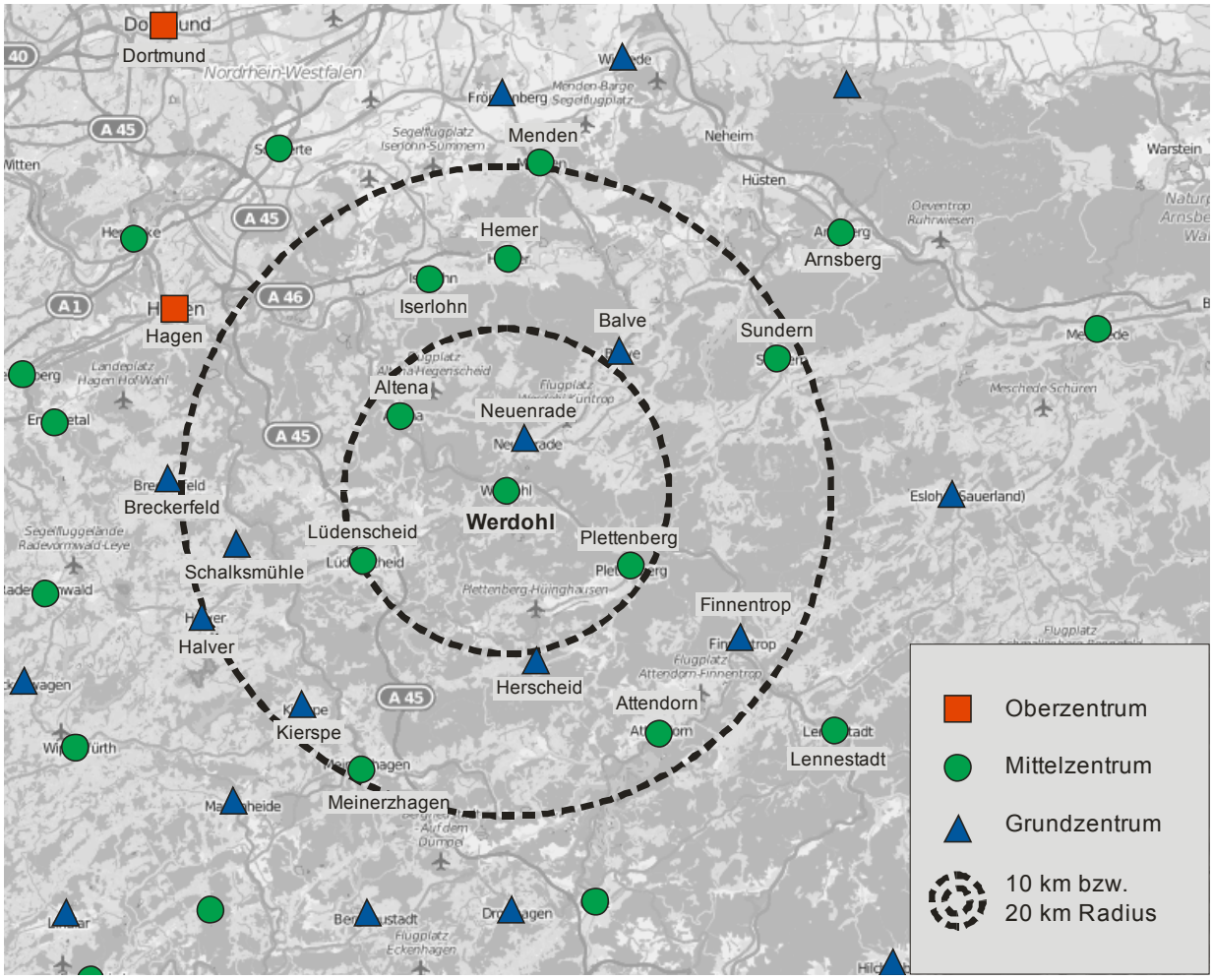
Die Stadt Werdohl ist im überarbeiteten Entwurf des Landesentwicklungsplans NRW mit Stand vom 23.06.2015 als Mittelzentrum eingestuft und nach der Gemeindereferenz des Bundesamts für Bauwesen und Raumordnung dem Gemeindetyp „Größere Kleinstadt“ zugeordnet. Die Stadt befindet sich im Osten des Sauerlands

im Regierungsbezirk Arnsberg. Sie ist dem Märkischen Kreis zugehörig und somit Bestandteil der Region Südwestfalen, die deutschlandweit zu den Top 3- Industrieregionen gehört.

Geografisch liegt die Stadt Werdohl in den Tälern der Lenne und der Verse. Das Stadtzentrum, welches eine Fläche von rund 33 qkm aufweist, bettet sich an das Ufer der Lenne und ist umgeben von steil ansteigenden Hanglagen.

Im Umfeld der Stadt Werdohl konzentriert sich eine Vielzahl von Städten und Gemeinden mit der landesplanerischen Einstufung als Mittelzentrum, wie zum Beispiel Lüdenscheid, Altena, Iserlohn, Plettenberg oder Attendorn. Hieraus resultieren für den Einzelhandelsstandort Werdohl intensive Wettbewerbsbeziehungen wie auch zu den beiden nächstgelegenen Oberzentren Hagen und Dortmund.

Abbildung 2 Lage der Stadt Werdohl im Raum und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Kartengrundlage:openstreetmap.org; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Die Verkehrsanbindung der Stadt Werdohl wird in erster Linie über die Bundesstraßen B 236 und B 229 sichergestellt, die sich innerhalb der Gemarkung kreuzen. Die nächstgelegene Anschlussstelle an die Autobahn ist in der westlichen Nachbarstadt Lüdenscheid zu erreichen. Auch im Bereich des Schienenverkehrs ist Werdohl in regionale Verbindungen integriert; über die Linien RE 16 in Richtung Siegen und Essen sowie RB 91 in Richtung Hagen und Siegen. Der nächste EC-, IC- und ICE-Haltepunkt befindet sich in Hagen. Der internationale Flughafen Dortmund liegt ca. 45 Autominuten entfernt.

2.3.2 Bevölkerungsentwicklung und Siedlungsstruktur

Sowohl für die aktuelle Einzelhandelssituation, als auch für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet Werdohl ist die Betrachtung der Bevölkerungsverteilung, der Bevölkerungsstruktur und der zukünftigen Bevölkerungs- und Siedlungsentwicklung von Bedeutung.

Bevölkerungsstand und Siedlungsstruktur

Werdohl gliedert sich in insgesamt 8 Ortsteile mit ca. 18.523 Einwohnern im Jahr 2015. Den größten Einwohneranteil trägt der Ortsteil Werdohl Stadt mit rd. 6.370 Einwohnern. Der zweitgrößte Ortsteil ist Königsburg mit rd. 3.030 Einwohnern. Die einwohnerschwächsten Ortsteile Werdohls sind Kettling und Bärenstein mit ca. 100 bis 600 Einwohnern.

Tabelle 3 Einwohnerzahlen in Werdohl nach Ortsteilen

Ortsteil	Einwohnerzahl
Werdohl	6.366
Bärenstein	607
(ehemals Elverlingsen*)	108
Eveking	1.571
Kettling	461
Kleinhammer	1.488
Königsburg	3.031
Pungelscheid	2.814
Ütterlingsen	2.077
Summe	18.523*

Anm: Bei der Berichtslegung bzw. im Rahmen der Berechnungen wurden noch 108 Einwohner innerhalb des Ortsteils Elverlingsen für die Einwohnerschaft von 18.525 Einwohnern in Werdohl berücksichtigt. Mittlerweile ist der ehemalige Ortsteil leergezogen.

Quelle: Stadt Werdohl, Stand 05/2015, Darstellung - und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Durch die Einwohnerverteilung und die topografischen Rahmenbedingungen können bereits Rückschlüsse auf eine disperse Sied-

lungsstruktur gezogen werden. Damit sind oftmals Schwierigkeiten in Bezug auf einzelhandelsrelevante Themen wie flächendeckende wohnungsnahe Grundversorgung oder die Vermeidung motorisierten Verkehrs verbunden.

Entlang der Lenne stellt sich Werdohl siedlungsstrukturell als verdichteter Raum mit teilweise getrennten Siedlungsschwerpunkten dar. Die Wohngebiete verteilen sich überwiegend auf die Hanglagen oberhalb der Lenne. Im Tal befinden sich hingegen das städtische Zentrum sowie Gewerbe- und Industrielagen, die den ansässigen Unternehmen durch die Uferlage in der Vergangenheit Produktions- und Logistikvorteile geboten haben. Die Ortsteile im südlichen Stadtgebiet weisen untereinander zumeist Entfernungen von mehreren Kilometern auf und besitzen ländlichen Charakter.

Einwohnerentwicklung und Bevölkerungsprognose

Für den Zeitraum von 2005 bis 2015 ist für die Stadt Werdohl eine negative Einwohnerentwicklung von rd. 8 % festzustellen (- 8,2 %). Im Jahr 2011 hat das Landesamt für Statistik Nordrhein-Westfalen eine Bevölkerungsprognose für die Gemeindeentwicklung Werdohls veröffentlicht. Bis zum Jahre 2030 wird ein Bevölkerungsrückgang auf rund 14.800 Einwohner, ca. 21 % prognostiziert.[9] Tatsächlich wurde die Bevölkerungsentwicklung in der Vergangenheit jedoch negativer prognostiziert als real eingetreten. Die Verwaltung der Stadt Werdohl berücksichtigt deshalb auch weiterhin eine Prognose des Landesamts, die auf eine Berechnung aus dem Jahr 2008 beruht und bis 2030 eine Bevölkerungszahl von 15.440 erwartet. Dies entspräche einem Rückgang von rund 16,6 %. In den Berechnungen zum absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen der Stadt Werdohl wird dies durch den Ansatz eines Korridors unter Bezugnahme auf beide Prognosen abgebildet.

2.3.3 Wirtschaftsstruktur und Arbeitsplätze

Die Zahl der versicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt Werdohl ist in den letzten 15 bis 20 Jahren rückläufig. Nach Berechnungen des Landesamtes für Statistik wurden im Jahr 1998 7.489, im Jahr 2008 6.631 und im Jahr 2013 6.533 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert. Dies entspricht einem Rückgang von rund 13 %. Dieser Rückgang ist in erster Linie mit der im gleichen Zeitraum abnehmenden Bevölkerungszahl zu erklären.

Differenziert nach Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den verschiedenen Wirtschaftszweigen wird für die Stadt Werdohl eine besonders dominante Ausprägung des Produzierenden Gewerbes deutlich. Rund 64 % der Beschäftigten war im Jahr 2013 in diesem Wirtschaftszweig tätig. Die Vergleichszahlen im Kreis (ca. 53 %), im

9 Statistisches Landesamt Nordrhein Westfalen; Daten Bevölkerungsfortschreibung seit 1987, Stand 31. Dezember 2005; Daten Bevölkerungsvorausberechnung, Stand: 31. Dezember 2011

Regierungsbezirk (ca. 35 %) und im Land (ca. 29 %) liegen deutlich unter dem Wert der Stadt Werdohl.

Des Weiteren wurden rund 14 % der Beschäftigten in der Stadt Werdohl im Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei registriert und weitere etwa 22 % waren in Sonstigen Dienstleistungen tätig.

Die größten Unternehmen und Arbeitgeber der Stadt Werdohl sind im weitesten Sinne der Metallverarbeitung zuzuordnen, wie zum Beispiel die frühere ThyssenKrupp-Tochter VDM Metals GmbH, die UNIWHEELS Production (Germany) GmbH (früher ATS Stahlschmidt Maiworm GmbH), die Kracht GmbH und die Vossloh AG.

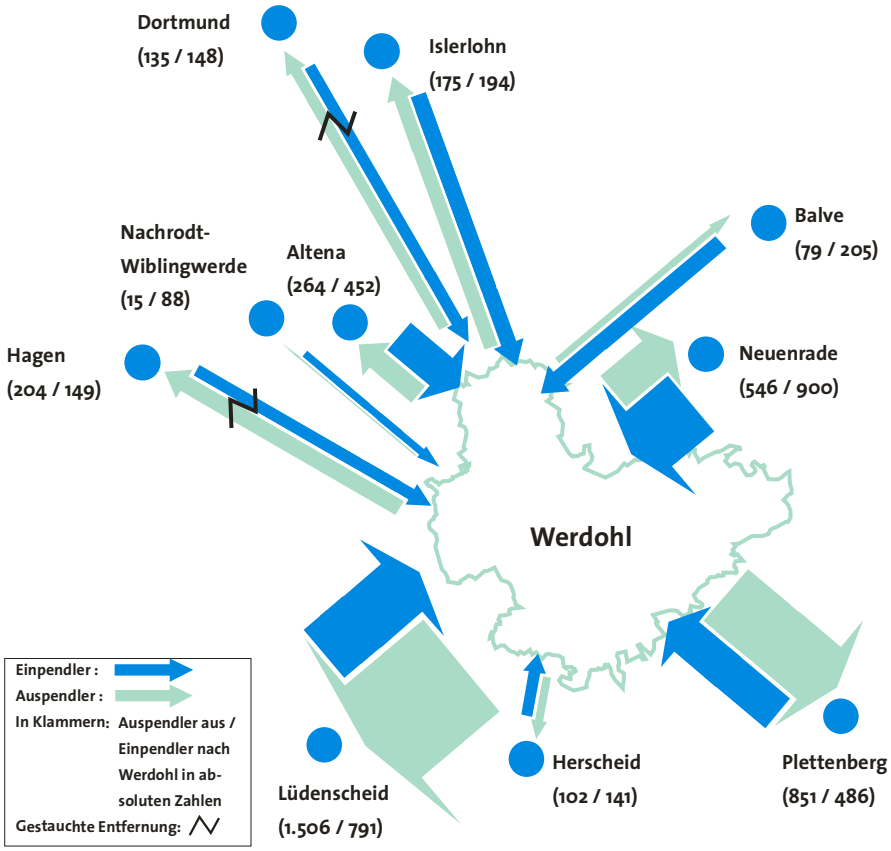
Pendlerverflechtung

Die Stadt Werdohl weist in Bezug auf den Arbeitsmarkt enge Verflechtungen mit den Nachbarkommunen auf, die durch die Pendlerbewegungen dokumentiert werden. Aus Sicht des Einzelhandels sind Pendlerbewegungen deshalb von hoher Bedeutung, weil viele Arbeitnehmer ihren Weg zur Arbeitsstätte für den Einkauf nutzen. Das heißt sowohl Kaufkraftzuflüsse als auch -abflüsse stehen in einem engen Kontext mit den Pendlerbewegungen. Mit insgesamt ca. 4.585 Einpendlern und ca. 4.746 Auspendlern ist der Saldo negativ, fällt aber in den Pendlerbeziehungen zu den einzelnen Nachbarkommunen unterschiedlich aus[10]. So haben deutlich mehr Werdohler Beschäftigte ihren Arbeitsplatz in der Stadt Lüdenscheid oder der Gemeinde Plettenberg als umgekehrt, während aber zu einigen anderen, insbesondere kleinen Umlandkommunen positive Pendlerbilanzen bestehen[11].

10 Pendlerdaten Landesamt für Statistik Nordrhein-Westfalen, Stand: 30. Juni 2013

11 Im Kommunalprofil der Stadt Werdohl aus dem Jahre 2014 wird ein positiver Pendlersaldo von + 142 Pendlern verzeichnet, die Werte weichen demnach von denen im Einzelhandelskonzept Werdohl vorgestellten Pendlerverflechtungswerten ab: Ursächlich hierfür sind die detaillierten Pendlerströme, die bislang nur für das Jahr 2013 vorliegen.

Abbildung 3 Aktuelle Pendlerverflechtungen (ausgewählte Städte und Gemeinden)



Anm.: Angaben in absoluten Zahlen
Quelle: Daten Landesamt für Statistik Nordrhein-Westfalen, 30. Juni 2013; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

3 Einzelhandelsstandort Werdohl

3.1 Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit

3.1.1 Einzelhandel nach Angebotsschwerpunkt

Einzelhandelsbestand der Stadt Werdohl

Im Werdohler Stadtgebiet wurden im November/Dezember 2014 insgesamt 90 Betriebe des Ladeneinzelhandels und -handwerks mit einer Verkaufsfläche von ca. 17.620 qm erhoben. Auf Grundlage dieser Verkaufsfläche wurde für das Geschäftsjahr 2014 ein Bruttoumsatz von ca. 62,2 Mio. EUR generiert.

Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt

In der folgenden Abbildung bzw. Tabelle „Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt“ ist die Einzelhandelsausstattung nach dem Umsatzschwerpunkt der Betriebe dargestellt. Somit werden hier die Betriebe, die unterschiedliche Warengruppen führen (z. B. SB-Warenhäuser), ihrem Umsatzschwerpunkt zugeordnet.

Umsatzeinschätzung

Die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe wurde gutachterlicherseits auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern (z. B. Flächenproduktivität) eingeschätzt, wobei sekundärstatistische Daten und unternehmenseigene Erfahrungswerte zugrunde gelegt wurden.

Einzelhandelsausstattung nach Warengruppen

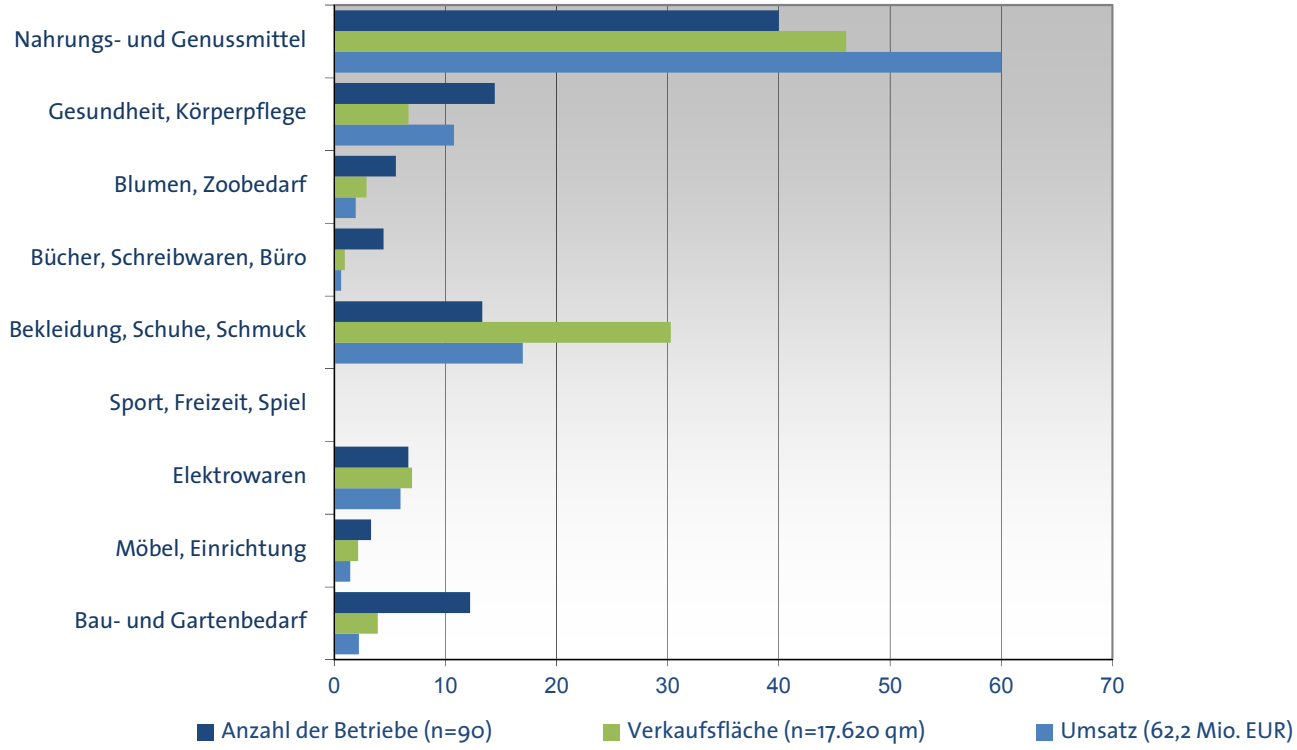
Für die Einzelhandelsausstattung nach Bedarfssparten und Warengruppen sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

Nahrungs- und Genussmittel

- Im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden von 36 Betrieben (= ca. 40 % der im Stadtgebiet ansässigen Betriebe) auf rund 46 % der Gesamtverkaufsfläche (ca. 8.115 qm) knapp 60 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes (ca. 37,3 Mio. EUR) der Stadt Werdohl generiert. Der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ kommt damit die mit Abstand größte Einzelhandelsbedeutung innerhalb des Stadtgebiets zu Die Betriebsstruktur wird von zwei Lebensmittel-Vollsortimentern (einer oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit) und vier Lebensmitteldiscountern (zwei großflächige) geprägt. Ergänzt werden die Lebensmittel-SB-Betriebe durch drei Getränkemärkte, regional-spezialisierte Lebensmittelgeschäfte sowie einige Metzgereien und Bäckereien.

Abbildung 4 Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt (in %)



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Erhebung November/ Dezember 2015

Gesundheit und Körperpflege

- Der Sparte „Gesundheit und Körperpflege“ sind rund 14 % der Betriebe (13 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 7 % (ca. 1.180 qm) und einem Umsatzanteil von rund 11 % (ca. 6,7 Mio. EUR) zuzuordnen. Neben einem Drogeriefachmarkt, wird das Angebot durch ein Orthopädie-Fachgeschäft sowie eine Reihe von Apotheken, Optikern und Hörgeräte-Akustikern gebildet. Grundsätzlich, so auch in Werdohl, hat sich die Betriebs- und Flächenstruktur der Branche in den vergangenen Jahren verändert. Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker und der unternehmenszugehörigen Kette Ihr Platz schlossen eine Vielzahl von Drogeriemärkten. Nur die größeren und rentablen Standorte sind anschließend von Wettbewerbern (in erster Linie DM und Rossmann) übernommen worden. Die Branche „Gesundheit und Körperpflege“ erreicht im Branchenvergleich die höchste Flächenproduktivität (Umsatz/ qm Verkaufsfläche) in Werdohl.

Tabelle 4 Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl nach Angebotsschwerpunkt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	36	40,0	8.115	46,1	37,3	60,0
Gesundheit, Körperpflege	13	14,4	1.180	6,7	6,7	10,8
Blumen, Zoobedarf	5	5,6	515	2,9	1,2	1,9
Bücher, Schreibwaren, Büro	4	4,4	170	1,0	0,4	0,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	12	13,3	5.335	30,3	10,6	17,0
Sport, Freizeit, Spiel	-	-	-	-	-	-
Elektrowaren	6	6,7	1.235	7,0	3,7	5,9
Möbel, Einrichtung	3	3,3	380	2,2	0,9	1,4
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	11	12,2	690	3,9	1,4	2,3
Summe	90	100,0	17.620	100,0	62,2	100,0

Anm.: Verkaufsflächen auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

- Für den Bereich „Blumen und Zoobedarf“ ist bei Anteilen von rund 6 % der Betriebe, rund 3 % der Verkaufsfläche und rund 2 % des gesamtstädtischen Umsatzes vorwiegend auf kleinstrukturierte Blumen-Fachgeschäfte hinzuweisen. Ein Zoofachmarkt ist derzeit nicht in Werdohl ansässig. *Blumen, Zoobedarf*

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- Auch die Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro ist im Vergleich eine der schwächer ausgeprägten Warengruppen des Werdohler Einzelhandels. Vier Betriebe (ca. 4 %) generieren auf ca. 170 qm Verkaufsfläche (ca. 1 %) einen Umsatzanteil von ca. 1 % (ca. 0,4 Mio. EUR). Die Warengruppe wird durch einen kleinteiligen Betriebsbesatz geprägt. *Bücher, Schreibwaren, Büro*
- Die Warengruppe „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“ (inkl. Sportbekleidung, Sportschuhe) hingegen bildet hinsichtlich der Verkaufsfläche (5.335 qm = ca. 30 %) nach der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ die zweitgrößte Warengruppe der Stadt Werdohl. Die Fläche verteilt sich auf 12 Betriebe, davon ein großflächiges Kaufhaus, zwei Bekleidungsfachmärkte (einer davon großflächig), ein Sportgeschäft zwei Schuhgeschäfte sowie sechs kleinere Fachgeschäfte. In diesen Geschäften wurden im vergangenen Jahr rund 10,6 Mio. EUR umgesetzt (ca. 17 %). *Bekleidung, Schuhe, Schmuck*
- Der Bereich „Sport, Freizeit, Spiel“ wird in der Stadt Werdohl nicht durch Einzelhandelsbetriebe repräsentiert. *Sport, Freizeit, Spiel*

Überwiegend langfristiger Bedarf

- Ein Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe „Elektrowaren“ ist für 6 Betriebe (ca. 7 %) festzustellen. Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 1.235 qm (ca. 7 %) generieren die Betriebe rund 6 % des gesamtstädtischen branchenbezogenen Umsatzes (ca. 3,7 Mio. EUR). Der größte Betrieb ist eine Lampen-/ Leuchtenfachgeschäft, gefolgt von einem kleinerer Elektronikfachmarkt sowie vier Fachgeschäften. In Bezug auf die Leistungsfähigkeit belegt die Warengruppe den dritten Rang.

Elektrowaren

- Die ebenfalls dem langfristigen Angebot zugehörige Warengruppe „Möbel, Einrichtung“ wird nur durch drei Betriebe in Werdohl vertreten (ca. 3 %). Diese erzielen auf etwa 2 % der städtischen Verkaufsfläche (ca. 380 qm) einen Umsatzanteil von rund 1 % (ca. 0,9 Mio. EUR).

Möbel, Einrichtung

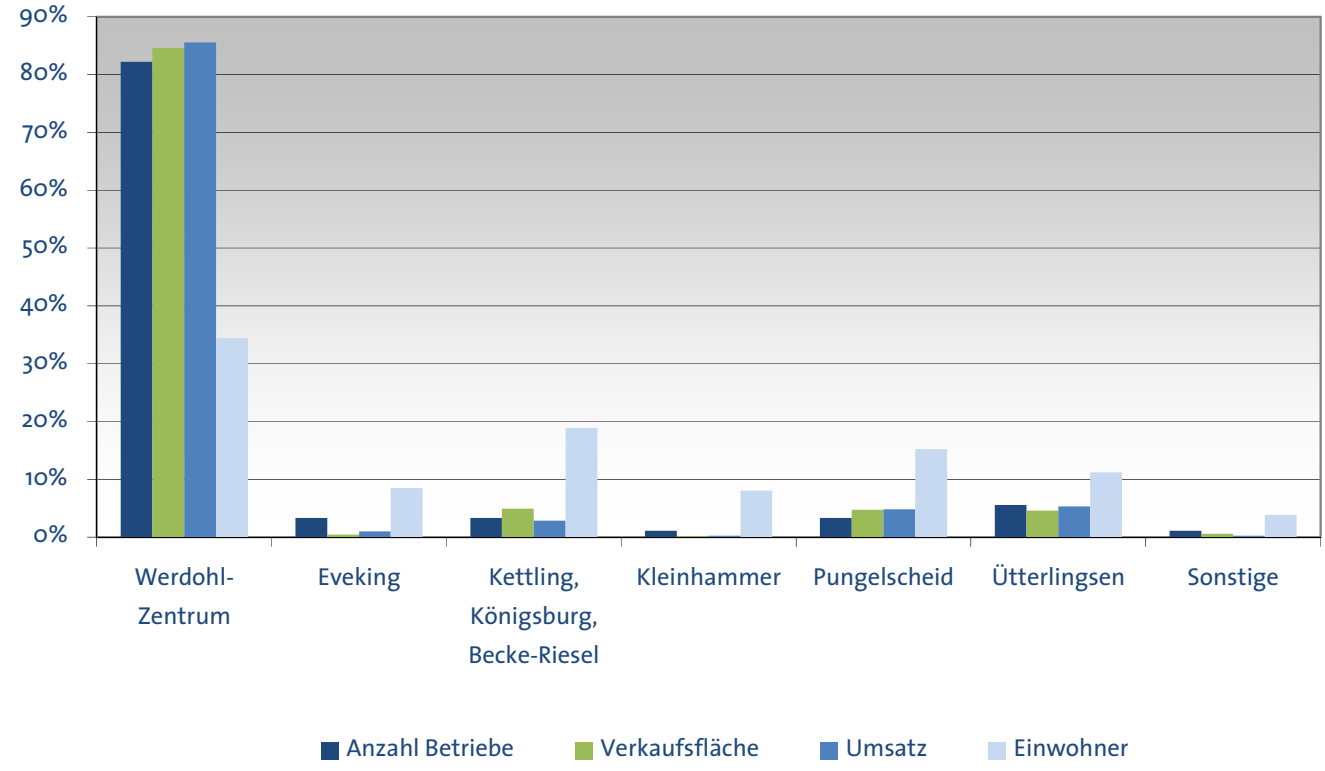
- Auf die Warengruppe „Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör“ entfallen rund 12 % der Betriebe, rund 4% der Verkaufsfläche (ca. 690 qm) und etwa. 2 % des Umsatzes. Die Betriebsstruktur wird in erster Linie durch kleine Händler mit KFZ-Zubehör geprägt, ergänzt durch den Verkaufsbereich einer Gärtnerei. Im Vergleich werden in Werdohl durch diese Warengruppe die niedrigsten Flächenproduktivitäten erreicht.

Bau-, Gartenbedarf und Autozubehör

3.1.2 Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet

In Bezug auf die im Kapitel 2.3 dargestellten Ortsteile der Stadt Werdohl zeigt die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe eine starke Konzentration auf den Kernsiedlungsbereichs Werdohls mit den Ortsteilen Werdohl, Ütterlingsen und Kettling. Hier befinden sich mit dem Stadtzentrum östlich der Lenne, dem Bahnhofsviertel sowie dem gewerblich geprägten Kettling die leistungsstärksten Einzelhandelsstandorte der Stadt. Diesem Teilraum sind rd. 90 % der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze des Einzelhandels zuzuordnen.

Abbildung 5 Verteilung des Einzelhandels in Werdohl nach Ortsteilen



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Datengrundlage: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH November/Dezember 2014 (Ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Rund 80 bis 85 % der Werdohler Einzelhandelsbetriebe, -verkaufsflächen und -umsätze sind im Kernort der Stadt Werdohl zu verorten.

Die übrigen Ortsteile sind weitestgehend als ländlich geprägte Wohngebiete im Werdohler Süden einzustufen. Sie weisen in Bezug auf die Anzahl der Betriebe, die Verkaufsflächen und Umsätze jeweils Anteile zwischen ca. 1 und ca. 6 % der gesamtstädtischen Ausstattung auf.

Im Vergleich mit der jeweiligen Einwohnerzahl der Ortsteile dokumentiert das überproportionale Einzelhandelsangebot des Kernbereichs, dass ihm die bedeutendste Versorgungsfunktion in der Gemeinde zukommt.

3.1.3 Struktur und Verteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

großflächige Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Nach der aktuellen Rechtsprechung ist bei einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebs auszugehen. Sie können je nach sortimentsbezogener Ausrichtung und Standortlage wichtige Magnetfunktionen für den

kleinstrukturierten Facheinzelhandel in ihrem Standortumfeld übernehmen.

Bedeutung großflächiger Betriebe in Werdohl

Der großflächige Einzelhandel in Werdohl nimmt im Rahmen der gesamtstädtischen Handelsstruktur eine wichtige Stellung ein. Auf den großflächigen Einzelhandel in Werdohl entfallen zwar nur rund 5 % der Betriebe (= 5 Betriebe), der Verkaufsflächenanteil von rund 47 % (= ca. 8.290 qm) und der Umsatzanteil von ca. 49 % (= ca. 29,2 Mio. EUR) dokumentieren eine zwar hohe, jedoch nicht dominante Bedeutung.

Struktur des großflächigen Einzelhandels

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich auf folgende Betriebstypen:

- 1 Kaufhaus
- 1 Verbrauchermarkt
- 2 Lebensmittel-Discounter
- 1 Textilfachmarkt

Sortimentsstruktur

Im Hinblick auf die Sortimentsstruktur der großflächigen Einzelhandelsbetriebe der Stadt Werdohl ist festzuhalten, dass von den oben genannten Betrieben 3 in ihren Kernsortimenten überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente und 2 überwiegend zentrenrelevante Sortimente anbieten.[12]

[12] Einordnung der Sortimentsstruktur der großflächigen Betriebe gem. Werdohler Sortimentsliste“, vgl. Kapitel 5.3

3.1.4 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl

bereinigte Einzelhandelsausstattung

Im Folgenden werden die Verkaufsflächen und Umsätze auf der Ebene der Warengruppen betrachtet. Hierbei werden die bereinigten Verkaufsflächen bzw. Umsätze aufgezeigt. So wird beispielsweise der bei Lebensmittel-SB-Märkten (z. B. SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Supermärkte) erwirtschaftete Umsatz mit Konsumgütern (z. B. Drogeriewaren) den jeweiligen Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 5 Bereinigte Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl

	Verkaufsfläche		Umsatz	
Warengruppe	**in qm**	**in %**	**in Mio. EUR**	**in %**
Nahrungs- und Genussmittel	7.390	42,0	31,3	50,2
Gesundheit, Körperpflege	1.360	7,7	9,3	14,9
Blumen, Zoobedarf	565	3,2	1,4	2,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	415	2,4	1,6	2,6
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	4.305	24,4	9,2	14,8
Sport, Freizeit, Spiel	220	1,2	0,6	1,0
Elektrowaren	1.385	7,9	4,4	7,1
Möbel, Einrichtung	1.175	6,7	2,8	4,5
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	805	4,6	1,7	2,7
Summe	17.620	100	62,2	100

Anm.: Ergebnisse auf 5 qm gerundet

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, eigene Erhebung Frühjahr 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

bereinigte Verkaufsflächenausstattung und Umsätze

Im Hinblick auf die bereinigte Verkaufsflächenausstattung und die bereinigten Umsätze der Stadt Werdohl ist festzuhalten, dass die Anteile der einzelnen Warengruppen sich im Vergleich zur Einzelhandelsausstattung nach Angebotsschwerpunkt im Saldo teilweise deutlich verändern. So liegt die bereinigte Verkaufsfläche der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ rund 715 qm unter dem Wert der Verkaufsfläche differenziert nach Angebotsschwerpunkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die in dieser Gruppe enthaltenen strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhäuser und Lebensmittel-SB-Märkte) neben Nahrungs- und Genussmitteln auch einen größeren Anteil an Nonfood-Sortimenten in ihrem Angebot aufweisen. Dieser Anteil wird bei der Darstellung der bereinigten Einzelhandelsausstattung den entsprechenden Warengruppen zugeordnet. Insbesondere die Warengruppe „Möbel, Einrichtung“ „profitiert“ von dieser Aufteilung und dokumentiert die Marktbedeutung fachfremder Anbieter. Auch in den übrigen Warengruppen, mit Ausnahmen von „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“, ergeben sich im Saldo leicht höhere Verkaufsflächenzahlen. Zudem belegt die Auf-

stellung, dass die Warengruppe „Sport, Freizeit, Spiel“ zwar nicht durch Fachanbieter vertreten ist, wohl aber als Randsortiment geführt wird. Einhergehend mit den Veränderungen der Verkaufsfläche sind auch die Abweichungen der bereinigten Umsätze zu betrachten.

3.1.5 Einzugsbereich und Kaufkraft

Definition: Einzugsbereich

Als einzelhandelsrelevanter Einzugsbereich wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Konsumenten überwiegend zum Einkauf nach Werdohl orientieren. Seine Abgrenzung erfolgt unter Berücksichtigung folgender Erhebungen bzw. Bewertung folgender Rahmenbedingungen:

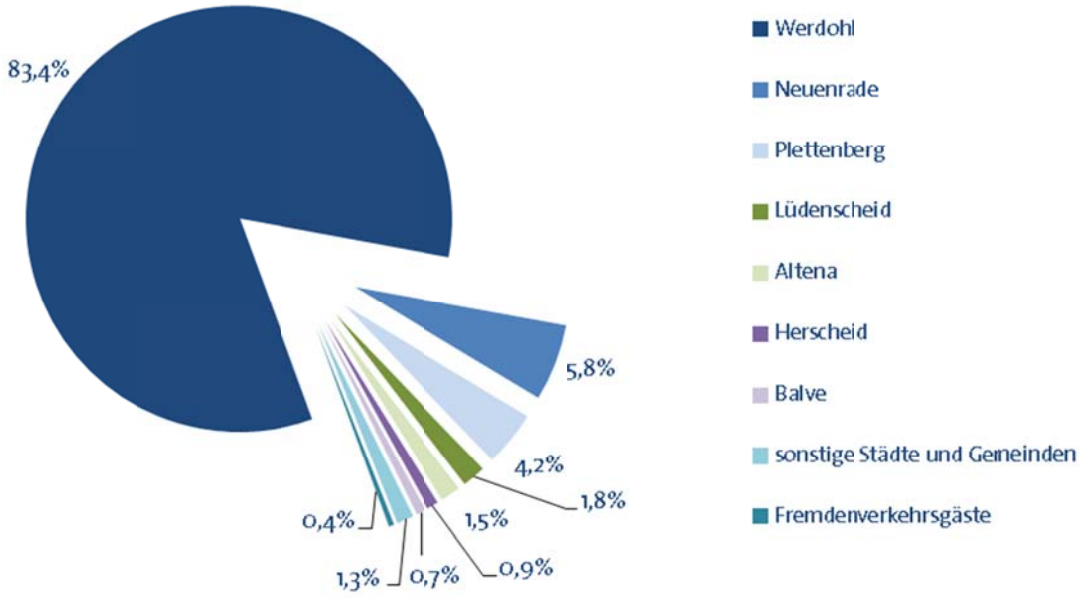
- Ergebnisse der Kundenwohnorterhebung durch die Werdohler Einzelhändler im November 2014
- Bewertung der verkehrsinfrastrukturellen Situation
- Bewertung der spezifischen topografischen, siedlungsstrukturellen und gemeinderäumlichen Gegebenheiten
- Bewertung der derzeitigen und zukünftigen lokalen und regionalen Wettbewerbssituation
- Bewertung der Pendlerbewegungen (Ein- und Auspendler).

Bei der im November 2014 durch die Werdohler Einzelhändler durchgeführten Kundenwohnorterhebung wurden in 29 Betrieben die Wohnorte von 59.449 Kunden erfasst, um eine realistische Einschätzung der übergemeindlichen Verflechtungen aufzeigen zu können. Insgesamt stammen rund 83 % der erfassten Kunden aus der Gemeinde Werdohl. Auf andere Städte und Gemeinden entfällt entsprechend ein Kundenanteil von ca. 17 %.

übergemeindliche Verflechtungsintensität

Die stärksten ortsfremden Kundenanteile werden mit 6 bzw. ca. 4 % aus den Städten Neuenrade und Plettenberg generiert.

Abbildung 6 Wohnorte der Werdohler Einzelhandelskunden (in %)



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Kundenwohnorterhebung Mai 2015

Anhand des Kundenanteils an der Gesamtkundenzahl sowie des Kundenanteils an der Einwohnerzahl der Herkunftsgemeinde ist die Intensität der übergemeindlichen Verflechtungen mit benachbarten Städten und Gemeinden zu bewerten. Diese übergemeindliche Verflechtungsintensität ist in Werdohl je nach Wettbewerbsstandort unterschiedlich stark ausgeprägt. Hervorzuheben ist die hohe Verflechtungsintensität mit dem Grundzentrum Neuenrade. In Anbetracht der ebenfalls mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Plettenberg und einem größeren Bevölkerungspotenzial ist auch die Quote von 9,7 % Verflechtungsintensität als überdurchschnittlich hervorzuheben.

Tabelle 6 Wohnorte der Werdohler Einzelhandelskunden

Wohnort der Kunden	Anzahl der Einwohner	Anzahl der Kunden	Kunden in % der Gesamt-kundenzahl	Kunden in % der Einwohner
Werdohl	18.523	49.610	83,4	267,8
Altena	17.595	896	1,5	5,1
Balve	11.476	428	0,7	3,7
Neuenrade	12.017	3.445	5,8	28,7
Plettenberg	25.684	2.485	4,2	9,7
Herscheid	7.237	530	0,9	7,3
Lüdenscheid	72.927	1.056	1,8	1,4
sonstige Städte und Gemeinden (inkl. Fremdenverkehrsgästen)	./.	999	1,7	./.
Summe	./.	59.449	100,0	./.

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Kundenwohnorterhebung November 2014 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen); Einwohnerdaten, Stadt Werdohl 2015 und Landesamt für Statistik Nordrhein-Westfalen: Stand 31.12 2013.

Kerneinzugsbereich des Einzelhandels der Gemeinde Werdohl

Besonders vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Kundenwohnorterhebung, die die derzeitige Kundenstruktur widerspiegeln, ist davon auszugehen, dass sich der Kerneinzugsbereich des Einzelhandels der Gemeinde Werdohl im Wesentlichen auf das eigene Stadtgebiet bezieht.

Unter Berücksichtigung der Einkaufsverflechtungen, der Pendlerströme sowie der Verkehrsanbindung ist darüber hinaus die Stadt Neuenrade als zweite Zone des Einzugsgebiets abzugrenzen. Die zweite Zone weist eine geringere Anbindungsintensität an den Werdohler Einzelhandel als auf als die erste Zone.

Bei der Würdigung des dargestellten Einzugsbereichs für die Gemeinde Werdohl ist zu berücksichtigen, dass davon auszugehen ist, dass der große und spezialisierte Einzelhandel der Stadt Werdohl (insbesondere WK-Warenhaus) teilweise auch größere Marktgebiete erschließt. Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnhaft sind (z. B. Pendler, Touristen), sind als Streuumsätze zu bezeichnen.

Abbildung 7 Einzugsgebiet des Werdohler Einzelhandels

Quelle: Kartengrundlage openstreepmap, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Ermittlung des Kaufkraftpotenzials

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Unterhalt, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.).

Pro-Kopf-Ausgaben

Nach eigenen Berechnungen und Veröffentlichungen der GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2013 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.590 EUR. Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in Non-Food andererseits entfallen mit ca. 2.025 EUR ca. 35 % auf Lebensmittel und mit ca. 3.565 EUR ca. 65 % auf Nonfood-Sortimente.

Tabelle 7 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben (EUR/Jahr)	Gesamtausgaben Werdohl (Mio. EUR/Jahr)
Lebensmittel, Getränke	1.650	28,12
Brot- und Backwaren	210	3,58
Fleisch- und Wurstwaren	165	2,81
Nahrungs- und Genussmittel insg.	2.025	34,51
Drogerie, Parfümerie	225	3,83
Apotheker, Sanitätswaren, Optik, Hörgeräteakustik	595	10,14
Gesundheit, Körperpflege insg.	820	13,97
Blumen, Zimmerpflanzen	45	0,77
Zoobedarf, Tiernahrung	50	0,85
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf insg.	95	1,62
Zeitschriften, Zeitungen	40	0,68
PBS, Büroartikel	90	1,53
Bücher	65	1,11
Bücher, Schreibwaren, Büro insg.	195	3,32
Damen-, Herren-, Kinderbekleidung	430	7,33
Schuhe, Lederwaren	140	2,39
Sportbekleidung, Sportschuhe	40	0,68
Uhren, Schmuck	55	0,94
Sonstiges	30	0,51
Bekleidung, Schuhe, Sport insg.	695	11,84
Sport, Camping/Outdoor, Fahrräder	75	1,28
Freizeit, Spielwaren	105	1,79
Sport, Freizeit, Spiel insg.	180	3,07
Elektrogroß-/-kleingeräte (Weiße Waren)	120	2,04
Leuchten	30	0,51
Unterhaltungselektronik etc. (Braune Waren), Bild- und Tonträger	170	2,90
Computer, Zubehör, Büromaschinen	100	1,70
Telefone	30	0,51
Foto	55	0,94
Elektrowaren	505	8,61
Hausrat, Geschenke	80	1,36
Haus-, Heimtextilien, Teppiche	80	1,36
Möbel (mit Küchen)	310	5,28
Kunst, Antiquitäten	30	0,51
Möbel, Einrichtung insg.	500	8,52
Bau-, Heimwerkerbedarf	340	5,79
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	45	0,77
Gartenbedarf	100	1,70
Autozubehör	90	1,53
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Autozubehör insg.	575	9,80
Summe EH-Waren insgesamt	5.590	95,26

Quelle: Daten: Pro-Kopf-Ausgaben GfK Gesellschaft für Konsumforschung 2014 und eigene Berechnungen, Michael Bauer Research GmbH; Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Kaufkraftkennziffer

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Werdohl beträgt nach Angaben der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, im Jahr 2014 ca. 92,0. Das bedeutet, die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt um rund 8 % unter dem Bundesdurchschnitt. Aufgrund der Preiselastizität der Nachfrage sind in den einzelnen Sortimenten Abweichungen in beide Richtungen möglich.

Kaufkraftpotenzial

Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Werdohl von ca. 95,3 Mio. EUR. Zum Vergleich mit den Daten der Vorläuferuntersuchung ist anzuführen, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft seinerzeit bei ca. 96,6 Mio. EUR lag. Die Differenz ergibt sich insofern aus der negativen Bevölkerungsentwicklung und der tendenziell gesunkenen Kaufkraft der Werdohler Bürger.

3.1.6 Zentralität des Werdohler Einzelhandels

Zentralität

Stellt man die durch den Einzelhandel in der Stadt Werdohl erzielten warengruppenspezifischen Umsätze der in der Stadt vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die sogenannte Zentralität[13] für die Sortimente.

Liegt die Zentralität über 100, so ist der Umsatz des Einzelhandels in Werdohl in dem jeweiligen Sortiment höher als die in der Stadt vorhandene Kaufkraft. Dies bedeutet, dass im Saldo mehr Kaufkraft von außen hinzukommt, als aus dem Stadtgebiet abfließt. Bei einer Zentralität unter 100 ist der im jeweiligen Sortiment generierte Umsatz geringer als die vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft.

Die Gesamtzentralität von 65,3 ist für das Mittelzentrum Werdohl auch unter Berücksichtigung der spezifischen Lage im Spannungsfeld zwischen den benachbarten Mittelzentren Lüdenscheid, Altena und Plettenberg als durchschnittlich und als leicht steigerungsfähig zu bezeichnen.

13 vgl. Definition im Glossar

Tabelle 8 Zentralitätskennziffern nach Warengruppen

Warengruppe	Umsatz in Mio. EUR*	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz/ Kaufkraft-Relation
Nahrungs- und Genussmittel	31,3	34,5	90,6
Gesundheit, Körperpflege	9,3	13,9	66,4
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,4	1,6	87,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	1,6	3,3	48,3
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	9,2	11,8	77,3
Sport, Freizeit, Spiel	0,6	3,0	18,5
Elektrowaren	4,4	8,6	50,9
Möbel, Einrichtung	2,8	8,5	32,7
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	1,7	9,8	17,5
Summe	62,2	95,3	65,3

Anm.:* bereinigte Umsätze; Umsätze eines Mehrbranchenunternehmens werden aufgeteilt auf Warengruppen

Quellen: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Eine Betrachtung differenziert nach Warengruppen macht deutlich, dass die mittelzentrale Funktionsfähigkeit des Einzelhandels in den Warengruppen wesentliche Unterschiede aufweist, sodass sich hieraus branchenbezogen Hinweise auf Entwicklungspotenziale ableiten lassen. Für die einzelnen Warengruppen ergeben sich folgende Rückschlüsse:

kurzfristiger Bedarf

- Bei den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ergibt sich die höchste Zentralität mit einem Wert von rund 90 % bei „Nahrungs- und Genussmitteln“, der ebenfalls annähernd von der Warengruppe „Blumen, Zoobedarf“ erreicht wird. Demgegenüber zeigt der Zentralitätswert der Warengruppe „Gesundheit und Körperpflege“ ein Ungleichgewicht von sortimentsspezifischer Umsatztätigkeit und Kaufkraft. Der Zentralitätswert von 66,4 % weist auf erhebliche Kaufkraftabflüsse hin und ist in Anbetracht der mittelzentralen Versorgungsfunktion ausbaufähig.

mittelfristiger Bedarf

- Von den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs erreicht „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“ mit rund 77 % den höchsten Zentralitätswert. Dieser ist in erster Linie auf die Ausstrahlungskraft des WK-Warenhauses zurückzuführen. Die Werte von rund 48 % bei „Bücher, Schreibwaren, Büro“ sowie ca. 19 % in der Warengruppe „Sport, Freizeit, Spiel“ lassen Ausbaupotenziale erkennen. Insbesondere die letztgenannte Warengruppe wird nicht in spezialisierten Einzelhandelsbetrieben in Werdohl angeboten.

langfristiger Bedarf

- Tendenziell unterdurchschnittliche Zentralitätswerte wurden ebenfalls bei den Branchen des langfristigen Bereichs ermittelt. Die Branche Elektrowaren ist zwar durch einige Fachgeschäfte in Werdohl vertreten, doch wirkt sich in diesem Segment insbeson-

dere die Konkurrenz der großflächigen und filialisierten Elektronikfachmärkte wie Saturn oder Mediamarkt mit ihren hohen Marktanteilen aus. So ergeben sich branchenbezogen nur geringe Entwicklungsspielräume. Anders zeigt sich die Bewertung der beiden Warengruppen „Möbel, Einrichtung“ und „Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör“, deren geringe Zentralitätswerte von rund 32,7 bzw. 17,5 aus dem eingeschränkten Einzelhandelsbesatz in Werdohl resultiert.

Die stark voneinander abweichenden Zentralitätswerte in den Warengruppen korrespondieren mit der Einzelhandelsausstattung im Werdohler Stadtgebiet. Grundsätzlich trägt die Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ wesentlich dazu bei, dass das Verhältnis von Umsatz und Kaufkraft in der Gesamtbetrachtung den Wert von 50 % übersteigt.

3.1.7 Kaufkraftbewegungen in Werdohl

Ermittlung der Kaufkraftbindung

Die Zentralität trifft noch keine Aussage darüber, in welchem Umfang die örtliche Kaufkraft gebunden werden kann. Hierzu ist eine Differenzierung zwischen Umsätzen, die mit Kunden aus dem Stadtgebiet erzielt werden und Kunden von außerhalb erforderlich. Die Einschätzung dieser Aufsplittung erfolgt unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Region und mit Hilfe von Erfahrungswerten und unter Berücksichtigung der Befragungsergebnisse. Die Ergebnisse der Einzelbetriebe werden wiederum auf der Ebene der Warengruppen zusammengeführt.

Kaufkraftbewegungen

Bei der Darstellung der Kaufkraftbewegungen wird der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Werdohl zugrunde gelegt. Der Umsatz mit auswärtigen Kunden wird abgezogen, sodass im Ergebnis der Umsatz, der durch die Werdohler Bürger generiert wird, der Kaufkraft der Bevölkerung der Stadt Werdohl gegenübergestellt werden kann.

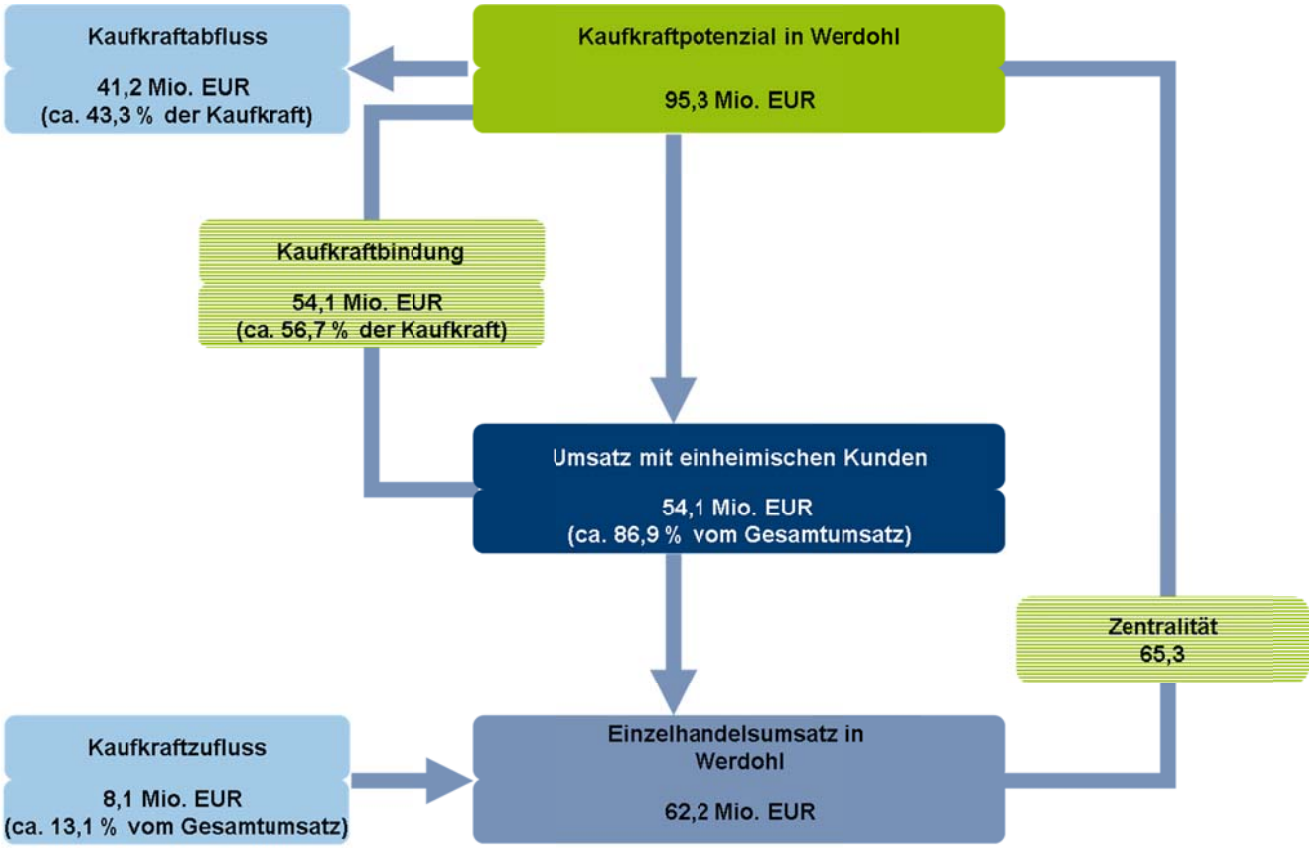
Der Einzelhandel in der Stadt Werdohl hat im Jahr 2014 insgesamt ca. 57 % der in der Stadt vorhandenen Kaufkraft gebunden. Somit fließt ein Anteil von ca. 43 % der Kaufkraft in konkurrierende Einkaufsorte ab. Die eingeschränkte Ausstrahlungskraft des Werdohler Einzelhandels dokumentiert sich auch in einem Anteil des Einzelhandelsumsatzes mit auswärtigen Kunden von ca. 13 %. Vergleicht man die absoluten Zahlen des Kaufkraftabflusses (ca. 41,2 Mio. EUR) und des Kaufkraftzuflusses (ca. 8,1 Mio. EUR), so wird das Ausmaß des Ungleichgewichts deutlich.

Kaufkraftbindung nach Warengruppen

Die Kaufkraftbewegungen differenziert nach Warengruppen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen. Die höchsten Kaufkraftbindungsquoten in der Stadt Werdohl werden in den Warengruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ und „Blumen, zoologischen Bedarf“ mit ca. 82 % bzw. 74 % erzielt. Die Bindungsquote für die ebenfalls dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnende Warengruppe „Gesundheit,

Körperpflege“ ist mit rund 58 % schwächer ausgeprägt. Die Zuflussquoten liegen bei „Nahrungs- und Genussmitteln“ und bei „Gesundheit, Körperpflege“ bei ca. 10 % und 12 % des Gesamtumsatzes. Sie erreichen bei „Blumen und Zoobedarf“ einen Wert von ca. 15 %.

Abbildung 8 Kaufkraftbewegungen in Werdohl im Überblick

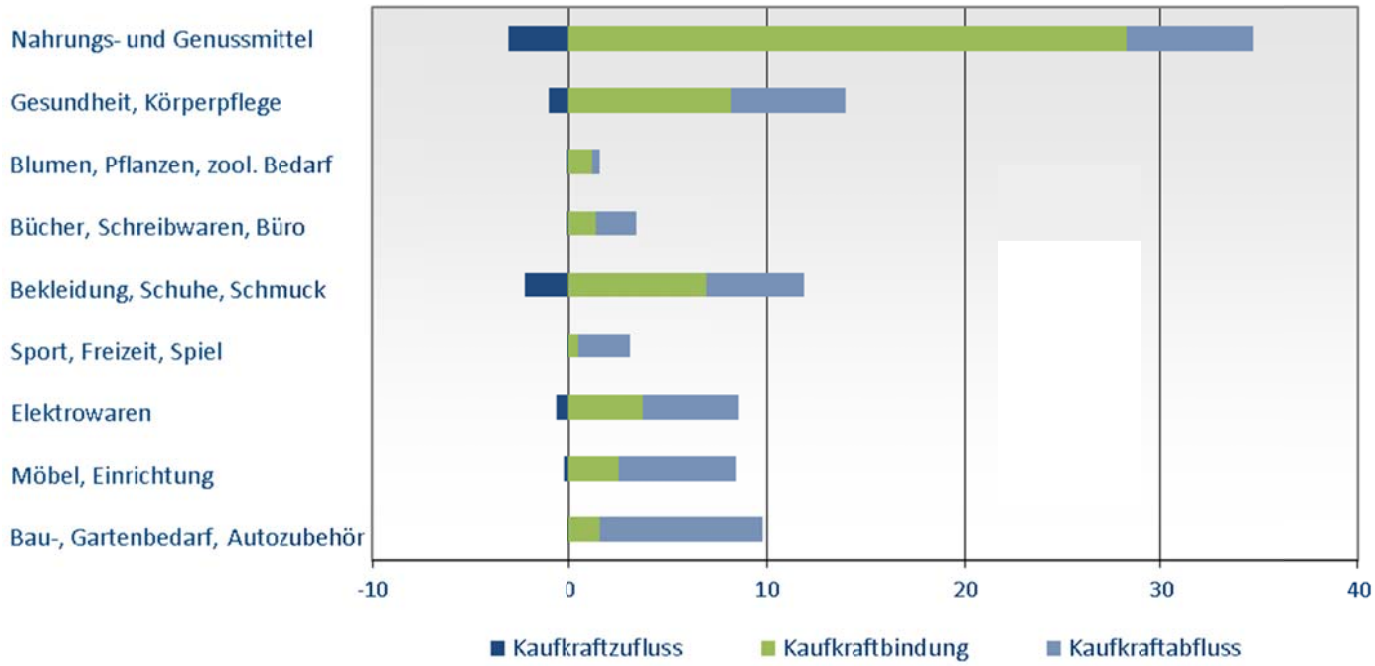


Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, 2015

Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs („Bücher, Schreibwaren, Büro“, „Bekleidung, Schuhe“ und „Sport, Freizeit, Spiel“) beträgt die Kaufkraftbindung des Werdohler Einzelhandels jeweils zwischen 58 % und 16 %. Damit gelingt es dem Werdohler Einzelhandel nicht in allen Warengruppen, sich gegenüber dem Angebot in den Nachbarstädten zu positionieren. Für die Höhe der Kaufkraftzuflüsse, die von 15 % des Gesamtumsatzes bei „Bücher, Schreibwaren, Büro“ über ca. 12 % bei „Sport, Spiel, Freizeit“ bis zu 25 % bei „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“ reichen, ist in erster Linie das Angebot einiger leistungsfähiger Betriebe des Innenstadtzentrums entscheidend.

Auch die Kaufkraftbindungsquoten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfsbereichs („Elektrowaren“, „Hausrat, Möbel, Einrichtung“, „Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör“) signalisieren mit ca. 29 % bis 16 % eine eingeschränkte Anbindung an die diese Sortimente anbietenden Werdohler Einzelhandelsbetriebe. Und werden durch die Kaufkraftzuflüsse nur teilweise aufgefangen.

Abbildung 9 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen (in Mio. EUR)



Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Tabelle 9 Kaufkraftbewegungen nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz in Mio. EUR	Sortiments-umsatz in Mio. EUR	Kaufkraftbindung in Werdohl		Kaufkraftabfluss		Umsatz mit auswärtigen Kunden in Mio. EUR
				in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	in Mio. EUR	in % der Kaufkraft	
Nahrungs- und Genussmittel	34,5	37,3	31,3	28,2	81,6	6,4	18,4	3,1
Gesundheit, Körperpflege	13,9	6,7	9,3	8,2	58,4	5,8	41,6	1,1
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf	1,6	1,2	1,4	1,2	74,1	0,4	25,9	0,2
Bücher, Schreibwaren, Büro	3,3	0,4	1,6	1,4	41,0	1,9	59,0	0,2
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	11,8	10,6	9,2	6,9	58,0	4,9	42,0	2,3
Sport, Freizeit, Spiel	3,0	-	0,6	0,5	16,3	2,6	83,7	0,1
Elektrowaren	8,6	3,7	4,4	3,7	42,8	4,9	56,2	0,7
Möbel, Einrichtung	8,5	0,9	2,8	2,5	29,4	6,0	70,6	0,3
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	9,8	1,4	1,7	1,6	16,6	8,2	83,4	0,1
Summe	95,3	62,2	62,2	54,1	56,7	41,2	58,8	8,1

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen

3.2 Einzelhandelsentwicklung in Werdohl im Zeitraum 2006 bis 2015

3.2.1 Einzelhandelsausstattung und betriebliche Leistungsfähigkeit

Rahmengebend für die Entwicklung des Einzelhandelsbestands in der Stadt Werdohl seit 2006 ist eine negative Bevölkerungsentwicklung in diesem Zeitraum von rund 11 %. Folgende Einzelhandelsentwicklungen sind zusammenzufassen:

Entwicklung seit 2007

- Die Anzahl der Betriebe verringert sich von 115 auf 90, was einem Verlust von rund 22 % entspricht.
- Die Verkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet sank von rund 21.440 qm auf rund 17.620 und ist damit um ca. 18 % gesunken.
- Zudem hat sich der Umsatz der Betriebe von ca. 69 Mio. EUR auf aktuell ca. 62,2 Mio. EUR reduziert, womit in Bezug auf die Betriebs- und Verkaufsflächenentwicklung ein unterproportionaler Rückgang von rund 5 % beschrieben wird. Inflationsbereinigt lässt sich der Rückgang mit rund 10 % beziffern. Im Vergleich zum überproportional starken Verkaufsflächenrückgang zeigt sich eine Steigerung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels.

Tabelle 10 Veränderungen der Einzelhandelsausstattung und der betrieblichen Leistungsfähigkeit

Kategorie	**2006**	**2015**	**Differenz**
Anzahl Betriebe	115	90	-25
Gesamtverkaufsfläche	21.440 qm	17.620 qm	-3.820 qm
Gesamtumsatz	65,4 Mio. EUR	62,2 Mio. EUR	-3,2 Mio. EUR
Einzelhandelsausstattung	**2006**	**2015**	**Differenz**
Nahrungs- und Genussmittel	7.110 qm	7.390 qm	+ 270 qm
Gesundheit, Körperpflege	1.910 qm	1.360 qm	- 550 qm
Blumen, Zoobedarf	380 qm	565 qm	+ 185 qm
Bücher, Schreibwaren, Büro	730 qm	415 qm	-315 qm
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	3.850 qm	4.305 qm	+455 qm
Sport, Freizeit, Spiel	250 qm	220 qm	-25 qm
Elektrowaren	1.920 qm	1.385 qm	-535 qm
Möbel, Einrichtung	1.650 qm	1.175 qm	-475 qm
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	3.340 qm	805 qm	-2.535 qm
Sonstiges	300 qm	-	-300 qm

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015, Datengrundlage: Einzelhandelskonzept 2006 (Junker und Kruse Stadtforschung , Stadtplanung, Dortmund) und Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Vergleicht man die Entwicklung der Stadt Werdohl mit anderen Städten Deutschlands, so wird deutlich, dass sich der Einzelhandelsstandort Werdohl nicht in allen Teilen konform mit dem Bundestrend verändert: Die Zahl der Betriebe geht zwar in Werdohl zurück, wird aber andernorts durch ein Verkaufsflächenwachstum kompensiert, das mit rückläufigen Flächenleistungen einhergeht. In Werdohl hingegen hat sich auch die Verkaufsfläche in den letzten Jahren rückläufig entwickelt.

Die Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2006 liegen nur in Form des Einzelhandelskonzepts, das heißt aggregiert vor. Deshalb erklären sich nicht alle vorgenannt dargestellten branchenbezogenen Veränderungen durch betriebliche Schließungen, Erweiterungen/ Verkleinerungen oder Ansiedlungen. Die maßgeblichen Unterschiede sind wie folgt zusammenzufassen:[14]

- *Nahrungs- und Genussmittel*: Der leichte Verkaufsflächenzuwachs in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel resultiert insbesondere auf den Standortentwicklungen der Lebensmittel-SB-Betriebe (Schließung einer Edeka-Filiale in Kleinhammer, Ansiedlung von Lidl im Stadtzentrum, Übernahme eines ehemaligen Minimal-Supermarkts durch die Fa. Edeka).
- *Gesundheit, Körperpflege*: Die Verluste der Warengruppe „Gesundheit, Körperpflege“ werden maßgeblich durch die Schließung dreiero Schlecker-Filialen (Ütterlingsen, Königsburg, Stadtzentrum) sowie einer Ihr-Platz-Filiale (Stadtzentrum) beeinflusst.
- *Blumen, Pflanzen, Zoobedarf und Bücher, Schreibwaren, Büro*: Der Zuwachs von rund 185 qm in den Warengruppen „Blumen, Pflanzen, Zoobedarf und Bücher, Schreibwaren, Büro“ beruht auf kleinflächigen Bestandsveränderungen des Einzelhandels, ebenso wie in negativer Hinsicht der Verlust von rund 315 qm Verkaufsfläche in der Warengruppe Bücher, Schreibwaren, Büro.
- *Bekleidung, Schuhe, Schmuck*: Der Verkaufsflächenanstieg von rund 455 qm in der Warengruppe „Bekleidung, Schuhe, Schmuck“ resultiert ebenfalls aus kleinstrukturierten Bestandsveränderungen sowie maßgeblich aus der Eröffnung einer Filiale der Fa. Woolworth in der Bahnhofstraße im Jahr 2013.
- *Sport, Freizeit, Spiel*: Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe „Sport, Freizeit, Spiel“ ist seit 2006 annähernd konstant.
- *Elektrowaren und Hausrat, Einrichtung, Möbel*: In den beiden Warengruppen des langfristigen Bedarfs „Elektrowaren“ und „Hausrat, Einrichtung, Möbel“ hat eine rückläufige Betriebszahl zu einem Verkaufsflächenrückgang von rund 535 qm bzw. ca. 475 qm geführt, der nicht durch Ansiedlungen oder Umstrukturierungen bestehender Betriebe kompensiert wurde.

14 Verglichen werden die bereinigten Sortimentsflächen der Warengruppen.

Bau-/Gartenbedarf, Autozubehör

- Verantwortlich für den Verkaufsflächenrückgang von rund 2.535 qm in der Warengruppe Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör ist in erster Linie die Betriebsschließung eines Gartenmarkts in Kettling. Im übrigen Bestand wurden Teile dieser Schließung bereits durch warengruppenspezifische Verkaufsflächenausweitungen kompensiert.

3.3 Entwicklungsperspektiven des Werdohler Einzelhandels bis zum Jahr 2030

Der zukünftige Verkaufsflächenbedarf in Werdohl hängt von einer Reihe unterschiedlicher Parameter ab; dazu zählen die betriebstypenbezogene Verkaufsflächenentwicklung, die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung im Einzugsgebiet und die Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

3.3.1 Übergeordnete Entwicklungen

Annahmen

Maßgeblich für die perspektivische Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Werdohl ist die Annahme hinsichtlich der im Jahr 2030 zu erwartenden Nachfragesituation, die von der Bevölkerungsprognose abhängt. In Kapitel 2.3.2 wurde dargestellt, dass für die Stadt Werdohl ein überdurchschnittlich hoher Bevölkerungsrückgang zu erwarten ist. Je nach Szenario belaufen sich die Rückgänge auf 16 % bis 21 %. Für den Werdohler Einzelhandel würde diese Entwicklung ein Sinken des Nachfragepotenzials zwischen rund 15,0 Mio. EUR und ca. 20 Mio. EUR bedeuten.

Das bedeutet, dass positive Entwicklungsszenarien – bzw. solche deren Umsatz- und Verkaufsflächenrückgänge nicht proportional zur Höhe der Bevölkerungsverluste auftreten –die Attraktivierung des Einzelhandelsstandorts und den Ausbau der Marktanteile erfordern. So werden moderat steigende Umsatzanteile von auswärtigen Kunden sowie zurückgehende Kaufkraftabflüsse aus Werdohl als Ziel verfolgt.

Im Einzelnen wird von folgenden Annahmen bei der Prognose des Verkaufsflächenbedarfs in Werdohl bis zum Jahre 2030 ausgegangen:

- *Verkaufsflächenentwicklung im Einzelhandel*: In den Jahren 2004 bis 2014 lag der Verkaufsflächenanstieg in der Bundesrepublik Deutschland bei rund 0,8 % pro Jahr.[15] Im Vergleich mit den vorangegangenen beiden Jahrzehnten hat sich das Wachstumstempo damit deutlich verlangsamt. Zu berücksichtigen ist, dass die Vielzahl von Schließungen von Einzelhandelsbetrieben in der Bilanz aktuell noch durch das Realisieren von Erweiterungen und

15 Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) 2015

Ansiedlungen mehr als kompensiert wird und dass sich in diesem Durchschnittswert auch der Saldo prosperierender und sich rückläufig entwickelnder Kommunen darstellt.

- *Bevölkerungsentwicklung*: Die in Abschnitt 2.4 dargestellten Bevölkerungsprognosen der Stadt Werdohl beschreiben eine negative Bevölkerungsentwicklung der Stadt Werdohl, sodass sich mit einer sinkenden Kaufkraft die Rahmenbedingungen aus Sicht des Einzelhandels verschlechtern.
- *Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Werdohl*: Die reale einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bundesgebiet stagniert, sodass auch für die kommenden Jahre bis 2030 keine Veränderung der realen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben angenommen werden kann. Im Rahmen der Potenzialrechnung wird die Annahme unterstellt, dass auch der Kaufkraftkoeffizient für die Stadt Werdohl im Prognosezeitraum konstant ist.
- *Aktuelle Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung:* Sollte sich der zunehmende Zuzug von Flüchtlingen in das Bundesgebiet fortsetzen, ist zwar mit einer dynamischen Bevölkerungsentwicklung zu rechnen, nicht aber mit einem gleichermaßen ausgeprägten Anstieg von Kaufkraft. Höhere Bevölkerungszahlen dürften daher mit geringeren Pro-Kopf-Ausgaben oder Kaufkraftkoeffizienten einhergehen, sodass sich tendenziell positivere Bedingungen für den Einzelhandel ergeben, die sich jedoch nicht belastbar quantifizieren lassen.
- *Umsatzentwicklung/Verkaufsflächenproduktivität*: Das reale Umsatzvolumen hat sich bundesweit in den vergangenen Jahren rückläufig entwickelt. In vielen Branchen ist die untere Schwelle der durchschnittlichen Flächenproduktivität erreicht. Mit der Intensivierung der Konzentrations- und Marktverdrängungsprozesse wird es zukünftig zu weiteren Betriebsaufgaben und Filialnetzoptimierungen kommen, die teilweise auch wieder steigende Flächenleistungen auslösen werden. Für die Situation in Werdohl ist entscheidend, dass sich die gesamtstädtische Flächenproduktivität in den letzten Jahren preisbereinigt tendenziell nur geringfügig verringert hat.

3.3.2 Umsatzentwicklung und Verkaufsflächenbedarf bis zum Jahre 2030

Bei der Berechnung des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs in der Stadt Werdohl sind zudem folgende Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

Einflussfaktoren der Berechnung

- Der Einzelhandelsstandort Werdohl steht in intensivem Wettbewerb mit den Nachbarkommunen. Im Rahmen der mittelzentralen Versorgungsfunktion beschreiben eine Zentralität von rund 65,3 % sowie Kaufkraftabflüsse von rund 43,3 % eine durch-

schnittliche Marktbedeutung des Werdohler Einzelhandels. Seit dem Jahr 2006 ist diese Positionierung annähernd konstant.

- Aus der aktuellen räumlichen Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ergibt sich für die Werdohler Innenstadt eine günstige Marktposition. Stadtintern ist sie nur unwesentlich einem Wettbewerbsdruck ausgesetzt; dies im Bereich der Nahversorgung.
- Ein Handicap für die Fortentwicklung des Einzelhandels ist die eingeschränkte räumliche Verfügbarkeit von Entwicklungsflächen in der Werdohler Innenstadt. Die in Kapitel 5.2.1. aufgeführten Entwicklungsflächen befinden sich in innerstädtischen Randlagen und eignen sich unter der Prämisse, dass keine weitere räumliche Ausdehnung des Zentrums empfohlen wird nur unter der Prämisse für eine Angebotsergänzung, dass es sich um nichtzentrenrelevante Sortimente handelt, oder dass im Rahmen einer vorhabenbezogenen Überprüfung eines Betriebes mit zentrenrelevantem Kernsortiment eine Zentrenverträglichkeit dargestellt und eine Erweiterung des Hauptzentrums um die Ergänzungsfläche beschlossen wird.
- Entwicklungserfordernisse ergeben sich aus planerischer Perspektive auch in den kleineren Ortsteilen um Nahversorgungslücken zu beseitigen. Jedoch sichert das Einwohnerpotenzial schon heute in der Regel nicht die Tragfähigkeit der Betriebe. Mit einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung sinken die entsprechenden Ansiedlungschancen weiter (vgl. Kapitel 6).
- Die mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Werdohl ermöglichen auch attraktive Angebote mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, typischerweise auch an nicht städtebaulich integrierte Standorten. Sofern die zentrenrelevanten Randsortimente in ihren Größenordnungen begrenzt bleiben, können diese Standortlagen eine sinnvolle Arbeitsteilung mit den integrierten Standortlagen übernehmen.

Orientierungswerte der Verkaufsflächenentwicklung

Im Rahmen einer Modellrechnung werden Orientierungswerte für die Verkaufsflächenentwicklung in den nächsten 15 Jahren ermittelt. Sie basieren auf einem Ausbau der Marktposition, deren sich je nach Branche und derzeitiger Einzelhandelsausstattung unterscheidet.

Diese Modellrechnung ersetzt weder wirtschaftlich ausgerichtete Tragfähigkeitsberechnungen für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben noch Wirkungsanalysen, welche die Verträglichkeit großflächiger Einzelhandelsvorhaben prüfen. Sie soll Hinweise auf einen Ausbaustandard geben, der mit überschaubaren Umverteilungswirkungen an Einzelhandelsstandorten außerhalb des Werdohler Stadtgebiets verbunden ist und zur Stärkung der Marktposition des Werdohler Einzelhandels beiträgt. Die Werte sollen auch deutlich machen, dass weitaus größere Flächenentwicklungen entweder starke Umverteilungswirkungen nach sich ziehen oder die Flächenleistungen des bestehenden Einzelhandels reduzieren. Unter den

Aspekten einer Stärkung des Wirtschaftsstandortes Werdohl und einer Erhöhung der einzelhandelsbezogenen Zentralität sind auch größer dimensionierte Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben in jedem Fall nicht grundsätzlich auszuschließen, sondern im Hinblick auf ihre Marktwirkungen zu prüfen.

Tabelle 11 zeigt die Zielzentralitäten, den damit verbundenen zusätzlichen Umsatz und die daraus abzuleitenden tragfähigen Verkaufsflächengrößen auf, jeweils auf Basis der beiden Bevölkerungsprognosen in einem Korridor.

Tabelle 11 Modellrechnung der Verkaufsflächenpotenziale bis 2030

Warengruppe	Zielzentralität bis 2030	Umsatzveränderung in Mio. EUR	Umsatz/qm Verkaufsfläche in EUR	Verkaufsflächenveränderung in qm
Nahrungs- und Genussmittel	90 bis 95	- 5,5 bis -4,5	4.000 bis 5.000	- 1.240 bis – 1.010
Gesundheit, Körperpflege	75 bis 80	-0,5 bis -0,1	4.500 bis 5.500	-100 bis 0
Blumen, Pflanzen, Zoobedarf	85 bis 90	-0,3 bis -0,2	1.500 bis 2.500	-140 bis -100
Bücher, Schreibwaren, Büro	55 bis 60	- 0,1 bis 0	2.000 bis 3.000	0
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	75 bis 80	-1,6 bis -1,4	2.000 bis 3.000	-650 bis -550
Sport, Freizeit, Spiel	40 bis 45	0,4 bis 0,5	2.000 bis 3.000	180 bis 210
Elektrowaren	50 bis 55	-0,6 bis -0,5	3.500 bis 4.500	-170 bis -130
Möbel, Einrichtung	40 bis 45	0,2 bis 0,4	1.500 bis 2.000	120 bis 210
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	40 bis 45	1,5 bis 1,6	1.500 bis 2.000	1.000 bis 1.100

Quelle: Darstellung und Berechnung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die Modellrechnung macht deutlich, dass aufgrund des zu erwartenden Bevölkerungs- und Kaufkraftrückgangs kaum rechnerische Entwicklungsspielräume für den Werdohler Einzelhandel bis zum Jahr 2030 darzustellen sind. Dennoch - unter der noch zu erläuternden Zielsetzung der handelswirtschaftlichen Stabilisierung und Aufwertung des Hauptzentrums sowie einer geringen Einzelhandelsausstattung im Bereich des langfristigen Bedarfs - sind die Ergebnisse der Modellrechnung differenziert zu bewerten:

- Für die Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs ergeben sich faktisch keine Entwicklungsspielräume. Auch wünschenswerte Verbesserungen der Nahversorgungssituation durch Ansiedlungen von Lebensmittelbetrieben an wohnungsnahen Standorten würden den Wettbewerbsdruck in Werdohl erhöhen und zu Umsatzumverteilungen im Bestand führen. Faktisch stellt sich zukünftig ein Verkaufsflächenüberhang dar.
- Für die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs sind die Ergebnisse differenziert zu werten. Im Bereich Bekleidung, Schuhe, Schmuck sind rechnerisch keine Angebotsergänzungen zu erwarten, gleiches gilt für Bücher, Schreibwaren, Büro. Dabei könnten sich qualitätsvolle Ansiedlungen in der Regel wettbewerblich ge-

gen Betriebe mit minderer Qualität durchsetzen, sodass voraussichtlich Bestandsfluktuationen initiiert würden. In der Warengruppe Sport, Spiel, Freizeit bestehen dagegen Entwicklungspotenziale. Diese beziehen sich explizit auf Sportgeräte, Fahrräder, Spielwaren. Kleinteilige Sportartikel werden bereits in Werdohl angeboten, Sportbekleidung und Sportschuhe gehören zur Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Schmuck. Die errechneten Flächenpotenziale ermöglichen die Ansiedlung eines Fachgeschäfts, das den Branchenmix in der Innenstadt sinnvoll ergänzen und aufwerten würde.

- Während sich in der Warengruppe Elektrowaren kaum Entwicklungsmöglichkeiten darstellen, sind Potenziale in den beiden weiteren Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs darstellbar. Im Bereich Möbel, Einrichtung eignen sich diese zur Etablierung eines Fachgeschäfts oder eines kleineren Fachmarkts. Innerhalb des Hauptzentrums bieten sich Fachgeschäfte mit den Sortimenten Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik oder Geschenkartikeln an. Auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wären Ansiedlungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten wie Möbel und Küchen möglich. Die Modellrechnung zeigt jedoch auf, dass das Kaufkraftpotenzial in Werdohl kaum die Tragfähigkeit eines Betriebs sichert und Kaufkraftzuflüsse zur Rentabilität generiert werden müssten. Für Sortimente im Bereich Bau- und Gartenbedarf errechnen sich Entwicklungsspielräume von rund 1.000 qm Verkaufsfläche, wodurch eine kleinere Fachmarktansiedlung tragfähig erscheint. Für die Betriebskonzepte von Bau- und Gartenmärkten (z. B. durch den Betreiber Hagebaumarkt) oder kombinierte Angebote von Baustoff-, Baumarktprodukten reicht der Berechnungsspielraum in Werdohl alleine nicht aus, jedoch basieren funktionierende Konzepte auch auf Kaufkraftzuflüssen. Eine verträgliche Größenordnung kann nur über vorhabenbezogene Wirkungsanalysen ermittelt werden.

4 Exkurs : Ergebnisse der Händlergespräche

Die Ergebnisse der Gespräche mit Innenstadthändlern in Werdohl sind inhaltlich sowohl in die vorstehend genannten Analysen und Bewertungen des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene eingeflossen als auch in die folgenden Abschnitte zur Zentrenkonzeption in der Stadt Werdohl. Weiterhin ist das „Expertenwissen" maßgeblicher Bestandteil der parallel zum Einzelhandelskonzept der Stadt Werdohl übergebenen „Profilierungsstrategien für die Innenstadtentwicklung"[16]. Darin werden drei Profilierungsstrategien skizziert, bereits bestehende Anknüpfungspunkte aufgezeigt und Projektideen entwickelt.

Um einen Überblick über die Fragestellungen und den Tenor der Antworten zu erhalten werden die Ergebnisse im Folgenden zudem zusammengefasst dargestellt.

4.1.1 Entwicklung der Werdohler Innenstadt in den letzten Jahren, Perspektiven und Handlungsbedarfe

Die Entwicklung und Ist-Situation der Werdohler Innenstadt wird aus Sicht der Händler differenziert bewertet: Positiv stellt sich die Angebotsqualität und -quantität im Bereich der Nahversorgung dar. Durch die Ansiedlung von Lidl sowie die Übernahme des Minimal-Supermarkts durch die Fa. Edeka sei die Ausstattung in den letzten Jahren deutlich verbessert worden.

Potenziale

Ebenfalls positive Effekte im Hinblick auf die Angebotssituation und die Kundenfrequenz werden auf die Ansiedlungen der Filialisten Rossmann und Ernsting's Family zurückgeführt.

Weiterhin werden vermehrt folgende Aspekte als Standortvorteile der Werdohler Innenstadt hervorgehoben:

- Das WK-Warenhaus sei von besonderer Bedeutung für den Werdohler Einzelhandel: Für die Werdohler Bevölkerung biete es Produkte aus vielen Branchen an, die nicht alle in Fachgeschäften in Werdohl geführt werden. Zudem erreiche es auch eine übergemeindliche Ausstrahlung, von der der gesamte Werdohler Einzelhandel profitiere.
- Im Vergleich zu einigen Nachbarstädten vergleichbarer Größe sehen die Händler Entwicklungsvorteile in Werdohl; das Angebot sei vielfältiger und insbesondere sei die Zahl der Leerstände geringer und weniger auffällig.
- Gelobt wird die städtebauliche Umgestaltung des Bahnhofs als repräsentative Adresse der Stadt Werdohl.

16 Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Demgegenüber beschäftigen sich die Händler jedoch auch mit einigen Risiken und Hemmnissen der Innenstadtentwicklung. Einige seien bereits sichtbar, andere beziehen eine perspektivische Betrachtung ein.

Problem: Generationswechsel

Die Händler befürchten in Zukunft einen schleichenden Rückgang an Angebotsvielfalt und-qualität, der im Rahmen der Schließung inhabergeführter Einzelhandelsbetriebe entstehen könnte. Der inhabergeführte Einzelhandel übernimmt heute eine wichtige Funktion in der Werdohler Innenstadt und wird in einigen Branchen repräsentiert (zum Beispiel Optik, Sportbekleidung- und -schuhe, Unterhaltungselektronik, Schuhe, Textilien, Bücher), jedoch sind von vereinzelten Betreibern bereits Schließungsabsichten aus Altersgründen bekannt. Die Werdohler Händler sorgen sich um die Nachfolge der Betriebe, sie befürchten, dass nur in wenigen Ausnahmefällen eine Übernahme durch nachfolgende Generationen gewährleistet werden könne. In der Folge sehen sie entweder den Verlust an Branchenvielfalt in der Innenstadt, oder durch einen zunehmenden Filialisten-Anteil eine Veränderung der Angebotsstruktur.

Auch die häufig genannte Umnutzung von Ladenlokalen in Erdgeschosslagen wird kritisch beobachtet. Eröffnungen von Reisebüros, Friseuren und Versicherungen seien zu begrüßen, sie würden zwar das Auftreten von Leerständen verhindern, gleichwohl aber den Verlust der Einzelhandelsbedeutung der Werdohler Innenstadt dokumentieren.

Parkgebühren

Folgende Aspekte hemmen aus Sicht der Händler im Weiteren die Einkaufsqualität in der Werdohler Innenstadt. Besonders seien die in jüngerer Vergangenheit eingeführten Parkgebühren für kürzere Aufenthaltszeiten der Kunden in der Innenstadt und damit geringere Einzelhandelsumsätze verantwortlich. Andererseits wird auch an die Werdohler Bürger appelliert: Die Bindung an die Werdohler Innenstadt und die „Treue“ dem ansässigen Handel gegenüber sei ausbaufähig.

Fazit: Trotz aller Kritik sind die Werdohler Innenstadthändler engagiert und bereit, die Entwicklung der Werdohler Innenstadt im Wettbewerb um Kunden und Kaufkraft zu unterstützen. Kleinräumlich werden Unterschiede der Hoffnungen und Perspektiven deutlich: Rund um den Brüninghausplatz zeigt sich Erwartungsfreude im Hinblick auf die Umsetzung der städtebaulichen Aufwertung unter dem Titel „Werdohl an die Lenne“. Sowohl für den Handel als auch gestalterisch erhofft man sich positive Impulse. Dahingegen wird für den nördlichen Abschnitt der Freiheitstraße die Sorge formuliert, dass der Einsatz finanzieller und persönlicher Ressourcen rund um den Brüninghausplatz eine Vernachlässigung anderer Standorte nach sich ziehen könnte. Und in Richtung der Bahnhofstraße und des Bahnhofsviertel gewinnt das Thema der städtebaulichen Auf-

wertung und der Verknüpfungsfunktion der Stadtbrücke an Bedeutung.

4.2 Weitere Einzelhandelsstandorte in der Stadt Werdohl

Einhergehend mit der in den vorherigen Kapitel dargestellten faktischen räumlichen Angebotssituation in der Stadt Werdohl, nehmen auch die Innenstadthändler nur wenig ergänzende Angebote oder Konkurrenz durch weitere Einzelhandelsstandorte in Werdohl wahr.

- Die Nahversorgungsqualität in den Werdohler Ortsteilen ist unzureichend. Die Schließung der Edeka-Filiale in Kleinhammer und die Angebotssituation der beiden Lebensmitteldiscounter in Ütterlingsen und Pungelscheid zeigen die fehlende Tragfähigkeit der Bewirtschaftung an den peripheren Standorten.
- Der im vorhergehenden Einzelhandelskonzept als Ergänzungsstandort bezeichnete Einzelhandelsstandort in Kettling wird nur auf explizite Nachfrage kommentiert. Die Wahrnehmung einer Einzelhandelsfunktion besteht für den Standort nicht.

4.3 Übergemeindliche Wettbewerbssituation

Aus regionaler Perspektive ist unstrittig, dass übergeordnete Einzelhandelsfunktion von den nächstgelegenen Oberzentren Hagen und Dortmund ausgehen. Dieser raumordnerisch vorgesehene und durch weite Einzugsgebiete gespeiste Bedeutungsvorsprung ist für die Innenstadt-Händler jedoch kein Maßstab. Vielmehr von Interesse sind die Wettbewerbsbeziehungen zu den umliegenden Grund- und Mittelzentren, mit Ausnahme des Mittelzentrums Altena und des Grundzentrums Balve. Beide Standorte entfalten nur geringe Wettbewerbsintensität.

Als Wettbewerbsstandorte relevant sind dagegen die Mittelzentren Plettenberg und Lüdenscheid. Folgend werden einige zentrale Standortvorteile aufgelistet:

Plettenberg

- habe zwar keine funktionsstarke Fußgängerzone, besäße jedoch starke Einkaufsorte außerhalb der Innenstadt.
- Diese würden durch geplante Erweiterungen den zukünftigen Wettbewerb verschärfen.

Lüdenscheid

- sei der wichtigste Wettbewerber im Umland und besäße insbesondere durch das vorhandene Einkaufscenter Wettbewerbsvorteile.
- Der Kaufkraftzufluss aus Werdohl wird besonders durch das Textilangebot erreicht.

- Lüdenscheid habe jedoch wegen seiner guten Anbindung an naheliegende Oberzentren selber mit starkem Wettbewerbsdruck und Funktionsverlusten im Einzelhandel zu kämpfen.

Des Weiteren wird auch für das Grundzentrum Neuenrade ein Wettbewerbsvorteil erkannt, der sich aus der Zusammenarbeit und gegenseitiger Unterstützung der Händler, Bürger und Verwaltung/ Politik ergebe.

Neuenrade

- profitiere von einer hohen Ortstreue der Anwohner.
- Zudem bemühe sich die Kommune sehr um eine hohe Zufriedenheit der Händler und habe in diesem Sinne ein Stadtmarketing eingerichtet.
- U. a. durch die Einführung von Rabattgutscheinen für Mitarbeiter ortsansässiger Industrieunternehmen würde Kaufkraft dieser an den heimischen Einzelhandel gebunden.

In Bezug auf die tatsächlich Einzelhandelsausstattung seien die Wettbewerbseffekte durch die Stadt Neuenrade jedoch gering, vielmehr schaffe es der Werdohler Einzelhandel Kunden/ Kaufkraft aus Neuenrade zu gewinnen.

5 Zentrenkonzept für die Stadt Werdohl

5.1 Grundsätzliche Anmerkungen

5.1.1 Zentrenkonzept als räumliches Steuerungsinstrument

Ein Zentrenkonzept soll die vielfältigen Nutzungs- und Entwicklungsansprüche der Betreiber, der Kundschaft sowie der Stadtentwicklung mit der Einzelhandelsentwicklung in Einklang bringen und zugleich die gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung des Einzelhandels auf der Grundlage der ortsspezifischen Gegebenheiten erfüllen. Die rechtliche Notwendigkeit eines solchen Konzepts ergibt sich aus § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Demnach ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept in der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Denn erst durch die gesamtstädtische Untersuchung und Konzeption der Einzelhandelssituation und -entwicklung sind Steuerungen in der weiteren Bauleitplanung transparent und nachvollziehbar. Dies betrifft insbesondere auch die Steuerungsmöglichkeiten im Sinne der §§ 9 Abs. 2a sowie 34 Abs. 3 BauGB. Der Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts durch den Rat der Stadt Werdohl wird keine unmittelbaren Rechtsfolgen für die Bauleitplanung haben, sondern kann nur eine Selbstbindung für die politischen Entscheidungsträger begründen.

Zentrenhierarchie

Kernelement eines Zentren- und Einzelhandelskonzepts ist die Konkretisierung des Belangs der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB durch die Bestimmung der Abgrenzung und Funktionalität der zentralen Versorgungsbereiche. So wird ein räumlich-funktionales Zentrenmodell definiert, das die planerisch gewollte Zentrenhierarchie einer Kommune abbildet. Neben der vorhandenen Standortstruktur hat das Zentrenmodell auch die Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen. Aufbauend auf den Status quo, also der Beschreibung der aktuellen Versorgungsfunktion, können auch etwaige Potenzialstandorte zur Erweiterung der Zentralen Versorgungsbereiche betrachtet werden.

Hinweise auf die Qualifizierung einer Einzelhandelslage als Zentraler Versorgungsbereich ergeben sich aus der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts. Danach sind Zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, „denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“.[17]

Ein Zentraler Versorgungsbereich soll nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine Funktion für die Versorgung der Bevölkerung eines bestimmten Einzugsbereichs übernehmen. Der Status setzt zudem

17 vgl. BVerwG 4 C 2.08, 17. Dezember 2009

eine „integrierte Lage“ voraus. Der Zentrale Versorgungsbereich sollte auch ohne Pkw-Nutzung für die zu versorgende Bevölkerung erreichbar sein.

Je nach Versorgungsfunktion sind idealtypisch drei Stufen zentraler Versorgungsbereiche zu unterscheiden:

- Hauptzentren
- Nebenzentren
- Nahversorgungszentren

Dabei versorgen die Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) die gesamte Kommune bzw. bei einer mittel- oder oberzentralen Funktion ggf. zusätzlich umliegende Städte und Gemeinden. Nebenzentren sind zuständig für die Versorgung funktional zugeordneter Orts-/Stadtteile, während die Versorgungsaufgaben von Nahversorgungszentren auf die unmittelbar umliegenden Wohnsiedlungsbereiche ausgerichtet sind. Die Einstufung erfolgt nach quantitativen (z. B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl und Struktur der Dienstleistungsbetriebe) Aspekten.

Wichtig für die Zentrenkonzeption ist die Formulierung städtebaulicher und stadtentwicklungsrelevanter Zielvorstellungen für jedes Zentrum, welche die Grundlage späterer stadtpolitischer Entscheidungen bilden. So sollte ein Zentren- und Einzelhandelskonzept auch Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren treffen.

ortsspezifische Sortimentsliste

Die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels unter Berücksichtigung des identifizierten Zentrenmodells ist nur in Kombination mit der Entwicklung und Verabschiedung einer ortsspezifischen Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente möglich. Diese ortsspezifische Differenzierung berücksichtigt sowohl den Status quo der in den Zentren vorhandenen als auch die Entwicklungsmöglichkeiten in Bezug auf gegenwärtig noch nicht vorgehaltene Sortimente.

Auf Basis der Festlegungen der Zentren und der ortsspezifischen Sortimentsliste dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der zukünftigen Steuerung von Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet. Es bietet somit auch eine städtebauliche Grundlage für Festsetzungen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche.

5.1.2 Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Ein vielfältiges und attraktives Einzelhandelsangebot ist wesentliche Voraussetzung für lebendige Zentren. Allerdings sind auch andere Elemente für lebendige Zentren wichtig, die sich wiederum gegenseitig positiv beeinflussen:

- Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kulturangebote ermöglichen den Kunden Kombinationsmöglichkeiten mit dem Einkauf und verlängern den Aufenthalt in den Zentren.
- Die Gestaltung des öffentlichen Raums kann attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten für Jung und Alt schaffen. Zusammen mit einer ansprechenden Gestaltung von Fassaden und Schaufenstern und einem einladenden Gesamteindruck wird eine angenehme Einkaufsatmosphäre gefördert.
- Eine gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), dem motorisierten Individualverkehr (MIV) und für Fußgänger sowie Fahrradfahrer ist die Voraussetzung, dass alle Bevölkerungsgruppen die Zentren erreichen können.
- Wohnen und Arbeiten in direkter Nachbarschaft (Nutzungsmischung) verschafft dem Einzelhandel unmittelbaren Zulauf als Grundfrequenz und belebt die Zentren auch außerhalb der Geschäftszeiten.

Die aufgeführten Rahmenbedingungen für lebendige Zentren werden genutzt, um in Verbindung mit den überörtlichen Vorgaben die Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche abzuleiten.

Merkmale von Haupt- und Nebenzentren

Zentrale Versorgungsbereiche von Haupt- und Nebenzentren zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels
- Eine städtebaulich integrierte Lage
- Eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz

Für Haupt- und Nebenzentren ist neben der Größe des Einzugsbereichs eine gewisse Besatzdichte mit Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben charakteristisch.

Merkmale von Nahversorgungszentren

Aber auch die Ausstattung eines Nahversorgungszentrums in einem Ortsteil oder Quartier sollte idealtypisch nicht nur Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs, sondern auch Angebote aus dem Dienstleistungssektor wie z. B. Post, Bankfiliale, Ärzte und Frisör umfassen. Je breiter der Angebots- und Nutzungsmix strukturiert ist, umso höher sind die Versorgungsqualität und damit die Attraktivität des Zentrums.

Unstrittig ist, dass Nahversorgungslagen mittelfristig nur dann funktionsfähig sind, wenn die Grundfrequentierung durch einen leistungsfähigen Lebensmittel-SB-Betrieb sichergestellt wird.

Insbesondere beeinflusst durch das Urteil des OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/ 11 NE) haben sich die Anforderungen an die Abgrenzung und Ausstattung von zentralen Versorgungsbereichen in den vergangenen Jahren erhöht. Nach der Begründung des Gerichts

muss die Ausstattung eines zentralen Versorgungsbereichs auf die Größe des ihm zugeordneten Einzugsbereichs abgestimmt sein. Unbeeinflusst bleibt jedoch der Wille der planenden Kommune; auch eine geeignete Zielsetzung für die (Weiter-)Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs kann bei der Abgrenzung Berücksichtigung finden.

Tabelle 12 Angebotsstruktur eines Nahversorgungszentrums

Einzelhandel und Dienstleistungen	Grundausstattung	Vollsortimenter/Discounter
		Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger)
		Post und Geldinstitut
		(mindestens Postagentur und Geldautomat)
		Frisör
	wünschenswerte Ergänzungen	Kiosk, Schreibwarengeschäft
		Apotheke
		Arzt
		Blumengeschäft
		Reformwaren
		Gastronomiebetrieb
		Reinigung
		Reisebüro

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

5.1.3 Bedeutung des Status „Zentraler Versorgungsbereich“

Die in der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung wichtigste Aufgabe, deren Umsetzung auf den Funktionszuweisungen und den räumlichen Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche basiert, ist der Schutz dieser integrierten Standortlagen – in Verbindung mit einem Schutz der wohnungsnahen Versorgung. Folgende Vorgaben sind hierzu bedeutsam:

Auswirkungen durch großflächigen Einzelhandel

- Wie bereits in Kapitel 2.1. dargelegt, stellt § 11 Abs. 3 BauNVO die Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben ab einer Geschossfläche von 1.200 qm fest[18]. Oberhalb dieser Größe werden durch den Verordnungsgeber mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung durch ein Einzelhandelsvorhaben angenommen (sog. Regelvermutung). Hierzu zählen auch Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. In der Konsequenz dürfen diese großflächigen Vorhaben (mehr als 1.200 qm Geschossfläche bzw. 800 qm Ver-

[18] In der Praxis werden großflächige Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 800 qm festgestellt.

kaufsfläche) nur innerhalb von Kern- oder Sondergebieten angesiedelt werden. Auch wenn mittels einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse festgestellt wird, dass wesentliche Auswirkungen ausbleiben, wirkt dies nicht befreiend dahingehend, dass von einer Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit abgesehen werden kann.[19]. Die Kern- oder Sondergebietspflichtigkeit kann nur durch einen Nachweis der sog. „Atypik" vermieden werden. Diese Regelung greift bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die nachweisbar betriebliche Besonderheiten aufweisen, die nicht von der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden. Oft wird beispielsweise zur Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht, weil durch das Vorhaben vorrangig eine verbesserte Versorgung der Bevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich erreicht werden soll.

- Eine weitere Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche ergibt sich aus § 34 Abs. 3 BauGB. Wenn ein Vorhaben nach § 34 Abs. 1 oder § 34 Abs. 2 zulässig wäre, sodass ein Einfügen des Vorhabens in die Eigenart der näheren Umgebung vorliegt oder das Baugebiet einem in der BauNVO dargestellten Baugebiet, in dem das Vorhaben zulässig ist, entspricht, muss gemäß § 34 Abs. 3 BauGB zudem ausgeschlossen werden, dass von dem Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind.

„schädliche Auswirkungen"

Maßgeblich für die Prüfung „schädlicher Auswirkungen" sind in der Regel vorhabenbezogene städtebauliche Wirkungs- oder Verträglichkeitsanalysen, in denen die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte für den bestehenden Einzelhandelsbestand prognostiziert werden. Unter Berücksichtigung der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen der von Umsatzumverteilungen betroffenen Standorte werden dann Aussagen zur städtebaulichen Verträglichkeit abgeleitet.

Entscheidend für die städtebauliche Bewertung eines Vorhabens ist, ob durch die aufgezeigten handelswirtschaftlichen Umsatzeffekte die Funktionalität von zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Städtebauliche Auswirkungen können insbesondere dann eintreten, wenn innerhalb zentraler Versorgungsbereiche solche bestehenden Einzelhandelsbetriebe durch die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs von Bedeutung sind.

kritische Schwelle: 10 % Umsatzumverteilung

Als Erheblichkeitsschwelle einer Umsatzumverteilung, die auf negative städtebauliche Auswirkungen hinweist, wird oftmals eine Um-

19 vgl. Beschluss des BVerwG vom 9. Juli 2002 (4 B 14/02)

verteilung von 10 % des projektrelevanten Umsatzes in einem zentralen Versorgungsbereich angenommen. In der Rechtsprechung wird jedoch darauf verwiesen, dass für die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Vorhaben stets auch die spezifischen Gegebenheiten eines zentralen Versorgungsbereichs und die wirtschaftliche Stabilität der Anbieter zu berücksichtigen sind.[20]

In der Folge ist davon auszugehen, dass auch bei Unterschreitung einer Umsatzumverteilungsquote von 10 % je nach Ausgangssituation negative städtebauliche Auswirkungen induziert werden können. Mit der gleichen Argumentation kann postuliert werden, dass auch Umsatzumverteilungen von mehr als 10 % nicht zwangsläufig zu diesen mehr als unwesentlichen Auswirkungen führen müssen. Dementsprechend wird auch die Spannweite möglicher Schwellenwerte in der Rechtsprechung zwischen 10 % und 30 % diskutiert.[21]

5.2 Zentrenhierarchie in Werdohl

Unter Berücksichtigung der Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche wird in der Stadt Werdohl mit dem Hauptzentrum Innenstadt nur ein zentraler Versorgungsbereich festgelegt. Einzelhandelslagen mit der Qualität von Neben-, oder Nahversorgungszentren sind in der Stadt nicht existent.

Hauptzentrum

Die Innenstadt ist in Bezug auf die Einzelhandelsausstattung und die Branchendifferenzierung der größte und wichtigste Versorgungsstandort in der Stadt Werdohl. Daneben bestehen nur wenige Standorte, z. B. in Kettling und Pungelscheid, deren Einzelhandelsbedeutung über die eines Solitärbetriebs hinausgeht.

keine Änderungen der Zentrenhierarchie seit 2006

Somit ergibt sich im Vergleich mit dem Einzelhandelskonzept von 2006 und der durch den Rat der Stadt Werdohl beschlossenen Zentrenhierarchie keine Veränderung. Auch damals wurde nur für die Innenstadt die Qualität eines zentralen Versorgungsbereichs festgestellt.

5.2.1 Werdohl Innenstadt (A-Zentrum)

Lage innerhalb des Stadtgebiets

Die Werdohler Innenstadt befindet sich im gleichnamigen und einwohnerstärksten Stadtteil Werdohl. Auch geografisch befindet sich der Stadtteil etwa im Zentrum des Siedlungskörpers, wo die Mäander der Lenne das charakteristische „W“ zeichnen.

---

[20] vgl. OVG Münster 10 D 148/04.NE vom 28. Dezember 2005 („Centro-Urteil“)

[21] vgl. OVG Münster, Urteil vom 30.09.2009, 10 A 1676/08; OVG Potsdam NVwZ 1999, 434; OVG Koblenz NVwZ-RR 2001, 638; OVG Koblenz 8 B 12650/98 vom 8. Januar 1999; OVG Weimar 1 N 1096/03 vom 20. Dezember 2004

Abbildung 10 Luftbild der Werdohler Kernstadt am Ufer der Lenne

Quelle: google earth pro – Stand 2009

Am Rande des Rothaargebirges gelegen, wird die baulich-räumliche Struktur stark durch die Topografie geprägt. So steigt das Höhenniveau nördlich und südlich des Lenne-Ufers rasch an.

Das Stadtzentrums Werdohls, die Konzentration der zentralen Versorgungseinrichtungen der Stadt, befindet sich im östlichen der beiden nach Norden geöffneten Mäanderbögen. Während das östliche Ufer an der Plettenberger Straße durch Großgewerbe und Industrie genutzt wird, grenzt das Handelszentrum westlich bis an den Uferbereich und darüber hinaus: Über die Brücke der Bahnhofstraße wird das historische Stadtzentrum in versorgungsfunktionaler Hinsicht durch den Standortbereich zwischen dem Werdohler Bahnhof und der Inselstraße ergänzt (Bahnhofsviertel).

Erreichbarkeit

Erreichbarkeit

Sowohl die innerörtliche als auch die regionale Erreichbarkeit der Werdohler Innenstadt wird in erster Linie durch die beiden Bundesstraße B 236 und B 229 geprägt:

- Die B 236 folgt zwischen Oestrich und Schmallenberg dem Verlauf der Lenne und bindet Werdohl an die Nachbarstädte Plettenberg und Finnentrop im (Süd-)Osten sowie Altena und Iserlohn im Nordwesten an.

- Über die B 229 wird dagegen eine Verbindung in Richtung Balve und weiter nach Menden oder Arnsberg (Nordosten) sowie nach Lüdenscheid und Halver im Westen ermöglicht.

Die nächstgelegenen Autobahnanschlüsse befinden sich in Lüdenscheid (ca. 10 km) zur Autobahn 45 und in Iserlohn-Oestrich zur Autobahn 46 (ca. 35 km).

Pkw-Erreichbarkeit

Rund um den Bahnhof ist eine Pkw-Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen uneingeschränkt möglich, wobei Insel- und Bahnhofstraße eine übergeordnete innerörtliche Verbindungsfunktion besitzen.

Der historische Stadtkern Werdohls ist demgegenüber nur eingeschränkt mit dem Pkw anfahrbar, da das Zentrum rund um die Freiheitstraße als Fußgängerzone qualifiziert wird. Über die Derwentsider Straße nach Norden sowie über die Goethestraße nach Süden erfolgt die Umfahrung des Kernbereichs sowie die Andienung der öffentlichen und privaten (Kunden-)Parkplätze.

SPNV

Der Werdohler Bahnhof bindet das Hauptzentrum an das regionale Schienenverkehrsnetz an. Die regionale Anbindung wir darüber hinaus durch einige Regionalbus- und Schnellbuslinien der Märkischen Verkehrsgesellschaft GmbH unterstützt, die eine Anbindung der Nachbarorte sicherstellen.

ÖPNV

Zur Ausübung der stadtweiten Versorgungsfunktion des Hauptzentrums von größerer Bedeutung ist jedoch die Anbindung der Ortsteile durch den Öffentlichen Personennahverkehr. In dieser Hinsicht ist auf ein umfangreiches Liniennetz von Stadt-, Klein- und Bürgerbussen zu verweisen, durch das auch die meisten peripher gelegenen Wohnstandorte der Stadt Werdohl an die Innenstadt angebunden werden:

- Stadtbus 36 zwischen Werdohl, Kirche und Altena, u.a. über Ütterlingsen
- Stadtbus 62 zwischen Werdohl und Ütterlingsen
- Stadtbus 63 zwischen Werdohl und Riesei (Königsburg)
- Stadtbus 64 zwischen Werdohl und Werdohl, Bausenberg bzw. Werdohl, Rodt
- Stadtbus 65 zwischen Werdohl und Königsburg
- Stadtbus 274 zwischen Werdohl und Plettenberg, u. a. über Königsburg und Kettling
- Kleinbus 64 zwischen Werdohl und Bausenberg bzw. Rodt
- Kleinbus 66 zwischen Werdohl und Bremfeld, über Pungelscheid Eveking und Bärenstein u. a.
- Bürgerbus 1 über Werdohl, Kettling, Versevörde u. a.
- Bürgerbus 2 über Werdohl, Bausenberg, Krankenhaus u. a.
- Bürgerbus 3 über Werdohl, Versevörde, Kleinhammer, Espenhagen, Pungelscheid u. a.

Versorgungsbedeutung

Versorgungsbedeutung

Die Versorgungsbedeutung der Werdohler Innenstadt ist gesamtstädtisch und umfasst somit rund 18.500 Einwohner.

Eine differenzierte Betrachtung von Branchen und Betrieben zeigt, dass die gesamtstädtische Ausstrahlung nicht nur klassische innerstädtische Leitsortimente umfasst, sondern ebenso in hohem Maße Nahrungs- und Genussmittel. Vier von insgesamt sechs Lebensmittel-SB-Betrieben befinden sich in der Innenstadt, darunter die beiden einzigen Lebensmittelvollsortimenter in Werdohl sowie die beiden leistungsstärksten Lebensmitteldiscounter.

Während diese Konzentration im Sinne einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung im Stadtgebiet von Nachteil ist, gehen von ihr bedeutende Impulse für das Hauptzentrum aus. Die Lebensmittel-SB-Betriebe begründen Kundenfrequenzen, die mitentscheidend für Ansiedlungen und Rentabilität des Facheinzelhandels im Umfeld sind.

Wettbewerbsbezüge

Wettbewerbsbezüge

Aus städtischer Perspektive ist der innerstädtische Einzelhandel nur einem untergeordneten Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Nur die wohnungsnahe Lebensmittelversorgung durch zwei Lebensmitteldiscounter in Pungelscheid und Ütterlingsen sowie Spezialanbieter (Leuchten oder Kamine & Öfen) in Kettling sind als konkurrierende Betriebe und Standorte hervorzuheben.

Vielmehr steht die Innenstadt als Versorgungsstandort wie auch als Raum zum Aufenthalt, zur Kommunikation und zur Freizeitgestaltung in Konkurrenz mit den nächstgelegenen Mittelzentren (Altena, Plettenberg, Lüdenscheid) sowie zu den Oberzentren Hagen und Dortmund.

Räumliche Abgrenzung

Räumliche Abgrenzung

Bei der räumlichen Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs sollte in der Regel eine Korrespondenz von Ausdehnung bzw. Größe der Versorgungsfunktion und Einzugsbereich erreicht werden.

In Werdohl wird die Abgrenzung des Hauptzentrums jedoch intensiv von zwei Faktoren bestimmt:

- Geprägt durch den Verlauf der Lenne sowie die topografische Situation hat sich eine Einkaufslage entwickelt, die eine verhältnismäßig große Nord-Süd-Erstreckung, bei einer geringeren Ost-West-Ausdehnung aufweist.
- Ebenfalls durch Lenne und Topografie beeinflusst, bietet der Stadtkern keine Flächen zur weiteren Ansiedlung großflächiger (und moderner) Einzelhandelsbetriebe. So hat sich in der Vergangenheit das Umfeld des Werdohler Bahnhofs als Teil des Hauptzentrums entwickelt und ist an das ursprüngliche Zentrum herangewachsen.

Unter diesen Rahmenbedingungen wird empfohlen, folgende räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Innenstadt vorzunehmen:

Freiheitstraße

Die Freiheitstraße bildet als Fußgängerzone und Standort eines Großteils von Einzelhandels- und weiteren Versorgungsbetrieben den Kern des Hauptzentrums. Von Norden nach Süden ergänzen der Fritz-Thomée-Platz, der Alfred-Colsman-Platz und das Brüninghaus-Areal die Versorgungsfunktion der Freiheitstraße. Letzteres ist Standort des WK-Warenhauses, des größten Einzelhandelsbetriebs der Stadt Werdohl und wichtigsten Magnetbetriebs des Hauptzentrums. Die Zufahrtsstraße Grasacker bildet das südliche Ende der Abgrenzung.

Lenne-Ufer

Im Bereich des Lenne-Ufers werden die Derwentsider Straße, die Sandstraße und Altes Dorf in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Während im nordöstlichen Bereich auch die Schulstraße eingeordnet wird, stellt im Süden die Freiheitstraße die Grenze des zentralen Versorgungsbereichs dar.

Bahnhofsviertel

Westlich der Lenne sollte auch das Bahnhofsviertel in die Abgrenzung des Hauptzentrums integriert werden. Dabei wird der Einzelhandelsbestand dahingehend berücksichtigt, als dass die Betriebe Aldi (Heinrichstraße) und E-Center Tank (Inselstraße) das Ende des westlichen Versorgungsbereichs markieren.

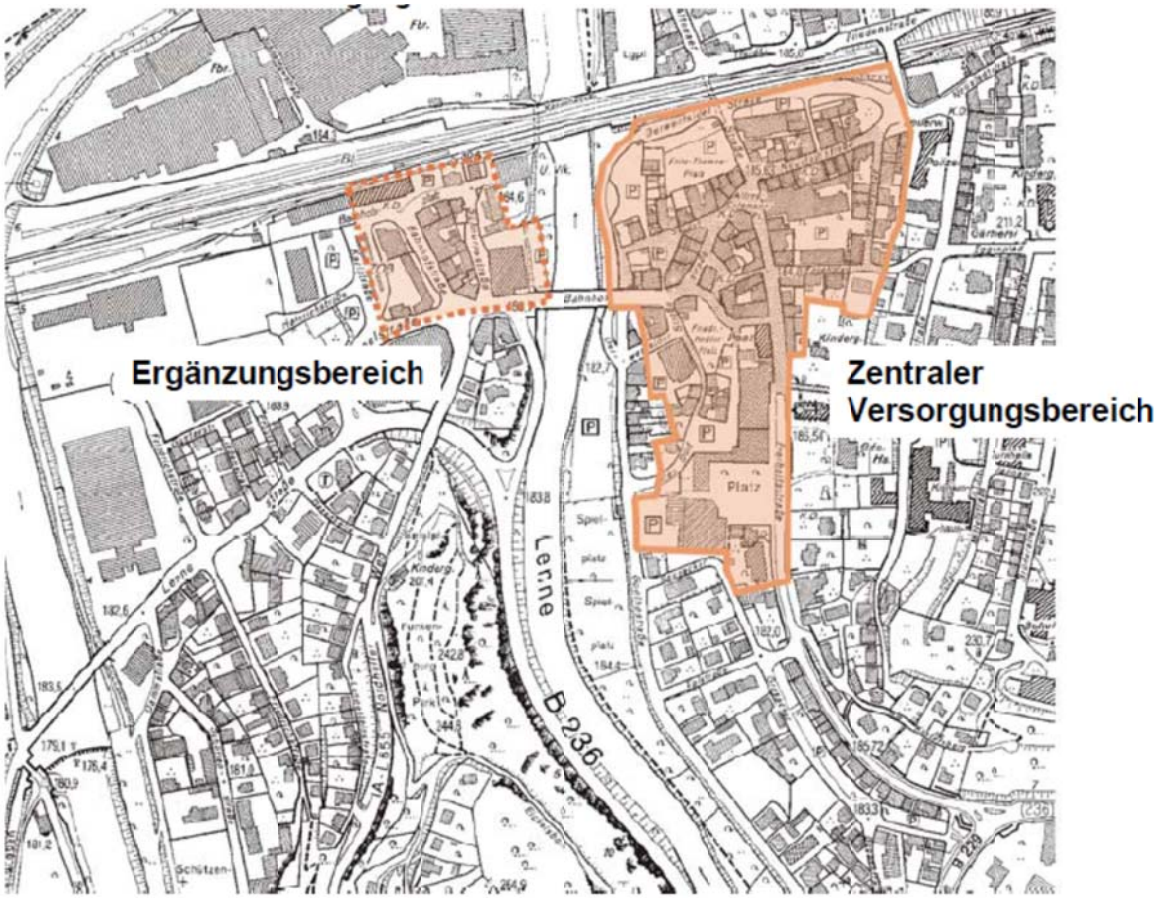
Entwicklunsgflächen

Unmittelbar an dieser westlichen Grenze der Versorgungslage befinden sich zwei Flächen, die langfristig als Erweiterungsflächen für Einzelhandelsentwicklungen in Betracht gezogen werden könnten und mit 3.000 qm bzw. 5.000 qm auch für großflächige Ansiedlungen geeignet wären. Jedoch sind bislang keine Diskussionen oder Planungen zur handelswirtschaftlichen Inwertsetzung der Flächen erfolgt, sodass empfohlen wird, beide Standorte zwar als Ergänzungsstandorte zu bestimmen, jedoch aktuell nicht in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs zu integrieren. Diese Empfehlung stützt sich auf die handelswirtschaftlichen Perspektivberechnungen, die nur geringe Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen. Auch bei Verlagerungs- und Erweiterungsabsichten vorhandener Betriebe wäre zu prüfen, welche versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Wirkungen zu erwarten wären. Zudem kann im Vergleich der beiden Flächen nicht eindeutig festgestellt werden, welche die geeignetere ist, um den zentralen Versorgungsbereich zu stärken. Daher ist zu empfehlen, die Einbeziehung erst in Verbindung mit einer konkreten Planung zu prüfen.

Diese Empfehlung zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs geht über die im Jahr 2006 vorgenommene Zuordnung hinaus (Abbildung 11). Damals wurde nur der Stadtkern östlich der Lenne als zentraler Versorgungsbereich definiert; die Bahnhofstraße wurde nur bis zur Stadtbrücke einbezogen. Dagegen ist das Bahnhofsviertel als Ergänzungsbereich beschrieben. Anders als der zentrale Versorgungsbereich ist „Ergänzungsbereich“ kein planungs-

rechtlicher Begriff, so dass daraus nur eine kommunale Zielsetzung erkennbar ist. Um auch die Schutzwürdigkeit der Einzelhandelsfunktionen des Bahnhofsviertels anzuerkennen, ist eine Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich geboten.

Abbildung 11 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Werdohl aus dem Jahr 2006



Quelle: Junker und Kruse – Stadtforschung , Planung: Entwicklungsspielräume und Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel der Stadt Werdohl - Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Dortmund, März 2006

Zur besseren Vergleichbarkeit und Darstellung der Entwicklung seit 2006 unterscheiden die folgenden Ausführungen wenn erforderlich zwei Abschnitte des Werdohler Hauptzentrums: Kernstadt (ehemaliger zentraler Versorgungsbereich) und Bahnhofsviertel (ehemaliger Ergänzungsbereich zzgl. Standort Inselstraße 1).

Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

Städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation

In Abhängigkeit ihrer Entwicklung in der Vergangenheit weisen beide Teilabschnitte des Hauptzentrums Innenstadt eine unterschiedliche städtebauliche und nutzungsstrukturelle Situation auf:

Das Umfeld des Werdohler Bahnhofs markiert sowohl im Hinblick auf die Nutzungsstruktur als auch verkehrlich den Auftakt der Innenstadt. Im Schnittpunkt von Bundesstraße 236 und Landstraße 655 (Inselstraße) besteht hier eine vergleichsweise hohe Verkehrsdichte, die auch durch die frequenzstarken Einzelhandelsbetriebe Aldi und E-Center Tank und den Bahnhof geprägt wird. Alle drei Standorte sind mit einer ausreichenden Anzahl zugehöriger Pkw-Stellplätze ausgestattet (E-Center: Parkhaus im Untergeschoss).

Ergänzt wird die Nutzungsstruktur durch meist kleinteilige Einzelhandelsbetriebe sowie Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen entlang der Bahnhofstraße zwischen Bahnhof und Stadtbrücke.

Städtebaulich zeichnet sich der Standortbereich durch eine Durchmischung aus, wobei der Bahnhof architektonisch als „Leuchtturm-Projekt“ bezeichnet werden kann. Im Rahmen des Städtebauförderungsprogramms Stadtumbau West wurde der Bahnhof als eines der Projekte unter dem Titel „Werdohl baut um“ aufwändig saniert und umgestaltet. Während seine historische Fassade weitgehend erhalten und aufgearbeitet wurde, sind Innenausbau und das Nutzungskonzept weitgehend geändert worden. U. a. bietet die Empfangshalle mit einer Café-Gastronomie ausreichend Bestuhlungsraum für kulturelle Veranstaltungen. Weitere Bahnhofsnutzungen sind zum Beispiel die Büroräume der Werdohler Wohnungsgesellschaft und eine Kunstwerkstatt.

Auch das Gebäude des E-Center Tank wurde architektonisch aufgewertet und neu bezogen[22]. Der übrige Standortbereich zeigt eine geschlossene Bauweise mit überwiegend kleinstrukturierten gewerblichen Erdgeschossnutzungen. Sowohl im Hinblick auf die Gebäudesubstanz als auch die Gestaltung von Ladenlokalen sind in Richtung der Stadtbrücke teilweise Defizite erkennbar.

Der historische Stadtkern, östlich der Stadtbrücke, erstreckt sich zwischen den beiden Einzelhandels-Magnetbetrieben Lidl im Norden (Frith-Thomeé-Platz) und dem WK-Warenhaus im Süden (Brüninghausplatz/Grasacker). Die zwischenliegende Freiheitstraße ist als Fußgängerzone vom Pkw-Verkehr befreit und bietet die größte gewerbliche Nutzungsdichte der Werdohler Kernstadt. Die Einzelhandelsnutzungen konzentrieren sich jedoch weitgehend auf der östlichen Straßenseite, während die Erdgeschosse der gegenüberliegenden Häuserzeile primär durch Gastronomieeinrichtungen und Dienstleistungsbetriebe belegt wird.

22 ehemaliger Standort eines Lebensmittelvollsortimenters Minimal

Die Ladenlokale der Freiheitstraße werden in weiten Teilen durch vorgebaute Arkadengänge aufgewertet, wodurch eine optische Attraktivierung einerseits und ein witterungsgeschütztes Einkaufserlebnis andererseits unterstützt werden. Der überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe weist Verkaufsflächen von unter 100 qm auf, als frequenzerzeugender Magnetbetrieb ist ein Drogeriefachmarkt hervorzuheben. Die übrigen Betriebe bieten überwiegende innerstädtische Leitsortimente wie Textilien, Schuhe, Sport, Bücher oder Unterhaltungselektronik an.

Neben den Arkadengängen prägen die rote Pflasterung und einige sanierte Altbaufassaden den städtebaulichen Charakter der Freiheitstraße. Jedoch unterbrechen Leerstände sowie alte und ungepflegte Gebäude/Fassaden den einladenden Gesamtcharakter.

Der Standort des WK-Warenhaus kennzeichnet das südliche Ende der Fußgängerzone. An der südwestlichen Kante des Brüninghausplatzes gelegen zeigt das Angebot des Warenhauses insbesondere eine Konzentration bei den Sortimenten Textilien, Sport, Schuhe, Nahrungs- und Genussmitteln und Haushaltswaren. Auch die West- und die Nordseite des Brüninghausplatzes ist in den in den Erdgeschosslagen primär durch Einzelhandelsbetriebe belegt (u. a. Schuhfachmarkt, Apotheke, Blumengeschäft).

Auf der Nordseite des Brüninghausplatzes befindet sich zudem ein Eingang einer innenliegenden Ladenpassage, die L-förmig an die Freiheitstraße anschließt. Die Passage weist gestalterische Defizite auf und entspricht nicht zeitgemäßen Qualitätsstandards.

Weiterhin wird die Handelsfunktion der Innenstadt durch den Alfred-Colsman-Platz und die Bahnhofstraße geprägt, die westlich einen Anschluss zur Stadtbrücke herstellen. Handelswirtschaftlich ist eine Durchmischung inhabergeführte Fachgeschäfte (z. B. Sport, Unterhaltungselektronik, Herrenausstatter), preisorientierter Anbieter (Woolworth, Sonderposten) und Geschäfte, Dienstleistungen und Gastronomiebetriebe internationaler Anbieter erkennbar.

Die Platzgestaltung (Brunnen, Altbauten, Straßenmöblierung) unterstützt eine positive Aufenthaltsqualität, die insbesondere bei gutem Wetter zu einer Belebung des Platzes beiträgt. Jedoch sind gestalterische Defizite und Sanierungsbedarfe erkennbar.

Die von der Freiheitstraße in westliche Richtung abzweigenden Straßen Neustadtstraße und Eggenpfad weisen bereits einen ansteigenden Straßenverlauf auf. Hier befinden sich insbesondere Dienstleistungs- und Gastronomieeinrichtungen, der Einzelhandel nimmt eine untergeordnete Bedeutung ein.

Einzelhandelsausstattung nach Angebotsschwerpunkt

Angebotsschwerpunkt

Tabelle 13 Einzelhandelsausstattung des Werdohler Hauptzentrums

Branche	Betriebe		Verkaufsfläche	
	Zahl	in %	in qm	in %
Nahrungs- und Genussmittel	21	34,4	5.960	43,7
Gesundheit, Körperpflege	12	19,6	1.155	8,5
Blumen, Zoobedarf	3	4,9	360	2,6
Bücher, Schreibwaren, Büro	4	6,6	170	1,2
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	12	19,7	5.335	39,1
Sport, Spiel, Freizeit	0	0	0	0
Elektrowaren	4	6,6	215	1,6
Möbel, Einrichtung	2	3,3	235	1,7
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	3	4,9	220	1,6
Summe	61	100,0	13.650	100,0

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Innerhalb des so abgegrenzten Hauptzentrums befindet sich ein Großteil des gesamten Werdohler Einzelhandelbesatzes

61 Einzelhandelsbetriebe beschreiben einen gesamtstädtischen Anteil von rund 68 %. In Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung von 13.650 qm (ca. 77 %) und die Umsatzleistung von etwa 49 Mio. EUR (rund 79 %) erreichen die Anteile noch höhere Werte.

Bewertung der Angebotssituation und der Magnetbetriebe

Branchen

Die beiden Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung, Schuhe, Schmuck dominieren das innerstädtische Einzelhandelsangebot in Werdohl. In mehr als der Hälfte der Einzelhandelsbetriebe werden die beiden Warengruppe schwerpunktmäßig angeboten, insgesamt auf rund 83 % der Gesamtverkaufsfläche.

Auch die Warengruppe Gesundheit, Körperpflege übernimmt einen Betriebsanteil von rund 20 %. Aufgrund der eher kleinteiligen Struktur der Geschäfte (vornehmliche Apotheken, Optiker, Akustiker) ist der Verkaufsflächenanteil von rund 9 % nicht proportional.

Die genannten drei Warengruppen stellen auch die Kernsortimente der Magnetbetriebe der Werdohler Innenstadt. Hierzu zählen die Lebensmittelanbieter Aldi, E-Center, Lidl und Rewe, das WK Warenhaus und der Drogeriefachmarkt Rossmann. Insbesondere im Bereich Bekleidung/Schuhe unterstützen sowohl inhabergeführte Fachgeschäfte als auch Filialisten die Frequenzerzeugung.

In den übrigen Warengruppen wird die Angebotssituation durch folgende Betriebsstrukturen geprägt:

- Blumen, Zoobedarf: In drei Fachgeschäften (ca. 80 bis 120 qm Verkaufsfläche) werden im Kernsortiment Blumen angeboten, ein Anbieter des Sortiments Zoobedarf existiert im Hauptzentrum nicht.
- Bücher, Schreibwaren, Büro: Ebenfalls kleine Fachgeschäfts-Strukturen bestimmen die Branche Bücher, Schreibwaren, Büro. In vier Geschäften werden mit einem Angebotsschwerpunkt im Sortiment Bücher rund 170 qm Verkaufsfläche bewirtschaftet.
- Die Warengruppe Sport, Spiel, Freizeit ist im Werdohler Hauptzentrum derzeit nicht durch einen Fachanbieter vertreten.[23]
- Zu der Warengruppe Möbel, Einrichtung gehören zwei innerstädtische Betriebe, die auf rund 235 qm schwerpunktmäßig Haushaltswaren anbieten.
- Drei Betriebe zwischen rund 20 und 130 qm sind der Warengruppe Bau- und Gartenbedarf, Autozubehör zuzuordnen, wobei der Angebotsschwerpunkt bei Renovierungsartikeln und Farben sowie Autozubehör liegt.

Charakteristik der beiden Abschnitte

Die beiden Abschnitte des zentralen Versorgungsbereichs zeigen eine unterschiedliche Charakteristik: Im Bahnhofsviertel umfasst die Angebotssituation insbesondere Sortimente des kurzfristigen Bedarfs aus den Warengruppen Nahrungs- und Genussmitteln, Gesundheit/Körperpflege und Blumen/Zoobedarf. Sowohl in Bezug auf den Anteil an allen Betrieben des Hauptzentrums als auch den Anteil an der Verkaufsfläche zeigt sich für diese Warengruppen eine wichtige Versorgungsbedeutung. Die Produkte der dem langfristigen Bedarf zugehörigen Warengruppe Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör wird sogar schwerpunktmäßig im Bahnhofsviertel angeboten.

Insbesondere die Warengruppen, die innerstädtische Leitsortimente umfassen (zum Beispiel Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Haushaltswaren, Geschenkartikel) werden dagegen überwiegend oder ausschließlich in der Kernstadt östlich der Lenne angeboten.

Somit ergibt sich eine gegenseitige Ergänzung der beiden Abschnitte. Die räumliche Funktionsteilung unterstützt auch die Nahversorgungssituation in der Stadt Werdohl, die in Kapitel 6 genauer dargestellt wird. Die Lebensmittel-SB-Betriebe der Stadt Werdohl weisen eine starke Konzentration im Werdohler Hauptzentrum auf, sodass dort auch für einen Großteil der Bewohnerschaft in den peripher gelegenen Ortsteilen eine Versorgung mit Nahrungs- und Ge-

[23] Der Betrieb Sport Bathe hat einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Sportbekleidung, Sportschuhe und wird der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Schmuck zugeordnet.

nussmitteln übernommen wird. Das Bahnhofsviertel eignet sich für diese Funktion aufgrund seiner höheren Verkehrsgunst.

Tabelle 14 Einzelhandelsausstattung in den beiden Abschnitten Kernstadt und Bahnhofsviertel

Branche	Anteil an Betrieben in %		Anteil an Verkaufsfläche in %	
	Kernstadt	Bahnhofsviertel	Kernstadt	Bahnhofsviertel
Nahrungs- und Genussmittel	66,7	33,3	40,0	60,0
Gesundheit, Körperpflege	58,3	41,7	66,2	33,8
Blumen, Zoobedarf	33,3	66,7	33,3	66,7
Bücher, Schreibwaren, Büro	75,0	25,0	73,5	26,5
Bekleidung, Schuhe, Schmuck	91,7	8,3	82,4	17,6
Sport, Spiel, Freizeit	-	-	-	-
Elektrowaren	100,0	0,0	100,0	0,0
Möbel, Einrichtung	100,0	0,0	100,0	0,0
Bau-, Gartenbedarf, Autozubehör	33,3	66,7	6,8	93,2
Summe	70,5	29,5	60,5	39,5

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Komplementärnutzungen und Leerstandssituation

Komplementärnutzungen und Leerstandssituation

In den Erdgeschosslagen des Hauptzentrums wurden 15 Leerstände erfasst, in Bezug auf alle gewerblichen Erdgeschosslagen (Einzelhandel, Komplementärnutzungen und Leerstände) errechnet sich eine Leerstandsquote von rund 9 %. Gemessen an einem regelmäßigen Fluktuationsleerstand von erfahrungsgemäß max. 7 bis 8 % ist dieser Wert leicht überdurchschnittlich.

Tabelle 15 Komplementärnutzungen im Werdohler Hauptzentrum

Typ	Anzahl	Angebotsschwerpunkt
Dienstleistungen	20	Finanzdienstleistungen, Rechtsanwälte, Steuerberater, Immobilienservice, Frisöre, Kosmetikstudios, Schneiderei, Reisebüros, Paketservice, diverse Beratungen
Gastronomie	50	Cafés, Imbiss, Eisdielen, Kneipen, Restaurants
Kultur, Freizeit	4	Kulturvereine, Museum, Stadtbücherei
Gesundheit, Bildung	6	(Fach-) Ärzte, Medizinische Dienstleistungen, Therapeuten
Vergnügungsstätten	4	Wettbüros, Spielhallen
Summe	**84**	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

Auch in Bezug auf die Komplementärnutzungen übernimmt die Innenstadt eine besondere Funktion, da in den vier unterschiedenen Sparten ein hoher Anteil zentraler und teilweise qualitätsvoller Angebote bereitgestellt wird.

Weitere Impulse auf die Kundenfrequenz werden insbesondere durch die öffentlichen Infrastruktureinrichtungen ausgelöst. Dabei ist insbesondere auf die Stadtklinik Werdohl hinzuweisen, die rund 200 Beschäftigte innenstadtnah in der Schulstraße beschäftigt. Im direkten Umfeld des Hauptzentrums befinden sich zudem einige Schulen (Grundschule, Realschule, Volkshochschule) und Kindergärten sowie das Rathaus der Stadt Werdohl.

Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt seit 2006

Entwicklung seit 2006

Ein Vergleich der handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Situation mit den Ausführungen des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2006 ist weitestgehend nur für den Bereich der Kernstadt möglich, weil dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt wurde.

- Die Betriebszahl ist seit dem Jahr 2006 leicht rückläufig. Mit heute 43 Einzelhandelsbetrieben ist ein Rückgang von rund 8 % von ehemals 47 Betrieben zu konstatieren. Die Verkaufsfläche jedoch ist von rund 6.800 auf 8.255 qm angestiegen, dies entspricht einer prozentualen Steigerung von ca. 21,4. Insbesondere die zwischenzeitliche Ansiedlung des Lidl-Lebensmitteldiscounters am Fritz-Thomeé-Platz ist hierfür maßgeblich.
- Branchenbezogen dominieren nach wie vor die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung, Schuhe, Sport das Einzelhandelsgefüge in diesem Bereich.
- Unverändert untergeordnet ist die Bedeutung der Sortimente Sport, Spielwaren, Hobby etc. für die Angebotssituation.
- In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege wurde der Verlust eines ehemals in der Freiheitstraße ansässigen Schlecker-

Drogeriefachmarkts zwischenzeitlich durch die Eröffnung einer Filiale der Fa. Rossmann aufgefangen.

Für den zentralen Versorgungsbereich, in Wechselwirkung auch für den Ergänzungsstandort Bahnhofsviertel, haben die Gutachter im Jahr 2006 Maßnahmen zur Aufwertung definiert, deren Umsetzung folgend kommentiert wird:

- Durch die Ansiedlung des Lidl-Lebensmitteldiscounters am Fritz-Thomeé-Platz konnte der angestrebte Aufbau eines nördlichen Einzelhandelspols initiiert werden. Die fußläufige Anbindung an die Freiheitstraße über den Alfred-Colsman-Platz funktioniert.
- Anders zu bewerten ist das Ziel der Aufwertung des südlichen Einzelhandelspols am Brüninghausplatz. Weder konnten Lücken im Einzelhandelsbesatz im südlichen Bereich der Freiheitstraße, optische/städtebauliche Maßnahmen (Beschilderung, Pflasterung) zu einer besseren Anbindung des Brüninghausplatzes beitragen noch ist die Ladenpassage aufgewertet, umgebaut oder umstrukturiert worden.
- Die erfolgreiche Umsetzung der empfohlenen Aufwertung der Freiheitstraße ist kaum messbar. Fakt ist, dass auch heute noch eine Konzentration der Einzelhandelsbetriebe auf der östlichen Straßenseite vorherrscht. Die Nutzungsqualität sowie der Gebäude- und Fassadenzustand auf der westlichen Straßenseite sind inhomogen.
- Das Bahnhofsviertel hat eine Aufwertung erfahren; das Bahnhofsgebäude ist hochwertig neu gestaltet worden und wird rentabel genutzt, Fachgeschäfte siedelten an und der Ersatz des Minimal-Supermarkts durch den E-Center bedeutet sowohl eine architektonische als auch eine versorgungsstrukturelle Optimierung. Auch infolge dieser Maßnahmen wird innerhalb dieses Konzepts die Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs um das Bahnhofsviertel empfohlen. Die Zielsetzung einer stärkeren Verknüpfungsfunktion durch die Stadtbrücke ist bis heute nicht erfolgreich umgesetzt worden, ebenso die Aufwertung von Uferbereichen der Lenne, die durch Parkplätze mindergenutzt sind.

Handlungsempfehlungen

Handlungsempfehlungen

Übergeordnet für alle folgenden handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Empfehlungen ist die Akzeptanz eines zentralen Versorgungsbereichs, der sich über die Lenne hinweg in zwei Abschnitte gliedert. Dabei übernehmen beide Abschnitte eine wichtige Versorgungsfunktion, die sich in der Kernstadt durch die Schlagworte Branchenmix, Textilien, Aufenthalt, Flanieren, Verkehrsberuhigung, Lenne-Ufer charakterisieren lässt, währen das Bahnhofsumfeld für die Nahversorgung, die Verkehrsgunst und eine repräsentative Ortseingangssituation steht.

Die gegenseitige Ergänzung dieser Standortpotenziale innerhalb eines Hauptzentrums dient als Basis einer handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Fortentwicklung.

Verknüpfung von Kernstadt und Bahnhofsviertel

Von besonderer Bedeutung für das Miteinander der beiden Abschnitte sind die Stadtbrücke und die Uferbereiche der Lenne: Die Stadtbrücke sollte für die Fußgängerquerung aufgewertet werden. Ansätze hierfür sind mit der Bepflanzung, Infotafeln und einem Aussichtspunkt bereits initiiert worden. Weitere Potenziale bieten die Aufwertung der Lenne-Ufer, um die Sichtbeziehungen attraktiver zu gestalten sowie weitere Nutzungen wie bspw. Gastronomie, Spielgeräte, Sitzmöglichkeiten etc., um die Fußgängerfrequenzen zu steigern. Entsprechende Maßnahmen wurden bereits teilweise umgesetzt und sind verstärkt durch die geplanten Baumaßnahmen („Werdohl an die Lenne“) zu erwarten. In Bezug auf die Motivation zur Brückenüberquerung, die durch attraktive Sichtbeziehungen gefördert wird, gilt es auch Private in die Pflicht zu nehmen, deren Gebäude-(rückseiten) einer Aufwertung bedürfen. Über besondere Veranstaltungen und Maßnahmen ist es weiterhin empfehlenswert die Brücke stärker als „Lebensraum“ im Bewusstsein der Werdohler Bevölkerung zu verankern. Brückenfeste, Malwettbewerbe, Brückenläufe (Sportveranstaltungen) können hierzu beitragen.

Nutzung der Potenziale durch „Werdohl an die Lenne“

Durch die Umsetzung der städtebauliche Maßnahme „Werdohl an die Lenne“, die im Rahmen der Regionale 2013 angestoßen wurde, erfährt der Brüninghausplatz eine bedeutende städtebauliche Aufwertung: Unmittelbar in Höhe des WK Warenhauseingangs soll eine attraktive Wegeverbindung zur Lenne hergestellt werden. Das Lenne-Ufer selber wird ebenfalls optisch und nutzungsstrukturell neugestaltet, und für den Brüninghausplatz sind weitreichende städtebauliche Veränderungen (Oberflächen, Mobiliar, Begrünung etc.) projektiert. Dies bietet das Potenzial auch die anliegenden Objekte und Nutzungen in die Modernisierung einzubeziehen. Dies gilt insbesondere für die Passage, die nicht mehr den Anforderungen der Anbieter sowie den Ansprüchen und Wünschen der Nachfrager entspricht. Der innenliegende Verlauf erschwert eine Sanierung, sodass empfohlen wird eine umfassende Schließung und Beustrukturierung der Passage anzustreben.

Optimierung der Lauflage in der Freiheitstraße

Auch für die Freiheitstraße können Impulse durch die Aufwertung des Brüninghausplatzes erwartet werden. Generell wird die Zielsetzung aufrechterhalten eine auf beiden Straßenseiten gleichwertige handelswirtschaftliche Weiterentwicklung zu unterstützen. Insbesondere gilt es leerstehende oder mindergenutzte Objekte einer qualitätsvollen Nutzung zuzuführen, um eine im Zusammenhang wahrnehmbare hochwertige Lauflage herauszubilden. Eine besondere Bedeutung übernimmt dabei das Objekt Freiheitstraße 16, das derzeit leer steht und Renovierungsbedarf aufweist, baulich und architektonisch jedoch Potenzial für eine hochwertige Nutzungszuführung bietet.

vereinzelte Maßnahmen rund um den Alfred-Colsman-Platz

Der Alfred-Colsman-Platz stellt sich als städtebaulich und handelswirtschaftlich funktionierender Standort dar. Durch kleinere Maßnahmen sollte seine Pol-Funktion gemeinsam mit dem benachbarten Fritz-Thomeé-Platz im Norden der Lauflage unterstützt werden. Der öffentliche Raum wird hier zum Aufenthalt genutzt, wodurch eine positive „urbane" Atmosphäre vermittelt wird; die Brunnenanlage ist hier mitentscheidend. Sie ist jedoch renovierungsbedürftig, derzeit wirkt sie ungepflegt, dass Wasser verschmutzt. Durch eine Instandsetzung würde der gesamte Raum einladender und attraktiver wirken. Der ansässige Handel übernimmt für die Pflege bereits Verantwortung, jedoch sind auch öffentliche Investitionen nötig. Dagegen können die Mündungsbereiche der Sand- und der Bahnhofstraße auch bereits durch die Immobilieneigentümer und -nutzer aufgewertet werden. Der positive „altstädtische" Charakter würde unterstützt durch abgestimmte und zurückhaltende Beschilderung der Betriebe sowie durch eine Beschränkung der betrieblichen Ausstellungsfläche im Straßenbereich.

Angebotsergänzungen im Einzelhandel

Aus handelswirtschaftlicher Perspektive sind Angebotsergänzungen zu empfehlen, die die Branchenvielfalt ausweiten, Magnetbetriebe beinhalten und die wenigen Leerstände in die Standortentscheidungen einbeziehen. Auch die Ergänzungsflächen, die an das Hauptzentrum angrenzen sind in die Planungen einzubeziehen. Für die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten müsste vorhabenbezogen die Zentrenverträglichkeit dargestellt und die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeweitet werden. Branchenbezogen bieten sich Angebotsergänzungen zum Beispiel bei Sportgeräten, Spielwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik an. In den Übrigen Sortimenten und Warengruppen erschweren die prognostizierten Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklungen tragfähige Angebotsergänzungen, ohne dass intensive Wettbewerbsverflechtungen im Bestand hervorgerufen werden.

Parkplatzgebühren

Am 1. Januar 2104 wurden in der Werdohler Innenstadt Parkgebühren eingeführt, die – wie häufig – eine unterschiedliche Bewertung des Handels und der Verwaltung/ Politik der Stadt Werdohl erfahren. Einige Händler beklagen kürzere Kundenaufenthalte und ausbleibende Einkaufsvorgänge in Folge des Zeitdrucks durch die Parkraumbewirtschaftung. Durch eine weitere Differenzierung des Konzepts, zum Beispiel die Einführung eines Kostenlimits für mehrstündiges Parken, könnte für diese Situation Abhilfe geschaffen werden.

Stabilisierung des Bahnhofsviertel, Aufwertung der Randbereiche

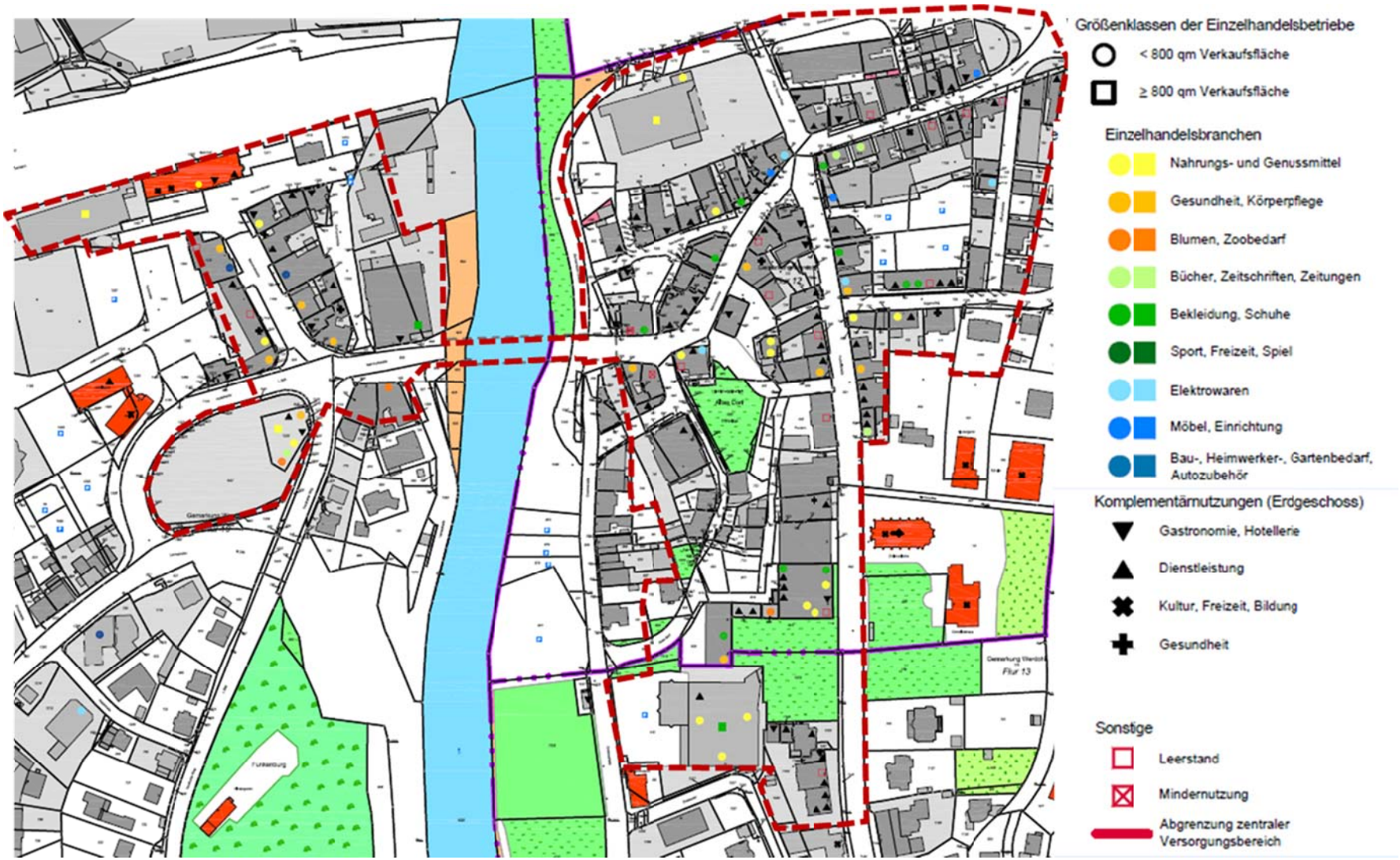
Die positive Entwicklung des Bahnhofsviertels, beeinflusst durch die Aufwertung und Umnutzung des Bahnhofs sowie die Übernahme des Minimal-Supermarkts durch ein E-Center und eine damit einhergehende Aufwertung des Standorts und der Immobilie Inselstraße 1 ist bereits dargestellt worden. Auf dieser Basis gilt es auch die kleinteiligen zwischenliegenden Ladenstrukturen zu stabilisieren. Insbesondere in Richtung der Stadtbrücke bedarf die Außendarstellung der Betriebe einer Aufwertung; dies auch im Kontext der ver-

besserungswürdigen Sichtbeziehungen von und über der/die Stadtbrücke.

Bewertungsmatrix der Einzelhandelslage Innenstadt zur Einstufung als Hauptzentrum

Kriterium	Rechtsgrundlage oder wissenschaftl. Nachweis	Mindestanforderung	Bewertung Ist-Situation	Ergebnis
Lage + siedlungsräumliche Einbindung	**Kuschnerus 2007: 82 f.**	Innenstadt-, Ortszentren	Städtebaulich integrierte Lage innerhalb der Kernstadt der Stadt Werdohl	√
Verflechtungsbereich	**Kuschnerus 2007: 82 f.**	Größerer Einzugsbereich, i. d. R. gesamtes Stadtgebiet	Gesamtstädtische Versorgungsfunktion für rund 18.523 Einwohner, darüber hinaus bestehen auch intensiver Einkaufsverflechtungen mit den Bürgern der Stadt Neuenrade	√
ÖPNV-Anbindung	**BVerwG, Urt. vom 17.12.09 – 4 C 2/08**	Integrierte Lage, nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen	ÖPNV-Haltepunkte liegen vor (Bahn, Bus)	√
Struktur + Dichte Einzelhandel	**Kuschnerus 2007: 82 f.**	Breites Spektrum an Einzelhandelsangeboten, insbesondere zentrentypische und ggf. auch nahversorgungsrelevante Sortimente, Waren des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs	Einzelhandelsangebot in allen Bedarfssparten, Fokussierung auf nahversorgungsrelevante Angebote sowie Textilien	√
Struktur + Dichte Komplementärnutzungen	**Kuschnerus 2007: 82 f.**	Breites Spektrum an Dienstleistungsangeboten	Hohe Anzahl und Dichte von Komplementärnutzungen, die das Einzelhandelsangebot ergänzen und eigene Frequenzen erzeugen	√
Kompatibilität von Ausstattung und Versorgungsauftrag	**OVG Münster vom 15.02.2012 (10 D32/ 11 NE)**	Ausstattung soll Versorgung auch perspektivisch sichern	Versorgungsauftrag kann wahrgenommen werden, Angebotsergänzungen sowie städtebauliche Aufwertungen unterstützen stabile Entwicklung	√

Abbildung 12 Hauptzentrum Werdohl



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

5.3 „Werdohler Liste“

Ziel der „Werdohler Liste“

Um die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden nicht zu beeinträchtigen, spielt die Sortimentsausstattung von geplanten Einzelhandelsprojekten bei der Bewertung möglicher Auswirkungen eine maßgebliche Rolle. Die Ableitung einer ortstypischen Sortimentsliste ist richterlich und wissenschaftlich als Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung anerkannt. Sie dient maßgeblich dazu, die zentralen Versorgungsbereiche in Werdohl dahingehend zu schützen, dass Einzelhandelsentwicklungen mit Sortimenten, die derzeit die Funktionsfähigkeit dieser Lagen sichern, außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden.

Nach ständiger Rechtsprechung[24] des OVG NRW bedarf es bei der Definition einer ortstypischen – hier der „Werdohler“ – Liste einer individuellen Betrachtung der jeweiligen Situation. Darüber hinaus sind die Vorgaben bzw. die in der Anlage 1 zum Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel aufgeführten Sortimente zu beachten. Diese Sortimente sind als Empfehlungen und Orientierungshilfen zu verstehen, die jedoch zwingend auf die spezifischen Besonderheiten der jeweiligen Gemeinde zugeschnitten werden müssen. Erst mit Vorliegen einer solchen spezifischen „Werdohler Liste“ kann im Rahmen der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Unterscheidung von Sortimenten

Grundsätzlich unterscheidet die „Werdohler Liste“ nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente sind Waren des täglichen Bedarfs, die wohnungsnah angeboten werden sollen. Sie sind aufgrund ihrer Eigenschaften nahezu immer auch als zentrenrelevant einzustufen. Jedoch kommt diesen Sortimenten im Hinblick auf die Gewährleistung einer adäquaten wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge eine besondere Aufgabe zu.
- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie mit einem geringen Flächenanspruch in Relation zu ihrer Wertschöpfung verbunden sind, viele Besucher anziehen, häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und mehrheitlich ohne Pkw transportiert werden können (sog. Handtaschensortimente). Weiterhin tragen sie meist zu einem attraktiven Branchenmix bei und benötigen – sofern sie auf kleinteiliger Fläche angeboten werden – einen Frequenzbringer sowie weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe im

24 OVG NRW, Urteil v. 03.06.2002 – 7 a D 92/99.NE, seither ständige Rechtsprechung des OVG NRW

Standortumfeld, um das notwendige Absatzpotenzial zu erreichen.
- Eine andere Beschaffenheit weisen die nicht zentrenrelevanten Sortimente auf. Diese beanspruchen häufig große Flächen in Verbindung mit einer geringen Wertschöpfung, sodass eine Integration in Innenstädte (oder Stadtteilzentren) nicht möglich oder zumindest erschwert ist. In der Regel sind sie durch den Pkw-orientierten Einkauf geprägt und finden sich demnach an verkehrlich gut erreichbaren Standorten, oft in Agglomerationen eingebunden an Fachmarktstandorten.

Werdohler Liste 2015

Bei der Definition der „Werdohler Liste" erfolgt neben der Berücksichtigung der Bestandssituation und der Entwicklungsperspektiven auch ein Abgleich mit der bisherigen Werdohler Liste, die durch den Rat der Stadt Werdohl nach dem Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2006 beschlossen wurde.

Weiterhin muss auch die Anlage 1 zu Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum LEP Nordrhein-Westfalen Beachtung finden. Diese sieht für folgende Sortimente eine Einstufung als zentrenrelevant vor:

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

Gleichzeitig als zentren- und nahversorgungsrelevant werden zudem eingestuft:

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Sämtliche in der Landesliste genannten Sortimente sind auch aufgrund der spezifischen Einzelhandelssituation (Ortstypik) in der Stadt Werdohl als zentrenrelevant einzustufen.

Weitere Einzelhandelssortimente unterliegen einer Bewertung durch die jeweilige Gemeinde und können aufgrund ihrer „Ortstypik" als zentrenrelevant oder als nicht zentrenrelevant zugeordnet werden.

Im Abgleich mit der „Werdohler Liste“ aus dem Jahr 2006 empfiehlt sich für folgende Sortimente eine geänderte Einstufung:

- Bettwaren/ Matratzen
- Elektrogroßgeräte
- Sportgroßgeräte

Alle genannten Sortimente werden derzeit nicht durch den Angebotsschwerpunkt eines Einzelhandelsbetriebs in der Werdohler Innenstadt repräsentiert.

Bettwaren/Matratzen

- Bettwaren/Matratzen (ohne Bettwäsche) werden in der Regel in Bettenfachgeschäften oder Matratzenfachmärkten angeboten, sowie darüber hinaus als einrichtungsaffine Randsortimente von Möbelfachmärkten, Möbelhäusern. Diese belegen zumeist verkehrsgünstige Standorte außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen. Unter Berücksichtigung der Standortanforderungen der Anbieter und der geringen Ansiedlungschancen eines Betriebs in der Werdohler Innenstadt, wird empfohlen das Sortiment als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Elektrogroßgeräte

- Ähnliches gilt für das Sortiment Elektrogroßgeräte. Auch hier eignen sich die Sortimentsbeschaffenheit (Gewicht und Größe der Produkte) sowie die Marktanforderungen zur Einstufung als nicht-zentrenrelevant. Typische Anbieter sind auch hier Fachgeschäfte/Fachmärkte sowie großflächige Möbel- und Küchenanbieter. Das einzige Fachgeschäft in Werdohl befindet sich außerhalb des Hauptzentrums; die Ansiedlungschancen eines Fachgeschäfts innerhalb dessen sind gering, sodass kein Anlass erkennbar ist, zum Schutze des zentralen Versorgungsbereichs eine Einstufung als zentrenrelevant vorzunehmen.

Sportgroßgerät

- Analog zu bewerten ist das Sortiment Sportgroßgeräte. Sowohl im WK Warenhaus als auch in einem Fachgeschäft werden Sportartikel angeboten. Hierbei handelt es sich um kleinteiliges Zubehör (zum Beispiel für die Sportarten Joggen, Klettern, Fahrradfahren etc., Bälle sowie Schläger für Rückschlagsportarten wie Tennis, Tisch-Tennis, Squash, Badminton). Diese Produkte sollen als kleinteilige Sportartikel auch weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden. Demgegenüber ist eine solche Bewertung für großteilige Sportgeräte (zum Beispiel Laufbänder, Trampoline, Fitnessgeräte), deren Beschaffenheit in erster Linie für den Pkw-unterstützten Transport eignet, nicht empfehlenswert.

Ebenfalls derzeit nicht oder nur als untergeordnetes Randsortimente angeboten werden die Sortimente Zoologischer Bedarf/Tierfutter, Fahrräder/-zubehör, Musikinstrumente, Waffen/Jagdbedarf. Für diese wird jedoch eine Bestimmung als zentrenrelevant empfohlen:

Zoologischer Bedarf, Tierfutter

- Das Sortiment Zoologischer Bedarf, Tierfutter wird bereits als Randsortiment (Lebensmittel-SB-Betriebe, Drogeriemarkt) angeboten wird. Entscheidend für die Einordnung als zentrenrelevant

ist die Standortperspektive. Grundsätzlich eignet es sich für eine Angebotsergänzung und weitere Attraktivierung des Hauptzentrums. Durch die Raiffeisenmärkte ist auf ein Betriebskonzept zu verweisen, dass auch in ländlich geprägten Kommunen mit eingeschränkten Einzugsbereichen Standorte betreibt. Demnach kommen auch die innerstädtischen Ergänzungsflächen für größere Neuansiedlungen in Betracht, unter der Voraussetzung, dass erstens vorhabenbezogen eine Zentrenverträglichkeit nachgewiesen wird und zweitens darauf aufbauend eine Erweiterung des Hauptzentrums um die entsprechende Ergänzungsfläche beschlossen wird.

Fahrräder und -zubehör

- Die gleiche Perspektive, sowohl innerhalb des Hauptzentrums als auch durch eine größere Betriebseinheit auf einer innerstädtischen Ergänzungsfläche, gilt für das Sortiment Fahrräder und -zubehör. Für dieses Sortiment werden auch deshalb Potenziale angenommen, weil anzunehmen ist, dass der Fahrradtourismus für die Stadt Werdohl zukünftig an Bedeutung gewinnen wird.

Musikinstrumente und Waffen, Jagdbedarf

- Auch die Sortimente Musikinstrumente und Waffen, Jagdbedarf werden derzeit nicht in der Stadt Werdohl angeboten. Als kleinteilige Sortimente ohne größeren Flächenanspruch eignen sie sich jedoch insbesondere zur Erhöhung der innerstädtischen Branchenvielfalt. Die Ansiedlung eines großflächigen Fachmarkts ist für beide Sortimente aufgrund der Standortansprüche der Betreiber ohnehin nicht zu erwarten, da diese in der Regel größere Einzugsgebiete präferieren.

Tabelle 16 Bereinigte Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Werdohl und im Hauptzentrum Werdohl

Sortiment	Verkaufsfläche in qm		Empfehlung des Sachlichen Teilplans
	Stadt Werdohl	davon im Hauptzentrum	
Nahversorgungsrelevante (und zentrenrelevante) Sortimente			
Lebensmittel	5.720	4.355	nah vr und zr
Getränke, Spirituosen, Tabak	1.110	485	nah vr und zr
Backwaren	220	135	nah vr und zr
Fleisch, Fleischwaren	205	190	nah vr und zr
Lebensmittelspezial-, Reformwaren	145	145	nah vr und zr
Drogerie, Kosmetik, Parfümeriewaren	695	665	nah vr und zr
Pharmazeutische Artikel	245	220	nah vr und zr
Sanitätswaren, Orthopädie	25	25	nah vr und zr

Sortiment	Verkaufsfläche in qm		Empfehlung des Sachlichen Teilplans
	Stadt Werdohl	davon im Haupt-zentrum	
Zentrenrelevante Sortimente			
Optik	325	325	keine
Hörgeräteakustik	70	70	keine
Blumen	430	330	keine
Zoobedarf, Tiernahrung	135	125	keine
Zeitschriften, Zeitungen	140	115	keine
Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel, Bastelbedarf	165	165	zr
Bücher	110	110	zr
Damenbekleidung	1.950	1.950	zr
Herrenbekleidung	985	985	zr
Kinderbekleidung	285	285	zr
Schuhe	325	325	zr
Sportbekleidung, Sportschuhe	515	515	zr
Uhren, Schmuck	130	130	zr
Lederwaren/ Taschen/ Koffer	115	115	zr
Kleinteilige Sportartikel	80	80	zr
Fahrräder und Zubehör	0	0	keine
Spielwaren	140	140	zr
Musikinstrumente	0	0	keine
Waffen, Jagdbedarf	0	0	keine
Elektrokleingeräte	270	150	zr
Unterhaltungselektronik	65	65	zr
Bild- und Tonträger	15	15	zr
Computer und Zubehör, Büromaschinen	15	15	zr
Kommunikationselektronik	50	50	zr
Foto	60	60	zr
Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel	825	815	zr
Haus-, Heimtextilien	275	200	keine

Sortiment	Verkaufsfläche in qm		Empfehlung des Sachlichen Teilplans
	Stadt Werdohl	davon im Haupt-zentrum	
Nicht zentrenrelevante Sortimente			
Großteilige Camping- und Sportgeräte	0	0	keine
Leuchten	670	0	keine
Elektrogroßgeräte	240	10	keine
Teppiche	60	60	keine
Bettwaren	15	15	keine
Matratzen und Lattenroste	0	0	keine
Möbel (ohne Küchen)	0	0	keine
Küchen	0	0	keine
Kunst, Antiquitäten, Bilder(-rahmen)	0	0	keine
Bau- und Heimwerkerbedarf	200	120	keine
Kaminöfen und Zubehör	60	0	keine
Sicht- und Sonnenschutz	50	0	keine
Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden	110	0	keine
Gartenbedarf	145	0	keine
Auto- und Motorradzubehör	240	90	keine
Summe	17.620	13.650	-

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

6 Nahversorgungssituation

Nahversorgung

Die Zielsetzung einer flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung rückt speziell durch den demografischen Wandel stärker in den Vordergrund. Unter „Nahversorgung“ wird dabei die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden. Zur Grund- und Nahversorgung zählen in erster Linie Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel einschließlich der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) sowie Einzelhandelsbetriebe mit Drogerie- und Kosmetikwaren.

„Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“

Die Nahversorgung umfasst im weiteren Sinne auch Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wie Postdienste, Geldinstitute und Gastronomieangebote und ist ein wichtiger Bestandteil der gesellschaftlichen Teilhabe. Ihre Sicherstellung gewährleistet die im Grundgesetz geforderte „Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse“. Das Wegbrechen von Versorgungsstrukturen geht daher mit einem Verlust an Wohn- und Lebensqualität einher.

Die Bewertung der Nahversorgungsqualität einer Kommune konzentriert sich im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auf die Lebensmittelbranche, die in erster Linie durch die Lebensmittel-SB-Betriebe vertreten wird. Differenziert nach Betriebstypen wird durch die Lebensmittelvollsortimenter in einem größeren Umfang die Nahversorgung bedient, weil im Vergleich zu den Lebensmitteldiscountern eine erheblich höhere Artikelanzahl angeboten wird. Das EHI Retail Institute veröffentlicht für das Jahr 2013 durchschnittlich ca. 2.120 Artikel in Lebensmitteldiscountern, etwa 11.610 in Supermärkten, rund 25.330 in Großen Supermärkten (ab 2.500 qm Verkaufsfläche) und ca. 49.525 in SB-Warenhäusern.[25] Dementsprechend sollten Standortplanungen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation nicht nur über eine Eignung des Standorts, sondern auch über die des Betriebstyps erörtert werden.

Bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Werdohl von rund 18.520 errechnet sich eine Ausstattungskennziffer für die Verkaufsfläche in Lebensmittel-SB-Betrieben von rund 0,34 und beschreibt damit einen bundesweit unterdurchschnittlichen Wert. Mit rund 35,1 Mio. qm Verkaufsfläche in Lebensmittel-SB-Betrieben in Deutschland im Jahr 2014 errechnet sich eine Ausstattungskennziffer von rund 0,43.[26]

Nahversorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche

Umfassende und übergeordnete Nahversorgungsfunktionen übernehmen dabei die Lebensmittel-SB-Betriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen, die durch weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote er-

25 EHI Retail Institute: EHI handelsdaten aktuell 2015
26 Daten des Statistik-Portals statista aus dem Jahr 2015

gänzt werden und insofern ein meist umfassendes Angebot für den täglichen Bedarf bereitstellen. Dies sind die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie die Lebensmittelvollsortimenter Rewe und E-Center im Hauptzentrum Werdohls.

Weiterhin befinden sich in Werdohl zwei Lebensmittel-SB-Betriebe außerhalb des Hauptzentrums in Ütterlingsen und Pungelscheid. Grundsätzlich sind Standorte von Lebensmittel-SB-Betrieben dann im Hinblick auf ihre Weiterführung zu unterstützen, wenn sie einerseits eine hohe Bevölkerungszahl innerhalb eines fußläufigen Einzugsbereichs von 700 Metern aufweisen und zudem Siedlungsbereiche abdecken, die nicht den Einzugsbereichen der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der dort ansässigen Lebensmittelmagnetbetriebe zuzuordnen sind.

fußläufige Erreichbarkeit

Das Kriterium „fußläufige Erreichbarkeit“ wird in der Regel durch einen Radius zwischen 500 und 700 Metern definiert; in der Abbildung 13 sind Radien von 700 m als maximal zumutbare fußläufige Entfernung definiert, dies entspricht ca. 10 bis 15 Gehminuten. Tatsächlich hängt der Zeitaufwand in der Stadt Werdohl jedoch maßgeblich von der topografischen Situation ab und differiert zwischen den Lebensmittel-SB-Betrieben. So kann beispielsweise der Standort des Netto-Lebensmitteldiscounters Netto in Ütterlingsen entlang des Lenne-Tals aus einer größeren Entfernung und in einer kürzeren Zeit fußläufig erreicht werden, als der Standort des gleichen Betreibers in Pungelscheid, der aus der Ortslage durch den stark ansteigenden Pungelscheider Weg angebunden wird. Hinzu kommt die Barrierewirkung der Lenne; in Abhängigkeit der Überquerungsmöglichkeit sind größere Distanzen zu überwinden. Zudem hängt der Zeitaufwand auch vom Alter und dem gesundheitlichen Zustand der Kunden sowie den tatsächlichen Wegebeziehungen ab.

Die Betrachtung der Nahversorgungsfunktion lässt erkennen, dass sich die fußläufigen Einzugsbereiche der vier Lebensmittel-SB-Betriebe überschneiden und die Bewohnerschaft der Werdohler Kernstadt somit eine Auswahlmöglichkeit von bis zu vier Betrieben bei der fußläufigen Versorgung hat.

Ebenfalls eine Überschneidung der fußläufigen Einzugsbereiche zeigt sich für den Netto-Lebensmitteldiscounter in Ütterlingsen und die Lebensmittel-SB-Betriebe der Kernstadt. Der Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung durch den Netto-Lebensmitteldiscounter ist somit ambivalent:

- Der Standort befindet sich nicht unmittelbar in der integrierten Ortslage Ütterlingsens, sondern in einer gewerblichen geprägten Randlage an der Bundesstraße 236 in Richtung der Kernstadt.
- Nur ein geringer Teil der Ütterlingser Bevölkerung hat einen Wohnstandort, der sich ausschließlich im fußläufigen Versorgungsradius des Betriebs Netto befindet und nicht auch durch die Einzugsbereiche der innerstädtischen Betriebe erfasst wird.

- Jedoch ist für den Anteil der Ütterlingser Bevölkerung, deren Wohnstandort sich innerhalb der Einzugsbereiche eines oder mehrerer Innenstadtbetriebe befindet anzumerken, dass der Verlauf der Lenne eine direkte Wegeverbindung behindert und somit tendenziell größere Distanzen als durch die Radien dargestellt zu überwinden sind.

In Anbetracht der vielen unterversorgten Standorte der Stadt Werdohl, leistet der Standort in Ütterlingsen keinen optimalen, jedoch einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung.

Einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung leistet unzweifelhaft der Standort des gleichen Betreibers in Pungelscheid, der jedoch wie erwähnt in seiner fußläufigen Erreichbarkeit eingeschränkt ist.

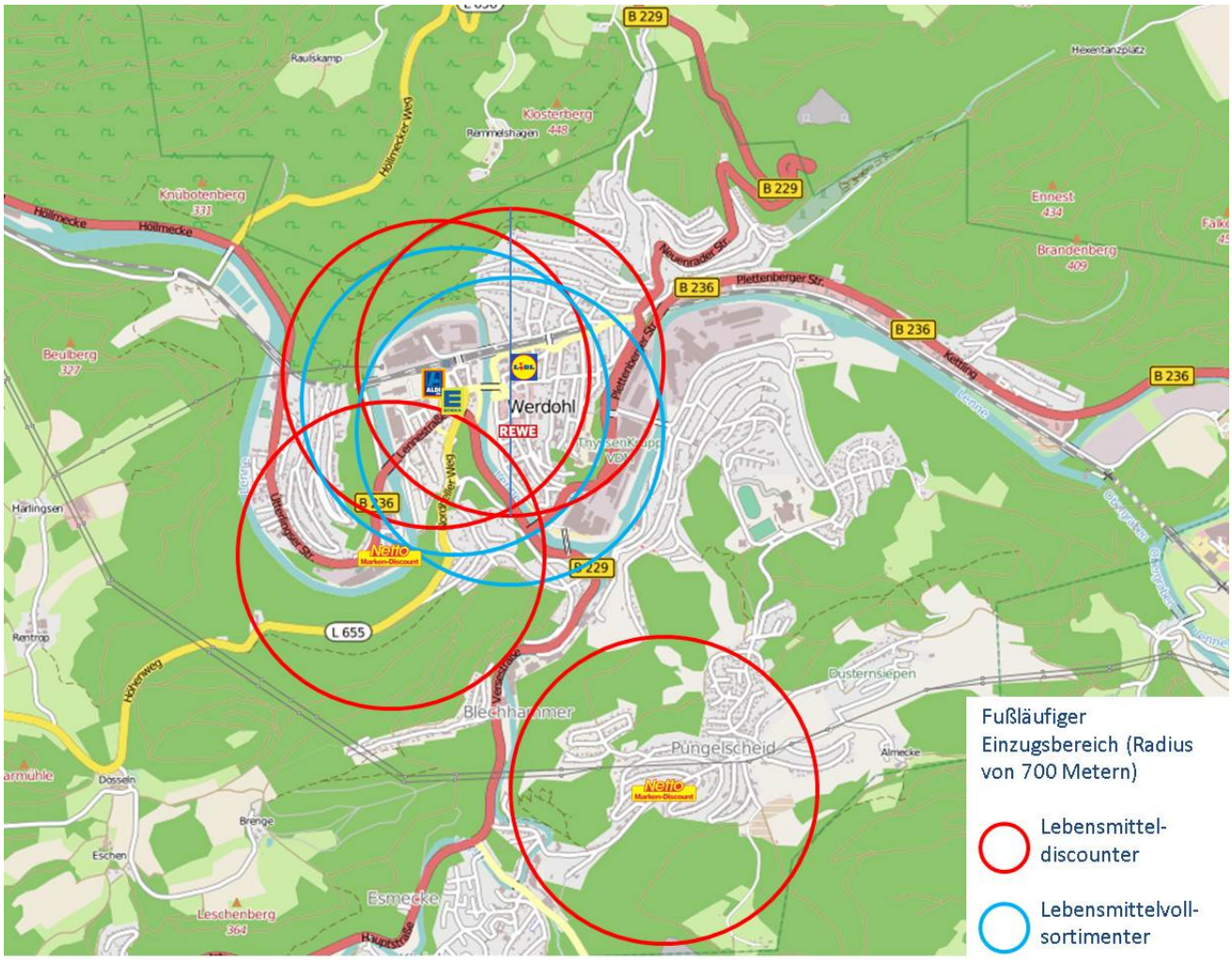
Es wird deutlich, dass einige Ortsteile in der Stadt Werdohl unterversorgt sind; die ansässige Bevölkerung wird im Regelfall nur mittels MIV oder ÖPNV Einkäufe zur Deckung der Grundversorgung durchführen können.

Tabelle 17 Nahversorgungssituation in den Werdohler Ortsteilen

Ortsteil		Lebensmittel-SB-Betrieb					Ergänzender nahversorgungsrelevanter Einzelhandel
Name	EW innerhalb des Ortsteils	Lebensmittel-SB-Betrieb	Verkaufsfläche in qm	Innerhalb ZVB	Überschneidender Einzugsbereich mit ZVB	Beitrag zur wohnungsnahen Versorgung	
Bärenstein	607	-					
Eveking	1.571	-					
Kettling	461	-					
Kleinhammer	1.488	-					Bäckerei
Königsburg	3.031	-					
Pungelscheid	2.814	Netto	550			X	Getränkemarkt, Bäckerei
Ütterlingsen	2.077	Netto	710		X	X	Bäckerei
Werdohl/ Kernstadt	6.366	E-Center	2.500	X		X	Bäckereien, Metzgerei, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Reformhaus
		Rewe	735	X		X	
		Lidl	920	X		X	
		Aldi	930	X		X	

Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2015

Abbildung 13 Strukturprägende Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Werdohl



Quelle: Kartengrundlage: openstreetmap.org, Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH

In den Ortsteilen Bärenstein, Eveking, Kettling, Kleinhammer und Königsburg wird aufgrund des Fehlens eines Lebensmittel-SB-Betriebs derzeit keine ausreichende Nahversorgungsituation für die Bevölkerung gewährleistet. In Anbetracht der Einwohnerzahlen der Ortsteile, die als potenzielle Kunden in Betracht kommen sowie der intensiven Wettbewerbssituation im Bereich der Werdohler Kernstadt ist perspektivisch auch keine Ansiedlungsplanung für einen Lebensmittel-SB-Betrieb zu erwarten.

Nahversorgungsfunktionen gehen abgestuft auch von weiteren Betriebstypen aus, wie zum Beispiel von Bäckereien, Metzgereien, Getränkemärkten oder auch Drogeriemärkten, deren Tragfähigkeit teilweise auch bei geringeren Einwohnerzahlen im Standortumfeld gewährleistet werden kann. Auch diese Betriebe weisen jedoch eine ausgeprägte Konzentration in der Werdohler Innenstadt auf. Nur in den Ortsteilen Kleinhammer, Ütterlingsen und Pungelscheid befin-

den sich Bäckereien, in Pungelscheid ist zusätzlich ein Getränkemarkt ansässig.

Auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der negativen Bevölkerungsprognose der Stadt Werdohl bietet es sich alternativ an, die wohnungsnahe Grundversorgung über andere Betriebskonzepte als die von Lebensmittel-SB-Betrieben zu optimieren.

In der Vergangenheit wurden eine Reihe von Ansätzen entwickelt, um in Siedlungsbereichen, in denen die Tragfähigkeit für einen Lebensmittelvollsortimenter nicht gegeben ist, die gewünschte Nahversorgung mit so genannten Nachbarschaftsläden zu sichern. Erfolgreich sind solche Modelle dann, wenn ein hohes Engagement der Betreiber gegeben ist, eine Ergänzung des Nahrungsmittelangebotes durch Kooperation mit Ladenhandwerkern erfolgt und ergänzende Leistungen wie z. B. Postagentur, Reinigungsannahme, Pflegedienst, Bankautomaten, Lotto- und Totoannahme, Dienstleistungen der Stadtverwaltung bereitgestellt werden. Funktionierende Beispiele belegen, dass die Konzepte immer auf die jeweilige örtliche Situation zugeschnitten und angepasst werden müssen.

Integrationsmärkte

Beispiele für Integrationsmärkte sind CAP-Märkte. Hierbei werden die Märkte teilweise mit behinderten Mitarbeitern betrieben. Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Marktes sind eine Mindesteinwohnerzahl im Einzugsbereich, eine ausreichende Verkaufsfläche und direkt zugeordnete Parkplätze. Allerdings steht bei den Integrationsmärkten anders als bei herkömmlichen Angebotsformen die Zielsetzung der Integration behinderter Menschen in den Arbeitsmarkt und weniger die reine Gewinnmaximierung im Vordergrund.

Unter sozialen Gesichtspunkten ist von Interesse, dass durch einen Lebensmittel-SB-Betrieb der Fa. CAP bis zu 15 neue Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung geschaffen werden. Hierbei ist der Grundgedanke des CAP-Konzeptes die Verbesserung der Arbeitsplatzsituation und die Erweiterung der Möglichkeiten für die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung, wobei durch die Eröffnung von zentrumsnahen Lebensmittelmärkten unter dem Namen "CAP ...der Lebensmittelpunkt" eine neue Chance erschlossen wird, geeignete Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung außerhalb der Werkstatt zu schaffen und diese auch langfristig zu sichern.

7 Sonstige Standorte

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum und den aufgezeigten Nahversorgungsstrukturen befindet sich im Ortsteil Kettling ein Ergänzungsstandort des Werdohler Einzelhandels.

Kettling

Parallel der Bundesstraße 236 sind einige handelsaffine Nutzungen entlang der Gildestraße ansässig. Neben zwei Einzelhandelsbetrieben (Fachgeschäfte für Leuchten bzw. Kamine/ Öfen) zählen hierzu auch Autohäuser und eine McDonalds-Filiale. Geprägt wird die Standortsituation zudem von Dienstleistungen mit großem Flächenanspruch (Auto Waschanlage) und Werkstätten und kleineren Gewerbe- und Industriebetrieben.

Ehemalig, so auch noch bei der Aufstellung des Vorläuferkonzepts im Jahr 2006, war ein Gartenmarkt mit mehr als 3.000 qm Verkaufsfläche ansässig.

Im Rahmen der Modellrechnung zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl sind eingeschränkte Entwicklungspotenziale für Einzelhandelsbetriebe mit einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment dargestellt worden. In kleinteiliger Struktur wird die Ansiedlung solcher Betriebe im Bereich des Werdohler Stadtzentrums empfohlen, um einerseits eine attraktive städtebauliche Dichte der Einzelhandelseinrichtungen und andererseits die bestmögliche Versorgung der Werdohler Bevölkerung zu erreichen.

Gleichwohl sind die Standortanforderungen der entsprechenden Betriebe oftmals nicht innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zu erfüllen. Neben der Größe des Flächenanspruchs betrifft dies auch insbesondere die Erreichbarkeit mit Pkws und je nach Produkt auch mit Lkws.

Im Sinne der primären Stärkung des Hauptzentrums sollten auch für die nicht-zentrenrelevanten Sortimente dortige Standortperspektiven in Betracht gezogen werden, auch gilt dies für die innerstädtischen Ergänzungsstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

Erst wenn die Flächenansprüche auf innerstädtischen Flächen nicht erfüllt werden können, sollten Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten Ansiedlungen am Standort Gildestraße in Kettling ermöglicht werden. Es handelst sich hierbei um einen etablierten und gut erreichbaren Versorgungsstandort. Durch die Generierung von Agglomerationseffekten ist auch aus handelswirtschaftlicher Sicht eine Standortkonzentration von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben sinnvoll.

Eine Ansiedlung außerhalb dieses Standorts sollte Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment nur in begründeten Ausnahmefällen durch die Stadt Werdohl ermöglicht werden.

8 Ziele und Steuerungsvorgaben für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl

8.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung

Grundvoraussetzung für räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Voraussetzungen für die zukünftige räumliche Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Werdohl werden durch die Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung formuliert. Nur unter konsequenter Einhaltung dieser Ziele bei zukünftigen Entscheidungs- und Genehmigungsprozessen kann eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl gelingen. Der Stadt Werdohl wird empfohlen, die nachfolgenden Ziele durch den Rat der Stadt Werdohl zu beschließen, um eine darauf aufbauende bauleitplanerische und genehmigungsrelevante Steuerung zu legitimieren.

vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Als vorrangige Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl sind der Ausbau der Einzelhandelsbedeutung unter Berücksichtigung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie die Attraktivierung des Einzelhandelsangebots festzulegen. Vor dem Hintergrund der restriktiven Rahmenbedingungen des demografischen Wandels in Werdohl sind dabei bestimmte Standorte (Innenstadt) und Warengruppen (mit Entwicklungspotenzialen) in den Fokus zu nehmen.

Attraktivierung des Einzelhandelsangebots

Die Attraktivität des Einzelhandelangebots in Werdohl definiert sich über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben und Verkaufsflächen in quantitativer und qualitativer Hinsicht. Mit Ausnahme der nahversorgungsrelevanten Sortimente und z. T. auch des Sortiments Bekleidung sind für viele Branchen Angebotslücken festgestellt worden. Aufgrund der Bevölkerungsprognose der Stadt Werdohl, die bis 2030 einen Rückgang zwischen 16 % und 21 % ermittelt, lassen sich nicht all dieser Defizite in Entwicklungspotenziale umsetzen. Dennoch sind gezielte Angebotsergänzungen Voraussetzung für eine zukunftsträchtige Standortentwicklung, insbesondere in den Sortimenten Sport, Spielwaren, Bekleidung und Haushaltswaren.

Weiterhin sind auch Angebotsergänzungen im Bereich der nichtzentrenrelevanten Sortimente wünschenswert. Hierzu zählen insbesondere Anbieter von Möbeln/Küchen sowie Bau- und Gartenbedarf, die neben dem Hauptzentrum am Standort Kettling/Gildestraße konzentriert werden sollten.

Stabilisierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Mit einer Zentralität von rund 65,3 wird die Stadt Werdohl ihrer durch die Raumordnung aufgetragenen mittelzentralen Versorgungsfunktion begrenzt gerecht. In Bezug auf die einzelnen Warengruppen wurden Handlungsempfehlungen formuliert, die zur umfassenden Erfüllung der mittelzentralen Versorgungsfunktion – trotz einer negativen Bevölkerungsentwicklung – umgesetzt werden sollten.

Stärkung des Werdohler Hauptzentrums

Die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Werdohl zeugt von einer besonderen Bedeutung der Innenstadt, speziell des abgegrenzten Hauptzentrums. Die dortige handelswirtschaftliche und städtebauliche Situation ist insgesamt positiv zu bewerten, insbesondere aus einer regionalen Vergleichsperspektive. Durch städtebauliche Aufwertungsplanungen werden in den nächsten Jahren positive Entwicklungsimpulse gesetzt, die durch eine handelswirtschaftliche Aufwertung aufgegriffen werden sollten. Alle Angebotsergänzungen in WerdohI sollten sich grundsätzlich auf die Innenstadt konzentrieren, es sei denn sie dienen der Nahversorgung in den Ortsteilen, oder große Flächenansprüche von Anbietern mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment stehen diesen entgegen. Bei der Angebotsergänzung und -aufwertung ist ein Gleichgewicht zu verfolgen zwischen inhabergeführten und filialisierten Betrieben: Die inhabergeführten Betriebe sind bereits heute ein besonderes Merkmal des Werdohler Einzelhandels. Durch sie erhält der Einkaufsstandort seinen individuellen Charakter und kann sich von den Wettbewerbsstandorten abgrenzen. Jedoch sorgen (attraktive, leistungsstarke) Filialisten oftmals für eine erhöhte Kundenfrequenz und wirken damit positiv auf die Rentabilität aller Innenstadtnutzungen ein, sodass sie wichtige Angebotsergänzungen darstellen.

Stabilisierung der wohnungsnahen Versorgung

Außerhalb des Hauptzentrums existieren nur zwei Lebensmittel-SB-Betriebe in der Stadt Werdohl, die zur Nahversorgung in den Ortsteilen der Stadt beitragen. Ihre Standortsituation ist zu sichern, Erweiterungsabsichten sollten in maßstäblichen Umfang ermöglicht werden. Darüber hinaus, insbesondere in den peripheren Ortslagen sind kaum Nahversorgungsstrukturen entwickelt und die Tragfähigkeit für Ansiedlungen ist nicht gegeben. Durch eine abnehmende Mobilität der Bevölkerung im Zusammenhang mit demografischen Veränderungen sind damit Versorgungsdefizite verbunden. Diesen gilt es durch geeignete Konzepte zu begegnen. Insbesondere empfehlen sich nicht-standardisierte Betriebskonzepte des stationären Einzelhandels (zum Beispiel CAP-Märkte, Nutzungskombinationen aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie etc.) sowie die Installierung von Hol- und Bringdiensten, z. B. über Werbegemeinschaften.

keine zentrenschädigenden Einzelhandelsentwicklungen in Kettling

Nur wenig ausgeprägt und rückläufig in der Entwicklung ist darüber hinaus die Einzelhandelsfunktion von Standorten außerhalb des Hauptzentrums und der Nahversorgungsstandorte, an städtebaulich nicht-integrierten Standorten. Nur am Standort Gildestraße in Kettling befindet sich eine gewerbliche Gemengelage mit einer Teilfunktion des Einzelhandels. Soweit nicht zentrenschädigend, sind Angebotserweiterungen auf diesen Standort zu konzentrieren. Dabei gilt es auch die Randsortimente der ansiedlungswilligen Betriebe in den Fokus zu nehmen, die bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment oftmals auch eine Reihe von zentrenrelevanten Sortimenten beinhalten.

8.2 Empfehlungen zur Einzelhandelssteuerung

Formulierung von Zielvorstellungen und strategischen Ausrichtungen

In Abstimmung mit den übergeordneten Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung auf Bundes- und Landesebene wurden folgende Arbeitsschritte zur Vorbereitung einer konsequenten und rechtssicheren Einzelhandelssteuerung in der Stadt Werdohl vorgenommen:

- Die Entwicklungsziele für die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet Werdohl wurden formuliert. Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum wurde identifiziert und abgegrenzt.
- Die Abgrenzung erfolgte nicht nur unter Einzelhandelsaspekten, sondern auch unter Berücksichtigung der komplementären Dienstleistungsangebote/Infrastruktur, der städtebaulichen Situation sowie der Entwicklungspotenziale und -ziele.
- In Ütterlingsen und Pungelscheid wurden die Standorte von Lebensmittelbetrieben benannt, die aktuell in Ergänzung des zentralen Versorgungsbereichs wohnungsnahe Versorgungsfunktionen übernehmen.
- In Anlehnung an die Vorgaben der Landesplanung sowie nach Analyse der Angebotssituation in der Stadt Werdohl wurden nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente im Rahmen der „Werdohler Liste“ differenziert.

Aufbauend auf diesen Arbeitsgrundlagen sollte die systematische Umsetzung des Konzepts erfolgen unter Berücksichtigung der Handlungsempfehlungen für das Hauptzentrum und der Nahversorgungssituation, der Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der nachstehend erläuterten Ansiedlungsleitlinien.

Grundsätzlich sind Wettbewerbsintensivierungen, die die Gefährdung oder Schwächung des Hauptzentrums sowie der wohnungsnahen Versorgung nach sich ziehen, im Sinne städtebaulicher Auswirkungen zu vermeiden. Das zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet bereitstehende Instrumentarium sollte daher konsequent genutzt werden. Folgende Stadtbereiche sind aus unserer Sicht höherem Ansiedlungsdruck von insbesondere großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment ausgesetzt:

„Tabubereiche“ für Einzelhandel

- An zentrale Versorgungsbereiche anschließende Gebiete: Bei Ansiedlungen an solchen Standorten besteht die Gefahr einer unerwünschten Ausweitung („Ausfransen“) und der Veränderungen des Standortgefüges innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Hiervon ausgenommen sind die explizit dargestellten Ergänzungsstandorte im Umfeld des Hauptzentrums.
- Einfallstraßen: Die gute Pkw-Erreichbarkeit und hohe Außenwirkung ziehen das Interesse vieler ansiedlungswilliger Einzelhandelsbetriebe auf sich; auch Solitärlagen werden akzeptiert, bewirken aber eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsland-

schaft und stehen dem Ziel der Realisierung kompakter Versorgungslagen entgegen.
- Gewerbegebiete, meist mit vorhandenem Einzelhandelsbesatz: Die gute Pkw-Erreichbarkeit, die Verfügbarkeit größerer Flächen, meist günstigere Grundstückspreise als in den siedlungsintegrierten Lagen und die möglichen Agglomerationseffekte ermöglichen eine schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebs.

In diesen genannten Standortkategorien empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten, möglichst auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit. Besonderes Augenmerk ist darüber hinaus auf die Randsortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zu legen, für die die Landesplanung eine Maximalgrenze von 10 % der Gesamtverkaufsfläche vorsieht.

Überprüfung von Bebauungsplänen

Grundsätzlich gilt, dass alle Bebauungspläne der Standortbereiche, die als potenziell gefährdend einzustufen sind, auf ihre einzelhandelsbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten überprüft werden sollten.

- In Gewerbegebieten sollte grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden, um keine bodenrechtlichen Spannungen hervorzurufen. Die Skala der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten reicht vom völligen Ausschluss über die ausnahmsweise Zulässigkeit zur Versorgung der dort Beschäftigten (Kiosk oder Tankstellen-Shop) bis hin zur Zulässigkeit räumlich und funktional untergeordneten Einzelhandels.
- Festgesetzte Kerngebiete sollten dahingehend überprüft werden, ob sie der gesteuerten Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und anderen kerngebietstypischen Nutzungen dienen sollen.
- Unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB, die einem potenziellen Ansiedlungsdruck aufgrund ihrer Lage oder wegen des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands unterliegen, sollten auf planerischen Handlungsbedarf, insbesondere bei Ansiedlungsvorhaben, und die Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen des § 9 Abs. 2 a BauGB überprüft werden.

Es ist abschließend darauf zu verweisen, dass nur die konsequente Umsetzung der Inhalte eines Einzelhandelskonzepts in die Bauleitplanung das Erreichen der angestrebten Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Werdohl ermöglicht.

8.3 Ansiedlungsleitlinien

Mit der Definition von Ansiedlungsleitlinien soll der Stadt Werdohl ein Leitfaden zur Verfügung gestellt werden, um die Einzelhandels-

und Zentrenentwicklung der Stadt durch eine strategische Standortplanung des Einzelhandels zu unterstützen. Über die Ansiedlungsleitlinien kann die Eignung eines Standorts für ein Einzelhandelsvorhaben unter Berücksichtigung gesamtstädtischer Entwicklungsziele abgeleitet werden. Für Erweiterungsvorhaben gelten die Leitlinien analog, bei bestehenden Betrieben ist grundsätzlich auf Bestandsschutz hinzuweisen. Nicht durch die Leitlinien erfüllt wird die planungsrechtliche Beurteilung von Vorhaben.

nahversorgungsrelevantes Kernsortiment

1.) Insbesondere großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen zukünftig auf Standorte innerhalb des Hauptzentrums konzentriert werden. Dabei ist die Dimensionierung der Vorhaben der Versorgungsbedeutung anzupassen. Ausnahmsweise kann auch eine Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs mit Nahrungs- und Genussmitteln außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, sofern ein Beitrag zur Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung geleistet wird. Hinweise hierfür liegen vor, wenn

   - der Standort eine städtebaulich integrierte Lage aufweist,
   - sich innerhalb eines Einzugsbereichs von 700 Metern (Radius um den Planstandort) ein maßgeblicher Anteil an Wohnbebauung befindet,
   - keine Überschneidung der Verflechtungsbereiche mit dem Hauptzentrum oder einem bestehenden Nahversorgungsstandort vorliegt.

zentrenrelevantes Kernsortiment

2.) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (klein- und großflächig) sollen grundsätzlich auf das Hauptzentrum Innenstadt konzentriert werden.
   An allen anderen Standorten sollte auf die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment verzichtet werden.

nicht zentrenrelevantes Kernsortiment

3.) Auch für Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nichtzentrenrelevantem Kernsortiment wird unter der Zielsetzung der prioritären Zentrenentwicklung empfohlen, Standorte in der Innenstadt zu prüfen.
   Da jedoch insbesondere für großflächige Betriebe (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelhäuser) in städtebaulich integrierter Lage in der Regel kein geeigneter Standorte ausgewiesen werden kann, sind unter Berücksichtigung der übergeordneten Vorgaben auch am Sonder- bzw. Ergänzungsstandort Kettling Ansiedlungsoptionen offen zu halten.

9 Zusammenfassung der Untersuchung

Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die vorrangigen Ergebnisse der Bestandsanalyse und die Handlungsempfehlungen zusammengefasst:

übergeordnete Rahmenbedingungen

- Die rund 18.523 Einwohner zählende Stadt Werdohl wird landesplanerisch als Mittelzentrum eingestuft. Die Stadt, differenziert in neun Ortsteile, weist eine disperse Siedlungsstruktur auf. Die Werdohler Kernstadt weist nutzungsstrukturell eine besonders dominante Funktion auf. Dort konzentrieren sich große Anteile der Bevölkerung, öffentlicher Einrichtungen, Gewerbe- und Industriebetriebe sowie des Einzelhandels. Die übrigen Ortsteile sind vornehmlich ländlich geprägt.

regionale Wettbewerbssituation

- Die Einzelhandelsposition der Stadt Werdohl wird durch die disperse und ländliche Siedlungsstruktur der Region einerseits, andererseits jedoch auch durch den Wettbewerbsdruck der nahegelegenen Mittelzentren Lüdenscheid, Altena und Plettenberg sowie der Oberzentren Hagen und Dortmund geprägt, deren Einzelhandelsbedeutungen auf das Werdohler Stadtgebiet ausstrahlen.

Einzugsbereich und Kaufkraft

- Das Kerneinzugsgebiet des Einzelhandels in Werdohl beschränkt sich unter Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds auf das Stadtgebiet. Den Werdohler Einwohnern steht ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von insgesamt ca. 95,3 Mio. EUR zur Verfügung. Nur wenige Betriebe strahlen über das Stadtgebiet hinaus aus. Die zweite Zone des Einzugsgebiets, mit geringerer Ansiedlungsintensität, bildet die Stadt Neuenrade.

Einzelhandelsausstattung

- Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Werdohl umfasst aktuell insgesamt 90 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 17.620 qm und einer Bruttoumsatzleistung von ca. 62,2 Mio. EUR (im Jahr 2014). Das größte flächenbezogene Angebot der Stadt wird durch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung, Schuhe, Sport bereitgestellt. Der Verkaufsflächenanteil des großflächigen Einzelhandels beträgt rund 47 % und ist somit im interkommunalen Vergleich als durchschnittlich zu bewerten.

Verkaufsflächenentwicklung seit 2006

- Der derzeitige Einzelhandelsbestand kann mit Daten aus dem Jahr 2006 verglichen werden. Demnach sind Rückgänge in Bezug auf die Zahl der Betriebe (ca. 22 %) und die Verkaufsfläche zu konstatieren (ca. 18 %). Auch die Umsatzleistung ist rückläufig (ca. 5 %); inflationsbereinigt rund 10 %.

Kaufkraftbewegungen in Werdohl

- Von dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Werdohl werden durch den ansässigen Einzelhandel aktuell ca. 56,7 % gebunden (ca. 54,1 Mio. EUR). Mit auswärtigen Kunden wird ein Umsatzanteil von ca. 13,1 % erzielt. Der Kaufkraftabfluss aus der Stadt Werdohl bewegt sich über alle Einzelhandels-

branchen in einer Größenordnung von ca. 41,2 Mio. EUR (ca. 43,3 % der in Werdohl zur Verfügung stehenden Kaufkraft). Die Einzelhandelszentralität von etwa 65,3 stellt dar, dass im Saldo deutlich mehr Kaufkraft abfließt als durch den Einzelhandelsstandort von außen angezogen wird.

Entwicklungspotenziale

- Vor dem Hintergrund der derzeitigen Einzelhandelsausstattung in Werdohl ergeben sich bis zum Jahr 2030 aufgrund der deutlich negativen Bevölkerungsentwicklung nur in ausgewählten Sortimenten Entwicklungspotenziale. Dies sind insbesondere Sportgroßgeräte, Fahrräder, Spielwaren, Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenkartikel, Möbel, Küchen und Bau- und Gartenbedarf.

Zentrenkonzept

- In der Stadt Werdohl konnte mit dem Hauptzentrum Innenstadt nur ein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden. Die Ausstattung und Qualität aller anderen Einzelhandelsstandorte erfüllen die Kriterien zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs derzeit nicht. Auch liegen keine städtebaulichen Planungen zur Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen vor.

Ziele der Einzelhandelsentwicklung

- Im Rahmen der Entwicklung des Zentrenkonzepts wurden folgende Ziele der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung formuliert:
  - Attraktivierung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots
  - Stabilisierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion
  - Stärkung des Werdohler Hauptzentrums
  - Schutz der wohnungsnahen Versorgung
  - Vermeidung zentrenschädigender Einzelhandelsentwicklungen, insbesondere an dezentralen Einzelhandelsstandorten

bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Zur Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum ist eine konsequente bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung – insbesondere hinsichtlich der Standorte mit nahversorgungs- sowie zentrenrelevanten Sortimenten – erforderlich. So kommt der Reglementierung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an Standorten außerhalb des Hauptzentrums in Anbetracht der gesetzlichen Vorschriften des Baugesetzbuchs eine Schlüsselrolle für eine städtebaulich ausgerichtete Einzelhandels- und Standortentwicklung zu. Der Stadt Werdohl wird daher empfohlen, die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum, den Schutz der ergänzenden Nahversorgung, die „Werdohler Liste“ und die Ziele der Einzelhandelsentwicklung zu beschließen und in die Bauleitplanung zu überführen. Gleichermaßen sollte die Umsetzung der Handlungsempfehlungen, speziell zur Stabilisierung und Attraktivierung des Hauptzentrums verfolgt werden.

10 ANHANG

„Werdohler Liste“

Nahversorgungsrelevante (und zentrenrelevante) Sortimente	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
Lebensmittel	Optik	Großteilige Camping- und Sportgeräte
Getränke, Spirituosen, Tabak	Hörgeräteakustik	Leuchten
Backwaren	Blumen	Elektrogroßgeräte
Fleisch, Fleischwaren	Zoobedarf, Tiernahrung	Teppiche
Lebensmittelspezial-, Reformwaren	Zeitschriften, Zeitungen	Bettwaren
Drogerie, Kosmetik, Parfümeriewaren	Papier-, Büro-, Schreibwaren, Büroartikel	Matratzen und Lattenroste
Pharmazeutische Artikel	Bastelbedarf	Möbel (ohne Küchen)
Sanitätswaren, Orthopädie	Bücher	Küchen
	Damenbekleidung	Kunst, Antiquitäten, Bilder(-rahmen)
	Herrenbekleidung	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Kinderbekleidung	Kaminöfen und Zubehör
	Schuhe	Sicht- und Sonnenschutz
	Sportbekleidung, Sportschuhe	Tapeten, Bodenbeläge, Teppichboden
	Uhren, Schmuck	Gartenbedarf
	Lederwaren/ Taschen/ Koffer	Auto- und Motorradzubehör
	Kleinteilige Sportartikel	
	Fahrräder und Zubehör	
	Spielwaren	
	Musikinstrumente	
	Waffen, Jagdbedarf	
	Elektrokleingeräte	
	Unterhaltungselektronik	
	Bild- und Tonträger	
	Computer und Zubehör, Büromaschinen	
	Kommunikationselektronik	
	Foto	
	Hausrat, Glas/Porzellan/Keramik,	
	Geschenkartikel	
	Haus-, Heimtextilien	

Zentrenrelevant nach Sachlichem Teilplan Großflächiger Einzelhandel

In Werdohler Liste aus dem Jahr 2006 als zentrenrelevant eingestuft

Glossar

Betriebsform/-typ

Betriebsformen/-typen des Einzelhandels werden im institutionellen Sinne mit Bezug auf die von ihnen eingesetzten absatzpolitischen Instrumente (z. B. Bedienungsform), Branche, Fläche und Standort definiert. So gibt es deutliche Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen stark voneinander unterscheiden. Durch eine Dynamik in den Betriebsformen entstehen neue Betriebsformen, während alte ausscheiden. Zu den Betriebsformen im Einzelhandel zählen z. B. das Fachgeschäft, das Spezialgeschäft, der Fachmarkt, das Warenhaus, das Kaufhaus, der Discounter, der Supermarkt, der Verbrauchermarkt und das SB-Warenhaus.

Einkaufslagen

Einkaufslagen werden u. a. nach folgenden Kriterien abgegrenzt:

- Passantenfrequenz
- Besatzdichte
- Attraktivität des Besatzes
- Branchen- und Betriebstypenmix
- Ladenleerstandsquote, nichtadäquate Nutzungen u. Ä.

Einzelhandel

Im funktionalen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Im institutionellen Sinne umfasst der Einzelhandel jene Institutionen, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzurechnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist als aus sonstigen Tätigkeiten.

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsspezifisches Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen anbietet. Entscheidender Unterschied zu Fachmärkten sind die hier angebotenen ergänzenden Serviceleistungen (z. B. Kundendienst). Die Verkaufsfläche liegt i. d. R. deutlich unter 800 qm.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger und im allgemeinen ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortimentsangebot aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel-

und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet. Die Standorte sind meist Pkw-kundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogeriewaren), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Die Größenordnung variiert je nach Fachmarkttyp (z. B. Drogeriefachmärkte ca. 800 qm, Elektrofachmärkte 1.500 bis 4.000 qm, Möbelmarkt bis zu 50.000 qm).

Filialunternehmen

Ein Filialunternehmen (Filialbetrieb) verfügt über (mindestens fünf) unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Bei 10 und mehr Filialen gilt das Unternehmen als Großbetriebsform des Einzelhandels.

Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben

Der Begriff der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben orientiert sich am § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO 1990. Bei einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm werden in der hierin enthaltenen Vermutungsregel Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung unterstellt. Nach einem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 ist die Großflächigkeit eines Handelsbetriebs über 800 qm Verkaufsfläche gegeben.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens eine Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfseinrichtungen. Im Vergleich zum Warenhaus erfolgt eine stärkere Konzentration auf ausgewählte Warengruppen, wobei ein größeres Lebensmittelangebot i. d. R. nicht vorhanden ist. Die Verkaufsfläche liegt bei mehr als 1.000 qm.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird die Kaufkraft aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in dieser Region im hier ansässigen Einzelhandel ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile von außerhalb der Region zufließen; ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb ausgegeben wird.

Kaufkraftkennziffer

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundesdurchschnitt von 100, verfügt die Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau und umgekehrt.

Ladenhandel

Der Ladenhandel umfasst alle Ladengeschäfte des institutionellen Einzelhandels ohne Berücksichtigung der Branchen „Kraftstoffe, Fahrzeuge und Brennstoffe"; hinzu kommen Geschäfte des Ladenhandwerks wie Bäcker, Fleischer, Optiker/Akustiker (hier nur die reine Verkaufsfläche ohne Café oder Werkstatt) und Apotheken sowie Sanitätshäuser/Orthopädietechnik, Tankstellenshops, Kioske und Hofläden.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500 – 800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

SB-Warenhaus

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35 – 50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60 – 75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich Pkw-kundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 qm.[27]

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der

27 Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines SB-Warenhauses bei mindestens 5.000 qm

amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 qm, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.[28]

Trading-down

Beim Trading-down handelt es sich um Maßnahmen, durch die sich ein Handelsbetrieb geänderten Präferenzen der Konsumenten (z. B. aufgrund eines konjunkturellen Nachfragerückgangs) anpassen kann. Zu den Maßnahmen zählen u. a. Senkung des Qualitäts- und Preisniveaus, Reduzierung der Auswahl und Dienstleistungen, Verminderung der Mitarbeiterzahl als Voraussetzung für niedrigere Kosten und möglicherweise eine niedrigere Handelsspanne.

Weiterhin ist der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklung von Einkaufslagen zu gebrauchen. Hier bezeichnet Trading-down den Trend zum Ersatz hoch- bzw. höherwertiger durch niedrigpreisige Anbieter. Damit verbunden ist die Verflachung des Angebots, der Warenpräsentation, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwirkung im Hinblick auf die Werbung.

Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 1.000 qm.[29] Der Standort ist in der Regel Pkw-kundenorientiert, entweder in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche

Das Bundesverwaltungsgericht hat den Begriff *Verkaufsfläche* für diejenigen Fälle präzisiert, in denen in der verbindlichen Bauleitplanung keine Begriffsbestimmung erfolgte. Nach dem Urteil des BVerwG (4 C 10.04 vom 24. November 2005) umfasst die Verkaufsfläche die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf. Zusätzlich zu der durch die Kunden zu betretenden reinen Flächen umfasst die Verkaufsfläche die Flächen für Warenpräsentation, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (z. B. Thekenbereiche). Zudem sind der Kassenvorraum mit „Pack-

28 Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsflächenobergrenze eines Supermarkts bei mindestens 1.500 qm

29 Laut Definition des EHI, Handel aktuell 2008/09, liegt die Verkaufsfläche eines Verbrauchermarkts bei mindestens 1.500 qm

und Entsorgungszone“ und der Windfang zur Verkaufsfläche zu zählen. Nicht dazu gehören reine Lagerflächen und Flächen, die der Vorbereitung/Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und eher hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Nichtlebensmittel der Bereiche Bekleidung, Heimtextilien, Sport, Hausrat, Möbel, Einrichtung, Kosmetik, Drogeriewaren, Schmuck, Unterhaltung sowie oft auch Lebensmittel. Dazu kommen Dienstleistungssortimente der Bereiche Gastronomie, Reisevermittlung und Finanzdienstleistungen.

Zentrale Versorgungsbereiche

In Anlehnung an die Rechtsprechung (z. B. § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO) sind zentrale Versorgungsbereiche gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung. Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen die Innenstadt-, Neben-, Stadtteil- oder Ortsteilzentren und die Nahversorgungszentren.

Zentralität

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Werte über 100 % weisen bei Städten auf eine Anziehungskraft hin, die diese auf ihr Umland ausübt und dessen Bewohner stärker zum Einkauf in ihrem Einzelhandel bewegt als umgekehrt die eigene Bevölkerung ihre Kaufkraft nach außen trägt.