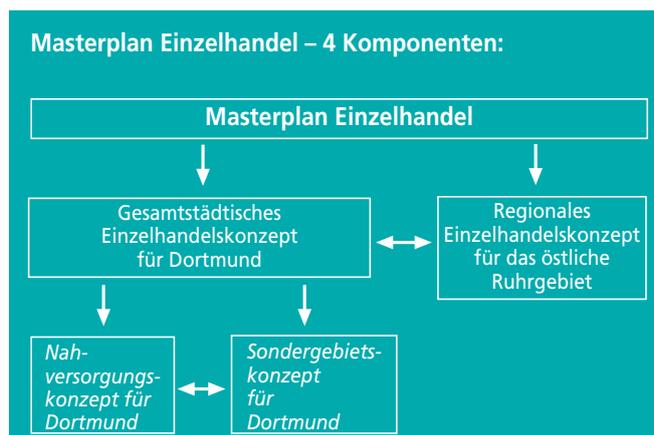


## 2. Aktuelle Planungen und Maßnahmen

### 2.1 Die vier Bausteine des Masterplans Einzelhandel in ihrem Zusammenwirken

Der Masterplan Einzelhandel integriert vier Einzelhandelskonzepte, die in ihrem Zusammenwirken die notwendige planerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Dortmund und dem Umland Dortmunds umfassend leisten.



*Die vier Bausteine des Masterplans Einzelhandel*

Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept von 1999 stellt den ersten Baustein des Masterplans Einzelhandel dar, der gleichzeitig auch den breitesten Ansatz beinhaltet. Das Konzept formuliert Zielaussagen und Maßnahmenvorschläge für die gesamtstädtische Entwicklung bzw. die generelle oberzentrale Einzelhandelsfunktion Dortmunds, für die Dortmunder City und Nebenzentren, die drei Sondergebietsstandorte sowie die Nahversorgung. Dem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept liegt dabei das Leitbild einer zentrenorientierten Versorgungsstruktur und Einzelhandelsentwicklung zugrunde.

Das im Juni 2001 vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzept verpflichtet Dortmund und seine Nachbarkommunen zur Einhaltung der gleichen grundsätzlichen Ziele und Leitbilder, einer auf die integrierten Standorte bezogenen Einzelhandelsentwicklung. Es erweitert damit die Reichweite der Leitlinien des Gesamtstädtischen Konzeptes auf regionaler Ebene.

Die grundsätzlichen Zielaussagen des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes schließlich bedürfen einer Konkretisierung

---

auf der kleinräumigen Ebene der drei Sondergebietsstandorte Indupark, Bornstraße und Aplerbeck-Ost sowie der Nahversorgungsstandorte in den Stadt- und Ortsteilen. Dies leisten das Sondergebiets- und das Nahversorgungskonzept.

## 2.2 Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept

Ziel des 1999 vom Rat der Stadt beschlossenen Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes für Dortmund ist die nachhaltige Stärkung bestehender zentraler Angebotsstrukturen und die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die bestehenden Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte stützt. Dabei ist eine sinnvolle Arbeitsteilung zwischen der City, den Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie den Sondergebietsstandorten für großflächigen Einzelhandel anzustreben. Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept bezieht sich damit auf das 1972 erstmals beschlossene und 1979 in den Flächennutzungsplan übernommene multizentrische Modell zur Entwicklung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur. Im einzelnen enthält es folgende Vorgaben für die Standorte des Einzelhandels in Dortmund.

### 2.2.1 Die Dortmunder City

Die Dortmunder City ist das oberzentrale Versorgungs- und Dienstleistungszentrum der Stadt. Mit einem Anteil von 24,8% bzw. 0,81 Mrd. € am gesamten Dortmunder Einzelhandelsumsatz ist sie der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Dortmund. Die oberzentrale Funktion Dortmunds mit einem Einzugsbereich von beinahe 2 Mio. Einwohnern beruht damit hauptsächlich auf der City. Die Oberzentralität der Dortmunder City drückt sich zum einen darin aus, dass hier ca. 500 von insgesamt 3.500 Dortmunder Einzelhandelsbetrieben und 190.000 m<sup>2</sup> von in Dortmund insgesamt 809.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche konzentriert sind. Zum anderen ist es gerade die Qualität und Ausdifferenziertheit des Angebotes der Dortmunder City, die Kunden aus dem Umland anzieht. Die Dortmunder City ist in allen innenstadttypischen Kernsortimenten stark besetzt.

Mehr als 40 % der Verkaufsfläche und Umsätze der Dortmunder City fallen auf das Sortiment Bekleidung. Die große Bandbreite an Angebotsformen wie Kauf- und Warenhäusern, Fachmärkten sowie Fach- und Spe-

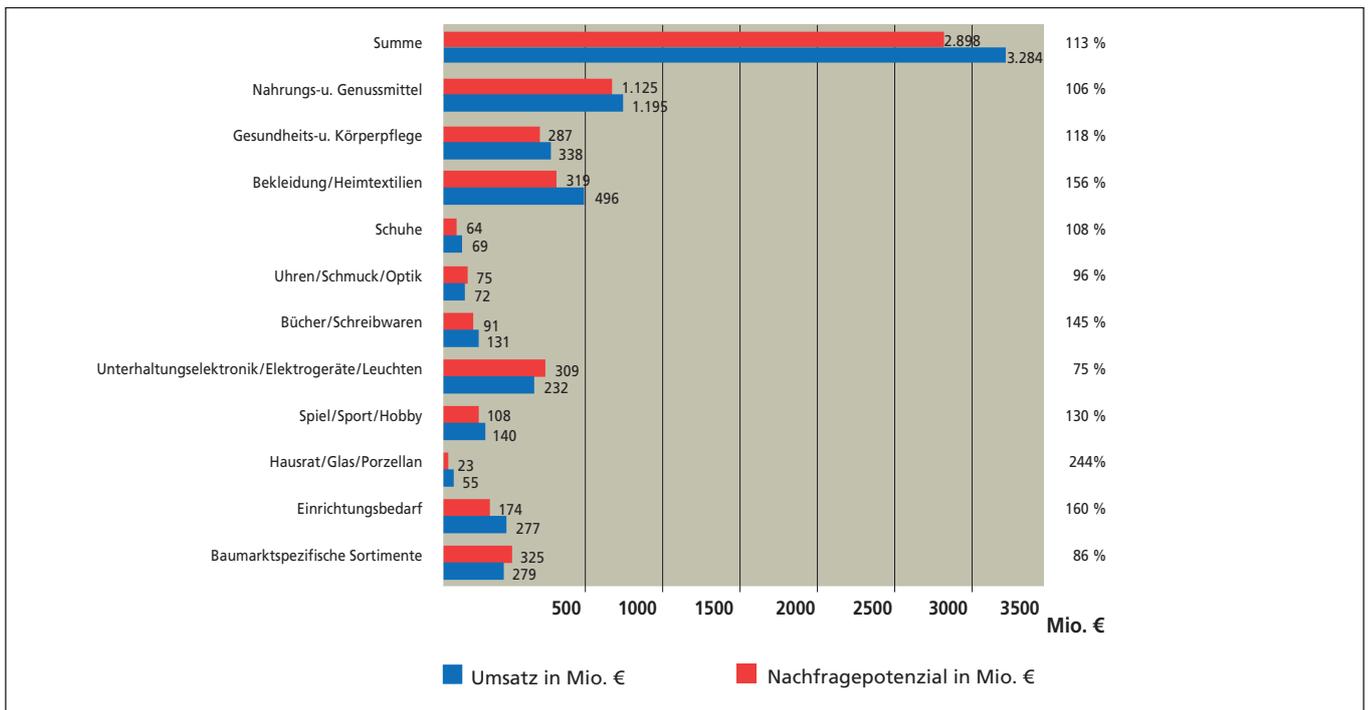
zialgeschäften in der Dortmunder City bewirkt, dass Dortmund in den meisten innenstadttypischen Kernsortimenten Kaufkraftbindungsquoten von mindestens 100 % und zum Großteil wesentlich über 100 % erzielt.



Zukünftige Einzelhandelslagen der Dortmunder City

Der hohe regionale Konkurrenzdruck durch die Oberzentren Bochum (Ruhrpark) und Essen sowie die Mittelzentren, v.a. an nicht integrierten Standorten, hat in der Vergangenheit – wie unter Punkt 1.3 beschrieben zu einem deutlichen Zentralitätsverlust Dortmunds geführt. Der oberzentralen Bedeutung der City entsprechend sehen die Maßnahmevorschläge zur Erhöhung der Zentralität Dortmunds eine Stärkung der City in ihren typischen Kernsortimenten vor.

- Hohe Bedeutung besitzt dabei **eine qualitative Profilierung der Dortmunder City** gegenüber den Nachbarkommunen durch die Ansiedlung spezialisierter Sortimente, innovativer Angebotsformen und hochwertiger Angebotssegmente, die nicht in den Mittelzentren zu finden sind.



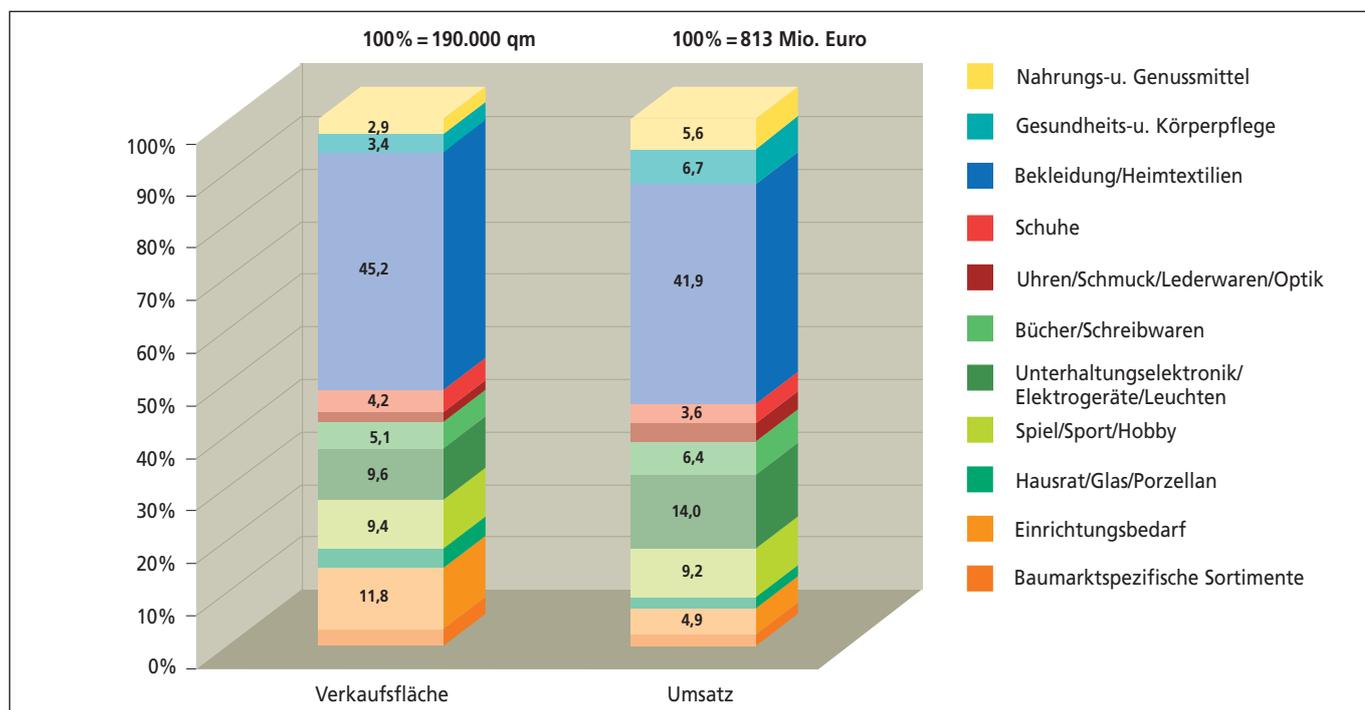
Kaufkraftbindung des Einzelhandels in Dortmund 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

- **Die Verkaufsfläche der City soll gleichzeitig maßvoll erweitert werden.** Die City als Standort höchster Zentralität muss Raum bieten zur Ansiedlung konkurrierender Angebote und neuer Trends. Neue Projekte sollen den Standort ergänzen, nicht ersetzen. Die Verkaufsfläche des Multi-Themen-Centers „3 do“ über dem Hauptbahnhof wird aus diesem Grund auf 36.000 m<sup>2</sup> begrenzt. Die Entwicklung weiterer Verkaufsflächen soll innerhalb bestehender Geschäftslagen erfolgen. Neue großflächige Einkaufszentren, die das Standortgefüge gravierend verändern, können nur nach gemeinsamem Nachweis der Markt-, Standort- und Regionalverträglichkeit realisiert werden.
- **Die Erreichbarkeit der City soll für alle Verkehrsarten optimal gesichert werden.** Die heute schon gute verkehrliche Erschließung der City soll durch ein Bündel von Maßnahmen weiter verbessert werden (U-Bahn etc.).
- **Die Erlebnisqualitäten der Dortmunder City sind zu fördern.** Die vermehrte Freizeit hat zu einer immer deutlicheren

Ausprägung des Erlebnischarakters des Einkaufens geführt. Dies bietet den Citys neue Perspektiven in der Konkurrenz mit den verkehrsoptimierten Versorgungsstandorten auf der „Grünen Wiese“. Die attraktive Verknüpfung von Einkaufen, Begegnung, Unterhaltung und Vergnügen in den neuen Themencentern und Erlebniskaufhäusern braucht ihre städtebauliche Ergänzung in funktionaler Vielfalt und besonderem urbanen Ambiente. Die Dortmunder City wird sich zum „Einkaufs- und Erlebniszentrum City Dortmund“ verändern. Deshalb sollen in der City weitere freizeitorientierte und kulturelle Anziehungspunkte entwickelt und die städtebauliche Aufwertung auf weitere Straßen und Plätze ausgedehnt werden. Das Citykonzept der Stadt Dortmund zeigt die funktionalen und städtebaulichen Entwicklungsleitlinien auf.

#### Maßnahmen

- **Planung: Multi-Themen-Center „3 do“** als Überbauung des Hauptbahnhofs mit 36.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bis zu 36.000 m<sup>2</sup> Freizeitanwendungen und ca. 10.000 m<sup>2</sup> Gastronomie und Dienstleistungsnutzungen.



Einzelhandelsstruktur der City Dortmund 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

- **Realisiert: „HansaKarrée“ mit Sporthaus Karstadt** (Alter Markt / Hansaplatz) mit ca. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- **In Umsetzung: Erneuerung des Brückstraßenviertels** mit einem Mix aus Kleingewerbe/Einzelhandel, Gastronomie vielfältiger Art, Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen sowie Wohnen. Dabei bildet das Konzerthaus den Schwerpunkt der Unterhaltung. Parallel zur funktionalen Aufwertung wird die Gestaltung des öffentlichen Raumes durchgeführt.
- **In Umsetzung: Komplettierung des U-Bahnbaus** durch den Ausbau der Ost-West-Strecke.
- **Planung: „Boulevard Kampstraße“:** städtebaulich/gestalterische Aufwertung der Kampstraße als verkehrsberuhigter Flanier- und Einkaufsboulevard nach Rückbau der Straßenbahnanlagen – einschließlich dem Bau einer neuen Tiefgarage am Brüderweg.
- **Planung: Verknüpfung des Westenhellwegs mit dem Multi-Themen-Center**

„3 do“ über dem Hauptbahnhof durch einen "Brückenschlag" vom Hauptbahnhof zur Katharinenstraße, die z.B. durch Kolonnaden und einen attraktiven Nutzungsbesatz (Einzelhandel, Gastronomie) aufgewertet werden soll, Neugestaltung des Umfeldes der Petrikirche.

- **Laufend: City-Marketing-GmbH:** Gründung und Finanzierung einer Gesellschaft zur Durchführung von City-Marketing-Aktivitäten in privatrechtlicher Partnerschaft

#### Umsetzung seit 1999

Profilierungspotentiale für weitere Verkaufsflächen stellte das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept, unter Bezugnahme auf das zugrundeliegende Gutachten, insbesondere in den Sortimenten Bücher/Neue Medien sowie Hausrat/Glas/Porzellan fest, da hier die Kaufkraftbindungsquoten vergleichsweise niedrig waren. Weiteren Nachholbedarf zur Steigerung der Zentralität formulierte das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept für das Segment Einrichtungsbedarf. In den drei genannten Sortimenten sind seit dem Ratsbeschluss von

## 2. Aktuelle Planungen und Maßnahmen

### 2.1 Die vier Bausteine des Masterplans Einzelhandel in ihrem Zusammenwirken

Der Masterplan Einzelhandel integriert vier Einzelhandelskonzepte, die in ihrem Zusammenwirken die notwendige planerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Dortmund und dem Umland Dortmunds umfassend leisten.



*Die vier Bausteine des Masterplans Einzelhandel*

Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept von 1999 stellt den ersten Baustein des Masterplans Einzelhandel dar, der gleichzeitig auch den breitesten Ansatz beinhaltet. Das Konzept formuliert Zielaussagen und Maßnahmenvorschläge für die gesamtstädtische Entwicklung bzw. die generelle oberzentrale Einzelhandelsfunktion Dortmunds, für die Dortmunder City und Nebenzentren, die drei Sondergebietsstandorte sowie die Nahversorgung. Dem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept liegt dabei das Leitbild einer zentrenorientierten Versorgungsstruktur und Einzelhandelsentwicklung zugrunde.

Das im Juni 2001 vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzept verpflichtet Dortmund und seine Nachbarkommunen zur Einhaltung der gleichen grundsätzlichen Ziele und Leitbilder, einer auf die integrierten Standorte bezogenen Einzelhandelsentwicklung. Es erweitert damit die Reichweite der Leitlinien des Gesamtstädtischen Konzeptes auf regionaler Ebene.

Die grundsätzlichen Zielaussagen des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes schließlich bedürfen einer Konkretisierung

---

auf der kleinräumigen Ebene der drei Sondergebietsstandorte Indupark, Bornstraße und Aplerbeck-Ost sowie der Nahversorgungsstandorte in den Stadt- und Ortsteilen. Dies leisten das Sondergebiets- und das Nahversorgungskonzept.

## 2.2 Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept

Ziel des 1999 vom Rat der Stadt beschlossenen Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes für Dortmund ist die nachhaltige Stärkung bestehender zentraler Angebotsstrukturen und die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die bestehenden Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte stützt. Dabei ist eine sinnvolle Arbeitsteilung zwischen der City, den Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie den Sondergebietsstandorten für großflächigen Einzelhandel anzustreben. Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept bezieht sich damit auf das 1972 erstmals beschlossene und 1979 in den Flächennutzungsplan übernommene multizentrische Modell zur Entwicklung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur. Im einzelnen enthält es folgende Vorgaben für die Standorte des Einzelhandels in Dortmund.

### 2.2.1 Die Dortmunder City

Die Dortmunder City ist das oberzentrale Versorgungs- und Dienstleistungszentrum der Stadt. Mit einem Anteil von 24,8% bzw. 0,81 Mrd. € am gesamten Dortmunder Einzelhandelsumsatz ist sie der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Dortmund. Die oberzentrale Funktion Dortmunds mit einem Einzugsbereich von beinahe 2 Mio. Einwohnern beruht damit hauptsächlich auf der City. Die Oberzentralität der Dortmunder City drückt sich zum einen darin aus, dass hier ca. 500 von insgesamt 3.500 Dortmunder Einzelhandelsbetrieben und 190.000 m<sup>2</sup> von in Dortmund insgesamt 809.000 m<sup>2</sup> Einzelhandelsverkaufsfläche konzentriert sind. Zum anderen ist es gerade die Qualität und Ausdifferenziertheit des Angebotes der Dortmunder City, die Kunden aus dem Umland anzieht. Die Dortmunder City ist in allen innenstadttypischen Kernsortimenten stark besetzt.

Mehr als 40 % der Verkaufsfläche und Umsätze der Dortmunder City fallen auf das Sortiment Bekleidung. Die große Bandbreite an Angebotsformen wie Kauf- und Warenhäusern, Fachmärkten sowie Fach- und Spe-

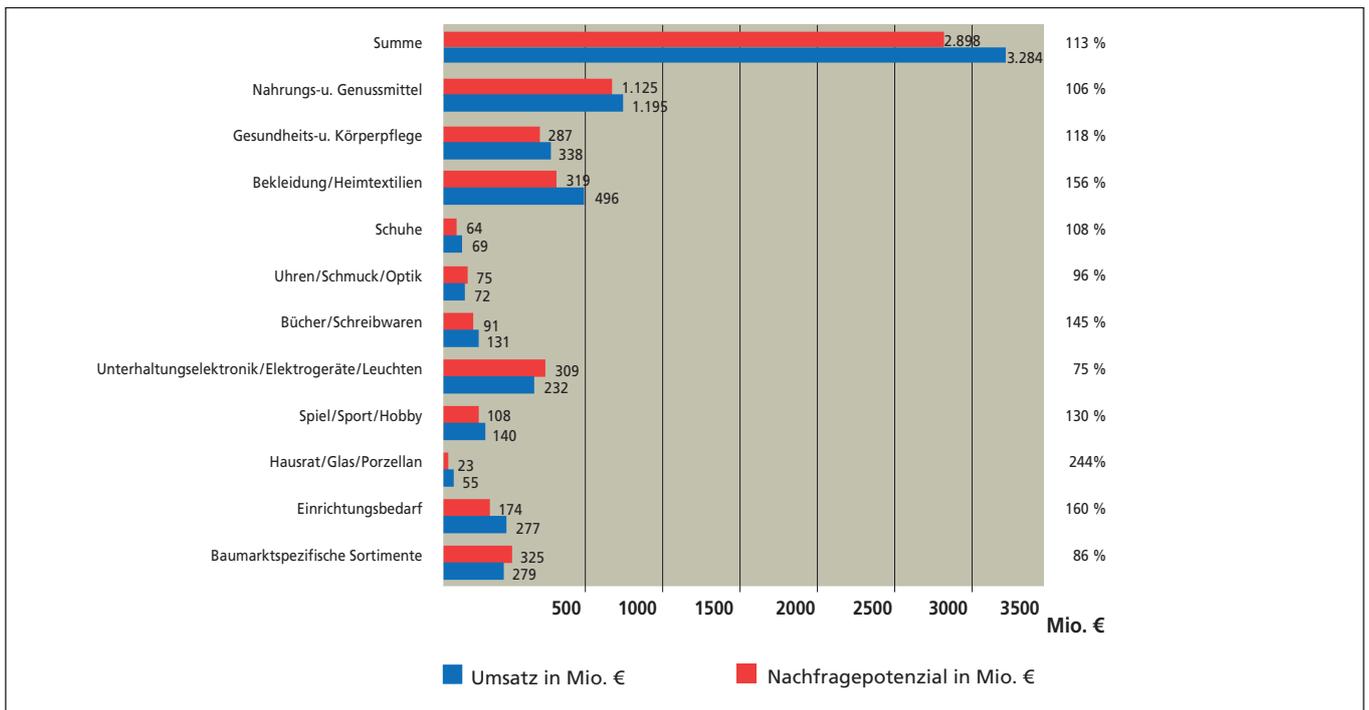
zialgeschäften in der Dortmunder City bewirkt, dass Dortmund in den meisten innenstadttypischen Kernsortimenten Kaufkraftbindungsquoten von mindestens 100 % und zum Großteil wesentlich über 100 % erzielt.



Zukünftige Einzelhandelslagen der Dortmunder City

Der hohe regionale Konkurrenzdruck durch die Oberzentren Bochum (Ruhrpark) und Essen sowie die Mittelzentren, v.a. an nicht integrierten Standorten, hat in der Vergangenheit – wie unter Punkt 1.3 beschrieben zu einem deutlichen Zentralitätsverlust Dortmunds geführt. Der oberzentralen Bedeutung der City entsprechend sehen die Maßnahmevorschläge zur Erhöhung der Zentralität Dortmunds eine Stärkung der City in ihren typischen Kernsortimenten vor.

- Hohe Bedeutung besitzt dabei **eine qualitative Profilierung der Dortmunder City** gegenüber den Nachbarkommunen durch die Ansiedlung spezialisierter Sortimente, innovativer Angebotsformen und hochwertiger Angebotssegmente, die nicht in den Mittelzentren zu finden sind.



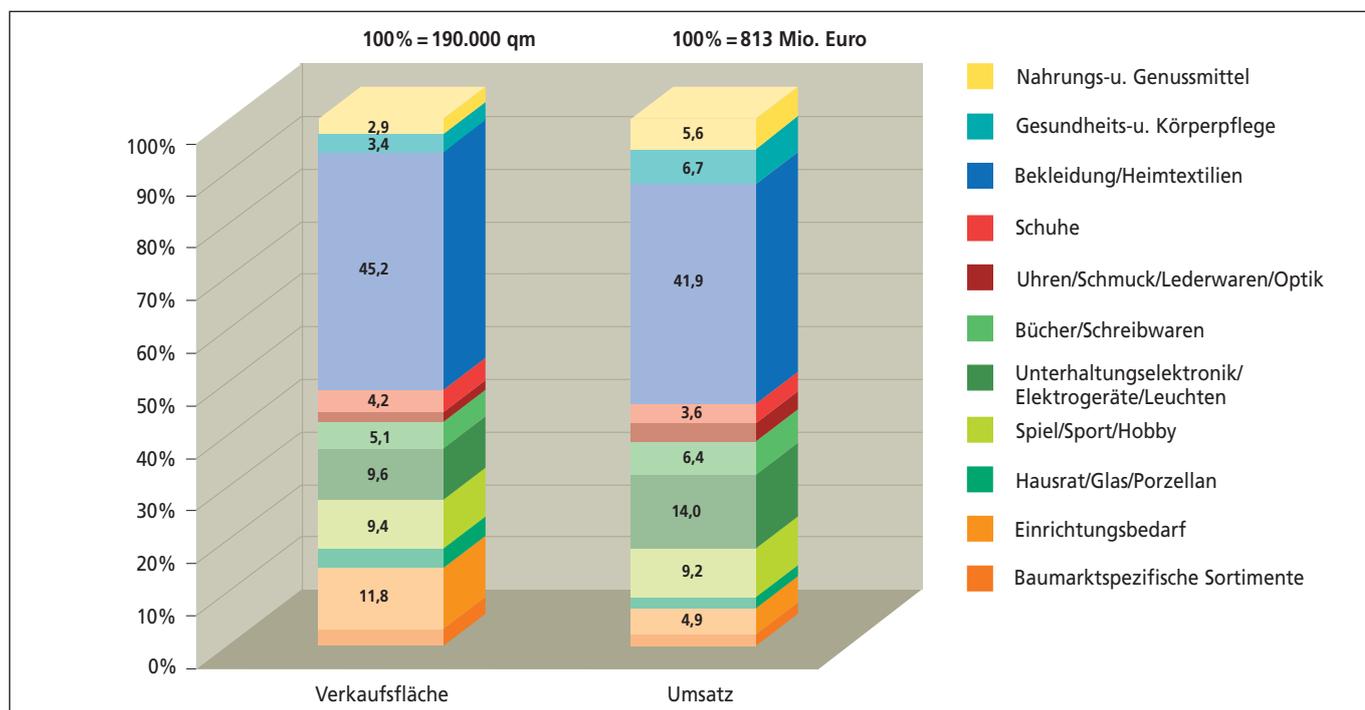
Kaufkraftbindung des Einzelhandels in Dortmund 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

- **Die Verkaufsfläche der City soll gleichzeitig maßvoll erweitert werden.** Die City als Standort höchster Zentralität muss Raum bieten zur Ansiedlung konkurrierender Angebote und neuer Trends. Neue Projekte sollen den Standort ergänzen, nicht ersetzen. Die Verkaufsfläche des Multi-Themen-Centers „3 do“ über dem Hauptbahnhof wird aus diesem Grund auf 36.000 m<sup>2</sup> begrenzt. Die Entwicklung weiterer Verkaufsflächen soll innerhalb bestehender Geschäftslagen erfolgen. Neue großflächige Einkaufszentren, die das Standortgefüge gravierend verändern, können nur nach gemeinsamem Nachweis der Markt-, Standort- und Regionalverträglichkeit realisiert werden.
- **Die Erreichbarkeit der City soll für alle Verkehrsarten optimal gesichert werden.** Die heute schon gute verkehrliche Erschließung der City soll durch ein Bündel von Maßnahmen weiter verbessert werden (U-Bahn etc.).
- **Die Erlebnisqualitäten der Dortmunder City sind zu fördern.** Die vermehrte Freizeit hat zu einer immer deutlicheren

Ausprägung des Erlebnischarakters des Einkaufens geführt. Dies bietet den Citys neue Perspektiven in der Konkurrenz mit den verkehrsoptimierten Versorgungsstandorten auf der „Grünen Wiese“. Die attraktive Verknüpfung von Einkaufen, Begegnung, Unterhaltung und Vergnügen in den neuen Themencentern und Erlebniskaufhäusern braucht ihre städtebauliche Ergänzung in funktionaler Vielfalt und besonderem urbanen Ambiente. Die Dortmunder City wird sich zum „Einkaufs- und Erlebniszentrum City Dortmund“ verändern. Deshalb sollen in der City weitere freizeitorientierte und kulturelle Anziehungspunkte entwickelt und die städtebauliche Aufwertung auf weitere Straßen und Plätze ausgedehnt werden. Das Citykonzept der Stadt Dortmund zeigt die funktionalen und städtebaulichen Entwicklungsleitlinien auf.

#### Maßnahmen

- **Planung: Multi-Themen-Center „3 do“** als Überbauung des Hauptbahnhofs mit 36.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bis zu 36.000 m<sup>2</sup> Freizeitanwendungen und ca. 10.000 m<sup>2</sup> Gastronomie und Dienstleistungsnutzungen.



Einzelhandelsstruktur der City Dortmund 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

- **Realisiert: „HansaKarrée“ mit Sporthaus Karstadt** (Alter Markt / Hansaplatz) mit ca. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- **In Umsetzung: Erneuerung des Brückstraßenviertels** mit einem Mix aus Kleingewerbe/Einzelhandel, Gastronomie vielfältiger Art, Kultur- und Unterhaltungseinrichtungen sowie Wohnen. Dabei bildet das Konzerthaus den Schwerpunkt der Unterhaltung. Parallel zur funktionalen Aufwertung wird die Gestaltung des öffentlichen Raumes durchgeführt.
- **In Umsetzung: Komplettierung des U-Bahnbaus** durch den Ausbau der Ost-West-Strecke.
- **Planung: „Boulevard Kampstraße“:** städtebaulich/gestalterische Aufwertung der Kampstraße als verkehrsberuhigter Flanier- und Einkaufsboulevard nach Rückbau der Straßenbahnanlagen – einschließlich dem Bau einer neuen Tiefgarage am Brüderweg.
- **Planung: Verknüpfung des Westenhellwegs mit dem Multi-Themen-Center**

„3 do“ über dem Hauptbahnhof durch einen "Brückenschlag" vom Hauptbahnhof zur Katharinenstraße, die z.B. durch Kolonnaden und einen attraktiven Nutzungsbesatz (Einzelhandel, Gastronomie) aufgewertet werden soll, Neugestaltung des Umfeldes der Petrikirche.

- **Laufend: City-Marketing-GmbH:** Gründung und Finanzierung einer Gesellschaft zur Durchführung von City-Marketing-Aktivitäten in privatrechtlicher Partnerschaft

#### Umsetzung seit 1999

Profilierungspotentiale für weitere Verkaufsflächen stellte das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept, unter Bezugnahme auf das zugrundeliegende Gutachten, insbesondere in den Sortimenten Bücher/Neue Medien sowie Hausrat/Glas/Porzellan fest, da hier die Kaufkraftbindungsquoten vergleichsweise niedrig waren. Weiteren Nachholbedarf zur Steigerung der Zentralität formulierte das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept für das Segment Einrichtungsbedarf. In den drei genannten Sortimenten sind seit dem Ratsbeschluss von



*New Yorker am Westenhellweg*

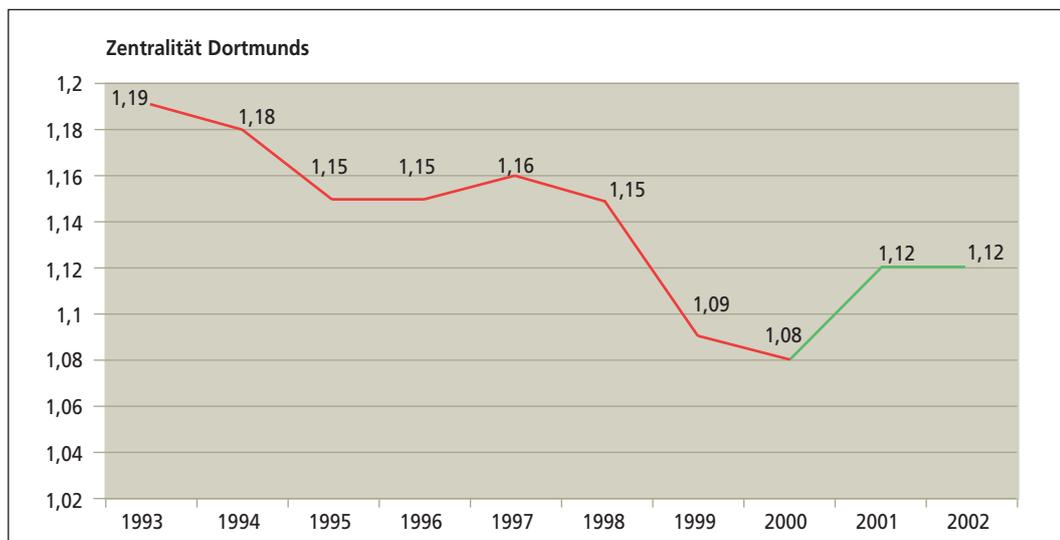
1999 wichtige Einzelhandelsansiedlungen, wie die Mayersche Buchhandlung in der City und das Möbelhaus Ikea im Indupark, erfolgt. Aufgrund weiterer Ansiedlungen wie z.B. Esprit, New Yorker und S'Oliver fand seit 1999 eine wesentliche qualitative Erweiterung und Ausdifferenzierung des Bekleidungsangebotes in der Dortmunder City statt. Der Erfolg dieser Ansiedlungen sind gestiegene Kaufkraftbindungsquoten in nahezu allen innenstadttypischen Kernsortimenten. Lediglich im Innenstadtsortiment Unterhaltungselektronik/Elektrogeräte/Leuchten weist Dortmund weiterhin eine wesentlich unter 100 % liegende Kaufkraftbindung auf.

Die Gesamtzentralität Dortmunds über alle Sortimente hat sich aufgrund dieser Erfolge in der Erhöhung der Kaufkraftbindung in vielen innenstadttypischen Kernsortimenten zum ersten mal seit Jahren wieder auf einen Wert von 1,13 erhöht<sup>14</sup>.



*Esprit am Westenhellweg*

Hingegen ist die Kaufkraftbindung Dortmunds in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege sowie Baumarkt gesunken. Aufgrund des hohen Anteils der diesen Sortimenten zuzuordnenden Kaufkraft am gesamten Nach-



*Entwicklung der Zentralität Dortmunds 1993–2002, eigene Darstellung nach Einzelhandelsverband Westfalen-Mitte e.V. unter Verwendung von Zahlen von GfKIPRISMA*



New Yorker am Westenhellweg

1999 wichtige Einzelhandelsansiedlungen, wie die Mayersche Buchhandlung in der City und das Möbelhaus Ikea im Indupark, erfolgt.

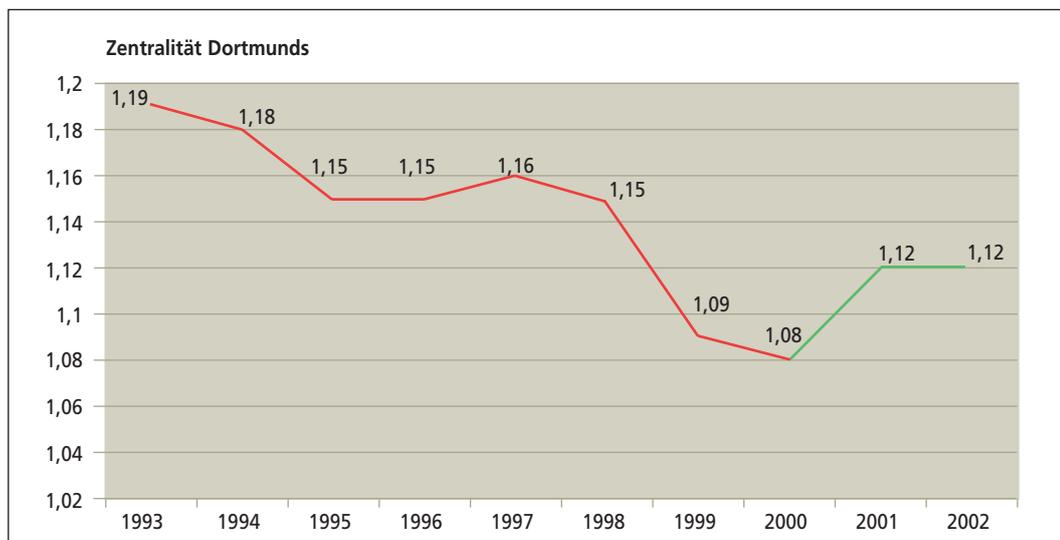
Aufgrund weiterer Ansiedlungen wie z.B. Esprit, New Yorker und S'Oliver fand seit 1999 eine wesentliche qualitative Erweiterung und Ausdifferenzierung des Bekleidungsangebotes in der Dortmunder City statt. Der Erfolg dieser Ansiedlungen sind gestiegene Kaufkraftbindungsquoten in nahezu allen innenstadttypischen Kernsortimenten. Lediglich im Innenstadtsortiment Unterhaltungselektronik/Elektrogeräte/Leuchten weist Dortmund weiterhin eine wesentlich unter 100 % liegende Kaufkraftbindung auf.

Die Gesamtzentralität Dortmunds über alle Sortimente hat sich aufgrund dieser Erfolge in der Erhöhung der Kaufkraftbindung in vielen innenstadttypischen Kernsortimenten zum ersten mal seit Jahren wieder auf einen Wert von 1,13 erhöht<sup>14</sup>.



Esprit am Westenhellweg

Hingegen ist die Kaufkraftbindung Dortmunds in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/Körperpflege sowie Baumarkt gesunken. Aufgrund des hohen Anteils der diesen Sortimenten zuzuordnenden Kaufkraft am gesamten Nach-



Entwicklung der Zentralität Dortmunds 1993–2002, eigene Darstellung nach Einzelhandelsverband Westfalen-Mitte e.V. unter Verwendung von Zahlen von GfKIPRISMA

fragepotential der Dortmunder Bevölkerung ließe sich bereits durch eine Steigerung der Kaufkraftbindung alleine in der Baumarktbranche, die derzeit lediglich 86 % beträgt, eine erhebliche Erhöhung der Zentralität Dortmunds bewirken. Entsprechende Maßnahmen, ausdrücklich ausschließlich in nicht zentrenrelevanten Sortimenten, werden im Rahmen des Sonder-

eröffnet worden und stellt als Magnetbetrieb eine wesentliche Stärkung der Dortmunder City dar.

Die Neuansiedlung des Elektrofachmarktes Berlet stellt am Westenhellweg einen neuen Frequenzbringer dar und hat zur Modernisierung und Reaktivierung einer historischen und städtebaulich prägnanten Einzelhandelsimmobilie geführt.



Multi-Themen-Center „3 do“

gebietskonzeptes verfolgt (vgl. Punkt 2.5). Das Sportkaufhaus von Karstadt im neu gebauten Hansakarrée ist im Herbst 2002

Auch das Multi-Themen-Center „3do“ über dem Bahnhof sowie die Projektideen auf der ehemaligen Thierbrauerei sowie der ehemaligen Unionbrauerei („Dortmunder U“) werden nach ihrer Realisierung einen wesentlichen Beitrag zur oberzentralen Stärke der Dortmunder City sowie Gesamtstadt leisten.



Hansa-Karree und Sporthaus Karstadt

Die Entwicklung und Aufwertung des Brückstraßenviertels mit dem angestrebten Nutzungsmix ist weit vorangeschritten. Das Viertel hat sich aus Einzelhandelssicht zu einem Angebotsschwerpunkt jugendlicher Trendmode und damit zu einem wichtigen Wettbewerbsvorteil der City um die lifestyle-orientierte junge Kundschaft entwickelt. Als zentraler Baustein des Entertainment-Angebotes und kulturelles Highlight ist das Konzerthaus im Herbst 2002 eröffnet worden. Damit hat die Stadt Dortmund einen wichtigen Impuls für weitere private Nachfolgeinvestitionen geliefert.

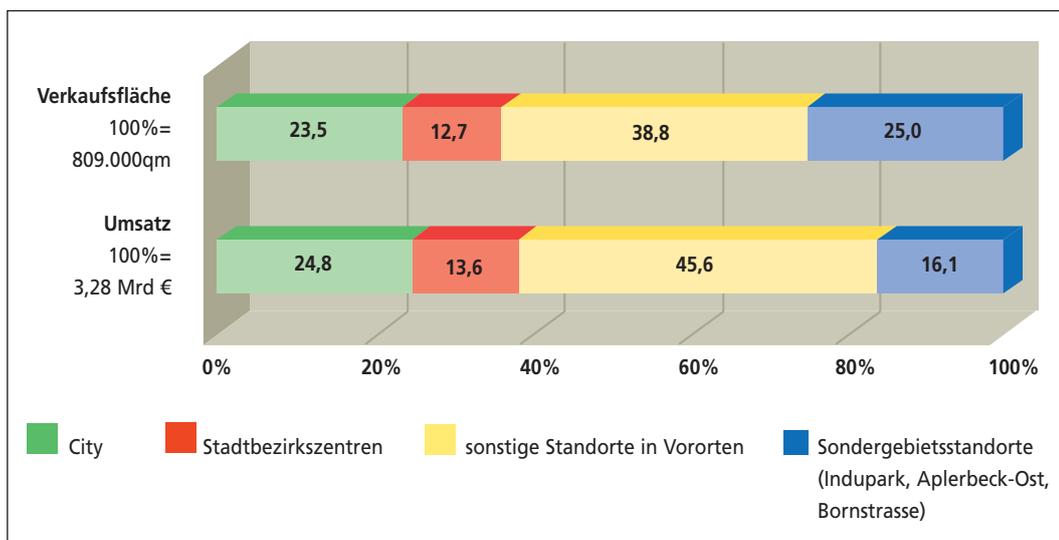


Trendviertel Brückstraße

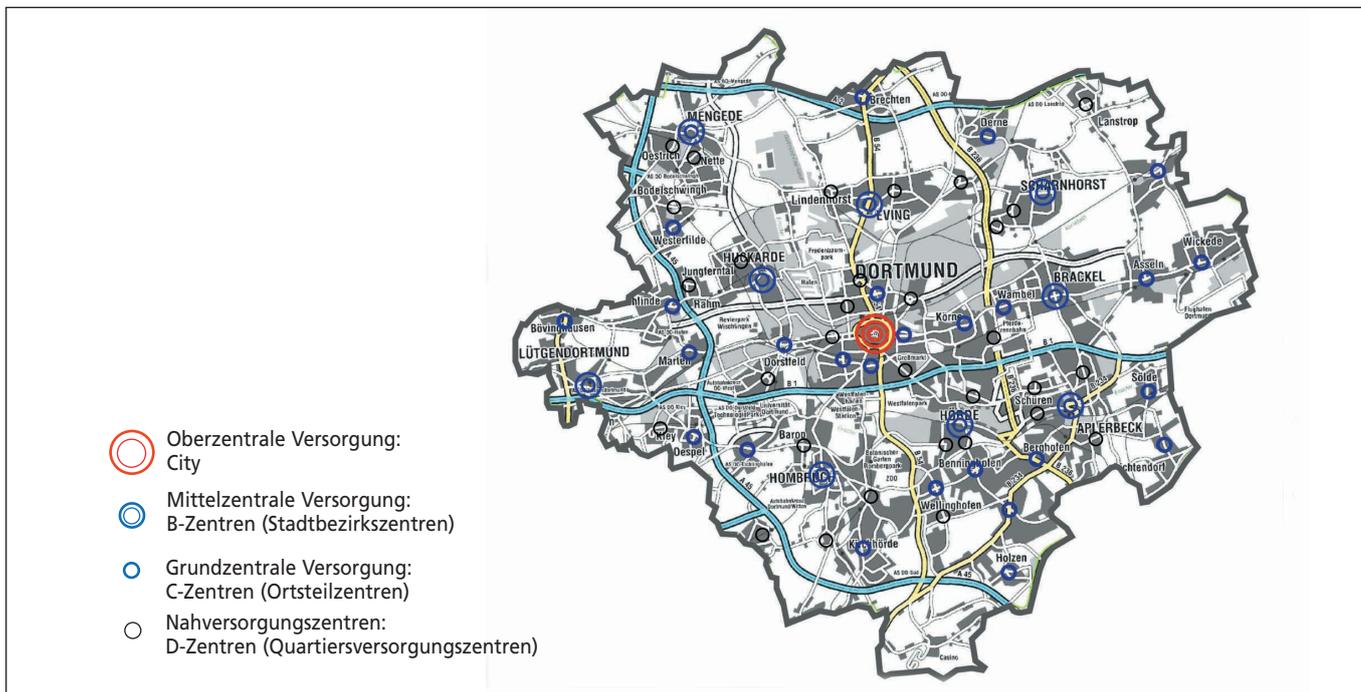
### 2.2.2 Die Nebenzentren

Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept setzt auf eine zentrenorientierte Einzelhandelsentwicklung und baut damit auf dem multizentrischen Raum- und Siedlungsschwerpunktemodell aus den 70er Jahren auf. Während die City die oberzentrale Funktion Dortmunds wahrnimmt, stellen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren die Versorgung vor Ort in den Stadtteilen sicher. Knapp 60 % des Dortmunder Einzelhandelsumsatzes werden in den Stadtbezirken realisiert.

Die neun Dortmunder Stadtbezirkszentren nehmen dabei in Ergänzung zur City eine mittelzentrale Versorgungsfunktion für den jeweiligen Stadtbezirk wahr. Das Angebot der Stadtbezirkszentren geht dabei in den meisten Fällen weit über den Bereich der Grundversorgung hinaus und umfasst neben öffentlichen und privaten haushaltsorientierten Dienstleistungen im Bereich des Handels auch innenstadttypische Kernsortimente. Die drei Dortmunder Innenstadtbezirke West, Ost und Nord weisen aufgrund ihrer räumlichen Nähe zur Dort-



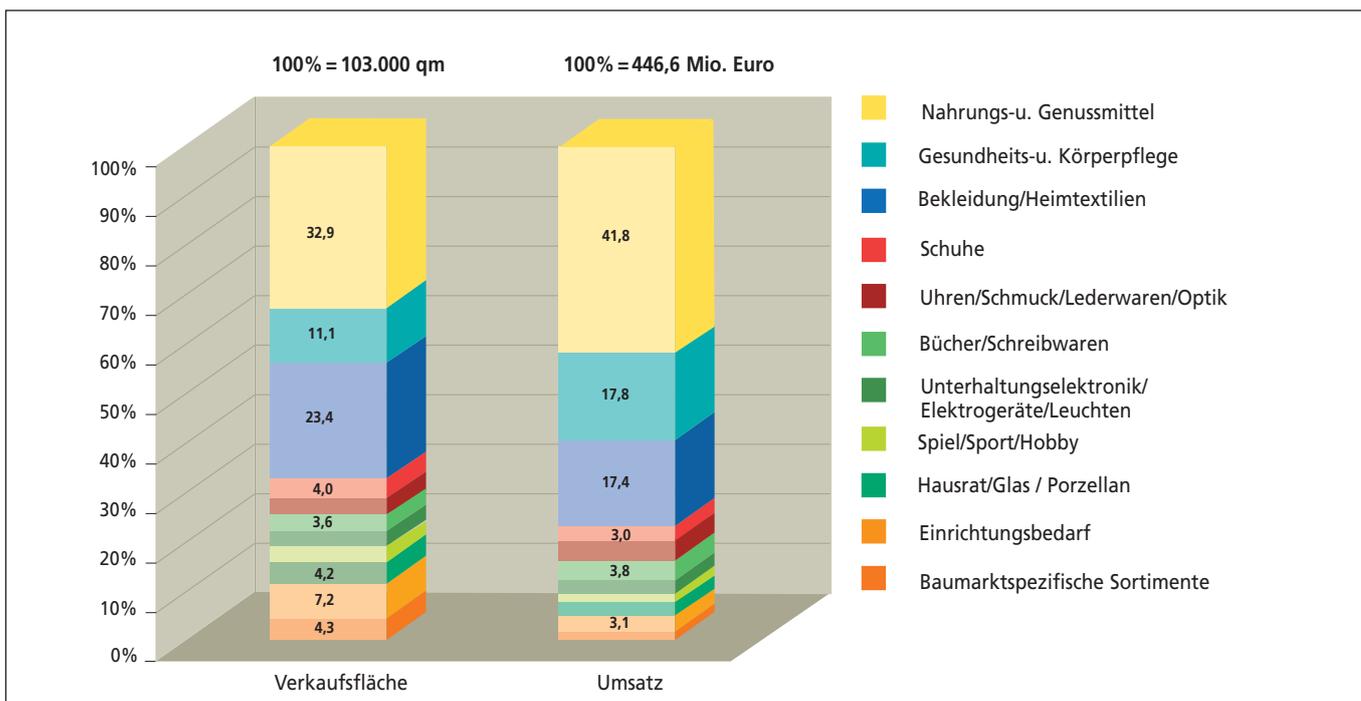
Einzelhandelsstruktur Stadtgebiet Dortmund insgesamt 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002



Zentrenkonzept Dortmund

munder City kein ausgeprägtes Stadtbezirkszentrum, sondern jeweils starke Ortsteilzentren auf. Dort soll keine Konkurrenz zur unmittelbar angrenzenden City entstehen.

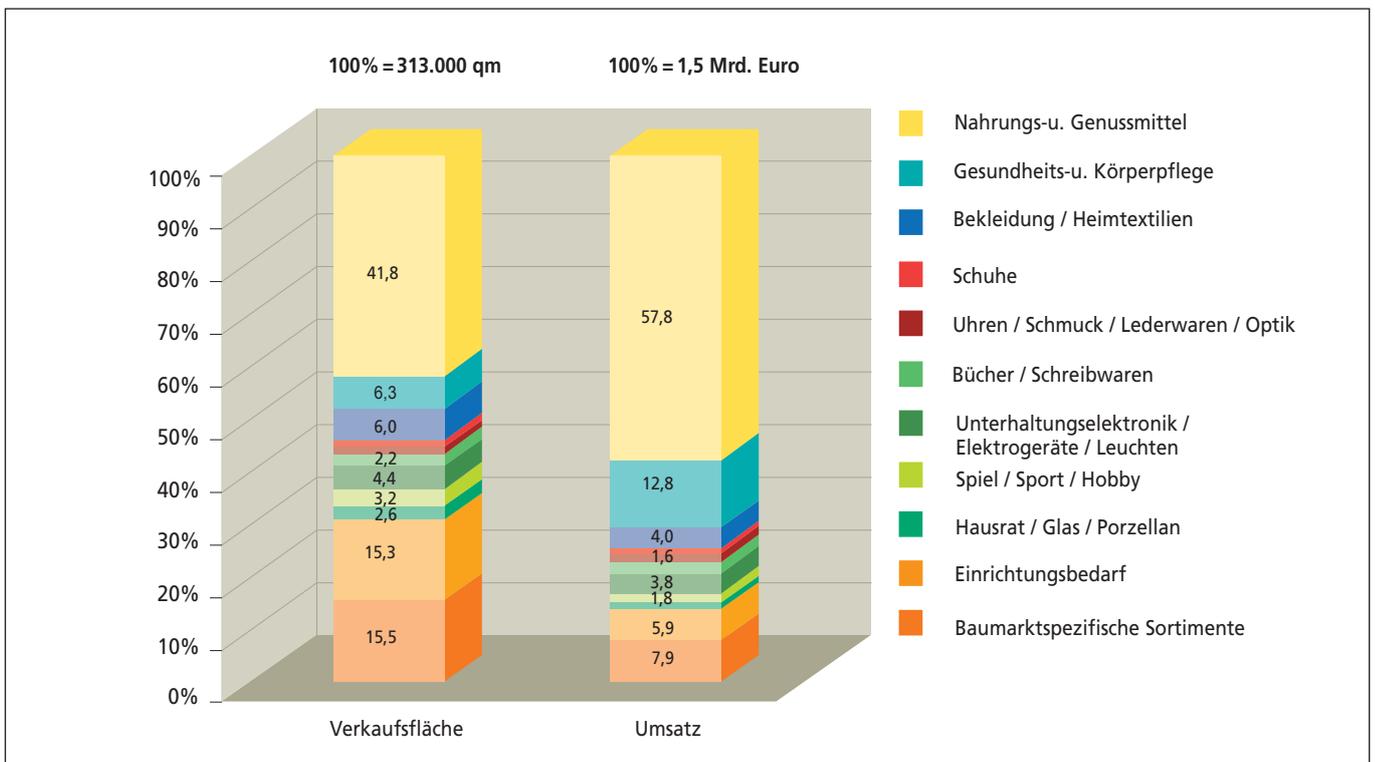
Als dritte Stufe in der Dortmunder Zentrenhierarchie besitzen die Ortsteilzentren grundzentrale Versorgungsfunktionen für den jeweiligen Ortsteil. In Abgrenzung zu den Stadtbezirkszentren besitzen die Ortsteilzentren ein wesentlich geringeres Ange-



Einzelhandelsstruktur in allen Stadtbezirkszentren zusammen 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

bot an haushaltsorientierten Dienstleistungen und Einzelhandel. Insbesondere in den innenstadttypischen Kernsortimenten des Einzelhandels sind die Stadtbezirkszentren wesentlich stärker besetzt. Der Zentrenhierarchie entsprechend sollen die Ortsteilzentren keine über die Versorgung der einzelnen Ortsteile hinausgehende Ausstrahlung entwickeln und insbesondere im Bereich der zentrenrelevanten, innenstadttypischen Einzelhandelsortimente nicht in Konkurrenz zu den Stadtbezirkszentren treten. Das dreistufige Zentrensystem des alten Flächennutzungsplanes und Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes ist im Rahmen der Erarbeitung des Nahversorgungskonzeptes und der Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes um eine vierte Zentrenstufe, die Quartiersversorgungszentren, ergänzt worden. Die Quartiersversorgungszentren sind die kleinste Zentrenkategorie und besitzen ausschließlich eine Nahversorgungsfunktion. In Abgrenzung zu den Ortsteilzentren sollen sie lediglich mehrere nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe sowie haushaltsorientierte Dienstleister, wie z.B. Friseur etc., umfassen. In vielen Fällen

handelt es sich nur um Ladengruppen. Die Quartiersversorgungszentren besitzen ausschließlich Nahversorgungsfunktion für das jeweilige Wohnquartier. Die Dimensionierung ihrer Angebote darf nicht in Konkurrenz zu den übergeordneten, für die Versorgung der Ortsteile zuständigen Ortsteilzentren treten. Die Quartiersversorgungszentren ergänzen das Dortmunder Zentrensystem im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung dort, wo die wirtschaftliche Tragfähigkeit zusätzlich zu den Ortsteilzentren vorhanden ist. Dementsprechend handelt es sich bei den im neuen Flächennutzungsplan dargestellten Quartiersversorgungszentren entweder um bereits bestehende oder noch zu entwickelnde Standorte für nahversorgungsrelevante Dienstleistungen, wie den Lebensmitteleinzelhandel.



Einzelhandelsstruktur sonstige Standorte in Vororten 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

**Ziele**

Die Lebensqualität der Ortsteile wird wesentlich durch den Standard der örtlichen Versorgungsangebote geprägt. Deshalb ist darauf zu achten, die wohnortnahen Angebote in hoher Qualität flächendeckend zu erhalten. Die integrierten Einkaufslagen der Stadtteile müssen sich hinsichtlich Angebotsqualität und Erreichbarkeit mit der großflächigen Konkurrenz an den nicht integrierten Standorten messen und v.a. im Bereich des täglichen Versorgungseinkaufs behaupten können.

- Die weitere Entwicklung des Einzelhandels zentrenrelevanter Sortimente in den Stadtbezirken ist auf die städtebaulich integrierten Zentren zu beschränken.
- Standorte in integrierten Ortslagen sollen für den nahversorgungsorientierten Einzelhandel mit entsprechender Verkehrsanbindung und ausreichendem Parkplatzangebot entwickelt werden, um dem Ansiedlungsdruck in Randlagen entgegenzuwirken.
- Für die Stadtbezirke sind die Programme für ein leistungsfähiges Stadtteilmarketing weiter zu entwickeln. Verbesserungen des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots und der städtebaulichen Qualitäten, Entwicklung eines ortstypischen identifikationsfähigen Qualitätsprofils für die Stadtbezirks- und Ortsteilzentren, Verbesserung der Nachfrage- und Marktorientierung, Kundenwerbung.
- Das Nahversorgungskonzept und der neue Flächennutzungsplan legen ergänzend fest, dass sich großflächige Einzelhandelsansiedlungen auf die definierten Zentren konzentrieren sollen. Dabei sollen die einzelnen Zentren keine über die ihnen jeweils zugewiesene Versorgungsfunktion hinausgehenden Einzugsbereiche entwickeln. Demzufolge dürfen Einzelhandelsansiedlungen in den Stadtbezirkszentren keine über den jeweiligen Stadtbezirk wesentlich hinausreichende Ausstrahlung verfügen. Adäquat sind Ortsteilzentren nur für die Versorgung des jeweiligen Ortsteils und Quartiersversorgungszentren nur für das umliegende

Wohnquartier zu dimensionieren, ohne dass sie das jeweils übergeordnete Zentrum beeinträchtigen dürfen.

Dies ist zum einen bei der Dimensionierung nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsvorhaben zu beachten. Zum anderen sind großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten ihrer hohen zentralörtlichen Bedeutung entsprechend lediglich in der oberzentralen Dortmunder City sowie in angepasster Größe in den mittelzentralen Stadtbezirkszentren anzusiedeln. In Ortsteilzentren und Quartiersversorgungszentren sind lediglich nahversorgungsrelevante großflächige Einzelhandelsansiedlungen zulässig. Dadurch sollen die City und die Stadtbezirkszentren vor einer Schwächung geschützt werden. Zentrenrelevante Ansiedlungen in den Stadtbezirkszentren dürfen zum Schutz der City sowie der benachbarten Stadtbezirkszentren keine wesentlich über den Stadtbezirk hinausgehenden Einzugsbereiche besitzen. Als einzige Ausnahme sollen großflächige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen auch in den beiden Ortsteilzentren Münsterstraße und Kaiserstraße möglich sein. Denn in den Stadtbezirken Innenstadt-Nord und -Ost sind aufgrund der unmittelbaren Nähe zur City keine Stadtbezirkszentren definiert und diese beiden Ortsteilzentren nehmen besondere gewachsene, historische Versorgungsfunktionen wahr. Aufgrund der großen Nähe zur Dortmunder City muss stets im Einzelfall durch den Investor nachgewiesen werden, dass cityschädigende Wirkungen nicht von diesen Ansiedlungen ausgehen können.

Einzelhandelsansiedlungen sind dabei räumlich nur innerhalb der im Nahversorgungskonzept und Flächennutzungsplan abgegrenzten städtebaulich integrierten Zentrenlagen der Stadtbezirks-, Ortsteil- und Quartiersversorgungszentren zulässig (vgl. Pkt. 2.4). Als einzige Ausnahme dürfen abseits der Zentren in Wohngebieten einzelne nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden, die lediglich der Versorgung des jeweiligen Wohngebietes dienen und keine wesentlichen Überschneidungen mit dem Naheinzugsbe-

reich von Zentren besitzen. Die Ansiedlung einzelner Nahversorgungsbetriebe in Ergänzung zu den Quartiersversorgungszentren kann einen Beitrag zu einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Dortmunder Stadtgebiet leisten, wenn dadurch die wirtschaftliche Tragfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der Zentren nicht beeinträchtigt wird. Ein weiterer Ausnahmefall stellt ein Mangel an mittelfristig verfügbaren Potenzialflächen in den Zentrenlagen dar, wenn gleichzeitig Versorgungsdefizite Ansiedlungen erfordern.

Einige der Zentren bedürfen dringend der Stärkung. Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept enthält einen Maßnahmenkatalog, der im Rahmen der Aufstellung des Nahversorgungskonzeptes durch ein neues Einzelhandelsgutachten aktualisiert und ergänzt wurde (vgl. Pkt. 2.4).

### **2.2.3 Die Nahversorgung**

Grundsätzliches Ziel ist die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet.

Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept von 1999 stellt für den Bereich der Nahversorgung eine Bewertung der Kaufkraftbindung in den Sortimenten Nahrungs-/Genussmittel und Gesundheit/Körperpflege auf und empfiehlt gleichzeitig eine eingehendere Überprüfung im Rahmen einer örtlichen Betrachtung.

Eine örtliche Kaufkraftbindung von 100 % wird als Maßstab für die Bewertung einer ausreichenden Nahversorgung in den Stadtbezirken angenommen. Die meisten der Stadtbezirke erreichten 1999 Werte von annähernd 100 % und teilweise wesentlich mehr. Für die Stadtbezirke Scharnhorst, Innenstadt-Ost und Hombruch wurde ein Versorgungsdefizit im Bereich des täglichen Bedarfs festgestellt.

Zum Schutz der Zentren und Nahversorgung sollen eigenständige, nicht in Verbindung mit Produktionsbetrieben stehende, Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten generell ausgeschlossen sein. Dieses Ziel ist seit 1999 konsequent im Rahmen der Neuaufstellung sowie Änderung von

Bebauungsplänen umgesetzt worden.

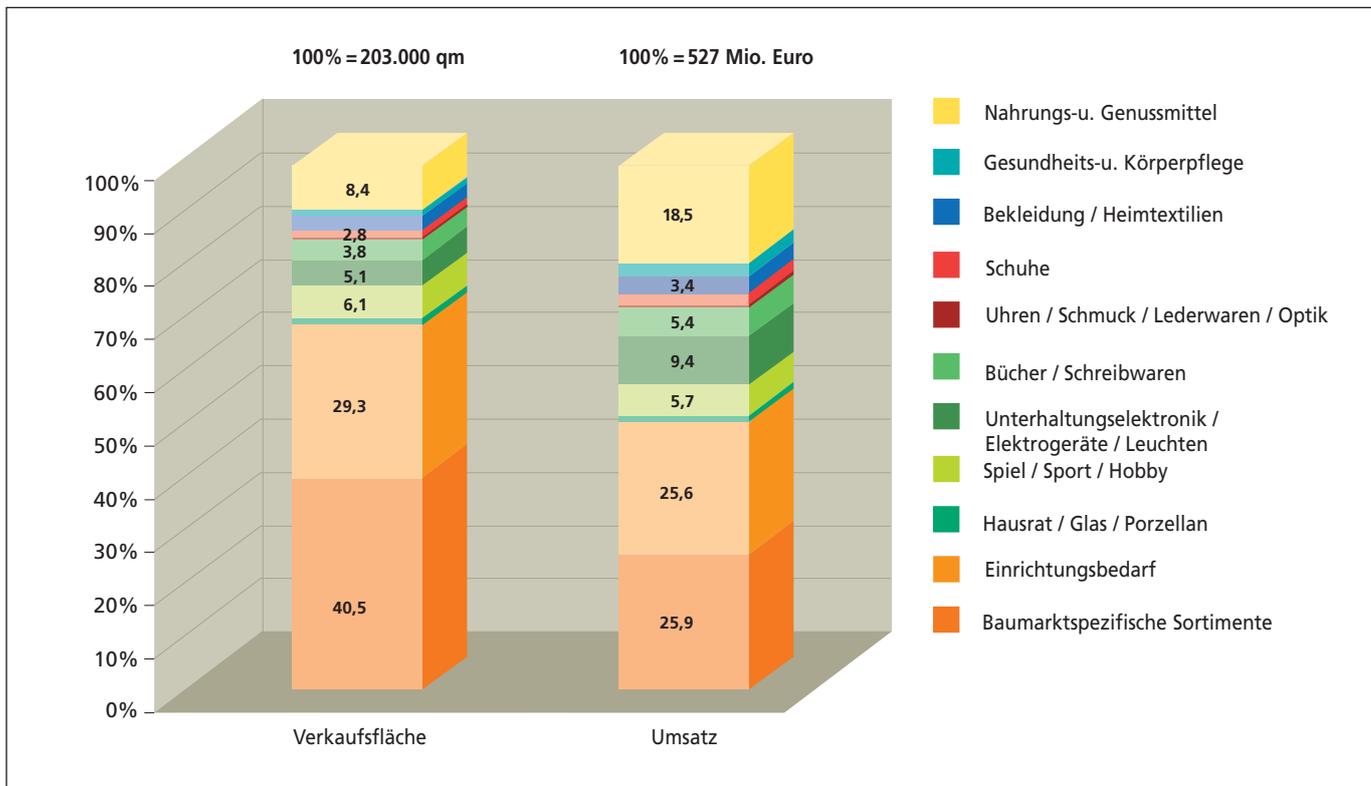
Einzelne Nahversorgungseinrichtungen in den Wohngebieten sollen sich lediglich am lokalen Nachfragepotential orientieren und keine Konkurrenz zu nahe gelegenen Zentren darstellen. Deutliche Überschneidungen mit dem Naheinzugsbereich von Zentren sind ausgeschlossen. Dabei spricht das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept den notwendigen Bedarf für eine im Einzelfall flexiblere Anwendung der bei 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gelegenen Grenze zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben an, wenn sie lediglich der Nahversorgung eines Wohngebietes dienen.

Das Nahversorgungskonzept baut auf den Vorgaben des Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes auf und konkretisiert sie für die einzelnen Stadt- und Ortsteile (vgl. Pkt. 2.4)

### **2.2.4 Die Sondergebietsstandorte Indupark, Bornstraße, Aplerbeck-Ost**

Der hohe Ansiedlungsdruck großflächiger Einzelhandelsbetriebe insbesondere auf Standorte außerhalb der Zentren ist in Dortmund auf drei Standorte konzentriert worden. Mit einem Anteil von 25 % bzw. ca. 203.000 m<sup>2</sup> an der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche der Stadt Dortmund und einem Umsatzanteil von ca. 16% gehören die drei Sondergebietsstandorte Indupark, Bornstraße und Aplerbeck-Ost zu den bedeutendsten Einzelhandelsstandorten in Dortmund.

Die drei Standorte dienen in ihrer auf das Hauptverkehrsstraßennetz ausgerichteten Lage hauptsächlich dem Kofferraumeinkauf. Ihre Umsatzschwerpunkte liegen zu ca. 20 % aufgrund der drei vorhandenen SB-Warenhäuser im Bereich der Grundversorgung und zu jeweils ca. 26 % in den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen Einrichtungsbedarf und Baumarkt/Gartencenter. Die Sondergebietsstandorte erzielen darüber hinaus nicht unerhebliche Umsätze in zentrenrelevanten Sortimenten. Während 36 % der Kunden des Induparks und 30 % der Besucher des Sondergebietsstandortes Aplerbeck-Ost aus den Nachbarkommunen stammen (*Stand 1998*), dient



Einzelhandelsstruktur in den Sondergebietsstandorten Indupark, Bornstraße, Aplerbeck-Ost 2002, eigene Darstellung nach Dr. Hesse & Partner GmbH, Dortmund 2002

der Standort Bornstraße nahezu ausschließlich der Versorgung Dortmunds.

Der Rat der Stadt Dortmund hat 1994 zum Schutz der Innenstadt und Nebenzentren in seiner Vorlage "Großflächiger Einzelhandel in Dortmund" beschlossen, dass an den drei Sondergebietsstandorten nur noch nicht zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden solle. Das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept von 1999 hat diese Vorgabe übernommen und formuliert konkretisierte Ziele für die drei Standorte:

- Aufgrund ihrer Funktion für den sogenannten Versorgungs- oder Kofferraumeinkauf stellen die drei Sondergebietsstandorte in Arbeitsteilung mit den gewachsenen Zentren einen unverzichtbaren Bestandteil des Dortmunder Einzelhandelsangebotes dar. Diese Funktion ist zu sichern.
- Keine Ausweitung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente: Die Größe und Ausstattung der drei

Sondergebietsstandorte ist im wesentlichen als ausreichend anzusehen. An den drei Standorten sollen keine zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente angeboten werden. Zur Bestandssicherung vorhandener Betriebe sind Ausnahmen möglich, wobei die Auswirkungen im Einzelfall zu prüfen sind. In Anlehnung an den Einzelhandelserslass Nordrhein-Westfalen enthält das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept eine Sortimentsliste, die die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert (vgl. Anhang).

- Keine Ausweisung eines vierten agglomerierten Sondergebietsstandortes: Zum Schutz der City und Nebenzentren soll kein weiterer Sondergebietsstandort für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Dortmund ausgewiesen werden.
- Das Angebot der drei Sondergebietsstandorte soll zur Verbesserung der oberzentralen Kaufkraftbindung profiliert werden. Dabei sollen maßvolle Erweiterungen

---

rungen ausschließlich mit nicht zentrenschädlichen Sortimenten erfolgen können.

Bei Ausschöpfung der im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes zulässigen maximalen Kaufkraftbindungsquote von 100 % im Bereich Baumarkt/Gartencenter ließe sich die in der Vergangenheit gesunkene Zentralität Dortmunds wesentlich erhöhen. Mit der Ansiedlung von Ikea im Indupark ist ein Profilierungsschritt in der Möbelbranche realisiert worden.

- **Verbesserung der verkehrlichen und städtebaulichen Qualität:**

Es sollten Rahmenpläne erstellt werden, in denen die branchenspezifischen und räumlichen Erweiterungsmöglichkeiten festgelegt und die städtebaulichen und verkehrlichen Maßnahmen konkretisiert werden (vgl. Pkt. 2.5). Die Sondergebietsstandorte sollen allerdings keine urbanen Qualitäten in Konkurrenz zur City entwickeln.

Mit diesen Vorgaben hat der Rat der Stadt Dortmund 1999 die anzustrebende Arbeitsteilung zwischen der Innenstadt und den gewachsenen Nebenzentren einerseits sowie den drei Sondergebietsstandorten andererseits klar und eindeutig definiert. Die Sondergebietsstandorte sollen hauptsächlich noch der Aufnahme von Baumarkt- und Möbelanbietern dienen, die aufgrund ihres enormen Flächenbedarfs nicht an den integrierten Zentrenstandorten untergebracht werden können.

Das Sondergebietskonzept konkretisiert – wie es das Gesamtstädtische Einzelhandelskonzept bereits angeregt hat – diese Ziele in Rahmenplänen für die einzelnen Sondergebietsstandorte (vgl. Pkt. 2.5).

### 2.3 Das Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche

Mit der Unterzeichnung der interkommunalen Vereinbarung haben die 19 Kommunen ihre Bereitschaft erklärt, sich frühzeitig gegenseitig über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben zu informieren, diese im Kreis der betroffenen Kommunen mit dem Ziel eines regionalen Konsens zu erörtern und dabei die Regeln des Einzelhandelskonzeptes zur inhaltlichen Grundlage des Verfahrens zu machen. Im Rahmen nachbargemeindlicher Abstimmungen erfolgte Vereinbarungen sollen planungsrechtlich umgesetzt werden. Die Kommunen haben sich darüber hinaus zu einem regelmäßigen Datenaustausch bereit erklärt.

#### 2.3.1 Leitbild und Ziele

Ziel des Regionalen Einzelhandelskonzeptes ist die Vermeidung einer ruinösen, zentrenschädlichen Konkurrenz zwischen den Nachbarkommunen über großflächige Einzelhandelsansiedlungen an nicht integrierten Standorten.

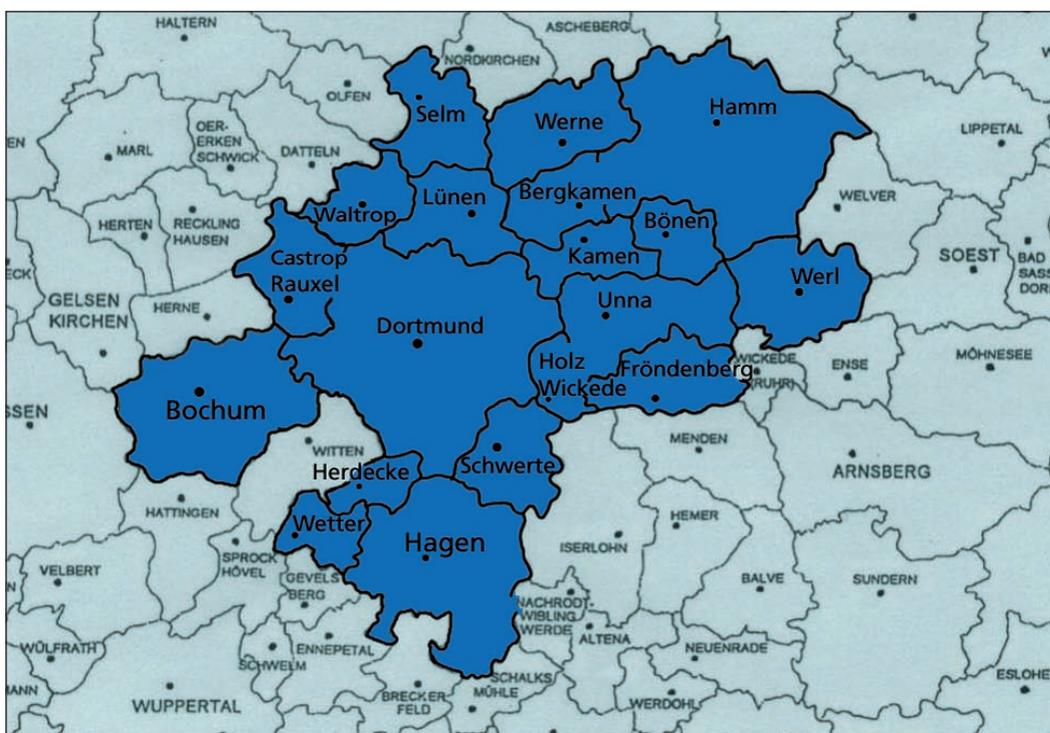
Leitbild des Regionalen Einzelhandelskonzeptes ist wie beim Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept eine auf die integrierten, gewachsenen Zentren, d.h. Innenstädte und Nebenzentren, ausgerichtete Einzelhandelsentwicklung bzw. Ansiedlungspolitik.

Die Zentren sollen dabei durchaus in ihrer Bedeutung gegenüber bestehenden Standorten der „Grünen Wiese“ gestärkt werden. Analog zum Dortmunder Einzelhandelskonzept dürfen sogenannte Ergänzungsstandorte der Aufnahme nicht zentrenschädlicher Einzelhandelsgroßbetriebe dienen.

#### 2.3.2 Die Regeln zur Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben

Wesentlicher Bestandteil des Regionalen Einzelhandelskonzeptes sind die gemeinsam für alle beteiligten Kommunen geltenden Regeln zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsansiedlungen. Die Regeln und Prüfschemata sind sortimentspezifisch differenziert.

Ihnen liegt die grundsätzliche Leitlinie des Konzeptes zugrunde, dass bei der Beurteilung eines großflächigen Einzelhandels-

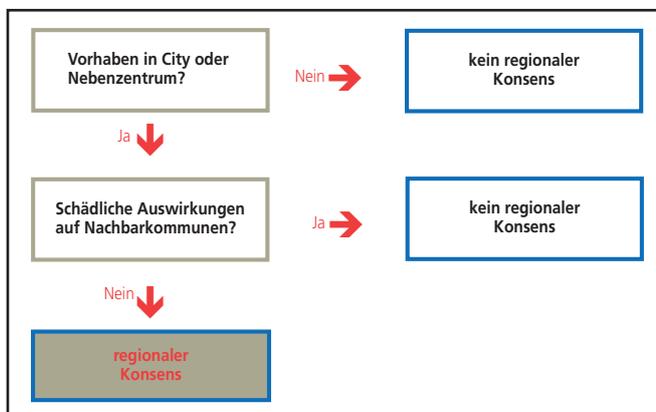


Der Kooperationsraum des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das östliche Ruhrgebiet

projektes die richtige Standortwahl in einem integrierten Zentrum eine größere Bedeutung besitzen soll, als die reine Dimensionierung der Verkaufsflächen. Auf diese Weise soll ermöglicht werden, dass die Kommunen durch ein „relatives Überangebot“ in den gewachsenen Zentren Kaufkraft von der „Grünen Wiese“ zurück in die Innenstädte und Nebenzentren holen. Dabei muss allerdings die Übereinstimmung mit der zentralörtlichen Gliederung gewahrt bleiben.

### Zentrenrelevante Sortimente

- Großflächige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen ab 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen lediglich in den gewachsenen Innenstädten sowie den im Konzept definierten Nebenzentren mit überörtlicher Bedeutung vorgenommen werden.
- Es dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf Nachbarkommunen ausgehen. Insbesondere für die zentrenrelevanten Sortimente gilt die oben beschriebene Leitlinie des Regionalen Einzelhandelskonzeptes, dass die räumlich korrekte Integration eines Vorhabens in ein gewachsenes Zentrum höher bewertet wird als die reine Größe des Projektes. Räumlich korrekt ist die Zuordnung eines Vorhabens zu einer City oder einem Nebenzentrum mit überörtlicher Bedeutung, wenn es sich entweder innerhalb der jeweiligen Geschäftslage befindet oder unmittelbar an diese angrenzt. Das



Prüfschema für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Umsatzschwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten, nach ECON-CONSULT GmbH, Köln 2000

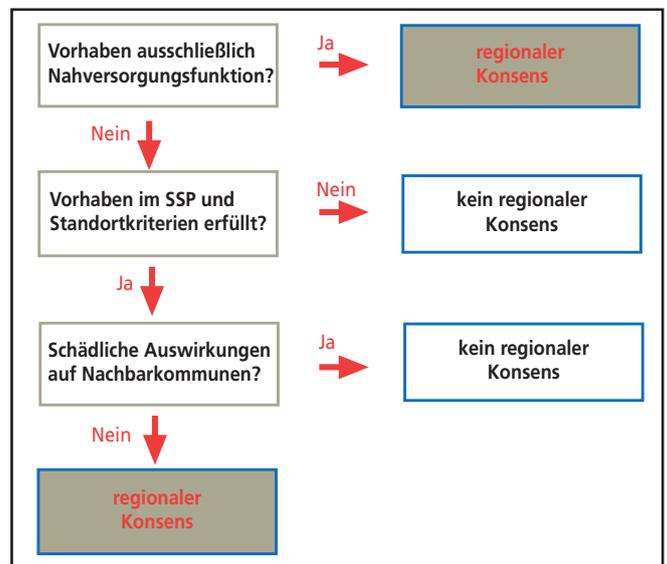
Vorhaben muss dabei unmittelbar ohne räumliche Barrieren fußläufig an die Geschäftslage angebunden sein bzw. werden. Die räumliche und funktionale Zuordnung zu den Siedlungsschwerpunkten wird analog zum Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen bewertet.

Zur Beurteilung der schädlichen Auswirkungen auf Nachbarkommunen aufgrund der Vorhabensgröße sind die zu erwartenden Kaufkraftzuflüsse aus den betroffenen Nachbarkommunen zu ermitteln und bewerten.

Als Standorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten kommen in Dortmund gemäß der Definition des Regionalen Einzelhandelskonzeptes die City sowie die Stadtbezirkzentren infrage.

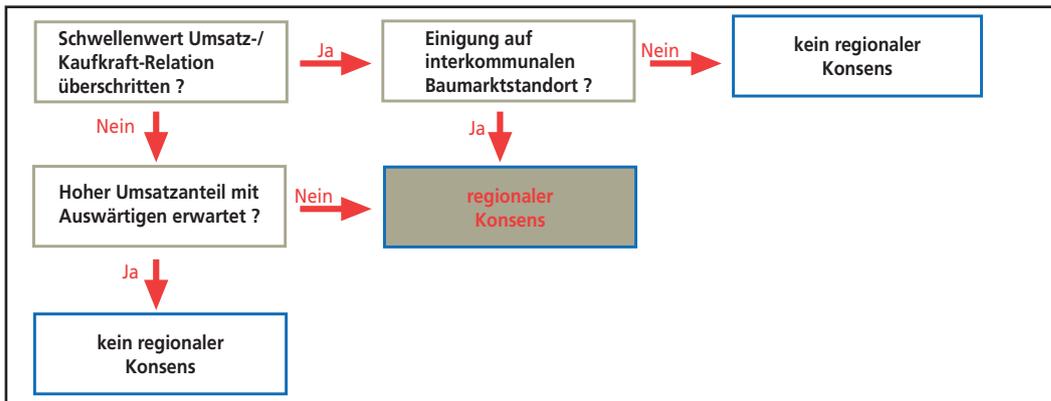
### Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Großflächige nahversorgungsrelevante Einzelhandelsansiedlungen ab 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen den Zentren von Siedlungsschwerpunkten zugeordnet werden.



Prüfschema für Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser, nach ECON-CONSULT GmbH, Köln 2000

- Es dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf Nachbarkommunen ausgehen. Die korrekte Zuordnung eines Vorhabens



Prüfschema für Baumärkte und Gartencenter, nach ECON-CONSULT GmbH, Köln 2000

zu einem Siedlungsschwerpunkt wird analog zum Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen überprüft. Darüber hinaus sind eine unmittelbare fußläufige Anbindung des Vorhabensstandortes an das Zentrum des Siedlungsschwerpunktes sowie eine direkte ÖPNV-Anbindung erforderlich.

#### Baumärkte und Gartencenter

- Die Umsatz-Kaufkraft-Relation der Ansiedlungskommune darf in der Branche Baumarkt/Gartencenter nicht den Schwellenwert von 100 % überschreiten.
- Das Vorhaben darf nicht mehr als 20 % seines Umsatzes mit auswärtigen Kunden erzielen.

Baumärkte und Gartencenter sowie Möbelhäuser zählen unter Berücksichtigung und Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente zum nicht zentrenrelevanten Einzelhandel. In beiden Branchen schreibt das Regionale Einzelhandelskonzept keine räumliche Zuordnung zu den gewachsenen Zentren vor.

Für beide Branchen führt das Regionale Einzelhandelskonzept die Prüfkriterien der „Umsatz-Kaufkraft-Relation“ sowie des „Umsatzanteils mit Auswärtigen“ ein.

Das Kriterium der Umsatz-Kaufkraft-Relation schreibt vor, dass jede Kommune in den Branchen „Baumarkt/Gartencenter“ und „Möbel/Einrichtungsbedarf“ nicht mehr als 100 % ihrer eigenen Kaufkraft binden darf. Das heißt, der Umsatz eines Ansiedlungs-

vorhabens der beiden Branchen darf zusammen mit den Umsätzen aller in der Ansiedlungskommune vorhandenen Anbieter der jeweiligen Branchen nicht mehr als die branchenspezifische Kaufkraft der Kommune betragen. Das Prüfkriterium „Umsatzanteil mit Auswärtigen“ fordert, dass das jeweilige Vorhaben nicht mehr als 20 % seines Umsatzes mit Kunden aus Nachbarkommunen erzielt.

Als Ausnahme kommt die Einrichtung eines interkommunalen Baumarkt- oder Gartencenter-Standortes infrage. So können z.B. zwei Nachbarkommunen einen gemeinsamen Standort für einen Baumarkt einrichten. Voraussetzung ist, dass die beiden Kommunen zusammen auch nach der Realisierung des Vorhabens nicht mehr als 100 % der gemeinsamen branchenbezogenen Kaufkraft binden sowie das Vorhaben nicht mehr als 20 % seines Umsatzes mit auswärtigen Kunden macht.

#### Möbelhäuser und Einrichtungscenter

- Die Umsatz-Kaufkraft-Relation der Ansiedlungskommune darf in der Branche Möbel / Einrichtungsbedarf nicht den Schwellenwert von 100 % überschreiten.
- Das Vorhaben darf nicht mehr als 20 % seines Umsatzes mit auswärtigen Kunden rekrutieren.
- Ausnahme: Das Vorhaben liegt in einem „regionalen Möbelstandort“.

Grundsätzlich ist für großflächige Einzelhandelsansiedlungen im Bereich „Möbel/

Einrichtungsbedarf“ derselbe Schwellenwert von 100 % für die Umsatz-Kaufkraft-Relation anzuwenden. Eine höhere Kaufkraftbindung bzw. einen Kaufkraftzufluss per saldo darf eine Kommune durch ein Vorhaben nur dann erzielen, wenn der Vorhabensstandort in einem der folgenden sechs definierten regionalen Möbelstandorte liegt:



IKEA im Indupark

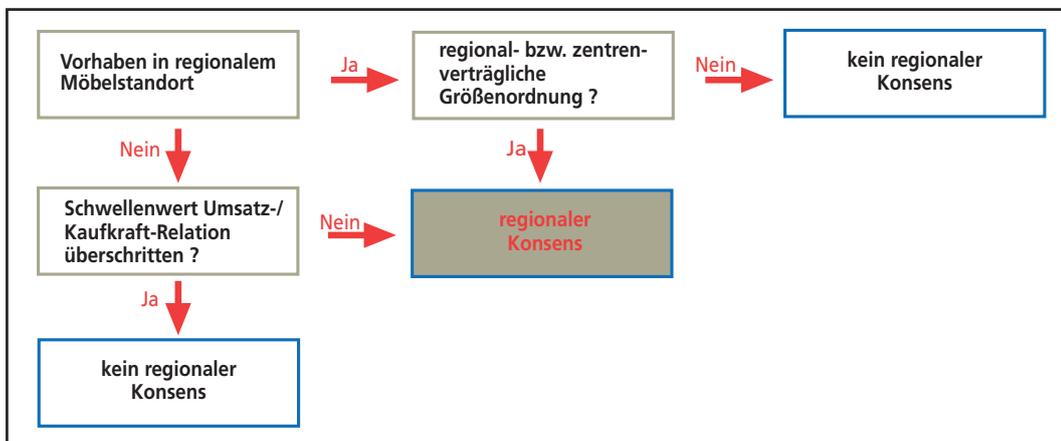
- Bochum-Werne (Hardeck),
- Dortmund-Oespel/Indupark (Ikea, Roller),
- Kamen-Zollpost (Ikea),
- Unna-Feldstraße (Zurbrüggen),
- Werl (Turflon),
- Witten-Rüdinghausen (Ostermann).

Die Standorte sind dadurch gekennzeichnet, dass die vorhandene Nutzung aufgrund ihrer Dimension, ihrer Sortimentsstruktur und ihrer Verkehrsanbindung eine entsprechende Schwerpunktbildung in der Möbelbranche in außerordentlicher Weise begünstigt. Die Liste ist allerdings nicht abschließend. Insbesondere für den Nordosten des östlichen Ruhrgebietes (Hamm) stellt das Konzept eine ähnlich hohe Lagegunst bei gleichzeitigem Fehlen eines Großmöbelhauses mit mindestens 20.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche fest.

Liegt das Vorhaben nicht in einem regionalen Möbelstandort, so sind die Kriterien der Umsatz-Kaufkraft-Relation und des Umsatzanteils mit Auswärtigen anzuwenden.

Aber auch bei einer Lage in einem regionalen Möbelstandort sind die Zentren- und Regionalverträglichkeit des Vorhabens nachzuweisen. Dabei streben die Kommunen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes keine über die in der Möbelbranche vorhandene Gesamtkaufkraft des östlichen Ruhrgebietes hinausgehende Kaufkraftbindung an.

Die zur Anwendung der Bewertungsregeln für Einzelhandelsvorhaben notwendigen Daten zum Einzelhandelsbestand der Region werden von der Stadt Hamm verwaltet und in ein Geoinformationssystem eingepflegt, zu dem alle am Konzept beteiligten Kommunen und Institutionen Zugang haben. Es ist auch eine regelmäßige Aktualisierung durch die Kommunen geregelt (vgl. Pkt. 3.2).



Prüfschema für Möbelhäuser und Einrichtungscener, nach ECON-CONSULT GmbH, Köln 2000

### 2.3.3 Das Verfahren zur interkommunalen Abstimmung

Das im Regionalen Einzelhandelskonzept vorgesehene Verfahren zur nachbargemeindlichen Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsansiedlungen verfolgt das Ziel, zu einem möglichst frühen Zeitpunkt der Vorhabensplanung einen regionalen Konsens zwischen der Ansiedlungskommune und den betroffenen Nachbarkommunen herzustellen. Das Verfahren ist ein informelles Verfahren und ersetzt die gesetzlich vorgeschriebene nachbargemeindliche Abstimmung im Rahmen der formellen Verfahren der Bauleitplanung sowie der landesplanerischen Anpassung gemäß § 20 LPIG nicht. Die informelle nachbargemeindliche Abstimmung soll möglichst früh, d.h. vor Einleitung der formellen Verfahren, durchgeführt werden, damit zum Erzielen des regionalen Konsens notwendige Projektmodifizierungen noch möglich sind.

Folgende Verfahrensschritte sind vorgesehen:

#### - Information der betroffenen Nachbarkommunen und Festlegung des Beratungskreises

Die Ansiedlungskommune informiert potentiell im Einzugsgebiet des Vorhabens gelegene Nachbarkommunen möglichst frühzeitig über das Vorhaben und lädt diese sowie die zuständige IHK und Bezirksregierung sowie den Einzelhandelsverband zu einem Beratungsgespräch ein.

#### - Gemeinsame Beurteilung des Vorhabens unter Anwendung der vereinbarten Prüfkriterien

Die oben dargelegten Prüfkriterien und -schemata werden gemeinsam von der Ansiedlungsgemeinde und den Nachbarkommunen sowie den weiteren Beteiligten auf das Vorhaben angewandt. Das Vorhaben wird bezüglich möglicher schädlicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen überprüft. Eventuell kann die Vergabe eines Einzelhandelsgutachtens durch die Ansied-

lungskommune notwendig sein. Liegen keine Bedenken vor, ist der regionale Konsens für das Vorhaben gegeben. Liegen Bedenken vor, so sind möglichst vor Einleitung der formellen Verfahren Veränderungen des Projektes vorzunehmen, die einen Konsens herbeiführen.

#### - Das Ergebnis des Verfahrens wird der zuständigen Bezirksregierung mitgeteilt.

Der zuständigen Bezirksregierung als höherer Genehmigungsbehörde wird das Ergebnis des Abstimmungsverfahrens übermittelt. Das Ergebnis wird von den Bezirksregierungen im Rahmen des landesplanerischen Anpassungsverfahrens in die Entscheidungsfindung einbezogen.

Abgesehen von der nachbargemeindlichen Abstimmung bei einzelnen regional bedeutsamen Projekten umfasst das Regionale Einzelhandelskonzept auch generelle Empfehlungen zur Stärkung der gewachsenen Zentren, z.B. die Ansiedlung von Magnetbetrieben. Es fordert zudem für die bestehenden nicht integrierten Standorte des großflächigen Einzelhandels eine konsequente Anwendung der vorhandenen planungsrechtlichen Instrumente, um auf Dauer zentrenschädliche Sortimente aus diesen Standorten zu verbannen.