

EINZELHANDELSKONZEPT

für die Stadt Telgte



März 2008

Einzelhandelskonzept für die Stadt Telgte

Im Auftrag der Stadt Telgte

Stefan Rönnebeck
Stefan Kruse
Johanna Doepner

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
E-mail info@junker-kruse.de

März 2008

Inhalt

1	Ausgangslage, Anlass und Ziele der Untersuchung.....	5
2	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung.....	8
3	Methodik der Untersuchung.....	11
3.1	Angebotsanalyse.....	12
3.2	Nachfrageanalyse.....	15
3.3	Städtebauliche Analyse.....	17
3.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur	19
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in Telgte	21
4.1	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	21
4.2	Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur	24
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil	26
5.1	Gesamtsstädtische Struktur.....	26
5.2	Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur	31
5.2.1	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes.....	31
5.2.2	Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung	34
5.2.3	Standorte mit großflächigem Einzelhandel.....	37
5.2.4	Leerstandssituation in der Stadt Telgte.....	39
5.2.5	Räumliche Verteilung der Dienstleistungsbetriebe.....	41
5.3	Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche.....	42
5.3.1	Innerstädtischer Geschäftsbereich.....	42
5.3.2	Orkotten.....	51
5.3.3	Westbevern-Dorf und Westbevern-Vadруп.....	52
5.4	Fazit Angebotsanalyse.....	54
6	Analyse der Nachfrageseite	56
6.1	Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss.....	58
6.2	Einzugsgebiet.....	66
6.3	Umsätze und Zentralitäten des Telgter Einzelhandels.....	68
6.4	Fazit zur Analyse der Nachfrageseite.....	71
7	Prognose der Verkaufsflächenpotenziale	72
8	Entwicklungsperspektiven, Leitlinien, Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte.....	77
8.1	Analyse der Potenzialflächen.....	77
8.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Telgte.....	81

8.3	Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Telgte.....	83
8.4	Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte.....	87
8.5	Telgter Sortimentsliste.....	90
8.6	Entwicklungs- und Tabubereiche.....	99
8.6.1	Entwicklungsbereiche.....	99
8.6.2	Tabubereiche.....	108
9	Schlusswort.....	111
	Verzeichnisse.....	112
	Anhang.....	115
	Ergänzende planungsrechtliche Empfehlung.....	115
	Exemplarische textliche Festsetzungsvorschläge und Begründungsaspekte hinsichtlich Einzelhandelsnutzungen.....	116
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	120
	Fragebogen Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Telgte.....	127

1 Ausgangslage, Anlass und Ziele der Untersuchung

Seit mehr als drei Jahrzehnten dauert der Strukturwandel im Einzelhandel in Deutschland an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Auch wenn dieses Phänomen auf fast alle Branchen und Betriebsformen zutrifft, kommt dem Lebensmittelsektor, und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern, eine besondere Bedeutung zu. Lebensmitteldiscounter verfolgen gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten: in der Regel autokundenorientierte Standorte mit einer ausreichenden Anzahl an Stellplätzen, preisaggressiv im Hauptsortiment Lebensmittel bzw. Food sowie gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum erreichen und somit in eine starke Konkurrenz zu anderen örtlichen Anbietern in den betroffenen Hauptbranchen treten. Neben den immer größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Nicht-Lebensmittel) führt zudem die in vielen Regionen dramatisch angestiegene Anzahl der Einzelhandelsbetriebe bei einem nahezu gleichbleibenden (und teilweise sogar rückläufigem) Nachfragepotenzial zu einem verschärften Konkurrenzettbewerb, der in vielen Fällen bereits „kannibalöse Ausmaße“ annimmt.

Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in neuen Betriebskonzepten und –strategien ausdrückt, allerdings auch mit erheblichen potenziellen Folgewirkungen für Städte und Gemeinden einhergeht. Diese Neuorientierung ist für die raumbezogene Planung auch mit neuen Standortanforderungen und –mustern verbunden: integrierte, in der Regel den Nachfrageschwerpunkten zugeordnete Standorte werden zunehmend in Frage gestellt, während dezentrale Standorte (in Gewerbegebieten, an Hauptverkehrsachsen) verstärkt nachgefragt werden. Eine mögliche Folge dieser Entwicklung kann darin bestehen, dass ehemals funktionierende Nahversorgungsnetze zunehmend grobmaschiger werden. Zudem erhalten die Standorte in der Regel eine rein autokundenorientierte Ausrichtung, wodurch insbesondere nicht-pkw-mobile Menschen in ihrer Grund- bzw. Nahversorgungsqualität und somit auch in ihrer Lebensqualität eingeschränkt werden.

Ähnliche Probleme sind bei Fachmärkten festzustellen, wenngleich sie auch nicht so aggressiv auftreten. Auch bei diesem Betriebstyp spielen neue Standortmuster und größer werdende Betriebseinheiten ebenso wie sich ändernde Betriebskonzepte eine Rolle, die im Wesentlichen durch die immer größer werdenden Anteile in den Rand- oder Nebensortimenten zum Ausdruck kommen. Die Konsequenzen dieser Entwicklung konzentrieren sich allerdings auf

gewachsene Versorgungsbereiche, die in Folge potenzieller Kunden- und somit Umsatzverluste deutlich an Prosperität verlieren können, wodurch letztlich der gesamte Standortbereich (Zentrum/Nebenzentrum) gefährdet sein kann. Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dieses Phänomen bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile auch zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

Diesen betrieblichen bzw. konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- bzw. Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. So steht auch die Stadt Telgte vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortwünschen auf der einen und volkswirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen auf die spezifische Situation in der Stadt ausgerichteten, konstruktiven Umgang mit den beschriebenen Strukturentwicklungen zu finden.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngsten Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle 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.“¹ Aber auch für die Steuerung in – bisher – unbepflanzten Innenbereichen ist ein solches Einzelhandelskonzept eine bedeutsame Grundlage. Denn nach der neuen Vorschrift des § 9 (2a) BauGB können für „im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind. [...] Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, dass Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält.“ [...]

¹ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

Hierzu bestimmt das jüngst novellierte Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm - LEPro), wonach gem. § 24a die zentralen Versorgungsbereiche von den Kommunen selbst festzulegen sind.² Unter Würdigung all dieser „neuen“ bzw. „novellierten“ Rechtsvorschriften ist es nahezu zwingend erforderlich, ein Einzelhandelskonzept zu erarbeiten und auch zu einem Beschluss durch das politische Gremium zu bringen, will eine Kommune zukünftig eine möglichst planungs- und rechtssichere Einzelhandelsentwicklung betreiben.

Vor diesem Hintergrund wurde im April 2007 das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erstellung eines gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Ziel dieses Konzeptes ist es, insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtslage und Rechtsprechung, eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Bewertungsgrundlage für aktuell anstehende Bebauungsplanverfahren und/oder Ansiedlungsanfragen zu liefern als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzuzeigen, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik Telgtes in die Lage versetzt werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtische Versorgungsstruktur einschätzen zu können. Gleichzeitig bildet ein solches Konzept auch eine wichtige (Argumentations- und Rechts-) Grundlage für die Stadt Telgte, wenn es um die Abwehr geplanter Vorhaben in Nachbarkommunen geht, die sich ggf. negativ auf die Verwirklichung ihrer eigenen städtebaulichen Zielvorstellungen auswirken können.

Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit aber auch zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten; immer mehr muss auch die spätere Umsetzung bedacht werden; und dies auch schon während der Bearbeitung. Aus diesem Grund ist das vorliegende Einzelhandelskonzept auf der Basis eines breit angelegten Kommunikations- und Beteiligungsprozesses erarbeitet worden. Neben der Berichterstattung (z. B. Pressearbeit) erfolgt eine Rückkopplung der entsprechenden Zwischenergebnisse in einem regelmäßig stattfindenden Arbeitskreis.³ Dieser Arbeitskreis dient dabei als wichtiges Instrument zur Einbindung der wesentlichen Akteure sowohl in den Prozess als auch allen Akteursgruppen die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen.

² § 24 a Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm - LEPro) (Novellierung 13.06.2007)

³ Termine am 09.08.2007, 17.09.2007 und 16.10.2007; Teilnehmerliste. vgl. Tabelle 3

2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammenfassend dargestellt:

Auf der **Angebotsseite** zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration.
- Damit eng verbunden ein **anhaltendes Verkaufsflächenwachstum** bei sinkenden Flächenproduktivitäten und Rentabilitäten.
- Eine **sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben**, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein **Wandel der Betriebsformen und Konzepte** bei zunehmender **Großflächigkeit** und **Discountorientierung** bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte.
- Ein Wandel der Standortpräferenzen.
- Eine **zunehmende Konkurrenz** zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen.

Aus Sicht der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Eine in den nächsten Jahren tendenziell **sinkende Bevölkerung** mit erheblichen regionalen Unterschieden, abgeschwächt durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Eine **Veränderung der Alterspyramide** mit einem wachsenden Anteil älterer Menschen.
- Eine auch weiterhin anhaltende **Aufspaltung des Einkaufs** in die Segmente „Erllebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“.
- Ein akzentuiertes **Preisbewusstsein** (Stichwort: Schnäppcheneinkauf; „Geiz-ist-geil-Mentalität“), von dem insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Eine aktuell wieder zu beobachtende **„wachsende Kauflust“** nach Jahren der Kaufzurückhaltung.

Für die **Stadtentwicklung** und die damit korrespondierenden Prozesse resultieren daraus, zusätzlich zu den vorstehend genannten Aspekten, weitere Konsequenzen und Entwicklungen. Dazu zählen u. a.:

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust zentraler Bereiche**, der nicht nur den Einzelhandel umfasst.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten.
- Eine **sinkende Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Ein zunehmender **Konflikt zwischen den Flächenansprüchen** der Einzelhandelsbetriebe und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den regionalen und städtischen Zielvorstellungen und Leitbildern. Wachsende Umweltbeeinträchtigungen, die aus dem Flächenverbrauch sowie Lärm- und Abgasemissionen aus einem erhöhten Verkehrsaufkommen resultieren. Des Weiteren ist eine **steigende Fluktuation im Einzelhandel** zu beobachten, die häufigere Neu- und Umnutzungen zur Folge hat.
- Durch die Dynamik im Einzelhandel befinden sich auch die (Innen-)Städte in einem zunehmenden Konkurrenzettbewerb.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer Vorhaben** vor allem in größeren Städten bzw. Großstädten mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelzentren.
- Eine **zunehmende Regionalbedeutung von Einzelhandelsentwicklungen** bei gleichzeitiger Beibehaltung der politischen Entscheidungen auf der kommunalen Ebene.
- **Einzelhandel** als zunehmend **einzige Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebranchen („Graue-Wiese-Standorte“).
- Eine häufig einseitig in den Vordergrund gestellte **Bedeutung der Pkw-Erreichbarkeit** von Einkaufsbereichen.
- Eine häufig einseitig zu beobachtende **Politisierung** von Entscheidungen zur Standort- und damit auch zur Stadtentwicklung.

Die aufgeführten Umstrukturierungen und Tendenzen in der Einzelhandelslandschaft haben – im Falle einer „ungezügelter“ Entwicklung – aus Sicht der Kommunen zum Teil schwerwiegende Konsequenzen für die Versorgung, die städtebaulich-funktionale Struktur sowie die wirtschaftliche und ökologische Situation. Diese allgemein zu beobachtenden Entwicklungen lassen sich auch auf Telgte übertragen.

- **Drohende Funktionsverluste in den Stadtzentren**, die sich häufig in Form einer sinkenden Angebotsseite des kernstädtischen Einzelhandels und einer Niveauabsenkung im innerstädtischen Angebot durch uniforme, kurzlebige Geschäftstypen manifestieren, verbunden mit einer Ausweitung zentrenrelevanter Sortimente an städtebaulich nicht-integrierten Standorten. Eine Tendenz in diese Richtung ist bereits in Telgte durch das bestehende Einzelhandelsangebot am Standort Orkotten zu erkennen, an dem bereits heute ein nicht unerheblicher Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten angeboten wird.
- **Zunehmende Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen**, die nicht in vorhandene Siedlungsstrukturen passen. Die Stadt Telgte ist durch die historische

und damit größtenteils kleinteilige Bebauungsstruktur in der Innenstadt besonders stark von diesem Problem betroffen; insbesondere ist in diesem Zusammenhang der Hauptgeschäftsbereich zu nennen. In den gewachsenen Siedlungsstrukturen können die Flächenansprüche heutiger Betreiber nur bedingt erfüllt werden. Perspektivisch wird der Vergrößerungsdruck einiger Fachmärkte und Lebensmittelanbieter weiter zunehmen.

- **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** im Wohnumfeld und die damit verbundene Gefahr der abnehmenden Versorgung (Magnet Lebensmittelanbieter „zieht es nach draußen“). Auch die Möglichkeit, dass sich das Nahversorgungsnetz, also speziell das Netz der Lebensmittelanbieter, insgesamt räumlich weiter ausdünnen könnte, kann letztlich für Telgte und die beiden Ortsteile Westbevern-Dorf und –Vadrup nicht ausgeschlossen werden. Durch weitere Nahversorgungsstandorte an städtebaulich nicht geeigneten, nicht-integrierten Standorten bzw. durch eine Überschreitung der absatzwirtschaftlichen Spielräume können sich auch Gefährdungen für bestehende, gewachsene Versorgungsbereiche ergeben, die mit einem insgesamt grobmaschigeren Versorgungsnetz einhergehen.

Ein weiterer Aspekt, der zu einer räumlichen Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes zukünftig verstärkt beitragen kann, sind die Ansprüche der Betreiber an die Größe der Verkaufsflächen. Heute marktübliche Verkaufsflächen von 800 m² bis 1.200 m², häufig auch über 1.200 m² und z. T. sogar bis zu 1.500 m², liegen teilweise deutlich über der Flächengröße bestehender Märkte in Telgte, so dass hier- wie bereits zu beobachten ist – entsprechende Anfragen zur Erweiterung bzw. Verlagerung einzelner Betriebe geäußert wurden.

3 Methodik der Untersuchung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept stützt sich auf die Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine **Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen im engeren Sinne⁴**, der **Leerstände** im Telgter Stadtgebiet sowie der **Dienstleistungsbetriebe im zentralen Hauptgeschäftsbereich** durchgeführt. Zudem wurde eine **Haushaltsbefragung** sowie eine **Kundenherkunftserhebung** in Telgte vorgenommen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Telgte gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die verschiedenen Kennziffern aus dem Bereich der BBE Handelsforschung, Köln.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 2 (2), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO sowie § 9 (2a) BauGB n. F. 2007 darstellen und somit auch i.S. einer späteren Steuerung des Einzelhandels durch entsprechende bauleitplanerische Umsetzungen zwingend erforderlich sind.

Auch das am 04. Juli 2007 novellierte Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm - LEPro) unterstreicht im § 24 a die Bedeutsamkeit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die von den Kommunen als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren räumlich funktional festgelegt werden sollen.

Diese städtebauliche Analyse ergänzt die quantitativen Bausteine, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in der Stadt Telgte ergibt.

⁴ Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei, Konditorei) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoff, Tankstellen und Apotheken werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet. Allerdings wurden aufgrund ihrer Einzelhandelsrelevanz Tankstellen shops und der freierkäufliche Anteil der Apotheken bei der Erhebung berücksichtigt und mit erhoben.

3.1 Angebotsanalyse

Im Mai 2007 wurde eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet und aller Dienstleistungsbetriebe im Hauptgeschäftsbereich vorgenommen. Hierzu wurde eine Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung des Einzelhandels im engeren Sinne flächendeckend durchgeführt.

Bei der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen kartiert und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte (z. B. nach Innenstadt, nicht-integrierte Lage) vorgenommen. Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden zunächst die Gesamtverkaufsflächen und die jeweiligen Hauptbranchen (=dominierende Warengruppe in der betrieblichen Angebotsstruktur) der einzelnen Betriebe aufgenommen. Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden⁵. Um einen möglichst hohen Genauigkeitsgrad zu erreichen, wurden zur Flächenerfassung lasergestützte Flächenerfassungsgeräte eingesetzt.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist jedoch eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimente differenziert erfasst (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erfassungsschlüssels) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt, soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber/Filialleiter zugelassen.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 (Haupt-)Branchen zugeordnet.

⁵ Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs „Verkaufsfläche“ durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen älteren Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Vorkassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch das jüngste Urteil des Bundesverwaltungsgericht bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Telgte

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:	
1. Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei-/Konditoreiwaren Metzgerei-/Fleischereiwaren Getränke
2. Blumen / Zoo	Blumen, Zoo
3. Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Drogerie, Körperpflegeartikel Parfümeriewaren Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Reform- und Biowaren Apothekenwaren
4. Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen/Zeitschriften
Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:	
5. Bekleidung/ Wäsche	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung und Textilien allgemein Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe/ Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Hausrat, Glas, Porzellan, Geschenkartikel	Hausrat, Schneidwaren, Bestecke Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren/ Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör
Überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
10. Wohnungseinrichtungsbedarf/ Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche

11. Möbel	Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel Möbel allgemein
12. Elektrogeräte/ Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten
13. Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und -geräte, Foto Mobiltelefone, Telefone- und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
14. Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf
15. Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Baumarktspezifisches Sortiment (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleinteile, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör) Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf Kfz-Zubehör
17. Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: Junker und Kruse - Systematik

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte Vollerhebung des Telgter Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar. Nicht nur durch die räumliche Lage der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadtgebietes, sondern auch durch die im Rahmen der städtebauliche Analyse durchgeführte räumliche Einordnung der Betriebe in verschiedenen Lagekategorien können auch die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. So stellt die Einordnung nach Lagekategorien beispielsweise eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Telgter Sortimentsliste dar.

Es werden dabei folgende Lagekategorien unterschieden: Innenstadt (innerhalb des Wallganges mit dem Hauptgeschäftsbereich u.a. entlang der Steinstraße, Emsstraße, Markt, Münsterstraße, integrierte Lage (sonstige, dem Wohnsiedlungsbereich unmittelbar zugeordnete Standorte) und nicht-integrierte Lagen (Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung, z. B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten oder sonstige auto-kundenorientierte Standorte).

3.2 Nachfrageanalyse

Die zweite wichtige Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfrage dar. Sie muss ein ebenso umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Telgter Bevölkerung liefern wie Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

Haushaltsbefragung

Um einen umfassenden Einblick in das räumliche und branchenspezifische Einkaufsverhalten der Bevölkerung der Stadt Telgte und die daraus resultierenden Kaufkraftströme zu erhalten, wurde eine über das Stadtgebiet gewichtete Haushaltsbefragung durchgeführt. Hieraus lassen sich u.a. die für Telgte spezifischen Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten ermitteln. Neben diesen Kenngrößen liefert die Befragung aber auch Erkenntnisse über die qualitative Einschätzung des Einkaufsstandorts Telgte aus Kundensicht sowie Gründe und Motive für Einkaufsgewohnheiten.

Die Haushaltsbefragungen wurden von Dienstag, den 29.05.2007 bis Freitag, den 31.05.2007 entsprechend der stadträumlichen Verteilung der Wohnbevölkerung auf die einzelnen Stadtteile von der marketing consulting systems GmbH, Erfurt (mcs GmbH) im Auftrag des Büros Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund durchgeführt. Insgesamt wurden 200 Haushalte aus Telgte interviewt. Die Anzahl der Interviews in den vier Befragungsbereichen entspricht in etwa der Bevölkerungsverteilung der Stadtteile Telgtes.

Tabelle 2: Räumliche Differenzierung der Haushaltsbefragung / Alter der befragten Personen

Befragungsbereich	Anzahl der Interviews	in %	Altersstufen	Anzahl der Interviews	in %
Telgte-Stadt	138	69,0	unter 20 Jahre	7	3,5
Telgte (Außenbezirk)	22	11,0	21-30 Jahre	16	8,0
Westbevern-Dorf	18	9,0	31-40 Jahre	29	14,5
Westbevern-Vadруп	22	11,0	41-50 Jahre	39	19,5
Telgte gesamt	200	100,0	51-60 Jahre	45	22,5
			über 60 Jahre	64	32,0
			gesamt	200	100,0

Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007

Insgesamt liegt mit der räumlichen Differenzierung der Haushaltsbefragung und der Differenzierung nach Altersstufen eine notwendige und zugleich ausreichende Repräsentativität

vor. Die überdurchschnittliche Berücksichtigung weiblicher Befragter (ca. 70 %) spiegelt die generell zu beobachtende Zuständigkeit dieser Bevölkerungsgruppe für den Einkauf im Rahmen „familiärer Aufgabenteilung“ wider, denn als Zielperson wurde dasjenige Haushaltsmitglied angesprochen, das die Einkäufe hauptsächlich tätigt.

Die Befragung wurde in Form eines so genannten Computer-Assisted-Telephone-Interviewing (CATI) durchgeführt. Hierbei handelt es sich um telefonische Interviews mit Hilfe eines elektronischen Fragebogens, der es ermöglicht, bereits während der Interviewdurchführung eine analoge Datensatzspeicherung vorzunehmen (Eingabe während der Befragung in eine Datenbank). Um sicher zu stellen, dass bereits während der Befragung keine Fehler unterlaufen, erfolgt eine regelmäßige Evaluation der Ergebnisse.

Die Haushalte bzw. Telefonnummern wurden nach einem statistischen Zufallsprinzip nach dem Flächenstichproben-Verfahren (sog. area sampling) ausgewählt. Die aus einer Datenbank stammenden Telefondaten unterliegen einer zusätzlichen Kontrolle durch Geocodierung, die auch eine Filterfunktion nach Kommunen und Postleitzahlen zulässt.

Um die Geduld der befragten Haushaltsmitglieder nicht über Gebühr zu strapazieren und die Verweigerungsquote im Rahmen des Üblichen zu halten, ist der Fragebogen bewusst kurz gehalten worden. Adressat der Befragung war jeweils das für den Einkauf verantwortliche Haushaltsmitglied.

Kundenherkunftserhebung

Ergänzt wird die Analyse der Nachfrageseite durch eine Kundenherkunftserhebung, welche in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Telgte durchgeführt wurde. Hierzu wurden im Zeitraum von einer Woche (20. - 25. August 2007) Listen in rd. 25 ausgewählten Geschäften verschiedener Branchen und Betriebstypen im Hauptgeschäftsbereich, sowie in sonstigen Lagen ausgelegt, in denen die für den Kassiervorgang zuständigen Personen jeweils den Wohnort der bezahlenden Kunden eintragen sollten. Berücksichtigt wurden dabei strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im gesamten Telgter Stadtgebiet, wobei der räumliche Schwerpunkt im Hauptgeschäftsbereich gesetzt wurde. Da sich trotz mehrfacher Bemühungen, auch durch Unterstützung der Telgter Hanse, sämtliche Einzelhandelsbetriebe am Sonderstandort Orkotten nicht an der Kundenherkunftserhebung beteiligt haben, beschränken sich die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung mit Ausnahme von Möbel Theves auf Betriebe außerhalb des Orkottens.

In der Verknüpfung der beiden Nachfragebausteine ergibt sich ein umfassendes und für die weiteren Bearbeitungsschritte notwendiges und wichtiges Grundlagenmaterial.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und –analysen zählt zu den Schritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird u.a. auf Werte der BBE Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor. Für das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde auf die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zurückgegriffen, die einen Teilbereich der Kaufkraftkennziffern darstellen.

Ergänzend zu den beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

3.3 Städtebauliche Analyse

Ergänzt werden die in erster Linie einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Dabei werden im Einzelnen die einzelhandelsrelevanten Funktionsbereiche des gesamten Stadtgebietes, also das innerstädtische Hauptgeschäftszentrum sowie die für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsvorhaben bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteil der städtebaulichen Analyse:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes/Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Telgte. Sie liefert zum einen die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen insbesondere für die Telgter Innenstadt. Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse der Zentren ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. der §§ 2(2) und 34(3) BauGB und des § 11(3) BauNVO sowie § 9 (2a) BauGB n. F. 2007.

In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

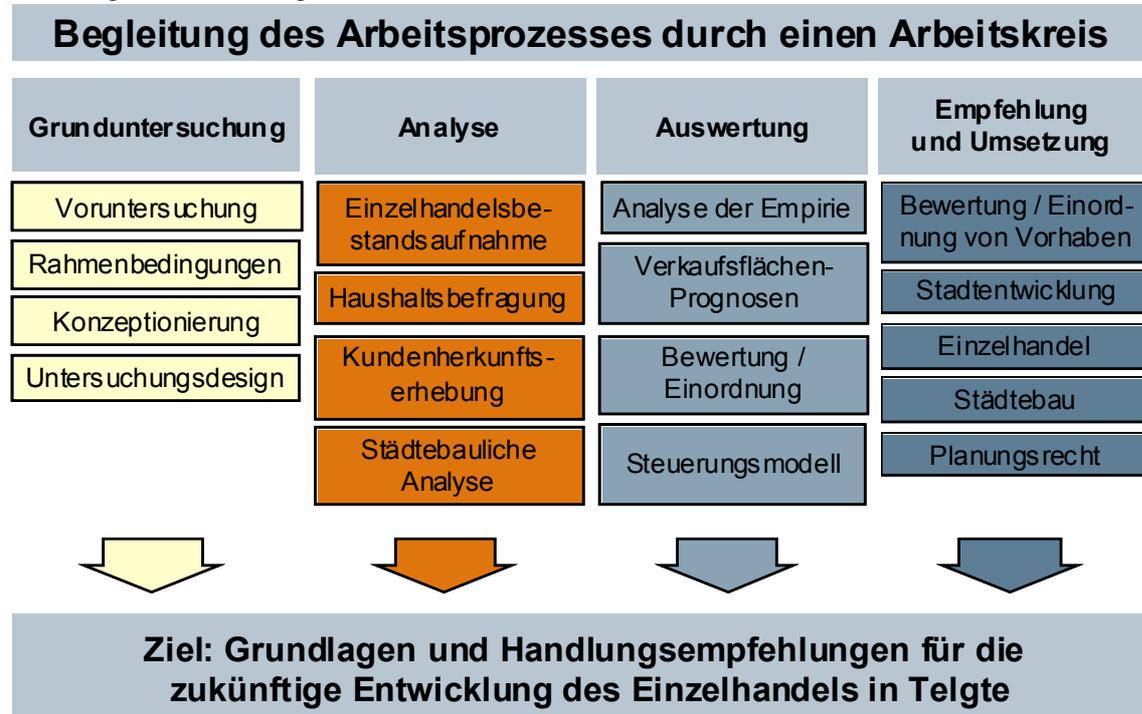
Dies unterstreicht auf Landesebene auch § 24 a des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm - LEPro) nach der Novellierung vom 13.06.2007. „[...] Zentrale Versorgungsbereiche legen die Gemeinden als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren räumlich funktional fest. Standorte für Vorhaben i.S. des §11 Abs.3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) und Nebenzentren (Stadtteilzentren) liegen, die sich auszeichnen durch:

- 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 und
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiches und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.“

3.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Unter Berücksichtigung der methodischen Bausteine gliedert sich die Untersuchung wie folgt:

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Quelle: eigene Darstellung

Begleitender Arbeitskreis

Ein begleitender fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und stößt einen Diskussionsprozess – auch nach Ablauf der begleitenden Untersuchung – an. Nur wenn dieser Dialog bereits während der Strukturuntersuchung beginnt und die Akteure Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können, ist die Basis für eine konstruktive Fortsetzung – nach Abschluss der Untersuchung – gegeben. Wenn aus einer Beteiligung eine Mitwirkung geworden ist, kann auch mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden, die abschließend im Rahmen einer Vorstellung bei der örtlichen Politik vorgestellt werden. Aus diesem Grund wurde die Untersuchung durch einen Arbeitskreis begleitet, der die Ergebnisse diskutierte und seinen lokalen Sachverstand in den Prozess einbrachte und somit nicht zuletzt zu einer größeren Transparenz der Ergebnisse und ihrer Transformation in die entsprechenden Stellen, Institutionen, Gremien und Akteure führte. Nachfolgend sind die Personen/Institutionen aufgeführt, die an den verschiedenen Arbeits-

kreissitzungen teilgenommen haben und denen für ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich gedankt wird.

Tabelle 3: Teilnehmer der Arbeitskreissitzungen

Stadtverwaltung:	
Herr Dr. Meendermann	Bürgermeister
Herr Ginski	Fachbereichsleiter FB Planen, Bauen und Umwelt
Herr Hüttmann	FB Planen, Bauen und Umwelt
Herr Bäumer	Wirtschaftsförderung
Stadttrat:	
Herr Dr. Allemeyer	CDU
Herr Dr. Hoppe	CDU (Vorsitzender des Ausschusses Planen und Bauen, Umland und Umwelt)
Herr Hövelmann	CDU (als Vertreter für Herrn Dr. Allemeyer)
Herr Herwing	CDU (als Vertreter für Herrn Dr. Allemeyer)
Herr Prof. Dr. Robert	SPD
Herr Beck	SPD (als Vertreter für Herrn Prof. Dr. Robert)
Herr Brandhem	Bündnis 90/Die Grünen
Frau Suntrup	FDP
Herr Willemsen	CWU/UWG
Externe:	
Frau Eksen	Einzelhandelsverband Münsterland
Herr Dr. Quandt	Handwerkskammer Münster
Herr Höing	IHK Nord Westfalen
Herr Schmitz	IHK Nord Westfalen
Herr Ahrens	Werbegemeinschaft „Telgter Hanse“
Gutachter:	
Herr Kruse	Junker und Kruse, Dortmund
Herr Rönnebeck	Junker und Kruse, Dortmund

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in Telgte

Um zu einer grundsätzlichen Einordnung der Stadt Telgte hinsichtlich der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation zu gelangen, wird im Folgenden eine Übersicht der allgemeinen Rahmenbedingungen dargestellt, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Telgte auswirken können.

4.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Wallfahrtsstadt Telgte liegt mit ihren rd. 19.650 Einwohnern⁶ im Kreis Warendorf, dem insgesamt 13 Kommunen angehören. Die Kreisstadt Warendorf (rd. 38.800 Einwohner), östlich an Telgte angrenzend, sowie Ahlen (rd. 55.300 Einwohner) sind die beiden größten Städte innerhalb des Kreisgebietes.⁷ Beide spielen allerdings für die Telgter Bevölkerung nur eine untergeordnete Rolle, da die Ausrichtung, auch die einzelhandelsrelevante Orientierung, deutlich in Richtung des westlichen Oberzentrums Münster stattfindet. Die Münsteraner Stadtteile Gelmer, Handorf und Wolbeck schließen sich unmittelbar westlich an die Stadtgrenze Telgtes an. Im Norden grenzt Telgte an die Stadt Greven (rd. 35.600 Einwohner) sowie die Gemeinde Ostbevern (rd. 10.500 Einwohner) und im Süden an die Gemeinde Everswinkel (rd. 9.600 Einwohner).⁸ Als landesplanerisch eingestuftes Grundzentrum übernimmt die Stadt Telgte im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung.

Über die Bundesstraßen 51 und 64, die Telgte im Westen mit Münster bzw. im Südosten mit Warendorf verbinden, verfügt Telgte über eine gute Verkehrsanbindung. Ebenso günstig ist die Anbindung zur Bundesautobahn A 1 (Greven ca. 15 km) und weitestgehend auch zur A 2 (Beckum ca. 30 km). Im Bereich des öffentlichen Personennahverkehrs ist die Stadt mit den Bahnhöfen Telgte und Westbevern an zwei Regionalbahnlinien⁹ und damit gut an die umliegenden Oberzentren Münster, Osnabrück und Bielefeld angebunden. Die Autobuslinien Münster-Lippstadt sowie Münster-Bad Rothenfelde ergänzen das öffentliche Verkehrsangebot und stellen z.T. auch die Anbindung der Ortsteile nach Telgte sicher. Insgesamt bestehen

⁶ Stadt Telgte, Stand Mai 2007

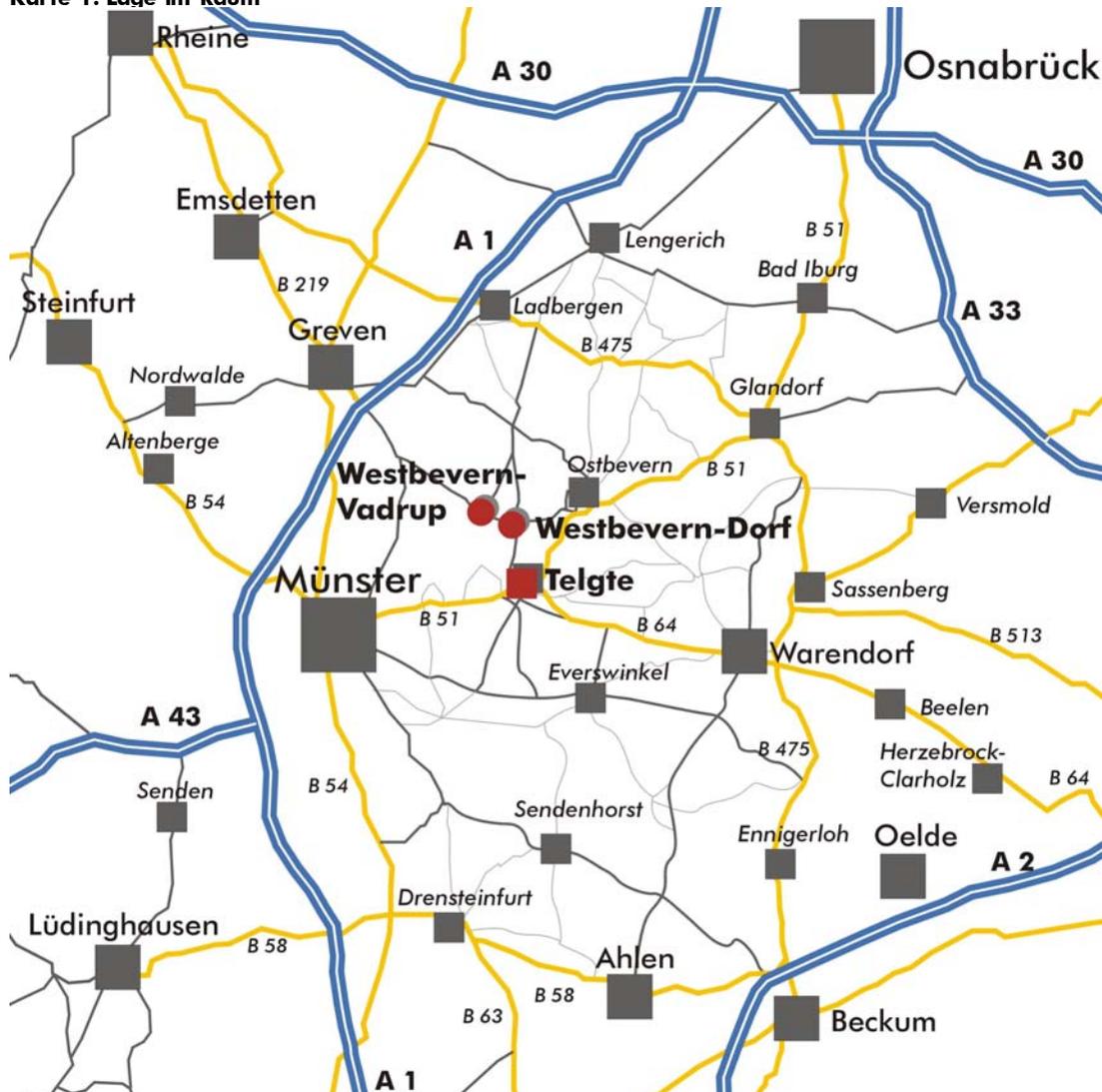
⁷ <http://www.kreis-warendorf.de>

⁸ <http://www.kreis-warendorf.de> und <http://www.kreis-steinfurt.de>

⁹ Münster-Telgte-Warendorf-Bielefeld | Münster-Telgte-Osnabrück

für alle genannten Verkehrsarten gute Verbindungen ins Umland und zu den umliegenden Zentren.

Karte 1: Lage im Raum

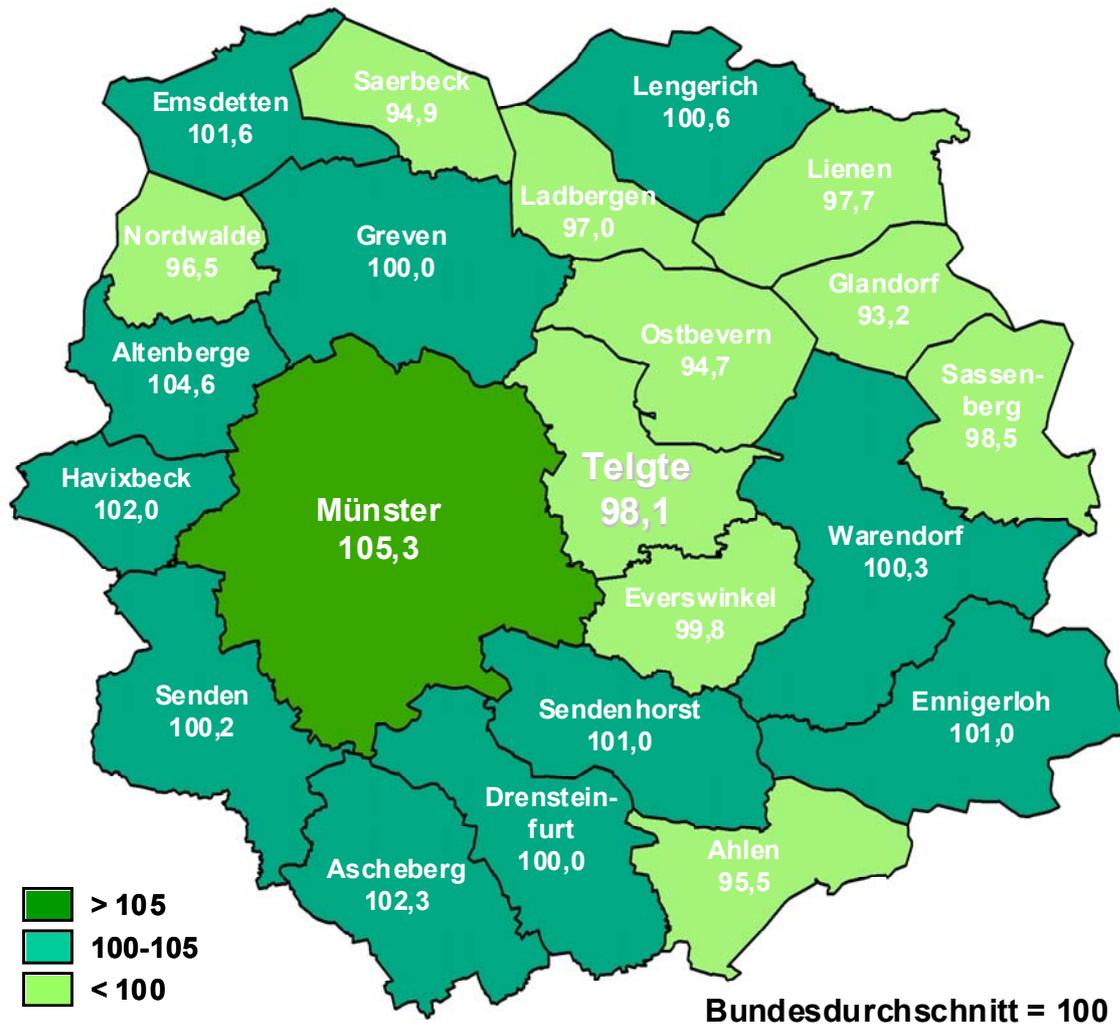


Quelle: eigene Darstellung

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick, wie sich die Stadt Telgte aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu ihren Nachbarkommunen darstellt. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer¹⁰ von 98,1 bewegt sich Telgte unterhalb des Bundesdurchschnitts. Im Vergleich zu den Kommunen in der Region liegt die Kaufkraftkennziffer im unteren Drittel.

¹⁰ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die BBE Köln ermittelt diesen Schätzwert für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.

Karte 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2007



Quelle: BBE Köln, 2007, eigene Darstellung

Eingebettet in die landschaftlich reizvolle münsterländische Parklandschaft weist das **Telgter Umland** eine überwiegend ländlich geprägte Landschaftsstruktur auf. Für einen hohen Freizeitwert stehen auch zahlreiche Rad- und Wanderwege, die unter anderem entlang der Flussläufe von Ems und Bever gute Gelegenheiten zum Wandern und Radfahren bieten.

Mit jährlich über 150.000 Pilgern zur berühmt gewordenen, über 600 Jahre alten Pieta in der Wallfahrtskapelle gilt Telgte als bedeutendste Wallfahrtstadt des Münsterlandes. Darüber hinaus stellen das Heimathaus Münsterland, das Krippenmuseum sowie das Kornbrennereimuseum kulturelle Anziehungspunkte dar.

4.2 Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur

Zurzeit leben ca. 19.650 Einwohner¹¹ in der Stadt Telgte, die sich auf einer Fläche von rund 90,4 km² erstreckt. Telgte besteht aus den Stadtteilen Telgte (~15.770 Einwohner inkl. Außenbereich), Westbevern-Dorf (~1.750 Einwohner) und Westbevern-Vadруп (~2.130 Einwohner), wobei sich sowohl der Siedlungs- als auch der Einzelhandelschwerpunkt im Hauptort (Telgte) befinden.

Die zentral gelegene historisch gewachsene Innenstadt (innerhalb des Wallganges) stellt den Haupteinzelhandels- und Dienstleistungsstandort der Stadt dar. Der zweite Einzelhandelschwerpunkt innerhalb Telgtes befindet sich südlich der Innenstadt im Gewerbegebiet Orkotten. Die beiden Ortsteile Westbevern-Dorf und -Vadруп, die sich siedlungsräumlich beide im Norden Telgtes anschließen, spielen aus Einzelhandelsicht eine eher untergeordnete Rolle. Das dortige sehr dünne Einzelhandelsangebot lässt eine Bündelung und Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Versorgungsbereichen nicht zu.

Durch die Nähe zum unmittelbar im Westen angrenzenden Oberzentrum Münster kommt es zu Austauschbeziehungen, die sich insbesondere im Bereich Einzelhandel bemerkbar machen, da sich auf Münsteraner Stadtgebiet verschiedene gut erreichbare und relativ nah gelegene Konkurrenzstandorte (u.a. Handorf, Wolbeck) für den Telgter Einzelhandel befinden.

¹¹ Quelle: Stadt Telgte, Stand: Mai 2007

Karte 3: Siedlungsstruktur der Stadt Telgte



Quelle: eigene Darstellung

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstrukturen in Telgte unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im Mai 2007 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelsbestandserhebung, der Haushaltsbefragung sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und -bereiche werden die Angebots- und Nachfrageseite des Telgter Einzelhandels analysiert. Dabei wird die Analyse jeweils differenziert für die Gesamtstadt, die Stadtteile sowie für die relevanten Versorgungs- bzw. Standortbereiche vorgenommen.

5.1 Gesamtsstädtische Struktur

Auf Grundlage der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe Telgtes im Mai 2007 stellen sich die wesentlichen Kennwerte des Telgter Einzelhandels folgendermaßen dar:

- Es existieren **153 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 31.600 m²**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Ladengeschäft** beträgt etwa **206 m²** und liegt damit unter dem Bundesdurchschnitt von etwa 230 m² / Einzelhandelsbetrieb. In diesem Zusammenhang spielt insbesondere Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt (kleinteilige historische Bebauungsstruktur hoher Anteil an inhabergeführtem Facheinzelhandel) eine Rolle.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **ca. 1,6 m²** und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 1,3 – 1,4 m² pro Einwohner. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in den einzelnen Hauptbranchen sehr unterschiedlich ausfällt.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Telgter Einzelhandels, untergliedert in verschiedene Hauptbranchen, wie folgt dar:

Tabelle 4: Angebotssituation des Telgter Einzelhandels¹²

Hauptbranche	Anzahl der Betriebe	VKF in m ² *	Anteil an der GVKF in %	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	43	6.740	21,3%	0,34
Blumen / Zoologischer Bedarf	1	670	2,1%	0,03
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	12	2.040	6,5%	0,10
Papier / Bücher / Schreibw. / Zeitungen	4	430	1,4%	0,02
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	60	9.880	31,3%	0,50
Bekleidung / Wäsche	22	3.130	9,9%	0,16
Schuhe / Lederwaren	4	940	3,0%	0,05
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	10	2.130	6,7%	0,11
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstr.	4	530	1,7%	0,03
Sportartikel / Fahrräder / Camping	5	640	2,0%	0,03
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	45	7.380	23,4%	0,38
Wohnenrichtungsbedarf	4	1.000	3,2%	0,05
Möbel	7	3.690	11,7%	0,19
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	5	470	1,5%	0,02
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	3	560	1,8%	0,03
Medizinische und orthopädische Artikel	6	270	0,9%	0,01
Uhren / Schmuck	4	150	0,5%	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	19	8.150	25,8%	0,41
Überwiegend langfristiger Bedarf	48	14.270	45,2%	0,73
Sonstiges	0	50	0,2%	0
Gesamt	153	31.590	100,0	1,61

Quelle: Einzelhandelserhebung Telgte, Mai 2007.

* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

¹² VKF= Verkaufsfläche; GVKF= Gesamtverkaufsfläche

Im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung bzw. Struktur lässt sich Telgte folgender Maßen einordnen:

Tabelle 5: Einzelhandelskennziffern im Vergleich

	Telgte (GZ)	Herze- brock- Clarholz (GZ)	Nottuln (GZ)	Quick- born (GZ)	Ochtrup (MZ)	Waren- dorf (MZ)
	Kreis WAF	Kreis GT	Kreis COE	Kreis PI	Kreis ST	Kreis WAF
Einwohnerzahl	19.650	16.400	20.000	22.000	19.300	38.300
Gesamtzahl der Einzelhan- delsbetriebe (ohne Leerstände)	153	123	103	129	176	355
Gesamtverkaufsfläche in m ² (ohne Leerstände)	31.590	19.150	24.070	25.700	46.600	95.710
Durchschnittliche Verkaufsflä- che pro Betrieb (gerundete Werte)	206 m²	156 m ²	234 m ²	199 m ²	265 m ²	270 m ²
Verkaufsflächenausstattung in m ² pro Einwohner (gerundete Werte)	1,61	1,17	1,2	1,17	2,42	2,5
Stand der Erhebungsdaten	2007	2005	2004	2006	2006	2006

Quelle: Erhebungsdaten Junker und Kruse. GZ: Grundzentrum | MZ: Mittelzentrum

- Mit insgesamt 153 Einzelhandelsbetrieben verfügt Telgte über eine vergleichsweise hohe Anzahl, was sich auch in einer im Vergleich der Grundzentren hohen Gesamtverkaufsfläche niederschlägt
- Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit 206 m² unter dem Bundesdurchschnitt von 230 m² / Betrieb, jedoch innerhalb der Spannweite der Vergleichsstädte
- Dahingegen erreicht Telgte mit einer einwohnerspezifischen Verkaufsflächenausstattung von 1,6 m² / Einwohner einen Wert über dem Bundesdurchschnitt von 1,4 m² / Einwohner und liegt damit auch deutlich über den Kennziffern der anderen drei Grundzentren.
- im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion bewegt sich Telgte insgesamt in einem üblichen Rahmen

Unter rein **quantitativen Gesichtspunkten** zeigt der Telgter Einzelhandel folgendes Bild:

- Mit rund 14.300 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa 45 % an der Gesamtverkaufsfläche nehmen die **Hauptbranchen der langfristigen Bedarfsstufe** den wichtigsten Stellenwert ein. Hervorzuheben sind die Hauptbranchen Bau- und Gartenmarktsortimente (8.150 m² VKF; ca. 26 %) und Möbel (3.690 m² VKF; ca. 12 %). Insbesondere das Gartenmarktangebot der großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Bereich des Friedhofes Lauheide erklären die hohen Verkaufsflächenzahlen im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente.

- Mit etwa 10.000 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 31 % der gesamten Verkaufsfläche entfällt ein weiterer quantitativer Angebotsschwerpunkt auf die **Hauptbranchen der kurzfristigen Bedarfsstufe**, die als Güter des täglichen Bedarfs einen hohen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben ausmachen. Hier fällt insbesondere die Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel (ca. 6.740 m² VKF; ca. 21 %) auf, was insbesondere auf die sechs großen Lebensmittelanbieter am Münsertor, Orkotten und an der Alverskirchener Straße zurückzuführen ist. Gleichzeitig ist mit insgesamt 42 Anbietern der Großteil der Einzelhandelsbetriebe im kurzfristigen Bedarfsbereich zu finden, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Die Verkaufsfächenausstattung pro Einwohner in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel liegt – gesamtstädtisch betrachtet – bei 0,34 m² und befindet sich damit genau auf dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von 0,33 – 0,35 m² pro Einwohner.
- Im Segment der **mittelfristigen Bedarfsstufe** (insgesamt ca. 7.380 m²; ~23% der Gesamtverkaufsfläche) liegen die quantitativen Schwerpunkte mit rund 3.130 m² Verkaufsfläche (ca. 10 % der Gesamtverkaufsfläche) und 22 Betrieben zum einen in der Hauptbranche Bekleidung / Wäsche. Aber auch auf die Branche GPK / Hausrat / Geschenkartikel entfallen mit etwa 2.130 m² Verkaufsfläche (ca. 7% der Gesamtverkaufsfläche) in 10 Einzelhandelsbetrieben vergleichsweise hohe Verkaufsfächenzahlen. Alle weiteren Hauptbranchen des mittelfristigen Bedarfs nehmen mit Verkaufsfächflächen zwischen insgesamt 530 m² und 940 m² eine deutlich untergeordnete Rolle ein.

Tabelle 6: Angebotssituation des Telgter Einzelhandels nach Stadtteilen

Hauptbranche	Telgte		Westbevern-Dorf		Westb.-Vadrup		Außenbereich		Gesamt	
	GVKF in m ²	Anzahl Betriebe								
Nahrungs- und Genussmittel	6.170	32	100	2	300	3	180	6	6.740	43
Blumen / Zoologischer Bedarf	520	0	30	0	110	1	20	0	670	1
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2.000	11	30	1	10	0	0	0	2.040	12
Papier/Bücher/Schreibwaren/Zeitungen	380	4	10	0	30	0	10	0	430	4
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	9.070	47	170	3	450	4	210	6	9.880	60
Bekleidung / Wäsche	3.110	22	10	0	10	0	0	0	3.130	22
Schuhe / Lederwaren	910	4	30	0	0	0	0	0	940	4
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.770	9	100	1	80	0	190	0	2.130	10
Spielwaren/Hobbyartikel/Musikinstr.	430	3	100	1	0	0	0	0	530	4
Sportartikel / Fahrräder / Camping	420	3	200	1	20	1	0	0	640	5
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.640	41	440	3	110	1	190	0	7.370	45
Wohneinrichtungsbedarf	990	4	10	0	0	0	0	0	1.000	4
Möbel	3.190	5	0	0	480	2	20	0	3.690	7
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	420	4	50	1	10	0	0	0	470	5
Unterhaltungselekt./ Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	540	3	20	0	0	0	0	0	560	3
Medizinische und orthopädische Artikel	270	6	0	0	0	0	0	0	270	6
Uhren / Schmuck	100	3	0	0	0	0	50	1	150	4
Baumarktsortimente	2.240	10	0	0	60	0	10	0	2.300	10
Gartenmarktsortimente	1.320	2	100	2	110	0	4.320	5	5.850	9
Überwiegend langfristiger Bedarf	9.070	37	180	3	660	2	4.400	6	14.290	48
Sonstiges	50	0	0	0	0	0	0	0	50	0
Gesamt	24.830	125	790	9	1.220	7	4.800	12	31.590	153

Quelle: Einzelhandelserhebung Telgte, Mai 2007. * Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

Unter Betrachtung der **quantitativen Ausstattung in den einzelnen Stadtteilen** zeigt sich folgendes (vgl. auch Tabelle 6):

- Sowohl der Schwerpunkt der Einzelhandelsflächen (~ 24.800 m²; 79 % der Gesamtverkaufsfläche) als auch der Betriebe (125; 82 % der Gesamtverkaufsfläche) befindet sich im Kernort Telgte.
- In den beiden Stadtteilen Westbevern-Dorf und Westbevern-Vadrup ist das gesamte Einzelhandelsangebot mit ca. 800 m² und 9 Betrieben bzw. etwa 1.200 m² und 7 Betrieben deutlich untergeordnet. Der Verkaufsflächenanteil von 3 % bzw. 4 % an der Gesamtverkaufsfläche bestätigt dies.
- Auffällig ist in beiden Stadtteilen die vergleichsweise geringe Ausstattung im Bereich der Grundversorgung. Insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln wird mit 100 bzw. 300 m² Verkaufsfläche nur eine geringe Pro/Kopf-Ausstattung erreicht. Mit lediglich 0,06 m² in Westbevern-Dorf sowie 0,14 m² in Westbevern-Vadrup liegen diese Ausstattungsgrade deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 0,34 m²/Kopf und dem Wert der Kernstadt Telgte mit 0,45 m².
- Die Verkaufsflächen im Außenbereich lassen sich insbesondere auf das Angebot im Bereich der Gartenmarktsortimente rund um den Friedhof Lauheide zurückführen. Bei den sechs der insgesamt 12 Betriebe in der kurzfristigen Bedarfsstufe handelt es sich neben Hofverkaufsangeboten um die Avia-Tankstelle am Raestruper Bahnhof.

5.2 Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Einzelhandelsstruktur

Die konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe auf das Telgter Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von großer Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die einzelnen Standortbereiche sowie die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration betrachtet. Im Anschluss wird diese Analyse detaillierter für einzelne funktional zusammenhängende Standortbereiche, insbesondere des Hauptgeschäftsbereiches in der Innenstadt, vorgenommen.

5.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes

Die nachfolgende Tabelle 7 verdeutlicht die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen der einzelnen Hauptbranchen in der Stadt Telgte differenziert nach den Lagekategorien Innenstadt, sonstige integrierte Lagen und nicht-integrierte Lagen.

Mit einem Anteil von etwa 60 % und 19.060 m² Verkaufsfläche entfällt der Großteil der Verkaufsfläche in Telgte auf **nicht-integrierte Lagen**¹³. Hier fallen insbesondere die Haupt-

¹³ Standorte ohne Bezug zum Wohnsiedlungsbereich, d.h. in der Regel Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten oder sonstige autokundenorientierte „Grüne-Wiese“-Standorte.

branchen Bau- und Gartenmarktsortimente (ca. 36 %) sowie Nahrungs- und Genussmittel (ca. 21 %) ins Gewicht, die in der Regel aufgrund ihrer Betriebsform großflächig sind und somit einen hohen Anteil der Gesamtverkaufsfläche für sich beanspruchen. Der große Anteil im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente lässt sich durch die großflächigen Gärtnereien am Friedhof Lauheide sowie dem Raiffeisenmarkt an der Hans-Geiger-Straße erklären. Die vier Lebensmittelanbieter „Edeka“, „Extra“, „Lidl“ sowie „Aldi“ prägen im Wesentlichen das Verkaufsflächenangebot der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel in nicht-integrierten Lagen. Eine Konkurrenzsituation solcher überwiegend autokundenorientierter Standorte von mehrheitlich großflächigen Betrieben zu zentralen Einzelhandelslagen in der Innenstadt kann nicht selten städtebaulich negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich mit sich bringen.

Mit einem Verkaufsflächenanteil von etwa 23 % (ca. 7.140 m²) sind in der **Innenstadt** (gewachsener Ortskern innerhalb des Wallganges) rund ein Viertel der Verkaufsflächen angesiedelt. Schwerpunkte bilden hier die Hauptbranchen Bekleidung / Wäsche (rd. 1.490 m²) und Gesundheits- und Körperpflegeartikel (ca. 910 m²). Die Branchen Nahrungs- und Genussmittel (rd. 680 m²), Wohneinrichtung (ca. 650 m²), GPK / Hausrat / Geschenkartikel (ca. 600 m²) sowie Möbel (ca. 570 m²) stellen die übrigen flächenmäßig bedeutendsten Angebote in der Innenstadt dar, wenngleich quantitativ betrachtet in deutlich geringerem Maße. Insbesondere sind nur wenige Anbieter des kurzfristigen Bedarfes aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel (10 % der Gesamtverkaufsfläche) in der Innenstadt ansässig, die oft als Frequenzbringer dienen.

In sonstigen **integrierten Lagen**¹⁴ befinden sich insgesamt ca. 5.380 m² Verkaufsfläche und somit 17 % der Gesamtverkaufsfläche. Hier ist insbesondere der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit einer Verkaufsfläche von etwa 2.100 m² und einem Anteil von 38 % an der Gesamtverkaufsfläche in integrierter Lage zu erwähnen, was im Wesentlichen auf die strukturprägenden Lebensmittler „K&K“ sowie „Penny“ zurückzuführen ist, die jeweils zur wohnungsnahen Grundversorgung beitragen.

¹⁴ Sonstige funktional und städtebaulich integrierte, dem Wohnsiedlungsbereich unmittelbar zugeordnete Standorte, in denen die Dichte/Konzentration nicht ausreicht, den Bereich als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen.

Tabelle 7: Verkaufsfläche in Telgte nach Lagen

Hauptbranche	integrierte Lage		Innenstadt		nicht-integrierte Lage		Gesamtergebnis
	VKF in m ²	Anteil an GVKF	VKF in m ²	Anteil an GVKF	VKF in m ²	Anteil an GVKF	VKF in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	2.060	30,6%	680	10,1%	4.000	59,3%	6.740
Blumen / Zoologischer Bedarf	170	25,4%	60	9,0%	440	65,7%	670
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	180	8,8%	910	44,6%	950	46,6%	2.040
Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	70	16,3%	240	55,8%	120	27,9%	430
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.480	25,1%	1.890	19,1%	5.510	55,8%	9.880
Bekleidung / Wäsche	80	2,6%	1.490	47,6%	1.560	49,8%	3.130
Schuhe / Lederwaren	40	4,3%	400	42,6%	510	54,3%	940
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	300	14,1%	600	28,2%	1.240	58,2%	2.130
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	130	24,5%	230	43,4%	170	32,1%	530
Sportartikel / Fahrräder / Camping	220	34,4%	280	43,8%	140	21,9%	640
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	770	10,4%	3.000	40,7%	3.620	49,1%	7.370
Wohneinrichtungsbedarf	10	1,0%	650	65,0%	340	34,0%	1.000
Möbel	950	25,7%	570	15,4%	2.170	58,8%	3.690
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	160	34,0%	170	36,2%	140	29,8%	470
Unterhaltungsel./Musik/Video/IT/Telekomm./Fotoartikel	230	41,1%	50	8,9%	280	50,0%	560
Medizinische und orthopädische Artikel	-	0,0%	260	96,3%	10	3,7%	270
Uhren / Schmuck	-	0,0%	90	60,0%	60	40,0%	150
Bau- und Gartenmarktsortimente	770	9,4%	440	5,4%	6.940	85,2%	8.150
Überwiegend langfristiger Bedarf	2.120	14,8%	2.230	15,6%	9.940	69,6%	14.290
Sonstiges	20	33,0%	20	33,0%	20	33,0%	60
Gesamt	5.390	17,1%	7.140	22,6%	19.090	60,4%	31.590

Quelle: Einzelhandelserhebung Telgte, Mai 2007

* Abweichungen zwischen der Summe der aufgeführten sortimentspezifischen Verkaufsflächen und der in den Summenzeilen dargestellten Gesamtverkaufsflächen ergeben sich aus Rundungsfehlern.

5.2.2 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang **die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.**

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs gehören die Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Schreibwaren/ Papier/ Bücher/ Zeitungen/ Zeitschriften sowie (Schnitt-)Blumen. Ergänzt werden diese Hauptbranchen häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahen Grundversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 8: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung

Mindestausstattung	Nahrungs- und Genussmittel
	Brot und Backwaren
	Fleisch und Wurstwaren
	Getränke
	Drogerie- und Körperpflegeartikel
	Post, Bank
Zusatzausstattung	Ärzte, Friseur
	Apothekerwaren
	Spirituosen, Tabakwaren
	Zeitungen/Zeitschriften
	Bücher/Schreibwaren
	(Schnitt-)Blumen
Café, Gaststätte	
Reinigung, Reisebüro	

Quelle: eigene Zusammenstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen Aspekte (Betriebsformenmix) unerlässlich.

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Ausstattung mit Verkaufsfläche im Bereich Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner.

Gesamtstädtisch ergibt sich für die Stadt Telgte aufgrund der ermittelten Verkaufsfläche für die **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel** ein Wert von **0,34 m² pro Einwohner**. Dieser Wert liegt damit genau innerhalb des bundesdurchschnittlichen Referenzwertes von 0,33 bis 0,35 m² pro Einwohner.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde eine räumliche Bewertung der Einzelhandelsstandorte vorgenommen. Dabei wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben einen Entfernungsmaßstab von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen¹⁵. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten. Im Rahmen dieser Untersuchung wird ein Radius von rund 600 m als Bewertungsmaßstab angesetzt.

In Karte 4 werden die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Gesamtverkaufsfläche von 400 m²) im Telgter Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von ca. 600 m dargestellt. Es zeigt sich, dass ein großer Teil des Siedlungsbereiches der Kernstadt, überwiegend westlich und südlich der Ems, durch die Radien räumlich gut versorgt wird. Durch die Konzentration der Lebensmittelanbieter an wenigen Standorten überlappen sich einige Radien mehrfach. Dies bedingt auch, dass im nordöstlichen Stadtgebiet räumliche Versorgungslücken vorhanden sind, da die Wohnbevölkerung östlich der Ems keinen strukturprägenden Lebensmittelanbieter fußläufig in 600 m erreichen kann. Dort ist mit dem Edeka an der Voßbreite lediglich ein nahversorgungsrelevanter Lebensmittelanbieter vorhanden, der jedoch aufgrund seiner geringen Verkaufsfläche (~300 m²) im Vergleich zu marktüblichen Betriebsgrößen nur ein eingeschränktes Angebot bereithalten kann. Auch für die Siedlungsbereiche der beiden Stadtteile Westbevern-Dorf und -Vadrup zeichnet sich mit jeweils einem Lebensmittelbetrieb und einer Verkaufsfläche von etwas mehr als 100 m², sowohl ein quantitatives als auch ein qualitatives Versorgungsdefizit ab.

¹⁵ Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 Minuten eine Distanz von 900 m zurückgelegt. Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u.d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 07.05.1996, in: Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 38, 49. Jg., Düsseldorf, 20.02.1996

Für die Qualität der Grundversorgung ist auch das strukturelle Angebot, insbesondere der Betriebsformenmix, maßgeblich. Diesbezüglich lässt sich konstatieren, dass in der Kernstadt Telgte insgesamt eine gute Bandbreite der Betriebsformen im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln vorhanden ist. Neben den drei Lebensmittelvollsortimentern „Edeka“ und „extra“ am Orkotten sowie „K&K“ an der Alverskirchener Straße befinden sich mit „Aldi“ und „Lidl“ am Orkotten sowie „Penny“ am Münstertor zusätzlich drei Lebensmitteldiscounter im Hauptort.

Neben diesen strukturprägenden Anbietern runden kleinere Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (10 Bäckereien, 3 Metzgereien) das Einzelhandelsangebot ab. Die in Telgte vorhandenen Betriebsgrößen, insbesondere die des K&K-Supermarktes an der Alverskirchener Straße und der Lebensmitteldiscounter Aldi sowie Lidl am Orkotten stellen sich im Hinblick auf heutigen Marktzutrittsgrößen von 800 m² (und zum Teil auch deutlich mehr) als relativ niedrig dar. Dieses Defizit impliziert im Rahmen dieser ersten Bewertung künftig zu erwartende Veränderungsabsichten der Betreiber.

Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Telgte (600m-Radius)



Quelle: Unternehmenserhebung Telgte; Mai 2007, eigene Darstellung

5.2.3 Standorte mit großflächigem Einzelhandel

Wie die Ausführungen zur quantitativen Verkaufsflächenausstattung bereits gezeigt haben, kommt den großflächigen Einzelhandelsbetrieben eine, je nach Betriebsform oder Branche, prägende Rolle in der Telgter Einzelhandelsstruktur zu. Rund 12.300 m² und somit ein Anteil von rund 39 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen in Telgte auf großflächige Einzelhandelsbetriebe. In diesem Zusammenhang spielen neben dem Super- bzw. Verbrauchermarkt „Edeka“ und „extra“ am Orkotten auch Einzelhandelsbetriebe der langfristigen Bedarfsstufe eine Rolle. Hier sind neben dem größten Anbieter der Innenstadt („Dänisches Bettenlager“), dem Möbelanbieter „Theves“ und „Thomas Phillips Sonderposten“ am Orkotten sowie dem „Raiffeisenmarkt“ an der Hans-Geiger-Straße insbesondere aber auch die Gärtnereien „Böttcher“ und „Walter“ am Friedhof Lauheide zu nennen, die zusammen über eine Verkaufsfläche von ca. 3.800 m² verfügen.

Betrachtet man die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe, die in Telgte aufgrund des kleinteiligen Angebotes deutlich unter der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m² VKF liegen, nämlich bei etwa 400 m² Verkaufsfläche, ist folgendes auffällig. Neben den acht großflächigen Betrieben gibt es 22 weitere Anbieter mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und unter 800 m². Mit einer Verkaufsfläche von rund 8.300 m² summieren sich die Verkaufsflächen aller strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe in der Gesamtstadt auf etwa 20.600 m², was einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von etwa 65 % entspricht.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe fallen unter das Sonderregime des § 11 (3) BauNVO. Zu ihnen zählen u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte, Supermärkte und Lebensmitteldiscounter, sofern eine Gesamtverkaufsfläche von 800 m² eindeutig erreichen.¹⁶

Auch im Rahmen des novellierten § 24 a des LEPro kommt der Großflächigkeit eine stärker zu beachtende Position zu. Denn „Kerngebiete sowie Sondergebiete für Vorhaben i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO – (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) dürfen **nur in zentralen Versorgungsbereichen** ausgewiesen werden [...] Die in ihnen **zulässigen Nutzungen** richten sich in Art und Umfang nach der **Funktion des zentralen Versorgungsbereichs**, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in benachbarten Gemeinden noch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich beeinträchtigen. [...]“. Eine **Ausnahme stellen Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** dar, die dann außerhalb

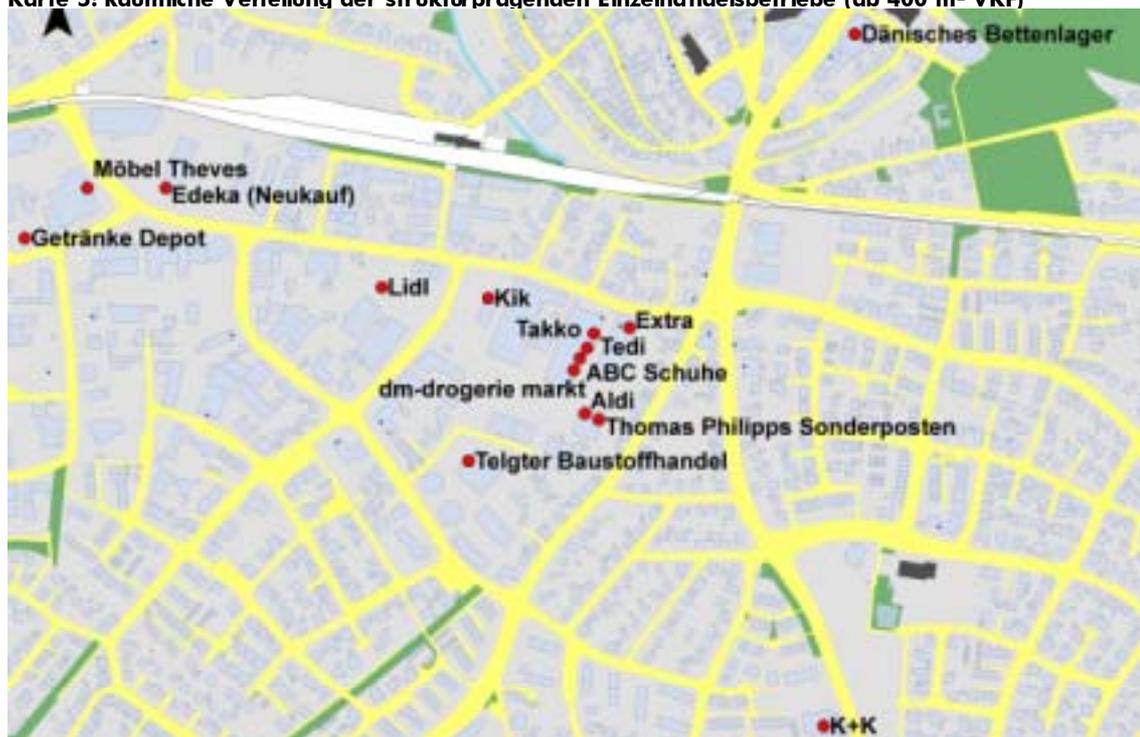
¹⁶ vgl. dazu auch die Definition „Großflächigkeit“ im Glossar.

von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden dürfen, wenn der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² beträgt.¹⁷

Wie beim allgemeinen Trend zu beobachten, hat auch in Telgte eine Angebotsverschiebung zentrenrelevanter Sortimente an Standorte außerhalb der Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich stattgefunden, wie der Sonderstandort großflächiger Einzelhandel Orkotten zeigt. Aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstruktur und dem Mangel an Reserveflächen in der historischen Altstadt lassen sich jedoch gerade großformatige Angebotsformen, wie am Orkotten, nur schwer im Zentrum Telgtes konzentrieren, so dass der Bereich Orkotten für die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur die Funktion eines Ergänzungsstandortes zur Innenstadt übernimmt.

Karte 5 veranschaulicht die räumliche Verteilung der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe, die insbesondere den Angebotsschwerpunkt Orkotten widerspiegelt.

Karte 5: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe (ab 400 m² VKF)



Quelle: Unternehmenserhebung Telgte, Mai 2007

¹⁷ § 24 a Abs. 3LEPro

5.2.4 Leerstandssituation in der Stadt Telgte

Ladenleerstände sind Ausdruck ökonomischer Veränderungen und werden im Wesentlichen durch sich verändernde Geschäftsbedingungen auf der Angebots- und/ oder Nachfrageseite bedingt, die entweder den Betrieb selber oder den Standort des Betriebes betreffen. Ladenleerstände, verursacht durch zum Teil einzelbetriebliche Entscheidungen, aber auch durch Veränderungen am Mikrostandort, haben in den letzten Jahren deutlich zugenommen und in einigen Städten und Gemeinden bereits ein alarmierendes Ausmaß angenommen.

Auch der Telgter Einzelhandel bleibt von dieser Entwicklung nicht unberührt. Umnutzung von Ladenlokalen zu anderen Nutzungen (Wohnen und Dienstleister), Standortabwertungen, zunehmende Leerstände in einigen Lagen, die durch diese Entwicklung ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort bzw. -lage verlieren, sind nur einige Phänomene dieser Entwicklungen, die zum Teil auch in Telgte zu beobachten sind.

Foto 1: Leerstand in der Emsstraße und Folgenutzung in der Steinstraße



Quelle: eigene Aufnahmen, Juni 2007

Zum Zeitpunkt der Erhebung¹⁸ sind in der Stadt Telgte mindestens ca. 940 m²¹⁹ leerstehende Verkaufsfläche in insgesamt 14 leerstehenden Ladenlokalen zu verzeichnen, von denen sich der Großteil (12 Einheiten) in der Telgter Innenstadt und jeweils einer in integrierter bzw. nicht-integrierter Lage befinden (vgl. dazu Tabelle 9).

¹⁸ Mai 2007; Ergänzung um Folgenutzung eines Leerstandes durch Kodi in der Steinstraße

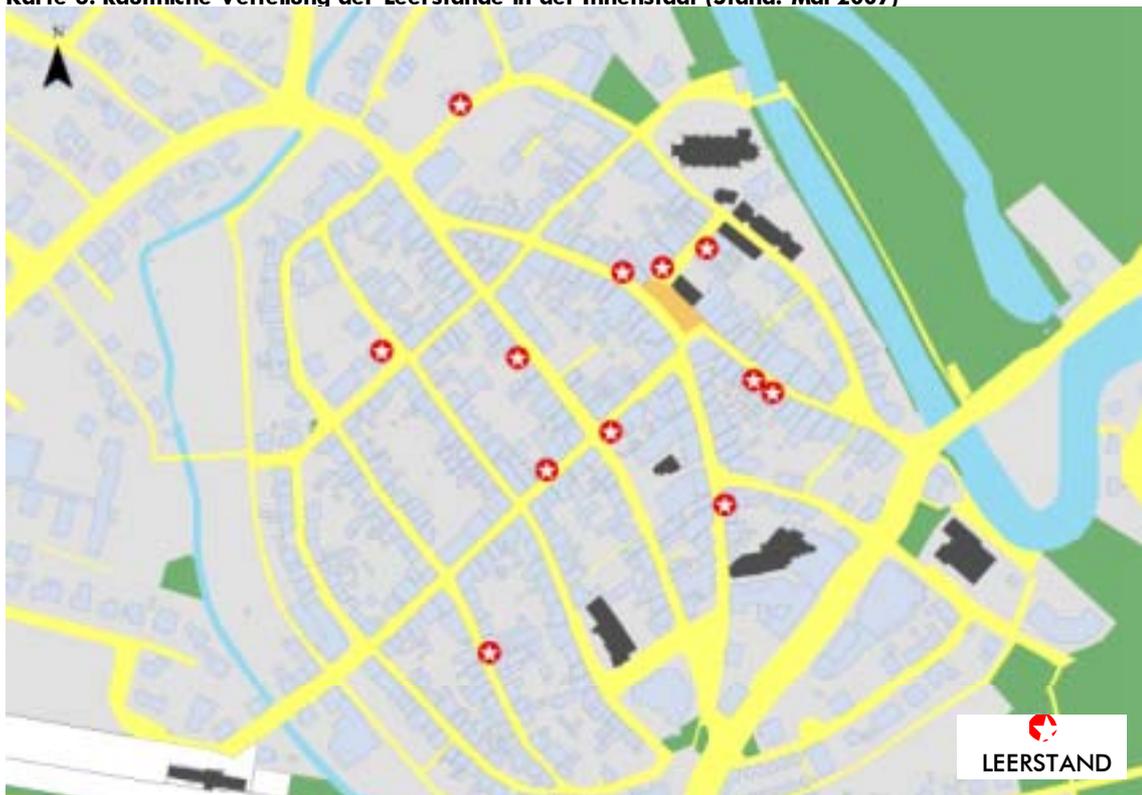
¹⁹ es konnten lediglich die Flächen erhoben werden, die einsehbar waren bzw. bei denen Angaben zu Flächen-größen vorhanden waren

Tabelle 9: Aktuelle Leerstände (Mai 2007) im Telgter Stadtgebiet

	Anzahl der Leerstände	VKF in m ² (gerundet)	Struktur (VKF gerundet)
Innenstadt	12	820	20 bis 200 m ²
integrierte / nicht-integrierte Lage	2	120	jeweils 60 m ²
Telgte gesamt	14	940	

Quelle: Unternehmenserhebung Telgte, Mai 2007

Dies bedeutet, dass erfreulicherweise nur rund 3 % der in der Stadt Telgte vorhandenen Verkaufsflächen von Leerstand betroffen sind. Trotz dieses relativ geringen Flächenanteils fällt auf, dass sich die Leerstände überwiegend auf die Innenstadt konzentrieren. Dennoch kann dort ein strukturelles Leerstandsproblem nicht festgestellt werden. Vielmehr sollten, ähnlich dem Beispiel der Folgenutzung durch die Fa. Kodi in der Steinstraße, Leerstände immer auch als Potenzialflächen für neue Einzelhandelsbetriebe gesehen werden, die mit Verkaufsflächen von z.T. über 100 m² auch in attraktiven Lagen der Innenstadt neue Entwicklungsspielräume bieten können.

Karte 6: Räumliche Verteilung der Leerstände in der Innenstadt (Stand: Mai 2007)

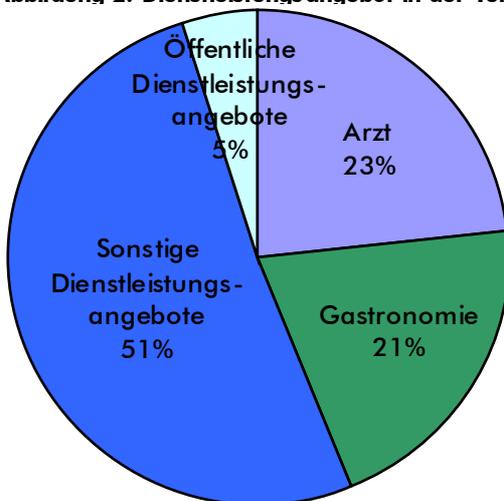
Quelle: Unternehmenserhebung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung

5.2.5 Räumliche Verteilung der Dienstleistungsbetriebe

Dienstleistungsbetriebe haben neben dem Einzelhandel eine zentrenbedeutsame und zentrenbildende Funktion und stellen eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes einer Kommune dar. Insbesondere die Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.) macht den Charakter einer Innenstadt aus. Dabei fungieren Dienstleister immer auch als Frequenzbringer für den ansässigen Einzelhandel.

Zu den im Rahmen der Erhebung aufgenommenen Dienstleistungsbetrieben gehören u. a. Frisöre, Gastronomie, Versicherungen, Banken, Ärzte und Reisebüros in den Erdgeschosslagen. Insgesamt sind in der Telgter Innenstadt 159 Dienstleistungsbetriebe vorhanden.

Abbildung 2: Dienstleistungsangebot in der Telgter Innenstadt



Öffentliche Dienstleistungsangebote u.a. VHS, Museum. Sonstige Dienstleistungsangebote u.a. Bank, Versicherung, Reisebüro, Frisör, Rechtsanwalt. Quelle: Unternehmenserhebung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung

Den Schwerpunkt bilden hier eindeutig Arztpraxen (37; 23 %) und gastronomische Angebote (33; 21 %).

Bei der räumlichen Verteilung der Dienstleistungsanbieter ist ein ähnliches Bild wie bei der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe zu erkennen, wenngleich sich die Dienstleistungsangebote auch verstärkt außerhalb der Hauptlage (Markt, nördlicher Bereich der Stein- und Emsstraße) in den Neben- und Ergänzungslagen (u.a. Königstraße und Bahnhofstraße) befinden.

Karte 7: Räumliche Verteilung der Dienstleistungsbetriebe in der Telgter Innenstadt

Quelle: Unternehmenserhebung Telgte (Mai 2007), eigene Darstellung

5.3 Städtebauliche Rahmenbedingungen der räumlichen Teilbereiche

Im Folgenden werden die für Telgte bedeutenden Einzelhandelsstandortbereiche detaillierter betrachtet. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die beiden Einzelhandelschwerpunkte Innenstadt und Orkotten. Die städtebauliche Analyse der relevanten Einzelhandelsstandorte dient unter anderem auch als Grundlage für die im Rahmen des Konzeptes vorzunehmende räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 3.3), die im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) sowie 9 (2a) BauGB n. F. 2007 als schützenswerte Bereiche beschrieben werden.

5.3.1 Innerstädtischer Geschäftsbereich

Die historisch gewachsene, mittelalterliche Stadtstruktur der Innenstadt Telgtes lässt sich auch heute noch anhand des historischen Wallgang, der kleinteiligen Bebauungsstruktur und der engen Straßenführung mit kleinen Gassen ablesen. Die Gebäudestruktur ist ge-

kennzeichnet durch giebelständige, teilweise in Fachwerkarchitektur erbaute Gebäude in einer vorwiegend geschlossenen Bebauung.

Der innerstädtische Geschäftsbereich einer Stadt ist aufgrund seiner gesamtstädtischen und - je nach Zentralitätsstufe - auch regionalen Funktion insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und (private und öffentliche) Dienstleistungen in der Hierarchie der Zentren einer Stadt an oberste Stelle zu setzen.

Innerhalb der Innenstadt lässt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen erkennen, das Hauptgeschäftszentrum. Dieser Bereich umfasst demnach nur einen Teil der Innenstadt, die durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägt ist. Neben dem Einzelhandel definieren eine Innenstadt Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Arbeiten sowie Freizeit, Kultur und Erholung. Sie stellt insgesamt betrachtet den Mittelpunkt städtischen Lebens dar und ist gesamtstädtisch wichtigster Kristallisations- und Identifikationspunkt der Gesellschaft.

Ein wichtiges Merkmal für die Abgrenzung des Hauptgeschäftszentrums und die Differenzierung in Haupt-, Neben- und Ergänzungs- / Streulagen ist die einzelhandelsgeprägte Nutzungsstruktur. Mit Hilfe einer Analyse der Einzelhandelsdichte in den Geschäftsstraßen kann diese Struktur anschaulich sichtbar gemacht werden. Karte 8 stellt die **Dichte des Einzelhandelsbesatzes** dar. Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung.

Die **Hauptlage** (auch A-Lage genannt) ist die „beste Adresse“ und das Aushängeschild eines Hauptgeschäftszentrums. Sie zeichnet sich vor allem durch eine hohe Einzelhandelsdichte aus, die bei Toplagen größerer Städte und in Einkaufszentren meist zwischen 90 und 100 % liegt. Als gut sind auch Werte zwischen 75 und 90 % einzustufen, die in vielen Geschäftszentren mittlerer und größerer Städte vorzufinden sind. Die Zentren kleinerer Städte, Stadtteilzentren oder auch Randbereiche der Hauptlagen weisen noch Einzelhandelsdichten von 50 – 75 % auf. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums sowie an die Aufenthaltsqualität zu stellen.

In **Nebenlagen** (auch B-Lagen genannt) sollte der Einzelhandel noch die Leitnutzung darstellen und in deutlichem funktionalen und städtebaulichen Zusammenhang mit der Hauptlage stehen. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten über 50 % auf. Die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes sowie die Aufenthaltsqualität lassen in der Regel nach, es gelten diesbezüglich weniger „strenge“ Anforderungen.

Ergänzungslagen (C-Lagen) und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; dementsprechend liegen die Werte für die Einzelhandelsdichte unter 50 %. Oft sind Dienstleistungsanbieter prägend, teilweise lässt die Qualität des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots deutlich nach.

Karte 8: Einzelhandelsdichten in der Innenstadt von Telgte



Quelle: eigene Darstellung

Es fällt auf, dass die Einzelhandelsdichten in der Innenstadt von Telgte insgesamt relativ niedrig sind. In weiten Bereichen macht der Anteil des Einzelhandels weniger als die Hälfte aus. Selbst in der Hauptlage finden sich nur wenige Abschnitte mit einer Einzelhandelsdichte von über 75 %; der dichteste Besatz von über 90 % ist lediglich in der Steinstraße zwischen Lappenbrink und Markt vorhanden. Insgesamt sind in der Innenstadt nur rund 23 % der Ge-

samtverkaufsfläche verortet, der weitaus größte Teil der Verkaufsfläche befindet sich in nicht-integrierten Lagen (60 %).

In Tabelle 10 ist die Angebotssituation der Innenstadt von Telgte im Vergleich zu anderen Innenstädten dargestellt. Die Vergleichsstädte sind ebenfalls Grundzentren und verfügen über vergleichbare Einwohnerzahlen. Auffällig ist der geringe Anteil der Innenstadt von Telgte in der kurzfristigen Bedarfsstufe und hier insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Grund dafür ist, dass wegen der kleinteiligen Bebauungsstruktur und fehlenden Potenzialflächen in der Telgter Innenstadt kein strukturprägender Lebensmittelanbieter vorhanden ist.

Tabelle 10: Vergleich der Angebotssituationen in Innenstädten

Hauptwarenbranchen	Telgte (19.650 EW)	Burscheid (19.200 EW)	Rhede (19.202 EW)	Nottuln (20.273 EW)
Nahrungs- und Genussmittel	9,5%	33,9%	34,4%	17,4%
Blumen / Zoo	0,8%	1,9%	6,9%	0,4%
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	12,7%	10,7%	7,9%	8,6%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3,4%	7,2%	1,9%	6,8%
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	26,5%	53,7%	51,1%	33,1%
Bekleidung / Wäsche	20,9%	18,7%	15,2%	17,8%
Schuhe / Lederwaren	5,6%	7,2%	2,9%	9,2%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	8,4%	4,8%	5,9%	16,4%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	3,2%	2,0%	2,5%	2,4%
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3,9%	2,0%	4,6%	5,3%
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	42,0%	34,8%	31,0%	51,0%
Wohn Einrichtung	9,1%	2,0%	1,1%	3,5%
Möbel	8,0%	0,0%	1,9%	0,0%
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	2,4%	1,0%	3,4%	0,5%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto	0,7%	3,5%	5,6%	6,8%
medizinische und orthopädische Artikel	3,6%	0,3%	1,7%	1,5%
Uhren / Schmuck	1,3%	0,8%	0,9%	2,6%
Bau- und Gartenmarktsortimente	6,2%	1,1%	2,6%	0,4%
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	31,2%	8,6%	17,1%	15,3%
Sonstiges	0,3%	2,9%	0,9%	0,5%
Gesamtsumme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: Datenbank Junker und Kruse

Im Gegensatz zum geringen Anteil in der kurzfristigen Bedarfsstufe ist der Anteil in der langfristigen Bedarfsstufe in Telgte vergleichsweise hoch. Hier schlägt mit rund 9 % insbesondere die Warengruppe Wohn Einrichtungen zu Buche, aber auch Bau- und Gartenmarktsortimente sind überproportional gut vertreten. Im Bereich der zentrenrelevanten Leitsortimente²⁰ liegt die Innenstadt von Telgte weitgehend gleichauf mit den Vergleichsstädten. Einen deutlich geringeren Wert ist jedoch in der Warengruppe Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto zu verzeichnen.

²⁰ vgl. § 24a LEPro NRW

Die Hauptlagen: Markt, Steinstraße und Emsstraße

Foto 2: Steinstraße und Markt



Quelle: eigene Aufnahmen, Juli 2007

Die Steinstraße und die Emsstraße stellen zusammen mit dem Markt die wichtigsten innerstädtischen Einzelhandelslagen dar. Der Marktplatz dient dabei sowohl als Einzelhandels- als auch als Gastronomiestandort und bildet zugleich den freundlich gestalteten Mittelpunkt der Telgter Innenstadt. Wichtige Anbieter sind hier das Modehaus Böhmer mit rund 300 m² VK, das Böttcherhus (ca. 150 m² VK) und Hansen am Markt (ca. 190 m² VK). Die Angebotsstruktur ist damit vorwiegend hochwertig. Der öffentliche Raum entfaltet durch die kleinteilige historische Bausubstanz sowie eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes eine freundliche Einkaufsatmosphäre. Die Gestaltung ist der städtebaulichen Situation angemessen, die Aufenthaltsqualität weitgehend hoch. Durch einen ebenerdigen Straßenquerschnitt wirkt der mittelalterliche, schmale Straßenraum, in dem die Fahrspur nur durch farbliche Absetzung des Bodenbelages vom Gehweg zu unterscheiden ist, nicht beengend.

Karte 10: Einzelhandelslage n im Hauptgeschäftsbereich



Quelle: eigene Darstellung

In der Steinstraße ist die Hauptlagen auf den Bereich der Fußgängerzone begrenzt. Im weiteren Verlauf nimmt der Einzelhandelsbesatz ab und ist teilweise nur noch einseitig vorhanden. Die Einzelhandelsdichte weist im nördlichen Bereich der Steinstraße vom Markt bis zur Einmündung der Straße Lappenbrink auf der östlichen Seite den dichtesten Einzelhandelsbesatz auf (90 bis 100 %). Die gegenüberliegenden Straßenseite wirkt mit Werten zwischen 50 und 75 % Einzelhandelsanteil leicht schwächer. Größter Anbieter, wichtiger Frequenzerzeuger und Nahversorger ist der Drogeriemarkt Ihr Platz mit einer Verkaufsfläche von rund 400 m². Ein weiterer wichtiger Betrieb ist darüber hinaus der Kodi (350 m² VK). Durch ihre Bekanntheit wirken Filialbetriebe als Magnete und Frequenzerzeuger für die andere Betriebe.

Die insgesamt kleinteilige Bebauungsstruktur lässt große Ladeneinheiten nicht zu. Im Vergleich zu anderen Lagen in der Innenstadt von Telgte ist die Verkaufsflächengröße pro Betrieb in der Steinstraße jedoch noch relativ hoch (110 m² VK/Betrieb). In der Emsstraße beträgt sie beispielsweise nur noch rund 78 m² VK pro Betrieb. Die Einzelhandelsdichte in der Emsstraße liegt im nördlichen Bereich zwischen 50 % und 90 %, läuft jedoch nach Osten und insbesondere auf der südlichen Straßenseite rasch aus. Wichtige Anbieter in der Emsstraße sind der Drogerist Schlecker (300 m² VK) und das Modehaus Adessa (240 m² VK).

In der Steinstraße und in der Emsstraße standen zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt drei Ladenlokale leer. Eine dauerhafte Leerstandssituation ist jedoch nicht zu befürchten.

Die Nebenlagen: Münsterstraße, Bahnhofstraße und Baßfeld

Foto 3: Münsterstraße und Bahnhofstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juli 2007

In den Nebenlage liegt der Einzelhandelsbesatz deutlich niedriger als in den Hauptlagen und übernimmt im Telgter Hauptgeschäftsbereich nicht mehr überall die Leitfunktion, jedoch ist ein direkter städtebaulicher und gestalterischer Zusammenhang gegeben, der die beiden Lagen miteinander verbindet. Die vereinzelt am Straßenrand angeordneten Stellplätze stören die Aufenthaltsqualität aufgrund ihrer relativ geringen Zahl und der schlichten Kennzeichnung nicht.

Vom Markt abgehend findet sich in der Münsterstraße nur auf der südlichen Straßenseite Einzelhandelsbesatz, der stark mit Dienstleistungsangeboten und Gastronomiebetrieben durchsetzt ist. Die Einzelhandelsdichte liegt unter 50 %. Der öffentliche Raum ist aber auch hier ansprechend gestaltet und befindet sich in gutem Erhaltungs- und Pflegezustand.

In vielen Geschäftszentren reichen die Einzelhandelsnutzungen in den Seitenstraßen der Hauptlage nicht über eine ganze Blocktiefe hinaus. In der Bahnhofstraße jedoch findet sich angrenzend an die Hauptlage zunächst kein Einzelhandelsbesatz. Auf einem recht kurzen Abschnitt zwischen der Königsstraße und der Ritterstraße hingegen steigt der Besatz einseitig auf eine Dichte von rund 50 %. Die städtebauliche einheitliche Gestaltung bindet diesen, aus Einzelhandelssicht leicht abgesetzten, Bereich an die Hauptlage an.

Die Straße Baßfeld ist ebenfalls nur einseitig von Einzelhandelsnutzungen geprägt, auf der östlichen Straßenseite dient das Dänische Bettenlager mit einer VK von rund 890 m² als Ankerbetrieb. Insbesondere auf der westlichen Straßenseite sind die öffentlichen und privaten Dienstleistungsangebote prägend, auf der östlichen Seite befindet sich das Rathaus. Die Straße selbst hat aufgrund ihres breiten Straßenquerschnitts und dem relativ hohen Verkehrsaufkommen eine leichte Barrierewirkung, wodurch die Einzelhandelsbetriebe auf der östlichen Seite leicht abgesetzt von der Hauptlage liegen.

Übrige Lagen

Foto 4: Königsstraße und Kapellenstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juli 2007

In den übrigen Lagen des Hauptgeschäftsbereichs überwiegen Dienstleistungsnutzungen, Gastronomieeinrichtungen aber auch Wohnen gegenüber dem Einzelhandel, der nur noch einzeln und verstreut zu finden ist. Insbesondere in der Kapellenstraße ist eine große Zahl von Gastronomiebetrieben zu verzeichnen, die die touristischen Ausflugsziele Clemenskirche und Heimathaus an den Hauptgeschäftsbereich anbinden.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Innenstadt von Telgte städtebaulich und architektonisch eine attraktive Struktur aufweist, die sowohl vom historischen Stadtgrundriss als auch von einer gut gepflegten Bausubstanz und einem guten Erhaltungs- und Pflegezustand des öffentlichen Raumes geprägt ist. Auch Bereiche mit wenig bis keinem Einzelhandelsbesatz

wie beispielsweise die Herrenstiege weisen eine hohe Aufenthaltsqualität auf. Aufgrund der mittelalterlichen, sehr kleinteiligen Bausubstanz und der dadurch bedingten Kleinteiligkeit der Angebotsstrukturen weist das Zentrum in Bezug auf die Einzelhandelsituation Schwächen auf. Die in weiten Teilen geringen Einzelhandelsdichten und fehlende Magnetbetriebe lassen weitere innerstädtische Einzelhandelsmagneten wünschen, die die Kundenfrequenz insgesamt erhöhen würden. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist sowohl für den Individualverkehr als auch für den öffentlichen Nahverkehr gegeben.

5.3.2 Orkotten

Neben dem innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich existiert in der Stadt Telgte noch ein weiterer wichtiger Einzelhandelsschwerpunkt, der als Ergänzungsstandort zur Innenstadt dient. Die Einzelhandelsagglomeration im Gewerbegebiet Orkotten ist als Sonderstandort „Großflächiger Einzelhandel“ im Flächennutzungsplan dargestellt. Als autokundenorientierter Versorgungsstandort ohne städtebauliche Anbindung ist das Einzelhandelsangebot ähnlich stark ausgeprägt wie in der Innenstadt. Trotz seiner abgesetzten Lage und fehlender Verbindung zur Innenstadt, übernimmt er jedoch eine wichtige Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt, die die Innenstadt insbesondere aufgrund ihrer Kleinteiligkeit nicht erfüllen kann. Besonders im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente liegt der Anteil der Verkaufsflächen am Sonderstandort deutlich höher als in der Innenstadt.

Foto 5: Sonderstandort „Großflächiger Einzelhandel“, Orkotten



Quelle: eigene Aufnahme, Juli 2007

Insgesamt sind am Sonderstandort Orkotten rund 6.800 m² Verkaufsfläche verortet. Rein quantitativ ist er damit etwa gleichbedeutend zur Innenstadt. Allein rund 2.150 m² der gesamten Verkaufsfläche des Sonderstandortes entfallen auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, ein weiterer Angebotsschwerpunkt befindet sich in den Warengruppen Beklei-

dung und Schuhe. Die Angebotsstruktur ist stark preis- und discountorientiert. Aufgrund der räumlichen Nähe übernimmt der Sonderstandort die Versorgungsfunktion für die Innenstadt mit. Durch die im Norden angrenzende Wohnbebauung sowie die jenseits der Alverskirchner Straße gelegenen Wohngebiete ist der Standort teilweise integriert. Architektur und städtebauliche Gestaltung entsprechen nur einfachstem Standard und lassen keine Aufenthaltsqualität entstehen.

5.3.3 Westbevern-Dorf und Westbevern-Valdrup

Neben dem Hauptort Telgte besteht die Gesamtstadt aus zwei weiteren Stadtteilen: Westbevern-Dorf und Westbevern-Valdrup. Das sehr dünne Einzelhandelsangebot in den beiden Stadtteilen lässt jedoch eine Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe zu zentralen Versorgungsbereichen nicht zu (vgl. 5.1. und Tabelle 6)

Westbevern-Dorf

Westbevern-Dorf liegt mit seinen rund 1.750 Einwohnern im Norden der Kernstadt. Die dörfliche Struktur ist durch die teilweise historische Bausubstanz geprägt, deren städtebauliche Mitte der Kirchplatz und die Pfarrkirche St. Cornelius und St. Cyprian bilden.

Karte 11: Einzelhandelsstruktur Westbevern-Dorf



Quelle: eigene Darstellung, ohne Maßstab

Einzigster nahversorgungsrelevanter Anbieter ist ein Edeka-Markt in räumlicher Nähe zur städtebaulichen Mitte an der Grevener Straße. Mit einer Verkaufsfläche von ca. 110 m² liegt er deutlich unter der derzeit üblichen Markteintrittsgröße.

Foto 6: Westbevern-Dorf



Quelle: eigene Aufnahme, Juli 2007

Westbevern-Vadруп

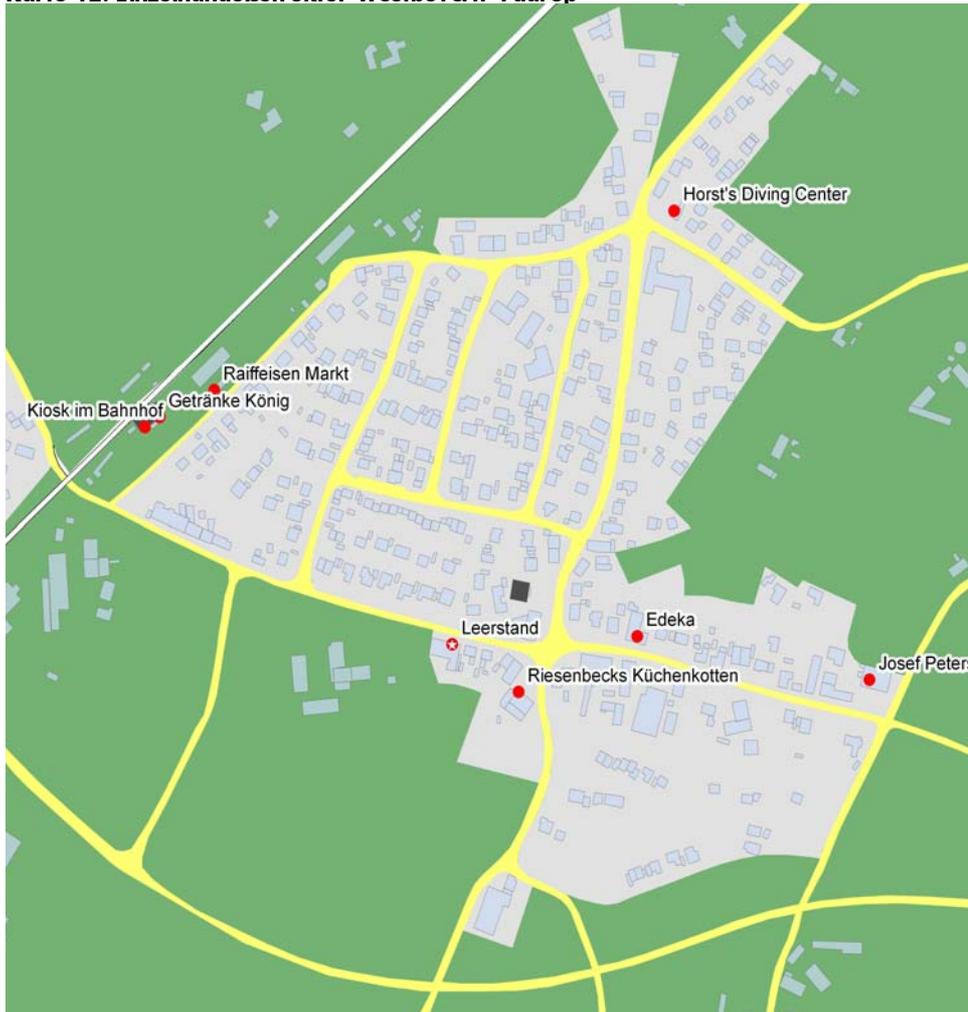
Westbevern-Vadруп ist mit rund 2.100 Einwohnern neben der Kernstadt der größere der beiden weiteren Siedlungsbereiche. Trotz dessen ist das Einzelhandelsangebot hier noch geringer als in Westbevern-Dorf.

Foto 7: Westbevern-Vadруп



Quelle: eigene Aufnahme, Juli 2007

Einzigster Nahversorger ist auch hier ein Edeka-Markt mit rund 120 m² Verkaufsfläche. Das weitere Einzelhandelsangebot liegt vorwiegend in Ortsrandlage ohne funktionalen Zusammenhang.

Karte 12: Einzelhandelsstruktur Westbevern-Vadруп

Quelle: eigene Darstellung, ohne Maßstab

Insgesamt besteht in den beiden Stadtteilen damit derzeit ein Grundversorgungsangebot, das die Nahversorgung weitgehend sichert. Aufgrund der geringen Verkaufsflächengrößen ist die Wirtschaftlichkeit beider Betriebe jedoch in Zukunft gefährdet. Für die Ansiedlung größerer Betriebseinheiten besteht jedoch keine ökonomische Basis, da die Mantelbevölkerung zu gering ist.

5.4 Fazit Angebotsanalyse

Die **Gesamtverkaufsfläche** des Telgter Einzelhandels beträgt zum Zeitpunkt der Erhebung (Mai 2007) rund 31.600 m². Mit der Innenstadt (etwa 7.140 m²) und dem Sonderstandort großflächiger Einzelhandel Orkotten (6.800 m²; Gesamter Orkotten 8.400 m²) bestehen zwei Einzelhandelsschwerpunkte in Telgte.

Aus städtebaulicher und einzelhandelsrelevanter Sicht weist der Hauptgeschäftsbereich in der Hauptlage (vgl. Karte 10) rund um den Markt (Fußgängerzone) und in den angrenzenden Nebenlagen eine **attraktive Angebotsstruktur** auf; es werden allerdings auch einige **Angebotslücken** sichtbar, so dass ein unvollständiger Branchenmix vorhanden ist. Dieser wird ergänzt durch den Sonderstandort Orkotten, an dem ebenfalls ein Großteil der Verkaufsfläche aus zentrenrelevanten Sortimenten besteht und somit einen zweiten die Innenstadt ergänzenden Einzelhandelsstandort bildet.

Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen nur ca. 39 % der Gesamtverkaufsfläche. Aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel kommen zwei Anbieter, die beide am Orkotten angesiedelt sind.

Insgesamt sind in Telgte 22 strukturprägende Betriebe (ab einer Verkaufsflächengröße von 400 m²) mit einem Verkaufsflächenanteil von 65 % an der Gesamtverkaufsfläche vorhanden.

Die **quantitative Verkaufsflächenausstattung** in Telgte liegt insgesamt bei **1,6 m² pro Einwohner**. Damit liegt Telgte sowohl über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 1,3 – 1,4 m² pro Einwohner als auch über den Werten von vergleichbaren Kommunen mit Grundversorgungsfunktion. Insbesondere aufgrund der Nähe zum Oberzentrum Münster ist dieser Wert erfreulich hoch. Dies ist allerdings u.a. auf die hohe Verkaufsflächenausstattung im Bereich Gartenmarktsortimente zurückzuführen.

Die **Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 0,34 m² pro Einwohner** und weist damit exakt den bundesdurchschnittlichen Wert auf.

Die Einzelhandelsstruktur verfügt über einen **differenzierten Betriebsformenmix**. Im Hinblick auf die Versorgung mit Lebensmitteln sind verschiedene Betriebsformen vorhanden; allerdings ist bereits ein leichtes Ungleichgewicht in Richtung discountorientierter Angebotsformen zu erkennen; insbesondere im Bereich Orkotten. Einige der strukturprägenden Betriebe weisen heute Defizite im Hinblick auf heute übliche Betriebsgrößen auf.

Räumliche **Versorgungslücken** (Nahrungs- und Genussmittel) bestehen im nordöstlichen Stadtgebiet Telgtes, sowie in den beiden Ortsteilen, wo keine strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe anzutreffen sind.

6 Analyse der Nachfrageseite

Das nachstehende Kapitel stellt die nachfrageorientierten Rahmenbedingungen des Telgter Einzelhandels insgesamt dar. In diesem Zusammenhang wird insbesondere das Einkaufsverhalten der Telgter Bevölkerung detaillierter analysiert. Wesentliche Grundlage für diese Analyse sind die Ende Mai 2007 durchgeführte Haushaltsbefragung im Telgter Stadtgebiet sowie die in der Zeit vom 20. bis 25. August 2007 vorgenommene Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben in Telgte.

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE-Unternehmensberatung (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die BBE-Marktforschung bundesweit für alle Kommunen ermittelt und aktuell fortgeschrieben.

- Die BBE Köln weist für die Stadt Telgte eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 98,1** für das Jahr 2007 aus. Damit liegt dieser Wert leicht unterhalb des Indexwertes von 100 für die Bundesrepublik Deutschland und impliziert ein durchschnittliches, **einzelhandelsrelevantes Ausgabevolumen von rund 5.050 Euro pro Kopf²¹** der Telgter Bevölkerung pro Jahr.
- Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in Telgte vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel insgesamt und nach Branchen differenziert darstellen (vgl. dazu Tab. 11).
- Die einzelhandelsrelevanten Kennziffern der BBE wurden dabei mit den erhobenen Bestandsdaten kompatibel gemacht, so dass sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche im Vergleich zu den von der BBE herausgegebenen Werten zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinaus gehende Sortimente (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Telgte stellt sich wie folgt dar:

²¹ nach BBE Köln, 2007 für den Einzelhandel i. e. S. ohne Kfz- und Brennstoffhandel, inkl. anteilig freiverkäufliche Medikamente in Apotheken, inkl. Lebensmittelhandwerk

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Telgte

Hauptbranche	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro pro Jahr	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	38,4	38,7
Blumen / Zoologischer Bedarf	1,2	1,2
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	5,3	5,3
Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	3,8	3,8
Bekleidung / Wäsche	8,9	8,9
Schuhe / Lederwaren	2,1	2,1
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1,5	1,5
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	2,6	2,6
Sportartikel / Fahrräder / Camping	1,6	1,6
Wohneinrichtungsbedarf	2,3	2,3
Möbel	6,0	6,0
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	2,4	2,5
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	7,2	7,2
Medizinische und orthopädische Artikel	2,4	2,5
Uhren / Schmuck	1,0	1,0
Baumarktsortimente	9,5	9,6
Gartenmarktsortimente	1,6	1,6
Sonstiges	1,4	1,4
Summe	99,1	100,0

Quelle: BBE Köln, 2007, eigene Berechnungen

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Stadt Telgte im Jahr 2007 etwa 99,1 Mio. Euro**. Die Verbrauchsausgaben je Hauptbranche sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 38,4 Mio. Euro bzw. 38,7 % den höchsten Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Hauptbranchen Bekleidung mit rund 8,9 % und Baumarktsortimente mit etwa 9,6 %. Weitere monetär bedeutsame Hauptbranchen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Möbel sowie Unterhaltungselektronik.

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Haushaltsbefragung ergeben sich die gesamtstädtischen Kaufkraft-Bindungen und -Abflüsse. Folgende Abbildung veranschaulicht dies unter monetären Gesichtspunkten und stellt zudem einen Baustein der absatzwirtschaftlichen Ausgangslage dar. Insbesondere ist anhand dieser Werte abzulesen, in welchem Umfang die Kaufkraft der Telgter Bürger vom in Telgte ansässigen Einzelhandel gebunden werden kann.

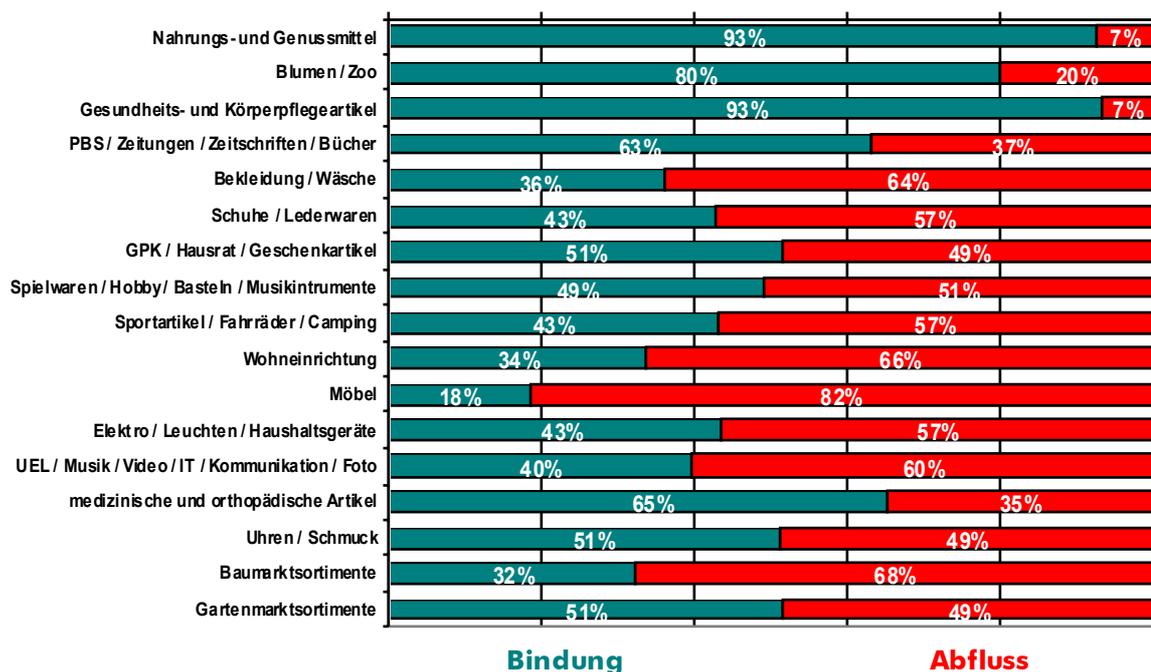
6.1 Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Zur Bestimmung der Situation und der Attraktivität eines Einkaufsstandortes ist die Kaufkraftbindung bzw. der Kaufkraftabfluss eine wichtige Größe. Für die Analyse des räumlichen Nachfrageverhaltens der Konsumenten wurden insgesamt 200 Telgter Haushalte befragt.

Die Kaufkraftbindungsquote beschreibt den Anteil der lokal vorhandenen Kaufkraft, der in Telgte verbleibt und durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Im Umkehrschluss stellt der Kaufkraftanteil der Telgter Bevölkerung, der von anderen Einzelhandelsstandorten gebunden wird, den Kaufkraftabfluss dar.

Die ermittelten räumlichen Einkaufsorientierungen stellen für zukünftige Planungen und Handlungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung eine hilfreiche Orientierungsgrundlage dar. Sie geben Aufschluss über die relevanten Konkurrenzstandorte des Telgter Einzelhandels. Zur Ermittlung der Kaufkraftbindungsquoten wurden die Telgter Haushalte gefragt, wo sie verschiedene Einkaufsartikel hauptsächlich erwerben. Die Ergebnisse dieser Frage sind in folgender Abbildung zusammenfassend dargestellt:

Abbildung 3: Kaufkraftbindungs- und abflussquoten



Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung, n=200, gerundete Werte

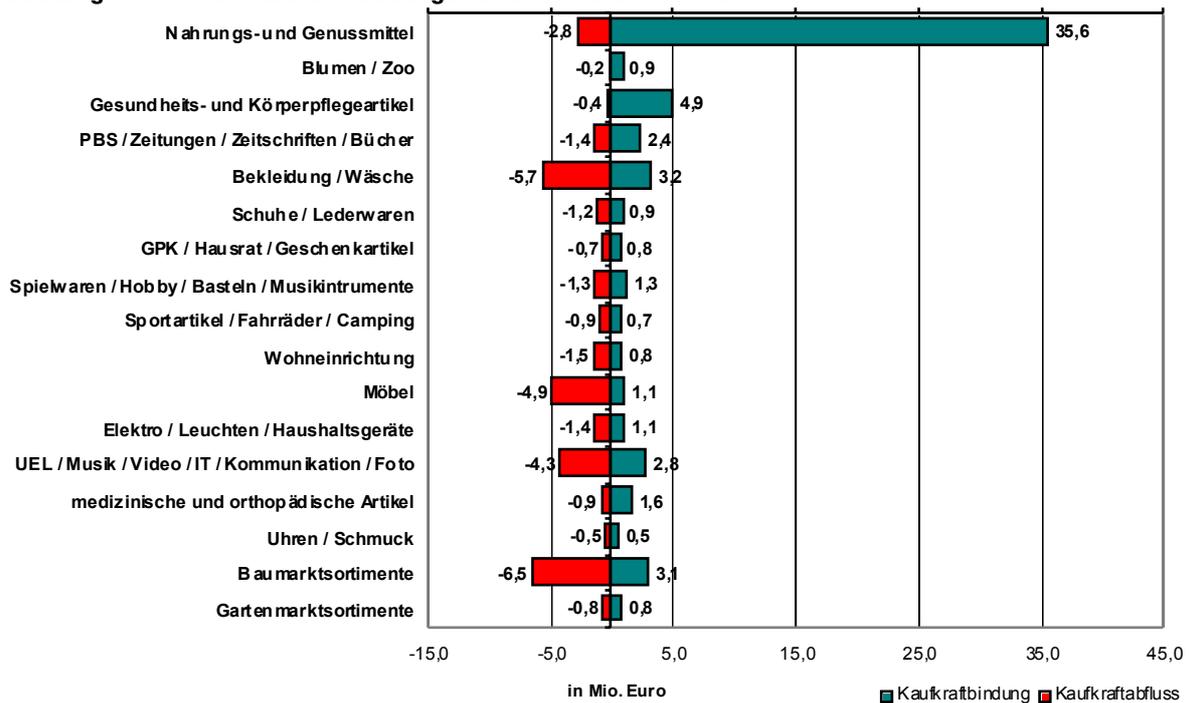
Erwartungsgemäß weisen die Sortimente des **kurzfristigen Bedarfs** (wie Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel) die höchsten Bindungsquoten

auf. Da bereits bei der Analyse der Angebotsseite eine gute quantitative Ausstattung in diesen beiden Warengruppen in Telgte festgestellt wurde (abgesehen vom Angebot in den beiden Ortsteilen Westbevern-Dorf und –Vadrup) verwundert es nicht, dass die Bindungsquoten als erwartungsgemäß hoch zu bewerten sind.

Im **mittleren Bedarfsbereich** sind die Bindungsquoten mit 36 % bis 51 % für ein Grundzentrum auf einem relativ hohen Niveau angesiedelt. Die im Vergleich zur kurzfristigen Bedarfsstufe höheren Abflussquoten sind insbesondere auf die unmittelbare Nähe des Oberzentrums Münster mit einer sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit zurückzuführen.

Das Einkaufsverhalten in den **langfristigen Hauptbranchen** Möbel und Wohneinrichtungsbedarf hat sich in den letzten Jahren dahingehend verändert, als dass die Kunden zu immer größeren Einkaufsdistanzen (u.a. Münster, Senden-Bösensell) bereit sind und daher in der Regel, auch bei einem sehr guten Angebot vor Ort, kaum mehr Bindungsquoten von deutlich über 50 % erzielt werden. Die Bindungsquote im Bereich Möbel von rund 18 % verwundert daher nicht deutet somit nicht auf eine deutliche Angebotslücke hin.

Abbildung 4: Monetäre Kaufkraftbindungen und -abflüsse in Mio. Euro



Quelle: BBE Köln, 2007, eigene Berechnungen

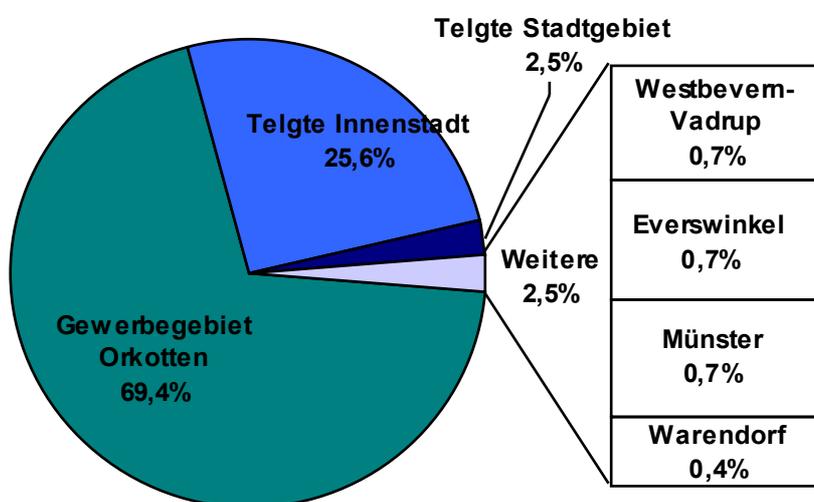
Die höchsten monetären Kaufkraftabflüsse sind in den Hauptbranchen Baumarktsortimente (6,5 Mio. Euro), Bekleidung und Wäsche (5,7 Mio. Euro), Möbel (4,9 Mio. Euro) und Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel (4,3 Mio. Euro) zu

verzeichnen (vgl. Abbildung 4). Darüber hinaus haben jedoch die im Vergleich zur Kaufkraftbindung geringen Abflussquoten im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ein gesamtstädtisch größeres Gewicht als vergleichsweise hohe monetäre Abflüsse im Bereich Schuhe / Lederwaren. Abbildung 5 verdeutlicht die Einkaufsorientierung der Telgter Bevölkerung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel differenziert nach dem Wohnort/Stadtteil der Befragten.

Wohnort Telgte:

Der Großteil (rund 97,5 %) wird aufgrund der guten Ausstattung im Hauptort Telgte gekauft; etwa 70 % im Orkotten und 26 % sogar in der Innenstadt.²²

Abbildung 5: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Telgte)?



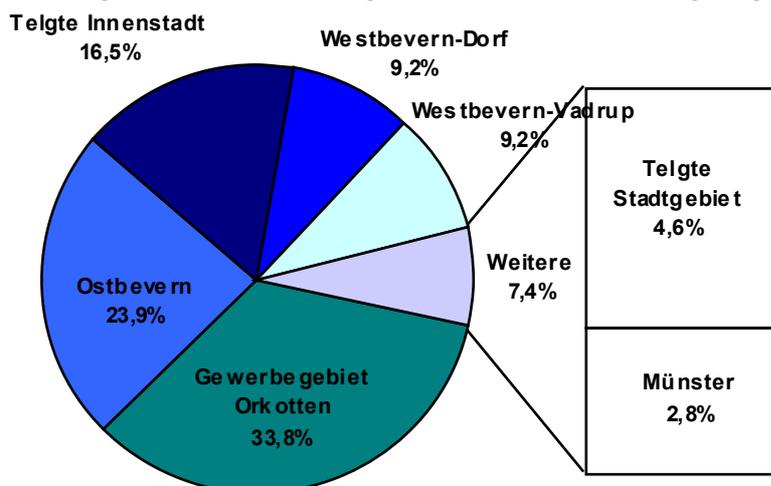
Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung

Wohnort Westbevern-Dorf:

Bedeutendster Standort für den Lebensmitteleinkauf ist für die Einwohner in Westbevern-Dorf neben dem Gewerbegebiet Orkotten (~34 %) die Nachbargemeinde Ostbevern (ca. 24 %). Im Ortsteil selber kaufen nur etwa 9 % der Befragten überwiegend Nahrungs- und Genussmittel ein.

²² Die große Zahl an Nennungen „Innenstadt“ trotz des geringen quantitativen Angebotes an Nahrungs- und Genussmitteln ist vermutlich auf unterschiedliche Assoziationen bzw. Gleichsetzung der Begriffe Innenstadt / Kernstadt zurückzuführen.

Abbildung 6: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Westbevern-Dorf)?

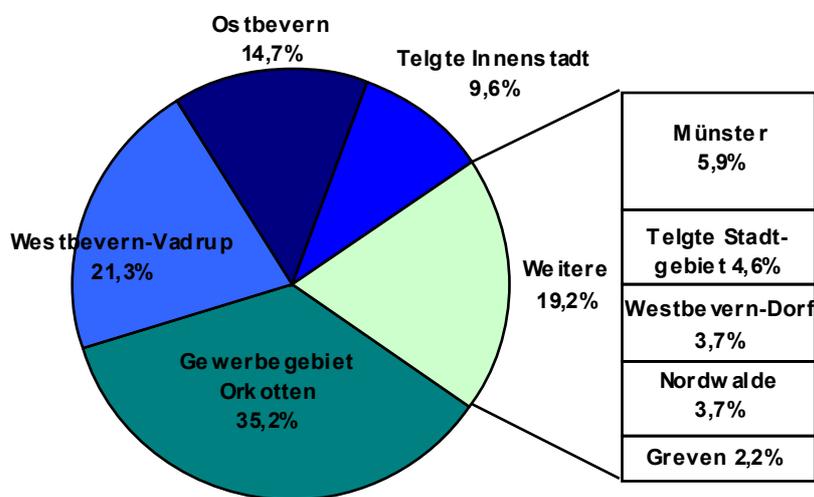


Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung

Wohnort Westbevern-Vadrup:

Auch in Vadrup wird der Standort Orkotten von einem Großteil der Einwohner zur Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln aufgesucht (~ 35 %). Desweiteren wird das Angebot im Ortsteil selber (Edeka Freitag) von etwa 21 % der befragten Vadruper Haushalte zum Kauf von Nahrungs- und Genussmitteln genutzt. Auch die Nachbargemeinde Ostbevern wird noch vergleichsweise häufig für den Einkauf von Lebensmitteln aufgesucht (ca. 15 %).

Abbildung 7: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Westbevern-Vadrup)?

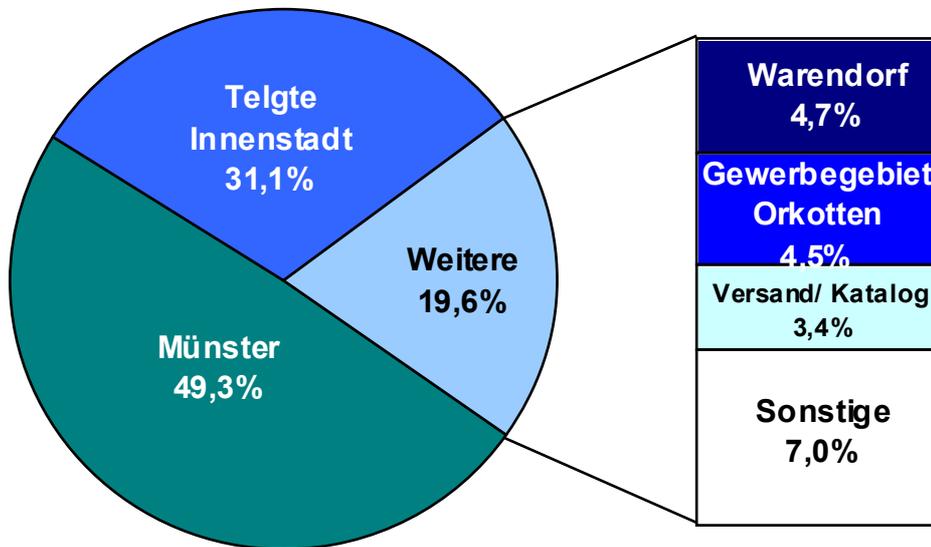


Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung

Insbesondere im Bereich Bekleidung und Wäsche sind, wie bereits beschrieben, hohe Kaufkraftabflüsse feststellbar. In Telgte kann nur etwas mehr als ein Drittel (36 %) des eigenen Kaufkraftpotenzials gebunden werden. Konkurrenzstandorte für den Einkauf von Bekleidung

und Wäsche sind hauptsächlich das Oberzentrum Münster (49 %) sowie in deutlich geringem Maße Warendorf (5 %) (vgl. dazu Abbildung 8).

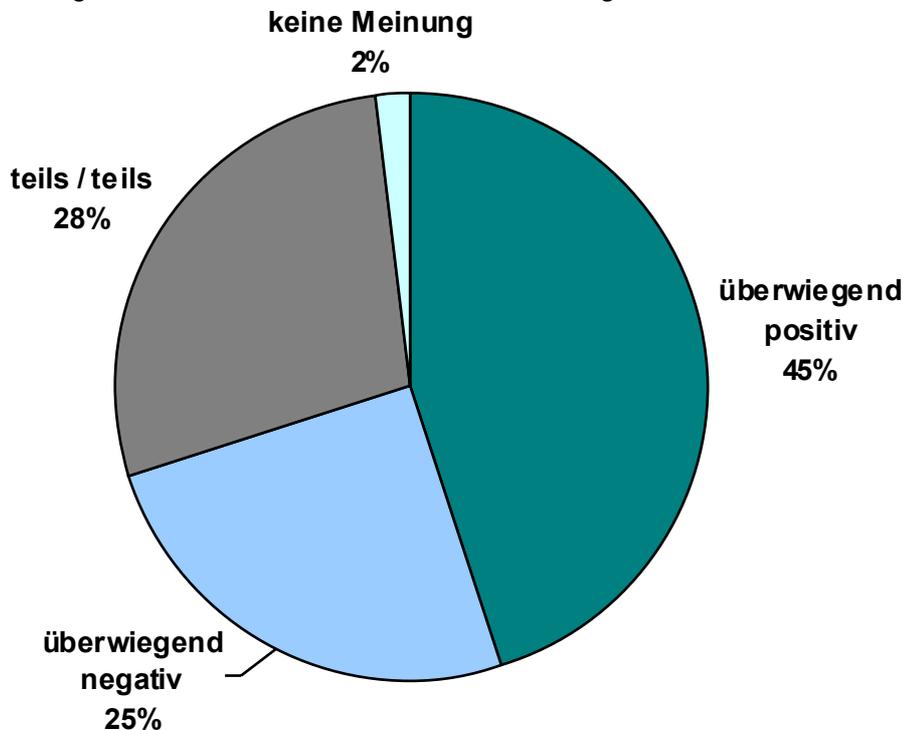
Abbildung 8: Wo wird Bekleidung/Wäsche überwiegend gekauft?



Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung; n=200

Zusätzlich wurden die Haushalte nach der Einschätzung der Einkaufssituation in Telgte gefragt (vgl. dazu Abbildung 9).

Abbildung 9: Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in Telgte ein?



Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung; n=200

Erfreulicherweise schätzt fast die Hälfte der Befragten (45 %) die Einkaufssituation in Telgte positiv ein, während ein Viertel (25 %) eine negative Einstellung gegenüber der Einkaufssituation in Telgte einnimmt. Die Gründe für die jeweils positiven oder negativen Einschätzungen sind in nachstehender Tabelle aufgeführt. Dargestellt sind alle Kriterien, auf die mehr als 10 % der Antworten entfielen.

Tabelle 12: Gründe für die Einschätzung

Positive Bewertung (45 %)	Negative Bewertung (25 %)
Große Auswahl (72 %)	Woanders mehr Auswahl (68 %)
Gute Einkaufsatmosphäre (26 %)	Woanders mehr Einkaufsatmosphäre (26 %)
Preisgünstiges Angebot (16 %)	Einkauf wird woanders mit anderer Aktivität gekoppelt / woanders bessere Parkmöglichkeiten (jeweils 12 %)
Gute Qualität des Angebotes (12 %)	Woanders günstiger (10 %)
Gute Parkmöglichkeiten (11 %)	

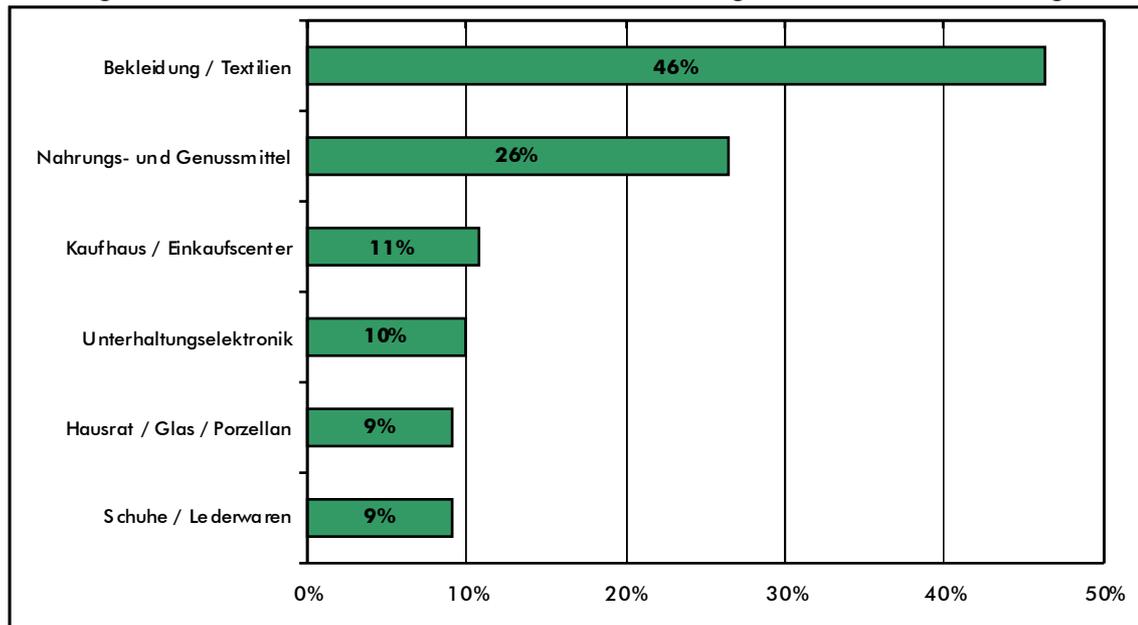
Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung; n=200. 5 häufigste Antworten, Mehrfachnennungen möglich

- Auf der **positiven Seite** wird insbesondere die große Auswahl (72 %) in Telgte genannt. Zudem entfällt ein großer Teil der Antworten (25 %) auf die gute Einkaufsatmosphäre in der Stadt. Mit deutlichem Abstand nennen die befragten Haushalte das preisgünstige Angebot (16 %) sowie dessen gute Qualität (12 %) und die gute Parkplatzsituation (11 %).
- In **negativer Hinsicht** nimmt insbesondere ein Aspekt eine herausragende Stellung ein. Die größere Auswahl an anderen Orten wird von 68 % der Befragten als negativer Aspekt genannt. Rund 26 % finden an anderen Einkaufsstandorten eine größere Einkaufsatmosphäre vor als in Telgte. Mit deutlich weniger Nennungen gehören die Einkaufskopplung mit anderen Aktivitäten, bessere Parkmöglichkeiten (je 12 %) und ein günstigeres Angebot (10 %) an anderen Einkaufsstandorten zu den von den Befragten am häufigsten genannten negativen Aspekten.
- Bei einer **Gegenüberstellung** der positiven und negativen Bewertungen stehen sich durchaus gleichgerichtete Argumente gegenüber. Dies spiegelt die subjektive Einschätzung bestimmter Kriterien durch unterschiedliche Befragte wider: was die eine Person positiv bewertet, kann die andere durchaus eher negativ oder unzureichend sehen. So sind 72 % der Befragten mit der Auswahl zufrieden, während 68 % der befragten Haushalte die Auswahl negativ einschätzen.

Den befragten Haushalten wurde weiterhin die Frage gestellt, welche einzelhandelsrelevanten Angebote bzw. Sortimente und welche Betriebsformen sie vermissen. Insgesamt vermis-

sen rund 60 % der Befragten bestimmte Sortimente und Angebotsformen in Telgte, während 40 % mit dem Angebot zufrieden sind. Dies ist allerdings ein durchaus typisches Ergebnis. Als vermisste Angebote/Betriebsformen werden insbesondere Angebote aus dem Bereich Bekleidung/Textilien (46 %) genannt, was mit der bereits beschriebenen hohen Abflussquote korrespondiert. Daneben entfallen 26 % auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, 11 % der Befragten wünschen sich ein Kaufhaus/Einkaufscenter, 10 % ein größeres Angebot im Bereich Unterhaltungselektronik und jeweils 9 % vermissen Angebote in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren bzw. Hausrat / Glas / Porzellan.

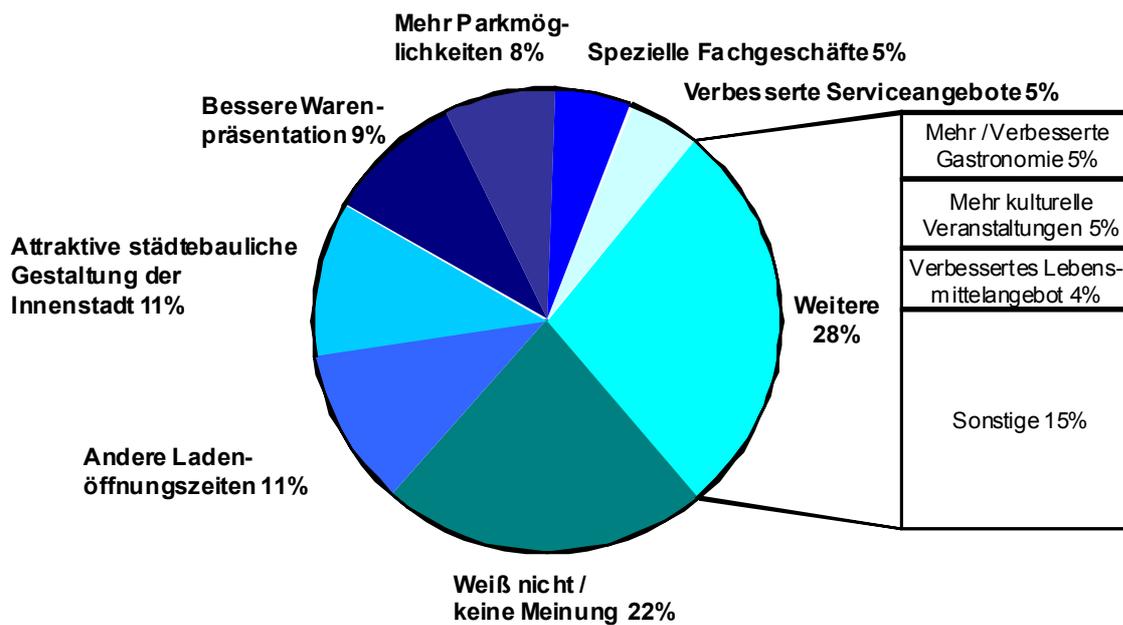
Abbildung 10: Vermissen Sie bestimmte einzelhandelsrelevante Angebote/Betriebsformen in Telgte?



Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung. 5 häufigste Antworten, Mehrfachnennungen möglich

Bei der Frage nach Verbesserungsvorschlägen mit dem Ziel einer Attraktivitätssteigerung der Telgter Innenstadt beziehen sich die Antworten der befragten Haushalte neben einzelhandelsrelevanten auch auf soziale, städtebauliche und kulturelle Kriterien. 11 % der Befragten wünschen sich andere Öffnungszeiten sowie eine attraktive städtebauliche Gestaltung der Innenstadt. Zudem werden eine bessere Warenpräsentation (9 %), mehr Parkmöglichkeiten (8 %), mehr spezielle Fachgeschäfte und verbesserte Serviceangebote (je 5 %) genannt.

Abbildung 11: Was könnte in Telgte besser gemacht werden?



Quelle: Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Darstellung. Mehrfachnennungen möglich

Festzuhalten bleibt, dass mit einem Anteil von 45 % fast die Hälfte der Befragten die Einkaufssituation in Telgte insgesamt positiv einschätzt. Dabei wird ein unterschiedliches subjektives Empfinden bei der Nennung der Gründe für eine positive bzw. negative Einschätzung deutlich. Bei einem Vergleich einiger Nennungen stehen sich positive und negative Bewertungen beispielsweise in Bezug auf die Auswahl oder die Einkaufsatmosphäre gegenüber. Hinsichtlich der Betriebsformen und Sortimente werden vor allem Bekleidung/Textilien und Nahrungs- und Genussmittel vermisst. Neben einzelhandelsrelevanten Aspekten beziehen sich die genannten Verbesserungsvorschläge auch auf gestalterische/städtebauliche sowie soziale und kulturelle Aspekte.

Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang jedoch immer, dass es sich bei den Nennungen um „Wünsche der Bevölkerung“ handelt, die als Anhaltspunkte dienen können, aber auch im Hinblick auf betriebswirtschaftliche Umsetzbarkeit und städtebauliche Sinnhaftigkeit überprüft werden müssen.

6.2 Einzugsgebiet

Vor dem Hintergrund der steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern finden räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager statt. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das des einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebes bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Auf der anderen Seite ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich das Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Auf der Grundlage der Kundenherkunftserhebung sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten / -zentren lässt sich das Einzugsgebiet Telgtes folgendermaßen abgrenzen (vgl. dazu Karte 13).

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Telgtes mit einem Kundenpotenzial von rund 19.650 Einwohnern wird als Kerneinzugsgebiet definiert, da sich der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebietes (rund 79 % der Kunden aus dem gesamten Gebiet) aus diesem Bereich rekrutiert. Dieser hohe Anteil spiegelt die Grundversorgungsfunktion der Stadt Telgte wider.

Naheinzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Telgte liegen. Dazu zählen mit einem allerdings nur theoretischen Kundenpotenzial von rund 331.000 Einwohnern in erster Linie die Nachbarkommunen Münster, Ostbevern, Warendorf und Everswinkel. Dabei ist allerdings die hohe Einwohnerzahl zu relativieren, da aus dem Oberzentrum Münster im Wesentlichen für die östlichen Stadtteile (u.a. Handorf und Wolbeck) gewisse Austauschbeziehungen mit dem Einkaufsstandort Telgte angenommen werden können. Rund 16 % der Telgter Kunden stammen aus dem näheren Einzugsgebiet. Der größte Anteil der Kunden des Naheinzugsgebietes kommt aus dem Münsteraner Stadtgebiet (~41 %) bzw. aus Ostbevern (~ 26 %).

Karte 13: Verflechtungsbereiche des Telgter Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung, August 2007

Weiteres Einzugsgebiet (Ferneinzugsgebiet/Streueinzugsgebiet)

Das Fern- bzw. Streueinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Kommunen zugeordnet werden können. Rund 2 % der Kunden werden aus dem Ferneinzugsgebiet rekrutiert, welches die Kommunen Greven, Sendenhorst, Ahlen, Sassenberg und Drensteinfurt mit einem Kundenpotenzial von etwa 133.000 Einwohnern umfasst.

Als sogenannte „Streuumsätze“ des Telgter Einzelhandels werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen des Streueinzugsgebietes und auch außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Dieser Kundenkreis stellt etwa 3 % des Telgter Kundenpotenzials.

6.3 Umsätze und Zentralitäten des Telgter Einzelhandels

Durch die Verknüpfung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen lassen sich auch Aussagen zur Ausstrahlungskraft des Telgter Einzelhandels ableiten. Denn bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden nicht nur die Verkaufsflächen pro Hauptbranche und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, vielmehr wird die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dies erfolgt über durchschnittliche Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, spezifische Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Telgte. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Hauptbranchen daraus die in nachfolgend stehender Tabelle dargestellten branchenspezifischen Umsätze in Telgte.

Dabei wurden z. T. Aggregationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE Köln zu erreichen. **Insgesamt wird der Telgter Einzelhandel einen geschätzten Jahresumsatz von 82,9 Mio. Euro im Jahr 2007 aufweisen.**

Von besonderer Bedeutung ist, neben dem Umsatz und der Kaufkraft vor Ort, die erzielte Zentralität, die ein Quotient aus beiden Werten darstellt. Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Telgte in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) dargestellt.

Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Bei einer Gegenüberstellung des ermittelten Telgter Umsatzes und dem auf der Grundlage der „BBE-Köln-Kennziffern“ ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial (rund 99,1 Mio. Euro), ergibt sich ein „**Zentralitätswert**“ von **0,84** über alle Hauptbranchen. Dieser Durchschnittswert ist dennoch als positiv einzustufen. Er entspricht der Funktion Telgtes als Grundversorgungszentrum und weist auch auf die nahegelegenen starken Geschäftszentren in der Region, insbesondere Münster, hin.

Innerhalb der Hauptbranchen zeigen die Zentralitätswerte allerdings ein sehr heterogenes Bild. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den Kennziffern zur Zentralität um rechnerisch ermittelte Werte handelt, die in einigen Hauptbranchen von den im Rahmen der Haushaltsbefragung ermittelten Kaufkraftbindungen leicht abweichen können.

Tabelle 13: Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Telgter Einzelhandels

Warengruppe	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	35,6	38,4	0,93
Blumen / Zoologischer Bedarf	1,0	1,2	0,81
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	5,3	5,3	0,99
Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	2,4	3,8	0,64
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	44,3	48,7	0,91
Bekleidung / Wäsche	7,9	8,9	0,89
Schuhe / Lederwaren	1,9	2,1	0,91
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	5,1	1,5	3,48
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	1,6	2,6	0,61
Sportartikel / Fahrräder / Camping	1,7	1,6	1,05
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	18,1	16,6	1,09
Wohneinrichtungsbedarf	1,3	2,3	0,56
Möbel	4,4	6,0	0,74
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1,3	2,4	0,51
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	3,0	7,2	0,42
Medizinische und orthopädische Artikel	1,7	2,4	0,70
Uhren / Schmuck	0,8	1,0	0,84
Baumarktsortimente	3,2	9,5	0,33
Gartenmarktsortimente	4,7	1,6	2,91
Überwiegend langfristiger Bedarf	20,4	32,5	0,63
Sonstige	0,1	1,4	0,05
Summe	82,9	99,1	0,84

Quelle: BBE Köln, 2007, Unternehmenserhebung Telgte, Mai 2007 und Haushaltsbefragung Telgte, Mai 2007, eigene Berechnungen

Die Zentralität in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 0,93 und somit nur geringfügig unter 1, was die bereits beschriebene gute Ausstattung in diesem Bereich widerspiegelt.

Die übrigen Zentralitätswerte im nahversorgungsrelevanten Bereich in den Hauptbranchen Blumen/ Zoo (0,81) und Gesundheits- und Körperpflegeartikel (0,99) sind mit Ausnahme der Warengruppe Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen (0,64) für ein Grundzentrum als relativ hoch einzustufen. Positiv zu bewerten ist grundsätzlich der Zentralitätswert von 91 in den **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Der Umsatz der Telgter Betriebe ist

in etwa genau so hoch, wie die vorhandene Kaufkraft der ansässigen Wohnbevölkerung, d.h. es sind in der Gesamtbetrachtung keine nennenswerten Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Durch diese Werte wird die gute Angebotsausstattung in den grundversorgungsrelevanten Warengruppen der Stadt Telgte bestätigt.

- Auch in den **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** sind die Zentralitätswerte zu großen Teilen erfreulich hoch, was gemessen an der Größenordnung und Versorgungsfunktion Telgtes auf das gute Ergänzungsangebot in diesen Sortimenten hindeutet. In den zentrenprägenden Hauptbranchen Bekleidung/ Wäsche (0,89), Schuhe/ Lederwaren (0,91), Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik (3,48) und Sportartikel / Fahrräder / Camping (1,05) existieren trotz der Nähe zum Oberzentrum Münster gute Werte; diese weisen auf ein attraktives Angebot innerhalb von Telgte hin. Einzig in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente liegt ein relativ niedriger Zentralitätswert vor, der auf einen Entwicklungsspielraum schließen lässt.
- Die Zentralitätswerte in den Hauptbranchen Gartenmarktsortimente (2,91) und Uhren/ Schmuck (0,84) sind für ein Grundzentrum ebenfalls als sehr hoch zu bewerten und deuten auf eine attraktive Angebotsstruktur hin. Im Gartenmarktsegment bedingt im Wesentlichen das Angebot im Bereich Lauheide die hohe Zentralität und deutet damit auf eine starke Ausstrahlungskraft der dortigen Anbieter auf das Umland hin.

Die im Schnitt niedrigeren Werte in den übrigen Warengruppen des langfristigen Bedarfs, insbesondere Wohneinrichtungsbedarf, Möbel, Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten, Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel sowie Baumarktsortimente sind auf das geringe Angebot in diesen Warengruppen zurückzuführen, bewegen sich aber ebenfalls in einem für ein Grundversorgungszentrum üblichen Rahmen.

Insgesamt wird deutlich, dass der Telgter Einzelhandel – in seiner Gesamtheit betrachtet – über eine für ein Grundzentrum typische und in einzelnen Branchen sogar überdurchschnittliche Zentralität verfügt, z.T. damit Ausstrahlungskraft über die Stadtgrenzen hinweg hat. Die **überdurchschnittlichen Werte** in den Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel (3,48) sowie Sportartikel / Fahrräder / Camping (1,05) und Gartenmarktsortimente (2,91) sind als positiv zu bewertende Einzelfälle zu betrachten, können aber nicht als besondere Profilierung des Einkaufsstandortes gesehen werden. Sie beruhen im Wesentlichen auf dem Angebot einzelner Anbieter.

6.4 Fazit zur Analyse der Nachfrageseite

- Die Einwohner Telgtes verfügen über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 99,1 Mio. Euro**, welches dem Einzelhandel in Telgte potenziell zur Verfügung steht. Die Verbrauchsausgaben pro Hauptbranche sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der höchste Einzelanteil mit über einem Drittel erwartungsgemäß auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel entfällt.
- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** Telgtes beträgt **98,1** (2007) und liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Die Kaufkraftbindung weist in den einzelnen Hauptbranchen sehr unterschiedliche Werte aus. Insgesamt ist die Kaufkraftbindung (64 %) als befriedigend einzustufen, was zum Teil auf deutliche Kaufkraftabflüsse insbesondere in die starken umliegenden Zentren (Oberzentrum Münster und Mittelzentrum Warendorf) einhergeht. Hier von ist insbesondere der mittelfristige Bedarfsbereich, z. B. Bekleidung und Schuhe betroffen.
- Der Telgter Einzelhandel befindet sich mit dem Einzelhandel in anderen Kommunen in einer **Wettbewerbssituation**. Insbesondere das Einzelhandelsangebot im unmittelbar westlich angrenzenden Oberzentrum Münster wird von der Telgter Bevölkerung stark genutzt.
- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Telgte liegen bei rund **82,9 Mio. Euro**, woraus ein **Zentralitätswert über alle Hauptbranchen von 0,84** resultiert. Insgesamt hat der Telgter Einzelhandel keine starke Ausstrahlungskraft über das Stadtgebiet hinaus; es bestehen allerdings erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Hauptbranchen.

7 Prognose der Verkaufsflächenpotenziale

Die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale dient grundsätzlich der rechnerischen Orientierung des bis zum Jahr 2017 voraussichtlich zu erwartenden zusätzlichen Verkaufsflächenbedarfs in Telgte. An dieser Stelle muss betont werden, dass diese **Werte lediglich einen groben Orientierungsrahmen des zukünftigen Flächenbedarfs darstellen**, so dass Abweichungen nach oben oder unten durchaus sowohl städtebaulich als auch absatzwirtschaftlich verträglich sein können, wenn die räumliche Umsetzung der Potenziale an einem dafür geeigneten Standort stattfindet.

Es wird davon ausgegangen, dass in den nächsten zehn Jahren Kaufkraft- und Umsatzveränderungen eintreten werden, die sowohl angebotsseitig als auch nachfrageseitig Auswirkungen auf die erforderliche Verkaufsfläche haben werden.

Auf die Prognose der Verkaufsflächenspielräume wirkt eine Reihe von Faktoren, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden dabei folgende Kriterien berücksichtigt:

- Aktuelle Angebots- und Nachfragesituation
- Bevölkerungsentwicklung
- Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern
- Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch
- Natürliche Verkaufsflächenentwicklung
- Flächenproduktivitäten

Zum allgemeinen Verständnis ist bei der Ermittlung des Verkaufsflächenbedarfs folgendes zu berücksichtigen: Einzelhandelsumsatz und Kaufkraftpotenzial bedingen sich weitestgehend und entwickeln sich damit parallel, woraus folgt, dass sich die Prognose der Verkaufsflächenpotenziale überwiegend aus einer Nachfrageentwicklung ableitet, gleichwohl durch die Angebotsentwicklung unter spezifischen Voraussetzungen aber auch zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf entstehen kann. Dies bedeutet, dass zur Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs auf eine Verbindung von Status-quo-Werten und Zielgrößen – angebots- wie nachfrageseitig – zurückgegriffen wird.

Die einzelnen Kriterien der Verkaufsflächenprognose ergeben in Telgte folgendes Bild:

- Bei der **Bevölkerungsentwicklung** in der Stadt Telgte wird für den Prognosezeitraum eine Bevölkerungszunahme von + 3,5 % bis zum Jahr 2017 prognostiziert²³. Der daraus resultierende leicht positive Trend der einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** für Telgte fließt mit in die Prognoserechnung ein.
- Zusätzlich wird davon ausgegangen, dass der **Umsatz** im Telgter Einzelhandel auf Grund der leicht ansteigenden Bevölkerungszahl zusätzliche Kaufkraft bindet und zu einer Erhöhung der Zentralität führt.
- Die zugrunde gelegten **Flächenproduktivitäten** werden in Form von Spannweiten in der Berechnung berücksichtigt, um ein Qualitätsspektrum potenzieller Anbieter und einen gewissen Entwicklungsspielraum abzubilden.
- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung (auch im Hinblick der Funktion Telgtes als Grundzentrum) **eine idealtypische Kaufkraftbindungsquote** von 100 % angenommen. Diesen Annahmen liegen Überlegungen zur stärkeren Eigenbindung der Kaufkraft aufgrund einer besseren quantitativen Ausstattung zugrunde.
- Für die übrigen Warengruppen wurden aufgrund der zentralörtlichen Einordnung Telgtes als Grundzentrum niedrigere Zentralitätswerte zwischen 70 % und 90 % angenommen, da insbesondere in der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe Kommunen höherer zentralörtlicher Gliederung (Münster, Warendorf) auch eine überörtliche Versorgungsfunktion u.a. für Telgte übernehmen.

An dieser Stelle soll noch einmal ausdrücklich betont werden, dass die durch den prognostizierten Verkaufsflächenbedarf rechnerisch ermittelten Verkaufsflächen lediglich einen „Orientierungscharakter“ besitzen. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und -konzept)
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkonzept) sowie
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale)

kann die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens abgeschätzt und bewertet werden.

An dieser Stelle bleibt somit festzuhalten, dass bei einer kurzfristigen und einmaligen Realisierung des prognostizierten Verkaufsflächenbedarfs nicht auszuschließen ist, dass es durch die zusätzliche Konkurrenz zu spürbaren Umsatzumverteilungen und schließlich zur Verdrängung bestehender Einzelhandelseinrichtungen kommen kann. Die Folgen einer Einzelhandelsentwicklung sind wiederum abhängig von Art, Lage und Umfang der zusätzlichen Konkurrenz. Zudem sind einer über die ermittelten Potenziale hinausgehenden Ausweitung

²³ eigene Berechnung auf Basis der Berechnungen der Bezirksregierung Münster (Bevölkerungsbericht 2005) und des Pestel Institutes (Bevölkerung, Beschäftigung und Wohnungsmarkt: Die Entwicklung in der Stadt Telgte bis 2020; 2005)

der Verkaufsflächen Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Bei darüber hinaus führenden realisierten Einzelhandelsvorhaben sind Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit Umsatzverluste bzw. eine Marktverdrängung bestehender Betriebe als Konsequenzen zu erwarten. Besonders betroffen ist in diesem Zusammenhang der Bereich Lebensmittel, da dieser Sortimentsbereich insbesondere am Wohnstandort nachgefragt wird, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. Als Folge kann es zu Funktionsverlusten zentraler Geschäftsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen. Im Umkehrschluss können Vorhaben an innerstädtischen Standorten aber auch zu einer Schwächung städtebaulich-integrierter Standorte beitragen und dem Ziel einer geordneten und nachhaltigen Stadtentwicklung Vorschub leisten. Diese Erläuterungen verdeutlichen die Mehrdimensionalität der Prognose der Verkaufsflächenpotenziale und stellen heraus, dass die Einordnung der Berechnungswerte in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext unabdingbar ist.

Für die Stadt Telgte ergeben sich rein rechnerisch zusätzliche **Flächenpotenziale** von insgesamt ca. **5.400 m² - 7.200 m²** bis zum Jahr 2017, die sich folgendermaßen auf die verschiedenen Hauptbranchen aufteilen:

Tabelle 14: Zusätzliche Rechnerische Verkaufsflächenpotenziale bis 2017

Hauptbranche	Verkaufsflächenpotenziale	
	von ... m ²	bis ... m ²
Nahrungs- und Genussmittel	520	1.160
Blumen / Zoologischer Bedarf	160	230
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	20	200
Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	180	230
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	880	1.820
Bekleidung / Wäsche	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	-	-
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	250	320
Sportartikel / Fahrräder / Camping	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	250	320
Wohnenrichtungsbedarf	250	360
Möbel	-	-
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	170	230
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/ Telekommunikation / Fotoartikel	640	740
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	3.200	3.700
Gartenmarktsortimente	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	4.260	5.030
Summe	5.390	7.170

Quelle: eigene Berechnungen

Die Verkaufsflächenspielräume für die nahversorgungsrelevante Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel liegen bis zum Jahr 2017 zwischen ca. 500 m² und rund 1.200 m².

Diese errechneten Verkaufsflächenpotenziale sollten insbesondere zur Arrondierung des Bestandes dienen. Um allerdings eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen im Telgter Stadtgebiet – z.B. durch die Öffnung neuer, nicht-integrierter Standorte – zu vermeiden und die (noch) bestehenden, gewachsenen Strukturen zu stärken, sollten die Verkaufsflächenpotenziale insbesondere im unmittelbaren Kontext der bestehenden Geschäftsbereiche bzw. an optimalen Nahversorgungsstrukturen umgesetzt werden. Auf diese Weise kann die Schaffung einer erhöhten quantitativen und qualitativen Verkaufsflächendichte bzw. Angebotsarrondierung die Attraktivität einzelner Einzelhandelsstandorte (entsprechend ihrer

Versorgungsstruktur) herbeigeführt bzw. erhöht sowie die wohnungsnah Grundversorgung verbessert werden.

Bei den wenigen übrigen Hauptbranchen mit errechneten Verkaufsflächenpotenzialen handelt es sich hauptsächlich um zentrenprägende Sortimente, die zur Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Struktur sowie der Ausstrahlungskraft des Gesamtstandortes im innerstädtischen Bereich angesiedelt werden sollten. Aufgrund der vergleichsweise geringen Flächenpotenziale handelt es sich hauptsächlich um Erweiterungsspielräume bereits bestehender Fachgeschäfte.

Im langfristigen Bereich sind insbesondere im Bereich Baumarktsortimente mit 3.200 m² - 3.700 m² bis zum Jahr 2017 größere Verkaufsflächenspielräume festzustellen, die sich aus der geringen aktuellen Angebotsituation ergibt. Hier bleibt festzuhalten, dass dieser Verkaufsflächenspielraum (außer für Spezialanbieter) höchstwahrscheinlich nicht für eine Neuansiedlung im Baumarktsegment ausreichen wird, da die aktuellen Anforderungen in dieser Hauptbranche bei Neuansiedlungen bei einem Vielfachen der Verkaufsfläche liegen.

Gleiches gilt für die Hauptbranche Unterhaltungselektronik, für die sich aufgrund des derzeitigen Angebotes noch weitere Flächenpotenziale in einer Größenordnung zwischen 640m² und 740 m² ergeben, was in dieser Branche einem zusätzlichen Anbieter entspricht.

Somit sind diese Verkaufsflächenpotenziale eher als Arrondierungsspielräume für bestehende Betriebe zu sehen. Eine ähnliche Situation ist in den Hauptbranchen Möbel und Wohneinrichtungsbedarf festzustellen, in denen rund 290 m² bzw. 330 m² Verkaufsflächenpotenziale bestehen, die für eine Neuansiedlung in der Regel nicht ausreichen.

8 Entwicklungsperspektiven, Leitlinien, Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte

Neben der Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume bildet die Potenzialflächenanalyse einen wichtigen Baustein im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Telgte. Darüber hinaus werden im weiteren Verlauf dieses Kapitels die Ziele und Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung in Telgte dargestellt.

Wesentlicher Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Telgte ist das Entwicklungsleitbild. Das Leitbild basiert zum Einen auf der in der Analyse dargestellten Versorgungsstruktur, zum Anderen auf den allgemeinen, auf die Situation in Telgte übertragenen, übergeordneten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung.

8.1 Analyse der Potenzialflächen

Bei der Potenzialflächenanalyse wird untersucht, ob und wenn ja welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Weiterentwicklung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neuen Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen und wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind. In Abstimmung mit der Stadtverwaltung Telgte wurden zwei Potenzialflächen ausgewählt, die für eine Einzelhandelsnutzung geeignet erscheinen bzw. auf denen zur Zeit und auch zukünftig ein deutlicher Ansiedlungs- oder Erweiterungsdruck lastet oder möglicherweise zu erwarten ist.

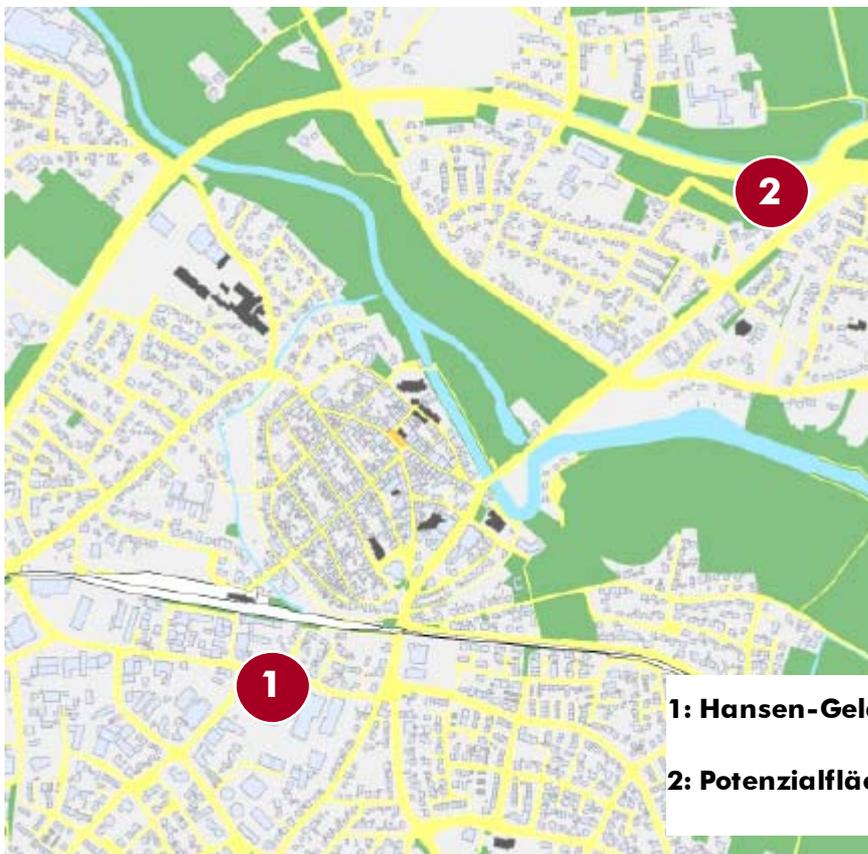
Die Analyse der Potenzialflächen wird durch die Bearbeitung der folgenden Kriterien bzw. die Beantwortung der damit verbundenen Fragen vorgenommen:

- **Lage/ Umgebung:**
Wo liegt der Standort im Stadtgebiet und was sind die umgebenden Nutzungen und Gebäude?
- **Aktuelle Nutzung/Zustand:**
Wie wird die Fläche momentan genutzt (z. B. als Brache, Parkplatz, Gewerbe)? Wie stellt sich der derzeitige Zustand dar (vorhandene Gebäude, Altlasten, Topografie, Zuschnitt etc.) und ergeben sich daraus Umsetzungsschwierigkeiten?
- **Städtebauliche Einordnung:**
Kann sich die Fläche in vorhandene städtebauliche Strukturen bzw. in die Umgebung einpassen oder stellt sie einen Fremdkörper dar? Ist der Standort in Wohnbereiche eingebunden und kann er vor diesem Hintergrund als Nahversorgungsstandort fungieren?

- **Verkehrliche Rahmenbedingungen:**
Wie sind die verkehrlichen Rahmenbedingungen zu bewerten (Anbindung motorisierter Individualverkehr, öffentlicher Personennahverkehr, ruhender Verkehr)?
- **Einzelhandelsrelevante Einordnung:**
Inwiefern beeinflusst eine geplante Einzelhandelsnutzung unter Berücksichtigung der errechneten Potenziale die bestehenden Einzelhandelsstrukturen? Sind Synergien zu erwarten oder eher negative Auswirkungen?
- **Planungsrechtliche Situation:**
Welche Rahmenbedingungen ergeben sich für die Flächenverfügbarkeit aus den bestehenden Planwerken zum Standort (Bebauungsplan, Flächennutzungsplan etc.)?

Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes sind zwei Potenzialflächen benannt worden, die angesichts dieser oben genannten Kriterien näher analysiert und bewertet wurden (vgl. auch nachfolgende Karte).

Karte 14: Übersicht über die Lage der untersuchten Potenzialflächen



1: Hansen-Gelände, Orkotten

2: Potenzialfläche Fürstendiek

Quelle: eigene Darstellung

Potenzialfläche 1: Hansen-Gelände, Orkotten



Quelle: eigene Darstellung

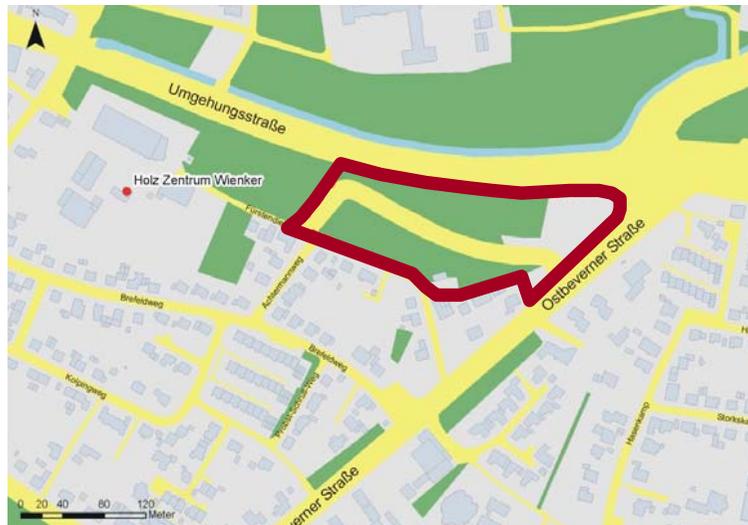


Quelle: eigene Aufnahmen



Lage/Umgebung	Lage im südwestlichen Siedlungsbereich im Gewerbegebiet Orkotten; westlich des Sonderstandortes großflächiger Einzelhandel.
Aktuelle Nutzung/Zustand	Brachliegendes ehemaliges Gewerbegrundstück; ca. 13.000 m ² , ebenerdig, nahezu rechteckiger Zuschnitt, größtenteils überbaut mit Gewerbehallen; rückwärtig Freiflächen vorhanden
Städtebauliche Einordnung	Unmittelbar angrenzend an Sonderstandort sowie KiK; Gegenüberliegend Wohnbebauung in unmittelbarem Umfeld; Integration in die städtebauliche Struktur als räumliche Ergänzung des Sonderstandortes möglich
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Gute verkehrliche Erreichbarkeit; Erschließung über Orkotten bzw. Daimlerstraße
Einzelhandelsrelevante Einordnung	Als direkt an Sonderstandort Orkotten angrenzendes Grundstück möglicher Standort für großflächigen Einzelhandel in Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich
Planungsrechtliche Situation	Gemischte Baufläche (laut FNP)
Fazit / Empfehlung	Gefahr negativer städtebaulicher Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich nicht zu erwarten; Fläche bietet sich aufgrund ihrer Größe und unmittelbaren Nachbarschaft zum Ergänzungsstandort des zentralen Versorgungsbereiches Orkotten unter bestimmten Voraussetzungen als Einzelhandelsnutzung für zentrale Nutzungen an. (aber: Größenanforderungen beachten!)

Potenzialfläche 2: Fürstendiek



Quelle: eigene Darstellung



Quelle: eigene Aufnahmen

Lage/Umgebung	Lage im nordöstlichen Siedlungsbereich westlich der Ostbeverner Straße.
Aktuelle Nutzung/Zustand	Brachliegende z.T. bewaldete Freifläche; ca. 17.000 m
Städtebauliche Einordnung	In siedlungsräumlicher Randlage; im Süden Wohnbauflächen und gemischte Bauflächen angrenzend; städtebaulich teil-integriert
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Verkehrlich gute Erreichbarkeit über Ostbeverner Straße und nördlich angrenzender Umgehungsstraße (B 51)
Einzelhandelsrelevante Einordnung	Kein Bezug zum zentralen Versorgungsbe- reich; Verbesserung der Nahversorgungssi- tuation nördlich der Ems; Randlage inner- halb des nordöstlichen Siedlungsbereiches
Planungsrechtliche Situation	Gewerbegebiet (laut FNP)
Fazit / Empfehlung	Der Standort eignet sich aufgrund seiner siedlungsräumlichen Randlage grundsätz- lich als Nahversorgungsstandort für den nordöstlichen Siedlungsbereich. Aber: da eine zukünftige Baugebietsausweisung nördlich der B 51 nicht vorgesehen ist, bleibt die Randlage bestehen. Daher kann der gesamte Siedlungsbereich nördlich der Ems als Suchraum für einen poten- ziellen Nahversorgungsstandort herangezo- gen werden. Ein potenzieller Nahversorger sollte eine Größenordnung von max. 1.000 m ² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

8.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Telgte

Die übergeordneten zukünftigen Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen, allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z. B. Bevölkerungsentwicklung und –verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) und insbesondere mit Blick auf die übergeordneten rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, LePro NRW) ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt definiert, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

- **Sicherung der landesplanerischen Funktion Telgtes als Grundzentrum**
Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Grundzentrum kommt es der Stadt Telgte dabei hauptsächlich zu, die eigene Bevölkerung zu versorgen. Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen und regionalen Kontext – auf diese Funktion Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Telgte zu gewährleisten.
- **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes im gesamten Stadtgebiet**
Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und –konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Telgte attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Stadt Telgte zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Bereichen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt dem Hauptgeschäftsbereich Innenstadt eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung etc. zu, während es Aufgabe des Ergänzungsstandortes Orkotten ist, die Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich funktional zu ergänzen. Die Nahversorgungsstandorte sollen die Nahversorgung der Bevölkerung sicher stellen. Zu einem attraktiven Einzelhandelsangebot zählt zudem auch der großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandel, der im Bereich Orkotten außerhalb des Ergänzungsstandortes gesichert und ausgebaut werden kann.
- **Sicherung und ggf. Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im Stadtgebiet**
Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsan-

gebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes; häufig bilden Lebensmittelanbieter in kleineren Ortsteilen wie Westbevern-Dorf und -Vadrup eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtstadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Telgter Stadtgebiet und in den beiden Ortsteilen zu schaffen bzw. zu erhalten, was gleichzeitig die Konzentration auf verschiedene Standorte zur Folge hat. Hier muss allerdings auch darauf hingewiesen werden, dass diese idealtypische Versorgungsstruktur nicht überall realisiert werden kann, da die zum Teil sehr geringe Bevölkerungszahl in einigen Bereichen, insbesondere in den beiden Ortsteilen, keine ausreichende Mantelbevölkerung für einen größeren Lebensmittelanbieter darstellt.

- **Sicherung und Stärkung der hierarchischen Versorgungsstruktur**
Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist eine ausgewogene hierarchische Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsstruktur entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebotes. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente angeboten werden, führt in der Regel zu einer Schwächung der bestehenden Zentrenstruktur und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge.
- **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe (insbesondere Sicherung und Stärkung des Sonderstandortes großflächiger Einzelhandel als Ergänzungsstandort)**
Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. –standortgemeinschaften wie wie z.B. im Gewerbegebiet Orkotten, die sich außerhalb des gewachsenen Zentrums befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes– durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.
- **Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel**
Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechen-

den Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Er bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

- **Verhinderung konterkarierender Planungen**

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

- **Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels**

Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der Angebote anstrebt.

8.3 Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Telgte

Die Ergebnisse der Verkaufsflächenpotenzialberechnungen bedeuten für Telgte, dass neben einem behutsamen quantitativen Ausbau insbesondere räumlich-strukturelle Verbesserungen der Angebotssituation speziell im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt die Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte sicherstellen können. Dies bedeutet insbesondere, dass neue oder sich vergrößernde Anbieter nur bewusst, mit Blick auf die Gesamtentwicklung als Konkurrenz „gesetzt“ werden sollen. Dies impliziert eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsfläche zusätzlicher Anbieter. Mögliche Ausnahmen müssen im Detail geprüft werden. Diese Ausnahmen können dann sinnvoll sein, wenn sie die angestrebte räumlich-strukturelle Entwicklung des Einzelhandels in Telgte forcieren können wie z. B. durch die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, der räumlichen Konzentration des Einzelhandels oder durch die Sicherung bestehender Anbieter (insbesondere wichtige Einzelhandelsmagneten wie Lebensmittelanbieter in Westbevern-Dorf und –Vadруп).

Im Hinblick auf eine den aufgeführten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Telgte sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, um im Rahmen der kommunalen Selbstbindung, aber auch für zukünftige Bauleitplanverfahren und für bestehende und zukünftige Betreiber Signale zu setzen, die durch entsprechende Beschlüsse des Rates der Stadt Telgte

abzusichern sind. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Es werden folgende **Grundsätze** zur Umsetzung empfohlen:

Grundsatz 1

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in Verbindung mit dem Ergänzungsstandort Orkotten

- Um den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich in seiner Funktion zu stärken und diesen attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie eingeschränkt auf den Sonderstandort Orkotten, als funktionalen Ergänzungsstandort, zu beschränken.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich (Hauptgeschäftsbereich der Telgter Innenstadt mit dem Ergänzungsbereich Orkotten) zulässig sein, um die Innenstadt in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.
- Außerhalb dieses positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsraumes können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen *keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich* zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten eine *strukturprägende Größenordnung* nicht überschreiten und der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen. Mit Blick auf die kleinteilige Telgter Angebotsstruktur, insbesondere im Hauptgeschäftsbereich, gelten in diesem Zusammenhang alle Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten mit einer Betriebsgröße von mehr als 400 m² Verkaufsfläche sowie alle Einzelhandelsbetriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 m² als strukturprägend. Dies gilt für alle nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente i.S.d. „Telgter Sortimentsliste“.
- Diese Regelung betrifft einzelne Betriebe, d.h. auch Agglomerationen von mehreren Einzelhandelsbetrieben der genannten Größenordnung zu einem insgesamt größeren (und somit wesentlich bedeutsameren) Standortbereich sind auszuschließen.
- Auch wenn in Mischgebieten (MI-Gebieten) i.d.R. Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit = 800 m² Verkaufsfläche) grundsätzlich möglich ist, ist im Einzelfall zu prüfen, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist, in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel grundsätzlich auszuschließen. Dies kann mit Blick auf die Lage des jeweiligen Mischgebiets zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich, dem Wohnanteil im Mischgebiet und den sich hieraus ergebenden Bedürfnissen der Nahversorgung sowie hinsichtlich der vorhandenen Bestandsbetriebe jeweils unterschiedlich ausfallen.

- In Gewerbe- und Industriegebieten sowie – in Abhängigkeit von der jeweiligen Zweckbestimmung und den vorhandenen textlichen Festsetzungen – auch Sondergebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszu-schließen.

Grundsatz 2

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten nur noch im zentralen Versorgungsbereich

- Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer hierarchisch gegliederten Versorgungsstruktur sowie der Sicherung und ggf. dem Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im Stadtgebiet sollen **Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zukünftig ausschließlich im zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Telgte zulässig sein. Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.
- An **solitären Standorten** außerhalb des räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiches können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann sinnvoll und zulässig sein, **wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen** und keine Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erwarten lassen (Beispiel Potenzialfläche Fürstendiek). Dies ist dann der Fall, wenn die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem 700 m Radius eine Quote von 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) nicht überschreitet und keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 700 m Radius mit dem 700 m Radius des zentralen Versorgungsbereiches besteht. Diese Ausnahmeregelung gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von GE- / GI-Gebieten.

Grundsatz 3

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten vorrangig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und am Sonderstandort großflächiger Einzelhandel (Orkotten)

- Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) könnte zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung einer auch räumlich ausgewogenen Zentren- und Versorgungsstruktur Telgtes – auch im Sinne positiver Synergien für die Betriebe – sollten jedoch auch **Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente räumlich gelenkt werden**, um eine Dekonzentration des Angebotes und Verteilung über das Stadtgebiet zu vermeiden. Dafür bieten sich neben dem zentralen Versorgungsbereich insbesondere die Standortbereiche außerhalb des Ergänzungsbereiches im Orkotten (u.a. Edeka) an.

- Aufgrund der insgesamt begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume besteht in absehbarer Zeit nicht die Notwendigkeit, neue Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten/ auszuweisen. Demzufolge gilt der **Sonderstandort „Orkotten“ als Vorrangstandort für solche Ansiedlungsvorhaben** (vgl. Karte 16). Die Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten könnte zu einer städtebaulich bedenklichen Verschärfung des Wettbewerbs führen und einschlägige Betriebe zur Aufgabe zwingen. Bei derartigen Betriebsaufgaben besteht die Gefahr, dass dann die Sortimentsstruktur geändert und (weitere) zentrenrelevante Warengruppen an diesen Standorten zu Lasten der Innenstadtentwicklung angeboten werden. Wird dieses gemäß der konzeptionellen Zielsetzung verhindert, entwickelt sich dann zumeist ein Leerstand, der zu einem Imageverlust einzelner Standortbereiche (z.B. Orkotten) wie auch der Stadt Telgte insgesamt als Einkaufsstandort oder auch zu anderen städtebaulichen Problemen führen kann. Die Entwicklung vorhandener – stadtstrukturell sinnvoller – Flächenreserven am Standort „Orkotten“ ist daher der Ausweisung neuer Sonderstandorte vorzuziehen.
- Zur angemessenen Versorgung mit Angeboten nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind der Einzelhandelsbestand und der Sonderstandort „Orkotten“ als zukünftiger Konzentrationsbereich innerhalb des Prognosehorizontes prinzipiell vollkommen ausreichend. **Bestehende Einzelhandelsbetriebe** mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z.B. Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte), die ihren Standort **außerhalb des definierten zentralen Versorgungsbereiches und des Sonderstandorts** haben, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt, die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet und sich diese Erweiterung nicht negativ auf den zentralen Versorgungsbereich und den Sonderstandort bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.
- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- und Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereiches bzw. des zentralen Versorgungsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf den Hauptgeschäftsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z. B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z. B. Lebensmittel sind im Baumarkt unzulässig), zulässig sein. Bisher hat sich eine Begrenzung auf rund 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 800 m² Verkaufsfläche) als praktikabel erwiesen, wobei einzelne Randsortimentsgruppen eine Verkaufsflächengrößenordnung von maximal 300 m² nicht überschreiten sollten. Grundsätzlich sollte hierbei jedoch beachtet werden, dass

es derzeit nur begrenzte Verkaufsflächenpotenziale in den „klassischen nicht-zentrenrelevanten Hauptbranchen“ gibt (u. a. Baumarktsortimente), so dass eine Verschärfung des Wettbewerbs entweder durch eine sich von den klassischen Hauptbranchen lösende Sortimentsstruktur bewirkt wird (Zentrenrelevanz) und/oder der zunehmende Wettbewerb in Leerständen resultiert, die städtebauliche Probleme (Nachfolgeprobleme an dezentralen Standorten) nach sich ziehen können.

Grundsatz 4

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- und GI-Gebieten (sog. „Handwerkerprivileg“)

- Verkaufsstätten von Produktions- und Handwerksbetrieben in GE- und GI-Gebieten sollten dann zulässig sein, wenn die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet sowie in betrieblichen Zusammenhang errichtet ist. Der Handel mit gewerbespezifischen Waren darf aber die gewerbliche und/oder produzierende Tätigkeit flächen- und umsatzmäßig nicht überwiegen. Außerdem sollte die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO (800 m²) nicht überschritten werden.

8.4 Räumliches Leitbild zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Telgte

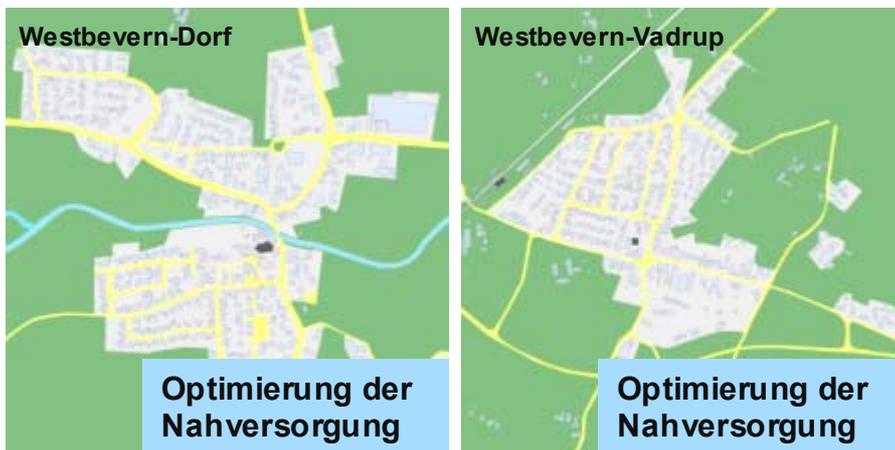
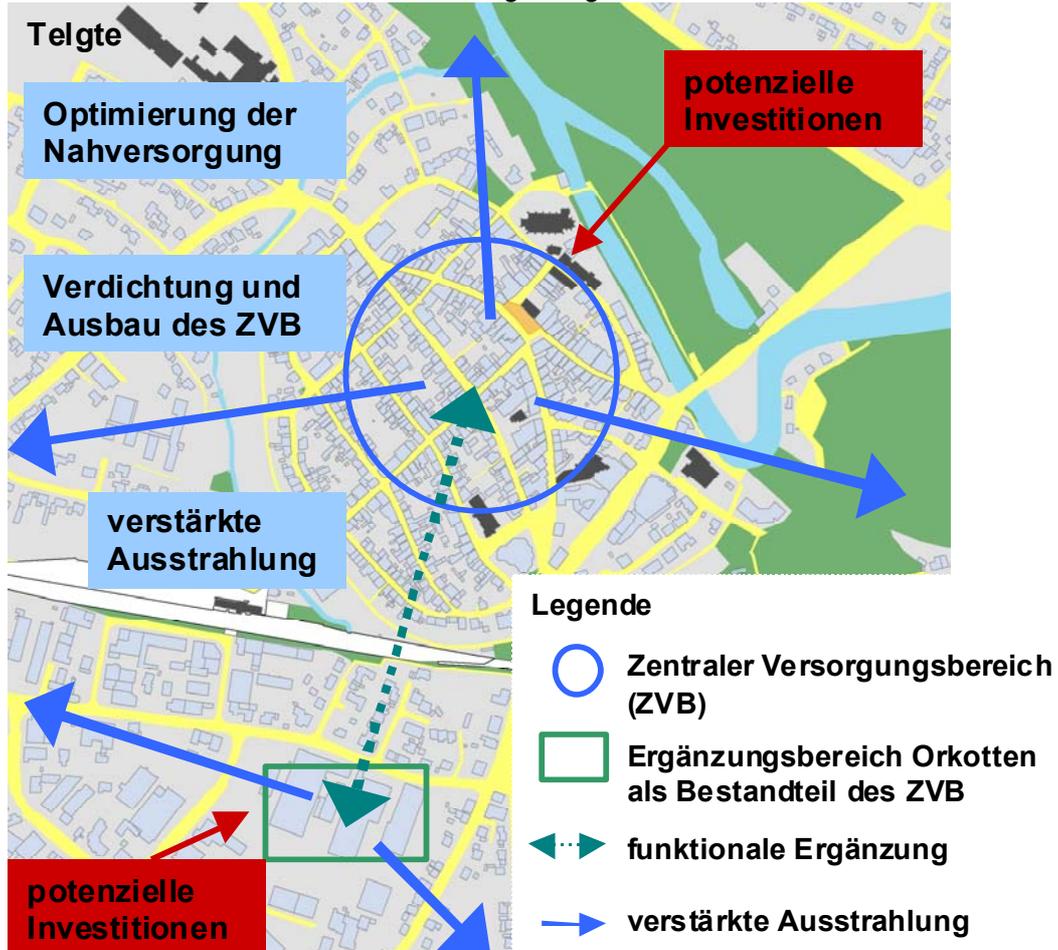
Das Leitbild wird im Folgenden ausführlich dargestellt. Zentrale Bausteine der Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind dabei neben den Grundsätzen:

- **Entwicklungsbereiche**, zentraler Versorgungsbereich i.S.d. relevanten Rechtsvorschriften,
- **Tabubereiche**, in denen zukünftig keine weitere Einzelhandelsentwicklung stattfinden soll
- sowie die Bereitstellung eines Instrumentariums, u.a. die **Telgter Sortimentsliste**, die zur Feinsteuerung einzelner Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes dient.

Grundgedanke des Leitbildes ist eine funktionale und einzelhandelsrelevante Gliederung der Versorgungsstrukturen in Telgte, bei denen insbesondere folgende Zielsetzungen im Vordergrund stehen:

Zum Erhalt und Ausbau einer **gegliederten Zentrenstruktur** ist eine gezielte Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, unter Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums, notwendig. Die verschiedenen Einzelhandelsstandorte im Telgter Stadtgebiet werden gemäß ihrer Versorgungsfunktion gesichert bzw. ausgebaut, wobei eine **Arbeitsteilung** der Standorte untereinander zu gewährleisten ist.

Karte 15: Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Telgte



Quelle: eigene Darstellung

Der Schwerpunkt der Planungen liegt dabei auf dem Erhalt des Hauptgeschäftsbereiches und dem Ergänzungsstandort Orkotten. Integrierte Standorte zur Sicherung der wohnortna-

hen Grundversorgung sind allerdings ebenfalls möglich. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und Ansiedlungsinteresse im zentralen Versorgungsbereich erhalten bleibt, was zu einer erhöhten Ausstrahlung des Einzelhandels führt. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert und „Verwerfungen“ können reduziert werden. Im Sinne einer verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung können im zentralen Versorgungsbereich aufgrund fehlender Flächengrößen nicht realisierbare Angebote am Ergänzungsstandort Orkotten verwirklicht werden, ohne den zentralen Versorgungsbereich jedoch zu schwächen bzw. zu gefährden.

Zur Gewährleistung der Grund- und Nahversorgung müssen die Nahversorgungsangebote mit Hilfe von klaren Standortdefinitionen bzw. - Funktionszuweisungen auf den zentralen Bereich der Stadt konzentriert werden. Strukturelle Verbesserungen wie beispielsweise die Abrundung des Betriebsformenmixes oder die Anpassung von Verkaufsflächengrößen einzelner Betriebe entsprechend der allgemeinen Entwicklungen stellen zentrale Punkte dar.

Im Hinblick auf die **Stärkung des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches** in Telgte sind Ergänzungen der Einzelhandelsstruktur im Rahmen der absatzwirtschaftlich tragfähigen und städtebaulich verträglichen Verkaufsflächenpotenziale anzustreben. Zudem kann eine Abrundung des Branchen- und Betriebsformenmixes zu einer Verbesserung der Attraktivität der Innenstadt insgesamt beitragen.

Um die Entwicklung und Ansiedlung **großflächiger, nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe** zu steuern, ist eine Konzentration dieser Betriebsformen im Bereich des Sonderstandortes Orkotten im Sinne einer geordneten Stadtstruktur als Ziel zu verfolgen.

Durch die Umsetzung der Ziele unter **Ausschöpfung des baurechtlichen Instrumentariums** im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung wird eine hohe Planungs- und Rechtssicherheit für alle Akteure erlangt. In möglichen Streitfällen bietet sich somit eine gute Rechtsposition.

Das Leitbild ist insbesondere durch die Stärkung der innerstädtischen Funktionen auf der einen Seite sowie die Sicherung bzw. den Ausbau der Nahversorgung bzw. bestehender Strukturen im gesamten Stadtgebiet unter Berücksichtigung stadtentwicklungspolitischer und betriebswirtschaftlicher Aspekte auf der anderen Seite charakterisiert.

Es ist darauf hinzuweisen, dass **ausschließlich** der **zentrale Versorgungsbereich Telgter Innenstadt** inklusive des Ergänzungsbereiches **Orkotten** nicht aber sonstige Einzelhandelsstandorte und das Gewerbegebiet – im Hinblick auf die neuen rechtlichen Rahmenbedingun-

gen **als zentraler Versorgungsbereich im Sinne u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB sowie § 24a LEPro** fungiert und somit **schützenswert** ist.

Die Stadt Telgte kann auf diesem Weg durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis gezielt Entwicklungsimpulse setzen und die Einzelhandelsentwicklung steuern. Die Akteure aus Politik und Verwaltung erhalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit. Es werden, im Hinblick auf Investoren, positive Signale nach Innen und Außen gesetzt. Einzelinteressen der Stadtentwicklung werden nachgeordnet betrachtet, so dass es im Einzelfall zur „Verprellung“ von Ansiedlungswilligen kommen kann.

Rechtlich bedeutet dies, dass Planungs- und Rechtssicherheit gegeben werden. Umfangreiche gesetzliche Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

8.5 Telgter Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und der hierfür formulierten Entwicklungsperspektiven stellt die „Telgter Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt dar. Insbesondere für die Umsetzung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist diese Differenzierung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Telgte ein wichtiges Instrumentarium für die Verwaltung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Im Hinblick auf die Anwendung und Einordnung von Sortimentslisten besteht vielerorts noch eine gewisse Unsicherheit. Häufig werden einfach allgemeine Listen, wie die sogenannte „Kölner Liste“ oder „Bielefelder Liste“ in die eigenen Bebauungspläne übertragen. Dies entspricht jedoch nicht den planungsrechtlichen Anforderungen an die Anwendung von Sortimentslisten, denn eine Differenzierung zwischen zentren- und nicht zentrenrelevanten Branchen kann nur im Einzelfall unter Berücksichtigung der spezifischen Situation vor Ort bestimmt werden.

Daneben spielen aber auch die landesplanerischen Zielvorgaben für die Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten eine wichtige Rolle. So formuliert das LEPro in § 24 a (2) „[...] die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden von der Gemeinde festgelegt. Bei Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage aufgeführten zent-

renrelevanten Leitsortimente zu beachten. [...]“.²⁴ Die dort aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente sind:

- Bücher/ Zeitschriften/ Papier/ Bücher/ Schreibwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/ Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
- Foto/ Optik
- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
- Uhren/ Schmuck

Spielwaren/ Sportartikel

Ein Rückgriff auf allgemeine Sortimentslisten, wie die des Einzelhandelserlasses oder auf die „Kölner Liste“ ist nur dann möglich, wenn diese den örtlichen Gegebenheiten entspricht und im gesamtstädtischen Kontext steht.²⁵ Der alleinige Rückgriff bei Bebauungsplanfestsetzungen auf „allgemeine Listen“ kann daher zu Abwägungsfehlern führen.²⁶

Für ein Plangebiet bedeutet dies, dass Sortimentslisten für jede einzelne Kommune gesondert aufgestellt werden müssen. Der Rückgriff auf allgemeine Listen ist nur dann "planungsrechtlich sicher", wenn diese für die jeweilige Kommune überprüft wurde und keine Abweichungen festzustellen waren.

Begriffsdefinition

In der Planungspraxis sind neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe vorhanden. Aus diesem Grund wird im Folgenden ein Kriterienkatalog, nach dem zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind, dargelegt:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind; einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind; in der Innenstadt am stärksten vertreten sind (Kriterium: Einzelhandelsstruktur);
- Innenstadtbesucher anziehen (Kriterium: Besucherfrequenz);
- einen relativ geringen, spezifischen Flächenanspruch haben bzw. stapelbar sind (Kriterium: Integrationsfähigkeit);

²⁴ Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung (Landesentwicklungsprogramm – LEPro) vom 19. Juni 2007

²⁵ Vgl. dazu z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998, Az. 7a D 108/96.NE, insbesondere S. 19ff.

²⁶ Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster in den Jahren 2003 und 2004.

- über hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung verfügen (Kriterium: Einzelhandelszentralität);
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtseinrichtungen nachgefragt werden (Kriterium: Kopplungsaffinität) und
- leicht transportiert werden können, d. h. zum Transport der Waren ist nicht regelmäßig das private Kfz erforderlich (Kriterium: Transportfähigkeit, „Handtaschensortiment“).

Nicht-zentrenrelevant sind dagegen vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe);
- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel) sowie
- überwiegend eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Diskussion üblicherweise strittiger Sortimente

Bei der Aufstellung einer Sortimentsliste gibt es grundsätzlich immer wieder Diskussionen zu einzelnen Sortimenten. Diese Diskussionen entstehen meistens dann, wenn ein konkreter Investor sich durch die Einstufung einzelner Sortimente im Hinblick auf sein Planvorhaben benachteiligt sieht. Im Folgenden werden einige Sortimente, die häufig in der Diskussion stehen, aufgeführt und gutachterlich bewertet.

Die **Computerbranche** ist starken Veränderungszyklen unterworfen. Vor allem ist hier zunehmend eine Veränderung der Zielkunden festzustellen: Während es lange Zeit eine nahezu ausschließlich beruflich orientierte Nutzung gab, erschließt diese Branche immer mehr den privaten Bereich. Bezeichnend hierfür ist die Entwicklung und Verbreitung von Computerspielen: Eine Grenze zwischen den Branchen Spielwaren und Computer ist kaum noch zu ziehen. Darüber hinaus wird aus heutiger Sicht zukünftig eine Trennung zwischen Unterhaltungselektronik und Computerbranche ebenfalls kaum möglich sein (Stichwort: Multimedia). Damit eine definitorische Ungenauigkeit wie Spielwaren oder Unterhaltungselektronik vermieden wird bzw. Einzelhandelsbetriebe nicht über die „Hintertür“ Computersortimente wie Spielwaren oder Unterhaltungselektronik an nicht-integrierten Standorten anbieten, sollte das Sortiment Computer als zentrenrelevant eingestuft werden.

Mit den neuen Betriebsformen sowie neuer Technik hat sich zum Teil das Kundenverhalten geändert. **Lebensmittel** werden z. B. sehr häufig auf Vorrat eingekauft. Auf Grund dieser Verhaltensänderung wird von den Betreibern die Zentrenrelevanz der Lebensmittel in Frage gestellt. Zur Erhaltung der Nahversorgung ist allerdings das Angebot von Lebensmitteln in zentralen Bereichen unabdingbar. Insofern ist die Standortwahl hierfür weiter auf die zentra-

len Bereiche zu beschränken. Darüber hinaus ist durch die Veränderung der Altersstruktur (Erhöhung des Anteils älterer Menschen) und der Haushaltsstruktur („Single-Gesellschaft“) davon auszugehen, dass der Vorratseinkauf zurückgehen wird. Eine rückläufige Tendenz bei den großflächigen Anbietern ist dennoch eher unwahrscheinlich. Außerdem sind Lebensmittelanbieter auf Grund ihrer hohen Kundenfrequenz insbesondere für die Erhaltung der Versorgungsfunktionen in zentralen Bereichen der Ortsteile von herausragender Bedeutung. Zudem verwandeln sich die Einzelhandelsbetriebe zunehmend zu Kaufhäusern; dies ist insbesondere bei einigen Discountern festzustellen. Insofern ist auch vor diesem Hintergrund grundsätzlich eine Zentrenrelevanz gegeben.

Getränke werden häufig ebenfalls nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, da diese in der Regel in Kisten und größeren Mengen eingekauft werden. In diesem Fall ist das Herauslösen nachvollziehbar, da mit dem Betrieb eines Getränkemarktes eine Reihe störender Faktoren einhergehen (An- und Ablieferverkehr mit Lkw, Be- und Entladen im Kundenverkehr etc.). Eine Definition als nicht-zentrenrelevantes Sortiment ist dennoch problematisch, da damit eine Artikelgruppe und nicht mehr ein Sortiment bewertet wird. Es ist deshalb eine planungsrechtliche Möglichkeit zu finden (z. B. über eine Ausnahmeregelung), die der Besonderheit dieses Artikels Rechnung trägt.

Im **Sport- und Freizeitbereich** haben sich in den letzten Jahren Sportarten mit Sportgroßgeräten wie Surfen, Drachenfliegen, Tauchen etc. immer weiter verbreitet, so dass der Nachfrage entsprechende Einzelhandelsangebote gegenüber stehen. Die Einzelhandelsbetriebe erzielen mit diesen Teilsortimenten nur eine verhältnismäßig geringe Flächenproduktivität und sind auf Grund der Beschaffenheit ihrer Waren auf die Pkw-Kunden angewiesen, womit die verstärkte Nachfrage nach preisgünstigen und autokundenorientierten Standorten häufig begründet wird. Im Allgemeinen sind auch diese Sportgeschäfte jedoch durch einen erheblichen Umfang an Bekleidung gekennzeichnet, die Sportgroßgeräte werden häufig nur über den Katalog angeboten, im Ladengeschäft hingegen sind nur wenige Exponate vorhanden. Daneben bleibt die Besonderheit von Sportgroßgeräten im Hinblick auf ihre Transportfähigkeit unbestritten, was schließlich auch für die Einstufung als nicht-zentrenrelevant spricht. Zudem sind Sportfachgeschäfte, die tatsächlich den überwiegenden Anteil ihres Umsatzes mit den Geräten machen, erfahrungsgemäß entweder nicht großflächig oder bedürfen auf Grund ihrer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit keines Kern- oder Sondergebietes; daher kommen auch Mischgebiete als Standorte in Frage.

Eine einheitliche Sortimentsliste in Telgte

Mit der aufgeführten einheitlichen Sortimentsliste für die Stadt Telgte soll eine konsequente Vorgehensweise bei der Steuerung von Einzelhandels Sortimenten, insbesondere an nicht-integrierten Standorten, gewährleistet werden. Dabei wird zwischen nahversorgungsrelevanten (die eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente darstellen), zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden, da Definitionen, die scheinbar einen gewissen Spielraum zulassen (z. B. „in der Regel“), dem Bestimmtheitsgrundsatz widersprechen (siehe dazu Urteile des OVG Münster).

Die Zentrenrelevanz eines Sortimentes ergibt sich dabei aus zwei Kriterien:

- Zum Einen aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Telgte sowie
- Zum Anderen aus der definierten (da städtebaulich erforderlichen) Zielperspektive, die ein Sortiment zu einem zentrenrelevanten macht, sofern dieses – obgleich aktuell nicht oder nur marginal im Zentrum vertreten – für die (zukünftige) Attraktivität und Lebensfähigkeit des Telgter Zentrums von Bedeutung ist. Grundvoraussetzung hierfür ist allerdings, dass eine Realisierung (d. h. Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters) realistisch ist.

Für die Stadt Telgte zeigt sich, so auch das Ergebnis der aktuellen Situation (vgl. Kapitel 5), dass die zentrenprägenden Hauptbranchen (wie Bekleidung/Wäsche und Schuhe mit Verkaufsflächenanteilen von fast 48 % bzw. 44 % in der Innenstadt) zu einem großen Teil im historisch gewachsenen Zentrum vorhanden sind. Auch andere Hauptbranchen wie Uhren/Schmuck (90 % des Verkaufsflächenanteils im Hauptgeschäftsbereich) prägen mit ihren jeweiligen Verkaufsflächenangeboten den Telgter Hauptgeschäftsbereich.

Der innerstädtische Telgter Hauptgeschäftsbereich verfügt somit über eine erfreulich große Sortimentsvielfalt, die ihn von anderen dezentralen Einzelhandelsstandorten, abhebt. Diese Sortimentsvielfalt – und somit auch die Sicherung bzw. Erhaltung – ist somit ein wichtiger Attraktivitäts- und Zukunftsfaktor für die Stadt Telgte.

Demgegenüber finden sich einzelne Sortimente wie Unterhaltungselektronik, deren Angebotsschwerpunkte sich aktuell zwar außerhalb der Innenstadt befinden, die aber dennoch als zentrenrelevant eingestuft werden, da sie als wichtige Ergänzungsbausteine für die angesprochene Sortimentsvielfalt dienen können.

Ein etwas anderes Bild ergibt sich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, bei dem lediglich etwa 11 % im Hauptgeschäftsbereich vorhanden sind, doch perspektivisch sollte dieser Anteil

erhöht werden, da gerade diese Hauptbranche wesentlich zur Attraktivität und Lebensfähigkeit des Standortes beiträgt. Somit werden diese Sortimente als zentrenrelevant, aber auch als nahversorgungsrelevant vorgeschlagen.

Unter Berücksichtigung der oben aufgeführten beiden Kriterien sowie der Würdigung und gutachterlichen Bewertung aller unten aufgeführten Sortimente bzw. übergeordneten Hauptbranchen wird für die Stadt Telgte folgende ortsspezifische Sortimentsliste vorgeschlagen:

Tabelle 15: Telgter Sortimentsliste nach Hauptbranchen

Hauptbranchen	Sortimente	Zentrenrelevanz
Nahrungs- und Genussmittel	Bäckerei-/Konditoreiwaren	nahversorgungs- und zentrenrelevant
	Metzgerei-/Fleischereiwaren	nahversorgungs- und zentrenrelevant
	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Tee, Tabakwaren und Reformwaren)	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Drogerie- und Körperpflegeartikel, (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	nahversorgungs- und zentrenrelevant
	Parfümeriewaren	nahversorgungs- und zentrenrelevant
	Reformhaus	nahversorgungs- und zentrenrelevant
	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	zentrenrelevant
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	Bücher	zentrenrelevant
	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	zentrenrelevant
	Zeitungen/Zeitschriften	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Blumen / Zoo	(Schnitt-)Blumen	zentrenrelevant
	Zoologischer Bedarf, Tierfutter	nicht-zentrenrelevant
Bekleidung / Wäsche	Bekleidung allgem. (Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung etc.)	zentrenrelevant
	Damenoberbekleidung	zentrenrelevant
	Herrenoberbekleidung	zentrenrelevant
	Kinderbekleidung	zentrenrelevant
	Wäsche / Miederwaren / Bademoden	zentrenrelevant
	Handarbeitsbedarf / Kurzwaren/ Meterware / Stoffe / Wolle	zentrenrelevant
Schuhe / Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme	zentrenrelevant
	Schuhe	zentrenrelevant
	Sportschuhe	zentrenrelevant
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel	Geschenkartikel	zentrenrelevant
	Glas/Porzellan/Keramik	zentrenrelevant
	Haushaltswaren, Hausrat, Bestecke	zentrenrelevant
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Künstlerbedarf/Bastelzubehör	zentrenrelevant
	Musikinstrumente und Zubehör	zentrenrelevant
	Spielwaren	zentrenrelevant
	Waffen, Angler- und Jagdbedarf	zentrenrelevant

Hauptbranchen	Sortimente	Zentrenrelevanz
Sportartikel / Fahrräder / Camping	Fahrräder und Zubehör	zentrenrelevant
	Camping und Zubehör	zentrenrelevant
	Sportartikel- und kleingeräte	zentrenrelevant
	Sportbekleidung	zentrenrelevant
	Sportgroßgeräte	nicht-zentrenrelevant
Uhren / Schmuck	Uhren/Schmuck	zentrenrelevant
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto	Bild- und Tonträger	zentrenrelevant
	Computer und Zubehör	zentrenrelevant
	Telekommunikation und Zubehör	zentrenrelevant
	Unterhaltungselektronik und Zubehör	zentrenrelevant
	Foto	zentrenrelevant
Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte	zentrenrelevant
	Augenoptik	zentrenrelevant
	Sanitätsbedarf	zentrenrelevant
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	Elektrogroßgeräte (weiße Ware)	zentrenrelevant
	Elektrokleingeräte	zentrenrelevant
	Leuchten	nicht-zentrenrelevant
Möbel	Möbel, Büromöbel, Küchenmöbel, Gartenmöbel, Möbel allgemein	nicht-zentrenrelevant
Wohneinrichtung	Bilderrahmen	zentrenrelevant
	Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen	zentrenrelevant
	Kunstgewerbe/Bilder	zentrenrelevant
	Teppiche (Einzelware)	nicht-zentrenrelevant
	Bettwaren/Matratzen	zentrenrelevant
	Haus-, Bett- und Tischwäsche	zentrenrelevant
Bau- und Gartenmarktsortiment	Baumarktsortiment (Bodenbeläge / Teppiche (Auslegeware), Eisenwaren / Beschläge, Elektroartikel und -installationsmaterial, Tapeten, Farben / Lacke, Fliesen, Bauelemente, Baustoffe, Maschinen und Werkzeuge, Holz, Kamine, Kachelöfen, Sanitärbedarf, Rolläden, Markisen)	nicht-zentrenrelevant
	Pflanzen (Topf- und Freilandpflanzen), Sämereien	nicht-zentrenrelevant
	Gartenbedarf	nicht-zentrenrelevant
	Gartengeräte	nicht-zentrenrelevant
	Kfz-Zubehör	nicht-zentrenrelevant
	Motorradzubehör	nicht-zentrenrelevant
Sonstiges	Erotikartikel	nicht-zentrenrelevant

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 16: Telgter Sortimentsliste nach Zentrenrelevanz

Zentrenrelevanz	Sortimente
nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente:	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke, Tee, Tabakwaren und Reformwaren), Backwaren, Fleischwaren, Drogerie- und Körperpflegeartikel, (Kosmetika, Körperpflege, Putz- und Reinigungsmittel etc.), Parfümerie, Zeitungen und Zeitschriften
zentrenrelevante Sortimente	(Schnitt-)Blumen
	Bücher, Antiquariat, Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Organisationsmittel für Büro Zwecke
	pharmazeutische Artikel, medizinische (Optik, Hörgeräte) und orthopädische Artikel
	Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung, Kinderbekleidung, Lederbekleidung, Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Meterware Stoffe, Wolle, Wäsche/Dessous/Nachtwäsche, Berufsbekleidung
	Schuhe, Sportschuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme
	Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Hausrat, Bestecke, Geschenkartikel
	Spielwaren, Künstlerbedarf/Bastelzubehör, Babyartikel, Musikinstrumente, Sportpokale, Sportpreise, Briefmarken, Münzen
	Sportartikel und Sportkleingeräte, Sportbekleidung, Waffen, Angler- und Jagdbedarf; Fahrräder & Zubehör, Campingartikel
	Kunstgewerbe / Bilder und Rahmen, Gardinen / Heimtextilien / Dekostoffe, Haus-, Bett- und Tischwäsche, Bettwaren / Matratzen
	Elektrokleingeräte, Elektrogroßgeräte, Bild- und Tonträger, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör, Computer und Zubehör, Fotoartikel
	Uhren, Schmuck
nicht-zentrenrelevante Sortimente	Lampen/ Leuchten/ Leuchtmittel
	Sportgroßgeräte
	Möbel, Büromöbel, Küchenmöbel, Gartenmöbel, Antiquitäten
	Bodenbeläge / Teppiche (Auslegeware), Eisenwaren / Beschläge, Elektroartikel und -installationsmaterial, Tapeten, Farben / Lacke, Fliesen, Bauelemente, Baustoffe, Gartenbedarf und -geräte, Maschinen und Werkzeuge, Kfz- und Motorradzubehör, Holz, Kamine, Kachelöfen, Sanitärbedarf, Pflanzen und Samen, Rollläden, Markisen
	Zoologischer Bedarf (Tierfutter, -zubehör, lebende Tiere)
	Erotikartikel

Quelle: eigene Zusammenstellung

8.6 Entwicklungs- und Tabubereiche

Vor dem Hintergrund der begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung ergeben sich nur für bestimmte Standorte im Telgter Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche** an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen der oben definierten Funktionsteilung – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen **Tabubereiche** vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde.

8.6.1 Entwicklungsbereiche

Im Folgenden werden auf Grundlage der formulierten Grundsätze (vgl. Kap. 8.3) Handlungsempfehlungen für die speziellen Entwicklungsbereiche formuliert.

8.6.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Telgte Innenstadt

Der in der Innenstadt Telgtes angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der gesamtstädtischen und z.T. stadtübergreifenden Versorgung. Mit dem Ziel der Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen sind zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen, d. h. nicht ausschließlich einzelhandelsrelevante, auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. (vgl. dazu Karte 16).

Die Innenstadt nimmt als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen eine zentrale Rolle ein. Insbesondere der dort ansässige Einzelhandel stellt einen wichtigen Baustein dar, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität einer Innenstadt. Aus diesem Grund ist es für die Innenstadt von Telgte von besonders großer Bedeutung, die ansprechende Struktur insbesondere der Haupt- und Nebenlagen und die städtebaulich und architektonisch hohe Qualität sowie Attraktivität der Innenstadt zu bewahren bzw. auszubauen. Als Ziel sollte dabei der Aufbau von Synergieeffekten zwischen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie verfolgt werden.

Das Profil des zentralen Versorgungsbereiches der Telgter Innenstadt wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe bestimmt.

Entscheidend für die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches**, der damit als schützenswerter Bereich im Sinne von u. a. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB sowie 24a LEPro definiert wird, ist vor allem das Bilden einer funktionalen Einheit, die neben dem Einkauf auch weitere zentrenprägende Nutzungen umfasst.

In Telgte umfasst der zentrale Versorgungsbereich den Großteil der historisch gewachsenen Innenstadt und somit den Bereich innerhalb des Wallganges (vgl. zur Abgrenzung Karte 16).

Neben der **aktuellen Situation** werden auch **zukünftige Entwicklungsperspektiven** der Telgter Innenstadt berücksichtigt, um weitere Entwicklungen im Zentrum zu ermöglichen und so den vorhandenen Einzelhandelsbestand zu sichern und zu stärken. Aus diesem Grund gehören auch zur Zeit schwächere Nebenlagen in der **übrigen Altstadt** wie z.B. die Ritterstraße sowie der Bereich Orkotten (Ost) als **Ergänzungsbereich** zum zentralen Versorgungsbereich und bekommen damit den Status als schützenswerter Bereich. Dadurch ist auch der jetzige Feuerwehrstandort Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches und nach einer möglichen Verlagerung zum Orkotten perspektivisch eine potenzielle Umnutzung für Einzelhandel möglich. Da im weiteren Verlauf dieses Konzeptes noch auf eine perspektivische Verknüpfung der Innenstadt mit dem südlich angrenzenden Bereich Orkotten eingegangen wird, soll der Bereich südlich der Bahnlinie als Erweiterungsbereich und Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches fungieren.

Für den **Hauptgeschäftsbereich** erwächst für die Zukunft die Aufgabe, sich eindeutig als Zentrum von Telgte zu präsentieren und zu verkaufen. Dies kann auf mehreren Ebenen geschehen, wobei bei allen Maßnahmen, Projekten und Aktionen die Qualität im Mittelpunkt stehen muss. Aus gestalterischer Sicht spielen die kompakte historische Bebauungsstruktur mit teilweise repräsentativen Baukörpern und die „sternenförmig“ auf den Markt zulaufende innerstädtischen Straßen die entscheidende Rolle. Diese Qualitäten machen das Besondere der Ortsmitte von Telgte aus und müssen weiter ausgebaut bzw. gesichert werden.

Neben der Stärkung Innenstadt durch die rahmensetzenden Instrumente „Telgter Sortimentsliste“ und durch die Ausweisung von Entwicklungs- und Tabubereichen werden folgende **Maßnahmen** aus gutachterlicher Sicht zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt empfohlen:

Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches – Konzentration der Einzelhandelsnutzungen auf die Bereiche Münsterstraße, Emsstraße, Steinstraße, Bahnhofstraße und Markt

Zentrenrelevanter Einzelhandel funktioniert dann gut, wenn er kompakt organisiert ist und in einer entsprechenden Dichte auftritt. Dabei ist die Einzelhandelsdichte der Hauptlage als wichtigster Baustein eines Geschäftszentrums von entscheidender Bedeutung. In Telgte ist die Hauptlage in der Münsterstraße, Emsstraße, Steinstraße, Bahnhofstraße und am Markt zu lokalisieren. Allerdings bleibt die Einzelhandelsdichte in der Hauptlage vielfach unter 75% und ist daher „steigerungsfähig“.

Foto 8: Emsstraße



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2007

Eine Etablierung bzw. der Ausbau von Fachgeschäften mit zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen entsprechend der ermittelten branchenspezifischen Verkaufsflächenpotenziale ist insbesondere in diesem Bereich der Innenstadt sinnvoll. Daher sind Anstrengungen erforderlich, die die Einzelhandelsdichte dort weiter steigern und darauf abzielen, den Einzelhandel auf die Hauptlage zu konzentrieren. Dabei sind zum einen Strategien zu entwickeln, die die Leerstände wieder mit Einzelhandelsnutzungen füllen. Zum anderen ist es ratsam, in der Hauptlage vorhandene Dienstleister zu verlagern und die Ladenlokale durch Einzelhandel zu nutzen. Dienstleister, wie z.B. Versicherungen, sind nicht zwangsweise auf hohe Passantenfrequenzen angewiesen und kommen auch gut in „schwach“ frequentierten Abschnitten der Innenstadt oder in Randbereichen des Geschäftszentrums zurecht. Gleichwohl sind sie wichtige Bausteine einer funktionierenden Innenstadt.

Foto 9: Königstraße / Ritterstraße

Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2007

In Telgte sind insbesondere Bereiche außerhalb der Hauptlage (Königstraße, Ritterstraße und Mühlenstraße) geeignete Standorte für Dienstleister. Im Gegenzug können Einzelhandelsanbieter aus den Randbereichen des Geschäftszentrums in die Hauptlage verlagert werden. Voraussetzung hierfür ist, dass sich entsprechende Ladenlokale finden, die von ihrer Größe und Lage her geeignet sind und eine Zusammenarbeit mit den Gewerbetreibenden und Immobilienbesitzern gelingt. Der Aufbau eines Flächenmanagements ist für die Entwicklung solcher Strategien ein geeignetes Instrument.

Profilierung der Steinstraße

Foto 10: Steinstraße / Bahnhofstraße

Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2007

Die Steinstraße weist lediglich an der Einmündung zum Markt eine ansprechende Einzelhandelsdichte auf. In Richtung Süden dünnt die Einzelhandelsnutzung deutlich aus. Mittel- bis langfristig könnte diese Straße zusammen mit dem Steintor als Bindeglied zwischen Innenstadt und dem Ergänzungsbereich Orkotten fungieren. In diesem Zusammenhang sollte auch, nach einer möglichen Verlagerung der Feuerwehr, über eine Berücksichtigung bzw.

Umnutzung des in räumlicher Nähe zur südlichen Steinstraße gelegenen Feuerwehrstandortes nachgedacht werden.

Entwicklung von Potenzialflächen – Steintor als zukünftiges Bindeglied entwickeln!

Langfristig sollten die Entwicklungsflächen Feuerwehrstandort sowie südlich der Bahnlinie einer zentrenrelevanten Nutzung zugeführt werden. Insbesondere den Nebenlagen des zentralen Versorgungsbereiches südlich der Bahnlinie am Steintor kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, da nur über diesen Bereich eine perspektivische Anbindung des Ergänzungsstandortes Orkotten an die Hauptlage des zentralen Versorgungsbereiches möglich ist.

Foto 11: Steintor



Quelle: eigene Aufnahme, August 2007

Bei den Nutzungsüberlegungen spielt Einzelhandel eine große Rolle. Die Architektur muss attraktiv entwickelt werden. Gerade im Zentrum sind außergewöhnliche und hochwertige Gebäude von besonderer Bedeutung, da über sie auch eine Identifikation der Einwohner Telgtes mit dem Zentrum und der Stadt erreicht werden kann. Zur Erlangung von qualitätsvoller Architektur sind u.a. Wettbewerbsverfahren zu empfehlen.

Orkotten (Ost) – Sicherung als Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereiches!

Aktuell stellt dieser Standortbereich einen Sonderstandort für zentren- und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel mit einer stadtweiten und z. T. auch -übergreifenden Versorgungsfunktion dar.

Foto 12: Orkotten



Quelle: eigene Aufnahme, Juni 2007

Zukünftig soll dieser Standort als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort zum Hauptgeschäftsbereich mit Schwerpunkt größere bzw. großflächige Betriebsformen fungieren.

Gemeinschaften fördern und Aktionen durchführen!

Die bestehenden Zusammenschlüsse der Werbegemeinschaft „Telgter Hanse“ sollten unterstützt werden. In Kooperation mit der Stadtverwaltung und anderen relevanten Akteuren sollten gezielte Marketingstrategien für das Telgter Zentrum entwickelt werden. Eine bessere Identifikation mit dem Zentrum und hohe Besuchszahlen können auch über gemeinsam veranstaltete Feste und Aktionen erreicht werden. Daher sollten in Zusammenarbeit mit dem Gewerbeverein und anderen Telgter Vereinen Aktionen und Feste durchgeführt werden, die Besucher ins Zentrum ziehen.

Außendarstellung des Einzelhandels – Einkaufserlebnis Altstadt

Die Außendarstellung der einzelnen Geschäfte ist ein wichtiger Baustein der Atmosphäre in der Telgter Innenstadt. Durch Verbesserungen kann die Strahlkraft der Innenstadt erhöht werden. Neben der Schaufenstergestaltung als „Visitenkarte“ des Geschäfts oder der Dekoration der Geschäftseingänge spielen vor allem Werbeanlagen eine wichtige Rolle. Viele Werbeanlagen und Außenverkaufsflächen in Telgte könnten deutlich attraktiver sein. Daher ist eine abgestimmte Aufwertung anzustreben. Die Stadt Telgte kann dabei Anreize schaffen, Wettbewerbe organisieren oder gute Beispiele auszeichnen.

Im historischen Zentrum Telgtes ist vor allem das „Einkaufserlebnis“ Altstadt zu profilieren. Verbesserungen im öffentlichen Raum oder der Außendarstellung der Geschäfte sowie Aufwertungen der Gebäudefassaden sollten immer eine Steigerung der Attraktivität der Altstadt und eine Profilierung des Einkaufserlebnisses zum Ziel haben. Dabei sollten die unterschiedlichen Bereiche im Zentrum von Telgte entsprechend ihrer individuellen Stärken herausgearbeitet werden.

Service

Gemäß dem Grundsatz „der Kunde ist König“ ist der Servicegedanke im Telgter Einzelhandel weiterhin konsequent umzusetzen. Durch die Vielzahl eigentümergeführter Fachgeschäfte ist bereits heute ein hohes Serviceniveau zu konstatieren, das sich jedoch in erster Linie in der Freundlichkeit des Personals und der persönlichen Bindung zum Kunden manifestiert. Diese Grundelemente des Kundenservices sollten durch eine Qualifizierung der Einzelhändler u.a. durch Serviceworkshops, Schulungen von Mitarbeitern oder Unternehmensberatungen professionell ausgebaut und verstetigt werden. Um den Anspruch der Kunden an Verlässlichkeit und Servicestandards eines Einzelhandelsstandortes noch besser gerecht zu werden, ist zusätzlich die Umsetzung einheitlicher Öffnungszeiten zu empfehlen. Die Festlegung einer Kernöffnungszeit für alle Betriebe im Hauptgeschäftszentrum kann ein vielversprechender Anfang sein. Weitere Ansatzpunkte ergeben sich hinsichtlich der Ausweitung von Hol- oder Bringdiensten sowie Liefer- oder Änderungsservices.

Förderung von Gastronomie und Kultur im Hauptgeschäftsbereich

Für die Atmosphäre und die Ausstrahlungskraft im Hauptgeschäftszentrum sind Gastronomie- und Kultureinrichtungen zwar nicht hauptsächlich verantwortlich, ihnen kommt aber vor dem Hintergrund des multifunktionalen Charakters des Zentrums von Telgte eine besondere Rolle zu. Die Möglichkeiten zur Kopplung von Einkaufen mit dem Besuch kultureller, gastronomischer oder auch öffentlicher Einrichtungen sollten weitmöglichst gefördert werden (z.B. Außengastronomie, Cafés, Restaurants). Die Stadt sollte daher im Gespräch mit relevanten Akteuren bleiben. Als für die Gastronomie interessant ist in Telgte an erster Stelle der Markt zu nennen, der in dieser Hinsicht auch auf die angrenzenden Seitenstraßen positiv ausstrahlen kann.

Bildung von Innenstadtinitiativen

Viele der vorab formulierten Empfehlungen können in Zusammenarbeit der innerstädtischen Eigentümer und Einzelhändler umgesetzt bzw. initiiert werden. Dabei kann zum einen auf bereits vorhandene Initiativen der Einzelhändler wie der Telgter Hanse zurückgegriffen werden. Als besonders effizient hat sich in der jüngsten Vergangenheit die Organisationsstruktur Business Improvement District (BID's) herausgestellt. Die aus Amerika stammende Idee setzt auf eine Zusammenarbeit von Gewerbetreibenden und Grundbesitzern und wird durch das Land Nordrhein-Westfalen gefördert. Die bisher verfolgte auf Freiwilligkeit basierende Strategie, soll dabei zukünftig durch ein Gesetz optimiert werden. Durch das geplante Gesetz soll über eine Sonderabgabe eine gesicherte Finanzierungsbasis für die Umsetzung von Maßnahmen zur Aufwertung eines Stadtviertels geschaffen werden. Für Telgte verbindet sich

hiermit die Chance, gemeinsam mit allen Akteuren in der Innenstadt an deren Stärkung mitzuarbeiten.

Weitere Ansatzpunkte für eine qualitative Attraktivierung

Zur Sicherung der bestehenden Einzelhandelsstruktur sind neben Angebotsarrondierungen vor allem qualitative Verbesserungen zu empfehlen. Darunter ist beispielsweise die wettbewerbsmäßige Anpassung von Betriebsgrößen bestehender Anbieter (oder Leerstände) zur Sicherung einer langfristigen Existenz der entsprechenden Betriebe bzw. Nutzung der Ladenlokale zu verstehen. Zudem spielen gestalterische Qualifizierungen wie die Optimierung des Erscheinungsbilds der Betriebe (Schaufenster, Ladengestaltung, usw.) eine Rolle.

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich Telgte

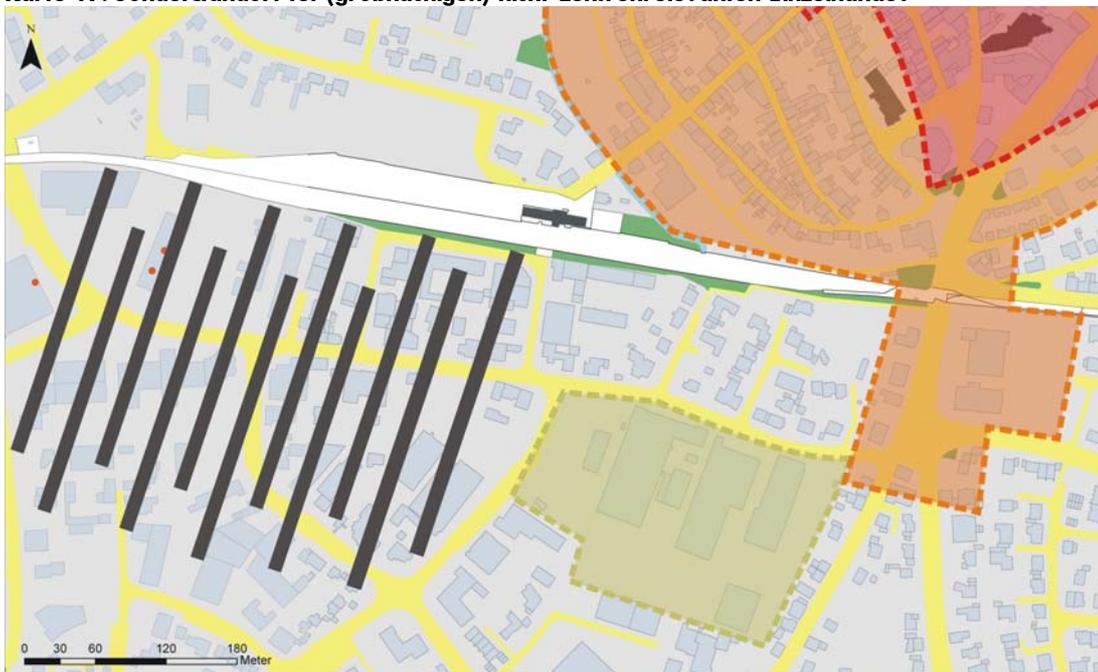


Quelle; eigene Darstellung, ohne Maßstab

8.6.1.2 Entwicklungsbereich: Sonderstandort großflächiger Einzelhandel Orkotten (West)

Aktuell stellt dieser Standortbereich (Edeka) einen Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel dar. Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zukünftig (auch unter Berücksichtigung der als insgesamt gering zu bewertenden Verkaufsflächenpotenziale) im Sinne einer geordneten Stadtstruktur und zur Vermeidung einer Dekonzentration des Einzelhandelsangebotes auf die Straße Orkotten, insbesondere um den zweiten Sonderstandort großflächiger Einzelhandel konzentriert werden (vgl. dazu Karte 17). Dabei genießen die bestehenden Anbieter Edeka und Lidl Bestandsschutz.

Karte 17: Sonderstandort für (großflächigen) nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel



Quelle: eigene Darstellung

8.6.2 Tabubereiche

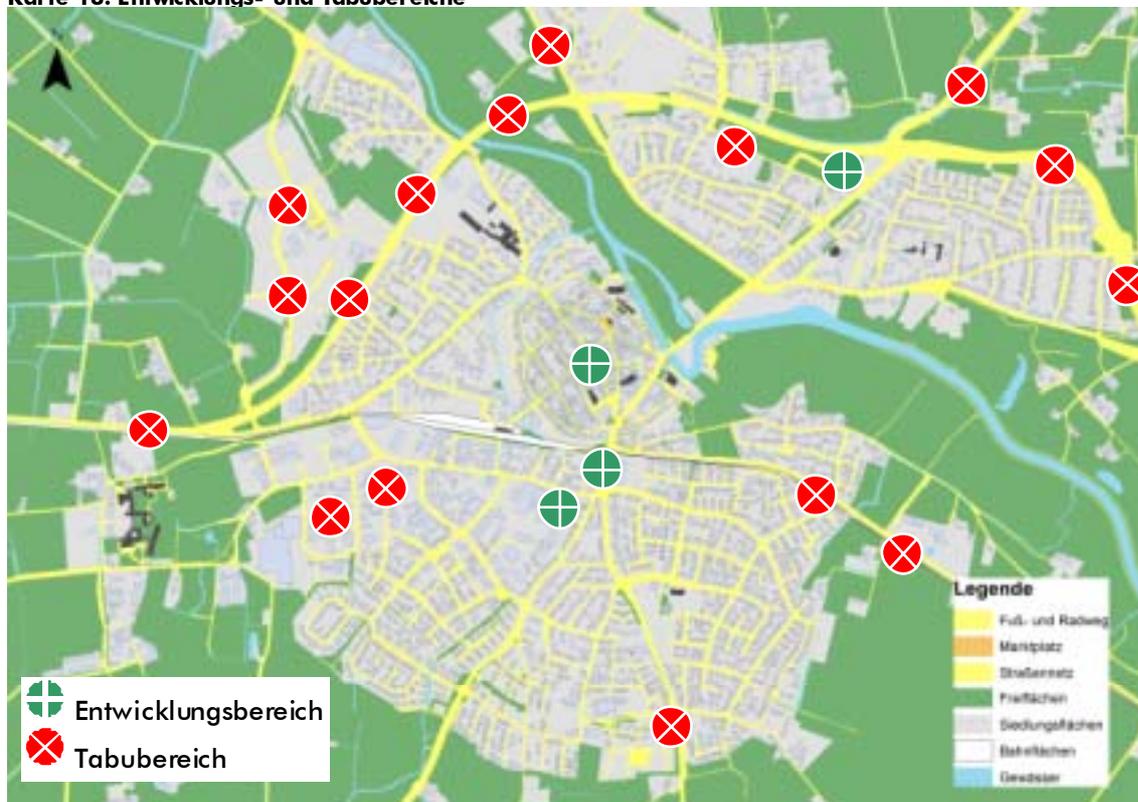
Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind**. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Gewerbe- und Industriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (vor allem zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel) im Bereich der Einfallstraßen ist zum Schutz bestehender Versorgungsbereiche und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen. Dabei handelt es sich um folgende Straßen bzw. Bereiche:

- Alverskirchener Straße
- Warendorfer Straße
- Westbevermer Straße (nördlich der B 51)
- B 51
- B 64
- Gewerbegebiete Orkotten und Gewerbepark Kiebitzpohl

Ausgenommen davon sind definierte Entwicklungsbereiche, wie der funktionale Ergänzungsbereich Orkotten und der Bereich Orkotten (West).

Karte 18: Entwicklungs- und Tabubereiche



Quelle: eigene Darstellung

Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe genießen Bestandsschutz. Eine weitere Ansiedlung von Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimente sollte zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung konsequent vermieden werden.

Bereits bestehende oder zukünftig zu entwickelnde, verdichtete definierte Versorgungsbereiche sind im Bereich der oben genannten Straßen davon ausgeschlossen.

Die nachfolgende Tabelle stellt noch einmal zusammenfassend die errechneten Verkaufsflächenpotenziale der verschiedenen Hauptbranchen sowie Empfehlungen zu Betriebstypenergänzungen und Standortempfehlungen dar:

Tabelle 17: Räumliche Zuteilung der Entwicklungsspielräume

Hauptbranche	Flächenpotenziale bis 2017 in m ²	Empfehlungen zu Betriebstypenergänzungen	Standortempfehlungen	
			Zentraler Versorgungsbereich	Sonderstandort Orkotten (West) ²⁷
Nahrungs- und Genussmittel	520-1.160	Erweiterungsflächen für bestehende Lebensmittelanbieter Neuansiedlung (bei Bevölkerungswachstum)	X (+ Nahversorgung Fürstendiek)	--
Blumen / Zoologischer Bedarf	160-230	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe	X	X (nur Zoo)
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	20-200	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe Neuansiedlung	X	--
Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen	180-230	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe Neuansiedlung	X	--
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	250-320	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe	X	--
Wohneinrichtungsbedarf	250-360	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe Neuansiedlung	X	--
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	170-230	Erweiterungsfläche für bestehende Betriebe	X	--
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT/Telekomm. / Fotoartikel	640-740	Erweiterungsfläche für bestehenden Fachhandel Neuansiedlung	X	--
Baumarktsortimente	3.200- 3.700	Erweiterungsfläche für bestehenden Fachhandel Neuansiedlung	--	X
Summe	5.390-7.170			

Quelle: eigene Darstellung; gerundete Werte

²⁷ Sonderstandort für (großflächigen) nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Karte 17)

9 Schlusswort

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung des Einzelhandels in Telgte bietet gute Chancen, auch zukünftig ein attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz bereit zu halten bzw. zu schaffen, welches einen Kompromiss zwischen den betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept liegt ein Baustein der zukünftigen Stadtentwicklung vor, der durch seine vielfältigen Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert.

Der Umfang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

- Einzelhändler, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ zu prüfen und, soweit vertretbar, umzusetzen. Insbesondere das Erreichen eines angemessenen Standards hinsichtlich der Verkaufsflächen und Außenpräsentation ist hier von Bedeutung.
- Die Verwaltung der Stadt Telgte wird angesprochen, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen zu schaffen und relevante Maßnahmen im öffentlichen Raum zu forcieren.
- Zudem sind alle Akteure aufgefordert, das Einzelhandelskonzept für Telgte fortzuschreiben, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen mit berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Telgter Angebotsstruktur (z. B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Telgter Umland.

Abschließend wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Telgte durch Beschlussfassung im Rat der Stadt politisch manifestiert werden muss, um eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure zu erlangen und so die zukünftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung in Telgte optimal zu sichern und zu stärken.

Gleichzeitig gelingt es auch nur über einen politischen Beschluss, dass das Einzelhandelskonzept als sonstiges städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB für die bauplanerische Umsetzung planungssicher angewendet werden kann.

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	19
Abbildung 2: Dienstleistungsangebot in der Telgter Innenstadt.....	41
Abbildung 3: Kaufkraftbindungs- und abflussquoten.....	58
Abbildung 4: Monetäre Kaufkraftbindungen und –abflüsse in Mio. Euro	59
Abbildung 5: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Telgte)?.....	60
Abbildung 6: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Westbevern-Dorf)?.....	61
Abbildung 7: Wo werden Nahrungs- und Genussmittel überwiegend gekauft (Westbevern-Vadруп)?.....	61
Abbildung 8: Wo wird Bekleidung/Wäsche überwiegend gekauft?.....	62
Abbildung 9: Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in Telgte ein?	62
Abbildung 10: Vermissen Sie bestimmte einzelhandelsrelevante Angebote/Betriebsformen in Telgte?	64
Abbildung 11: Was könnte in Telgte besser gemacht werden?.....	65

Fotos

Foto 1: Leerstand in der Emsstraße und Folgenutzung in der Steinstraße	39
Foto 2: Steinstraße und Markt	47
Foto 3: Münsterstraße und Bahnhofstraße	49
Foto 4: Königsstraße und Kapellenstraße	50
Foto 5: Sonderstandort „Großflächiger Einzelhandel“, Orkotten.....	51
Foto 6: Westbevern-Dorf.....	53
Foto 7: Westbevern-Vadруп.....	53
Foto 8: Emsstraße	101
Foto 9: Königstraße / Ritterstraße.....	102
Foto 10: Steinstraße / Bahnhofstraße	102
Foto 11: Steintor	103
Foto 12: Orkotten	104

Karten

Karte 1: Lage im Raum.....	22
Karte 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2007.....	23
Karte 3: Siedlungsstruktur der Stadt Telgte.....	25
Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte in Telgte (600m-Radius).....	36
Karte 5: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe (ab 400 m ² VKF)	38
Karte 6: Räumliche Verteilung der Leerstände in der Innenstadt (Stand: Mai 2007).....	40
Karte 7: Räumliche Verteilung der Dienstleistungsbetriebe in der Telgter Innenstadt.....	42
Karte 8: Einzelhandelsdichten in der Innenstadt von Telgte	44
Karte 9: Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereichs der Telgter Innenstadt.....	46
Karte 10: Einzelhandelslagen im Hauptgeschäftsbereich.....	48
Karte 11: Einzelhandelsstruktur Westbevern-Dorf.....	52
Karte 12: Einzelhandelsstruktur Westbevern-Vadруп.....	54
Karte 13: Verflechtungsbereiche des Telgter Einzelhandels.....	67
Karte 14: Übersicht über die Lage der untersuchten Potenzialflächen.....	78
Karte 15: Leitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Telgte.....	88
Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich Telgte	107
Karte 17: Sonderstandort für (großflächigen) nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel	108
Karte 18: Entwicklungs- und Tabubereiche	109

Tabellen

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Telgte.....	13
Tabelle 2: Räumliche Differenzierung der Haushaltsbefragung / Alter der befragten Personen.....	15
Tabelle 3: Teilnehmer der Arbeitskreissitzungen.....	20
Tabelle 4: Angebotssituation des Telgter Einzelhandels.....	27
Tabelle 5: Einzelhandelskennziffern im Vergleich.....	28

Tabelle 6: Angebotssituation des Telgter Einzelhandels nach Stadtteilen	30
Tabelle 7: Verkaufsfläche in Telgte nach Lagen	33
Tabelle 8: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung	34
Tabelle 9: Aktuelle Leerstände (Mai 2007) im Telgter Stadtgebiet	40
Tabelle 10: Vergleich der Angebotssituationen in Innenstädten	45
Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Telgte	57
Tabelle 12: Gründe für die Einschätzung	63
Tabelle 13: Branchenspezifische Umsätze und Zentralitäten des Telgter Einzelhandels	69
Tabelle 14: Zusätzliche rechnerische Verkaufsflächenpotenziale bis 2017	75
Tabelle 15: Telgter Sortimentsliste nach Hauptbranchen	96
Tabelle 16: Telgter Sortimentsliste nach Zentrenrelevanz	98
Tabelle 17: Räumliche Zuteilung der Entwicklungsspielräume	110

Anhang

Ergänzende planungsrechtliche Empfehlung

Auf Grundlage der formulierten Ziele und Grundsätze und zur Sicherung der räumlichen Angebotsstruktur in der Stadt Telgte ist es zukünftig sinnvoll, Einzelhandelsverdachtsflächen, d.h. Flächen, für die bereits heute konkrete Einzelhandelsanfragen vorliegen oder die zukünftig ins Visier der Investoren rücken könnten, bauplanungsrechtlich im Sinne des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zu überprüfen und ggf. neu zu überplanen. Eine entsprechende Vorgehensweise ist auch für bereits bestehende Einzelhandelsstandorte zu empfehlen, da eine gezielte sortimentspezifische Steuerung im Falle einer Nachfolgeregelung gerade an nicht-integrierten Standorten ebenfalls notwendig erscheint.

Ganz allgemein sollte demnach zentrenrelevanter Einzelhandel außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vor allem in Gewerbe- und Industriegebieten konsequent durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen gem. §1 Abs.5 bzw. §1 Abs.9 BauNVO ausgeschlossen oder zumindest weitgehend eingeschränkt werden. Die dafür notwendigen Planänderungen sollten zumindest in den für Fachmärkten, Supermärkten oder Discountmärkten interessanten Siedlungsrandbereichen bzw. an stark frequentierten Verkehrsstraßen vorsorglich durchgeführt werden, um unnötige Schwierigkeiten und Entschädigungspflichten zu vermeiden, die bei einem Abwarten entsprechender Bauanträge entstehen können.

Das vereinfachte Verfahren nach §13 BauGB bzw. dem am 01. Januar 2007 neu in Kraft getretenen §9 (2a) BauGB bietet sich für eine zentrenorientierte Überplanung bislang unplanter Innenbereiche an, die trotz des neuen §34 Abs.3 BauGB insbesondere an nicht-integrierten, bereits durch Einzelhandel geprägten Standorten zu empfehlen ist.

Übertragen auf die ortsspezifische Situation in der Stadt Telgte können folgende grundsätzliche Varianten des Umgangs mit zukünftigen Einzelhandelsplanungen festgehalten werden:

- **Allgemeiner Ausschluss von Einzelhandel**

Der grundsätzliche Ausschluss von Einzelhandel bietet sich zur Wahrung der räumlichen Angebotsstruktur insbesondere in den erwähnten Tabubereichen der Stadt an. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die größeren Einfallstraßen (mit Ausnahme der abgegrenzten Entwicklungsbereiche) und Industrie-/Gewerbegebiete bzw. -brachen. Die bestehenden Betriebe sind im Rahmen des Bestandsschutzes hiervon unbetroffen.

- **Ausschluss bzw. Begrenzung von zentrenrelevantem Einzelhandel im Hauptsortiment**

In den Bereichen außerhalb der Innenstadt und dem Ergänzungsbereich ist der Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches zwingend geboten. Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente sollen gemäß des Grundsatzes 3 behandelt werden. Diese Standortbereiche müssen hinsichtlich baurechtlicher Lücken überprüft und im Sinne der o.g. Aussagen baurechtlich gesichert werden.

Exemplarische textliche Festsetzungsvorschläge und Begründungsaspekte hinsichtlich Einzelhandelsnutzungen

Für die Rechtmäßigkeit, einzelne Sortimente an bestimmten Standorten auszuschließen, sei in diesem Zusammenhang auf ein aktuelles Urteil des OVG Münster verwiesen²⁸:

Die Leitsätze des Gerichts waren dabei:

- Die Zielsetzungen eines Bebauungsplans, die Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt zu erhalten und zu stärken, sind von §1 Abs.5 Satz 2 Nr. 4 und 8 BauGB sowie unter den Aspekten "Lebensqualität" und "gesellschaftliches Leben" auch von § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 3 BauGB gedeckt.
- Eine Stadt kann im Rahmen des ihr zustehenden Planungsermessens den in seiner zentralen Funktion besonders zu schützenden Kernbereich ihrer Innenstadt eigenverantwortlich festlegen.
- Sollen zum Schutz eines Innenstadtbereichs bestimmte Warensortimente an solchen Standorten ausgeschlossen werden, an denen eine entsprechende Nutzung den Zielsetzungen des planerischen Konzepts der Stadt zuwider laufen würde, bedarf es einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation; dabei können in den Ausschluss im Interesse einer Stärkung des Zentrums auch einzelne Sortimente einbezogen werden, die im Kernbereich nicht oder nur mit einem geringen Prozentanteil vertreten sind.

Die folgenden Textbausteine für die Bebauungsplanbegründung können aufgeführt werden, um darzulegen, warum Einzelhandelsvorhaben mit Blick auf die gesamtstädtische Situation verträglich oder unverträglich sein können.

Derzeitige Situation im Plangebiet: hier sollten alle Einzelhandelsnutzungen einzeln aufgeführt werden, z.B. großflächiger Lebensmittelmarkt, Fachmarkt xy, Betrieb mit xy-Herstellung mit Fabrikverkauf etc..

²⁸ OVG Münster: Wirksamkeit eines zum Schutz eines Innenstadtbereichs bestimmte Warensortimente ausschließenden Bebauungsplans. OVG Münster, Urt. v. 22.4.2004 - 7a D 142/02.NE + 13.05.2004 M a D 30/03.NE (Sundern); siehe auch: Janning: Ausschluss und Beschränkung des Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauN-VO, BauR 2005, 1093/1

Anlass und Ziel der Planung

... die Stadt Telgte hat den Beschluss zur Aufstellung des Bebauungsplans xy gefasst, um innerhalb des Plangebietes die Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben im Hinblick auf ihre Verkaufsflächen und Sortimente zu steuern.

Der vorliegende Bebauungsplan wurde unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes erarbeitet. Die Stadt Telgte ist bestrebt, die Funktionen Innenstadt als zentraler Versorgungsbereich zu erhalten und weiter zu stärken. Dazu gehören unter anderem der Erhalt und die Stärkung der Einzelhandelsfunktion im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, die dort eine prägende Funktion einnehmen. Die Situation des Einzelhandels in Telgte ist derzeit durch ein gesamtstädtisch ausreichendes quantitatives Angebot geprägt. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt befinden sich rund 23 % der Gesamtverkaufsflächen in Telgte. Um die Innenstadt im Verhältnis zur Gesamtstadt zu stärken und weiterhin zu positionieren sowie um Einzelhandelsansiedlungen nach den im Konzept formulierten räumlich-strukturellen Vorgaben zu steuern, wurde der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt innerhalb der Telgter Zentrenhierarchie als Vorranggebiet für Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten festgesetzt.

Prägendes Element des Warenangebotes im zentralen Versorgungsbereich des Hauptgeschäftsbereiches bilden die Warengruppen Bekleidung, etc.....

(hier in Abhängigkeit von möglichen Planungen Hinweis auf mangelnde absatzwirtschaftlich verträgliche Verkaufsflächenpotenziale und die damit zusammenhängende Tatsache, dass (Neu-) Ansiedlungen somit nur zu einer Umsatzumverteilung führen können, die bei einem zentrenrelevanten Sortiment zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches führen können, da hier voraussichtlich Umsatzpotenziale verloren gehen würden und somit ein Funktions- und Attraktivitätsverlust zu erwarten wäre)

..... Entwicklungen, die zu einer Schwächung des Versorgungsbereiches der Innenstadt insbesondere im Bereich der Hauptbranchen xy führen, sollten daher vermieden werden.

Eine weitere räumliche Zersplitterung der Einzelhandelslagen, insbesondere durch Ausweisung neuer Einzelhandelsstandorte mit zentrenrelevanten Sortimenten ist daher zu vermeiden.

Ausgehend von den heute für das Warenangebot im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt Telgtes prägenden Sortimenten wurde im Rahmen des Konzeptes eine Sortimentsliste definiert, welche die für Telgte zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimente beschreibt. Eine Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, welche die in dieser Liste genannten zentrenrelevanten Sortimente als Hauptsortiment vertreiben, sollte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vermieden werden. Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe mit (in der Liste benannten) nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten

sollten nicht außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden. Die Ansiedlung an Nahversorgungsstandorten gilt der Sicherung und Ergänzung der wohnortnahen Grundversorgung, solange keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die fußläufigen Nahversorgungsstrukturen in Telgte zu erwarten sind. Eine restriktive Ansiedlungspolitik dient zur Absicherung der Ziele und Prämissen der Einzelhandelsentwicklung in Telgte.

Regelungen für das Sondergebiet mit Einzelhandel = Positivplanungen

Für das Sondergebiet mit einer Festsetzung für großflächigen Einzelhandel mit vorwiegend nicht-zentren-relevanten Sortimenten sind ebenfalls die obigen Begründungszusammenhänge ausschlaggebend. Hier sind insbesondere Festsetzungen hinsichtlich zentrenrelevanter Sortimente von Bedeutung. Da es sich hier um sehr unterschiedliche Angebote, Betriebstypen und Größendimensionen handeln kann, können nur relativ unspezifische textliche Festsetzungsvorschläge gegeben werden. Unbedingt hinzuweisen ist jedoch darauf, dass auch bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorab eine landesplanerische und städtebauliche Untersuchung hinsichtlich der Integration in die Einzelhandelsstrukturen von Telgte erfolgen muss.

Für die einzelnen Nutzungen des xy-Betriebes werden die folgenden textlichen Festsetzungen vorgeschlagen:

- Der Standortbereich wird als Sondergebiet xy für (Nutzungszweck einfügen; z.B. Bau- und Heimwerkermarkt) ausgewiesen.
- Die zulässige Verkaufsfläche für den xy-Betrieb beträgt insgesamt maximal $xy \text{ m}^2$.
- Als Verkaufsfläche zählt (vgl. das entsprechende Kapitel im Anhang, die Definition kann sowohl hier als auch in den textlichen Begründungen erfolgen).
- Von der Gesamtverkaufsfläche von $xy \text{ m}^2$ darf die anteilige Verkaufsfläche für das „Hauptsortiment A“ maximal $xy \text{ m}^2$, für das „Hauptsortiment B“ maximal $xy \text{ m}^2$ betragen.
- Das Hauptsortiment A umfasst die einzelnen Sortimente a, b, c
- Das nicht-zentrenrelevante Randsortiment umfasst die einzelnen Sortimente a, b,
- Das zentrenrelevante Randsortiment umfasst die einzelnen Sortimente a, b, c.
- Die maximale Verkaufsfläche des zentrenrelevanten Randsortiments beträgt 10 % der Verkaufsfläche, maximal jedoch nicht mehr als $xy \text{ m}^2$ (hier muss eine Begründung mit einfließen, warum der Anteil der Randsortimente so und nicht anders ist, dazu ist wieder Bezug auf das Konzept zu nehmen).
- Das zentrenrelevante Randsortiment untergliedert sich in die Sortimente a mit maximal $xy \text{ m}^2$ Verkaufsfläche, b mit maximal $xy \text{ m}^2$ Verkaufsfläche
- ...

Insgesamt ist festzuhalten, dass es für die Gültigkeit eines B-Plans notwendig ist, eine an dem Einzelhandelskonzept orientierte Begründung hinsichtlich der Zu- oder Nichtzulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen zu geben. Die hier formulierten Ziele und Prämissen i.V.m. der für Telgte spezifischen Liste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente bilden eine ausreichende rechtliche Grundlage für die Begründung zukünftiger B-Pläne.

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Region.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 qm) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsvorgabe) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Integrierte Lage	Sonstige funktional und städtebaulich integrierte, dem Wohnsiedlungsbereich unmittelbar zugeordnete Standorte, in denen die Dichte/Konzentration nicht ausreicht, den Bereich als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Lebensmitteldiscounter	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 – 1.000 qm, Selbstbedienung.

Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können ggf. auch innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittel-fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht integrierte Lage	Standorte ohne Bezug zum Wohnsiedlungsbereich, d.h. in der Regel Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten oder sonstige autokundenorientierte „Grüne-Wiese“-Standorte.
SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitendes Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf)
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Stadtteilzentrum	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Handelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie) vorhanden.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Verkaufsfläche mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 qm, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.

Verkaufsfläche	Gemäß des aktuellen Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windgang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden (vgl. auch Einzelhandelserlass des Landes NRW).
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des § 34 (3) BauGB) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung - präsentation.

**Zentrenrelevante
Sortimente**

Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit (Handtaschensortimente) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Fragebogen Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Telgte

1. Für zukünftige Planungen interessiert uns besonders, wo Sie verschiedene Einkaufsartikel hauptsächlich besorgen. Ich zähle jetzt einige Warengruppen auf und Sie sagen bitte, wo Sie diese überwiegend kaufen. Nennen Sie bitte die Orte, wo Sie überwiegend kaufen!

Einkaufsorte: (1) Innenstadt Telgte (2) Gewerbegebiet Orkotten (3) sonstige Kernstadt Telgte (4) Westbevern-Vadup
 (5) Westbevern-Dorf (6) Münster (7) Warendorf (8) Gütersloh (9) Rheda-Wiedenbrück (10) Ahlen
 (11) Hamm (12) Sonstiger Ort und zwar

Bis zu 3 Nennungen möglich (hauptsächlicher Einkaufsort, weitere Einkaufsorte / Anbieter)

	Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter
Backwaren/Bäckerei()()()
Fleischwaren/Fleischerei()()()
Lebensmittel()()()
Getränke()()()
Gesundheits- und Körperpflegeartikel()()()
Schnittblumen/Zoo()()()
Schreibwaren/Papier/Zeitungen/Zeitschriften()()()
Bücher()()()
Bekleidung/Textilien()()()
Schuhe (ohne Sportschuhe)/Lederwaren()()()
Hobby-/Bastelbedarf()()()
Spielwaren()()()
Sportwaren (-artikel, -bekleidung, -schuhe)()()()
Camping-/Freizeitartikel()()()
Fahrräder und Zubehör()()()
Hausrat/Glas/Porzellan/Geschenkartikel()()()
Informationstechnik/Telekommunikation()()()
Unterhaltungselektronik/Bild-/Tonträger/Foto()()()
Uhren/Schmuck()()()
Hörgeräte/Augenoptik/Sanitätsbedarf()()()
Möbel()()()
Wohnungseinrichtungsbedarf ¹()()()
Bettwaren/Matratzen/Haus-, Bett- und Tischwäsche()()()
Bau- und Heimwerkerartikel()()()
Gartenbedarf, Pflanzen()()()
Elektrohaushaltsgeräte/Leuchten()()()

¹ Bilderrahmen / Rolläden / Markisen / Kunstgewerbe / Bilder / Gardinen / Heimtextilien / Dekostoffe / Teppiche

2. Wie schätzen Sie die Einkaufssituation in der Stadt Telgte ein?

(Interviewer: Kategorien nicht vorlesen, Mehrfachnennungen zulässig !)

Überwiegend positiv (1) oder überwiegend negativ (2)

Falls positiv, weil

Falls negativ, weil

Gute Einkaufsatmosphäre	(1)	Woanders mehr Einkaufsatmosphäre	(16)
Ansprechende städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes	(2)	Woanders ansprechendere städtebauliche Gestaltung des Einkaufsstandortes	(17)
Einkauf wird mit anderer Aktivität gekoppelt	(3)	Einkauf wird woanders mit anderer Aktivität gekoppelt	(18)
Gut mit dem Auto zu erreichen	(4)	Andere Orte mit dem Auto besser erreichbar	(19)
Gutes ÖPNV-Angebot	(5)	Woanders besseres ÖPNV-Angebot	(20)
Gute Rad- und Fußwegeverbindung	(6)	Woanders bessere Rad- und Fußwegeverbindung	(21)
Gute Parkmöglichkeiten	(7)	Woanders bessere Parkmöglichkeiten	(22)
Große Auswahl	(8)	Woanders mehr Auswahl	(23)
Preisgünstiges Angebot	(9)	Anderswo günstiger	(24)
Gute Qualität des Angebots	(10)	Woanders bessere Qualität des Angebots	(25)
Gute Beratung	(11)	Woanders bessere Beratung	(26)
Gute Serviceangebote	(12)	Woanders bessere Serviceangebote	(27)
Ansprechende Außendarstellung der Geschäfte	(13)	Woanders ansprechendere Außendarstellung der Geschäfte	(28)
Ansprechende Warenpräsentation in den Geschäften	(14)	Woanders ansprechendere Warenpräsentation in den Geschäften	(29)
Sonstige Gründe	(15)	Sonstige Gründe	(30)

3. Vermissen Sie bestimmte Sortimente und/oder Betriebsformen in Telgte (insgesamt)?

Interviewer: Antworten nicht vorlesen, Mehrfachnennungen und Firmennamen zulässig,

- Nein
- Ja

- Wenn ja, welche, in der Innenstadt oder an anderen Standorten (welche Standorte?)

4. Wodurch könnte die Innenstadt von Telgte für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden?

Denken Sie auch an andere Dinge als an das Einkaufen.

(Interviewer: Kategorien nicht vorlesen, Mehrfachnennungen möglich, wenn Antwort nicht eindeutig bitte klären / vertiefen)

Mehr oder verbesserte Gastronomie	(1)	Bessere ÖPNV-Anbindung der Ortsteile	(14)
Mehr kulturelle Veranstaltungen / Angebote	(2)	Erreichbarkeit mit öffentl. Verkehrsmitteln	(15)
Bestimmte spezielle Fachgeschäfte	(3)	Weiß nicht / keine Meinung	(16)
Verbessertes Lebensmittelangebot	(4)	Sonstige Nennungen:	(17)
Andere Ladenöffnungszeiten	(5)	Sonstige Nennungen	(18)
Bessere Warenpräsentation	(6)		
Verbesserte Serviceangebote	(7)		
Möglichkeit eines Lieferservice	(8)		
Größeres Angebot für Kinder und Jugendliche	(9)		
Größeres Freizeit- und Bildungsangebot	(10)		
Attraktive städtebauliche Gestaltung der Innenstadt	(11)		
Bessere Erreichbarkeit mit dem Auto	(12)		
Mehr Parkmöglichkeiten	(13)		

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung 2007