



Industrie- und Handelskammer
für das südöstliche Westfalen

Teil 1: Allgemeiner Teil, textliche und graphische Auswertung

Handelsatlas 2005

Großflächige Einzelhandelsbetriebe
im südöstlichen Westfalen
ab 1.000 m² Verkaufsfläche

Arnsberg, November 2005

Impressum

IHK-Handelsatlas 2005

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im südöstlichen Westfalen ab 1.000 m² Verkaufsfläche

Herausgegeben von der

Industrie- und Handelskammer für das Südöstliche Westfalen zu Arnsberg

Königstraße 18-20, 59821 Arnsberg (Tel. 02931/878-159, Fax: 02931/878-285,

E-Mail: Frye@arnsberg.ihk.de, <http://www.ihk-arnsberg.de>)

Redaktion: Dipl. Ing. Stephan Britten (im Rahmen eines vierwöchigen Praktikums)

Franziska Fretter (Datenerhebung)

Thomas Frye (Verantwortlich)

Vorwort

Erstmals 1999 hat die IHK zu Arnsberg nach umfangreicher Recherche einen Handelsatlas der großflächigen Einzelhandelsbetriebe am Hellweg und im Hochsauerland veröffentlicht. Nach nunmehr 6 Jahre war es Zeit für eine Aktualisierung.

In den letzten Jahren hat der Strukturwandel im Einzelhandel eine besondere Dynamik erhalten. Konsumzurückhaltung bei den Verbrauchern steht auf der anderen Seite eine fast ungebremste Expansion vor allem filialisierter Betriebsformen gegenüber. Entwicklungsgeber war dabei in erster Linie der Lebensmittelhandel. Durch die weitere Verdichtung des Discount-Filialnetzes entstand und entsteht weiterhin erheblicher Anpassungsdruck im Wettbewerb. Er führt zu einem deutlichen Maßstabssprung bei Super- und Verbrauchermärkten, erschwert deren Integration in gewachsene Zentren und führt zu einer Erweiterung der Einzugsgebiete der Nahversorgung. Auf der anderen Seite werden in nächster Zeit durch innerstädtische Flächen neue Standortangebote geschaffen, die auch großflächigen Betrieben eine Integration in stadtnahe Strukturen ermöglichen und gleichzeitig über die Kostenvorteile der „Grünen Wiese“ verfügen.

Der IHK-Handelsatlas 2005 gibt Auskunft über Situation und Veränderungen bei Standorten, Sortimenten und Vertriebsformen. Er soll als eine von mehreren Orientierungs- und Beurteilungshilfen bei Ansiedlungsvorhaben in den 26 Städten und Gemeinden des Kammerbezirkes für Investoren und Betreiber, Stadtplaner und Strukturanalytiker dienen. Die wiedergegebenen Daten wurden durch die Befragung großflächiger Unternehmen, durch eigene Beobachtungen und Schätzungen und durch Hinweise bzw. die Befragung der Städte und Gemeinden ermittelt. Allen, die durch ihre Hilfe mitgewirkt haben, den Handelsatlas in der vorliegenden Form zu erstellen, dankt die Industrie- und Handelskammer an dieser Stelle.

Aus der Vielzahl der Unterstützer ist Georg Middel vom Fachdienst Strukturförderung und Regionalentwicklung des Hochsauerlandkreises hervorzuheben. Ihm verdanken wir die übersichtlichen kartografischen Darstellungen. Ein ganz besonderes Dankeschön gilt dem Verfasser dieser Untersuchung, Dipl.-Ing. Stephan Britten aus Arnsberg. Herr Britten hat im Rahmen eines nur 4wöchigen Praktikums bei der IHK zu Arnsberg diese fundierte Analyse erstellt. Ohne seine Mitwirkung wäre eine zeitnahe Aktualisierung des Handelsatlas 2005 nicht möglich gewesen.

Arnsberg, im November 2005

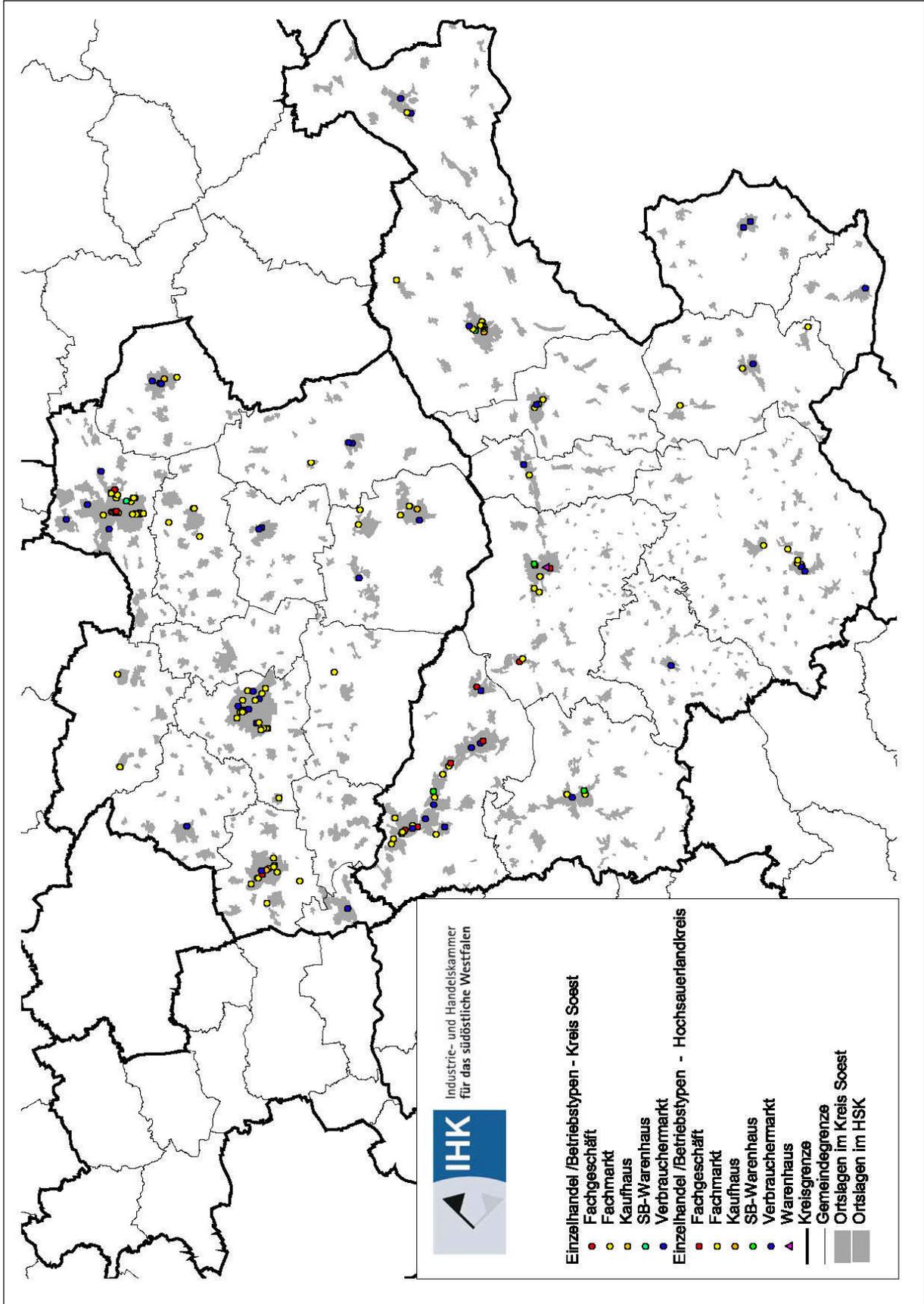


Dr. Ilona Lange, Hauptgeschäftsführerin

Handelsatlasdefinitionen

Fachgeschäft	Einzelhandelsbetrieb, der ein in sich zusammenhängendes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen anbietet.
Fachmarkt	Branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Spezialsortiment überwiegend in Rand- und Außengebieten an verkehrsgünstigen Standorten anbietet.
Kaufhaus	Größerer Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1000 m ² , der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, ohne dass ein warenhausähnliches Sortiment vorliegt, das eine Lebensmittelabteilung einschließen würde.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 m ² ein warenhausähnliches Sortiment (Hauptrichtungen: Lebensmittel, Bekleidung, Textilien, Hausrat) mit Selbstbedienung anbietet.
Umsatzkennziffer	Umsatz je Einwohner in einer Stadt/Gemeinde (Index bezogen auf den Bundesdurchschnitt = 100)
Verbrauchermarkt	Einzelhandelsbetrieb mit überwiegender Selbstbedienung, der vorwiegend Nahrungs- und Genussmittel anbietet und ergänzend als Randsortiment Waren führt, die für die Selbstbedienung geeignet sind. Die Verkaufsfläche liegt zwischen 1.000 m ² und 3.000 m ² .
Verkaufsfläche	Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Ausstellungsflächen, Freiflächen, Gänge und Treppen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind.
Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, der Waren aus vielen Branchen anbietet. Die Hauptrichtungen sind: Bekleidung, Textilien, Hausrat, Wohnbedarf sowie Nahrungs- und Genussmittel, die sowohl in Bedienung, aber auch in Selbstbedienung abgegeben werden. Die Verkaufsfläche beträgt mindestens 3.000 m ²
Kaufkraftkennziffer	hier: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft; Nettoeinkommen je Einwohner einer Stadt/Gemeinde, das im Einzelhandel ausgegeben wird (Index bezogen auf den Bundesdurchschnitt = 100).

Inhaltsverzeichnis	Seite
Die Standorte des großflächigen Einzelhandels im Überblick	6
1. Der IHK-Bezirk Arnsberg	
1.1 Betriebstypenstruktur nach Anzahl und Verkaufsfläche	7
1.2 Sortimentsstruktur	8
1.3 Die räumliche Lage der Verkaufsflächen	10
2. Der Vergleich auf Kreisebene	
2.1 Im Regierungsbezirk Arnsberg	12
2.2 Im Kreis Soest	13
2.3 Im Hochsauerlandkreis	15
3. Flächenausstattung der Städte und Gemeinden	17
4. Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe in den Städten und Gemeinden	21
4.1 Kreis Soest	22
- Anröchte	23
- Bad Sassendorf	26
- Ense	27
- Erwitte	28
- Geseke	31
- Lippetal	34
- Lippstadt	37
- Möhnesee	43
- Rüthen	46
- Soest	49
- Warstein	54
- Welper	57
- Werl	60
- Wickede (Ruhr)	64
4.2 Hochsauerlandkreis	67
- Arnsberg	68
- Bestwig	73
- Brilon	76
- Eslohe	80
- Hallenberg	83
- Marsberg	86
- Medebach	89
- Meschede	92
- Olsberg	95
- Schmallenberg	98
- Sundern	101
- Winterberg	104



Der Großflächige Einzelhandel im Überblick

1. Der IHK-Bezirk Arnsberg

1.1 Betriebstypen-Struktur nach Anzahl und Verkaufsfläche

Der fortschreitende Strukturwandel im Einzelhandel macht auch vor der Handelslandschaft der Kreise Soest und Hochsauerland nicht Halt. Konzentration und Filialisierung, Discountorientierung und Selbstbedienung, Sortimentserweiterung und die Ansprüche an Gestaltung und Übersichtlichkeit führen bei vielen Betriebsformen zu einem spürbaren Maßstabssprung. Heute sind am Hellweg und im Hochsauerland insgesamt 506.946 m² großflächiger Betriebe aufzulisten. Das sind 15 % mehr als im Jahr 1999.

Unter dem Druck des Marktes haben sich allerdings die einzelnen Betriebsformen unterschiedlich entwickelt. „Traditionelle“, großflächige Betriebsformen wie Kaufhäuser oder Warenhäuser, die in zentraler Lage Waren in großer Sortimentstiefe bzw. mit breitgefächertem Sortiment (in der Regel inklusive intensiver Beratung und Bedienung) anbieten, haben im Kammerbezirk seit 1999 zahlen- und flächenmäßig um ca. 20 % abgenommen.

Als Ursache für diesen auch bundesweit zu beobachtenden Trend macht die Deutsche Gesellschaft für Immobilienfonds (DEGI) u. a. ein großes Akzeptanz- und Positionierungsproblem der Kauf- und Warenhäuser aus. Vor dem Hintergrund der enormen Expansion von Einkaufszentren, Hypermärkten, Verbraucher- und Fachmärkten sinkt die Sortimentskompetenz der Generalisten vor allem in den Mittelstädten. Die aktuellen Probleme der kleineren Karstadt-Kaufhäuser sind hierfür ein Beispiel.

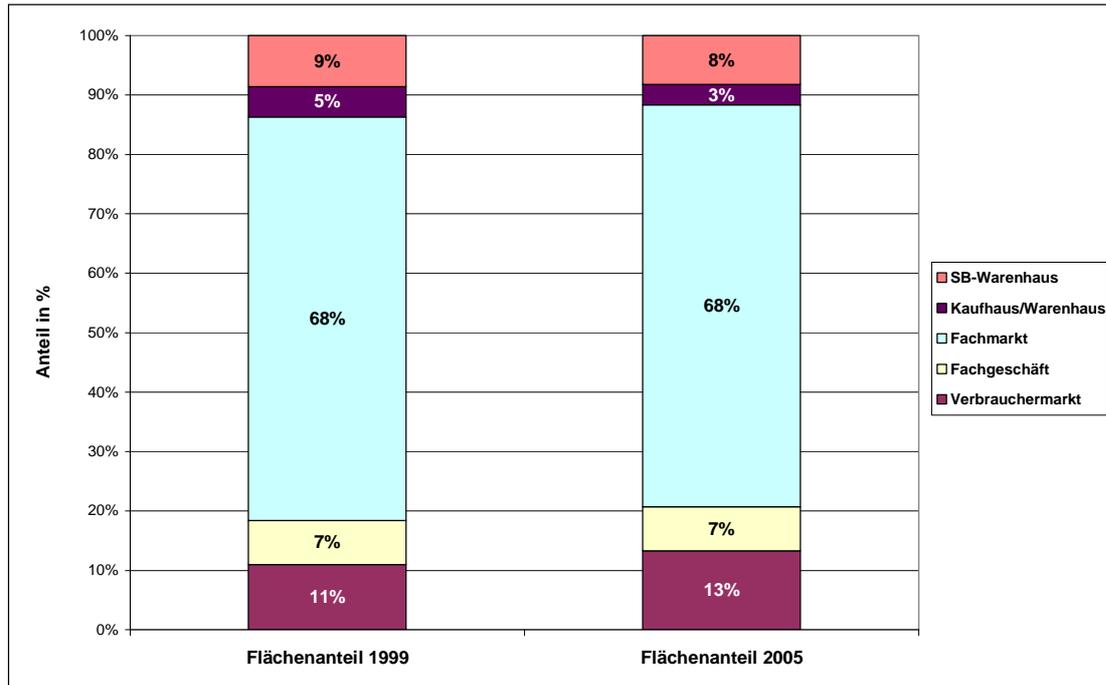
Tabelle 1: **Betriebstypen im IHK-Bezirk**

Betriebstyp	Anzahl			Verkaufsfläche (in m ²)		
	1999	2005	Veränd. in %	1999	2005	Veränd. in %
Verbrauchermarkt	31	46	48%	48.457	67.340	39%
Fachgeschäft	19	21	11%	32.580	37.439	15%
Fachmarkt	83	95	14%	299.629	342.901	14%
Kaufhaus/Warenhaus	9	7	-22%	22.679	17.353	-23%
SB-Warenhaus	7	9	29%	37.882	41.913	11%
Gesamt	149	178	19%	441.227	506.946	15%

Demgegenüber verlief die Entwicklung der Super-/Verbrauchermärkte als auch der Fachmärkte vergleichsweise positiv. Eine besondere Dynamik bewirkte die zunehmende Filialnetz-Verdichtung der Discounter und deren Maßstabssprung mit der steigenden Tendenz, Standorte mit mehr als 1000 m² Verkaufsfläche zu eröffnen.

Aber auch die Fachmärkte weisen nach wie vor eine hohe Wachstumsdynamik auf. Sie verfügen mittlerweile über einen Anteil von mehr als 2/3 an der Verkaufsfläche aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Kammerbezirk. Möbel und Bau- und Heimwerkerbedarf sind hier nach wie vor nach Anzahl und Verkaufsfläche die bedeutendsten Fachmarktsortimente.

Die Gründe für die rasante Entwicklung der Fachmärkte ist nach Angaben der BBE-Unternehmensberatung in allen Branchen ähnlich. Insbesondere spielen die erhofften ertragsmäßigen Vorteile einer Fachmarkt-konzeption eine Rolle. Die Kosten für bauliche Investitionen, Miete, Logistik und Personal sind in den meisten Fällen günstiger als bei den Fachgeschäften. Als ebenso entscheidend für den Erfolg der Fachmärkte wird angenommen, dass diese Betriebsform heute oftmals die Kundenerwartungen besser erfüllt als der sonstige Fachhandel. Denn neben der Preisattraktivität sei nach Einschätzung der BBE vor allem die konsequente Zielgruppenausrichtung, die insbesondere die jungen Kunden anspricht, ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Abb. 2: **Entwicklung der Betriebstypenanteile nach Verkaufsflächen**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

1.2 Sortimentstruktur

Zur besseren Vergleichbarkeit der Daten wurde die bereits im Handelsatlas 1999 vorgenommene Sortimentsklassifizierung in 8 Sortimentsgruppen sowie die Mehrbranchen-Märkte beibehalten. Maßgeblich ist dabei das Kernsortiment des jeweiligen Anbieters.

- Lebensmittel
- Bekleidung
- Spiel und Sportartikel
- Elektro und Hifi
- Bau- und Heimwerkerbedarf
- Gartenbedarf und Holz
- Raumausstattung
- Möbel
- Mehrsortiment-Anbieter

Naturgemäß ist bei einer entsprechenden Einteilung zu beachten, dass ggf. Rand- oder Ergänzungssortimente flächenmäßig dem Hauptsortiment zugeordnet und somit nicht unter dem eigentlichen Sortiment erfasst werden.

Insofern bedarf eine Betrachtung der Sortimentsausstattung insbesondere auf lokaler Ebene ergänzender Analysen, für die die Einzelaufstellung in Kapitel 4 Hinweise bietet. Dies gilt vor allem für den Lebensmittelhandel. Zu den Flächen in reinen Lebensmittel-Verbrauchermärkten gesellen sich weitere Flächen aus den SB-Warenhäusern, die als Hauptsortiment Lebensmittel führen. Zu den eigenständigen Gartencentern sind zusätzliche Flächen mit Pflanzen und Gartenbedarf in Bau- und Heimwerkermärkten hinzuzurechnen. Sie sind diesen Baumärkten im Regelfall flächenmäßig untergeordnet und dienen zur Komplettierung als Do-It-Yourself-Markt (DIY). Möbelhäuser führen neben einem häufig umfangreichen Randsortiment an Einrichtungsgegenständen (Leuchten, Dekorationsartikel, Glas, Porzellan, Keramik) als flächenmäßig bedeutsames Sortiment oftmals auch Teppiche sowie

zum Teil Bodenbeläge. Die Sortimente der Hauptgruppe "Raumausstattung" umfassen wiederum oftmals Sortimentsteile aus Bau- und Heimwerkermärkten (Farben, Lacke, Tapeten).

Nach wie vor belegen im Kammerbezirk im Bereich des großflächigen Einzelhandels die Möbelanbieter mit über 146.000 m² die größten Flächen. Diese Flächengröße resultiert in erster Linie aus dem Angebot einiger Vollsortimentanbieter mit zum Teil mehreren zehntausend Quadratmetern an Fläche. Diese haben durch entsprechende Expansion seit 1999 auch zu dem festgestellten Flächenwachstum in diesem Bereich geführt.

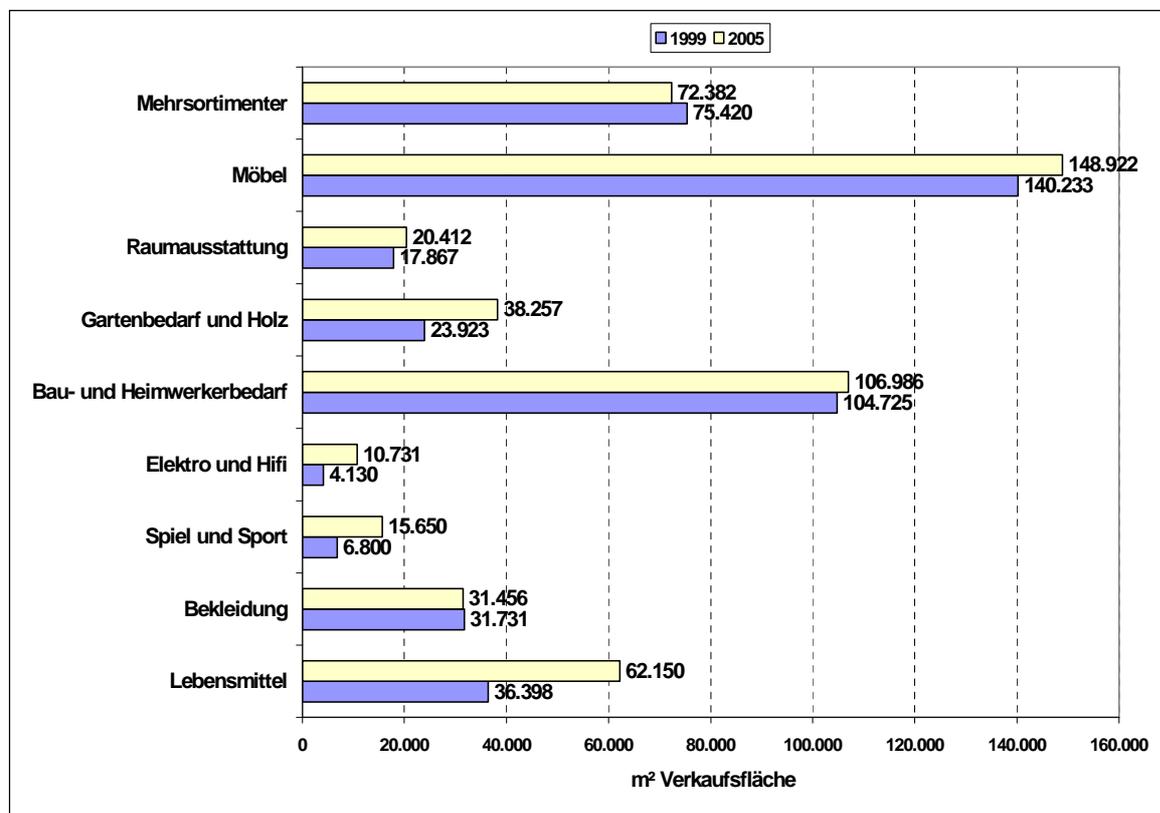
Auch die Bau- und Heimwerkermärkte haben flächenmäßig seit 1999 zugelegt. Im Vergleich zum Bereich Möbel ist hier allerdings eine wesentlich homogenere Verteilung über die Fläche des Kammerbezirks zu beobachten.

An dritter Stelle der Flächenhierarchie folgen die Mehrsortimenter (in erster Linie SB-Warenhäuser, Kaufhäuser und Warenhäuser), die allerdings - nicht zuletzt auch durch erste Schließungen im Kauf- und Warenhausbereich - flächenmäßig absolut einen leichten Rückgang zu verzeichnen hatten.

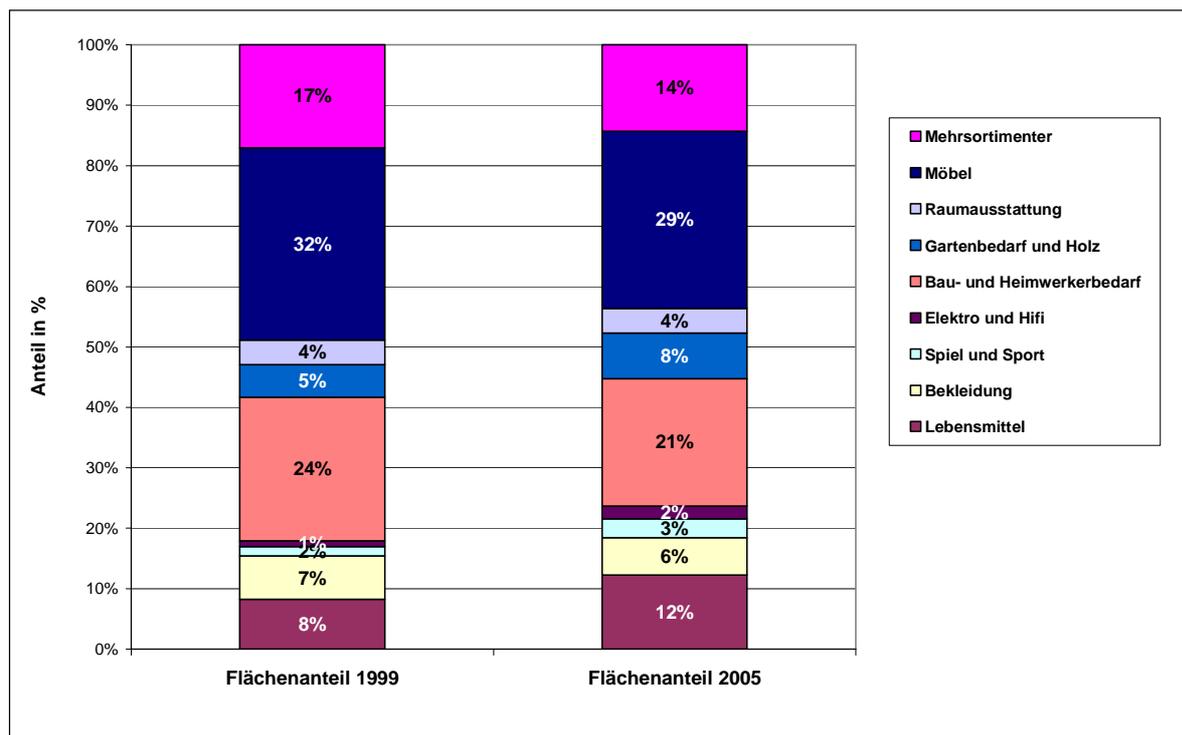
Den größten absoluten Flächenzuwachs (über 23.000 m²) weisen die Lebensmittelanbieter auf. Hier spielt zum einen der Trend zum Flächenwachstum im Bereich der Verbrauchermärkte allgemein, zum anderen auch die fortschreitende Komplettierung des Standortnetzes der Discounter in der Region mit Märkten über 1.000 m² eine entscheidende Rolle.

Letztendlich ist auch im Bereich der Fachgeschäfte und Fachmärkte der Sortimente „Elektro und Hifi“ sowie „Spiel und Sport“ relativ zum Bestand in 1999 ein sehr hohes Wachstum festzustellen.

Abb. 3: **Verkaufsflächen nach Sortimenten**



Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Abb. 4: **Veränderung der Verkaufsflächenanteile nach Sortimenten**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

1.3 Die räumliche Lage der Verkaufsflächen

Nach wie vor ist bei den Großbetriebsformen im Handel die Tendenz zu erkennen, bevorzugt Standorte zu wählen, die den Bedürfnissen der Kunden nach guter Verkehrsanbindung, großzügigen Stellplatzanlagen und ebenerdiger Verkaufsflächen gerecht werden. Damit verbinden sich zugleich die Anforderungen auf eine kostengünstige Bauweise.

Diese Standortbedingungen bietet i. d. R. das sog. sekundäre Standortnetz, d. h. peripher gelegene Stadtrandlagen, bevorzugt an stark frequentierten Ausfallstraßen und in Nahversorgungslagen. Dies betrifft nicht nur Großbetriebe wie Möbel-, Bau- und Gartenmärkte die aufgrund ihres Flächenanspruches und ihrer verkehrlichen Auswirkungen selten in die gewachsenen Versorgungsstrukturen der Innenstädte integriert werden können, sondern in besonderem Maße auch die großflächigen Anbieter mit überwiegender Ausrichtung auf Selbstbedienung im Lebensmittelbereich (SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte), aber auch im Fachmarktbereich (bspw. „Spiel und Sport“ und „Elektro und Hifi“). Durch den hohen Kostendruck innerstädtischer Standorte ist vor allem der Lebensmittelhandel immer mehr auf dezentrale Lagen oder Nahversorgungsstandorte und Stadtteilzentren ausgewichen.

Dies spiegelt sich auch in der statistischen Auswertung der Verkaufsflächen-Standorte im Kammerbezirk wider. In den Kreisen Soest und Hochsauerland befinden sich 79% aller Flächen (401.679 m²) in Gewerbegebieten und Randlagen (Ortsteilen und Wohn-/Mischgebieten), während lediglich 21% der Flächen des großflächigen Einzelhandels (105.267 m²) in den Innenstadtlagen zu finden sind.

Unter Außerachtlassung der großflächigen Möbelhäuser, Bau- und Heimwerkermärkte, Holz- und Gartenfachmärkte sowie den Raumausstattungsbereich reduziert sich der Flächenanteil zentrumstypischer Sortimente an peripheren Standorten allerdings erheblich. Dennoch verbleiben noch rund 93.000 m² Verkaufsfläche mit Lebensmitteln, Spiel- und Sportartikeln,

Hifi- und Elektrowaren oder in Mehrsortimentsanbietern (i. d. R. sind dies SB-Warenhäuser) an peripheren Standorten. Die Fläche innenstadtrelevanter Angebote außerhalb zentraler Lagen hat sich seit 1999 um ca. 22.000 m² erhöht.

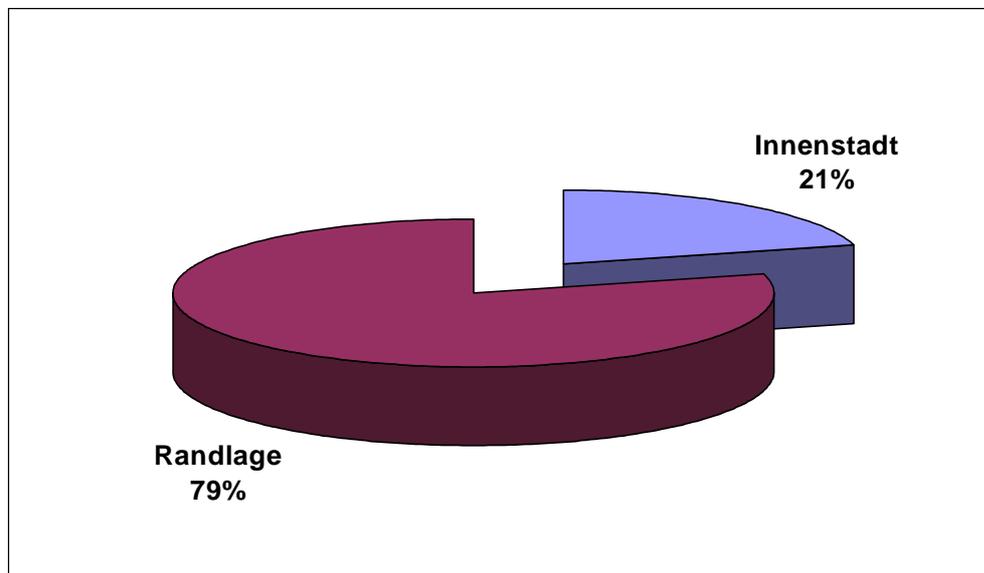
Erfreulicherweise ist jedoch festzustellen, dass sich das Verhältnis Innenstadt – Randlage von 1 : 4 seit 1999 insbesondere aufgrund von gleichzeitigem Flächenwachstum in den City-Lagen nicht weiter zu Ungunsten dieser verändert hat. Ursächlich hierfür ist die seit langem restriktive Genehmigungspraxis vor allem bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an desintegrierten Standorten. Viele Kommunen haben häufig auf Empfehlung der Kammer eine aktive Standortpolitik ergriffen und Konzepte zur künftigen Standortsteuerung des großflächigen Einzelhandels erarbeitet. Entscheidend für den Wandel im Investitionsverhalten war und ist aber auch die Verfügbarkeit innenstadtnaher Flächen. Vor allem durch ehemalige Bahnstandorte in häufig zentraler Lage sind Ventile für Investitionen großflächiger Betriebe entstanden, die einerseits die Standortanforderungen der Betreiber erfüllen, andererseits aber auch eine Verzahnung mit den innerstädtischen Angeboten ermöglichen.

In den kommenden Jahren werden so mit den Projekten

- „Bahnschiene-West“ in Meschede
- „City-Center“ im Bahnhofsumfeld Soest
- „Neue Mitte/Untere Pforte“ in Winterberg und
- „ehemaliger Steinbruch Risse“ in Warstein

neue großflächige Betriebe das innerstädtische Angebot ergänzen und zumindest lokal auch das Verhältnis zwischen zentralen und dezentralen Lagen korrigieren.

Abb. 5: **Die räumliche Lage der Verkaufsflächen**



Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

2. Der Vergleich auf Kreisebene

2.1 Im Regierungsbezirk Arnsberg

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von 297.411 m² verfügt der Kreis Soest im Vergleich zum Hochsauerlandkreis mit 209.535 m² Verkaufsfläche über eine deutlich höhere Flächenausstattung. Die Differenz zwischen den beiden Kreisen hat sich seit 1999 sogar noch um 18.693 m² vergrößert. Zwar relativiert sich diese Zahl unter Berücksichtigung der im Kreis Soest ebenfalls höheren Einwohnerzahl. Dennoch liegt der Hochsauerlandkreis um 22 % unter der Pro-Kopf-Flächenausstattung des Kreises Soest.

Ursachen hierfür sind in erster Linie in der räumlichen Lage abseits großer Ballungszentren und auch der im Vergleich zum Kreis Soest nach wie vor ungünstigeren Siedlungsstruktur und überregionalen Verkehrsanbindung zu suchen.

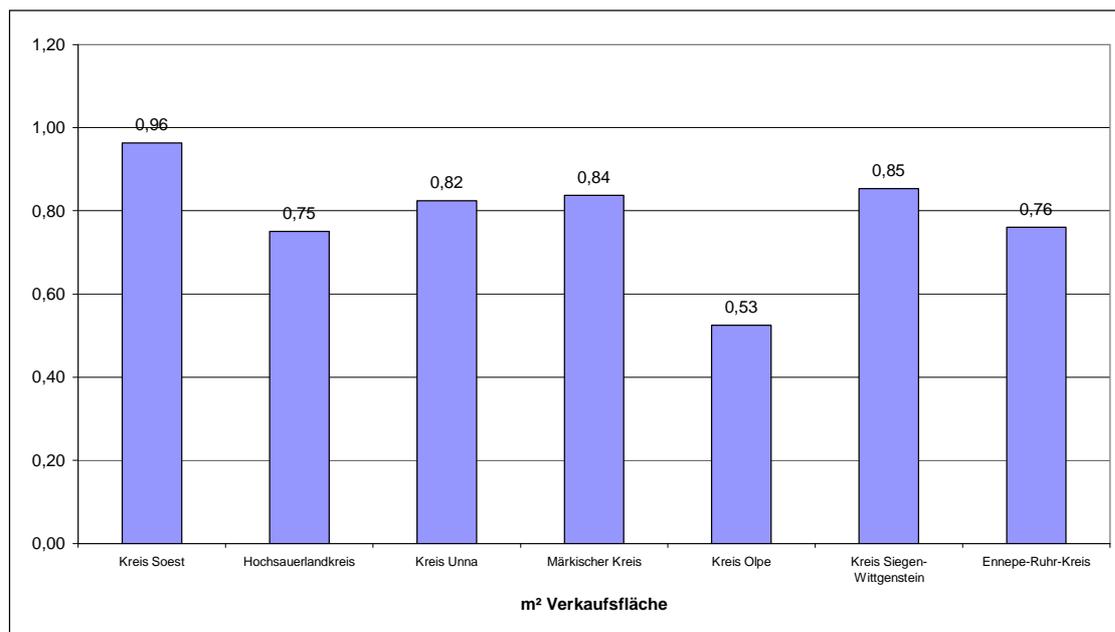
Der nachfolgende regionale Vergleich aller Kreise aus dem Regierungsbezirk Arnsberg belegt deutlich, dass der Kreis Soest seine Spitzen-Position bei der Pro-Kopf-Ausstattung im Regierungsbezirk ausgebaut hat, während sich der Hochsauerlandkreis nach wie vor im unteren Bereich bewegt.

Tabelle 2: **Verkaufsflächen in den Kreisen des Regierungsbezirks Arnsberg**

Kreis	Einwohner	m ² Verkaufsfläche	m ² /Einwohner	Stand
Kreis Soest	308.831	297.411	0,96	2005
Hochsauerlandkreis	279.336	209.535	0,75	2005
Kreis Unna	430.470	355.045	0,82	2001
Märkischer Kreis	458.657	384.088	0,84	2001
Kreis Olpe	141.294	74.254	0,53	2002
Kreis Siegen-Wittgenstein	295.946	252.695	0,85	2002
Ennepe-Ruhr-Kreis	350.893	266.774	0,76	2001

Quelle: *Strukturatlanten der Industrie- u. Handelskammern im Regierungsbezirk Arnsberg, 2001 - 2005*

Abb. 6: **Pro-Kopf-Flächenausstattung in den Kreisen des Regierungsbezirks Arnsberg**



Quelle: *Strukturatlanten der Industrie- u. Handelskammern im Regierungsbezirk Arnsberg, 2001 - 2005*

2.2 Der Kreis Soest

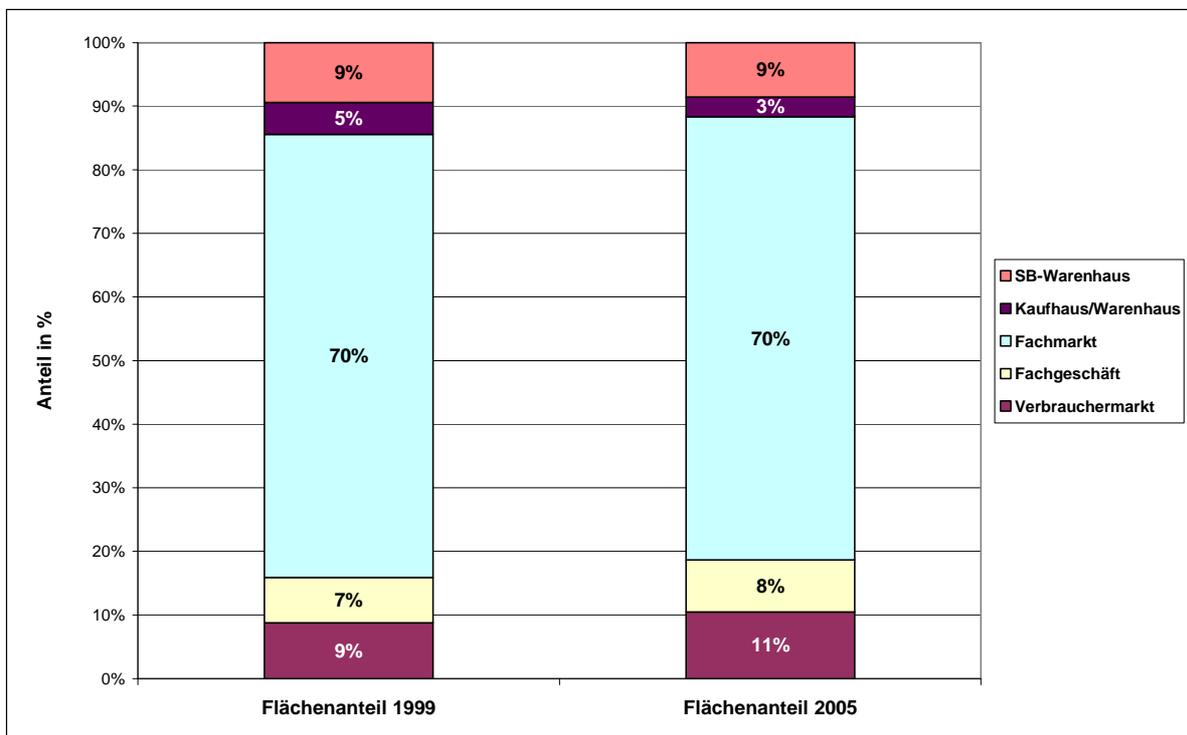
Tabelle 3: **Betriebstypen im Kreis Soest**

Betriebstyp	Anzahl			Verkaufsfläche (in m ²)		
	1999	2005	Veränd. in %	1999	2005	Veränd. in %
Verbrauchermarkt	15	23	53%	22.323	31.275	40%
Fachgeschäft	10	13	30%	18.210	24.339	34%
Fachmarkt	49	54	10%	177.820	207.122	16%
Kaufhaus/Warenhaus	6	5	-17%	12.752	9.252	-27%
SB-Warenhaus	4	5	25%	24.100	25.423	5%
Gesamt	84	100	19%	255.205	297.411	17%

Wie bereits im gesamten Kammerbezirk zu beobachten, so sind auch im Kreis Soest die Gewinner des Flächenwachstums im großflächigen Einzelhandel in großem Maße die Verbrauchermärkte. Ebenso ist ein entsprechender Flächenzuwachs im Bereich des großflächigen Facheinzelhandels festzustellen.

Der auf Kammerbezirksebene zu verzeichnende Rückgang im Kauf- bzw. Warenhausbereich spiegelt sich letztendlich auch im Kreis Soest wieder. Entsprechend haben sich auch die Flächenanteile an den Gesamtverkaufsflächen leicht verändert, wie aus der nachstehenden Grafik hervorgeht.

Abb. 7: **Veränderung des Betriebstypenanteils im Kreis Soest nach Verkaufsfläche**



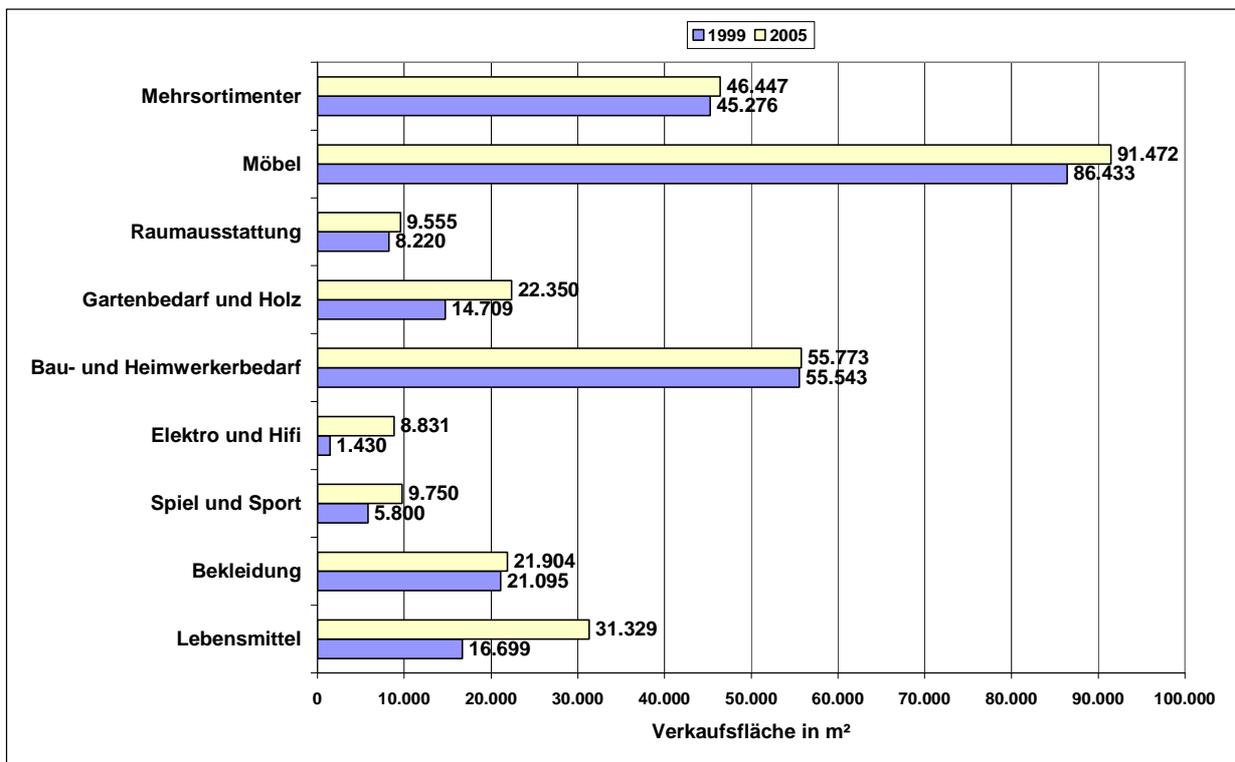
Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Tabelle 4: **Sortimentsausstattung im Kreis Soest**

Sortiment	Anzahl			Verkaufsfläche (in m ²)		
	1999	2005	Veränd. In %	1999	2005	Veränd. In %
Lebensmittel	11	22	100%	16.699	31.329	88%
Bekleidung	11	12	9%	21.095	21.904	4%
Spiel und Sport	4	6	50%	5.800	9.750	68%
Elektro und Hifi	1	6	500%	1.430	8.831	518%
Bau- und Heimwerkerbedarf	15	12	-20%	55.543	55.773	0%
Gartenbedarf und Holz	6	6	0%	14.709	22.350	52%
Raumausstattung	6	7	17%	8.220	9.555	16%
Möbel	14	13	-7%	86.433	91.472	6%
Mehrsortimenter	16	16	0%	45.276	46.447	3%
Gesamt	84	100	19%	255.205	297.411	17%

Bei der Betrachtung der Flächenveränderungen nach Sortimenten fallen insbesondere die hohen Steigerungsraten in den Facheinzelhandelsbereichen „Elektro und Hifi“ sowie „Spiel und Sport“ auf, wobei deren Anteil an den Gesamtflächen nach wie vor vergleichsweise gering ist.

Das größte absolute Flächenwachstum ist im Kreis Soest im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels zu beobachten, wobei dieses mit dem Wachstum im Bereich der Verbrauchermärkte korrespondiert.

Abb. 8: **Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten im Kreis Soest**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

2.3 Der Hochsauerlandkreis

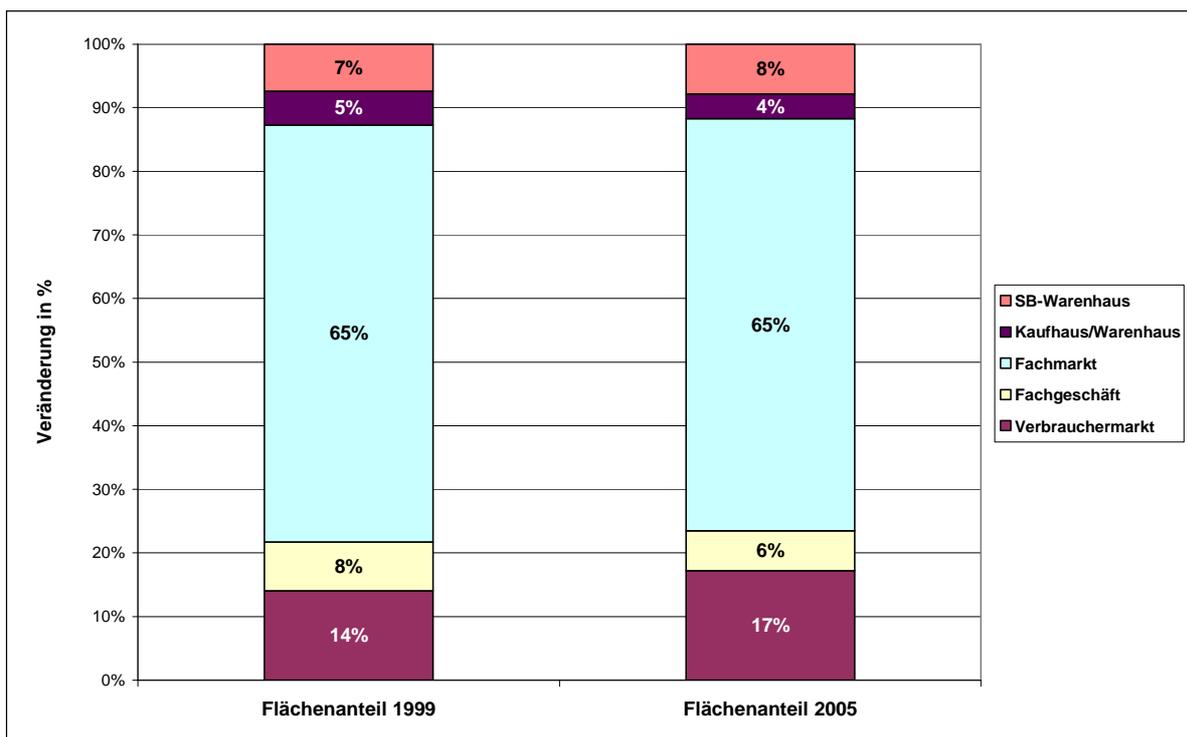
Tabelle 5: **Betriebstypen im Hochsauerlandkreis**

Betriebstyp	Anzahl			Verkaufsfläche (in m ²)		
	1999	2005	Veränd. in %	1999	2005	Veränd. in %
Verbrauchermarkt	16	23	44%	26.134	36.065	38%
Fachgeschäft	9	8	-11%	14.370	13.100	-9%
Fachmarkt	34	41	21%	121.809	135.779	11%
Kaufhaus/Warenhaus	3	2	-33%	9.927	8.101	-18%
SB-Warenhaus	3	4	33%	13.782	16.490	20%
Gesamt	65	78	20%	186.022	209.535	13%

Ein ähnliches Flächenwachstum im Verbrauchermarktbereich wie im Kreis Soest ist auch im Hochsauerlandkreis festzustellen.

Im Fachhandel hingegen war die Wachstumsdynamik wesentlich geringer ausgeprägt als im Kreis Soest. Die entsprechende Entwicklung der Anteile an der Gesamtverkaufsfläche veranschaulicht noch einmal die nachstehende Grafik.

Abb. 9: **Veränderung des Betriebstypenanteils im HSK nach Verkaufsfläche**



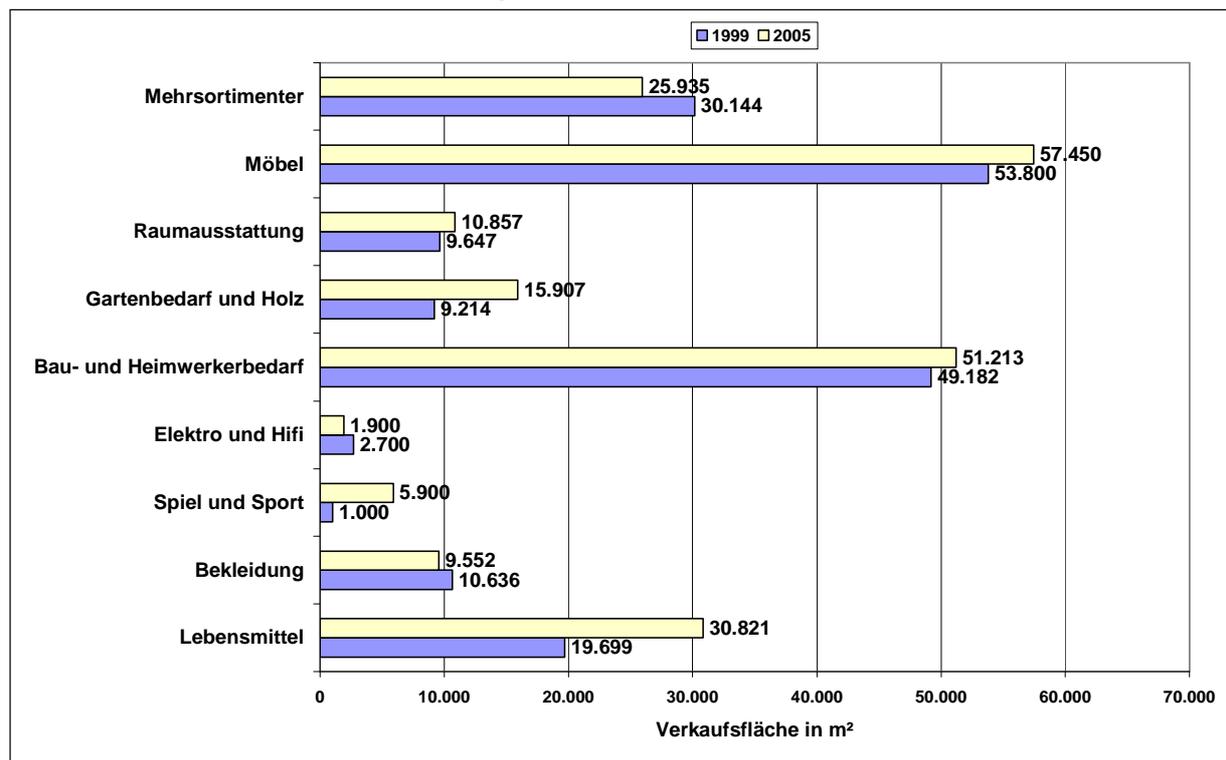
Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Tabelle 6: **Sortimentsausstattung im Hochsauerlandkreis**

Sortiment	Anzahl			Verkaufsfläche (in m ²)		
	1999	2005	Veränd. In %	1999	2005	Veränd. In %
Lebensmittel	13	21	62%	19.699	30.821	56%
Bekleidung	7	6	-14%	10.636	9.552	-10%
Spiel und Sport	1	3	200%	1.000	5.900	490%
Elektro und Hifi	1	1	0%	2.700	1.900	-30%
Bau- und Heimwerkerbedarf	11	13	18%	49.182	51.213	4%
Gartenbedarf und Holz	4	9	125%	9.214	15.907	73%
Raumausstattung	6	7	17%	9.647	10.857	13%
Möbel	13	11	-15%	53.800	57.450	7%
Mehrsortimenter	9	7	-22%	30.144	25.935	-14%
Gesamt	65	78	20%	186.022	209.535	13%

Auch im Hochsauerlandkreis dominiert das Flächenwachstum des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels.

Daneben sind jedoch auch nicht unerhebliche Wachstumsraten im Fachmarktbereich, insbesondere bei den Sortimenten „Gartenbedarf und Holz“ sowie „Spiel und Sport“ zu verzeichnen.

Abb. 10: **Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten im Hochsauerlandkreis**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

3. Flächenausstattung der Städte und Gemeinden

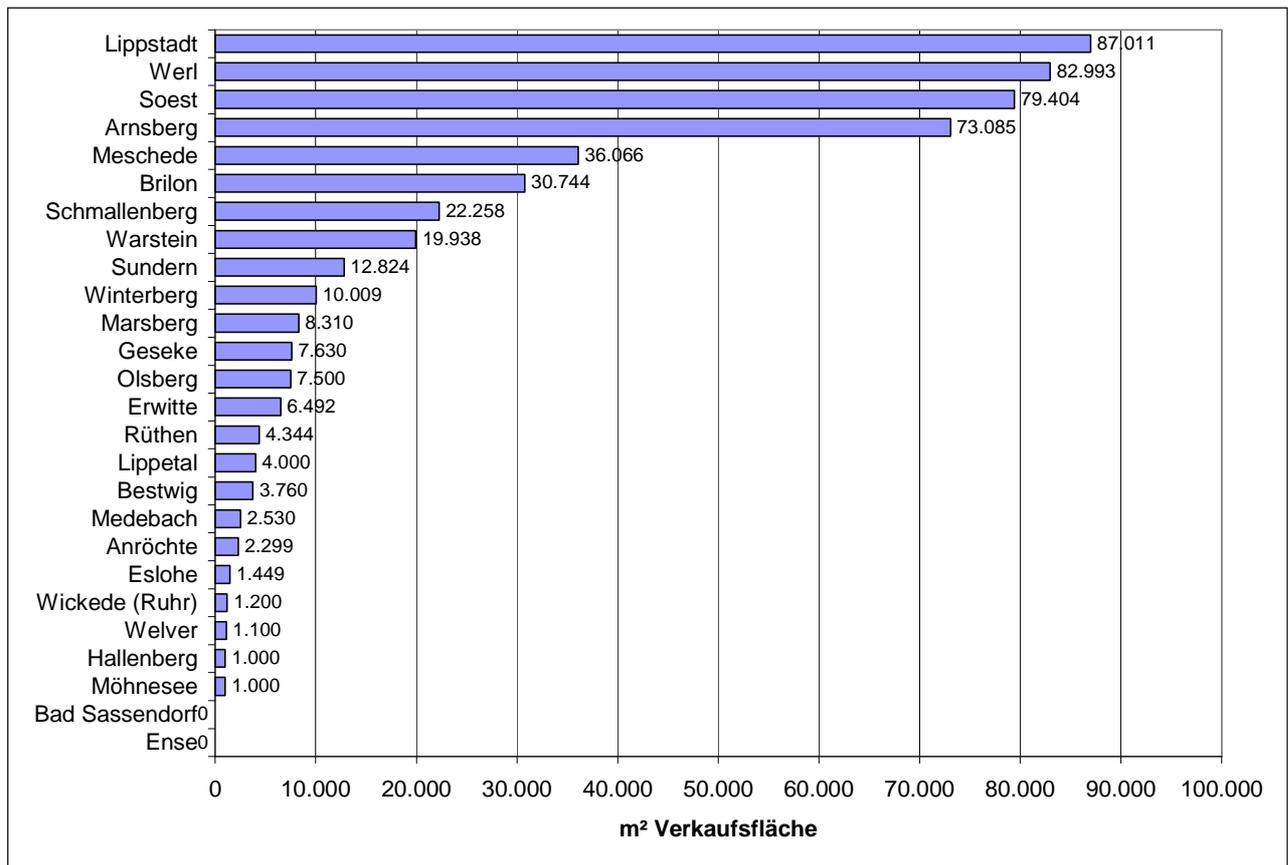
Die bereits dargestellte unterschiedliche Flächenausstattung zwischen den Kreisen Soest und Hochsauerland findet sich auch bei der kleinteiligeren Betrachtung auf kommunaler Ebene wieder.

Während Arnsberg 1999 hinter Soest und Lippstadt noch an dritter Stelle lag, liegen die drei Städte mit den größten Verkaufsflächenzahlen im Bereich des großflächigen Einzelhandels nunmehr ausschließlich im Kreis Soest. Eine Ursache für das geringe Angebot großflächiger Betriebe in Arnsberg dürfte nach wie vor in der Zergliederung des Stadtgebietes in insgesamt fünf Stadtteile mit jeweils eigenständigen Handels- und Versorgungsschwerpunkten liegen, was auch deutlich in dem in Kapitel 4 zu findenden Kartenmaterial abzulesen ist.

Allerdings ist es auch innerhalb des Kreises Soest zu Verschiebungen gekommen. So ist die Stadt Soest mittlerweile hinter die Städte Lippstadt und Werl zurückgefallen.

Die nachfolgende Abbildung 10 zeigt die Verkaufsflächenhierarchie im Kammerbezirk. Deutlich wird hier die Dominanz der Städte mit mehr als 30.000 Einwohnern, die mehr als 70 % aller Verkaufsflächen auf sich vereinen.

Abb. 11: Verkaufsflächenhierarchie der Städte und Gemeinden

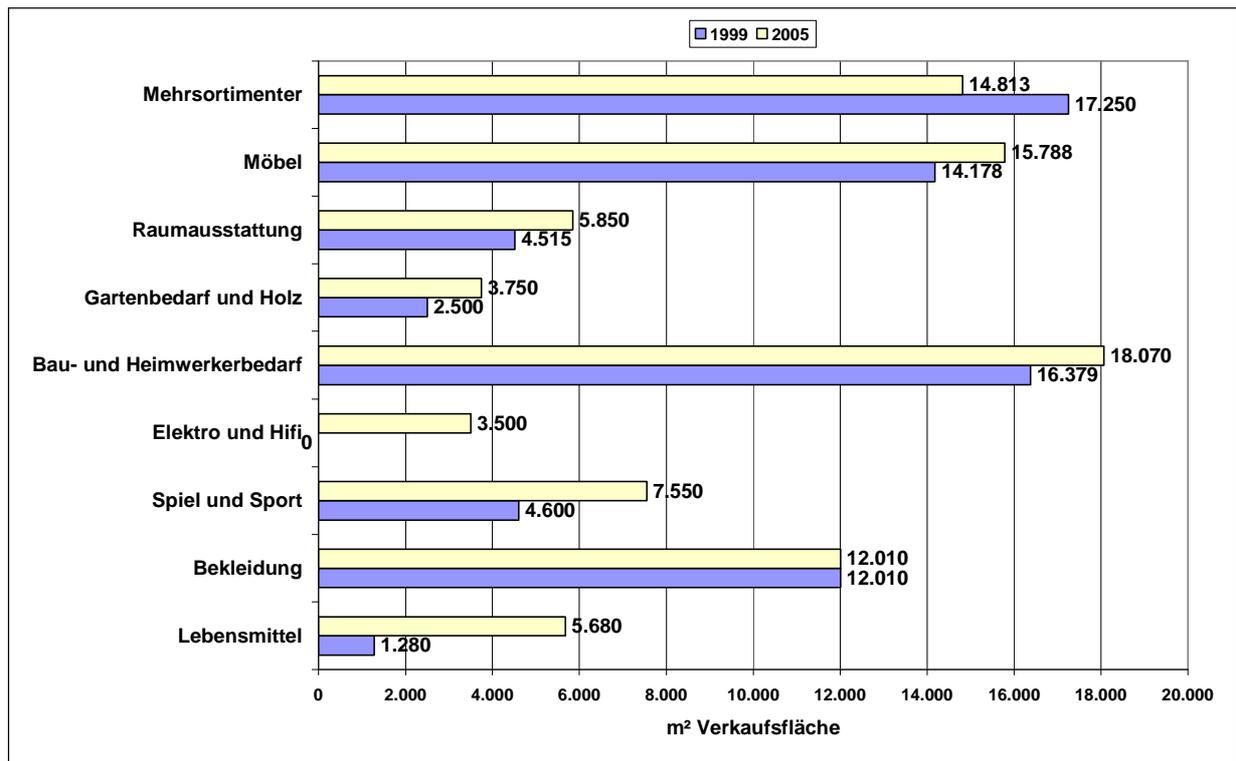


Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Die unterschiedlichen Schwerpunkte in den fünf wichtigsten Standorten großflächiger Einzelhandelsbetriebe im Kammerbezirk werden anhand der nachfolgenden Abbildungen 11 bis 15 deutlich. Sie zeigen die besondere Bedeutung der Standorte Werl und Soest für die Sortimente Möbel und die herausgehobene Lippstadts vor allem auf dem Sektor Bekleidung.

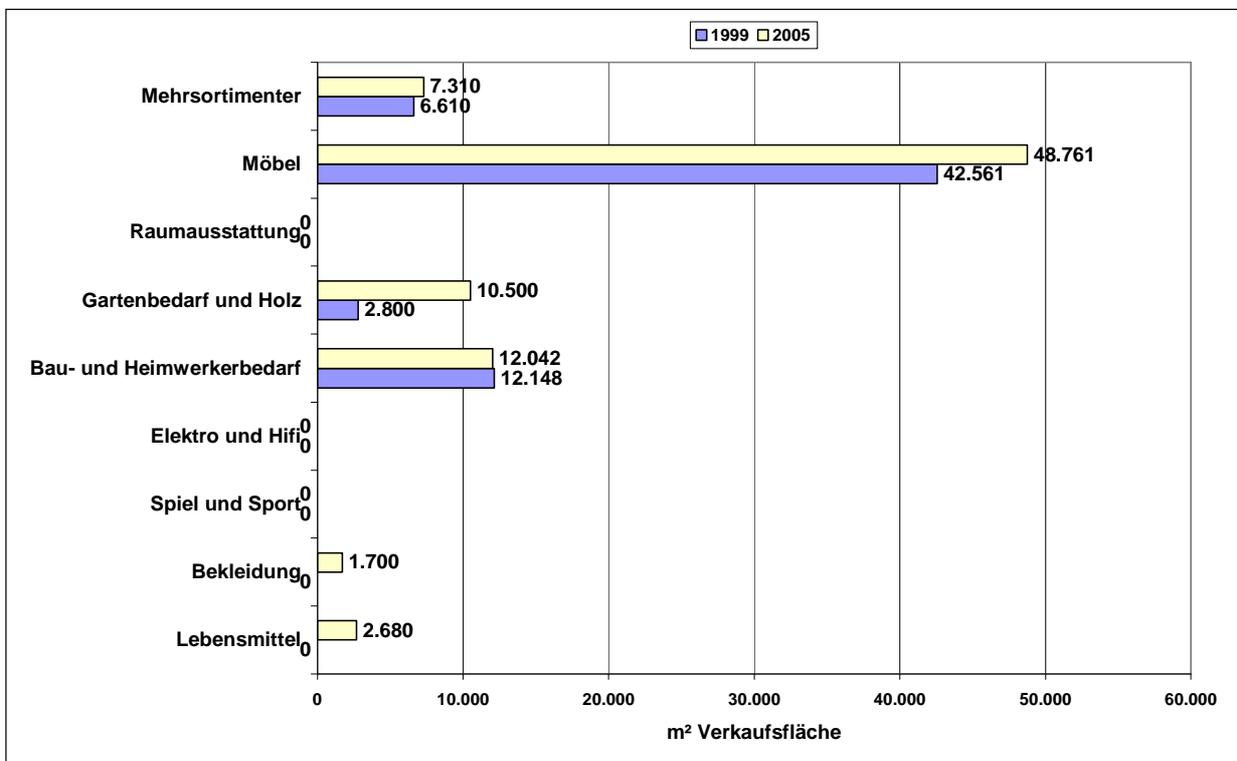
Die Top 5 im IHK-Bezirk

Abb. 12: **Sortimentsausstattung in Lippstadt**

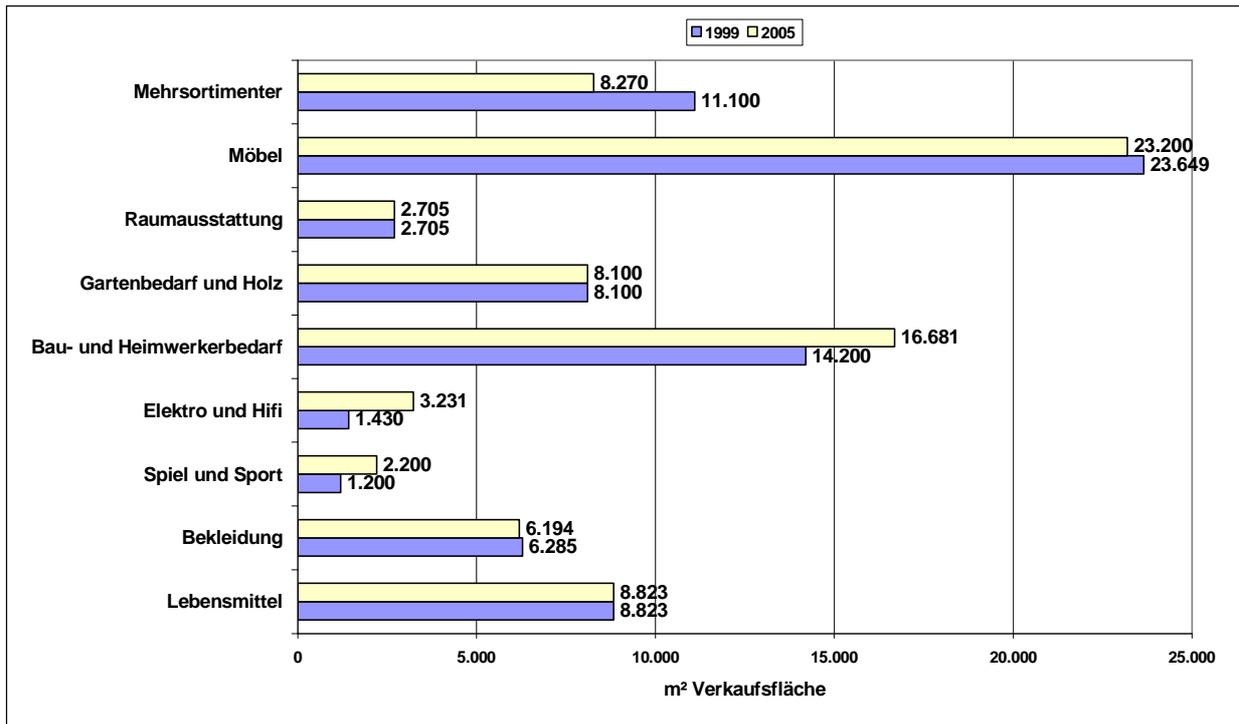


Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

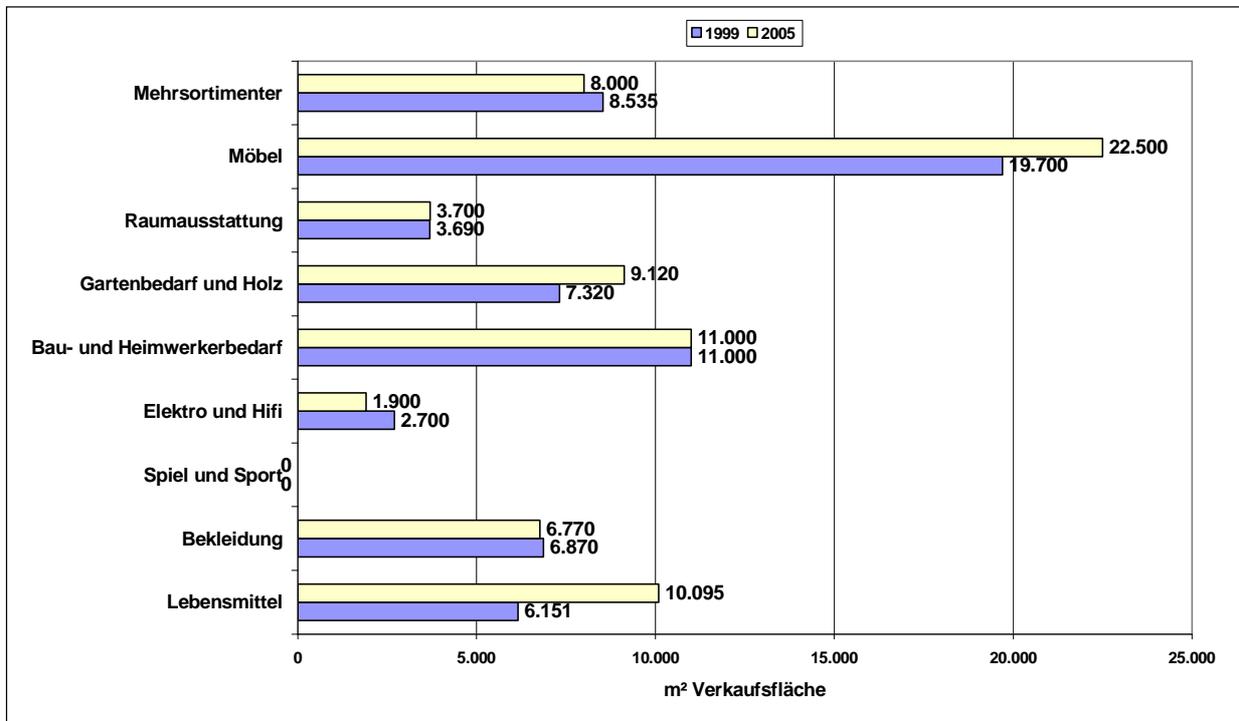
Abb. 13: **Sortimentsausstattung in Werl**



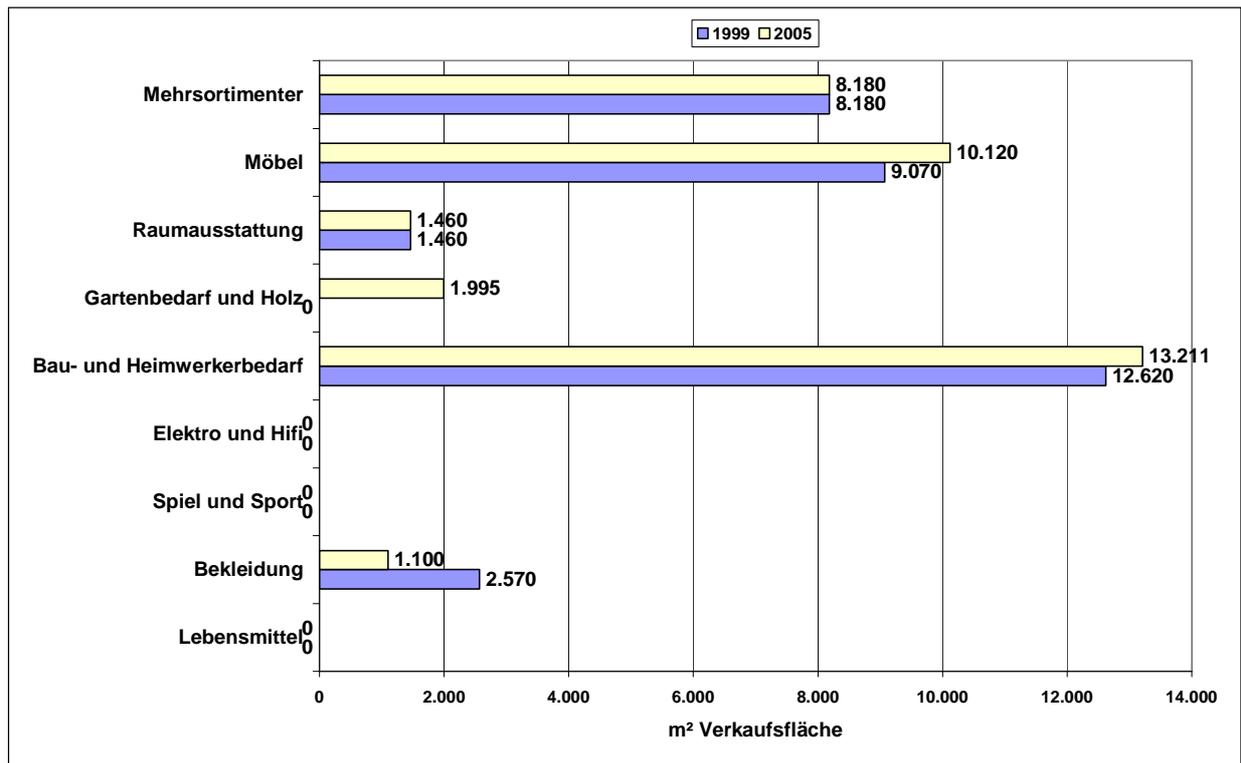
Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Abb. 14: **Sortimentsausstattung in Soest**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Abb. 15: **Sortimentsausstattung in Arnsberg**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005

Abb. 16: **Sortimentsausstattung in Meschede**

Quelle: Erhebungen der IHK Arnsberg 2004/2005