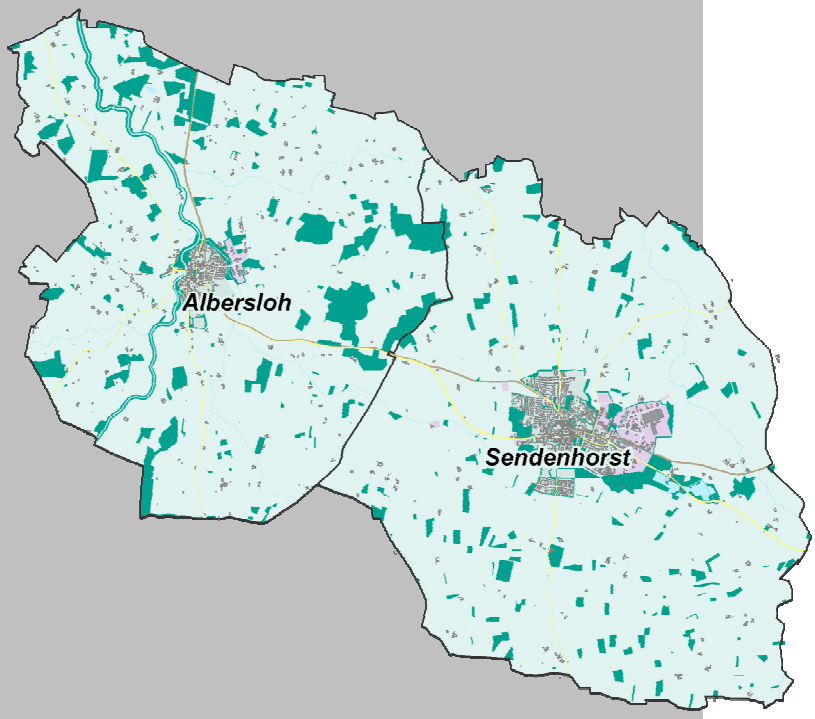
EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT
für die Stadt Sendenhorst



Junker und Kruse

November 2007

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Sendenhorst

Untersuchung im Auftrag der Stadt

Stefan Kruse
Eva Stubert
Andreas Mayer

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

November 2007

Inhaltsübersicht

1	**Ausgangslage und Anlass der Untersuchung**	**7**
2	**Methodik des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes**	**10**
3	**Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung**	**20**
4	**Angebotssituation des Sendenhorster Einzelhandels**	**24**
5	**Nachfrageseite des Sendenhorster Einzelhandels**	**45**
6	**Zukünftige Entwicklungsspielräume und –szenarien der Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst**	**66**
7	**Einzelhandelsentwicklungskonzept**	**88**

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage und Anlass der Untersuchung 7

2 Methodik des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes..... 10

2.1 Angebotsanalyse 10
2.2 Nachfrageanalyse 14
2.3 Städtebauliche Analyse 16
2.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur 18

3 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Sendenhorst 20

3.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung 20
3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung 22

4 Angebotssituation des Sendenhorster Einzelhandels 24

4.1 Allgemeine Angebotssituation auf gesamtstädtischer Ebene 24
4.1.1 Einzelhandelsrelevante Kennwerte 24
4.1.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots 28
4.1.3 Umsätze des Einzelhandels in der Stadt Sendenhorst 31
4.2 Angebotssituation im Stadtteil Sendenhorst 34
4.3 Angebotssituation im Stadtteil Albersloh 39
4.4 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung 41

5 Nachfragesituation des Sendenhorster Einzelhandels 45

5.1 Einzugsgebiet des Sendenhorster und Albersloher Einzelhandels 45
5.2 Kaufkraftpotenzial im Kerneinzugsgebiet -Gesamtstadt 47
5.3 Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss 49
5.4 Räumliche Einkaufsorientierung der Sendenhorster und Albersloher Bevölkerung 54
5.5 Bewertung des Einzelhandelsstandortes Sendenhorst und Albersloh aus Sicht der Kunden 57
5.6 Zentralitäten nach Warengruppen 61
5.7 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse 64

6 Zukünftige Entwicklungsspielräume und -szenarien der Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst 66

6.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung 66

6.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume 67

6.2.1 Allgemeine Aussagen zu absatzwirtschaftlichen Spielräumen 67

6.2.2 Parameter von absatzwirtschaftlichen Spielräumen bzw. zukünftigen Verkaufsflächenspielräumen 69

6.2.3 Absatzwirtschaftliche Spielräume in der Stadt Sendenhorst 69

6.3 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume 74

6.4 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung (Szenarien) 77

6.4.1 Szenario 1: "Freies Spiel der Kräfte" 78

6.4.2 Szenario 2: „Restriktion" 79

6.4.3 Szenario 3: „Räumlich-funktionale Gliederung" 82

6.4.4 Szenario 4: „Steuerung mit Ausnahmen" 84

6.5 Fazit 86

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept 88

7.1 Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst 88

7.2 Definition der zukünftigen Sendenhorster Zentrenstruktur 90

7.3 Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Sendenhorst . 92

7.3.1 Einordnung von Versorgungsbereichen 96

7.4 Handlungsempfehlungen für die Entwicklungsbereiche des Sendenhorster Einzelhandels 98

7.4.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt" 98

7.4.2 Zentraler Versorgungsbereich Grundversorgungszentrum Albersloh 101

7.4.3 Ergänzungsstandort „Ostheide" 103

7.4.4 Weitere Entwicklungsbereiche außerhalb der Zentren 104

7.5 Verträglichkeitsuntersuchung „Kohkamp" 104

7.6 Einordnung von Potenzialflächen zur Einzelhandelsentwicklung in Albersloh 115

7.7 Tabubereiche 128

7.8 Sendenhorster Sortimentsliste 128

7.9 Ergänzende planungsrechtliche Empfehlung 134

8 Schlusswort 136

9 Verzeichnisse 137

9.1 Abbildungsverzeichnis 137

9.2 Kartenverzeichnis 137

9.3 Tabellenverzeichnis 139

Fragebogen zur Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Sendenhorst 2007 140

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe 143

1 Ausgangslage und Anlass der Untersuchung

Allgemeine Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält, obwohl schon mehr als drei Jahrzehnte andauernd und in diesem Zeitraum mehrfach für beendet erklärt, weiter an. Waren es in den 80er und 90er Jahren die Fachmärkte und die Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte, so sind es seit Ende der 90er Jahre neben den großmaßstäblichen Shopping-Centern insbesondere die discountorientierten Vertriebsschienen und Betriebe, die massiv auf den deutschen Einzelhandelsmarkt drängen. Herausragendes Beispiel in diesem Kontext sind sicherlich die Lebensmitteldiscounter, die gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten vereinigen: In der Regel autokundenorientierte Standortwahl mit ausreichender Stellplatzzahl; preisaggressiv im Kernsortiment 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 erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen treten.

Es entstanden und entstehen immer noch zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die wiederum in vielen Fällen dazu geführt haben, dass diese sowohl in ihrer Attraktivität als auch in ihrer ökonomischen Bedeutung (auch für andere innenstadtrelevante Nutzungen) an Bedeutung verloren haben. Ebenso hat das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Regionen Deutschlands erheblich unter dieser Entwicklung an Bedeutung verloren.

Ähnliches gilt, wenngleich nicht so aggressiv auftretend, für Fachmärkte. Auch sie suchen nach wie vor all zu häufig Standorte außerhalb der unmittelbaren Zentren und können somit einen weiteren Bedeutungsverlust historisch gewachsener und häufig auch mit nicht geringen öffentlichen Fördermitteln sanierten Zentren nach sich ziehen.

Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dies bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster" mittlerweile zu dem Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

Warum ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Sendenhorst sinnvoll?

Den oben genannten betrieblichen/konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- wie auf Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu

bringen sind. Auch die Stadt Sendenhorst sieht sich vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortrahmenbedingungen auf der einen und volkswirtschaftlich / städtebaulich / stadtentwicklungsrelevant motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen auf die spezifische Situation in der Stadt abgestimmten, konstruktiven Umgang mit den erwähnten Strukturentwicklungen zu finden.

Zentren- bzw. auch nahversorgungsrelevante Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten können durch Überschneidungen mit Angeboten in den städtebaulich-funktionalen Zentren der Stadt Sendenhorst bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (wie z.B. niedrigere Miet- und Grundstückspreise, geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) kurz- bis mittelfristig zu einem massiven Bedeutungsverlust der historisch gewachsenen Zentren führen. Vor dem Hintergrund dieser Überlegenheit städtebaulich nicht integrierter Standorte in punkto Flächenpotenziale und Stellplätze sowie dem anhaltenden Ansiedlungsdruck an Standorten ohne Kontext zu den bestehenden Einzelhandelszentren, sind eindeutige politische und planerische Aussagen seitens der Stadt Sendenhorst unerlässlich. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kann verhindern, dass die zentralen Versorgungsbereiche an Bedeutung verlieren.

Für die weitere Entwicklung des Sendenhorster Einzelhandels ist neben den Einzelhändlern und den Haus- und Grundstückseigentümern nicht zuletzt die Stadt Sendenhorst als Träger der kommunalen Planungshoheit verantwortlich. So ist es die Stadt, die letztlich günstige Bedingungen im Rahmen ihres Ordnungs- und Baurechtes schaffen kann, die es dann von interessierten Investoren und Betreibern auszufüllen gilt.

Dabei ergeben sich zudem klare Vorteile für alle beteiligten Akteure:

- Es wird eine zukünftig abgestimmte Fortentwicklung der Einzelhandelsstrukturen im Konsens aller Akteure auf Ebene der Stadt Sendenhorst möglich.
- Es wird ein Beitrag für eine aktive Wirtschafts-, Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in der Stadt geleistet.
- Es wird eine stringente Ansprache potenzieller Investoren ermöglicht.
- Bisher getätigte Investitionen und vorhandene noch funktionstüchtige Einzelhandelsimmobilien bleiben weiterhin in Wert gesetzt.
- Vor allem durch eine quantitative Steuerung wird eine ruinöse Wettbewerbssituation verhindert.

Aus diesen Gründen erscheint es konsequent und auch zwingend erforderlich, dass die Stadt Sendenhorst beschlossen hat, ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erarbeiten zu lassen, mit dessen Durchführung im Februar 2007 das Büro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung beauftragt wurde. Diese Untersuchung soll, unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demografischen

und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen Strategien zur Einzelhandels- und letztendlich dann auch Stadtentwicklung aufzeigen. Ziel ist es, insbesondere vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung und Gesetzgebung im Themenkomplex Einzelhandel, 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 in die Lage versetzt werden, eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtischen Versorgungsstrukturen einschätzen zu können.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept kann sich in diesem Zusammenhang als grundlegender Orientierungs- und Steuerungsrahmen für die weitere Einzelhandelsentwicklung in und für Sendenhorst erweisen!

2 Methodik des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Sendenhorst stützt sich sowohl auf die Ergebnisse primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

Die **primärstatistische Erhebung** aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im Sendenhorster Stadtgebiet bildet im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzepts eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Sendenhorst gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Einzelhandelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE Handelsforschung, Köln.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange abgestellte Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO sowie § 24 a LEPro NRW darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in der Stadt Sendenhorst ergibt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Der Analyse der Angebotssituation liegen Daten aus einer umfassenden Bestandserhebung aller Sendenhorster Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) im Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im Februar / März 2007 eine flächendeckende Begehung des gesamten Sendenhorster Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels[1] durchgeführt.

[1] Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoffhandel werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet, wohl aber Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden zunächst die *Gesamtverkaufsflächen* und die jeweiligen *Hauptbranchen* der einzelnen Anbieter 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, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden[2].

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung des OVG Münster zum Themenkomplex 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 zentrentragende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen den in der nachfolgend aufgeführten Tabelle 1 zu entnehmenden 17 Hauptbranchen zugeordnet.

[2] Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen 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 Sendenhorst

Hauptbranchen		Sortimentsgruppen (Erhebungsgrundlage)
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:		
1.	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelfacheinzelhandel) Bäckerei- und Konditoreiwaren Metzgerei- / Fleischereiwaren Getränke (inkl. Wein, Sekt, Spirituosen)
2.	Blumen / Zoo	Schnittblumen Zoologischer Bedarf
3.	Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflegeartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, etc.) Parfümerieartikel Reformwaren Pharmazeutische Artikel (freiverkäufliche Apothekenwaren)
4.	Papier, Bücher, Schreibwaren	Sortimentsbuchhandel Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen und Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:		
5.	Bekleidung / Wäsche	Herren-, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung allgemein (Berufsbekleidung, Lederbekleidung, Pelze etc.) Wäsche und Miederwaren / Bademoden Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6.	Schuhe / Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Schirme)
7.	GPK / Hausrat / Geschenkartikel	Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8.	Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente und Zubehör Künstler- und Bastelbedarf Sammlerbriefmarken und –münzen
9.	Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel	Sportbekleidung und -schuhe Sportartikel und -geräte Campingartikel Fahrräder und Zubehör Waffen, Angler- und Jagdbedarf

überwiegend Langfristige Bedarfsstufe		
10.	Wohnungseinrichtungsbedarf	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Bettwaren und Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche
11.	Möbel	Möbel Bad- und Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel, Polsterauflagen Antiquitäten
12.	Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrogroßgeräte (Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware)) Sonstige Elektrohaushaltsgeräte und -zubehör (Staubsauger, Kaffeemaschinen, Mixer etc.) Leuchten
13.	Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte (braune Ware) Bild- und Tonträger Telekommunikation und Zubehör Computer und Zubehör, Software Fotoartikel
14.	medizinische und orthopädische Artikel	Orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf Hörgeräte Optikartikel
15.	Uhren / Schmuck	Uhren, Schmuck
16.	Bau- und Gartenmarktsortimente	Baustoffe und sonstiges baumarktspezifisches Sortiment (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren und Beschläge, Sanitärbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektroartikel und –installationsmaterial) Pflanzen, Sämereien Gartenbedarf und -geräte Kfz-Zubehör
17.	Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel, Kinderwagen

eigene Darstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Begehung und Vollerhebung des Sendenhorster Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelangebots sowohl auf städtischer Ebene als auch auf der Ebene der Stadtteile dar. Nicht nur durch die stadtteilspezifische Zugehörigkeit der Einzelhandelsgeschäfte, sondern auch durch die im Zusammenhang mit der städtebaulichen Analyse (vgl. Kap. 2.3) durchgeführte räumliche Einordnung der Geschäfte in ver-

schiedene Lagekategorien[3] können besonders auch die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevante Aussagen einfließen.

2.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfrageseite dar. Sie muss ein ebenso umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Sendenhorster Bevölkerung liefern wie Rückschlüsse über den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

Haushaltsbefragung

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

Die Haushaltsbefragung wurden von Dienstag, den 20.03.2007 bis Mittwoch, den 21.03.2007 entsprechend der stadträumlichen Verteilung der Wohnbevölkerung auf die beiden Stadtteile von der Firma marketing consulting systems GmbH, Erfurt (mcs GmbH) im Auftrag des Büros Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund durchgeführt. Insgesamt wurden 200 Haushalte aus Sendenhorst und Albersloh interviewt. Die Anzahl der Interviews in den Befragungsbereichen entspricht in etwa der Bevölkerungsverteilung auf die beiden Stadtteile Sendenhorsts.

Tabelle 2: Räumliche Differenzierung der Haushaltsbefragung

Befragungsbereich	Anzahl der Interviews	in %
Sendenhorst	144	72,0
Albersloh	56	28,0
Sendehorst gesamt	**200**	**100,0**

Haushaltsbefragung Sendenhorst, März 2007

[3] Neben den **städtebaulich-funktionalen Zentren** (z.B. Hauptgeschäftsbereich und Grundversorgungszentrum) unterscheidet man ferner **integrierte Lagen** (sonstige, dem Wohnsiedlungsbereich unmittelbar zugeordnete Standorte) und **nicht integrierte Lage** (Standorte ohne Bezug zu Wohnsiedlungsbereich, d.h. in der Regel Gewerbegebiete oder „Grüne-Wiese"-Standorte).

Insgesamt liegt mit der räumlichen Differenzierung der Haushaltsbefragung und der Differenzierung nach Alterstufen eine notwendige und zugleich ausreichende Repräsentativität vor. Die überdurchschnittliche Berücksichtigung weiblicher Befragter (ca. 80 %) 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-Interview-ing (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.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, 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 zu 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 in der Praxis u. a. auf Werte der BBE, Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen primärstatischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichun-

gen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

Kundenherkunftserhebung

Ergänzt wird die Betrachtung der Nachfrageseite durch eine Kundenherkunftserhebung, die in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Sendenhorst und Albersloh durchgeführt wurde. Hierzu wurden im Zeitraum vom 21. - 26. Mai 2007 Postleitzahlen-Listen in 20 ausgewählten Ladenlokalen verschiedener Branchen und Betriebstypen ausgelegt, in denen die für den Kassiervorgang zuständigen Personen die jeweils zahlenden Kunden nach Ihrem Wohnort bzw. der entsprechenden Postleitzahl gefragt haben. Berücksichtigt wurden strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im gesamten Sendenhorster Stadtgebiet, wobei ein räumlicher Schwerpunkt in den zentralen Versorgungsbereichen der beiden Sendenhorster Stadtteile gesetzt wurde. Hierdurch ergibt sich ein realistisches Bild über das derzeitige Einzugsgebiet der Stadt Sendenhorst.

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

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte Sendenhorsts im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt der Schwerpunkt der Betrachtungen auf der Innenstadt im Kernort Sendehorst sowie dem Ortszentrum Albersloh. Durch deren Lage in den Zentren der Siedlungsschwerpunkte der Stadt sind für die Prosperität der Geschäftszentren neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse der Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden. Im Einzelnen werden folgende Themenfelder zur Beurteilung herangezogen:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur

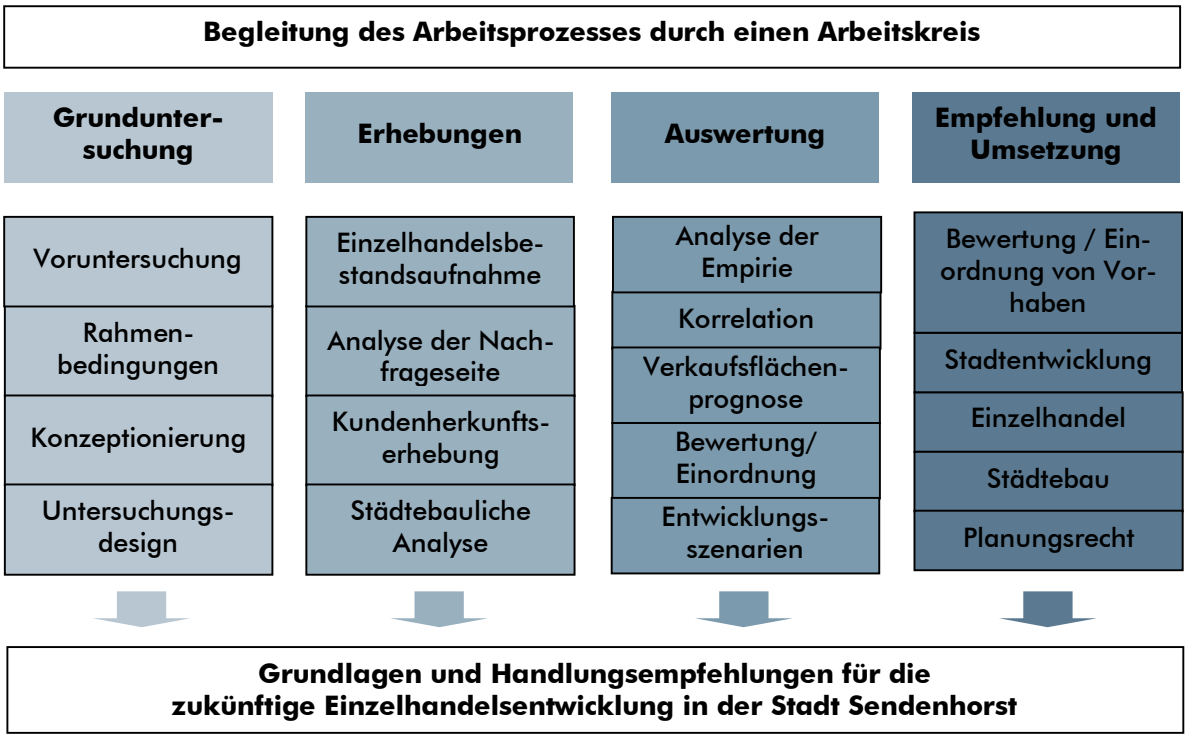
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre

Eine zunehmende Bedeutung ist diesem Analyseschritt durch die Novellierung des § 34 (3) BauGB zugekommen, bildet sie doch eine elementare Grundlage für die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche.
Hieraus und aus den in den Kapiteln 2.1 und 2.2 erläuterten Analysen ergibt sich dann ein umfassendes Gesamtbild der Situation vor Ort. Die städtebauliche Analyse erfolgt in Kapitel 4 der vorliegenden Untersuchung.

2.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

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

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



eigene Darstellung

Einrichtung eines begleitenden Arbeitskreises

Neben einer umfassenden Analyse der Angebot- und Nachfragestruktur ist es erstrebenswert, gleichrangig die Akteure aus der lokalen Kaufmannschaft sowie der Politik und Verwaltung für Fragen im Überschneidungsbereich von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Arbeitsprozess einzubinden. Ein entsprechender fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und stößt einen Diskussionsprozess – auch nach Ablauf der begleiteten 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. Aus diesem Grund wurde die Untersuchung durch einen Arbeitskreis begleitet, der Ergebnisse diskutierte und seinen lokalen Sachverstand in die Untersuchung einbrachte und somit nicht zuletzt zu einer größeren Transparenz der Ergebnisse und ihrer Transformation in die entsprechenden Stellen, Institutionen, Gremien und Akteure führte. Folgende Institutionen / Personen, für deren Mitwirken und konstruktive Mitarbeit nochmals ausdrücklich gedankt wird, haben an den verschiedenen Arbeitskreissitzungen teilgenommen:

Tabelle 3: Teilnehmer der Arbeitskreissitzungen

Stadtverwaltung:	
Herr Streffing	Bürgermeister
Herr Gantefort	Dienstbereichsleiter Bauwesen
Frau Krabbe	Dienstbereich Bauwesen
Herr Schulte Mesum	Dienstbereich Bauwesen
Frau Brockschmidt-Gerhardt	Stadtmarketing
Stadtrat:	
Herr Schmedding	CDU, Vorsitzender des Stadtentwicklungsausschusses
Herr Breul	CDU
Frau Seitz-Dahlkamp	SPD
Herr Rehsöft	FDP
Herr Thale	BfA
Externe:	
Frau Mersmann	IG Albersloher Kaufleute
Herr Knoll	Gewerbe- und Verkehrsverein Sendenhorst-Albersloh e.V.
Herr Quandt	Handwerkskammer Münster
Herr Höing	IHK Nord Westfalen
Frau Eksen	Einzelhandelsverband
Junker und Kruse:	
Herr Kruse	
Frau Stubert	

3 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Sendenhorst

Dieses Kapitel beinhaltet die Analyse der Versorgungsstruktur der Stadt Sendenhorst unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten. Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend zunächst eine Einordnung in die regionale Situation, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Sendenhorst auswirken kann.

3.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

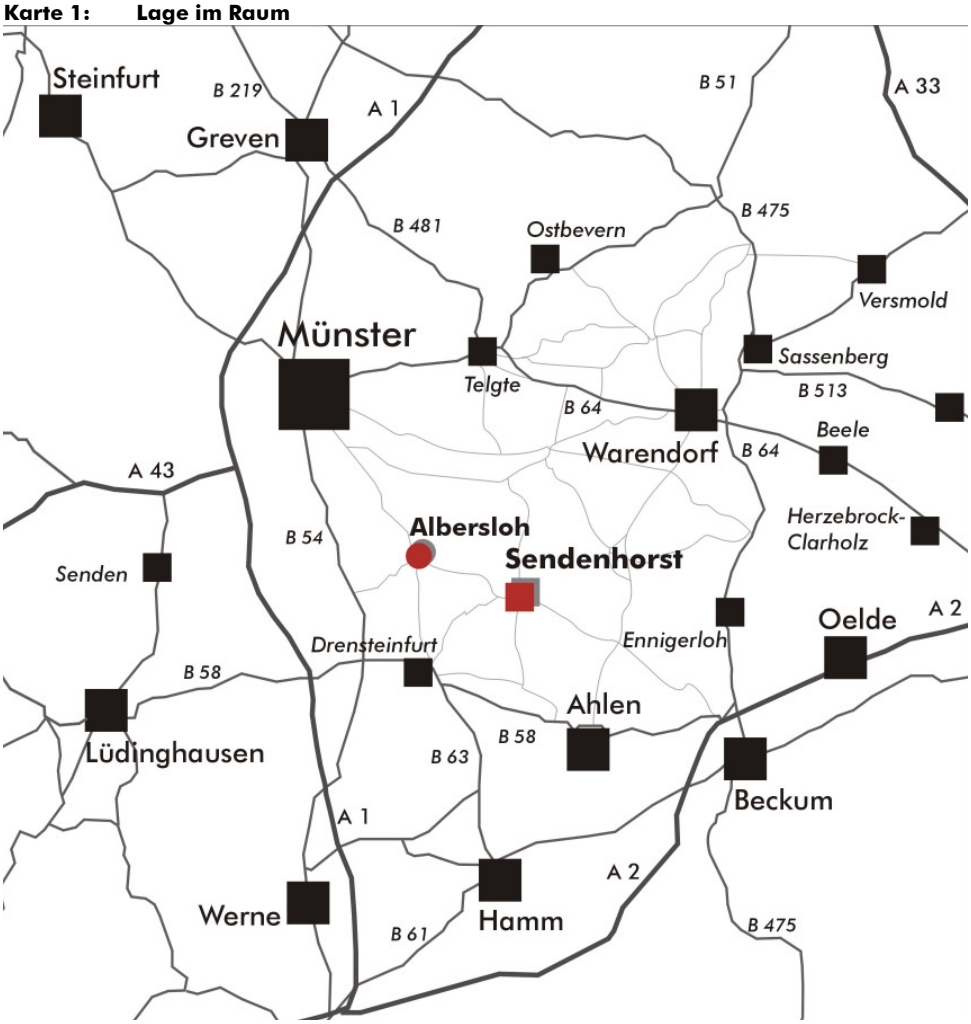
Die kreisangehörige Stadt Sendenhorst liegt am nördlichen Rand von Nordrhein-Westfalen im Regierungsbezirk Münster. Sie gehört zum Landkreis Warendorf und setzt sich aus dem namensgebenden Stadtteil Sendenhorst sowie dem Stadtteil Albersloh zusammen. Aus Sicht der Landesplanung ist der 13.407[4] Einwohner zählenden Stadt Sendenhorst die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Damit übernimmt die Stadt im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung.

Im Nordwesten des Stadtgebiets, an den Stadtteil Albersloh angrenzend, liegt das bedeutsamste Oberzentrum der Region, die Stadt Münster (rd. 280.000 Einw.). Weitere Nachbarkommunen der Stadt Sendenhorst sind im Norden die Gemeinde Everswinkel (rd. 9.500 Einw.) sowie die Städte Ennigerloh (rd. 21.000 Einw.) und Warendorf (ca. 38.300 Einw.). An die südliche Stadtgrenze von Sendenhorst schließen sich die Städte Ahlen (ca. 54.800 Einw.) und Drensteinfurt (rd. 16.000 Einw.) an.

Verkehrsgeographisch liegt Sendenhorst an den überregionalen Achsen Münster-Hamm, Münster-Warendorf-Beckum und Münster-Rheda-Wiedenbrück. Ebenso günstig sind die Anbindungen zu den Bundesautobahnen A 1 und A 2. Anschlussstellen an beide Autobahnen befinden sich in 12 bzw. 15 Kilometern Entfernung von Sendenhorst. Durch die umliegenden Bahnhöfe wird die Anbindung an das Schienennetz an die Strecke Münster-Hamm, in das Ruhrgebiet und auch nach Ostwestfalen sicher gestellt.

[4] Quelle: Stadt Sendenhorst; Stand: Februar 2007

Karte 1: Lage im Raum



eigene Darstellung

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick, wie sich das Grundzentrum Sendenhorst aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu seinen Nachbarkommunen darstellt. Landesplanerisch sind Ahlen, Beckum, Hamm und Warendorf als Mittelzentren eingeordnet. Das nächstgelegene Münster ist als Oberzentrum ausgewiesen. Als Grundzentren eingestuft sind die Nachbarkommunen Ascheberg, Drensteinfurt, Ennigerloh, Everswinkel und Telgte. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 100,63 bewegt sich Sendenhorst leicht über dem Bundesdurchschnitt (100) und auch über dem Durchschnitt seiner Nachbargemeinden und -städte, mit Ausnahme von Ascheberg (100,83), Beckum (101,72) und Münster (105,83), die eine höhere einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer und damit ein höheres Kaufkraftvolumen aufweisen (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 4: Kaufkraft im regionalen Vergleich: Kaufkraftkennziffer und Kaufkraftvolumen in Mio. Euro

	Einwohner	Zentralörtliche Einordnung	einzelhandels-relevante Kaufkraft-kennziffer	Kaufkraft-potenzial in Mio. Euro
Sendenhorst	**13.407**	**Grundzentrum**	**100,63**	**64,4**
Ahlen	57.485	Mittelzentrum	95,05	249,9
Ascheberg	15.212	Grundzentrum	100,83	73,50
Beckum	39.108	Mittelzentrum	101,72	183,20
Drensteinfurt	15.380	Grundzentrum	99,65	71,40
Ennigerloh	21.000	Grundzentrum	100,60	99,50
Everswinkel	9.500	Grundzentrum	99,42	45,30
Hamm	180.335	Mittelzentrum	94,18	828,20
Münster	278.790	Oberzentrum	105,83	1.368,70
Telgte	19.600	Grundzentrum	97,70	90,30
Warendorf	38.717	Mittelzentrum	99,90	184,70

Quelle: BBE Köln, 2006

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauches im Bundesdurchschnitt von 4.803 Euro / Kopf ergibt sich für die Stadt Sendenhorst in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ein Kaufkraftpotenzial von rund 64,4 Mio. Euro (Stand 2006).
Als Hauptkonkurrenzstandorte sind aus einzelhandelsseitiger Sicht ist vor allem das angrenzende Oberzentrum Münster, aber auch die Mittelzentren Ahlen, Warendorf, Beckum und Hamm, für die alle eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gegeben ist.

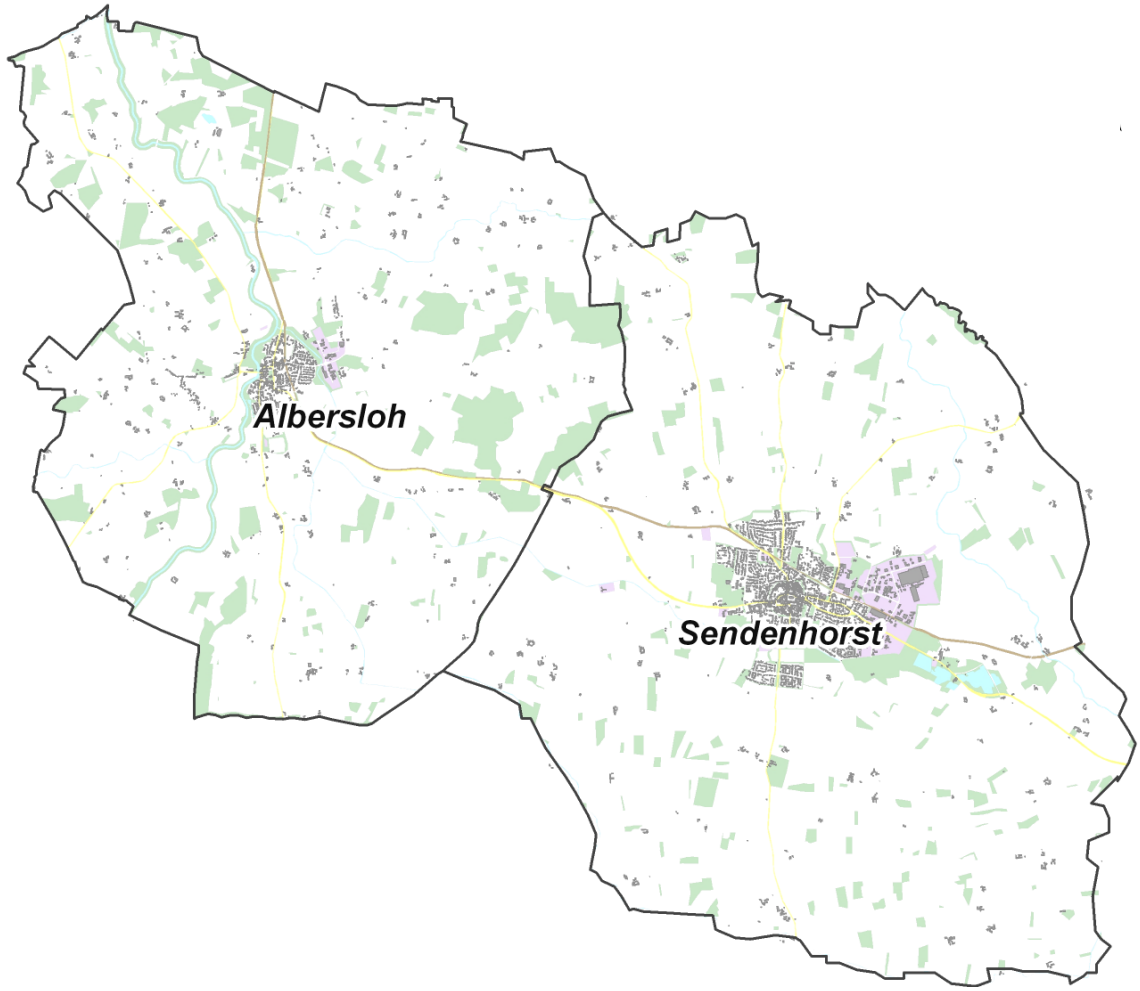
3.2 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die heutige Siedlungsstruktur Sendenhorsts geht auf die kommunale Gebietsreform im Jahr 1975 zurück. Zum damaligen Zeitpunkt wurde die Stadt Albersloh, ehemals Kreis Münster, in die Stadt Sendenhorst eingegliedert. Dementsprechend verfügt die Stadt heute über zwei räumlich voneinander getrennte Siedlungsschwerpunkte (vgl. Karte 2). Diese haben sich in der Vergangenheit getrennt voneinander entwickelt und verfügen jeweils über ein gewachsenes Ortszentrum und einen zusammenhängenden Siedlungskörper. Im übrigen, ländlich geprägten Stadtgebiet lassen sich keine zusammenhängenden Siedlungsstrukturen oder Verdichtungstendenzen erkennen.

Im Stadtteil Albersloh wohnen derzeit etwa 3.732 Einwohner, im sechs Kilometer weiter südöstlich gelegenen Siedlungsschwerpunkt Sendenhorst 9.596 Einwohner. Die restlichen Einwohner Sendenhorsts verteilen sich auf die im Stadtgebiet verstreuten Bauernschaften. Die Einwohnerentwick-

lung der letzten Jahre verlief in Sendenhorst positiv, so konnte die Stadt sowohl natürliche als auch wanderungsbedingte Zuwächse verbuchen.

Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Sendenhorst



eigene Darstellung

Das **Sendenhorster Umland** weist eine weithin ländlich geprägte Landschaftsstruktur auf. Aus der Perspektive des Tourismus und der Naherholung bieten sich gute Gelegenheiten zum Wandern und Radfahren in der landschaftlich reizvollen münsterländischen Parklandschaft.

Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit, der räumlichen Nähe zu Münster und des regionalen Arbeitsplatzangebotes sowie der attraktiven Landschaftsstruktur hat sich Sendenhorst in den letzten Jahren als beliebter Wohnstandort etabliert, was an einer dynamischen Bevölkerungsentwicklung abzulesen ist.

4 Angebotssituation des Sendenhorster Einzelhandels

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstrukturen in Sendenhorst unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt die detaillierte Betrachtung der Einzelhandelsstandorte der Stadt Sendenhorst – im Wesentlichen also der zentralen Versorgungsbereiche – erfolgt.

4.1 Allgemeine Angebotssituation auf gesamtstädtischer Ebene

4.1.1 Einzelhandelsrelevante Kennwerte

Anhand der sortimentsspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter im Februar / März 2007 können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Sendenhorst getroffen werden. Zum Erhebungszeitpunkt stellen sich die wesentlichen Kennwerte des Sendenhorster Einzelhandels wie folgt dar:

- Es bestehen **72 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d.h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2.1) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **15.470 m²**.
- Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb beträgt etwa 215 m² und liegt damit leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m².
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,15 m²** und rangiert damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – unterhalb des bundesdeutschen Referenzwertes von ca. 1,4 m² pro Einwohner. Dieser Wert ist jedoch für ein Grundzentrum der Größenordnung Sendenhorsts üblich.
- Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im Stadtgebiet 12 Leerstände von Ladenlokalen mit einer geschätzten Verkaufsfläche von rund 1.450 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von ca. 14 % der Ladenlokale bzw. ca. 9 % Verkaufsfläche, was im Rahmen üblicher Fluktuationsraten von bis zu 10 % liegt.

Im einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Sendenhorster Einzelhandels, untergliedert in verschiedene Warengruppen und Bedarfsstufen, wie folgt dar:

Abbildung 2: Angebotssituation in der Stadt Sendenhorst

Warengruppe	Anzahl der Anbieter (Hauptbranche)	Verkaufsfläche in m²*	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in %	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in m²
Nahrungs- und Genussmittel	23	6.080	39,3	0,45
Blumen / Zoologischer Bedarf	3	610	3,9	0,05
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	6	880	5,7	0,07
Papier, Bücher, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften	3	290	1,9	0,02
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	***35***	***7.860***	***50,8***	***0,59***
Bekleidung / Wäsche	12	1.430	9,2	0,11
Schuhe / Lederwaren	2	280	1,8	0,02
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel	3	620	4,0	0,05
Spielwaren / Hobby- u. Bastelartikel / Musikinstrumente	0	50	0,3	< 0,01
Sportartikel / Fahrräder / Camping	3	320	2,1	0,02
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	***20***	***2.690***	***17,4***	***0,20***
Wohneinrichtungsbedarf	2	260	1,7	0,02
Möbel	1	470	3,0	0,04
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1	350	2,3	0,03
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation	3	160	1,0	0,01
Medizinische und orthopädische Artikel	1	40	0,3	< 0,01
Uhren / Schmuck	2	100	0,6	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	7	3.510	22,7	0,26
Überwiegend langfristiger Bedarf	***17***	***4.890***	***31,6***	***0,36***
Sonstiges	0	30	0,2	0,00
Gesamt	**72***	**15.470***	**100,0**	**1,15**

eigene Darstellung, auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Sendenhorst Febr. / März 2007
* die Schließung des Anbieters „Die Wohnkugel“ mit dem Kernsortiment Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel mit rd. 320 m² Verkaufsfläche ist hier nicht berücksichtigt

Unter **quantitativen Gesichtspunkten** weist das Sendenhorster Einzelhandelsangebot folgende Merkmale auf:

- Mit rund 6.080 m² entfallen ca. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf die **nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**. Damit ergibt sich eine im Vergleich zum Bundesschnitt (ca. 0,33-0,35 m² / Einwohner) überdurchschnittliche einwohnerspezifische Verkaufsfläche von ca. 0,45 m² / Einwohner.
  Der mit Abstand größte Teil der Betriebe (23 Betriebe, 32 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei hier insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Es zeigt sich eine gute Angebotsausstattung und eine hohe Bedeutung dieser grund- bzw. nahversorgungsrelevanten Warengruppe für den Einzelhandelsstandort Sendenhorst. Positiv hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Mischung der Betriebstypen im größeren der beiden Stadtteile Sendenhorst, die sich zum Erhebungszeitpunkt aus einem Supermarkt, einem Verbrauchermarkt sowie zwei Lebensmitteldiscountern und einer Vielzahl an Fachgeschäften zusammensetzt.
- Entsprechend der Grundversorgungsfunktion der Stadt entfällt insgesamt gut die Hälfte der Verkaufsfläche (7.860 m²) und ebenfalls etwa 50 % der Betriebe (35 Betriebe mit entsprechender Hauptbranche) auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**, d.h. auf Güter des täglichen Bedarfs.
- Im Bereich der **mittelfristigen Bedarfsstufe** liegen rein quantitative Angebotsschwerpunkte mit rund 1.430 m² Verkaufsfläche (9 %) und 12 Betrieben dieser Hauptbranche (17 %) vor allem in der Warengruppe **Bekleidung/Wäsche** sowie mit 620 m² und drei Betrieben in der Warengruppe **Hausrat / Glas / Porzellan / Geschenkartikel**. Diese vor dem Hintergrund der Grundversorgungsfunktion Sendenhorsts erfreulich hohen Werte in diesen – für Einzelhandelsstandorte üblicherweise wichtigen – Leitbranchen deuten auf ein gut strukturiertes Ergänzungsangebot zur reinen Grundausstattung hin. Mit insgesamt 45 Betrieben auf ca. 2.690 m² entfallen rd. 17 % der Verkaufsfläche und knapp 28 % der Betriebe auf Waren der mittelfristigen Bedarfsstufe.
- Mit rund 4.900 m² Verkaufsfläche (rund ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche) liegt der – nach den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs – zweitgrößte Verkaufsflächenanteil in den **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe**. Der Angebotsschwerpunkt ist mit etwa 3.500 m² Verkaufsfläche und 7 Betrieben (15 %) in der **Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente** zu finden, was unter anderem aber auch auf die in der Regel flächenintensiven Angebotsformen solcher Anbieter zurückzuführen ist und nicht auf einen relevanten Angebotsschwerpunkt schließen lässt.

Sowohl anhand der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung als auch anhand der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe zeigt sich, dass nicht nur in jeder Branche ein gewisses Angebot in Sendenhorst vorhanden ist, sondern auch eine vergleichsweise gute Angebotsmischung vorliegt. Der Vergleich einzelner einwohnerbezogener Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Struktur bzw. Größenordnung verdeutlicht darüber hinaus, dass keine quantitativen Angebotsdefizite in der Stadt Sendenhorst vorliegen, sondern überwiegend durchschnittliche bis gute Ausstattungsgrade gegeben sind:

Tabelle 5: Verkaufsfläche ausgewählter Warengruppen pro Einwohner im Vergleich zu anderen Kommunen

Warengruppe	Sendenhorst (13.407 EW)	Herzebrock-Clarholz (16.500 EW)	Alpen (13.100 EW)	Nordkirchen (10.240 EW)
Nahrungs- und Genussmittel	0,45	0,47	0,28	0,38
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,07	0,03	0,04	0,05
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	0,02	0,02	0,02	0,01
Bekleidung / Wäsche	0,11	0,09	0,05	0,03
Schuhe / Lederwaren	0,02	0,04	0,01	0,03
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	0,05	0,05	0,04	0,03
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	< 0,01	0,03	0,02	0,01
Sportartikel / Fahrräder / Camping	0,02	0,03	0,01	< 0,01
Möbel / Einrichtungsbedarf	0,05	0,15	0,01	0,01
Unterhaltungselektronik / IT / TK / Foto	0,01	0,01	0,01	0,02
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,26	0,11	0,76	0,25
Gesamt*	**1,15**	**1,1**	**1,34**	**0,97**

Quelle: Eigene Erhebungen in Sendenhorst (2007), Herzebrock-Clarholz (2005), Alpen (2005) und Nordkirchen (2006)

Ein vergleichsweise geringer Ausstattungsgrad ergibt sich in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente sowie Möbel / Einrichtungsbedarf. Letzterer ist jedoch auf das Fehlen eines regional bedeutsamen, besonders flächenintensiven Anbieters in dieser Warengruppe zurückzuführen, und vor dem Hintergrund der Grundversorgungsfunktion der Stadt lässt sich nicht auf ein relevantes Angebotsdefizit und entsprechenden Handlungsbedarf schließen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung existieren fünf **großflächige Anbieter**[5]. Zwar sind dies nur rund 7 % aller Anbieter, jedoch weisen diese mit rund 6.820 m² Verkaufsfläche dennoch einen Anteil von etwa 44 % der Gesamtverkaufsfläche auf. Der größte Betriebe ist der Blumenhof Sendenhorst (rd. 2.600 m² Verkaufsfläche) an der Hoetmarer Straße. Weiterhin existieren in der Stadt zwei großflächige Lebensmittelanbieter: Aldi (mit ca. 840 m² Verkaufsfläche und Edeka mit ca. 1.600 m² Verkaufsfläche) im Standortverbund am Osttor, die eine wichtige Magnetfunktion innerhalb der Sendenhorster Einzelhandelsstrukturen wahrnehmen.

[5] Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) Bau NVO ab einer Verkaufsfläche von etwa 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². (Vgl. dazu auch: Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

4.1.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

Die Analyse der **räumlichen Verteilung** der Einzelhandelsbetriebe und -verkaufsflächen erfolgt für Sendenhorst unter zwei Gesichtpunkten: zum einen unter Berücksichtigung der Lage der Betriebe (integriert, nicht integriert, Innenstadt, Ortszentrum Albersloh; vgl. Kapitel 2.1) und zum anderen hinsichtlich der Zugehörigkeit der Betriebe zu einem der beiden Sendenhorster Stadtteile. Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels auf das Sendenhorster Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebots auf die beiden Stadtteile betrachtet, die anschließend durch die Definition funktional zusammenhängender Bereiche näher spezifiziert wird. Die **stadtteilspezifische Verteilung** des Einzelhandelsangebots stellt sich derzeit wie folgt dar:

Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsfläche und der Betriebe auf die Sendenhorster Stadtteile

Stadtteil	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²
Sendenhorst	52	12.800
Albersloh	20	2.660
Gesamt	**72**	**15.460**

Quelle: Einzelhandelserhebung Sendenhorst, Febr. / März 2007

- Entsprechend der Größenordnung der beiden Stadtteile ist im Siedlungsschwerpunkt, der Kernstadt Sendenhorst, ein deutlich höherer Anteil an der Gesamtverkaufsfläche als im kleineren Stadtteil Albersloh angesiedelt. So entfallen auf den **Stadtteil Sendenhorst** ca. **12.800 m² Verkaufsfläche** (ca. 83 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), wohingegen in **Albersloh** nur rund **2.660 m² Verkaufsfläche** verortet sind. Hier existieren vor allem kleinteilige Betriebe mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten Angeboten. Mit 52 von insgesamt 72 Einzelhandelsbetrieben liegen gut zwei Drittel **aller Anbieter im Stadtgebiet im Stadtteil Sendenhorst**. Insgesamt unterstreichen diese Werte zum einen die hervorgehobene Position der Kernstadt als Haupteinzelhandelsstandort innerhalb des Stadtgebiets. Auf der anderen Seite ist der hohe Verkaufsflächenanteil im Stadtteil Sendenhorst aber auch darauf zurückzuführen, dass die fünf im Stadtgebiet vorhandenen großflächigen Betrieben hier angesiedelt sind.

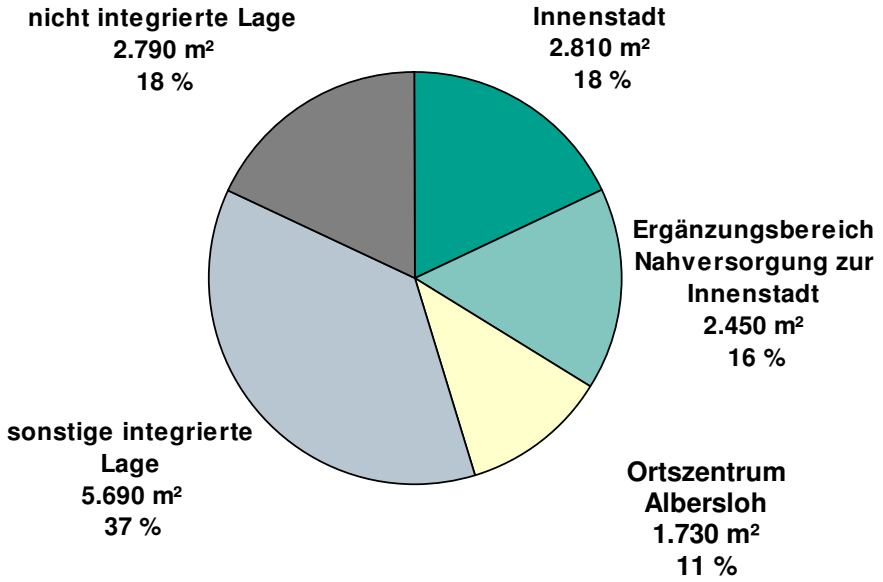
Zur Beurteilung der Stärken der Zentren ist das Verhältnis von Verkaufsflächen in integrierten und nicht integrierten Lagen entscheidend. Für eine differenzierte Betrachtung sind die folgenden Faktoren von Belang:

- der städtebaulich integrierten Lage in der **Sendenhorster Innenstadt** und am **Ergänzungsstandort der Innenstadt für Nahversorgung**
- der städtebaulich integrierten Lage im **Ortszentrum Albersloh**,
- sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen**, d.h. umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte oder

- **städtebaulich nicht integrierte Lagen**, d.h. Gewerbe- und Industriegebiete, „Grüne-Wiese"-Standorte, Standorte im Außenbereich,

Dabei zeigt sich folgendes Bild:

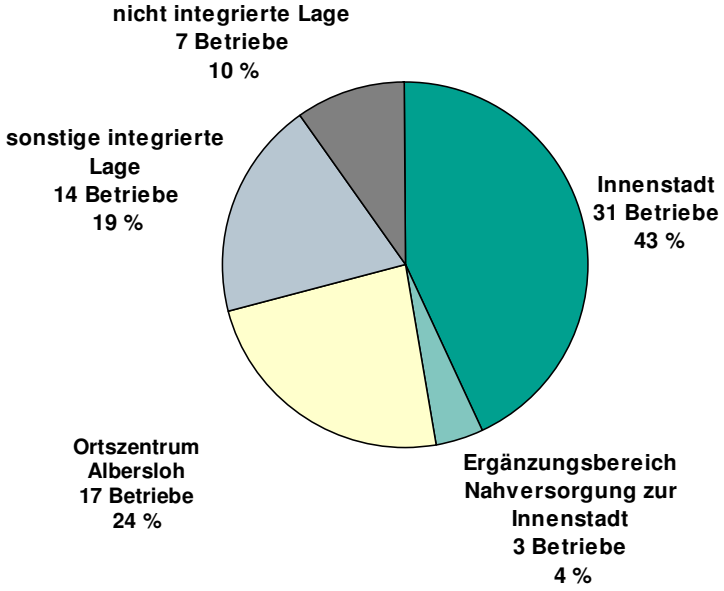
Abbildung 3: Räumliche Verteilung der Verkaufsfläche in Sendenhorst nach Lagen



Quelle: Einzelhandelserhebung Sendenhorst Febr. / März 2007

- Mit nur ca. 2.800 m² Verkaufsfläche liegt nur ein **relativ geringer Teil des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots (18 %) in der Innenstadt** Sendenhorsts. Aufgrund der dort vorhandenen kleinteiligen, z.T. historischen Bebauungsstruktur ist auch die Einzelhandelsstruktur durch überwiegend kleinteilige Ladenlokale geprägt. Großflächige Betriebe existieren innerhalb der Hauptgeschäftsbereichs nicht. Östlich der Innenstadt, an der Straße Osttor durch einen Fuß- und Radweg angebunden, befindet sich ein Standort, der zwei großflächige Lebensmittelbetriebe aufweist. Aufgrund der räumlichen Nähe zur Innenstadt und der Bedeutung als Frequenzbringer und Grundversorgungsbaustein, ist der Standort als **Ergänzungsbereich Nahversorgung zur Innenstadt** festzuhalten. Auf drei Betriebe (Edeka, Aldi und Bäckerei Großerode) am Standort entfallen dabei rund 2.450 m² Verkaufsfläche.
- Weiterhin sind im **Ortszentrum Albersloh** rund 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (ca. 1.730 m² Verkaufsfläche) angesiedelt. Auch hier überwiegen kleinteilige Ladeneinheiten.
- Rund 20 % aller Einzelhandelsbetriebe, die ca. 37 % der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen, ist in **Wohnsiedlungsbereiche** integriert. Hierbei handelt es sich neben zwei größeren Lebensmittelanbietern und einem Getränkemarkt überwiegend um Betriebe mit Bau- und Gartenmarktsortimenten. Auch kleinteilige Betriebe, insbesondere des Lebensmittelhandwerks spielen in diesen Lagen eine Rolle.
- Nur ca. 10 % aller Einzelhandelsbetriebe und rund 2.800 m² Verkaufsfläche entfallen auf **städtebaulich nicht integrierte Lagen** , dies entspricht ca. 18 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots (vgl. Abbildung 3 und Abbildung 4). Die Betriebe dieser Lagekategorie liegen in Streulagen und sind nicht räumlich konzentriert, so dass im Stadtgebiet kein Sonderstandort oder Fachmarktstandort des überwiegend großflächigen und nicht- zentrenrelevanten Einzelhandels existiert.

Abbildung 4: Räumliche Verteilung der Betriebe in Sendenhorst nach Lagen



Quelle: Einzelhandelserhebung Sendenhorst Febr. / März 2007

Die **lagespezifische Untersuchung** des Einzelhandels in Sendenhorst offenbart insgesamt eine erfreuliche Situation. Entgegen allgemein zu beobachtender Entwicklungstendenzen im Einzelhandel, hat in Sendehorst noch keine Angebotsverschiebung zentrenrelevanter Angebote (insbesondere durch die Neuansiedlung oder z.T. auch Verlagerung großflächiger Anbieter) an städtebaulich nicht integrierte Standorte stattgefunden. So werden annähernd zwei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsflächenausstattung in integrierten Lagen offeriert, d.h. also Lagen, die umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnet sind und die somit einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung der Bevölkerung leisten.

4.1.3 Umsätze des Einzelhandels in der Stadt Sendenhorst

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden nicht nur die ermittelten Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählt insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Betriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Sendenhorst und Albersloh. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen daraus folgende **sortimentsspezifische Umsätze** für die beiden Stadtteile:

Tabelle 7: Sortimentsspezifische Umsätze der Sendenhorster und Albersloher Einzelhandelsbetriebe

Warengruppe	Verkaufsfläche in m² im Stadtteil Sendenhorst*	Umsätze des Sendenhorster Einzelhandels in Mio. Euro	Verkaufsfläche in m² im Stadtteil Albersloh*	Umsätze des Albersloher Einzelhandels in Mio. Euro	Umsatz gesamt in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	5.260	22,6	820	3,8	26,4
Blumen / Zoologischer Bedarf	550	0,8	60	0,1	0,9
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	640	2,4	240	0,9	3,3
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	220	0,9	70	0,3	1,2
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	***6.670***	***26,7***	***1.190***	***5,1***	***31,8***
Bekleidung / Wäsche	1.140	3,8	290	1,0	4,8
Schuhe / Lederwaren	190	0,7	90	0,3	1,0
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	520	0,9	100	0,2	1,1
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	50	0,2	-	-	0,2
Sportartikel / Fahrräder / Camping	220	0,6	100	0,3	0,9
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	***2.120***	***6,1***	***580***	***1,8***	***7,9***
Wohneinrichtungsbedarf	250	0,4	< 10	< 0,1	0,4
Möbel	150	0,2	330	0,4	0,6
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	30	0,1	320	0,6	0,7
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	80	0,5	80	0,6	1,1
Medizinische und orthopädische Artikel	40	0,2	-	-	0,2
Uhren / Schmuck	100	0,6	-	-	0,6
Bau- und Gartenmarktsortimente	3.350	4,0	160	0,2	4,2
Überwiegend langfristiger Bedarf	***4.000***	***5,9***	***890***	***1,8***	***7,7***
Sonstiges	20	0,1	10	< 0,1	0,1
Summe / Durchschnitt	**12.810**	**38,8**	**2.670**	**8,7**	**47,5**

eigene Berechnungen auf der Basis verschiedener Kennwerte; * gerundete Werte

In der **gesamtstädtischen Betrachtung** nimmt den weitaus **größten Einzelanteil** am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen der Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ein, der mit rund 26,4 Mio. Euro über die Hälfte des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Sendenhorst umfasst. Insgesamt entfallen knapp 32 Mio. Euro auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil der Warengruppen dieser Bedarfsstufe (v.a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben, verdeutlicht aber auch die Bedeutung dieser Warengruppen für den Einzelhandelsstandort Sendenhorst.

Des Weiteren kommt der Leitbranche **Bekleidung / Wäsche** eine hohe Bedeutung zu. Mit rund 4,8 Mio. Euro / Jahr nimmt diese Warengruppe den zweitgrößten Einzelanteil am Gesamtumsatz des Sendenhorster Einzelhandels ein, was ein gut strukturiertes Ergänzungsangebot im Stadtgebiet widerspiegelt. Auch auf **Bau- und Gartenmarktsortimente** entfällt ein nennenswerter Einzelanteil am Gesamtumsatz, der jedoch überwiegend auf einige wenige Anbieter zurückzuführen ist.

Alle anderen Warengruppen weisen überwiegend deutlich niedrigere Umsätze auf, was jedoch auf die strukturelle Zusammensetzung des Einzelhandelsangebotes zurückzuführen ist und nicht auf nennenswerte Angebotsdefizite schließen lässt.

Insgesamt setzt der Einzelhandel in Sendenhorst zur Zeit über alle Warengruppen rund 48 Mio. Euro um.

Bei der sortimentsspezifischen Darstellung der durchschnittlichen Umsätze der Betreiber ergeben sich z.T. erhebliche Unterschiede, die aus der jeweiligen Angebotsform und den konkreten Anbietern resultieren.

Entsprechend der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen sowie der Versorgungsfunktion der beiden Stadtteile (vgl. Kapitel 4.1.2) verteilt sich auch der Einzelhandelsumsatz unterschiedlich auf Sendenhorst und Albersloh. So ist der schwerpunktmäßige Anteil am gesamtstädtischen Umsatz auf Anbieter im **Stadtteil Sendenhorst** zurückzuführen.
Hierbei nimmt erwartungsgemäß wieder den größten Einzelanteil am Umsatz der Bereich Nahrungs- und Genussmittel ein, der mit rund 22,6 Mio. Euro knapp die Hälfte des gesamten Einzelhandelsumsatzes im Stadtteil Sendenhorst umfasst. Weiterhin sind Umsatzschwerpunkte analog zur gesamtstädtischen Betrachtung im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente und in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung / Wäsche festzustellen. Die Umsatzwerte für den Stadtteil Sendenhorst verdeutlichen zum einen die **Grundversorgungsfunktion** der Stadt. Auf der anderen Seite zeigt sich ein darüber hinaus gehendes am Standort vorhandenes **Ergänzungsangebot** in den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsdeckung.
Auch in **Albersloh** erzielt der Lebensmitteleinzelhandel den größten Umsatz im Stadtteil (ca. 3,8 von insgesamt 8,7 Mio. Euro). Der zweitgrößte Anteil am Umsatz entfällt auf die Warengruppe Bekleidung / Wäsche, die mit einem großen Mode- und Textilhaus (Mersmann) im Zentrum vertre-

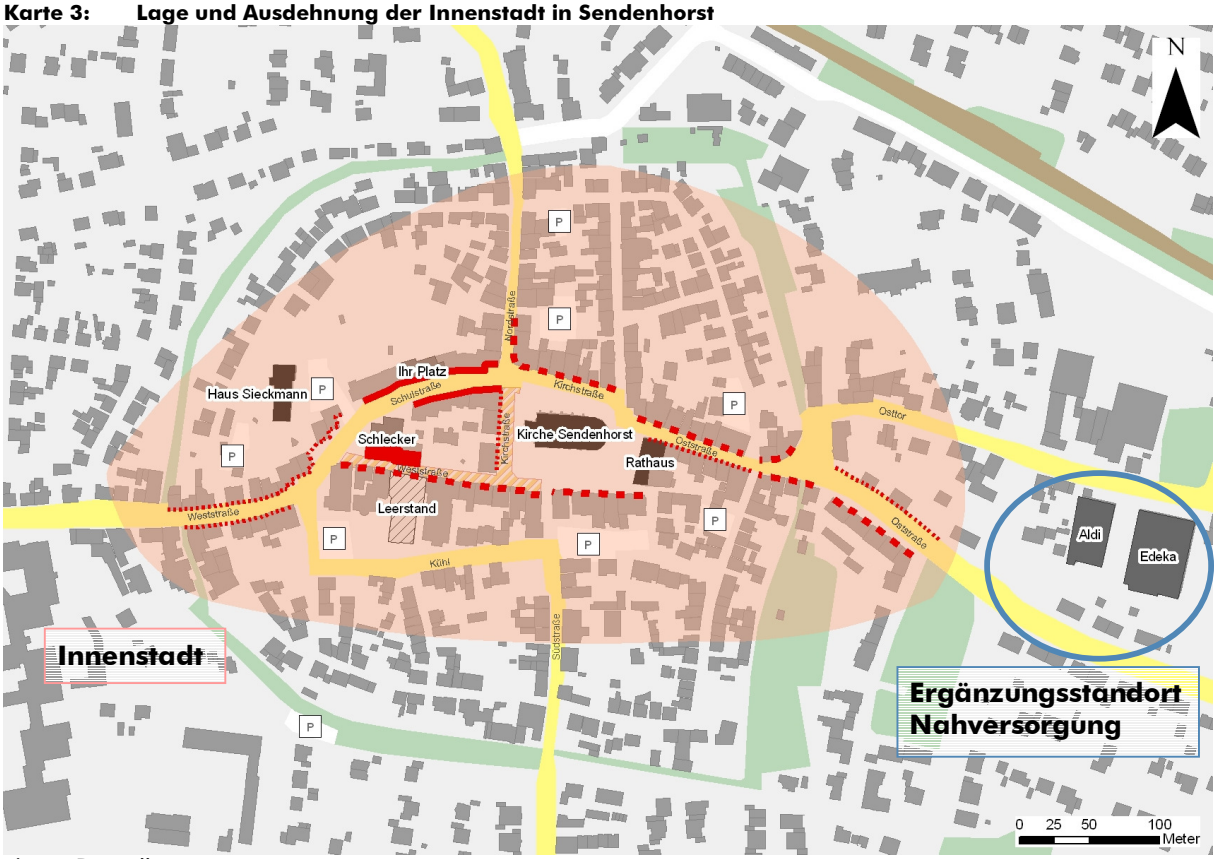
ten ist. Die Werte in Albersloh heben die **Grundversorgungsfunktion** des kleineren Stadtteils hervor.

4.2 Angebotssituation im Stadtteil Sendenhorst

Lage und Ausdehnung der Innenstadt

Die Innenstadt liegt in der räumlichen Mitte der Stadt Sendenhorst. Durch einen hohen Anteil an historischer Bebauung und ihre Kleinteiligkeit weist sie in Teilen Altstadtcharakter auf. Prägende Strukturen sind u.a. die Kirche Sendenhorst mit dem sie umgebenden Platz und die grünen Wälle um die Altstadt.

Karte 3: Lage und Ausdehnung der Innenstadt in Sendenhorst



eigene Darstellung

Ein wichtiges Kriterium für die Abgrenzung des Geschäftszentrums und die Differenzierung in unterschiedliche Lagen ist die einzelhandelsgeprägte Nutzungsstruktur. Die Darstellung der Einzelhandelsdichten ergibt dabei ein besonders anschauliches Bild des Zentrums und seiner unterschiedlichen Einzelhandelslagen. Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung. Mit diesem Gradmesser lassen sich Unterschiede, Wertigkeiten und Konzentrationspunkte der Einzelhandelsnutzungen einfach und plakativ

herausarbeiten. In Karte 3 sind die Geschäftsstrukturen von Sendehorst dargestellt. Auch wenn sich in Sendenhorst keine ausgeprägte Einteilung in Haupt- Neben- und Ergänzungslagen ergibt, so sind die folgenden Erläuterungen zur Einordnung der Einzelhandelsstruktur im Zentrum doch von Bedeutung.

Die **Hauptlage** (auch A-Lage genannt) ist die „beste Adresse" und das Aushängeschild eines Hauptgeschäftszentrums. Sie sollte sich grundsätzlich durch eine möglichst hohe Einzelhandelsdichte auszeichnen. In Toplagen größerer Städte und in Einkaufszentren beträgt diese meist zwischen 90 und 100 %. Als gut sind auch Werte zwischen 75 und 90 % einzustufen, die in vielen Geschäftszentren mittlerer und größerer Städte vorzufinden sind. Die Zentren vieler kleinerer Städte, Stadtteilzentren oder auch die Randbereiche der Hauptlagen weisen Einzelhandelsdichten von 50 - 75 % auf. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums zu stellen.

Auch in **Nebenlagen** (auch B-Lagen genannt) stellt der Einzelhandel in der Regel noch die Leitnutzung dar und steht in deutlichem funktionalen und städtebaulichen Zusammenhang mit der Hauptlage. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten über 50 % auf und ermöglichen damit einen Einkaufsbummel entlang von Geschäftsauslagen. Die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes lassen meist nach, es gelten diesbezüglich weniger „strenge" Anforderungen. Vor allem in größeren, teilweise auch in touristisch geprägten Geschäftszentren existieren Nebenlagen mit hohen Einzelhandelsdichten und teilweise hochwertigen Spezialanbietern.

Ergänzungslagen (C-Lagen) und **Streulagen** werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz. Dementsprechend liegen die Werte für die Einzelhandelsdichte unter 50 %. Teilweise weisen Streulagen nur noch vereinzelt oder gar keine Einzelhandelsnutzungen mehr auf und sind ausschließlich durch Dienstleistungsanbieter geprägt. Die Qualität des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots sowie des öffentlichen Raums lässt in der Regel deutlich nach. Zu den wichtigen Ergänzungsbereichen von Geschäftszentren gehören u.a. auch gastronomisch geprägte Abschnitte.

Generell gilt es, möglichst hohe Einzelhandelsdichten in einer kompakten Anordnung anzustreben. Insbesondere die Hauptlagen der gewachsenen Geschäftszentren sollten sich dabei an den hohen Werten der Toplagen und Einkaufszentren orientieren. Es fällt auf, dass die Einzelhandelsdichten im Zentrum von Sendenhorst insgesamt relativ gering ausfallen. Lediglich in der Schulstraße werden abschnittsweise hohe Werte erreicht. Als Besonderheit ist darüber hinaus der Standort östlich des Geschäftszentrums zu sehen, der die Grundversorgung im Zentrum gewährleistet und daher als Ergänzungsstandort zu werten ist.

Die Angebotssituation stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 8: Angebotssituation im Hauptgeschäftsbereich im Stadtteil Sendenhorst

Warengruppe	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche in m²* (gerundet)	Anteil in % am Gesamtbestand der Warengruppe
Nahrungs- und Genussmittel	8	2.430	40,0
Blumen / Zoologischer Bedarf	2	140	23,0
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	4	560	63,7
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	2	160	55,6
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***16***	***3.290***	***41,8***
Bekleidung / Wäsche	9	900	62,9
Schuhe / Lederwaren	1	180	65,0
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1	240	39,0
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	-	20	37,7
Sportartikel / Fahrräder / Camping	1	170	53,8
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***12***	***1.510***	***56,1***
Wohneinrichtungsbedarf	2	210	81,4
Möbel	-	-	-
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	-	10	2,9
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	1	60	36,6
Medizinische und orthopädische Artikel	1	40	100,0
Uhren / Schmuck	2	100	100,0
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	20	0,57
überwiegend langfristiger Bedarf	***6***	***440***	***9,0***
Sonstiges	-	20	69,0
Summe / Durchschnitt	**34**	**5.260**	**34,0**

Einzelhandelserhebung Sendenhorst, Febr. / März 2007; eigene Berechnungen; *inkl. Betriebe und Verkaufsflächen am Ergänzungsstandort Nahversorgung

Die quantitativen Verkaufsflächenschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie in der Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung / Wäsche**. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel macht rund 50 % der in der Innenstadt vorhandenen Verkaufsfläche aus und bietet insgesamt 40 % des gesamtstädtischen Angebots dieser Branche an. Zurückzuführen ist dieser hohe Anteil auf die beiden Betriebe (Edeka mit ca. 1.600 m² und Aldi mit ca. 840 m² Verkaufsfläche) am Ergänzungsstandort Nahversorgung in der Oststraße. Im Bereich der Innenstadt ist kein strukturprägender Lebensmittelbetrieb vorhanden; hier befinden sich jedoch kleinere Fachgeschäfte sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe, die das Angebot am Ergänzungsstandort abrunden.

Insgesamt existiert ein **über alle Warengruppen reichendes Einzelhandelsangebot** jedoch in z.T. geringer Breite und Tiefe. Eine hervorzuhebende **quantitativ geringe Ausstattung** ergibt sich in der Warengruppe **Spielwaren**. Der hohe Anteil an Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe weist auf die große Bedeutung des Zentrums als Grundversorgungsstandort hin.
Zusammen mit den großflächigen Lebensmittelbetrieben ergibt sich eine erfreulich **hohe Konzentration des gesamtstädtischen Angebots auf die Sendenhorster Innenstadt**.

Im einzelnen ergeben sich folgende Standortbereiche:

West- und Kirchstraße

Die West- und Kirchstraße sind ab der Schulstraße als Fußgängerzone gestaltet und weisen nur einen sehr lockeren Einzelhandelsbesatz auf. Der Drogeriemarkt Schlecker stellt den wichtigsten Betrieb. Das größte Ladenlokal, in dem ehemals ein Supermarkt residierte, steht zur Zeit leer. Einzelhandel ist nicht die prägende Nutzung in diesem Teilbereich der Innenstadt. Teilweise werden die Ladenlokale von Dienstleistern genutzt. Stellplätze sind nur vereinzelt rückwärtig entlang der Straße Kühl angeordnet. Der Bereich besticht insgesamt durch eine hochwertige Gestaltung, durch Natursteinmaterialien und eine kleinteilige vielfach historische Bausubstanz mit einem teilweise dörflichen Charakter. Höhepunkt und zentraler Aufenthaltsort ist der weitläufige und grün gestaltete Platz um die Sendenhorster Kirche St. Martin. Insgesamt wirkt der Bereich freundlich und einladend.

Abbildung 5: Fußgängerzone Weststraße

Abbildung 6: Städtebauliche Mitte: Kirche St. Martin

Eigene Fotos

Ost-, Kirch-, Schul- und Weststraße

Dieser Straßenzug weist insgesamt einen lückenhaften Einzelhandelsbesatz auf. An den Rändern besitzt dieser nur noch ergänzenden Charakter. Lediglich im zentralen Bereich werden Dichten erreicht, bei denen der Einzelhandel die prägende Nutzung ist. Die wichtigsten Filialisten sind dort der Drogeriemarkt Ihr Platz und der Textilit Ernsting's Family. Das Haus Sieckmann an der Schulstraße stellt eine wichtige identitätsstiftende Einrichtung im Zentrum dar. Stellplätze sind straßenbegleitend sowie in den rückwärtigen Blockbereichen angeordnet. Die Aufenthaltsqualität entlang des Straßenzuges ist durch den hohen Durchgangsverkehr stark beeinträchtigt. Die Bebauungsstruktur ist insgesamt heterogener und im zentralen Abschnitt durch moderne, teilweise großformatige Einfügungen geprägt.

Abbildung 7: Blick in die Oststraße in Richtung Kirchplatz

Abbildung 8: Anbieter entlang der Schulstraße

Eigene Fotos

An die Einzelhandelsnutzungen der Oststraße unmittelbar angrenzend liegt der moderne Standortverbund aus Lebensmittelvollsortimenter und –discounter. Sie halten ein Angebot an Lebensmitteln und Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe vor und gewährleisten damit die Grundversorgungsfunktion des Zentrums in zeitgemäßen Betriebsformen. Der Standort liegt zwar leicht abgesetzt, ist aber fußläufig gut an die übrigen Geschäftslagen angebunden.

4.3 Angebotssituation im Stadtteil Albersloh

Lage und Ausdehnung des Ortszentrums

Das Zentrum Albersloh erstreckt sich im Wesentlichen in dem Rechteck gebildet aus Kirchplatz, Bahnhofstraße, Teckelschlaut im Osten und Sendenhorster Straße. In diesem Bereich sind 17 Betriebe in loser Anordnung angesiedelt, wodurch das Zentrum eine gewisse Einzelhandelskontinuität und Kompaktheit vermissen lässt.

Karte 4: Lage und Ausdehnung des Ortszentrums Albersloh; Verortung der Betriebe

eigene Darstellung

Angebotsstruktur im Ortszentrum

Tabelle 9: Angebotssituation im Ortszentrum Albersloh

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m² (gerundet)
Nahrungs- und Genussmittel	6	760
Blumen / Zoologischer Bedarf	1	30
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	2	240
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	1	70
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***10***	***1.100***
Bekleidung / Wäsche	2	250
Schuhe / Lederwaren	1	90
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1	100
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	-	-
Sportartikel / Fahrräder / Camping	1	100
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***5***	***540***
Wohneinrichtungsbedarf	-	-
Möbel	-	-
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	-	< 10
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	2	80
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	10
überwiegend langfristiger Bedarf	***2***	***90***
Sonstiges	-	10
Summe / Durchschnitt	**17**	**1.740**

Einzelhandelserhebung Sendenhorst, Febr. / März 2007; eigene Berechnungen

Der Verkaufsflächenschwerpunkt in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs unterstreicht für den kleinen Stadtteil Albersloh die **Grundversorgungsfunktion**, die der Einzelhandel hier in erster Linie für die eigene Bevölkerung leistet. Insbesondere die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die deutlich **über ein Drittel** der Gesamtverkaufsfläche im Ortszentrum ausmacht, zeigt diese deutliche Ausrichtung des Einzelhandels. Erfreulicherweise gibt es im aber auch ein kleinteiliges **Ergänzungsangebot** in den meisten Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe, allen voran im Bereich **Bekleidung / Wäsche**.

Die Einzelhandelsangebote konzentrieren sich zusammen mit einigen Dienstleistern in dem Bereich um die Kirche, in dem sich auch das städtebauliche Zentrum befindet, können aber keine Einzelhandelsdichte im Sinne einer Lauflage entwickeln. Als wichtigste Anbieter sind der Lebensmittelanbieter nah & gut und der Textilanbieter Mersmann zu nennen. Die Stellplätze sind kleinteilig organisiert. Der Supermarkt, als wichtigster Einzelhandelsbaustein in Albersloh, beabsichtigt die Verkaufsfläche am Standort auszubauen. Aufgrund fehlender Flächen, insbesondere für mehr Stellplätze, erweist sich das Vorhaben als nahezu unrealistisch, so dass sich die Frage nach der Zukunftsfähigkeit des Marktes an diesem Standort stellt, der im Moment aufgrund der Größe von nur rund 600 m² Verkaufsfläche ein sehr eingeschränktes Sortiment vorhalten kann.

Abbildung 9: Standort nah & gut

Abbildung 10: Blick in Richtung Kirchplatz

Eigene Fotos

Die städtebauliche Struktur im Zentrum von Albersloh ist durch die historische Bausubstanz reizvoll. Allerdings wird die Aufenthaltsqualität durch den starken Durchgangsverkehr und den teilweise einfachen Ausbaustandard im öffentlichen Raum geschmälert.

4.4 Struktur und räumliche Verteilung der wohnungsnahen Grundversorgung

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge nimmt die Nahversorgung ein. 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 werden die Warengruppen Lebensmittel / Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Schreibwaren / Papier / Bücher sowie Blumen / Zoo gezählt. Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Grundversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 10: Angebotsbausteine wohnungsnahe Grundversorgung

„idealtypische" Mindestausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

eigene Zusammenstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Warengruppe Lebensmittel / Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus die Analyse räumlicher (Erreichbarkeit) und struktureller Aspekte (Betriebsformenmix) unerlässlich.

In Sendenhorst beläuft sich die Angebotsausstattung im Sortimentsbereich Lebensmittel auf 0,46 m² pro Einwohner, einem Wert der deutlich über dem bundesdeutschen Referenzwert von 0,33 - 0,35 m² liegt und somit zunächst keine quantitativen Defizite erwarten lässt. Auch die qualitative Angebotsstruktur in der Kernstadt Sendenhorst ist durch einen ausgewogenen Betriebsformenmix, bestehend aus einem Supermarkt, einem Verbrauchermarkt sowie zwei Lebensmitteldiscountern und einer Vielzahl von Fachgeschäften und Geschäften des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei) als zufriedenstellend zu bewerten.

Die Unterschiede im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung der beiden Stadtteile sind in nachfolgender Tabelle dargestellt (vgl. Tabelle 11).

Tabelle 11: Anzahl und Verkaufsfläche im Sortiment Lebensmittel / Nahrungs- und Genussmittel in Sendenhorst 2007

Stadtteil	Einwohner	Anzahl der Lebensmittel-betriebe	Verkaufsfläche Lebensmittel in m²	Verkaufsfläche Lebensmittel in m² je Einwohner
Sendenhorst	9.450	17	5.370	0,57
Albersloh	3.957	6	820	0,21
Gesamt	**13.407**	**23**	**6.190**	**0,46**

Quelle: Einzelhandelserhebung Sendenhorst, Februar / März 2007

Sendenhorst:

- Der Stadtteil Sendenhorst als Siedlungsschwerpunkt weist mit 0,57 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner **einen über dem gesamtstädtischen Wert liegenden Ausstattungsgrad** auf. Insbesondere das Angebot des zeitgemäßen und modernen Standortverbundes aus dem Verbrauchermarkt Edeka und dem Lebensmitteldiscounter Aldi am Osttor sorgt für eine sehr zufriedenstellende Nahversorgungssituation. Der Supermarkt K+K am Nordtor stellt als solitärer (Nah-) Versorgungsstandort die Versorgung für die umliegenden Wohnbereiche sicher, wohingegen der Lebensmitteldiscounter Lidl in der Hoetmarer Straße aufgrund der fehlenden Wohnsiedlungsbereiche im Norden nur eingeschränkt Nahversorgungsfunktion übernehmen kann.

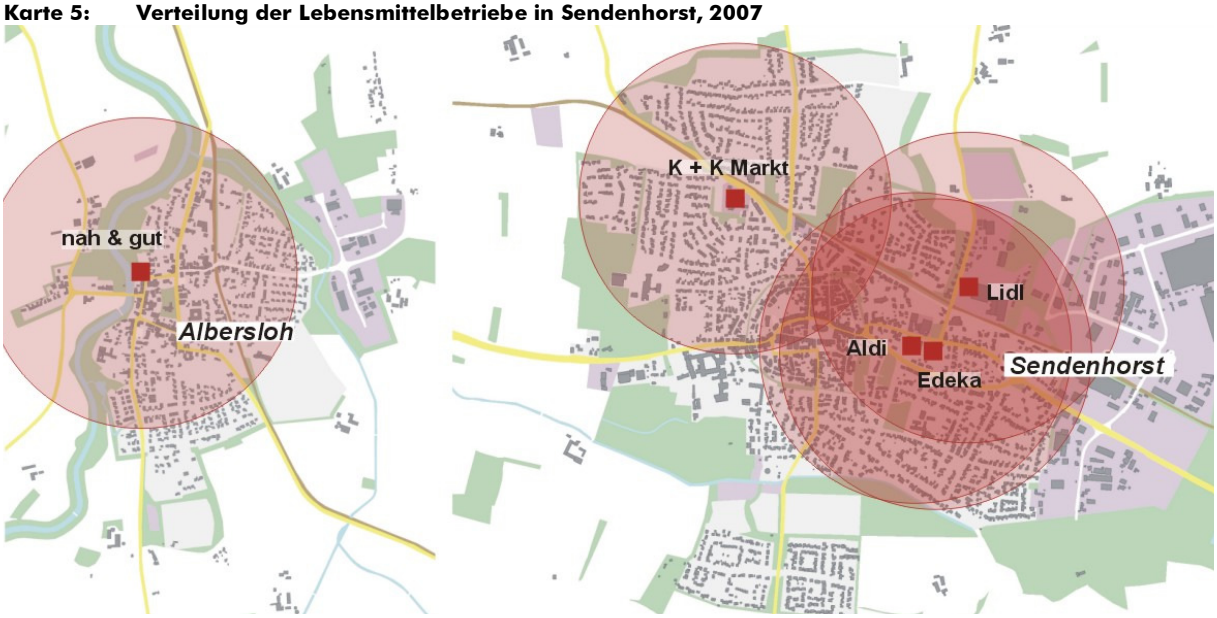
Albersloh:

- In Albersloh liegt eine **unterdurchschnittliche einwohnerspezifische Verkaufsflächenausstattung von ca. 0,21 m²** pro Einwohner vor. Hier übernimmt derzeit ein kleiner Supermarkt (nah & gut mit ca. 620 m² Verkaufsfläche in das Zentrum des Stadtteils integriert) die Versorgung der Albersloher Bevölkerung. Der Anbieter möchte am Standort erweitern, was jedoch aufgrund der baulichen Situation im kleinteiligen Zentrum und der fehlenden Flächen für Stellplätze eher als unrealistisch einzustufen ist. Seit einiger Zeit wird über eine Ansiedlung eines größeren und modernen Supermarktes an anderer Stelle diskutiert, der eine optimale Nahversorgung der knapp 4.000 Einwohner Alberslohs sicher stellen soll.

Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wird eine räumliche Bewertung der Einzelhandelsstandorte vorgenommen. Dabei wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen[6]. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

[6] 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 min 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 7.5.1996, in: Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 38, 49. Jg.. Düsseldorf, 20.06.1996

Karte 5: Verteilung der Lebensmittelbetriebe in Sendenhorst, 2007



eigene Darstellung

In vorstehender Karte wurden die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (> 200 m² Verkaufsfläche) im Sendenhorster Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt. Es zeigt sich in weiten Teilen der Siedlungsschwerpunkte der beiden Stadtteile Sendenhorst und Albersloh eine nahezu lückenlose Versorgung der Bevölkerung - lediglich in den Randbereichen treten kleine Versorgungslücken auf- wobei sich im Stadtteil Sendenhorst einige Radien sogar mehrfach überlappen, was insbesondere in jenen Bereichen mit guter bzw. überdurchschnittlicher Verkaufsflächenausstattung der Fall ist.

Gesamtstädtisch zeigt sich zwar eine quantitativ und räumlich zufriedenstellende Ausstattung der Nahversorgung, wohingegen der Stadtteil Albersloh jedoch eine quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmitteln aufweist.

5 Nachfragesituation des Sendenhorster Einzelhandels

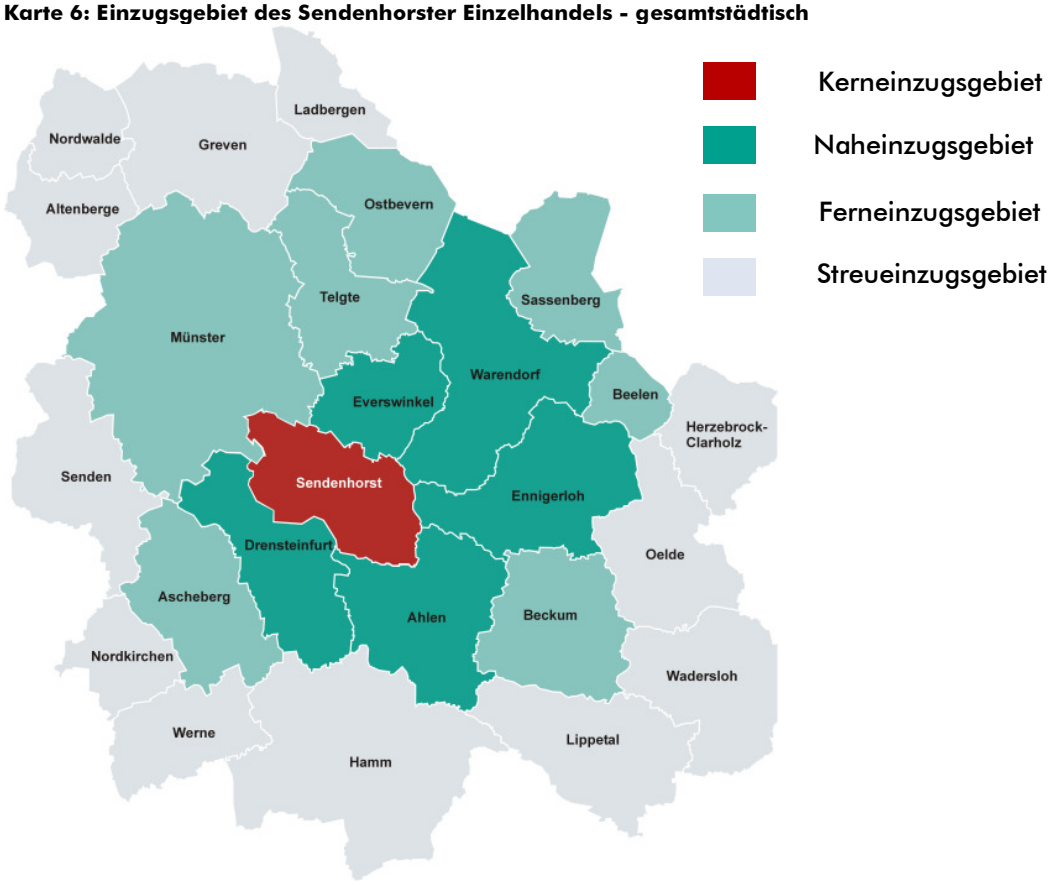
Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Sendenhorst, speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Einzelhandels in Sendenhorst ermöglichen. Weiterhin spielt vor allem das räumliche Einkaufsverhalten der ortsansässigen Wohnbevölkerung eine große Rolle, über das die Ergebnisse der stichprobenartigen Haushaltsbefragungen wichtige Auskünfte liefern.

5.1 Einzugsgebiet des Sendenhorster und Albersloher Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Stadt als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber 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 ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Sendenhorster und Albersloher Einzelhandels, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Die in der Kundenherkunftserhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung von Sendenhorst und Albersloh als Einkaufsorte ermitteln zu können. Auf Grundlage der so berechneten Kundenherkunftskoeffizienten sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten /-zentren lässt sich das Einzugsgebiet der Gesamtstadt Sendenhorst wie folgt abgrenzen:

Karte 6: Einzugsgebiet des Sendenhorster Einzelhandels - gesamtstädtisch



Eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung im Mai 2007

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Sendenhorsts mit einem Kundenpotenzial von rund 13.410 Einwohnern wird als Kerneinzugsgebiet definiert, da sich der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebiets (rund 88 % der Kunden aus dem gesamten Einzugsgebiet) aus diesem Bereich rekrutiert.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungsregion liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von zusammen ca. 142.000 Einwohnern Everswinkel, Warendorf, Ennigerloh, Ahlen und Drensteinfurt. Jedoch kommen nur rund 7 % der Sendenhorster Kunden aus dem näheren Einzugsgebiet.

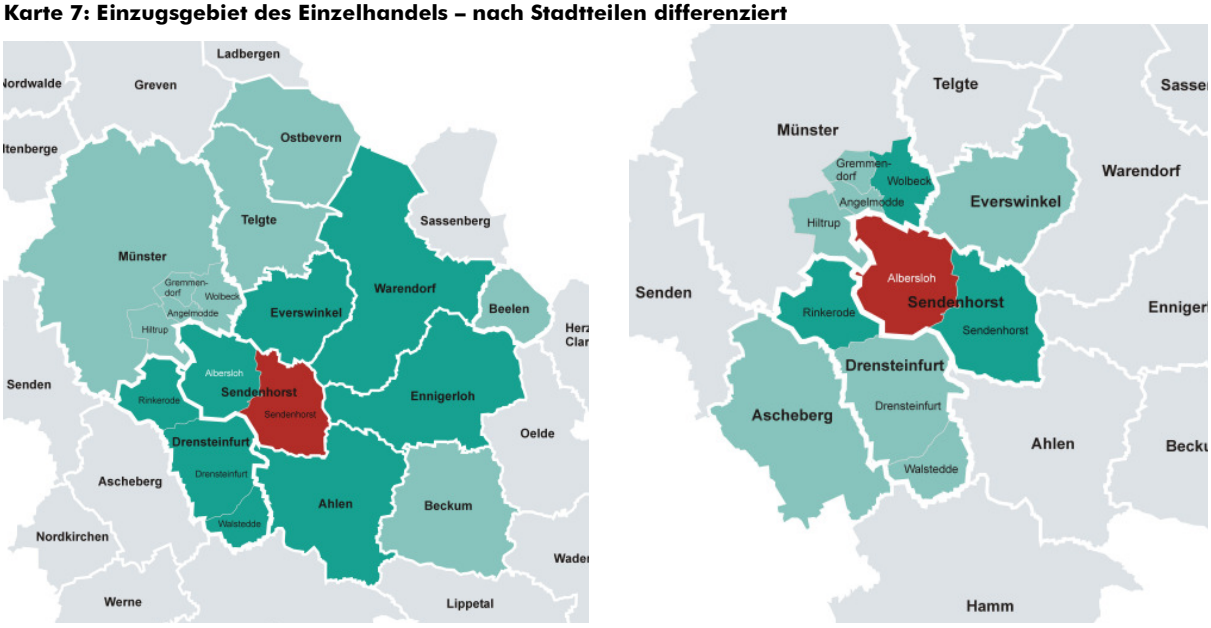
Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Sendenhorster Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und demnach nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Sendenhorst ausgerichtet sind. Dementsprechend gering ist das Kundenaufkommen aus solchen Herkunftsgebieten. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem

Kaufkraftpotenzial, der durch den Einzelhandel in Sendenhorst abgeschöpft wird, sich mit zunehmender Entfernung von Sendenhorst verringern. Als sogenannte *Streuumsätze* des Einzelhandels in Sendenhorst werden daneben „Zufallskäufe" von Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet.

Nach Stadtteilen differenziert, ergibt sich für den Einzelhandelsstandort Stadtteil Sendenhorst ein ähnliches Einzugsgebiet, wie für den gesamtstädtischen Einzelhandel, was wiederum daran liegt, dass sich hier ca. 80 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche befindet. Das Albersloher Einzugsgebiet fällt entsprechend deutlich kleiner aus.

Karte 7: Einzugsgebiet des Einzelhandels – nach Stadtteilen differenziert



Eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung im Mai 2007

5.2 Kaufkraftpotenzial im Kerneinzugsgebiet -Gesamtstadt

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 ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Sendenhorst in der gesamtstädtischen Betrachtung, stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 12: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Sendenhorst 2006

Warengruppe	Kaufkraftpotenzial der Sendenhorster Wohnbevölkerung in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	**23,4**
Blumen / Zoologischer Bedarf	**1,0**
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	**4,1**
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	**2,7**
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	***31,3***
Bekleidung / Wäsche	**6,3**
Schuhe / Lederwaren	**1,4**
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	**1,0**
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	**1,3**
Sportartikel / Fahrräder / Camping	**1,1**
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	***11,2***
Wohneinrichtungsbedarf	**1,6**
Möbel	**3,9**
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	**1,7**
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	**4,9**
Medizinische und orthopädische Artikel	**1,1**
Uhren / Schmuck	**0,7**
Bau- und Gartenmarktsortimente	**7,4**
Überwiegend langfristiger Bedarf	***21,3***
Sonstiges	**0,7**
Kaufkraftpotenzial Gesamt	**64,4**

BBE Köln –Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2006

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für das Jahr 2006 für die Stadt Sendenhorst etwa 64,4 Mio. Euro**. Die Verbrauchsausgaben pro Hauptbranche sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** mit rund 23,4 Mio. Euro bzw. ca. 36,4 % am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial den höchsten Anteil ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Hauptbranchen Bau- und Gartenmarktsortimente mit 11,5 % und Bekleidung/Wäsche mit 9,8 %.Weitere monetär bedeutsame Hauptbranchen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Unterhaltungselektronik.

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von 64,4 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen - das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Sendenhorst zu Grunde. Die sogenannte *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrele-

vanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Sendenhorst** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von etwa 100,63**, d.h. dass das Kaufkraftniveau der Sendenhorster Bevölkerung **knapp über den Durchschnittswerten** der bundesweit flächendeckend ermittelten Kaufkraftdaten liegt.

Eine **nach Stadtteilen differenzierte Betrachtung** des Kaufkraftpotenzials ist in Kapitel 5.6 Zentralitäten nach Warengruppen dargestellt.

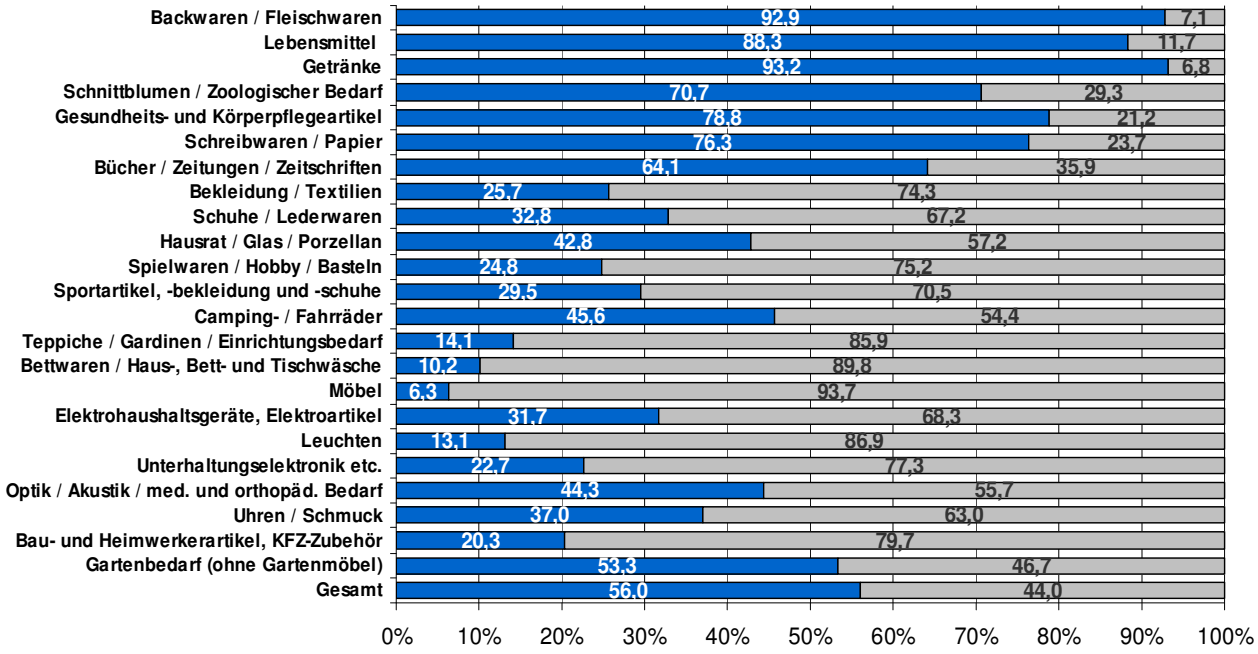
5.3 Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Eine der wichtigsten Größen zur Beurteilung der Ausstrahlungskraft der Einkaufsstandorte Sendenhorst und Albersloh sind die auf Grundlage der Haushaltsbefragungen ermittelten so genannten Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten, in denen das branchenspezifische **räumliche Nachfrageverhalten** der Einwohner der Stadt zum Ausdruck kommt. Um die Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten zu ermitteln, wurden die Sendenhorster und Albersloher Haushalte gefragt, wo sie verschiedene Waren hauptsächlich erwerben. Die Daten beschreiben demnach den Anteil der lokal vorhandenen Kaufkraft, der in Sendenhorst und Albersloh verbleibt und durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird (Bindungsquote) bzw. der Anteil, der in andere Städte und Einkaufsstandorte abfließt (Abflussquote).

Ausgangspunkt der nachfolgend gezeigten Kaufkraftströme ist das Gesamtvolumen des – im vorangegangenen Kapitel aufgezeigten – in Sendenhorst und Albersloh zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials, d.h. demjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die hier ermittelten räumlichen Einkaufsorientierungen bilden sowohl für die zukünftigen Planungen und Handlungsempfehlungen, als auch für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Spielräume eine wichtige Orientierungsgrundlage. Sie geben Aufschluss über die relevanten **Konkurrenzstandorte** des Einzelhandels in Sendenhorst und machen ersichtlich, in welchen Branchen das **örtliche Einzelhandelsangebot Stärken oder Defizite** aufweist.

Die nachfolgende Abbildung 11 gibt einen Überblick über das räumliche Einkaufsverhalten der Bewohner Sendenhorsts und die daraus resultierenden **Kaufkraftbindungs- (blau) bzw. Kaufkraftabflussquoten (grau)**. Weiterhin vermitteln Abbildung 12 für Sendenhorst und Abbildung 13 für Albersloh das räumliche Einkaufverhalten der jeweiligen Bewohner im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, auf das im Rahmen der Nahversorgung besondere Untersuchungsrelevanz hat.

Abbildung 11: Kaufkraftbindung und –abflussquoten in %



Quelle: Haushaltsbefragung Sendenhorst März 2007

- In den **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Blumen und Zoo sowie ferner Schreibwaren / Bücher und Zeitschriften) werden die höchsten Bindungsquoten im Sendenhorster Einzelhandel erzielt. Dies gilt Insbesondere für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, deren ermittelte Bindungsquote bei rund 90 % liegt. Damit bewegt sich der Wert für diese nahversorgungsrelevante Warengruppe im üblichen Rahmen vergleichbarer Kommunen die in der Regel Bindungsquoten von ca. 85 % bis 90 % aufweisen. Ebenfalls hohe Bindungsquoten erreicht der Sendenhorster Einzelhandel in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflegeartikel mit rund 80 % sowie Schreibwaren und Papier mit 76 %. Insgesamt weisen die Bindungsquoten im kurzfristigen Bedarfsbereich des Sendenhorster Einzelhandels durchgängig durchschnittliche bis hohe Werte auf.

Abbildung 12: Kaufkraftbindung und –abflussquoten für Sendenhorst in %

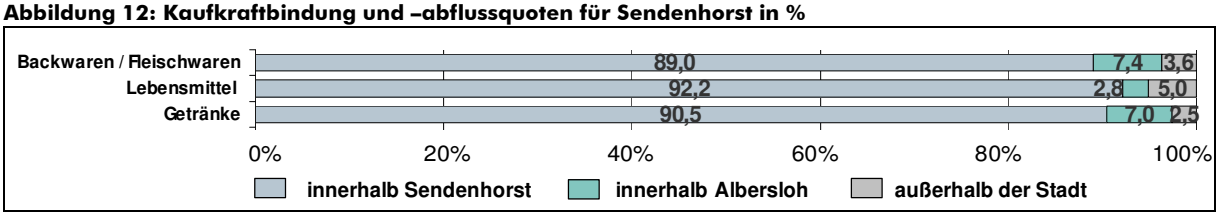
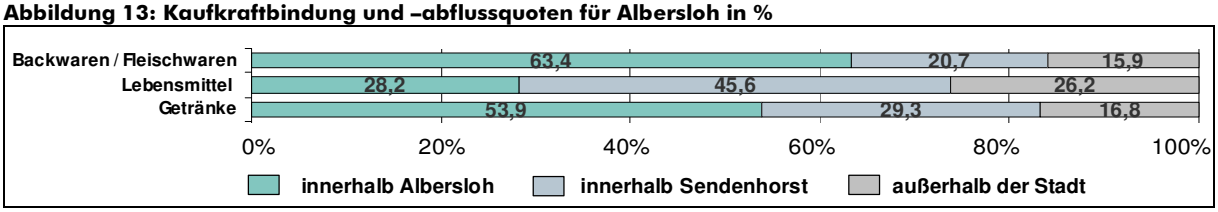


Abbildung 13: Kaufkraftbindung und –abflussquoten für Albersloh in %



Haushaltsbefragung Sendenhorst März 2007

- Die nach den Stadtteilen Sendenhorst und Albersloh differenzierte Betrachtung der Kaufkraftbindungsquoten für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zeigt, dass die Sendenhorster ihren Bedarf an Lebensmitteln zu 92 % im Stadtteil selber decken, wohingegen lediglich rund 28 % der befragten Albersloher angaben, ihre Lebensmittel bei Anbietern in Albersloh zu beziehen. Stattdessen greift ein hoher Anteil der befragten Albersloher (rund 50 %) auf das attraktivere und breitere Angebot im Stadtteil Sendenhorst zurück und kauft dort ihre Lebensmittel ein. Eine deutlich höhere Bindungsquote können hingegen die Betriebe des Lebensmittelhandwerks in Albersloh verzeichnen (ca. 63 %). Von den rund 26 % der befragten Albersloher Haushalten, die außerhalb der Stadt ihre Lebensmittel beziehen, kaufen 19 % in Münster, 6 % im nahe gelegenen Drensteinfurt und 1 % in Bielefeld.
  Insgesamt verdeutlicht der Vergleich der beiden Stadtteile eine innerörtlich merklich auf den Stadtteil Sendenhorst ausgerichtete Einkaufsorientierung im Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel, was auf die in Sendenhorst gegenüber Albersloh deutlich umfangreichere und attraktivere Einzelhandelsausstattung zurückzuführen ist.

- In den **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** erreicht der Sendenhorster Einzelhandel die höchste Bindungsquote im Bereich Camping und Fahrräder (45,6 %), welche sicherlich ein Indiz für die zufriedenstellende Angebotsausstattung in diesen Sortimenten ist. In der Warengruppe Hausrat / Glas / Porzellan kann der ortsansässige Einzelhandel die Kaufkraft zu annähernd 50 % binden. Insgesamt zeigen sich Bindungsquoten in einer Spanne zwischen 10 % und 46 %, Werte die sich ebenfalls für ein Grundzentrum der Größenordnung Sendenhorsts in einem üblichen Rahmen bewegen. Die niedrigste Bindungsquote wird in der Warengruppe Bettwaren / Haus-, Bett- und Tischwäsche erzielt.

- Die **Warengruppen des langfristigen Bedarfs** erreichen Bindungsquoten die zwischen 6 % und 54 % liegen. Den höchsten Wert bildet hierbei die Warengruppe Gartenbedarf, welcher auf die gute Angebotsausstattung in diesem Bereich zurückzuführen ist und hier insbesondere auf den Anbieter Blumenhof Sendenhorst aber auch die in beiden Stadtteilen vorhandenen Raiffeisenmärkte. Die niedrigste Bindungsquote wird bei Möbeln erzielt. Der niedrige Wert lässt sich jedoch mit der lediglich marginalen Verkaufsflächenausstattung sowie der generell erhöhten Mobilitätsbereitschaft der Kunden beim Möbeleinkauf erklären und deutet nicht auf ein relevantes Defizit in Sendenhorst in dieser Warengruppe hin.

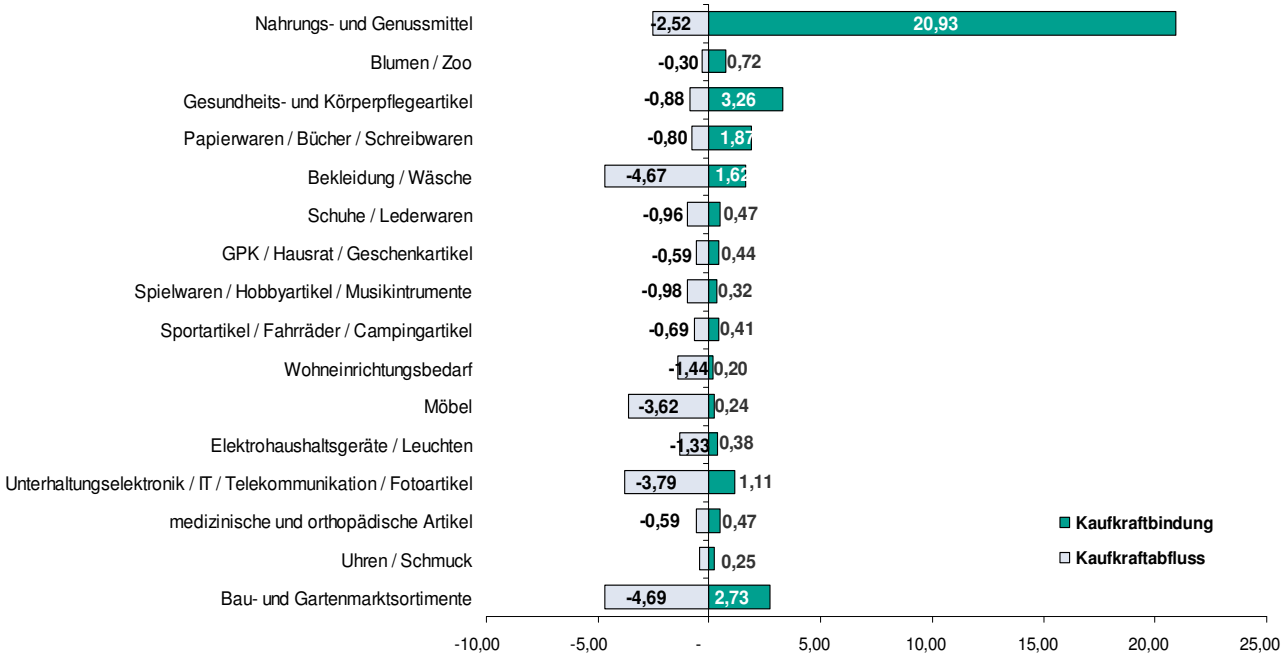
Die prozentuale Darstellung der Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten reicht allerdings noch nicht für eine vollständige Bewertung der Situation aus. Vielmehr ist die monetäre Betrachtung der Kaufkraftströme von hoher Bedeutung, da die Ausgaben der Haushalte für verschiedene Warengruppen nicht gleich hoch sind und den in prozentualen Angaben dargestellten Quoten somit ein von Warengruppe zu Warengruppe divergierendes Gewicht zukommt. So kann beispielsweise eine geringe prozentuale Abflussquote in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel einen weitaus größeren monetären Verlust bedeuten, als etwa eine hohe Abflussquote in der Warengruppe Uhren / Schmuck.

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass über die Qualität und das Preisniveau der eingekauften Artikel im Rahmen der Haushaltsbefragung keine Erkenntnisse erlangt werden, so dass bei der Projektion der Bindungsquoten auf monetäre Kaufkraftflüsse durchaus Unterschiede bzw. Abweichungen entstehen können. Insbesondere im Warenbereich des kurzfristigen Bedarfs finden aus rein quantitativer Sicht die meisten Einkäufe vor Ort bzw. im näheren Umfeld statt, seltener gekaufte (aber wesentlich teurere) Luxusartikel werden jedoch überwiegend in Oberzentren mit qualitativ und quantitativ deutlich breiterem Angebot erworben. Umgekehrt werden Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs zwar häufiger an weiter entfernt gelegeneren Einkaufsorten gekauft, jedoch bilden vereinzelte „Gelegenheits- und Ergänzungskäufe“ vor Ort noch immer einen bestimmten Anteil an den Umsatzzahlen der lokalen Betriebe, der bei den Ergebnissen der Befragung nicht zum Tragen kommt.

Die in der folgenden Abbildung dargestellten Bindungs- und Abflussquoten besitzen daher nur den Charakter von Orientierungswerten, die im Einzelfall unter Umständen von den tatsächlichen Kaufkraftströmen abweichen können. Dennoch liefern sie einen Einblick in den monetären Stellenwert der einzelnen Warengruppen.

Aufgrund des auf das Stadtgebiet beschränkten Befragungsgebiets ist in der folgenden Darstellung zudem die von außerhalb des Stadtgebietes zufließende Kaufkraft, die in einzelnen Betrieben durchaus einen hohen Stellenwert einnehmen kann, nicht berücksichtigt. Diese ergibt sich aus der Differenz zwischen dem in Abbildung 14 dargestellten gebundenen Kaufkraftvolumen der Sendenhorster Bevölkerung und der ermittelten Umsätze des Sendenhorster Einzelhandels. Dieser Kaufkraftzufluss wird jedoch im Rahmen der Betrachtung der Zentralitäten berücksichtigt.

Abbildung 14: Kaufkraftbindung und -abfluss: monetäre Betrachtung



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der ermittelten Kaufkraftbindungs- und Abflussquoten sowie der Kaufkraftdaten der BBE Handelsberatung Köln 2006

In der **monetären Betrachtung** zeigt sich der unterschiedliche Stellenwert der einzelnen Warengruppen, vor allem die Branchen Bekleidung/Wäsche, Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel und Unterhaltungselektronik/IT/Kommunikation verzeichnen recht hohe monetäre Kaufkraftabflüsse.[7] Trotz der relativ hohen prozentualen Kaufkraftbindungsquote ist auch der monetäre Kaufkraftabfluss in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 2,52 Millionen Euro nicht zu vernachlässigen. Der überwiegende Teil der restlichen Warengruppen besitzt hingegen insgesamt gesehen eine weniger ausgeprägte monetäre Bedeutung.

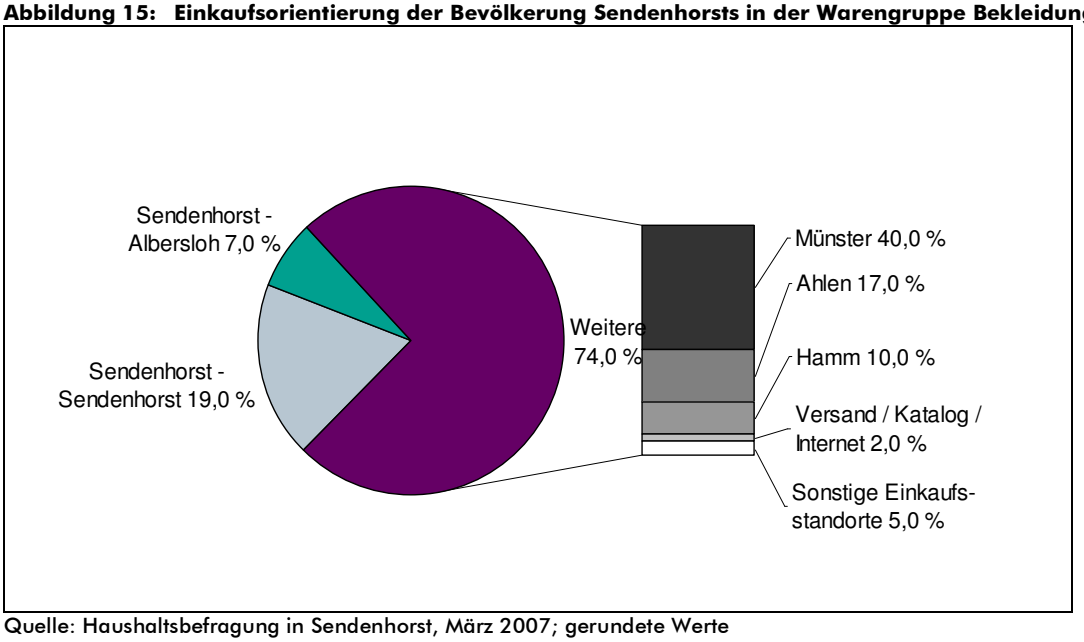
Insgesamt bewegen sich die Bindungsquoten des Sendenhorster Einzelhandels in einem für ein Grundzentren üblichen Rahmen. Die höchsten Bindungsquoten werden in den kurzfristigen Bedarfsgruppen erreicht. Die Gesamtbindungsquote Sendenhorsts erreicht einen Wert von 56 %. Monetär betrachtet bedeutet dies, dass von der in Sendenhorst verfügbaren einzelhandelsspezifischen Kaufkraft, diese beträgt 63,7 Millionen Euro, 35,7 Millionen Euro gebundenen werden können. Den größten Anteil der einzelhandelsspezifischen Kaufkraft bindet die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Annähernd 59 % der gebundenen Kaufkraft entfallen auf diese Warengruppe (20,93 Mio. Euro).

7 Die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sind in dieser Statistik aufgrund der Sekundärstatistik der BBE Handelsforschung zusammengefasst. Das Bild das dadurch von dieser Warengruppe gezeichnet wird entspricht also nicht dem der prozentual betrachteten Bindungsquoten. Eine solche Verzerrung ergibt sich bspw. auch für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

5.4 Räumliche Einkaufsorientierung der Sendenhorster und Albersloher Bevölkerung

In den im vorstehenden Kapitel skizzierten Zusammenhängen ist es auch von Bedeutung herauszuarbeiten, welche Konkurrenzstandorte im Wettbewerb zum Einzelhandel in Sendenhorst und Albersloh stehen. Anhand der folgenden Abbildungen wird für beispielhaft ausgewählte Warengruppen die räumliche Einkaufsorientierung der Sendenhorster Bevölkerung dargestellt.

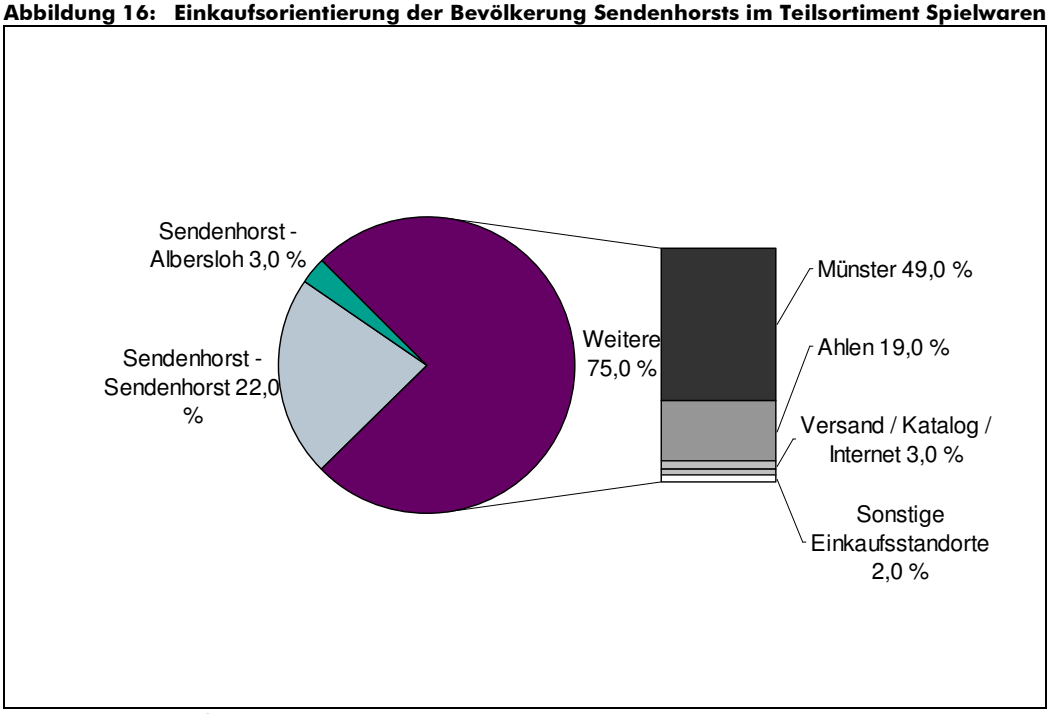
Abbildung 15: Einkaufsorientierung der Bevölkerung Sendenhorsts in der Warengruppe Bekleidung



Quelle: Haushaltsbefragung in Sendenhorst, März 2007; gerundete Werte

In der Warengruppe **Bekleidung** decken die Einwohner Sendenhorst ihren Bedarf lediglich zu 26 % im Einzelhandel des Stadtgebiets. Aufgrund des üblicherweise vorhandenen Kundenwunschs nach einer großen Angebotsbreite und -tiefe ist beim räumlichen Einkaufsverhalten in dieser Warengruppe stets eine deutliche Außenorientierung auf große Konkurrenzstandorte im Umland insbesondere auf Oberzentren festzustellen. In diesem Fall drückt sich der Wunsch dadurch aus, dass 40 % aller Sendenhorster angaben ihre Bekleidung überwiegend in Münster einzukaufen. Weitere nennenswerte Konkurrenzstandorte sind die Mittelzentren Ahlen und Hamm; hier tätigen die Sendenhorster ihre Bekleidungseinkäufe zu 17 % bzw. 10 %. Eine Steigerung der Kaufkraftbindungsquote in der Warengruppe Bekleidung scheint für Sendenhorst zukünftig nicht realistisch. Bereits heute verfügt Sendenhorst über eine relativ gute Angebotsstrukturierung die sich auch über einige z.T. hochwertige Fachgeschäfte auszeichnet.

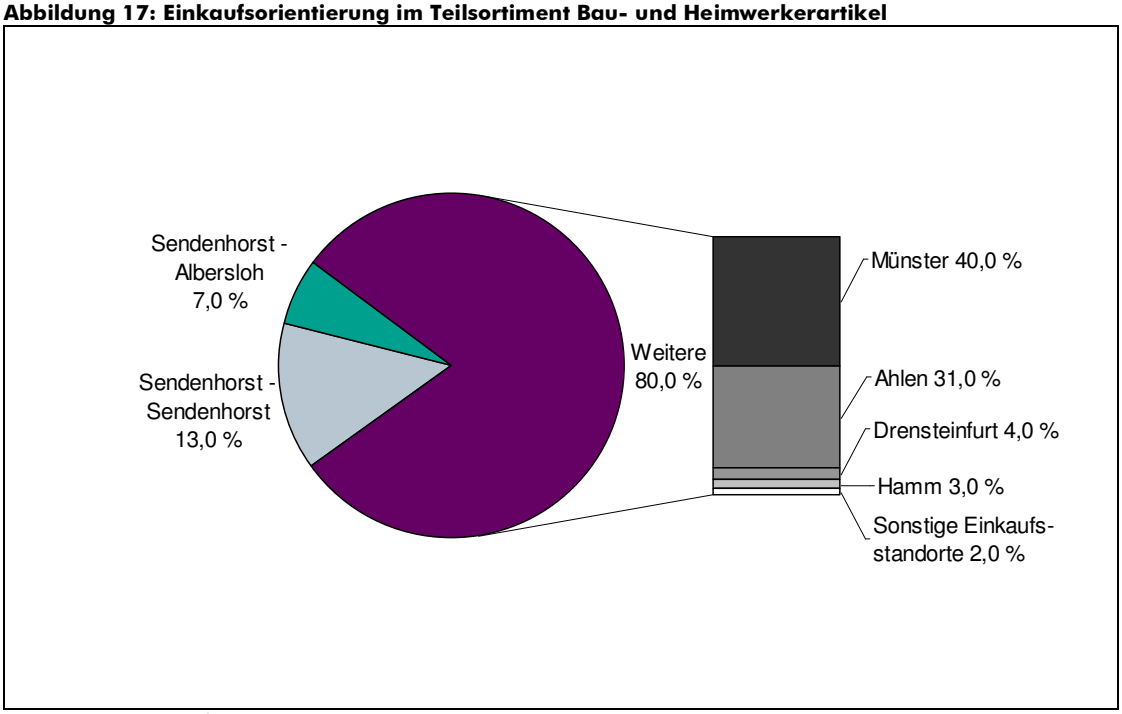
Abbildung 16: Einkaufsorientierung der Bevölkerung Sendenhorsts im Teilsortiment Spielwaren



Quelle: Haushaltsbefragung in Sendenhorst, März 2007; gerundete Werte

Im Teilsortiment **Spielwaren** kann der Sendenhorster Einzelhandel nur relativ geringe Bindungsquoten von 25 % erzielen. Ein Wert, der jedoch angesichts der deutlich unterrepräsentierten Verkaufsflächen in diesem Bereich trotzdem überraschend hoch ausfällt. So ist die Bindungsquote vor diesem Hintergrund zu relativieren, denn weder im Stadtteil Sendenhorst noch in Albersloh gibt es einen Anbieter, der Spielwaren als Hauptsortiment führt. Eine klare Einkaufsorientierung in Nachbarkommunen ist also nicht verwunderlich. Rund 50 % aller Befragten gaben an, ihre Spielwaren überwiegend in Münster, dem Hauptkonkurrenzstandort Sendenhorsts, zu kaufen. Ein weiterer wichtiger Konkurrenzstandort ist das Mittelzentrum Ahlen; hier tätigen 19 % aller Befragten ihre Spielwareneinkäufe. Der Versandhandel spielt als Konkurrenz, ebenso wie die sonstigen Einkaufsstandorte, eine eher untergeordnete Rolle.

Abbildung 17: Einkaufsorientierung im Teilsortiment Bau- und Heimwerkerartikel



Quelle: Haushaltsbefragung in Sendenhorst, März 2007; gerundete Werte

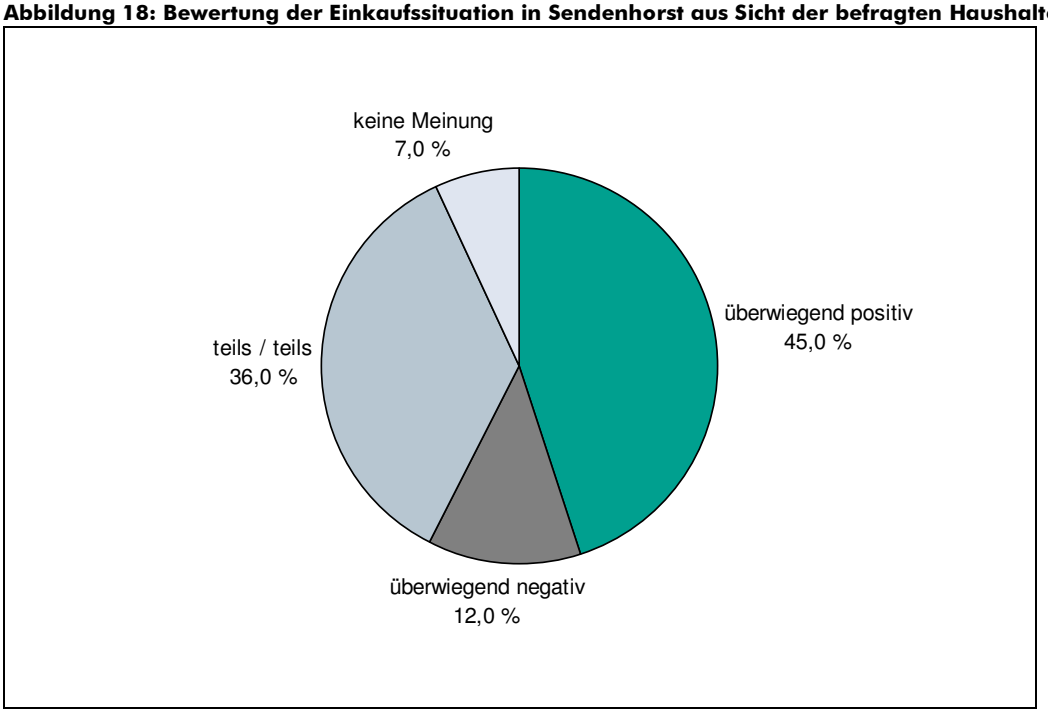
20 % der befragten Haushalte gaben an, ihre **Bau- und Heimwerkerartikel** überwiegend im Stadtgebiet zu kaufen, wobei auf den Stadtteil Sendenhorst 13 %, auf Albersloh nur 7 % entfallen. Wichtigster Konkurrenzstandort ist auch für den Einzelhandel mit Bau- und Heimwerkerartikel das nahegelegene Oberzentrum Münster. Hier kaufen 40 % der befragten Sendenhorster Haushalte ihre Bau- und Heimwerkerartikel überwiegend ein. Weiter Konkurrenzstandorte sind Ahlen, Drensteinfurt und Hamm. Insbesondere die Stadt Ahlen kann in diesem Sortiment Kunden aus Sendenhorst an sich binden.

Insgesamt kann die Stadt Sendehorst entsprechend ihrer Funktion als Grundzentrum lediglich in den **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs hohe Bindungsquoten** erzielen. In diesen Warengruppen ist eine deutliche Kaufkraftbindung an den Sendenhorster Einzelhandel zu erkennen, was für diese regelmäßig nachgefragten Sortimente mit vergleichsweise hoher „Distanzempfindlichkeit" jedoch typisch ist. In den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs herrscht überwiegend eine deutliche **räumliche Einkaufsorientierung auf das nahegelegene Oberzentrum Münster sowie das Mittelzentrum Ahlen.** Lediglich in einigen Teilsortimenten, bspw. Gartenbedarf, kann die Stadt Sendenhorst eine hohe Bindungsquote erzielen.

5.5 Bewertung des Einzelhandelsstandortes Sendenhorst und Albersloh aus Sicht der Kunden

Zur besseren Einschätzung und Bewertung der Einzelhandelsstandorte Sendenhorst und Albersloh sowie zur Ableitung von Handlungsempfehlungen zur zielgerichteten Attraktivierung der lokalen Einzelhandelssituation wurden im Rahmen der Haushaltsbefragungen, neben der Ermittlung der räumlichen Einkaufsorientierung, unter anderem auch Fragen zur **qualitativen Beurteilung des Einkaufsstandorts Sendenhorst und Albersloh** aus Sicht der Kunden gestellt. Die wesentlichen Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

Abbildung 18: Bewertung der Einkaufssituation in Sendenhorst aus Sicht der befragten Haushalte



Haushaltsbefragung in Sendenhorst, März 2007, eigene Darstellung

- Wie in Abbildung 18 dargestellt, bewerten rund 45 % der befragten Sendenhorster Haushalte die **Einkaufssituation** in ihrer Stadt als **überwiegend positiv**. Nur rund 12 % sehen die Einkaufssituation als negativ an, während 36 % der Befragten ein ambivalentes Bild von der Einkaufssituation haben. Insgesamt zeichnet das erfragte Meinungsbild eine positive Einschätzung der Einkaufssituation durch die Haushalte. Allerdings weist die ambivalente Einschätzung durch 36 % der Haushalte auf Verbesserungspotenziale hin.

- Als **Gründe für die positive Einschätzung** wurden vor allem die gute gesamtstädtische Angebotsstruktur bzw. die große Auswahl (ca. 55 % der Positivnennungen) sowie die gute Einkaufsatmosphäre des Einkaufsstandorts (ca. 13 %) genannt. Weitere Nennungen waren das preisgünstige Angebot, die gute Erreichbarkeit sowie die gute Qualität des Angebots.

- Unter den deutlich weniger abgegebenen **Negativnennungen** ist vor allem die mangelnde Angebotsauswahl im lokalen Angebot kritisiert worden (ca. 54 % der Negativnennungen). Weiterhin übten 13 % der befragten Haushalte, die ein negatives Bild von der Einkaufssituation haben, Kritik an der Einkaufsatmosphäre. Die übrigen Nennungen zielen auf die Qualität und die Preise der angebotenen Waren sowie die bessere Erreichbarkeit anderer Einkaufsstandorte mit dem ÖPNV, dem Fahrrad oder zu Fuß ab.

- Insgesamt zeigt die Angabe der Gründe für die Einschätzung der Einkaufssituation ein sehr ambivalentes Meinungsbild. Mehrfach wurden dieselben Gründe sowohl für eine positive als auch für eine negative Einschätzung herangezogen. Dies verdeutlicht die Subjektivität der Ergebnisse.

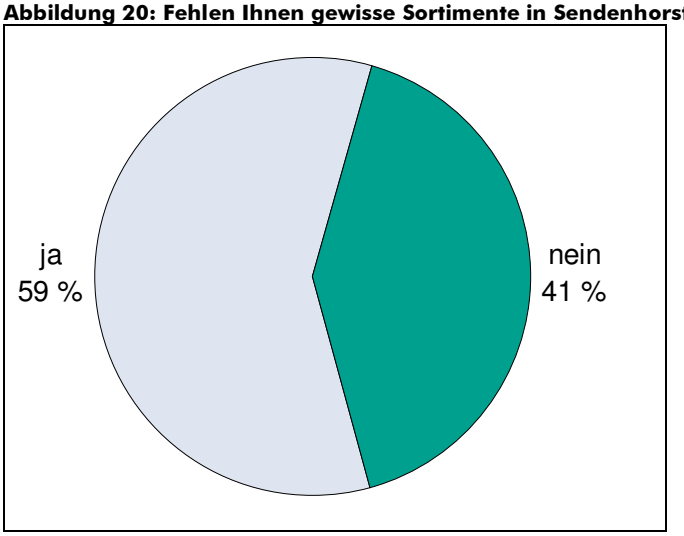
Abbildung 19: Gründe für die Einschätzung der Versorgungssituation

positiv (45,0 %)	negativ (12,0 %)
große Auswahl (55 %)	**woanders mehr Auswahl** (54 %)
gute Einkaufsatmosphäre (13 %)	**woanders mehr Einkaufsatmosphäre** (13 %)
preisgünstiges Angebot (10 %)	**woanders billiger / woanders bessere Qualität des Angebots** (jeweils 8 %)
gute Erreichbarkeit (9 %) **gute Qualität des Angebots** (7 %)	**woanders besseres ÖPNV-Angebot / woanders bessere Rad- und Fußwegeverbindungen / woanders attraktivere Gestaltung des Einkaufsstandortes** (jeweils 5 %)

Haushaltsbefragung in Sendenhorst, März 2007, eigene Darstellung

In einer weiteren Frage wurde ermittelt, ob den Bewohnern der Stadt Angebote oder spezielle Sortimente fehlen.

Abbildung 20: Fehlen Ihnen gewisse Sortimente in Sendenhorst?



Haushaltsbefragung Sendenhorst, März 2007, eigene Darstellung

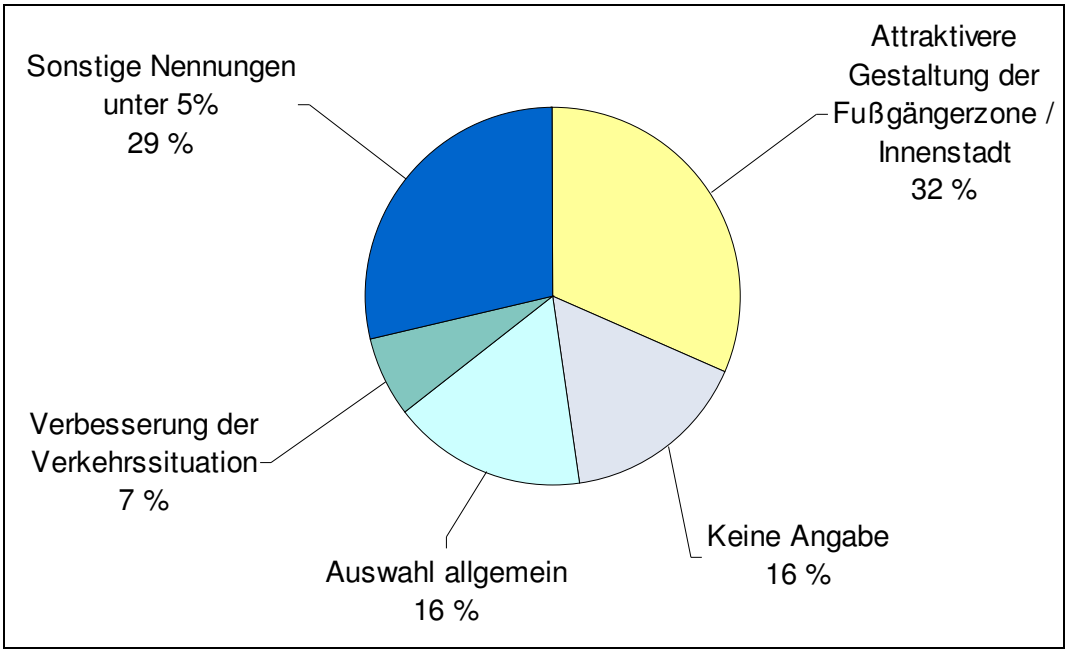
- Trotz des eher positiven Gesamtbilds der Einkaufssituation in Sendenhorst gaben rund 60 % der befragten Haushalte an, **gewisse Sortimente oder Betriebsformen zu vermissen**. Auf der anderen Seite ist aber auch ein hoher Prozentsatz von 41 % mit der Angebotsstruktur ihres Einkaufsstandorts zufrieden, so dass sich insgesamt ein ambivalentes Bild ergibt.

- Unter den vermissten Sortimente wird erwartungsgemäß die **Hauptbranche Bekleidung/Wäsche** am häufigsten genannt. Rund 27 % aller Nennungen entfallen auf diese Warengruppe, was die Bedeutung dieser Leitbranche für die Attraktivität von Einzelhandelsstandorten widerspiegelt.
  An zweiter Stelle mit deutlich weniger Nennungen (19 %) liegt die ebenfalls für den innerstädtischen Einzelhandel bedeutende Warengruppe **Schuhe/Lederwaren**. Aufgrund der üblicherweise vorhandenen Einkaufsorientierung an Standorte mit hoher Angebotsbreite und -tiefe (v.a. Oberzentren) deuten diese Nennungen allerdings nicht auf signifikante Angebotsdefizite hin.

- Mit 5 % aller Nennungen ist auch die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unter den Top Five der vermissten Sortimente. Dies ist insbesondere auf die Unzufriedenheit der befragten Haushalte mit der Angebotssituation in Albersloh zurückzuführen.
  Dort gaben 68 % der befragten Haushalte an gewisse Sortimente in der Angebotsstruktur des Stadtteils Albersloh zu vermissen. Unter den vermissten Sortimenten bzw. Betriebsformen rangiert in Albersloh der Wunsch nach einem Lebensmitteldiscounter auf dem ersten Rang. Weitere Nennungen beziehen sich auf das Sortiment Lebensmittel (20 %) sowie Bekleidung / Wäsche (11 %).

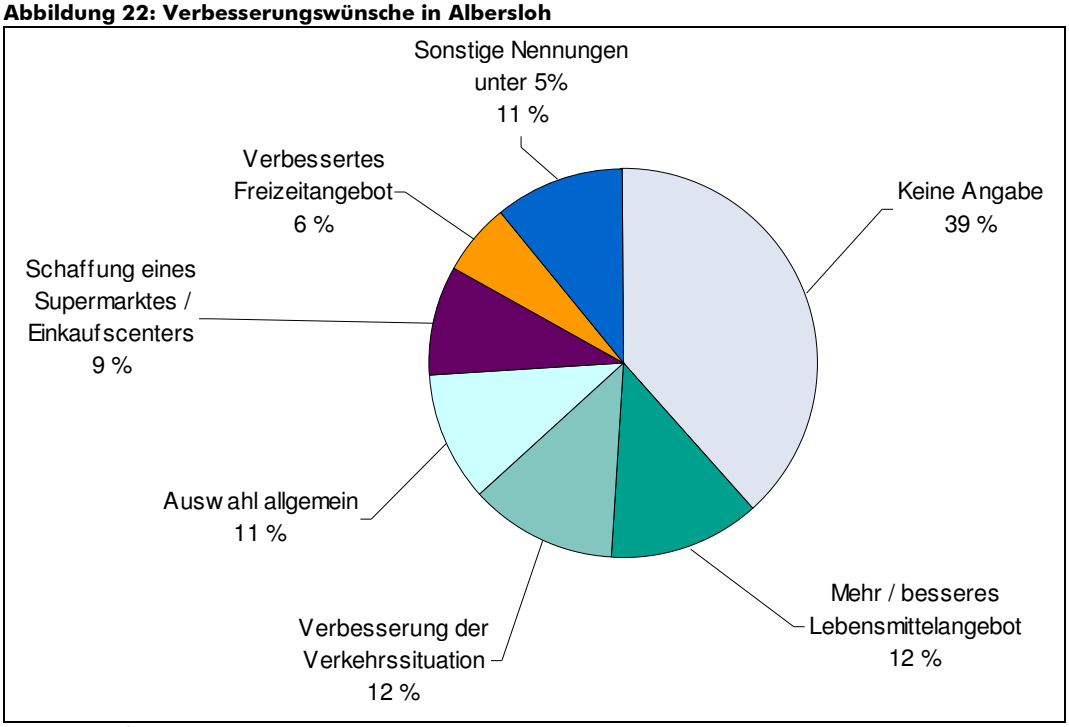
Die Haushaltsbefragung hat zusätzlich zu den bisher dargestellten einzelhandelsspezifischen Fragen auch eine Frage nach allgemeinen Verbesserungsmöglichkeiten in Sendenhorst bzw. Albersloh gestellt. Das Ergebnis der Frage ist in Abbildung 21 für den Stadtteil Sendenhorst und in Abbildung 22 für den Stadtteil Albersloh dargestellt.

Abbildung 21: Verbesserungswünsche in Sendenhorst



Haushaltsbefragung Sendenhorst, März 2007, eigene Darstellung

Abbildung 22: Verbesserungswünsche in Albersloh



Haushaltsbefragung Sendenhorst, März 2007, eigene Darstellung

- Die Ergebnisse verdeutlichen, dass sich die Einwohner des **Stadtteils Sendenhorst** vornehmlich eine **attraktivere Gestaltung der Fußgängerzone bzw. der Innenstadt** wünschen. Weiterhin wurden die **Angebotsbreite und -tiefe** (16 %) sowie die **Verkehrssituation** (7 %), was sich sicherlich auf das hohe Verkehrsaufkommen in der Ortsdurchfahrt bezieht, als verbesserungswürdig angesehen. Unter den sonstigen Nennungen befinden sich bspw. die Forderungen nach längeren und einheitlichen Ladenöffnungszeiten oder einem verbesserten Gastronomieangebot.

- Im Stadtteil **Albersloh** werden von den Befragten ein ausgeweitetes, besseres Lebensmittelangebot und eine Verbesserung der Verkehrssituation als vorrangige Verbesserungsvorschläge gesehen. Beide Aspekte wurden gleichrangig von je 12 % der befragten Haushalte genannt. Die Auswahl im allgemeinen sowie die Schaffung eines Supermarkts bzw. Einkaufcenters wurden mit 11 % bzw. 9 % ebenfalls häufig genannt. Der weitaus größte Teil aller Befragten hat sich allerdings nicht zu den Möglichkeiten der Verbesserung der Gesamtsituation geäußert.

Aus den oben stehenden Befragungsergebnissen ergeben sich Hinweise auf Optionen zur Verbesserung des Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Freizeitangebots. Allerdings lassen sich nicht direkt zusätzliche Entwicklungsbedarfe in bestimmten Sortimenten ableiten. Aufgrund der nicht immer objektiven Wahrnehmung der Befragten liefern die Ergebnisse lediglich Hinweise auf mögliche Angebotsdefizite, die sich in einer fachlichen Untersuchung oft relativieren lassen. Die Betrachtung möglicher Entwicklungsspielräume muss in jedem Fall in engem Zusammenhang mit den ermittelten Kaufkraftbindungsquoten und den branchenspezifischen Zentralitäten betrachtet werden.

5.6 Zentralitäten nach Warengruppen

Ein wichtiger Indikator für die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Sendenhorst ist die *Zentralität* der einzelnen Warengruppen. Die Zentralität ist das Verhältnis zwischen dem errechneten Einzelhandelsumsatz und dem lokal vorhandenen Kaufkraftpotenzial. Sie zeigt an, wie viel der vorhandenen Kaufkraft am Standort durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 100 bedeutet z.B., dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 100 deuten auf Zuflüsse von außen hin, Werte unter 100 auf Abflüsse per Saldo.

Tabelle 13: Zentralitäten nach Warengruppen nach Stadtteilen

Warengruppe	Sendenhorst			Albersloh			Zentralität Gesamtstadt
	Umsatz insgesamt in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität	Umsatz insgesamt in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität	
Nahrungs- und Genussmittel	22,6	16,5	137	3,8	6,9	54	112
Blumen / Zoologischer Bedarf	0,8	0,7	113	0,1	0,3	30	88
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	2,4	2,9	83	0,9	1,2	75	81
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	0,9	1,9	50	0,3	0,8	37	46
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	***26,7***	***22,0***	***122***	***5,1***	***9,2***	***55***	***102***
Bekleidung / Wäsche	3,8	4,4	85	1,0	1,9	52	75
Schuhe / Lederwaren	0,7	1,0	64	0,3	0,4	80	69
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	0,9	0,7	128	0,2	0,3	59	107
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	0,2	0,9	17	-	0,4	-	12
Sportartikel / Fahrräder / Camping	0,6	0,8	72	0,3	0,3	99	80
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	***6,1***	***7,9***	***77***	***1,8***	***3,3***	***55***	***71***
Wohneinrichtungsbedarf	0,4	1,2	30	< 0,1	0,5	2	22
Möbel	0,2	2,7	7	0,4	1,1	32	14
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,1	1,2	6	0,6	0,5	126	41
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	0,5	3,5	15	0,6	1,5	44	24
Medizinische und orthopädische Artikel	0,2	0,8	28	-	0,3	-	20
Uhren / Schmuck	0,6	0,5	116	-	0,2	-	82
Bau- und Gartenmarktsortimente	4,0	5,2	76	0,2	2,2	9	56
Überwiegend langfristiger Bedarf	***5,9***	***15,0***	***39***	***1,8***	***6,3***	***29***	***36***
Summe	**38,8**	**45,4**	**86**	**8,7**	**19,0**	**46**	**74**

eigene Berechnungen

- Die errechneten Werte auf gesamtstädtischer Ebene weisen ein **breites Spektrum** von 12 bis 112 auf.

- Insgesamt bewegen sich die Werte mit wenigen Ausnahmen jedoch unterhalb der 100. Der errechnete **Durchschnittswert von 74** und ist dennoch als positiv einzustufen. Er entspricht der Funktion Sendenhorsts als **Grundzentrum** und weist auch auf die nahegelegenen starken Geschäftszentren in der Region, insbesondere Münster, hin.

- Positiv ist grundsätzlich der Zentralitätswert von 102 in den **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**, insbesondere der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (112) zu bewerten. Der Umsatz der Sendenhorster Betriebe ist etwas höher, als die vorhandene Kaufkraft der ansässigen Wohnbevölkerung, d.h. es sind in der Gesamtbetrachtung sogar leichte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Auch durch diese Werte wird die gute Angebotsausstattung in den grundversorgungsrelevanten Warengruppen der Stadt Sendenhorsts bestätigt.

- Auch in den **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** sind die Zentralitätswerte zu großen Teilen erfreulich hoch, was gemessen an der Größenordnung und Versorgungsfunktion Sendenhorsts auf das gute Ergänzungsangebot in diesen Sortimenten hindeutet. So bewegen sich die Werte in den Warengruppen Bekleidung / Wäsche (75) und Schuhe / Lederwaren (69) in einem zufriedenstellenden, guten Rahmen. Aufgrund des üblicherweise vorhandenen Kundenwunsches nach einer großen Angebotsbreite und -tiefe ist beim räumlichen Einkaufsverhalten in diesen Warengruppen stets eine deutliche Außenorientierung auf große Konkurrenzstandorte festzustellen. Einzig in der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente** liegt ein sehr niedriger Zentralitätswert vor, der auf einen Entwicklungsspielraum schließen lässt.

- Die im Schnitt niedrigeren Werte in den **Warengruppen des langfristigen Bedarfs**, insbesondere Wohneinrichtungsbedarf und Möbel sind auf das geringe Angebot in diesen Warengruppen zurückzuführen, bewegen sich aber ebenfalls in einem für ein Grundzentrum üblichen Rahmen.

Insgesamt entspricht das Bild den Erwartungen an ein Grundzentrum im ländlichen Raum mit starken Konkurrenzzentren in der näheren Umgebung. Aufgrund der überwiegend bereits hohen Zentralitäten ist auf gesamtstädtischer Ebene kaum auf nennenswerten **Entwicklungsspielraum** zu schließen.
Anders fällt jedoch die Einschätzung bei der Betrachtung der Zentralitätswerte beider Stadtteile getrennt voneinander aus. Hier fällt insbesondere noch einmal die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe ins Auge. Der Zentralitätswert im Stadtteil **Sendenhorst im Bereich Nah-**

rungs- und Genussmittel (137) liegt deutlich über dem gesamtstädtischen Wert und deutet auf erheblichen Zufluss an Kaufkraft von außen hin. Auf der anderen Seite kann festgehalten werden, dass es dem Lebensmitteleinzelhandel in Albersloh nur gelingt **rund 50 % der ortsansässige Kaufkraft zu binden**. Daraus lässt sich Handlungsspielraum für den Lebensmittelbereich für Albersloh ableiten. Entsprechend der Angebotsausstattung fallen die Zentralitätswerte in Albersloh den übrigen Warengruppen aus. Auch hier ist anzumerken, dass die erfreulich hohen Werte in den Bereichen Schuhe / Lederwaren (80), Sportartikel (99) und Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten (126) Einzelfälle darstellen und insbesondere auf jeweils einen Anbieter am Standort zurückzuführen sind.

Neben der rein quantitativen Betrachtung spielt vor allem auch die räumlich-funktionale Angebotsstruktur eine große Rolle für die Funktionsfähigkeit und Vitalität eines Zentrums / Einzelhandelsstandorts. In Kapitel 6 dieser Untersuchung werden sowohl rein absatzwirtschaftliche, als auch räumlich funktionale Entwicklungsspielräume in Sendenhorst und Albersloh näher betrachtet und erläutert sowie daraus resultierende, mögliche Entwicklungsoptionen skizziert.

5.7 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

- Die Stadt Sendenhorst präsentiert sich derzeit als funktionsfähiges, **gut positioniertes Grundzentrum**, dessen Angebotsschwerpunkte erwartungsgemäß in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe liegen. Aber auch die darüber hinaus gehenden Ergänzungsangebote in den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe weisen eine vergleichsweise gute Strukturierung auf. Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, wenngleich manche natürlich auch nur in vergleichsweise geringer Sortimentsbreite angeboten werden können. Es zeigen sich keine nennenswerten Angebotslücken.

- Im Stadtgebiet ist mit den räumlichen Angebotsagglomerationen in den jeweiligen **Zentren** (Innenstadt Sendenhorst und Ortszentrum Albersloh) eine klare räumliche Einzelhandelsstruktur gegeben. Insgesamt ist eine **hohe Konzentration des Einzelhandels** auf die beiden Zentren festzustellen – ca. 30 % der gesamten Verkaufsfläche entfallen auf die beiden Zentren; inklusive der Flächen am Ergänzungsstandort Nahversorgung in der Innenstadt sind es rd. 45 % – die dadurch im gesamtstädtischen Vergleich gut aufgestellt, und insbesondere vor dem Hintergrund der wohnortnahen Versorgung positiv zu werten und zukünftig zu erhalten sind.

- Entgegen allgemein zu beobachtender Entwicklungstendenzen im Einzelhandel, hat in Sendehorst noch **keine Angebotsverschiebung zentrenrelevanter Angebote** (insbesondere durch die Neuansiedlung oder z.T. auch Verlagerung großflächiger Anbieter) an städtebaulich

nicht integrierte Standorte stattgefunden. So werden annähernd z**wei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsflächenausstattung in integrierten Lagen** offeriert, d.h. also Lagen, die umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnet sind und die somit einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung der Bevölkerung leisten.

- **Umsatzschwerpunkte** ergeben sich erwartungsgemäß in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs (zwei Drittel des gesamten Umsatzes), insbesondere der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Insgesamt werden derzeit jährlich rund 48 Mio. Euro im Sendenhorster Einzelhandel umgesetzt. Mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 64 Mio. Euro weist Sendenhorst ein im regionalen Vergleich leicht überdurchschnittliches **Kaufkraftniveau** auf.

- Insgesamt verdeutlicht ein Vergleich der Kaufkraftbindungsquoten beider Stadtteile eine innerörtlich merklich auf den Stadtteil Sendenhorst ausgerichtete Einkaufsorientierung im Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel, was auf die in Sendenhorst gegenüber Albersloh deutlich umfangreichere und attraktivere Einzelhandelsausstattung zurückzuführen ist. Der Albersloher Lebensmitteleinzelhandel schafft es nur zu rund 50 % die Kaufkraft der Albersloher zu binden. Hieraus lässt sich für diesen Bereich Entwicklungsspielraum ableiten, der im Verlauf der Untersuchung jedoch noch zu untermauern ist.

- Erfreulich **hohe Zentralitätswerte** bestehen in den Warenbereichen des kurzfristigen Bedarfs und hier insbesondere in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Niedrigere Zentralitäten werden aufgrund des starken Konkurrenzangebots im Umland in den Warengruppen des mittelfristigen und langfristigen Bedarfs erzielt, aber auch hier sind für ein Grundzentrum teilweise hohe Werte zu verzeichnen. Die **Hauptkonkurrenzstandorte** stellen das benachbarte Oberzentrum Münster dar, aber auch die Mittelzentren Ahlen und Hamm. Gerade unter diesem Aspekt der regionalen Konkurrenzsituation ist die Angebotsstruktur in Sendenhorst positiv zu bewerten.

Insgesamt präsentiert sich der Einzelhandel Sendenhorsts mit einer guten Angebotsausstattung. Die räumliche Konzentration von Einzelhandelseinrichtungen insbesondere in den beiden Zentren ist durch mögliche Synergieeffekte der Einzelhandelseinrichtungen untereinander sehr positiv zu bewerten und nach Möglichkeit zu erhalten.

6 Zukünftige Entwicklungsspielräume und -szenarien der Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst

Im Folgenden werden sowohl die absatzwirtschaftlichen als auch die räumlichen Entwicklungsspielräume in Sendenhorst sowie die daraus resultierenden Entwicklungsoptionen dargestellt.

6.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung

Für die Ermittlung möglicher zusätzlicher Verkaufsflächenspielräume gilt es insbesondere auch die zu erwartende Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung in Sendenhorst mit in die Überlegungen einzustellen. Durch eine positive Bevölkerungsentwicklung können sich zukünftig neue monetäre Spielräume erschließen bzw. bei negativer Einwohnerentwicklung auch verringern.

In der folgenden Übersicht wird die zukünftig zu erwartende Entwicklung der Einwohnerzahlen in Sendenhorst aufgezeigt. Es wurden zwei Datengrundlagen zur Ermittlung der Bevölkerungszahlen herangezogen (Bericht zum demographischen Wandel im Regierungsbezirk Münster – Bevölkerungsbericht 2005 sowie städtische Daten aus der FNP-Neuaufstellung, April 2005[8]) aus denen ein realistischer Mittelwert gebildet wurde.

Tabelle 14: Prognose der Einwohnerzahlen für die Stadt Sendenhorst

Jahr	Veränderung in % im Vergleich zum Basis-Jahr	Einwohner absolut (gerundet)	Einwohner Sendenhorst	Einwohner Albersloh
2007	-	13.407	9.450	3.957
2012	+ 3,2 %	13.836	9.752	4.084
2017	+ 6,2 %	14.238	10.036	4.202

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis der im Text genannten Quellen

Die oben stehenden Zahlen machen deutlich, dass in der Stadt Sendenhorst zukünftig mit einer **positiven Bevölkerungsentwicklung** zu rechnen ist, welche sich auch **auf das Nachfragevolumen auswirken wird**. Auf der Grundlage gesamtwirtschaftlicher Prognosen sowie der Entwicklung der privaten Verbrauchsausgaben der letzten Jahre wird bei der Berechnung der absatzwirtschaftlichen Spielräume eine weitgehend konstante Pro-Kopf-Kaufkraft zugrunde gelegt.

8 Stadt Sendenhorst Handlungskonzept 2020; Flächenbewertung / Bedarfsermittlung; Wolters und Partner

6.2 Absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume

6.2.1 Allgemeine Aussagen zu absatzwirtschaftlichen Spielräumen

Als Bindeglied zwischen den Ergebnissen der empirischen Untersuchungen aus Kapitel 3 und Kapitel 5 und einem Einzelhandelsentwicklungskonzept, das unter anderem Aussagen zur räumlichen Entwicklung der Einzelhandelslandschaft in Sendenhorst machen soll, ist es unbedingt erforderlich, die möglicherweise in der Stadt Sendenhorst bestehenden, zusätzlichen absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln. Erst dadurch werden weiterführende detaillierte Aussagen über den quantitativen Entwicklungsrahmen in Sendenhorst und Albersloh möglich.

Die folgende Berechnung der absatzwirtschaftlichen Spielräume (und des daraus abzuleitenden Verkaufsflächenbedarfs) für den Einzelhandel in der Stadt Sendenhorst bildet eine wichtige Entscheidungsbasis für Politik, Stadt und Einzelhandel. Eine Ausweitung der bestehenden Einzelhandelsflächen kann bei entsprechender Dimensionierung und Standortfindung Kaufkraftabflüsse aus Sendenhorst und Albersloh in einigen Bereichen reduzieren.

Grenzen sind einer solchen Ausweitung jedoch dadurch gesetzt, dass zusätzliche Kaufkraft in Sendenhorst und Albersloh nur in bestimmtem Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Darüber hinausgehende Vorhaben führen durch die Wahl ungeeigneter Standorte, Verkaufsflächengrößen und Sortimente gegebenenfalls zu Umsatzumverteilungseffekten innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft, die in der Folge zu einer Schwächung der zur Zeit bestehenden städtebaulich funktionalen Zentren führen können.
Solche Entwicklungen, die sowohl generell als auch sortiments- und größenspezifisch den Zielen der Stadtentwicklung entgegen stehen, können anhand dieser Berechnungen ermittelt und ggf. planerisch unterbunden werden.

Sinn und Zweck der Berechnungen ist es jedoch nicht, bestehende Betriebe vor der Konkurrenz neuer bzw. vergrößerter Anbieter zu schützen oder zusätzliche, die Verkaufsflächenpotenziale überschreitende Anbieter grundsätzlich auszuschließen. Vielmehr besitzen die einzelnen prognostizierten absatzwirtschaftlichen Spielräume einen „Orientierungscharakter", der die Dimensionen verdeutlicht, in denen sich zukünftige Entwicklungen im Einzelhandel bewegen können, ohne zu grundlegenden Veränderungen bzw. Beeinträchtigungen der gewachsenen Strukturen beizutragen oder eine innerörtliche Konkurrenzsituation zu verschärfen.

- Zu den **möglicherweise kritischen Standorten** bzw. Entwicklungsabsichten zählen unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen in zentrenrelevanten Sortimenten an Standorte in nicht integrierter Lage. Die damit einhergehenden Veränderungen in der räumlichen Angebotsstruktur hätten unweigerlich eine Schwächung dieser zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Grundversorgung zur Folge.

- Auf der anderen Seite können größere Vorhaben, eventuell auch bei Überschreiten der aufgezeigten Spielräume, an **stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten** sowie bei der Wahl der „richtigen Sortimente" zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes in Sendenhorst führen. Im günstigsten Fall kann dies auch zu Lasten weniger geeigneter Standorte erfolgen und damit insgesamt zur besseren räumlichen Gliederung des Einzelhandels in der Stadt beitragen.

- Bei den folgenden aufgezeigten Verkaufsflächenspielräumen sind jedoch auch stets die **aktuellsten Entwicklungen in den Angebotsstrukturen** zu beachten. Größere Veränderungen durch die mögliche Aufgabe oder Erweiterung / Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben müssen bei den dargestellten Spielräumen somit zusätzlich beachtet werden.

- Bei weiteren **möglichen räumlichen Verlagerungsabsichten** bestehender Betriebe ist es in den konkreten, hier nicht darstellbaren Fällen notwendig, die betrieblichen Interessen den aufgezeigten Zielen der Einzelhandelsentwicklung gegenüberzustellen und gegen- und miteinander abzuwägen.

- Für bisher nicht vertretene **Spezialanbieter oder neuartige Anbieter** können sich darüber hinaus Entwicklungsspielräume abzeichnen, auch dann, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum ergibt. In diesem Zusammenhang ist allerdings die Grundversorgungsfunktion des Standorts Sendenhorst innerhalb der regionalen Zentrenhierarchie zu beachten.

- Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die folgenden Aussagen sich im Wesentlichen auf größere Entwicklungen beziehen. Von den aufzuzeigenden Verkaufsflächenspielräumen **unbenommen sind qualitative Maßnahmen** zur Verbesserung der Attraktivität der Einzelhandelsbetriebe sowie kleinteilige Verkaufsflächenerweiterungen von weniger als 100 m² oder Flächen- und Sortimentsveränderungen.

Alle diese generellen Aussagen stehen jedoch unter der Prämisse, dass Vorhaben und Planungen mit den Zielen des Einzelhandelskonzepts[9] vereinbar sind!

[9] Die Ziele werden im Kapitel 7.1explizit dargestellt.

6.2.2 Parameter von absatzwirtschaftlichen Spielräumen bzw. zukünftigen Verkaufsflächenspielräumen

Bei der Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Spielräume fließen folgende Parameter mit in die Berechnungen ein:

- Die prognostizierte **Einwohnerentwicklung** in der Stadt Sendenhorst (vgl. Kap. 6.1).
- Die **Entwicklung der Kaufkraft**, wobei hier inflationsbereinigt insgesamt ein nahezu gleichbleibendes Volumen zugrunde gelegt wurde.
- Die **Angebotssituation** zum Erhebungszeitpunkt im Februar / März 2007 (vgl. Kapitel 4.1) unter Berücksichtigung seither erfolgter größerer bzw. absehbarer Entwicklungen, insbesondere die Schließung des Anbieters „Die Wohnkugel" an der Hoetmarer Straße im Stadtteil Sendenhorst.
- Die **Zentralitätswerte**, die sich aus der Gegenüberstellung der lokal vorhandenen Kaufkraft zu den Umsätzen der bestehenden Sendenhorster und Albersloher Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung verschiedener weiterer Einflussfaktoren ergeben.

Darüber hinaus werden auch qualitative Aspekte in die Bewertung der Verkaufsflächenspielräume mit eingestellt, da rein quantitative Ergebnisse nicht ausreichen der Situation in Sendenhorst und in der Region gerecht zu werden.

6.2.3 Absatzwirtschaftliche Spielräume in der Stadt Sendenhorst

Auf Basis der vorstehenden Berechnungen und Prognosen fließen folgende Annahmen in die Ermittlung der zusätzlichen absatzwirtschaftlichen Spielräume in Sendenhorst bis zum Jahr 2017 ein:

- Leicht **verbesserte Kaufkraftbindungsquoten** in einigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs mit dem Ziel der Vollversorgung, d.h. einer Zentralität von 100.
  Ebenfalls verbesserte Bindungsquoten in ausgewählten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit derzeit eher schwachen Bindungen (z.B. Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente). Hierbei werden aufgrund der Grundversorgungsfunktion und regionalen Konkurrenzsituation realistische Zentralitätskennziffern von 80 zugrunde gelegt.

- Weitgehend **konstante (max. leicht verbesserte) Kaufkraftbindungsquoten** in den Warengruppen mit derzeit guten Kaufkraftbindungen sowie den Warengruppen des langfristigen Bedarfs, für die eine realistische Zentralitätskennziffer von max. 50 angenommen werden kann.
- Erhöhung der monetären Spielräume durch **Bevölkerungszuwachs** in Sendenhorst und Albersloh.
- Weitgehend **konstantes** (inflationsbereinigtes) **Kaufkraftniveau** der ortsansässigen Bevölkerung.

Unter diesen Annahmen ergibt sich in der Gesamtstadt Sendenhorst über alle Warengruppen ein potenzieller absatzwirtschaftlicher Spielraum von etwa 10,2 Mio. Euro bis zum Jahr 2012 und 11,0 Mio. Euro bis zum Jahr 2017[10]. Dieser verteilt sich jedoch sehr ungleich auf die einzelnen Warengruppen. Rechnet man die absatzwirtschaftlichen Spielräume auf gesamtstädtischer Ebene anhand der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Sortimente in Verkaufsflächenpotenziale um, ergibt sich folgendes Bild:

[10] bei einer angenommenen Flächenproduktivität von durchschnittlich rund 3.000 Euro

Tabelle 15: Zusätzliche einzelhandelsspezifische absatzwirtschaftliche Spielräume in den einzelnen Warengruppen bis 2017, dargestellt in sortimentsspezifischer Verkaufsfläche

Warengruppe	bis 2012	bis 2017
Nahrungs- und Genussmittel*	-	-
Blumen / Zoo	110 m²	130 m²
Gesundheits- und Körperpflege	240 m²	280 m²
PBS/Zeitschriften/Zeitungen	230 m²	240 m²
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***580 m²***	***650 m²***
Bekleidung/Wäsche	140 m²	180 m²
Schuhe/Lederwaren	50 m²	60 m²
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	50 m²	70 m²
Spielwaren/Hobby- u. Bastelartikel	**300 m²**	**310 m²**
Sportartikel/Fahrräder/Campingartikel	10 m²	20 m²
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***550 m²***	***640 m²***
Wohneinrichtungsbedarf	**350 m²**	**370 m²**
Möbel	**1.350 m²**	**1.400 m²**
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	100 m²	110 m²
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation	190 m²	200 m²
Medizinische und orthopädische Artikel	60 m²	60 m²
Uhren, Schmuck	-	-
Baumarkt- und Gartenmarktsortimente	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***2.050 m²***	***2.140 m²***
Summe	**3.390 m²**	**3.650 m²**

Eigene Berechnungen auf Basis verschiedener Kennwerte
Die Schließung des Betriebes „Die Wohnkugel" mit dem Kernsortiment GPK/Hausrat/Geschenkartikel ist bei der Berechnung berücksichtigt

- Das größte Verkaufsflächenpotenzial ist in der Warengruppe **Möbel der langfristigen Bedarfsstufe** zu erkennen (bis 2017 rund 1.400 m²), welches jedoch nicht auf ein relevantes Defizit in dieser Warengruppe schließen lässt, sondern lediglich aufgrund der geringen Angebotsausstattung zustande kommt. Für ein Grundzentrum der Größenordnung Sendenhorsts und damit einhergehend einer Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung im nahversorgungsrelevanten Bereich, ist das Fehlen eines überregional bedeutsamen großen Anbieters in der Warengruppe Möbel durchaus üblich. Als Grundzentrum hat die Stadt nicht für die Bedarfsdeckung in dieser Warengruppe zu sorgen. Angesichts der marktüblichen Größenordnungen solcher sind die genannten Verkaufsflächen sind in diesem Zusammenhang als Arrondierungsspielräume zu verstehen.

- Die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** bilden in Sendenhorst eine wichtige (und zu begrüßende) Ergänzung des Grundversorgungsangebots. Jedoch ergeben sich aufgrund der bereits bestehenden Angebotsausstattung und der starken Konkurrenzsituation im Umland überwiegend nur kleinteilige Arrondierungsspielräume. In diesem Zusammenhang in erster Linie eine zentrenverträgliche Sicherung und Ergänzung des Bestandes anzustreben ist, die Erweiterungen im üblichen Rahmen durchaus beinhaltet. Auch im Angebot der mittelfristigen Bedarfsstufen kann absatzwirtschaftlicher Verdrängungswettbewerb in Kauf genommen werden, wenn neue Angebote zu einer Attraktivierung der Angebotsstruktur beitragen, beispielsweise durch eine qualitative Verbesserung oder räumliche Konzentration des Angebots. Die Vorrangstandorte für solche Angebotserweiterungen sind in jedem Fall die Innenstadt und das Ortszentrum Albersloh.
  Nennenswerte Spielräume ergeben sich in der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente** (ca. 300 m² Verkaufsfläche), die derzeit nicht in der Sendenhorster Innenstadt präsent ist und für die entsprechend auch ein niedriger Zentralitätswert von 12 vorliegt. Dieser Spielraum ist durchaus ausreichend für eine Ansieldung eines Fachgeschäftes. Geringe Potenziale z.B. in den mittelfristigen Warengruppen **Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel** sowie **Sportartikel** deuten auf einen bereits zufriedenstellend hohen Ausstattungsgrad und gute Bindungsquoten in diesen Hauptbranchen hin.

- Die **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** bewegen sich alle Warengruppen im Bereich kleinerer Arrondierungsspielräume. Für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird gesamtstädtisch kein Flächenpotenzial ermittelt.

Grundsätzlich gilt, dass dringende Empfehlungen zur Ansiedlung neuer großflächiger Anbieter nicht bestehen. Entsprechende Anfragen zur Ansiedlung bzw. Erweiterung von Betrieben sollen dadurch aber nicht grundsätzlich ausgeschlossen sein. Entscheidend ist, solche **Vorhaben nach Lage, Art und Maß und der daraus resultierenden Verträglichkeit** mit der örtlichen Einzelhandelssituation **zu beurteilen**. Ein übergeordnetes Leitmotiv der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung sollte daher weniger der quantitative Ausbau als vielmehr die räumlich-strukturelle Sicherung und Verbesserung der Angebotssituation sein.

Die Betrachtung der Verkaufsflächenspielräume bis 2017 nach den beiden Stadtteilen differenziert offenbart folgendes Bild:

Tabelle 16: Zusätzliche einzelhandelsspezifische absatzwirtschaftliche Spielräume in den einzelnen Warengruppen bis 2017, dargestellt in sortimentsspezifischer Verkaufsfläche differenziert nach Stadtteilen

Warengruppe	Sendenhorst bis 2017	Albersloh bis 2017
Nahrungs- und Genussmittel*	-	**820 m²**
Blumen / Zoo	-	160 m²
Gesundheits- und Körperpflege	180 m²	100 m²
PBS/Zeitschriften/Zeitungen	150 m²	90 m²
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***330 m²***	***1.170 m²***
Bekleidung/Wäsche	-	190 m²
Schuhe/Lederwaren	60 m²	-
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	-	40 m²
Spielwaren/Hobby- u. Bastelartikel	210 m²	110 m²
Sportartikel/Fahrräder/Campingartikel	40 m²	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***310 m²***	***340 m²***
Wohneinrichtungsbedarf	190 m²	180 m²
Möbel	**1.200 m²**	210 m²
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	290 m²	-
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation	180 m²	20 m²
Medizinische und orthopädische Artikel	30 m²	30 m²
Uhren, Schmuck	-	20 m²
Baumarkt- und Gartenmarktsortimente	-	820 m²
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***1.890 m²***	***1.280 m²***
Summe	**2.680 m²**	**2.860 m²**

Eigene Berechnungen auf Basis verschiedener Kennwerte
Die Schließung des Betriebes „Die Wohnkugel" mit dem Kernsortiment GPK/Hausrat/Geschenkartikel ist bei der Berechnung berücksichtigt

Die vorhandenen Spielräume in den Stadtteilen ergeben in der Addition nicht das gesamtstädtische Verkaufsflächenpotenzial. Die z.T. deutlichen Abweichungen in den Verkaufsflächenpotenzialen sind damit zu erklären, dass diese entsprechend der Einwohnerverteilung und der stadtteilspezifischen Ausstattung berechnet werden. Am deutlichsten wird die Abweichung bei der nahversorgungsrelevanten **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**: während auf gesamtstädtischer Ebene kein Verkaufsflächenspielraum ermittelt werden konnte, gibt es **im Stadtteil Albersloh durchaus ein nennenswertes absatzwirtschaftliches Potenzial von rd. 820 m²** Verkaufsfläche. Zusammen mit den übrigen Verkaufsflächen in der kurzfristigen Bedarfsstufe, die als Randsortimente eines Lebensmittelbetriebs geführt werden, ergibt sich somit ein komfortables Verkaufsflächenpotenzial, welches der Größenordnung eines marktüblichen, modernen Anbieters entspricht. Das „Nicht-Vorhandensein" eines gesamtstädtischen Verkaufsflächenspielraums ist in diesem Be-

reich also einzig auf das deutlich überdurchschnittliche Angebot im Stadtteil Sendenhorst zurückzuführen.

6.3 Räumlich-funktionale Entwicklungsspielräume

Um ein Einzelhandelsentwicklungskonzept aufzustellen, ist es nicht nur erforderlich, die Angebotsstrukturen quantitativ und räumlich darzustellen sowie die absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln, sondern insbesondere auch zu untersuchen, ob, und wenn ja welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neue Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen (Entwicklungsbereiche) bzw. wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind (Tabubereiche).

Die vorangegangenen Analysen setzen allerdings der Suche nach räumlich-funktionalen Spielräumen, also nach Flächen, auf denen zukünftig weitere Einzelhandelsansiedlungen erfolgen sollen, weitestgehend enge Grenzen:

- So zeigen die **städtebaulich-funktionalen Analysen auf gesamtstädtischer Ebene**, dass sich das Einzelhandelsangebot gemessen an den Bevölkerungszahlen und dem damit verbundenen Versorgungsauftrag weitgehend ausgewogen auf die Stadtteile Albersloh und Sendenhorst verteilt. Außerhalb der Stadtteile gibt es keine nennenswerten Einzelhandelsagglomerationen zu weiteren Standortbereichen. Im kleineren Stadtteil Albersloh ist vor dem Hintergrund der eingeschränkten wirtschaftlichen Tragfähigkeit von Einzelhandelsstandorten nach Möglichkeit die Grundversorgung sicherzustellen.

- Im **Stadtteil Sendenhorst** gibt es in der **Innenstadt** eine räumliche Angebotsagglomeration, welche einen relativ kompakten, klar abgrenzbaren, zusammenhängenden Bereich bildet. Derzeit besteht jedoch die Gefahr einer Überdehnung des bandartig strukturierten Zentrums, welche sich durch eine Ausdünnung des Einzelhandelsbesatzes im kompakten Zentrum rund um den Kirchplatz zeigt. Hier zeigt sich bereits eine Vielzahl an Leerständen, insbesondere der großflächige Leerstand in der Fußgängerzone Weststraße, der frühere Standort eines Lebensmittelbetriebes. Im Sinne einer langfristig tragfähigen und nachhaltigen Einzelhandelsstruktur ist daher eine stärkere Konzentration des Einzelhandelsangebots anzustreben, damit die Betriebe untereinander Synergien nutzen können.

- Im **Stadtteil Albersloh** liegt ebenfalls eine Angebotskonzentration zu einem zusammenhängenden Standortbereich, dem Ortszentrum vor. Hier ist die Struktur weniger kompakt; die Anordnung der Betriebe ist eher lose und an Einzelstandorten zu finden, so dass im Zentrum keine hohe Einzelhandelsdichte zu verzeichnen ist. Aufgrund der Größenordnung Alberslohs weist das Zentrum deutlich weniger Verkaufsfläche als die Innenstadt auf und der Schwerpunkt der Sortimente liegt im kurzfristigen Bedarf. Eine kompakte Struktur des Zentrums ist in Zukunft zu fördern, so dass die Einzelhandelsbetriebe auch zukünftig von Synergieeffekten profitieren können.

- Durch die im vorangegangenen Kapitel ermittelten Werte wird deutlich, dass die **quantitativen Spielräume** bis zum Jahre 2017 auf gesamtstädtischer Ebene **weitgehend ausgeschöpft** sind (s. Kap. 6.2.3). In Albersloh hingegen liegt unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten ein Entwicklungsspielraum im Bereich Nahrungs- und Genussmittel vor. Alle weiteren Spielräume, die noch vorhanden sind, sind gering und beinhalten vorwiegend kleinere **Ergänzungen**, die überwiegend nicht ausreichen weitere zusätzliche Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen bzw. die Ausweisung neuer Standorte zu rechtfertigen.

Unter diesen Voraussetzungen ist die Suche nach potenziellen neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der vorhandenen Standortbereiche Innenstadt Sendenhorst und Ortszentrum Albersloh nicht angezeigt. Nachdem die Stadt Sendenhorst jedoch bisher noch keinen Entwicklungsbereich für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel definiert hat, ist es notwendig im Einzelhandelskonzept einen solchen Standort zu bestimmen, um auch in Zukunft mit Ansiedlungsanfragen in diesen Sortimenten umgehen zu können und diese an einem Standort zu konzentrieren. In Absprache mit der Stadt hat sich die Fläche Ostheide als geeigneter Standort erwiesen (vgl. Kapitel 7.4.3). Jeder weitere Einzelhandelsstandort außerhalb bestehender – bzw. im Fall des Standortes Ostheide neu zu definierender –Einzelhandelsstandorte kann diese kombinierten Standorte schwächen und so zu einem innerörtlichen Wettbewerbsdruck führen. So muss ein wesentliches Ziel aller Bestrebungen sein, die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Sendenhorst z stärken und diese klaren Strukturen zu erhalten und zu fördern.

Die **Erweiterungsmöglichkeiten der aufgezeigten Standorte** stellen sich zurzeit wie folgt dar:

Aufgrund der vorherrschenden Bebauungsstrukturen und der oftmals hohen Nutzungsdichte (Einzelhandel, Dienstleistungen, Wohnen) sind die Möglichkeiten zur räumlichen Erweiterung bestehender Einzelhandelseinrichtungen bzw. Erschließung neuer Flächen in der Innenstadt **Sendenhorst** deutlich eingeschränkt. Flächenpotenziale ergeben sich hier vor allem durch die Nutzung von Leerständen. Insbesondere mit dem großflächigen Leerstand in der Weststraße steht der In-

nenstadt eine zu entwickelnde Potenzialfläche zur Verfügung. Wegen der Gefahr einer Überdehnung der **Innenstadt** und einer damit einhergehenden zunehmenden Schwächung des zentralen Bereichs, sind jedoch weitere räumliche Entwicklungsbereiche, insbesondere Flächen die sich in Richtung Westen an die bandartige Struktur angliedern, kritisch hinsichtlich neuer Einzelhandelsansiedlung zu prüfen. Eine Einzelhandelsentwicklung Richtung Osten ist hingegen in Zukunft zu begrüßen, da so eine Versbindung zwischen der Innenstadt und dem frequenzerzeugenden Standortverbund bestehend aus dem Vollsortimenter Edeka und dem Lebensmitteldiscounter Aldi herzustellen ist.

Auch die räumlichen Erweiterungsmöglichkeiten innerhalb des **Ortszentrums Albersloh** sind aufgrund der Bebauungsstrukturen eingeschränkt. Nördlich des Zentrums an der Wolbecker Straße gibt es jedoch eine ungenutzte Fläche, die in Zukunft für eine Einzelhandelsansiedlung zur Verfügung stünde. Bei einer zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auf dieser Fläche würde der Endpol des Zentrums gestärkt. Eine dringende Handlungsnotwendigkeit zur Ansieldung weiterer Einzelhandelsbetriebe ist derzeit jedoch aufgrund der bestehenden Angebotsausstattung an diesem Standort jedoch nicht gegeben.

Größere, zusammenhängende Freiflächenpotenziale in guter verkehrlicher Erreichbarkeit existieren ferner an anderen Standorten im Stadtgebiet. So bieten beispielsweise Flächen an Ortsein- und -ausfahrten oder in Gewerbegebieten mit typischen Ausprägungen eines autokundenorientierten Standorts genügend Spielraum zur Optimierung oder Neuansiedlung von Einzelhandelsnutzungen. Diese Standorte außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren und auch Standorte in Gewerbegebieten rücken aufgrund der eindeutigen Standortvorteile in den Fokus von Investoren und Projektentwicklern.

Insgesamt lässt sich aus diesen Entwicklungstendenzen ableiten, dass die Innenstadt und das Ortszentrum Albersloh durch den damit zusammenhängenden drohenden ruinösen Wettbewerb und daraus resultierenden städtebaulichen Auswirkungen geschwächt werden könnten, sollten diese möglichen Entwicklungen „einfach hingenommen“ werden. Aus gutachterlicher Sicht muss diesen zentrenauflösenden Tendenzen jedoch entschieden entgegen gewirkt werden. Dies kann nur durch eine klare politische Willensbekundung zum Erhalt und zur langfristigen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche erreicht werden. Ihre Verbindlichkeit und damit auch die erforderliche Rechts- und Planungssicherheit für alle (ehemaligen und zukünftigen) Investoren erreicht diese Willensbekundung jedoch nur, wenn das nunmehr vorliegende Einzelhandelskonzept mit seinen Inhalten und Empfehlungen politisch beschlossen wird. Denn nur somit kann eine sinnvolle und zukunftsweisende Einzelhandelssteuerung in der Stadt Sendenhorst auch mittels Bauleitplanung erfolgen.

6.4 Steuerungsmodelle der Einzelhandelsentwicklung (Szenarien)

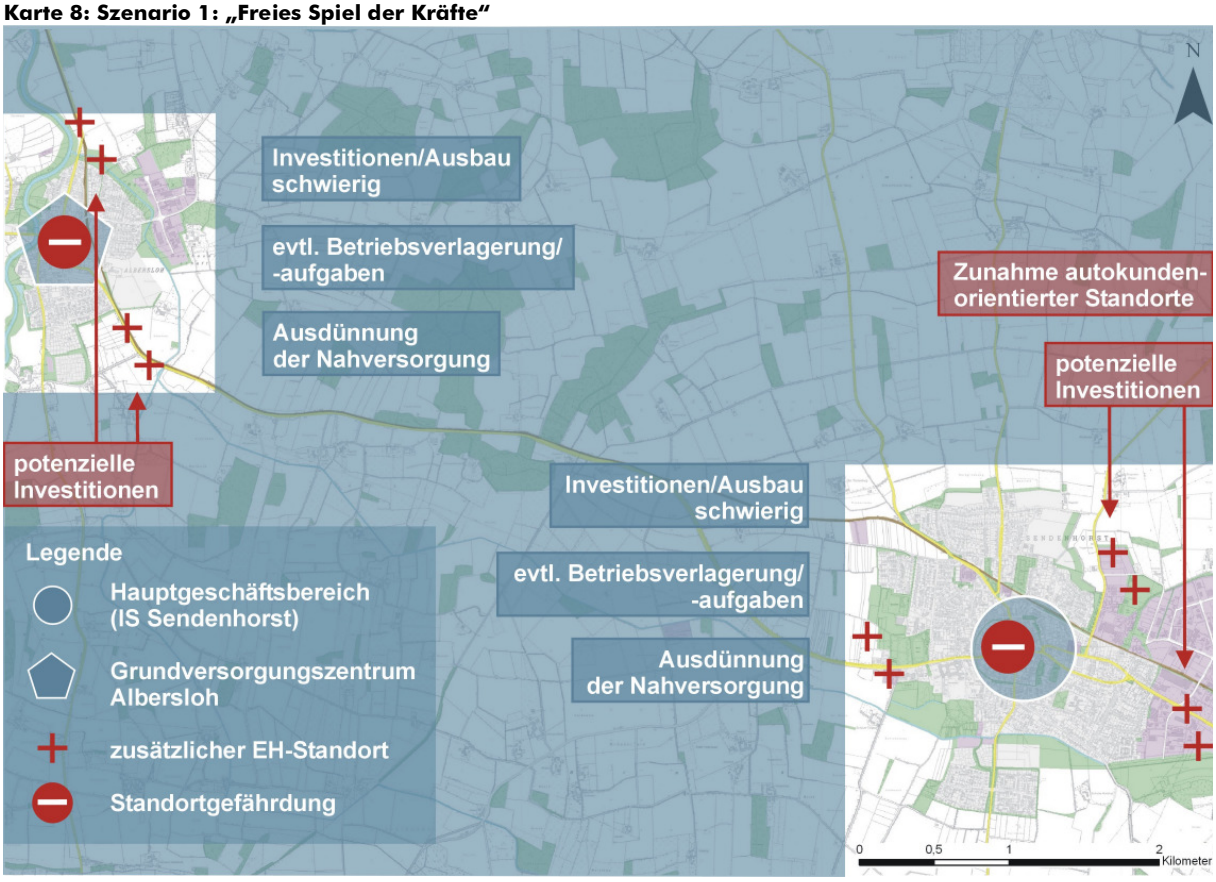
Welche Entwicklung die Stadt Sendenhorst hinsichtlich der Entwicklung der Einzelhandels- und Versorgungsstruktur nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad" der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien sollen die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen mit Blick auf die festgestellte räumliche Einzelhandelsstruktur aufzeigen. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass diese Szenarien in Teilen bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen können, die aufgrund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung mögliche Perspektiven darstellen. Gleichwohl finden sich zahlreiche Teilaspekte in zumindest ähnlicher Form sehr häufig in der Realität.

6.4.1 Szenario 1: "Freies Spiel der Kräfte"

Das Szenario „Freies Spiel der Kräfte" geht von einer gering gesteuerten Ansiedlungspolitik aus. Es wird dem Ansiedlungsdruck, insbesondere auf nicht integrierte Standorte, verstärkt nachgegeben. Ansiedlungsvorhaben sowie Verlagerungen und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben finden ohne ein übergeordnetes Steuerungsleitbild statt.
In der Folge entstehen neue Einzelhandelsstandorte, welche die bisherige räumliche Angebotsstruktur infrage stellen. Umsatzumverteilungseffekte und ein verschärfter Verdrängungswettbewerb schwächen zunehmend städtebaulich integrierte Lagen. Negative städtebauliche Auswirkungen sind nicht auszuschließen bzw. sogar sehr wahrscheinlich. Betriebsaufgaben sind eine mögliche Folge und nicht zuletzt auch die Problematik der Folgenutzungen an verlassenen Standorten.

Für die Stadt Sendenhorst könnte das eine Einzelhandelsansiedlung an Einfallstraßen oder in Gewerbegebieten gelegenen, autokundenorientierten Lagen bedeuten. Dieser Angebotsausbau würde in eine Wettbewerbssituation mit der Innenstadt und dem Ortszentrum Albersloh und sonstigen nahversorgungsrelevanten Standorten.

Karte 8: Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte"



Eigene Darstellung

Aus **ökonomischer Sicht** ist in Anbetracht des aufgezeigten, weitgehend ausgeschöpften absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraums in Sendenhorst (vgl. Kapitel 6.2.3) von einem verstärkten

Verdrängungswettbewerb auszugehen. Besonders davon betroffen sind diejenigen Betriebe, die ungünstigere Rahmenbedingungen aufweisen (z.B. hohe Mieten und Fixkosten, mangelnde Erweiterungsmöglichkeiten, schlechtere verkehrliche Erreichbarkeit etc.). Dies trifft speziell auf einige Betriebe in den städtebaulich-funktionalen Zentren, aber auch an vorwiegend der wohnungsnahen Grundversorgung dienenden, integrierten Standorten zu. Die dort bestehenden Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen sind dadurch in ihrer Funktionsfähigkeit gefährdet und insbesondere die städtebaulich funktionalen Zentren verlieren durch den Verlust von Frequenzerzeugern und erhöhten Leerstandsquoten zunehmend an Attraktivität.
Dies kann letztlich, mit einer zeitlichen Verzögerung, zu sinkenden steuerlichen Einnahmen und dem Verlust von Arbeitsplätzen führen. Zudem ist durch dieses Szenario eine deutliche Verminderung des Ansiedlungs- und Investitionsinteresses in den zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere der Innenstadt zu erwarten, da hier die Rahmenbedingen weniger günstig sind, als an städtebaulich nicht integrierten Standorten.

Aus **politischer und planerischer Sicht** bedeutet die Anwendung des Szenarios eine Abkehr von der bisher weitgehend stringenten Planungs- und Steuerungspraxis von Politik und Verwaltung in Sendenhorst. Die bestehenden Planungen zur Stadtentwicklung, insbesondere auch der vergangenen Bemühungen zur Stärkung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, werden konterkariert. Entsprechend würden Zweifel an der Verlässlichkeit der Politik aufkommen. Zwar ist eine erleichterte Umsetzung von Partikularinteressen bzw. eine investorenfreundliche Politik möglich, jedoch machen sich Politik und Stadtplanung zum „Investorenspielball" und reagieren nur noch auf Impulse von außen, statt zu agieren. Speziell die zentralen Versorgungsbereiche werden durch Funktions-, Angebots- und Attraktivitätsverluste betroffen sein.

Aus **rechtlicher Sicht** erwachsen zudem noch weitere Problembereiche, dazu zählen insbesondere die Reduktion der Stadtplanung und damit der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten auf minimale baurechtliche Aspekte, die möglichen gesamtstädtischen Konsequenzen bei überörtlich ausstrahlenden Entwicklungen sowie letztlich die Aufgabe der Planungshoheit zugunsten des reinen Marktgeschehens.

Fazit: Es werden wesentliche Steuerungsmechanismen zur Entwicklung preisgegeben und es besteht eine direkte Gefährdung der bestehenden Einzelhandels- und letztlich Stadtstrukturen.

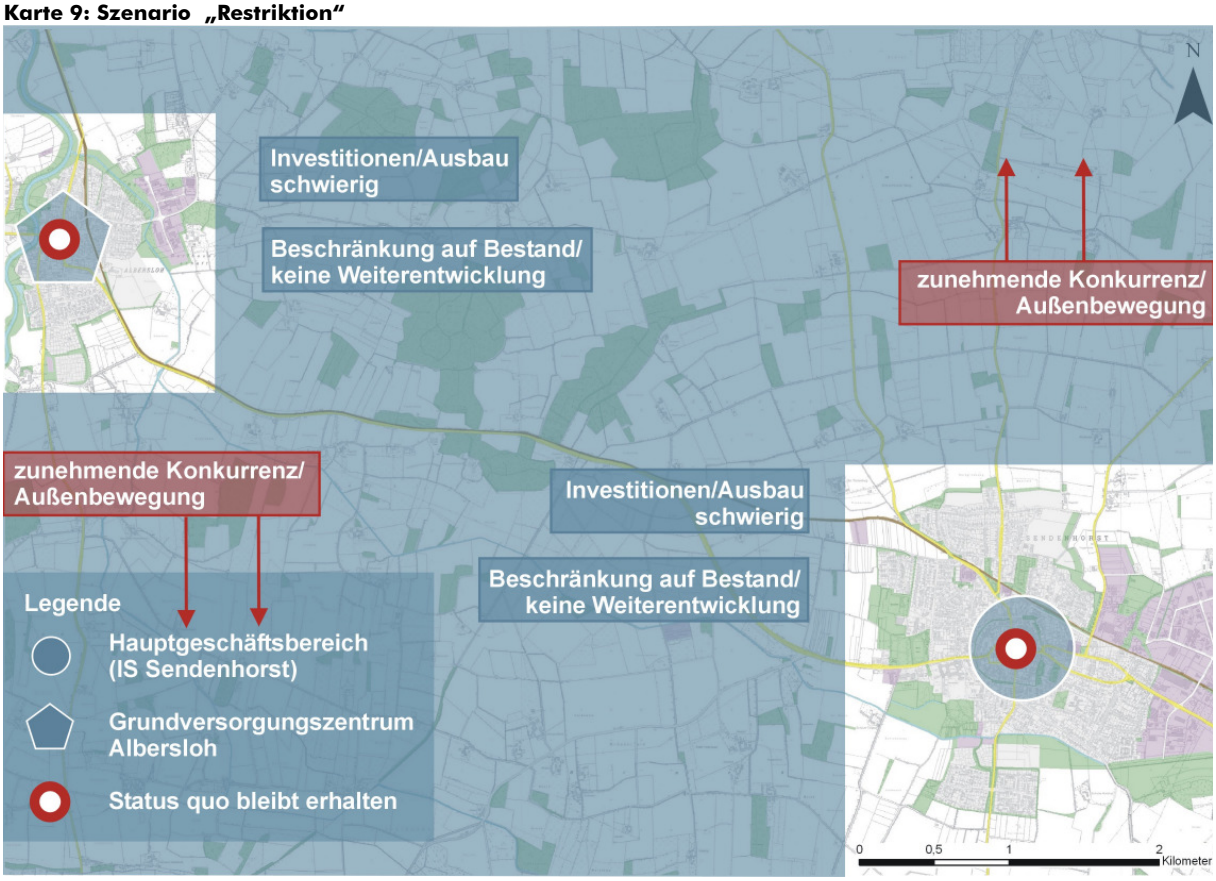
6.4.2 Szenario 2: „Restriktion"

Das Szenario „Restriktion" ist gekennzeichnet durch einen besonders restriktiven Eingriff der Politik und Verwaltung in die Entwicklung des Einzelhandels. Der bestehende Einzelhandel wird weitge-

hend auf dem Status-Quo festgeschrieben und die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelseinrichtungen konsequent verhindert.
Eine innerkommunale Konkurrenzsituation wird so vermieden, letztlich sind jedoch auch räumlich oder funktional sinnvolle Ergänzungen der Einzelhandelsstrukturen aufgrund des Festhaltens am Status-Quo nicht durchzusetzen.

Aus **ökonomischer Sicht** ist die Festschreibung auf den Status-Quo ein direkter Eingriff in das Marktgeschehen (Käseglockeneffekt). Der Standort Sendenhorst würde wirtschaftlich uninteressant für potenzielle Investoren. Sinnvolle Investitionen in der Innenstadt oder Verkaufsflächenerweiterungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten blieben aus, wodurch andererseits der „Druck" auf die bestehenden Betriebe ausbleibt und für die Zukunftsfähigkeit notwendige Anpassungsmaßnahmen unterbleiben. Es entstehen keine neuen ökonomischen Impulse, vielmehr ist – nicht zuletzt auch aufgrund der vorhersehbaren Aufgabe verschiedener Einzelhandelsbetriebe wegen fehlender Nachfolgebetreiber – von einer Schwächung im Verhältnis zu anderen Einzelhandelsstandorten durch die zu erwartenden weiteren Kaufkraftverluste auszugehen, da keine Stagnation in anderen Zentren zu erwarten ist. Letztlich würden die Strukturen des Sendenhorster Einzelhandels an Wettbewerbfähigkeit verlieren und dadurch deutlich gefährdet.

Karte 9: Szenario „Restriktion“



Eigene Darstellung

Aus **politischer und planerischer Sicht** ist durch die restriktive Planungs- und Steuerungspraxis zwar weiterhin eine hohe Planungssicherheit für die bestehenden Betriebe gegeben, gleichzeitig wird jedoch das Entwicklungsziel von attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentren und eines insgesamt attraktiven Einzelhandelsangebots nur in Teilen unterstützt. Die Stadtplanung greift durch das restriktive Vorgehen direkt in das Marktgeschehen ein und erschwert den Wettbewerb, wodurch Markt- und Entwicklungsanpassungen unterbleiben und ein „Stillstand“ zu erwarten ist. Die aktive Rolle der Politik in der Stadtplanung bleibt zwar erhalten und es werden keine Abhängigkeiten von Einzelinteressen geschaffen, durch die konsequente, aber einseitige Planungs- und Steuerungspraxis wird die Weiterentwicklung der Stadt Sendenhorst jedoch letztlich erschwert oder sogar verhindert. Die „Käseglockenpolitik“ wirkt zu Lasten der zukünftigen Entwicklungschancen. Mögliche Verlagerungen an andere Standorte oder Betriebsaufgaben gefährden angesichts der geringen Entwicklungsspielräume die Weiterentwicklung der gesamten Stadt.

Hinsichtlich der daraus resultierenden **rechtlichen Konsequenzen** ist zwar eine sehr hohe Planungs- und Rechtssicherheit gegeben, jedoch würden Anfragen/ Veränderungen eventuell nur noch gerichtlich geklärt werden können.

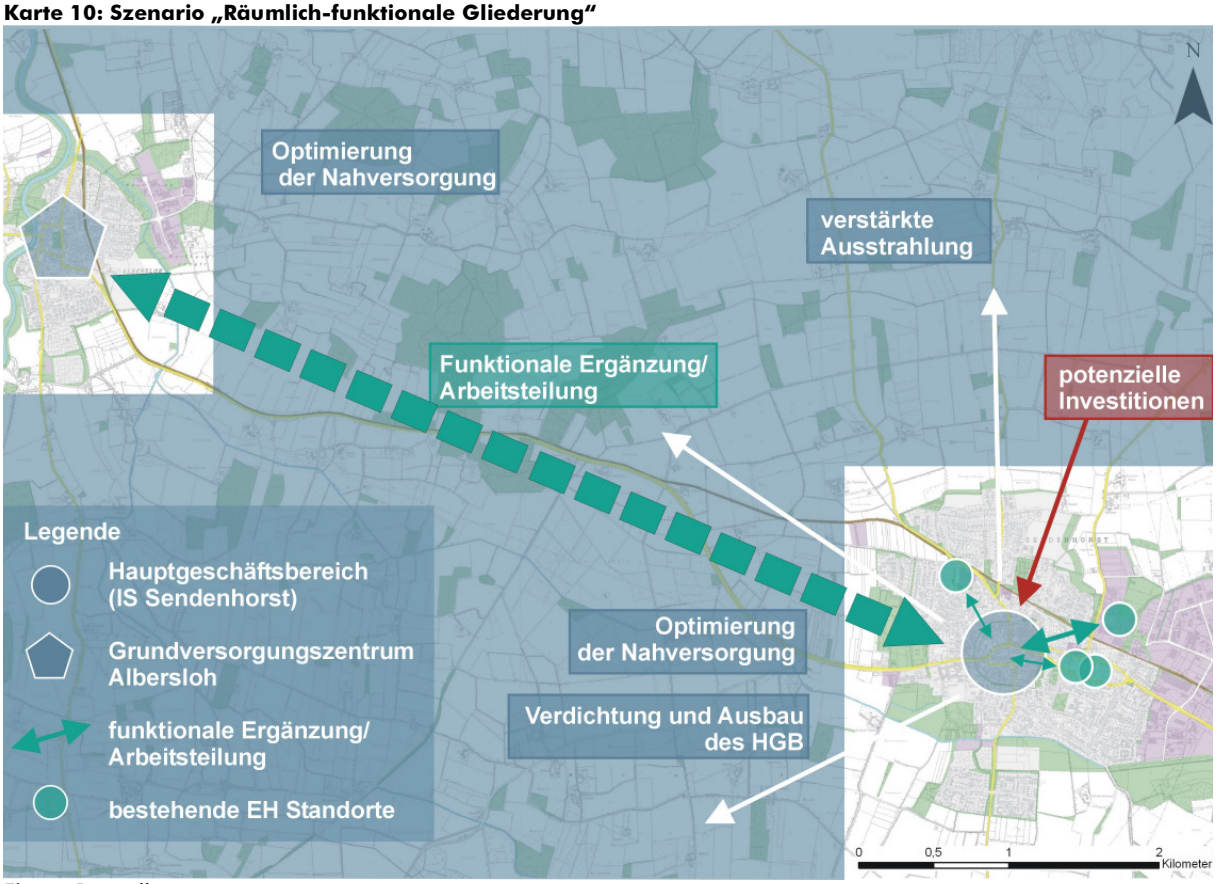
Fazit

Obwohl das Szenario in sich konsequent ist, ergeben sich durch dessen Anwendung insgesamt keine positiven Effekte, da Innovationen und Investitionen massiv erschwert werden und letztlich zu einem Zurückbleiben des Einzelhandels und der Stadt Sendenhorst führen.

6.4.3 Szenario 3: „Räumlich-funktionale Gliederung“

Im Szenario „Räumlich-funktionale Gliederung“ wird ein klarer räumlicher wie funktionaler Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung geschaffen. Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtgebiet konzentriert. Die stringente Steuerung seitens der Stadt Sendenhorst innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 10: Szenario „Räumlich-funktionale Gliederung“



Eigene Darstellung

Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung des aufgezeigten geringen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraumes durch klare sortiments- und größenspezifische Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und zu einer besseren Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung beitragen. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den städtebaulich-funktionalen Zentren, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Sendenhorst können entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Szenarios mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden und Planungs- und Investitionssicherheit sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer übergreifenden Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle der Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung im Sendenhorster Einzelhandel wird das Ent-

wicklungsziel von attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentren unterstützt. Eine stringente Anwendung des Szenarios setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.

Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Für Betreiber und Investoren ist Planungs- und Rechtssicherheit in Sendenhorst gegeben. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

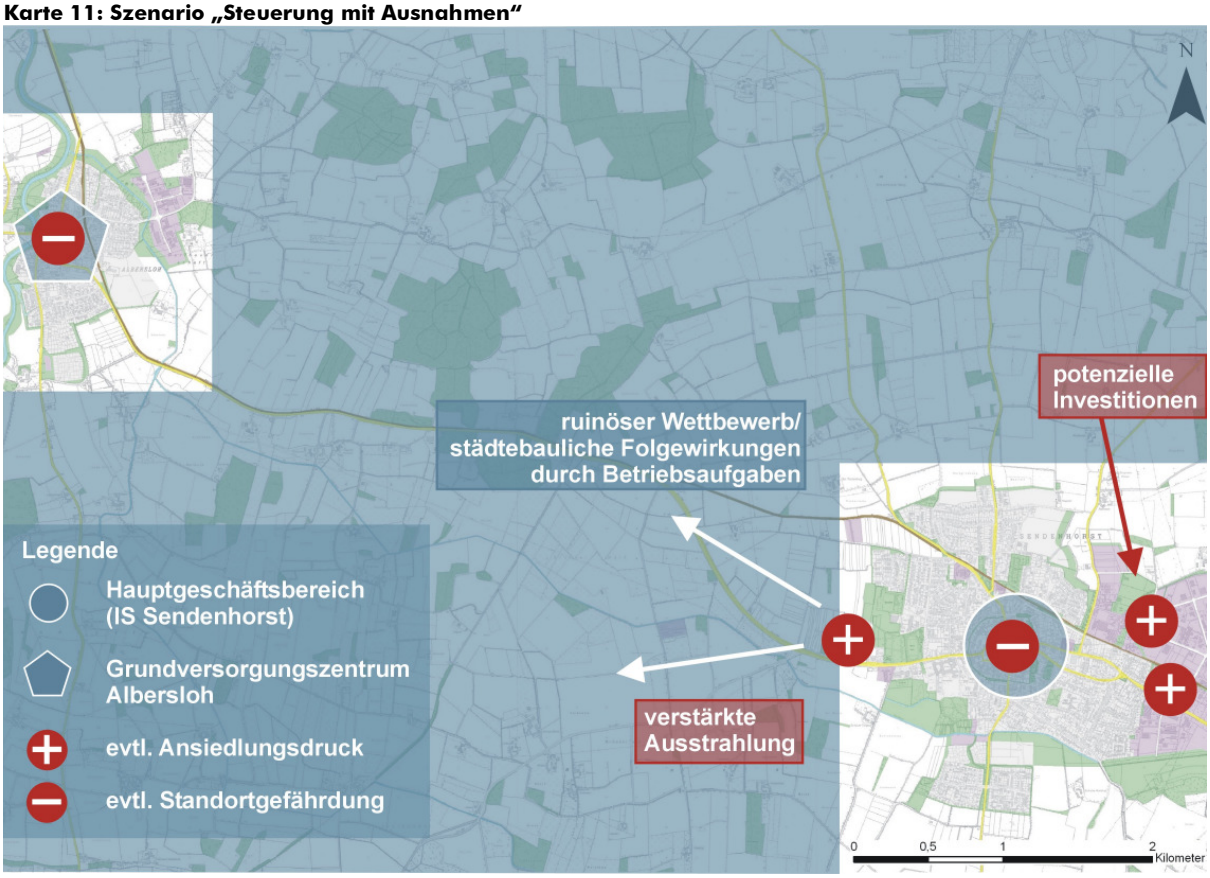
Fazit
Das Szenario ist in sich konsequent. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Sendenhorster Stadtgebiet. Dadurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, ohne wesentliche Steuerungsmechanismen preiszugeben!

6.4.4 Szenario 4: „Steuerung mit Ausnahmen“

Das Szenario „Steuerung mit Ausnahmen“ geht davon aus, dass die Einzelhandelsentwicklung grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung – ähnlich wie im vorstehenden Szenario aufgezeigt – gesteuert wird. In Einzelfällen ergeben sich jedoch abweichend davon Ausnahmetatbestände, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen.
Letztlich wären in Sendenhorst Ansiedlungen im gesamten Stadtgebiet möglich, was zu einer Einzelhandelsentwicklung in nicht integrierten Lagen führen kann. Aufgrund einer unsicheren und untransparenten Planungs- und Entscheidungspraxis ist keine Investitionssicherheit gegeben.

Aus **ökonomischer Sicht** ist in Anbetracht des aufgezeigten, weitgehend ausgeschöpften absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraums in Sendenhorst (vgl. Kapitel 6.2.3) und der empfindlichen, kleinteiligen Angebotsstrukturen von einem verstärkten Verdrängungswettbewerb auszugehen. Ein vermindertes Investitions- und Ansiedlungsinteresse in den zentralen Versorgungsbereichen führt zu sinkenden Steuereinnahmen. Es kommt zu keinen wirtschaftlichen Impulsen und absehbaren Kaufkraftverlusten in der Stadt.

Karte 11: Szenario „Steuerung mit Ausnahmen“



Eigene Darstellung

Aus **politischer und planerischer Sicht** kommt es in Teilbereichen zu inkonsequentem Handeln; ein freies Spiel des Marktes steht gegenüber einer konsequenten Steuerung. Eine politische Verlässlichkeit ist nicht gegeben. Diese investorenfreundliche Art der Steuerung ermöglicht den Ausbau peripherer Einzelhandelsstandorte, jedoch besteht die Gefahr die Zentrenentwicklung zu unterwandern und dadurch einen Attraktivitätsverlust der zentralen Versorgungsbereiche und somit auch eine Ausdünnung der Grundversorgung zu bewirken. Investorenwünsche wären an anderer Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde.

Aus **rechtlicher Sicht** erwachsen dadurch weitere Problembereiche, dazu zählen insbesondere die Reduktion der Stadtplanung und damit der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten auf z.T. minimale baurechtliche Aspekte. Außerdem besteht die Gefahr regionaler Klagen. Die kommunale Planungshoheit wird nicht ausgeschöpft und Anfragen an anderen Orten sind nur schwer zu verhindern.

Fazit

Das Szenario ist inkonsequent und gefährdet die Einzelhandels- und Stadtstrukturen. Außerdem kommt es zu einer Verunsicherung/Verprellung von Betreibern und Investoren.

6.5 Fazit

Entwicklungsspielräume

- Mit Ausnahme der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel im Stadtteil Albersloh sowie in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente und Wohneinrichtungsbedarf auf gesamtstädtischer Ebene ergeben sich in keiner Warengruppe nennenswerte Entwicklungsspielräume, sondern überwiegend kleinteilige Arrondierungsspielräume. Die Ansiedlung zusätzlichen, über diese Entwicklungsspielräume hinaus gehenden Einzelhandels führt zwangsläufig zu Umsatzumverteilungseffekten in den bestehenden Einzelhandelsstrukturen. Dennoch sind die errechneten Werte als Orientierungswerte einzustufen, von denen im Einzelfall und nach Prüfung abgewichen werden kann. Entscheidend ist in diesem Zusammenhang – neben Art und Maß – vor allem der Standort der angestrebten Einzelhandelsentwicklung.
- Aufgrund der bestehenden Einzelhandelsstruktur in der Stadt Sendenhorst sind räumliche Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel fast ausschließlich innerhalb der bestehenden Standortbereiche, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche zu definieren. Erweiterungsmöglichkeiten bestehen dort jedoch aufgrund der vorhandenen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen nur graduell bzw. sind mit erheblichem Aufwand durchzuführen. Verschiedene Standorte in überwiegend nicht integrierten Lagen außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren besitzen hingegen flexiblere räumliche Potenziale.

Szenarien

- Bei einer ungesteuerten Entwicklung kann sich die „Überlegenheit“ nicht integrierter Lagen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen schnell dahingehend auswirken, dass die zentralen Versorgungsbereiche wichtige Frequenzbringer verlieren werden. Ein rasch eintretender Dominoeffekt mit weiteren Abwanderungen, dauerhaften Leerständen oder aber auch mit minderwertigen Nutzungen in den Zentren ist wahrscheinlich. Die Folge könnte ein zunehmender Attraktivitätsverlust oder im Extremfall sogar eine allmähliche Aufgabe der zentralen Versorgungsbereiche als Einzelhandelsstandorte sein. Eine Möglichkeit, diese drohende Entwicklung abzuwenden besteht darin, die Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren zu begrenzen.

- Um aber den Standort Sendenhorst insgesamt zu attraktivieren und (weitere) Entwicklung – auch im traditionellen Einzelhandelsbestand – zu ermöglichen, die zentralen Versorgungsbereiche jedoch in ihrer Struktur und Funktionsfähigkeit nicht zu gefährden, ist eine klare räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte zu befürworten. Dabei sollten sich Art und Maß der Neuansiedlungen an der zentrenhierarchischen Versorgungsfunktion der Stadt Sendenhorst und an realistischen ökonomischen Entwicklungspotenzialen auf Basis der ermittelten absatzwirtschaftlichen Spielräume orientieren. Die Standorte möglicher Einzelhandelsentwicklungen sind in Abhängigkeit von Sortimentsstrukturen an der bestehenden räumlichen Angebotsstruktur auszurichten.
- Aus der Sicht des Gutachers überwiegen in diesem Zusammenhang die Vorteile des Szenarios „Räumlich-funktionale Gliederung" deutlich, da die Stadt Sendenhorst so als hervorragend strukturierter Nahversorgungsstandort mit lebendigen Zentren erhalten bleibt. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung seitens der Stadt wird ein ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen, der ausschließlich zu Lasten der zentralen Versorgungsbereiche und solitärer Nahversorgungsstandorte und der dort jeweils vorhandenen, funktionsfähigen Einzelhandelsstrukturen geht. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust nicht zu verhindern.

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept

Mit den in den vorangegangenen Kapiteln geschilderten Analysen und Szenarien ist die Ausgangsbasis geschaffen, in den nun folgenden Kapiteln allgemeine und konkrete Handlungsempfehlungen auszusprechen. Diese sollen dazu dienen, den Einzelhandelsstandort Sendenhorst seinen Potenzialen entsprechend zu fördern. Insbesondere gilt es, die übersichtliche räumliche Angebotsstruktur mit Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche zu bewahren und weiter zu profilieren.

7.1 Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst

Die übergeordneten Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Sendenhorst, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) für die Stadt ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen definiert, die eine positive und zukunftsorientierte Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Stadt gewährleisten sollen. Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang 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.

Als übergeordnetes Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Sendenhorst kann die **Sicherung und der Ausbau der Grundversorgungsfunktion sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots** in der Stadt festgehalten werden.

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Sendenhorst attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ziel muss es daher sein, insbesondere ein im oben genannten Sinne vielfältiges Grundversorgungsangebot in den Leitbranchen des kurzfristigen Bedarfs sowie ein gut strukturiertes Ergänzungsangebot in den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs zu erlangen bzw. zu erhalten, dass der Versorgungsfunktion der Stadt Sendenhorst gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer räumlich-struktureller Prioritäten. Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind somit folgende Aspekte, die allerdings ausdrücklich keinen Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb darstellen sollen:

- Die **Sicherung einer ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltigen, d.h. langfristig angelegten Stadtentwicklung** ist durch den Ausbau einer auch langfristig tragfähigen räumlichen Einzelhandelsstruktur mit dem Fokus auf den zentralen Versorgungsbereichen und entsprechenden räumlich-funktionalen Zuordnungen zu erreichen. Dafür ist weiterhin eine Funktionsteilung der Standortbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine gegenseitige Ergänzung der Angebote anstrebt.
- Dies erfordert eine weithin klare **räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots** auf ausgewählte Standorte. Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß des stadtentwicklungspolitischen Leitbilds „Stadt der kurzen Wege" anzustreben. Unnötige Verkehrsströme können hierdurch vermieden und Synergieeffekte zwischen Einzelhandelsbetrieben ausgelöst werden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration v.a. grundversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen. Darüber hinaus ist jedoch nach Möglichkeit das ergänzende Angebot in nicht zentrenrelevanten Warengruppen, die aufgrund ihres üblicherweise hohen Flächenbedarfs und gängiger Betriebstypenstrukturen nicht in städtebaulich funktionalen Zentren angesiedelt sind, auf einen Standortbereich im Stadtgebiet zu konzentrieren. Eine zukünftige Fläche für eine solche Agglomeration entsprechender Einzelhandelseinrichtungen zu einem funktionalen Standortbereich ist im Stadtteil Sendenhorst durch den Standort „Ostheide" gegeben. Weitere (zusätzliche) Einzelhandelsstandorte sind zu vermeiden.
- Oberste Priorität im Rahmen der weiteren Einzelhandelsentwicklung besitzt die **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche.** Diese besitzen mit ihrem über den Einzelhandel hinausgehenden zentrenprägenden Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Gesundheit etc.) eine hohe Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung hauptsächlich in den jeweiligen Stadtteilen. Zudem bilden sie den siedlungsräumlichen, städtebaulichen und kulturellen Mittelpunkt des jeweiligen Stadtteils. Um dieser Rolle in Sendenhorst auch weiterhin gerecht zu werden, muss als bedeutendes Ziel der Ausbau und die Sicherung der einzelhandelsrelevanten Versorgungsbedeutung der zentralen Bereiche festgehalten werden.
- Eine **klare Funktionsteilung** zwischen der Innenstadt Sendenhorst und dem Ortszentrum Albersloh und dem zukünftigen Ergänzungsstandort für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel („Ostheide") ist unabdingbar für eine konkurrenzfähige und attraktive Versorgungsstruktur in der Stadt Sendenhorst. Dabei liegt die Stärke der beiden Zentren als zentrale Versorgungsbereiche insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt der Nutzungsstruktur. Die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente an nicht integrierten Einzelhandelsstandorten hat – wie bereits mehrfach aufgezeigt – in der Regel eine Schwächung dieser zentralen Versorgungsbereiche und einen ruinösen Wettbewerb mit negativen städtebaulichen Konsequenzen zur Folge. Die Beschränkung am Ergänzungsstandort Ostheide auf solche Sortimente, die nicht in direkter Konkurrenz, sondern vielmehr in Ergänzung zu den Zentren stehen, muss dort ein primäres Entwicklungsziel sein. Gleichwohl ist darauf zu achten, dass die Einzelhandelsentwicklung entsprechend der Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie der Stadtentwicklung erfolgt. Zu diesem Zweck ist die Arbeitsteilung auf Basis der Analyseergebnisse des Einzelhandelskonzeptes zu definieren, gemeinsam abzustimmen und hinreichend zu fixieren.
- Daneben bildet die **Sicherung und ggf. der Ausbau eines adäquaten Grund- bzw. Nahversorgungsangebots in den beiden Stadtteilen** ein wichtiges Teilziel zur Entwicklung der Zentrenstruktur. Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts, häufig bilden Lebensmit-

telanbieter in kleineren Zentren eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieser Ziele erschweren. Daher muss darauf geachtet werden, eine räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und –größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Sendenhorster Stadtgebiet zu sichern.

- Insbesondere vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen sehr guten Angebotsausstattung und der beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in der Stadt Sendenhorst ist die **Entwicklung von neuen Einzelhandelszentren zu vermeiden**. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte, in denen insbesondere zentrenrelevante Sortimente vorgehalten werden, außerhalb der gewachsenen Strukturen, bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Zentrenstrukturen und haben einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es vor allem 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. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf bestehende Standorte auszurichten.
- Durch diese räumlich klar definierte Versorgungsstruktur mit funktionaler Zuordnung der Einzelhandelsstandorte ist sowohl für bestehende Anbieter, als auch für potenzielle Investoren eine **hohe Planungs- und Investitionssicherheit** gegeben, die jedoch nur dann zum Tragen kommt, wenn **konterkarierende Planungen konsequent vermieden** werden.
- Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisch, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Grundzentrum kommt der Stadt Sendenhorst eine wahrzunehmende Versorgungsfunktion für ihre Bevölkerung zu. Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen Kontext – auch die **Sicherung der landesplanerischen Funktion Sendenhorsts** berücksichtigen, um die Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten.

Im folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dabei die zukünftige Zentrenstruktur in Sendenhorst dar.

7.2 Definition der zukünftigen Sendenhorster Zentrenstruktur

Unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse wurden die beiden Einzelhandelsstandorte in der Stadt Sendenhorst unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteilig gegliedertes Zentrenmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel eingeordnet.

Demnach können die Innenstadt in Sendenhorst und das Grundversorgungszentrum in Albersloh als Haupteinzelhandelsstandorte mit stadtteilbezogener und, im Falle der Innenstadt auch gesamt-

städtischer Versorgungsfunktion, als zentrale Versorgungsbereiche im Sendenhorster Stadtgebiet festgehalten werden.

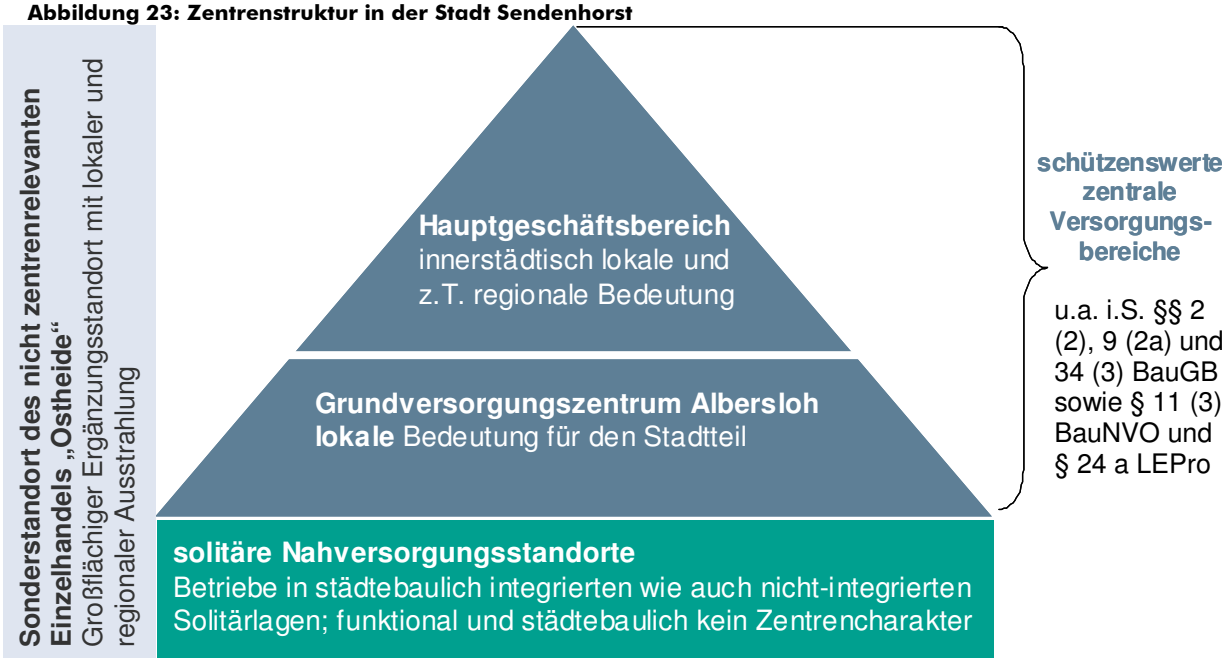
Tabelle 17: Allgemeine Kriterien zur Abgrenzung und Definition von Zentren / Einzelhandelsstandorten

	Innenstadt	Grundversorgungszentrum
Einzugsbereich / Versorgungsbedeutung	Gesamtstädtisch, regional	ortsteilbezogen
Warenangebot	Vollständig, tief, breit, alle Bedarfsbereiche	Weitgehend vollständig im kurzfristigen Bedarfsbereich, mindestens ein strukturprägender Betrieb, kaum mittel- und langfristige Angebote
Wettbewerb	Wettbewerb innerhalb der Branchen gegeben	Nur vereinzelt Wettbewerb gegeben
Betriebstypen	Vielfältiger Größen- und Betriebstypenmix, hoher Anteil kleinteiligen Facheinzelhandels	1-2 Lebensmittelanbieter; wenige ergänzende kleinteilige Betriebe
Ergänzende Dienstleistungen	Breit gefächertes, z.T. in Wettbewerb stehendes Dienstleistungs- und Gastronomie- und Kulturangebot, öffentliche Einrichtungen	Vereinzelte, einzelhandelsnahe Dienstleistungsangebote

Eigene Zusammenstellung

Neben den Zentren sind solitäre Nahversorgungsstandorte und der Ergänzungsstandort *„Ostheide“*, der zukünftig als Ergänzungsstandort für vorwiegend nicht zentrenrelevanten Einzelhandel dient, Bestandteile des zukünftigen Zentrenkonzepts. Auch solitäre Nahversorgungsstandorte übernehmen wichtige Nahversorgungsfunktionen und sind im Sinne des vorgelegten Konzeptes zu erhalten und zu sichern (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Zentrenstruktur in der Stadt Sendenhorst



Eigene Darstellung

Da eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb Sendenhorsts nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche sichergesellt werden kann, decken die solitären Nahversorgungsstandorte diese vorhandenen räumlichen Lücken ab. Somit wird erst unter Berücksichtigung dieser Standorte eine flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Sendenhorst gewährleistet. Auch wenn sie nicht unter das „Schutzregime“ der rechtlichen Grundlagen (insbesondere §§ 2 Abs. 2 und 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO sowie § 9 (2a) BauGB und § 24 a LEPro) fallen, sollen sie dennoch – als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – als bedeutendes Abwägungskriterium für die zukünftige städtebauliche Steuerung und baurechtliche Genehmigung von Einzelhandelsplanvorhaben herangezogen werden. Dieser Umstand hat bei der Formulierung der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung entsprechende Berücksichtigung gefunden.

7.3 Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Sendenhorst

Die Ergebnisse der Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Spielräume bedeuten für Sendenhorst, dass weniger ein quantitativer Ausbau als vielmehr die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Sendenhorst sicherstellen können. Für Sendenhorst bedeutet dies, 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 hinsichtlich einer Überschreitung des aufgezeigten quantitativen Entwick-

lungsspielraums indes müssen im Detail geprüft werden. Diese Ausnahmen können dann sinnvoll sein, wenn sie die angestrebte räumlich-strukturelle Entwicklung des Einzelhandels in Sendenhorst forcieren können. So ist eine Neuansieldung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben (auch bei Überschreitung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume) z.B. dann sinnvoll, wenn Sie zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, der räumlichen Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels am Standort „Ostheide" oder zur Sicherung wichtiger Grund- und Nahversorgungsbetriebe in den Siedlungsbereichen beitragen.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Sendenhorst sollten für die zukünftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden. Vor dem Hintergrund der o.g. Ziele sowie unter Berücksichtigung der Bewertung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits sollen für Sendenhorst die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse untermauert werden. So können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) wichtige Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Dabei sei insbesondere im Hinblick auf die zukünftige bauleitplanerische Umsetzung auch an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept zwar eine wichtige Entscheidungsgrundlage für zukünftige politische wie städtebauliche Entscheidungen in Richtung Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Sendenhorst darstellt. Es gibt aber keine abschließende Auskunft über die städtebauliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen. Vielmehr gibt es Leitvorstellungen und Grundsätze vor, die im (bauleitplanerischen) Einzelfall umzusetzen sind. Somit ist die Stadt Sendenhorst nicht von der Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Grundsatz 1

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen (zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt Sendenhorst und Grundversorgungszentrum Albersloh)

- Gemäß dem räumlichen Entwicklungsleitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung" zur Gewährleistung des Zentrengefüges ist es sinnvoll und zielführend zukünftig **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment nur noch in den beiden zentralen Versorgungsbereichen von Sendenhorst und Albersloh** zuzulassen, um diese Standorte in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.
- Außerhalb dieser positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsräume können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise zugelassen werden, sofern von ihnen *keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche* 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 Sendenhorster Angebotsstruktur - insbesondere das kleinteilige Angebot in den Ortszentren - 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 100-150 m²* als *strukturprägend*. Dies gilt für alle nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente i.S.d. „Sendenhorster 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 auszuschließen.

Grundsatz 2

Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen

- Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung des Ausbaus bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen **Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zukünftig ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Sendenhorst 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 Grund-

versorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes müssen räumlich beschränkt sein. Die Verträglichkeit einer solchen Entwicklung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist grundsätzlich anzunehmen, solange marktübliche Größendimensionierungen **zwischen 800 – 1.200 m² (Lebensmitteldiscounter) und bis zu 1.500 m² (Vollsortimenter)** nicht überschritten wird.

- An **solitären Standorten** außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche 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 die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dies ist dann der Fall, wenn die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem 600 m Radius eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) nicht überschreitet und keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 600 m Radius mit dem 600 m Radius des / der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche(s) besteht. In kleineren Städten (insbesondere Grundzentren) kann von diesem Nachweis abgewichen werden, wenn sich die Abweichung aus städtebaulicher und versorgungsstruktureller Sicht begründen lässt. Im Falle einer Abweichung ist also unbedingt eine Einzelfallprüfung notwendig.
  Die Ausnahmeregelung gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von GE- / GI-Gebieten.

Grundsatz 3

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen und am Ergänzungsstandort „Ostheide" zugelassen werden.

- Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden, zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung für die Stadt Sendenhorst **sollten** jedoch auch **Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden**. Dafür bietet sich neben den zentralen Versorgungsbereichen insbesondere der zu definierende Ergänzungsstandort „Ostheide" als Ansiedlungsstandort für nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an (vgl. Kapitel 7.4.3).
- Aufgrund der insgesamt begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume besteht in Sendenhorst zwar nicht die Notwendigkeit einen Ergänzungsstandort zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten/ auszuweisen. Nachdem die Stadt aber bisher keinen Vorrangstandort für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen hat, ist es notwendig im Rahmen des Konzeptes einen solchen Standort zu definieren, um auch auf Ansiedlungsanfragen bzgl. großflächigem nicht zentrenrelevantem Einzelhandel reagieren zu können. Demzufolge gilt der **Ergänzungsstandort „Ostheide" als Vorrangstandort für solche Ansiedlungsvorhaben**.
- **Bestehende Einzelhandelsbetriebe** mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z.B. Möbelanbieter, Bau- und Gartenmärkte), die ihren Standort **außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und des Ergänzungsstandorts** haben, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte 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 Gesamtver-

kaufsfläche nicht überschreitet und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente.** Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts 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 nicht zulässig), zulässig sein.
  Bisher hat sich eine Begrenzung auf rd. 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 800 m² Verkaufsfläche) als praktikabel erwiesen. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Grundsatz 4

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

- Verkaufsstätten mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können in GE- und / oder GI-Gebieten[11] zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche
  1. dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
  2. in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
  3. dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
  4. die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

7.3.1 Einordnung von Versorgungsbereichen

Die beiden Versorgungsbereiche in Sendenhorst und Albersloh übernehmen spezifische Aufgaben innerhalb des Zentrenkonzeptes. Wesentliche Kriterien zur Einordnung und Definition der in Sendenhorst anzutreffenden Typen werden im Folgenden dargelegt.

[11] Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

Zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt (Hauptzentrum)
Die Innenstadt von Sendenhorst ist auf Grund ihrer gesamtstädtischen und z.T. regionalen Funktionen, insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und – private wie auch öffentliche – Dienstleistungen in der Sendenhorster Zentrenhierarchie mit deutlichem Abstand an die oberste Stelle zu setzen.

Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ab. Bei dem zentralen (Einzelhandels-)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 Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen oder Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbare" Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer **kompakten Anordnung** ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Eine zu weit gefasste Abgrenzung kann eine Überdehnung, daraus resultierend unattraktive Randbereiche und Leerstände mit sich ziehen. Überdimensionierte Projekte in Randbereichen ohne Synergiepotenzial mit dem Zentrum führen zu einer Verschiebung von Einzelhandelsschwerpunkten innerhalb des Hauptgeschäftszentrums und können im Umkehrschluss eine Schwächung verursachen.

Die Fixierung der (bestehenden) räumlichen Ausdehnung des Zentrums ist vor diesem Hintergrund keine planerische „Abgrenzungsübung", sondern ein notwendiger Schritt, um die Vorraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

Grundversorgungszentrum Albersloh (Nebenzentrum)
Bei diesem Zentrentyp handelt es sich um ein lokales Versorgungszentrum, das fast ausschließlich der Nahversorgung dient und innerhalb eines Siedlungsbereiches in direkter Nachbarschaft zu Wohngebieten liegt. Es hat insbesondere für die tägliche Versorgung auch nicht mobiler Bevölkerungsgruppen eine besondere Bedeutung.

Angebotsseitig verfügt ein Grundversorgungszentrum über folgende Merkmale:

- Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich wird durch einen größeren Betrieb gewährleistet, Kombinationen von verschiedenen Betriebstypen gibt es nur eingeschränkt (z.B. Kombination Supermarkt und Bäcker oder Metzger).
- Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich gibt es nur in vereinzelten kleineren Fachgeschäften oder als Randsortiment beim Lebensmittelanbieter.

- Die Verkaufsfläche liegt insgesamt i.d.R. unter 2.000 m².
- Neben den Einzelhandelsbetrieben können einige Dienstleistungsbetriebe angegliedert sein.

Die erkennbare Einheit eines Grundversorgungszentrums resultiert weniger aus städtebaulichen Aspekten, sondern eher aus einem erkennbaren Funktionsunterschied zu umliegenden Siedlungsbereichen.

7.4 Handlungsempfehlungen für die Entwicklungsbereiche des Sendenhorster Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung ergeben sich nur für die bestehenden Einzelhandelsstandorte Innenstadt Sendenhorst, Grundversorgungszentrum Albersloh sowie den neu zu definierenden Ergänzungsstandort „Ostheide" 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 (vgl. Kap. 7.2) – 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 den formulierten Entwicklungszielen kontraproduktiv entgegenstehen würde.

Im Folgenden werden auf Grundlage der formulierten Grundsätze (vgl. Kap. 7.3) Handlungsempfehlungen für die speziellen Entwicklungsbereiche formuliert.

7.4.1 Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt"

Die Innenstadt bildet den hierarchisch bedeutendsten *zentralen Versorgungsbereich* der Stadt Sendenhorst. Sie ist aus siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht eindeutig als wichtigster Einzelhandelsstandort in der Stadt Sendenhorst festzuhalten. Der hier angesiedelte Einzelhandel dient in erster Linie der Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung. Die multifunktionalen Nutzungsstrukturen sorgen für eine Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Sendenhorster Zentrums. Es ist besonders wichtig, die wertvolle kompakte Struktur weiter zu fördern, um möglichst hohe Synergieeffekte der verschiedenen Nutzungen (im Wesentlichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) untereinander zu erlangen. In diesem Zusammenhang ist insbesondere der Kernbereich Mit dem **Ziel einer Sicherung und des Ausbaus der Attraktivität und speziell der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Grundzentrum** sind zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsentwicklungen auf die Innenstadt auszurichten.

Entwicklungsziele:

- Erhalt und nachhaltige **Sicherung der attraktiven Versorgungsstruktur und –qualität** der Innenstadt

- Trotz der bereits bestehenden insgesamt guten Angebotsausstattung und -struktur in der Innenstadt (vgl. Kapitel 4.2) ist eine **Arrondierung des Angebotsspektrums**, insbesondere durch **zielgerichtete, branchenspezifische Weiterentwicklungen** mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten empfehlenswert, um die Attraktivität dieses räumlichen Entwicklungs- und Angebotsschwerpunkts sichern zu können. In diesem Zusammenhang bieten sich vornehmlich Waren der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe an. Dieses Sortimentsspektrum ist auch heute schon vorhanden und beinhaltet die Leitbranchen des Hauptgeschäftsbereichs. Neben den grundversorgungsrelevanten Leitbranchen der kurzfristigen Bedarfsstufe (z.B. Nahrungs- und Genussmittel oder Gesundheits- und Körperpflegeartikel) bieten sich aufgrund der hohen Leitfunktion für zentrale Einzelhandelslagen bzw. der z.T. vorhandenen absatzwirtschaftlichen Spielräume die Warengruppe Spielwaren/Hobbyartikel an.

- Trotz begrenzter absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume ist es zur Positionierung dieses zentralen Versorgungsbereiches gegenüber nicht integrierten Standorten notwendig und sinnvoll, weitere Entwicklungen an diesen städtebaulich sinnvollen Standort zu lenken. Aus diesem Grund und zur Wahrung seiner Versorgungsfunktion dient der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt in Sendenhorst als eindeutiges **Vorranggebiet für zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen**, insbesondere in den zentrenprägenden Leitbranchen der mittelfristigen Bedarfsstufe (v.a. Bekleidung/Wäsche).

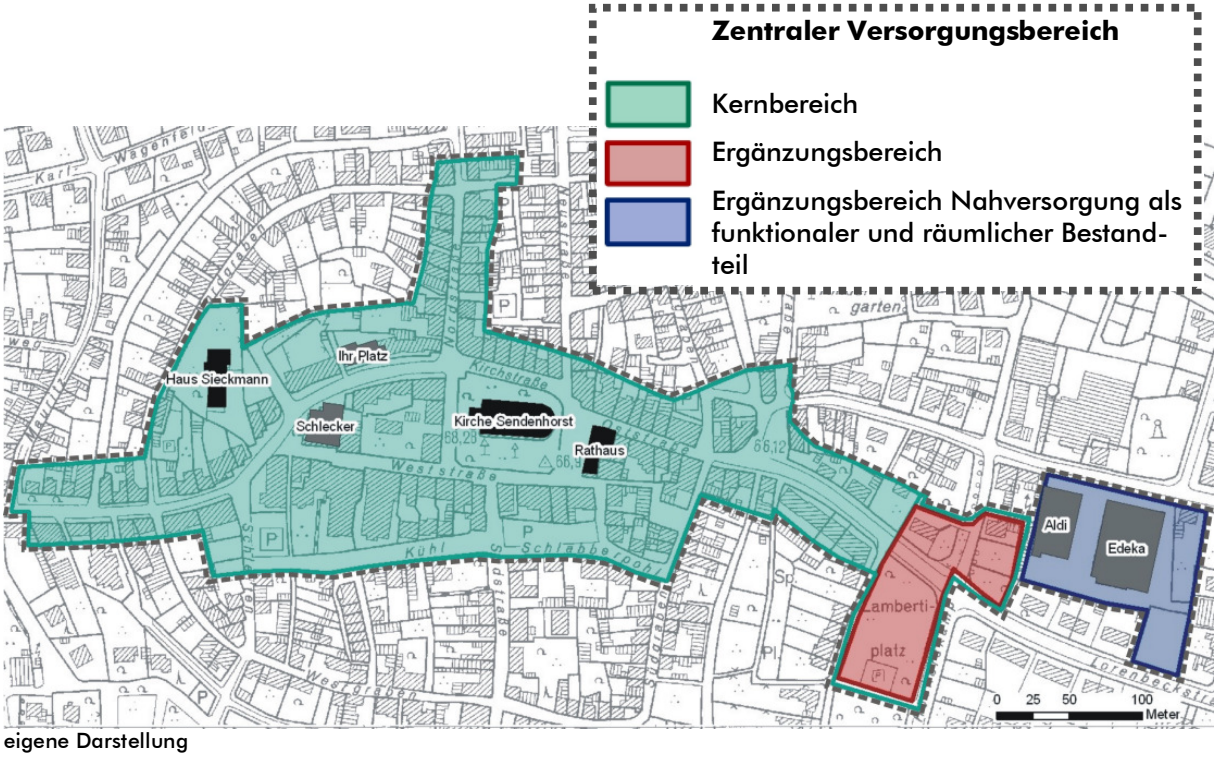
Räumliche Entwicklungsoptionen

- Vor dem Hintergrund der stark begrenzten räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der bestehenden Strukturen des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt in seiner derzeitigen Abgrenzung, ist es in diesem Zusammenhang notwendig, zusätzliche Flächen, die unmittelbar an die heutigen Einzelhandelslagen des Hauptgeschäftsbereichs angrenzen, als Entwicklungsbereiche auszuweisen. Auf diese Weise stehen auch zukünftig Flächen im Kontext des Hauptgeschäftsbereichs für eine Einzelhandelsentwicklung zur Verfügung, so dass ein Stillstand der Einzelhandelsentwicklung bzw. eine reine Negativ- bzw. Verhinderungsplanung vermieden wird. In diesem Zusammenhang stehen jedoch auch die **Leerstände** im Zentrum als **Potenzialflächen** für eine Einzelhandelsentwicklung zur Verfügung. Diese sollten auch vor dem Hintergrund einer drohenden Überdehnung des Zentrums vorrangig vor dem Ergänzungsbereich entwickelt werden. Um eine höhere Konzentration und Dichte des Einzelhandels im Kernbereich der Innenstadt zu erreichen, kommt der Revitalisierung der leerstehenden Flächen im Bereich der Kirche eine hohe Bedeutung zu.

- Als zusätzliche potenziell zu entwickelnde Fläche bietet sich der Lambertiplatz sowie die Flächen nördlich der Oststraße im Kreuzungsbereich mit der Straße Höckerkamp an. Mit einer möglichen zukünftigen Entwicklung des Bereichs könnte **perspektivisch die Anbindung des Nahversorgungsstandortes (Edeka/ Aldi) an die zentralen Geschäftslagen** (Kernbereich) geschaffen werden. Die Entwicklungsfläche gibt somit die Richtung an, in der sich Einzelhandel entwickeln soll; nach Osten, um an den Bereich des Standortverbundes anzuknüpfen. Nachdem sich die Fläche im Eigentum der Stadt befindet kann eine ungewollte Entwicklung an diesem Standort durch potenzielle Ansiedlungsinteressenten ausgeschlossen werden. Mit einer möglichen Entwicklung der Fläche besteht perspektivisch die Chance einen qualitativ wertvollen Einzelhandelsbaustein in der Sendenhorster Innenstadt zu platzieren.

In der folgenden Darstellung wird der zukünftige zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt der Stadt Sendenhorst, bestehend aus dem Kernbereich und dem definierten Erweiterungsbereichs Nahversorgung sowie dem Ergänzungsbereich zum zentralen Versorgungsbereich parzellenscharf dargestellt. Die Entwicklung eines Angebots in zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb dieses abgegrenzten Bereichs müssen hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen bzw. potenziellen Synergieeffekten auf das Zentrum kritisch überprüft werden. Wie jedoch in Grundsatz 1 dargelegt, sind kleinere Ansiedlungen (bis zu 150 m² Verkaufsfläche) im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs möglich. Dem Ergänzungsstandort Nahversorgung kommt eine besondere Funktion zu; an diesem Standort ist im Sinne des Konzeptes zukünftig nur nahversorgungsrelevanter Einzelhandel zulässig.

Karte 12: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Sendenhorst“



eigene Darstellung

Weitere Handlungsempfehlungen für die Innenstadt

Ein Bindeglied zwischen den Einzelhändlern untereinander sowie zwischen Händlern und Kunden stellt die **Kommunikation** dar. Sie ist ein unverzichtbares Instrument für eine optimierte Abstimmung nach innen und ein klare Darstellung nach außen.
Im Rahmen des Einzelhandelskonzepts wurde seitens der Politik und Verwaltung großer Wert auf die Beteiligung gelegt. Dieser Beteiligungsprozess sollte auch nach Abschluss des Gutachtens fortgeführt werden. Nur durch ein Miteinander aller Akteure des Einzelhandels lassen sich die Ziele des Leitbildes im Sinne einer Steigerung der Attraktivität des Gesamtstandorts Sendenhorst erreichen. Im Rahmen der Werbegemeinschaft ist die Abstimmung und Kommunikation zwischen den verschiedenen Einzelhändlern möglich und auszubauen. Das gemeinsame Ziel, den Sendenhorster Einzelhandel attraktiv aufzustellen und zu festigen, kann in Zusammenarbeit besser verfolgt und notwendige Maßnahmen gezielter thematisiert werden.
An dieser Stelle kommt die zweite Säule der Kommunikation, die Darstellung nach außen, hinzu. Sendenhorst sollte sich als Einzelhandelsstandort stärker innerhalb der eigenen Stadt aber auch in der Region vermarkten, um sich als Einzelhandelsstandort im Gespräch zu halten. Ansatzpunkte ergeben sich hierbei in Bezug auf eine verstärkte Werbung in den regionalen Medien, der Erstellung eines Branchenführers sowie Kundenleitsysteme.

Für die Atmosphäre und die Ausstrahlungskraft in der Innenstadt sind **Gastronomie- und Kultureinrichtungen** zwar nicht hauptsächlich verantwortlich, ihnen kommt aber vor dem Hintergrund des multifunktionalen Charakters des Zentrums eine besondere Rolle zu, auf die an dieser Stelle noch einmal hingewiesen werden soll. In diesem Zusammenhang ist neben Dienstleistungseinrichtungen auch ein gastronomisches Angebot von großer Bedeutung. Die Möglichkeiten zur Kopplung von Einkaufen mit dem Besuch kultureller oder gastronomischer Einrichtungen sollten weitmöglich gefördert werden (z.B. Außengastronomie, Cafés, Restaurants, Schnellrestaurants). Die Stadt sollte daher im Gespräch mit relevanten Akteuren bleiben und diesen Baustein nach besten Möglichkeiten fördern. So können gastronomische Angebote zur Belebung des Standorts beitragen. Hierzu ist analog zum Einzelhandel eine grundsätzliche Harmonisierung aber auch Ausweitung der Öffnungszeiten in den Abendstunden empfehlenswert.

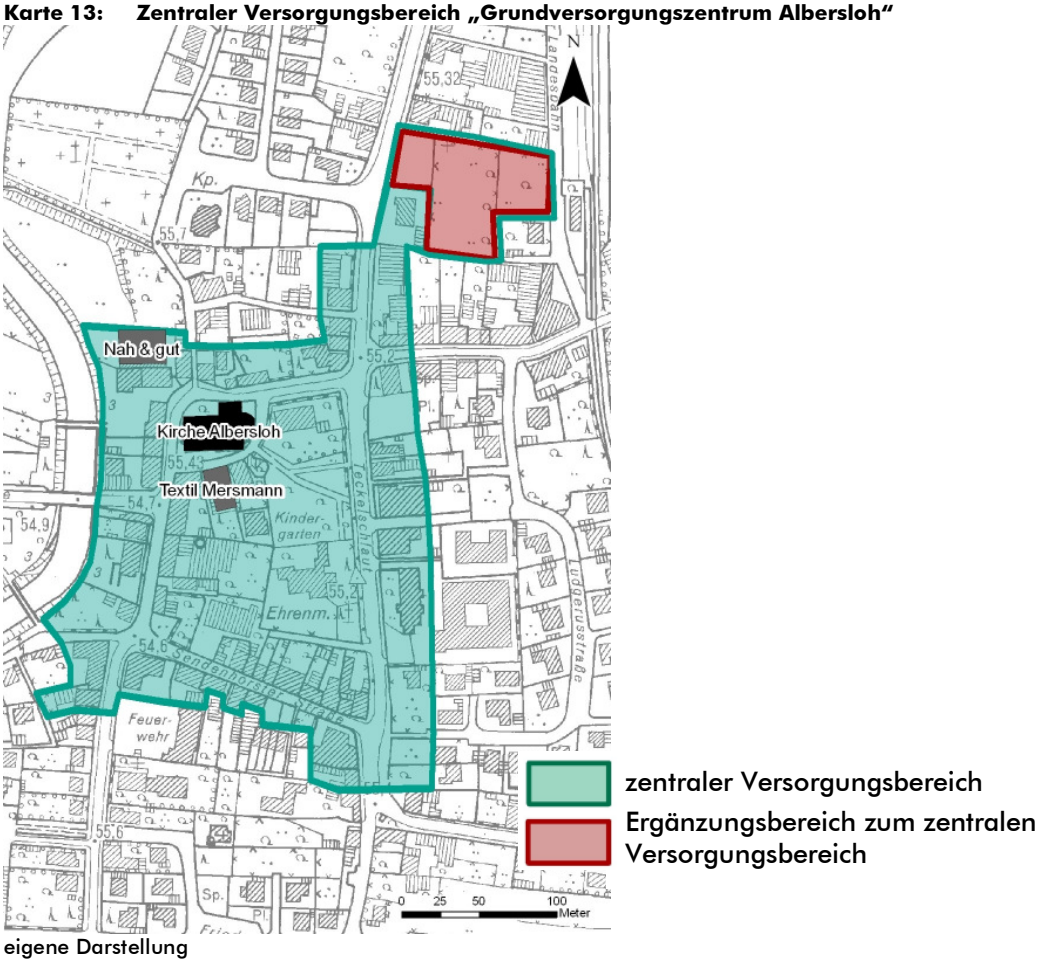
7.4.2 Zentraler Versorgungsbereich Grundversorgungszentrum Albersloh

Das Grundversorgungszentrum in Albersloh mit der Angebotskonzentration und -mischung insbesondere in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe übernimmt überwiegend stadtteilweite Versorgungsfunktion. Als städtebaulich-funktionales Zentrum ist es als funktionierende Einzelhandelslage festzuhalten. Als übergeordnetes Ziel kann die **Sicherung und Ausbau des Stand-**

orts gemäß seiner Versorgungsfunktion festgehalten werden. Dabei muss vor allem die Nahversorgungsfunktion des Zentrums erhalten und gesichert bleiben. Hierzu ist vor allem eine Nachverdichtung mit kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben denkbar. Aber auch ein gut strukturiertes Ergänzungsangebot in den mittelfristigen Warengruppen ist in Zukunft zu sichern. Der Magnetbetrieb nah & gut in zentraler Lage im Grundversorgungszentrum übernimmt derzeit wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Albersloh.

Um Einzelhandelsentwicklung im Bereich des Grundversorgungszentrums zu ermöglichen, ist eine angrenzende Fläche als **Ergänzungsbereich** auszuweisen, die eine Weiterentwicklung des Zentrums ermöglicht. Hierfür bietet sich die nördlich angrenzende ungenutzte Fläche an der Wolbecker Straße an. In der folgenden Karte ist der zukünftige zentrale Versorgungsbereich des Stadtteils Albersloh dargestellt:

Karte 13: Zentraler Versorgungsbereich „Grundversorgungszentrum Albersloh“



eigene Darstellung

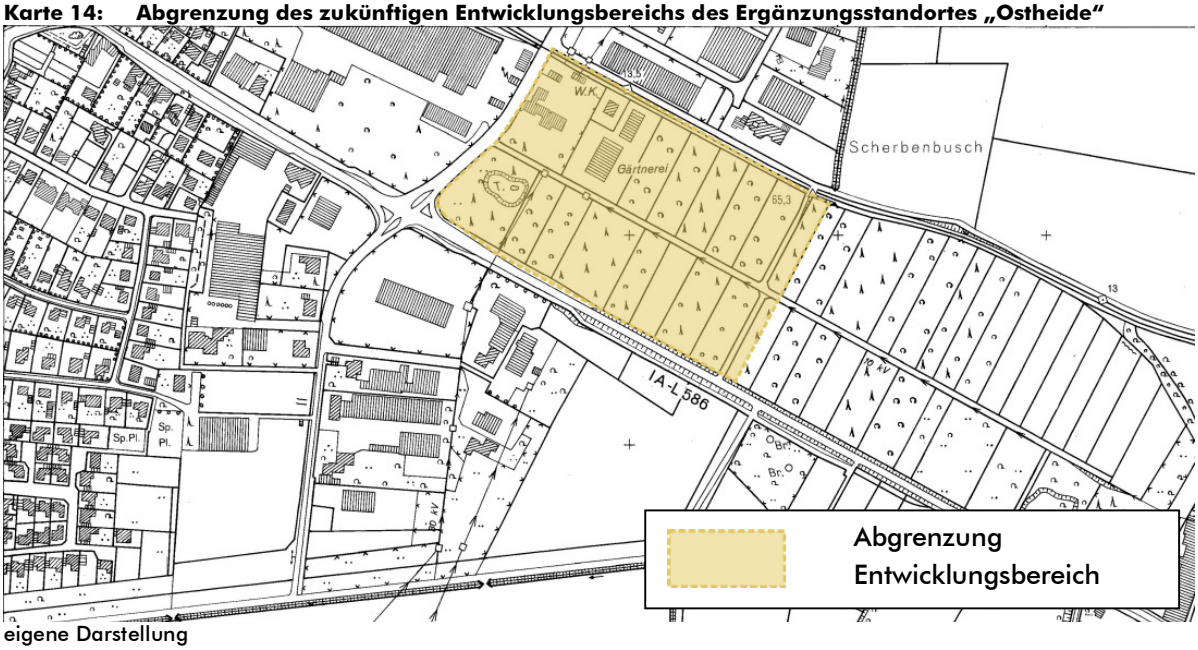
Neben nutzungsstrukturellen Aspekten sind vor allem **atmosphärische Verbesserungen**, wie eine verbesserte Gestaltung des öffentlichen Raumes z.B. durch den Einsatz von Möblierungselementen, wie Leuchten, Licht, Poller oder auch Bänke von Belang. Ein gezielter Einsatz von Sitzgelegenheiten und Fahrradständern tragen ebenfalls zu einer Attraktivierung und Erhöhung der Auf-

enthaltsqualität bei. Auch die Gestaltung der Ladenlokale birgt Potenzial zur Steigerung der Attraktivität des Standorts.

7.4.3 Ergänzungsstandort „Ostheide“

Um im Sinne des Grundsatzes 3 (vgl. Kapitel 7.3) auch zukünftige Ansiedlungen mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel (groß- und kleinflächig) räumlich konzentrieren zu können, ist es notwendig eine geeignete Fläche für eine solche zukünftige Ansiedlung innerhalb des Stadtgebietes zu definieren. Als geeignet erscheint der Standort „Ostheide“ in verkehrgünstiger Lage am östlichen Ortsausgang Sendenhorsts nördlich der L 586 (vgl. Karte 14). Für die ca. 5 ha große Brachfläche ist laut Flächennutzungsplan der Stadt Sendenhorst die Nachnutzung als gewerbliche Baufläche aus städtebaulicher Sicht sinnvoll. Mit möglichen zukünftigen Ansiedlungen stellt die Fläche einen wichtigen Ergänzungsstandort mit großflächigem nicht zentrenrelevantem Einzelhandel zu den beiden Zentren dar. Der Standort, dessen Umfeld teilweise gewerblich genutzt ist, ist jedoch hinsichtlich der Ansiedlung des zentrenrelevanten Angebots restriktiv zu behandeln (Tabubereich für zentrenrelevanten Einzelhandel), um eine mögliche Wettbewerbssituation insbesondere zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt gar nicht erst entsehen zu lassen. Eine Ansiedlung zentrenrelevanten Einzelhandels, insbesondere in Form großflächiger Betriebe, ist künftig planungsrechtlich auszuschließen.
Stattdessen ist der Standort als **Vorrangstandort für die Ansiedlung nicht zentrenprägender Einzelhandelssortimente in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen** zu betrachten, wobei eine diesbezügliche Entwicklung jedoch durch die weitgehend geringen absatzwirtschaftlichen Spielräume begrenzt wird.

Karte 14: Abgrenzung des zukünftigen Entwicklungsbereichs des Ergänzungsstandortes „Ostheide“



eigene Darstellung

7.4.4 Weitere Entwicklungsbereiche außerhalb der Zentren

Neben den vorab beschriebenen zentralen Versorgungsbereichen und dem Ergänzungsstandort „Ostheide“, als positive Ansiedlungsräume entsprechend ihrer hierarchischen Einordnung bzw. ihrer räumlich-funktionalen Aufgabe, gibt es derzeit im Sendenhorster Stadtgebiet einen solitären Nahversorgungsstandort (K+K in der Straße Nordtor), der versorgungsstrukturell bedeutsam ist. Auch wenn er nicht unter das Schutzregime zentraler Versorgungsbereiche fällt, leistet der Markt wichtige Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnbereiche und ist deshalb zukünftig zu sichern, was u.a. auch eine ggf. wettbewerbsmäßige Anpassung der Betriebsgröße einschließt (vgl. hiezu auch Kapitel 7.2). Der Standort des Lebensmitteldiscounters Lidl in der Hoetmarer Straße ist nicht vollständig mit Wohnbebauung umschlossen und kann deshalb eingeschränkt Nahversorgungsfunktion übernehmen. Der Betrieb besitzt dennoch eine bedeutende Versorgungsfunktion im Stadtgebiet und einer Erweiterung bis zur Großflächigkeit (ab 800 m²) wird aus Gutachtersicht als unkritisch gesehen.

7.5 Verträglichkeitsuntersuchung „Kohkamp“

Neben der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sendenhorst wurde das Büro Junker und Kruse damit beauftragt, eine Wirkungsanalyse für eine Lebensmittelansiedlung in Albersloh durchzuführen. Ausgangspunkt für die Beauftragung war die Planung eines Lebensmittelmarktes auf der Fläche Kohkamp (s. Aufstellungsbeschluss vom 08.11.2005). Die Verträglichkeitsuntersuchung ist jedoch so aufgebaut, dass die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Lebensmittelanbieters unabhängig vom Realisierungsstandort in Albersloh auftreten.

Vorhabenbeschreibung

Im Stadtteil Albersloh (rd. 4.000 Einwohner) besteht für den Standort „Kohkamp“ im südöstlichen Stadtteilgebiet an der Sendenhorster Straße eine Anfrage zur Ansiedlung eines (großflächigen) Lebensmittelanbieters. Der Standort, in verkehrsgünstiger Lage, ist aus städtebaulicher Sicht als **teil-integrierter Standort** zu bezeichnen, da er nicht vollständig von Wohnbebauung umschlossen ist. Westlich der Sendenhorster Straße auf der gegenüberliegenden Straßenseite befindet sich ein Wohngebiet und nördlich des Vorhabenstandortes schließt sich Wohnbebauung an, während nach Süden und Osten hin weithin unbebaute Freiflächen angrenzen. Entsprechend der Flächennutzungsplanausweisung sollen hier jedoch zukünftig Wohnbauflächen entwickelt werden.

Karte 15: Potenzialfläche Kohkamp

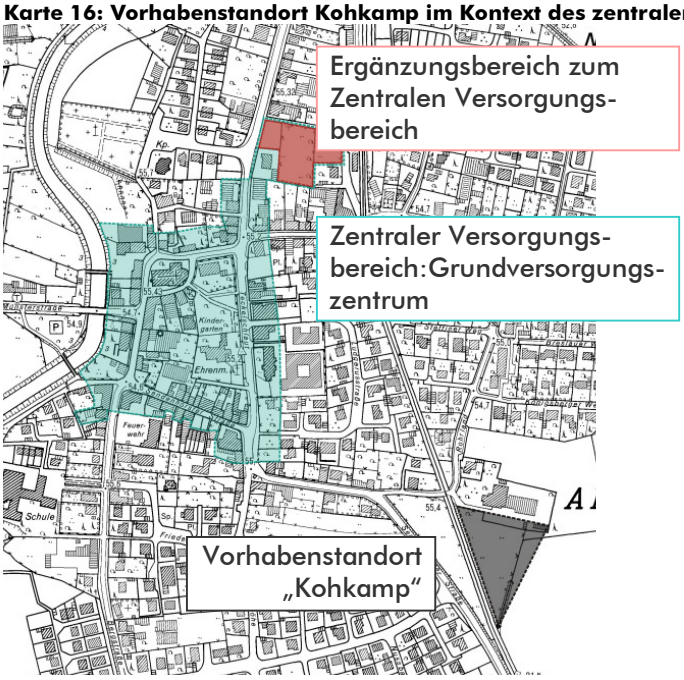
Eigene Fotos

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielvorstellungen zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung soll im Folgenden die Verträglichkeit dieses Planvorhabens hinsichtlich möglicher städtebaulich negativer Auswirkungen auf bestehende Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der Stadt Sendenhorst und insbesondere des Ansiedlungsstadtteils Albersloh untersucht werden. Im Rahmen dieser vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse ist vor allem die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von untersuchungsrelevantem Interesse, da diese das Hauptsortiment der Angebotsformen der betrachteten möglichen Planvorhaben darstellt.

Ausgangsituation

Aufgrund der Entfernung des Stadtteils Albersloh zur Kernstadt Sendenhorst, die im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sehr gut aufgestellt ist, besteht für die Albersloher Bevölkerung keine fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelbetriebe in Sendenhorst. Deshalb ist der Stadtteil in besonderem Maße auf **eine eigene, gut funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgungsstruktur** angewiesen. Der bestehende Supermarkt nah & gut im Grundversorgungszentrum des Stadtteils ist unter heutigen Gesichtpunkten als nicht mehr zeitgemäßer Lebensmittelanbieter anzusehen. Sowohl die geringe Verkaufsfläche (rd. 600 m²), die zur Folge hat, dass die Sortimentsbreite stark eingeschränkt ist, als auch eine sehr einsgeschränkte Parkplatzsituation (lediglich ca. 25 Stellplätze sind dem Markt zugeordnet), lassen die Frage nach der Zukunftsfähigkeit des Anbieters an diesem Standort aufkommen. Es bestehen zwar Erweiterungsabsichten des Betreibers, diese stellen sich jedoch aufgrund der beengten baulichen Situation, die zwar nach vorliegenden Plänen eine Verkaufsflächenerweiterung auf rund 800 m² zulässt, jedoch keine Verbesserung der Stelllatzsituation bietet, als unrealistisch dar.

Karte 16: Vorhabenstandort Kohkamp im Kontext des zentralen Versorgungsbereich Albersloh



eigene Darstellung

Die stadtteilbezogene Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner von rund 0,21m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt derzeit **deutlich unter dem bundesweiten Referenzwert** von ca. 0,35 m² und verdeutlicht die bestehende **unterdurchschnittliche quantitative Angebotsausstattung** in dieser Warengruppe im Stadtteil. Auch die sehr niedrige sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquote (34 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel) und Zentralität (54) verdeutlicht diesen schwachen Ausstattungsgrad. Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen ebenfalls, dass die Albersloher Bevölkerung mit dem Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nicht zufrieden ist und sich ein breiteres Sortiment wünscht.

Umsatzschätzung des Planvorhabens

Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung des Vorhabens wird durch städtebauliche Worst-Case- und Moderate-Case-Szenarien der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen, die die Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen - als Bewertungsmaßstab für zu erwartende städtebauliche Auswirkungen - in Spannweiten verlangt. Zunächst werden dabei Betrachtungen zu den Veränderungen der branchenspezifischen Verkaufsflächen durch die Umsetzung des Planvorhabens vorgenommen. Das Vorhaben wurde mit 1.200 m² Verkaufsfläche in die Berechnung eingestellt. Mit Blick auf die geplante Angebotsausweitung gilt es aufzuzeigen, welcher durchschnittliche Umsatz durch dieses Planvorhaben erwirtschaftet werden müsste, um eine vorhabenübliche Flächenproduktivität zu erreichen. Durch die Neuansiedlung eines Supermarktes ergeben sich die in der folgenden Tabelle aufgeführten Veränderungen im Bereich der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen bzw. Umsätze:

Tabelle 18: Umsatzprognosen für das Planvorhaben „Kohkamp“

Warengruppe	Verkaufs-fläche in m²	Flächenproduktivität in Euro	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	970	4.200-4.600	4,07-4,41
Drogeriewaren	98	3.750-4.000	0,37-0,39
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	53	2.800-3.100	0,15-0,16
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	20	4.000-4.200	0,08-0,09
Gesamt* bzw. Durchschnitt	**1.200**	**4.000-4.300**	**4,79-5,18**

Quelle: eigene Berechnungen
* mit flächenmäßig kleineren weiteren idealtypischen Randsortimenten, wie Blumen / Zoo, Spielwaren, Bau- und Gartenmarktsortimente, Bekleidung / Wäsche sowie Sport / Freizeit

Bei dem geplanten Ansiedlungsvorhaben entfällt der Großteil der Verkaufsfläche auf den Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Zudem sind größere Verkaufsflächen im Bereich Gesundheits- und Körperpflegeartikel (als Randsortiment) sowie verschiedene wöchentlich wechselnde Nebensortimente geplant. Der geplante Supermarkt wird einen Umsatz von rund **4,80 – 5,20 Mio. Euro** generieren.

Um den Anforderungen der Rechtsprechung im Sinne einer „Worst-case-Annahme“ zu genügen, ist für die Modellrechnungen der aus städtebaulicher Sicht nachteilhafteste Fall berechnet worden: Durch die Realisierung des Planvorhabens können keine zusätzlichen Kunden von außerhalb des zu Grunde gelegten Untersuchungsraums gewonnen werden, noch wird sich die Abschöpfungsquote im Einzugsbereich durch das Vorhaben erhöhen, d. h. der Kaufkraftabfluss aus Teilen des Einzugsgebiets wird gemäß dieser Annahme im Saldo nicht reduziert werden. Daraus resultiert, dass in diesem städtebaulich ungünstigsten Fall, eine reine Umsatzumverteilung innerhalb des Einzugsbereichs stattfindet.

Ziel und Aufbau des Gravitationsmodells

Der Grundansatz des zugrundegelegten Gravitationsmodells liegt in der Berechnung der zu erwartenden Umsatzumverteilung durch das Ansiedlungsvorhaben eines Lebensmittelanbieters am Standort Kohkamp auf ein nach Attraktivität (Verkaufsfläche/Umsatz, Zentralität) gewichtetes System von Standorten (hier den Mikrostandorten weiterer Anbieter der untersuchungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel in Sendenhorst, Albersloh und den untersuchungsrelevanten angrenzenden Kommunen Drensteinfurt, Everswinkel sowie die südlichen Stadtteile von Münster (vgl. Tabelle 20). Dabei wird die Entfernung der Angebotsstandorte zum untersuchten

Vorhabenstandort, gemessen in tatsächlicher räumlicher sowie zeitlicher Entfernung[12], als Gewichtungsfaktor mit einbezogen.

Die sich in diesen Berechnungen niederschlagende Logik basiert auf der Annahme, dass zunächst alle anderen bestehenden Anbieter Umsatzeinbußen zu verzeichnen haben, da durch einen zusätzlichen Konkurrenten Umsatz von anderen Standorten abgezogen werden muss, um den prognostizierten Umsatz des Vorhabens zu realisieren. Dabei variiert die Umverteilung je nach der Attraktivität des Standorts und nimmt mit zunehmender Entfernung vom Vorhabenstandort ab.
In die konkrete Berechnung werden verschiedene Eingangswerte eingestellt, die durch ein komplexes Rechenmodell in Relation zueinander gestellt werden. Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Kennwerte:

- vorhandene relevante Verkaufsflächen, differenziert nach Sortimenten und Standorten,
- ermittelte Flächenproduktivitäten nach Sortimenten (Umsätze),
- Ermittlung von Distanzen des untersuchten Standortes zu relevanten Konkurrenzstandorten bzw. -betrieben,
- Kennwerte des Vorhabens, insbesondere der potenziell generierte Umsatz.

Durch die Eingabe dieser Parameter in das Rechenmodell ergeben sich für die potenziellen Konkurrenzstandorte jeweils prozentuale Werte, die den Anteil der zu erwartenden Kaufkraftumlenkung im Verhältnis zum Gesamtumsatz darstellen. Anhand dieser Werte lässt sich ablesen, ob eine derartige Planung für die bestehenden Strukturen verträglich ist oder aber ob die zu erwartenden Umsatzumlenkungen negative städtebauliche Folgewirkungen auf die gewachsenen Einzelhandelsstrukturen sowohl innerhalb zentraler Versorgungsbereiche als auch auf Nahversorgungsstandorte haben. Dabei sind neben der in der Fachdiskussionen und im Rahmen der Rechtsprechung häufig genannten „10 % Marke“[13] eines zumutbaren Kaufkraftabzuges vor allem auch die individuellen lokalen Gegebenheiten der potenziell betroffenen Standorte sachgerechter Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung.

Exkurs: Die „10 %-Schwelle“ der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10 %-Marke“[14]. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhan-

12 Entfernung in Kilometern bzw. Fahrtzeit vom Standort bis zu den Konkurrenzstandorten

13 vgl. Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung – Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S.1100-1113

14 vgl. z.B.: Schmitz,Holger/Federwisch,Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

delsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. von §11 Abs. 3 BauNVO erwirkt, folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der 10 %-Marke und
- die per se erfolgte Anwendung der 10 %-Marke, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Begebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie[15]: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, aus deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde[16].
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfung zu verifizieren sind, also nicht ohne weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die 10 %-Marke oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10% Um-**

15 vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

16 vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

satzumverteilung zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.[17]

- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „ Umschlagens" von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %[18], über 10 % bis 20 %[19] bis hin zu etwa 30 %[20]
- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.[21]

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht ist nicht zuletzt aus den Oberhausen-Urteilen des OVG Münster[22] abzuleiten. Nach den Oberhausen Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist

---

17 vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

18 vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

19 vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBI 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

20 vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

21 vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

22 vgl. OVG NRW, Urteil vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil"

die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht".[23]

Im Folgenden werden die durch das Ansiedlungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungen im **Bereich Nahrungs- und Genussmittel** dargestellt. Dabei werden die in auf Seite 104 aufgezeigten prognostizierten Umsätze des Ansiedlungsvorhabens zugrunde gelegt. (vgl. Tabelle 19 und Tabelle 20).

Tabelle 19: Spannweiten der potenziellen Umsatzumverteilungsquoten nach Standorten innerhalb Sendenhorsts

Standort	Umsatzumverteilung in Mio. Euro	Umsatzumverteilung in %
Sendenhorst Innenstadt (inkl. Standort Edeka/Aldi)	0,29-0,32	2,4-2,6 %
Sendenhorst Standort Lidl	0,13-0,14	3,4-3,7 %
Sendenhorst Standort K+K	0,12-0,13	4,0-4,3 %
Sendenhorst sonst. integrierte Lage	0,09-0,10	3,5-3,7 %
Sendenhorst nicht-integrierte Lage	*	8,9-9,7 %
Albersloh Grundversorgungszentrum (Standort nah & gut)	0,68-0,74	18,7-20,3 %
Albersloh sonst. integrierte Lage	*	51,0-55,2 %
Albersloh nicht-integrierte Lage	-	-

Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

23 ebenda

Tabelle 20: Spannweiten der potenziellen Umsatzumverteilungsquoten nach Standorten in Nachbarkommunen

Standort	Umsatzumverteilung in Mio. Euro	Umsatzumverteilung in %
Drensteinfurt integrierte Lage	0,29- 0,32	1,4- 1,5 %
Drensteinfurt nicht integrierte Lage	*	8,0- 8,6 %
Drensteinfurt Rinkerode integrierte Lage	0,16- 0,18	4,3- 4,7 %
Drensteinfurt Walstedde integrierte Lage	0,12- 0,13	2,9- 3,1 %
Everswinkel integrierte Lage	0,18- 0,20	1,7-1,8 %
Everswinkel nicht integrierte Lage	*	3,5- 3,8 %
Münster Angelmodde integrierte Lage	*	9,7- 10,5 %
Münster Gremmendorf Stadtteilzentrum	*	8,6- 9,3 %
Münster Gremmendorf integrierte Lage	0,15- 0,16	2,1- 2,2 %
Münster Hiltrup Stadtteilzentrum	0,17- 0,19	2,1- 2,3 %
Münster Hiltrup integrierte Lage	0,44- 0,49	1,2- 1,3 %
Münster Hiltrup nicht integrierte Lage	0,30- 0,32	1,1- 1,2 %
Münster Wolbeck integrierte Lage	0,36- 0,39	2,1- 2,2 %
Münster Wolbeck nicht integrierte Lage	*	5,6- 6,1 %

Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

An den dargestellten Berechnungsergebnissen wird deutlich, dass die durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte insbesondere den konkurrierenden Betrieb **nah & gut** im zentralen Bereich Alberslohs treffen. Hier sind Umsatzumverteilungsquoten im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von bis zu rund 21 % zu erwarten. Die hohen Umsatzrückgänge würden den Betrieb in jedem Fall **nachhaltig schädigen** und sehr wahrscheinlich **zu einer Geschäftsaufgabe führen.** Zwar ist grundsätzlich bei einem möglichen Frequenzrückgang aufgrund der möglichen Betriebsaufgabe des nah & gut im Zentrum auch von negativen Auswirkungen auf die bestehenden Einzelhandelsbetriebe auszugehen. Dennoch kann es durch die Ansiedlung eines zukunftsfähigen Marktes mit einer breiteren Sortimentsabdeckung insgesamt gelingen mehr **Kaufkraft der Albersloher Bevölkerung zu binden**, wovon auch der bestehende Einzelhandel im Zentrum profitieren könnte. In jedem Falle sind keine direkten Auswirkungen des neuen Lebensmittelmarktes durch konkurrierende Randsortimente auf Anbieter im Zentrum nachzuweisen, da diese flächenmäßig und entsprechend umsatzmäßig deutlich hinter der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (ca. 80 % der Gesamtverkaufsfläche eines Supermarktes mit 1.200 m² Gesamtverkaufsfläche) zurückstehen.

Hinter der prozentual hohen Umverteilungsquote in **Albersloh in sonstigen integrierten Lagen** verbirgt sich eine monetär nicht bedeutsame bzw. nachweisbare Umsatzumverteilung gegenüber

dem Anbieter Raiffeisenmarkt mit seinen Randsortimenten im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. In diesen Lagen ist also kein strukturprägender Nahversorger betroffen.
Im **Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt** von Sendenhorst inkl. des Nahversorgungsstandortes mit den Anbietern Aldi und Edeka kommt es zu keinen nennenswerten Umverteilungen (vgl. Tabelle 19), so dass sich das Ansiedlungsvorhaben in Albersloh nicht städtebaulich negativ auf die Sendenhorster Innenstadt auswirken wird. Insgesamt sind die strukturprägenden Lebensmittelbetriebe im Stadtteil Sendenhorst aufgrund der Distanz zum Vorhabenstandort kaum betroffen, so dass sich die geringen Umsatzumverteilungen nicht negativ auf die wohnortnahe Grundversorgung auswirken werden.
Die prozentualen Umsatzverluste gegenüber Anbietern **in den untersuchten Nachbarkommunen** bewegen sich – je nach Lage – in Spannweiten zwischen 1 und 10,5 %, wobei sich die Umsatzumverteilungen fast ausnahmslos in vertretbaren Spannweiten von z.T. **deutlich unter 10 %** bewegen und somit keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Die höchsten Umsatzumverteilungen in Prozent ergeben sich gegenüber Anbietern im Münsteraner **Stadtteil Angelmodde**; hier sind jedoch keine strukturprägende Lebensmittelbetriebe betroffen, sondern zwei Getränkemärkte, deren Kernsortiment Getränke ebenfalls in die untersuchungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel fällt.
Im **Stadtteilzentrum Gremmendorf** ist der kleine Edeka Aktiv Markt in so geringer monetärer Ausprägung betroffen, so dass keine negativen Auswirkungen auf das Zentrum zu erwarten sind.

In der Hauptbranche **Gesundheits- und Körperpflegeartikel** sind im gesamten Untersuchungsraum keine nennenswerten Umsatzumverteilungen und somit **keine städtebaulich negativen Auswirkungen** festzustellen. Auch in den übrigen untersuchten **Nebensortimenten** der Lebensmittelanbieter (in Form von wöchentlich wechselnden Aktionswaren) sind aufgrund der geringen sortimentsspezifischen Verkaufsflächen keine Umsatzumverteilungen nachweisbar.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

- Insgesamt kann die Ansiedlung eines Supermarktes mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche, für die absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielraum in Albersloh ermittelt wurde (vgl. Kapitel 6.2.3), zu einer **Steigerung der Bindungsquote im Bereich Lebensmittel** auf Stadtteilebene beitragen und den schwachen Zentralitätswert von 54 steigern. Die pro-Kopf- Ausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel würde von heute unterdurchschnittlichen 0,21 m² Verkaufsfläche / Einwohner auf zufriedenstellende 0,32 m² / Einwohner[24] steigen (der Bundesdurchschnitt liegt bei etwa 0,33-0,35 m² / Einwohner). Die Ansiedlung kann dem Stadtteil insgesamt dazu verhelfen in Zukunft eine **attraktive Nahversorgung zu gewährleisten** und **langfristig sicherzustellen**.

[24] eine mögliche Schließung des „nah & gut" im Zentrum ist hier mit berücksichtigt

- Im Albersloher Grundversorgungszentrum ist aufgrund der bereits hohen Nutzungsdichte und der kleinteiligen Strukturen sowie überwiegend geschlossenen Bauweise keine ausreichend große Fläche verfügbar, um das Ansiedlungsvorhaben zu realisieren. Deshalb kommt für die Ansiedlung eines großflächigen, modernen Lebensmittelbetrieb nur eine Fläche außerhalb des gewachsenen Zentrums in Frage. Der Vorhabenstandort Kohkamp ist **unter versorgungs- und stadtstrukturellen Aspekten** – zumal er durch zukünftige Baugebietsausweisung zu einer weiter wachsenden Mantelbevölkerung kommen wird – als **geeignet** für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu bewerten.
- Die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den konkurrierenden Betrieb nah & gut** im Grundversorgungszentrum Albersloh, die sehr wahrscheinlich zu einer Betriebsaufgabe führen werden, treten **unabhängig von einem zu wählenden Realisierungsstandortes** auf. Die Stadt Sendenhorst kann in Kenntnis dessen die Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern im Stadtgebiet im Rahmen der kommunalen Abwägung bewerten.
- Obwohl das Vorhaben nicht innerhalb des Albersloher Versorgungszentrums verortet ist, steht es mit dem **Ziel der Stärkung und Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung** im Einklang. Der Stadtteil Albersloh würde mit der Ansiedlung einen modernen zukunftsfähigen Nahversorger erhalten, der die Versorgung der Bevölkerung sicherstellen kann. Auch wenn durch die räumliche Distanz vom Vorhabenstandort Kohkamp zu zentralen Geschäftslagen keine unmittelbaren Synergien zu erwarten sind, kann es dennoch durch die Ansiedlung eines zukunftsfähigen Marktes mit einer breiten Sortimentsabdeckung insgesamt gelingen mehr **Kaufkraft der Albersloher Bevölkerung zu binden**, wovon auch der bestehende Einzelhandel im Zentrum profitieren könnte.

Aufgrund der berechneten Umsatzumverteilungen ist die Ansiedlung eines Vollsortimenters in Albersloh **städtebaulich verträglich** und es ist nicht davon auszugehen, dass das Vorhaben die zentralen Versorgungsbereiche sowie die (Nah-) Versorgungsstrukturen in Albersloh und Sendenhorst als auch in den angrenzenden Kommunen gefährdet.

Überprüfung des Ansiedlungsvorhabens mit den Zielvorgaben der Landesplanung

Laut Novellierung des Landesentwicklungsprogramms NRW (§ 24a LEPro) ist die Ausweisung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in einem zentralen Versorgungsbereich zulässig. § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass zwei Tatbestände erfüllt sein müssen, damit ein solches Vorhaben in Kern- oder Sondergebieten angesiedelt werden muss. Das erste Kriterium, die Großflächigkeit, trifft auf das Vorhaben in Albersloh zu. Das zweite Kriterium der städtebaulich negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahe Versorgung trifft weder auf die Ansiedlungskommune zu, noch ist das Kriterium für die benachbarten Kommunen erfüllt. Das geht zum einen aus der vorangestellten Untersuchung hervor. Zum anderen sind auch auf die in § 11 (3) BauNVO genannten Kriterien (infrastrukturelle Ausstattung, Verkehr sowie die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich) keine negativen Auswirkungen bzw. keine Verschlechterung durch das Vorhaben zu erwarten. Somit ergäbe sich aus § 11 (3) BauNVO für das Ansiedlungsvorhaben in Albersloh keine Rechtsfolge. **Gleichwohl sollte**

ein Sondergebiet zur konsequenten Steuerung des Einzelhandels ausgewiesen werden. Die Einzelhandelssteuerungsmöglichkeiten in einem Sondergebiet umfassen die Begrenzung der Gesamtverkaufsfläche, die Begrenzung sortimentsspezifischer Verkaufsflächen sowie Sortimentsbeschränkungen.
Weiterhin darf der zu erwartende Umsatz von großflächigem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel das Kaufkraftpotenzial vor Ort nicht überschreiten (vgl. § 24a LEPro). Dann kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung vorliegt.
Dem Umsatz **im Bereich Nahrungs- und Genussmittel der geplanten Einzelhandelsansiedlung** (rd. 4,1-4,4 Mio. Euro) steht ein Kaufkraftpotenzial von **rd. 7,0 Mio. Euro** gegenüber (vgl. Tabelle 13). Der Umsatz liegt somit deutlich unter dem Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung Albersloh, so dass das Vorhaben dem landesplanerischen Ziel entspricht.

Im Hinblick auf die sich anschließende Untersuchung weiterer Potenzialflächen in Albersloh ist nochmals anzumerken, dass die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines neuen Lebensmittelmarktes der beschriebenen Größe auf den bestehenden Anbieter nah & gut im Zentrum unabhängig vom Realisierungsstandort in Albersloh auftreten.

7.6 Einordnung von Potenzialflächen zur Einzelhandelsentwicklung in Albersloh

Nachdem die Eignung der Fläche Kohkamp zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebs in der Wirkungsanalyse festgestellt wurde, geht es in diesem Kapitel darum auch weitere potenzielle Flächen und Standorte innerhalb Albersloh zu untersuchen, die möglicherweise ebenfalls dazu geeignet sind einen solchen Betrieb aufzunehmen. Die Untersuchung beschränkt sich somit auf den Stadtteil Albersloh. Es wird aber auch ganz allgemein untersucht, ob und wenn ja welche Bereiche im Stadtteil Albersloh zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neuen Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen bzw. wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind.

In Abstimmung mit der Stadt Sendenhorst wurden **7 Potenzialflächen** (inkl. der Fläche Kohkamp) 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. Karte 17 liefert eine Übersicht über Bezeichnung und Lagen der betrachteten Potenzialflächen:

Karte 17: Potenzialflächen im Stadtteil Albersloh

Nr.	Potenzialfläche
1	Ergänzungsbereich zum zentralen Versorgungsbereich Wolbecker Straße Süd
2	Dorfmitte
3	Standort des Schlecker
4	Wolbecker Straße Nord/ Ladestraße
5	Kohkamp
6	Fläche südlich der Sendenhorster Straße
7	Münsterstraße

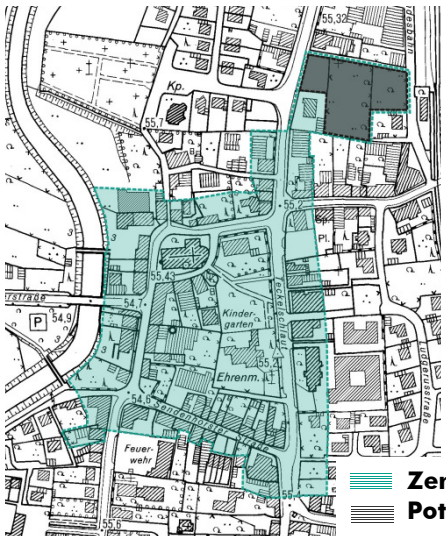
eigene Darstellung

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

- **Lage / Umgebung**:
  Wo liegt der Standort im Stadtteil und was sind die umgebenden Nutzungen und Gebäude?
- **Derzeitige Nutzung / Zustand:**
  Wird die Fläche momentan schon genutzt (z.B. als Brache, Parkplatz, Gewerbe)? Wie stellt sich der derzeitige Zustand (vorhandene Gebäude(reste), Altlasten, Topografie, Zuschnitt etc.) dar und ergeben sich hieraus Umsetzungsschwierigkeiten?
- **Lage zu zentralen Versorgungsbereichen:**
  Besitzt der Standortes momentan Anschluss an bestehende Versorgungsbereiche bzw. ist eine zukünftige Anbindung machbar? Ist die Fläche darüber hinaus geeignet, bestehende Einrichtungen zu ergänzen?
- **Lage zu Wohnstandorten:**
  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)?
- **Planungsrecht:**
  Welche Rahmenbedingungen ergeben sich für die Flächenverfügbarkeit aus den bestehenden Planwerken zum Standort (Bebauungsplan, Flächennutzungsplan etc.)?

- **Ansiedlungsanfragen:**
  Liegen für den besagten Standort bereits Ansiedlungsfragen vor und wie sind diese einzuschätzen?
- **Städtebauliche Verträglichkeit:**
  Kann sich die Fläche in vorhandene städtebauliche Strukturen bzw. in die Umgebung einpassen oder stellt sie einen Fremdkörper dar?
- **Einzelhandelsspezifische Einordnung:**
  Inwiefern beeinflusst eine geplante Einzelhandelsnutzung unter Berücksichtigung der errechneten Potenziale die bestehenden Einzelhandelsstrukturen? Sind Synergien zu erwarten oder eher negative Auswirkungen?

Potenzialfläche 1: Wolbecker Straße Süd



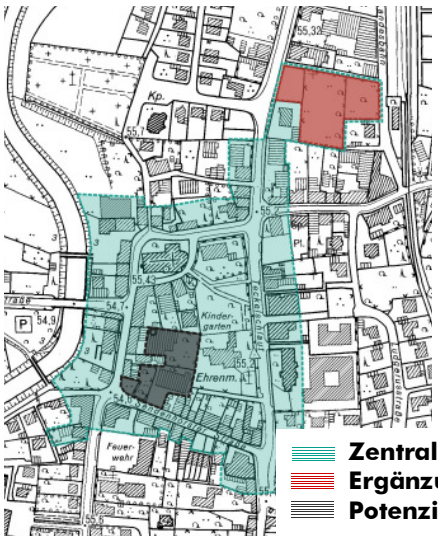
Eigene Darstellung

Potenzialfläche 1: Wolbecker Straße Süd	
Lage / Umgebung	Lage im zentralen Versorgungsbereich „Grundversorgungszentrum Albersloh“, vereinzelte Einzelhandelsbetriebe entlang der Wolbecker Straße in Nachbarschaft
Derzeitige Nutzung / Zustand	unbebaute Freifläche
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Direkte funktionale und städtebauliche Anbindung an das Zentrum
Lage zu Wohnstandorten	geringeres Wohnpotenzial im Umfeld als eine Fläche im südlichen Stadtteilgebiet; z.T. gewerblich geprägtes Umfeld
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Lage an der Landesstraße L 585; Ortsdurchfahrt (Wolbecker Umgehungsstraße geplant) gute verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung
Planungsrecht	Kennzeichnung der Fläche im FNP als Mischgebiet
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	Integrierter Standort, Ergänzungsfläche für den zentralen Versorgungsbereich
Einzelhandelsspezifische Einordnung	Standort kann zur Steigerung der Attraktivität des Zentrums beitragen; Synergie- und Kopplungseffekte mit den bestehenden Anbietern sind zu erwarten

Fazit

Der Standort ist vor dem Hintergrund seiner prädestinierten Lage und zur Ergänzung des derzeitigen Angebotes für eine zentrenrelevante Einzelhandelsnutzung uneingeschränkt geeignet. Die Größe der Fläche ist für die Ansiedlung eines marktüblichen Lebensmittevollsortimenters mit rd. 1.200 m² ausreichend. Vor dem Hintergrund der Nahversorgungsfunktion eines solchen Standortes ist jedoch anzumerken, dass er im Umfeld (siehe Karte oben; fußläufiger Einzugsbereich) weniger Einwohner erreicht, als eine Fläche im südlichen Stadtteil.

Potenzialfläche 2: Dorfmitte



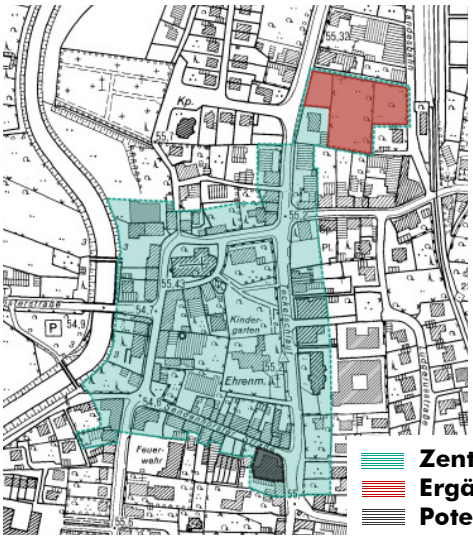
Zentraler Versorgungsbereich
Ergänzungsbereich
Potenzialfläche

R= 600 m

Eigene Darstellung

Potenzialfläche 2: Dorfmitte	
Lage / Umgebung	Zentrale Lage im zentralen Versorgungsbereich „Grundversorgungszentrum Albersloh"; Einzelhandel im Umfeld
Derzeitige Nutzung / Zustand	Fläche mit denkmalgeschützter Bausubstanz (Brennereigebäude); z.T. noch genutzte Gewerbehallen; Flächengröße lediglich 4.000 m², ungünstiger Flächenzuschnitt
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Teil des Albersloher zentralen Versorgungsbereichs „Grundversorgungszentrum"
Lage zu Wohnstandorten	Anschluss an Wohnbereiche gegeben
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Die Sendenhorster Straße stellt eine Hauptverkehrsachse in Albersloh dar. Die Straße mit einem geringen Querschnitt ist durch hohen Anteil an innerörtlichem Durchgangsverkehr gekennzeichnet. Schwierig stellt sich bei einer Realisierung eines Lebensmittelmarktes das hohe Verkehrsaufkommen dar. Eine reibungslose An- und Zufahrtsmöglichkeit insbesondere bezogen auf den Anlieferungsverkehr kann nicht gewährleistet werden.
Planungsrecht	Kennzeichnung der Fläche im FNP als gemischte Baufläche
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	Integrierter Standort, Lage im zentralen Versorgungsbereich
Einzelhandelsspezifische Einordnung	Standort kann zur Steigerung der Attraktivität des Zentrums beitragen; Synergien zu bestehenden Geschäften erzielbar
Fazit: Grundsätzlich ist der Standort für eine Einzelhandelsansiedlung geeignet. Es bestehen allerdings aufgrund des Flächenzuschnitts und der verkehrlichen Situation enorme Realisierungshemmnisse für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes.	

Potenzialfläche 3: Standort des Schlecker



Zentraler Versorgungsbereich
Ergänzungsbereich
Potenzialfläche

R= 600 m

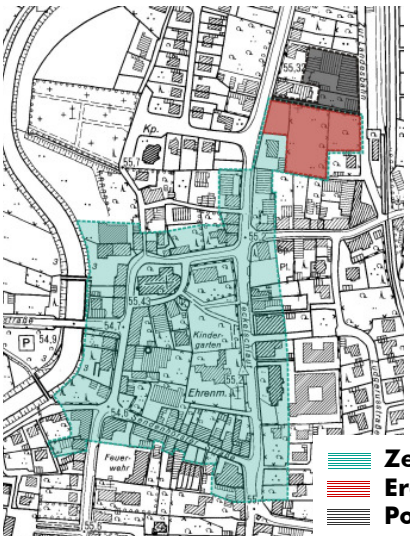
Eigene Darstellung

Potenzialfläche 3: **Standort des Schlecker**	
Lage / Umgebung	Fläche liegt im zentralen Versorgungsbereich umgeben von Wohnbebauung und vereinzelten Ladenlokalen
Derzeitige Nutzung / Zustand	derzeit Einzelhandelsnutzung; genutzt durch den Fachdiscounter Schlecker; für die Ansiedlung eines großflächigen LM-Marktes sind Fläche und das Gebäude zu klein
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Standort ist Teil des Albersloher zentralen Versorgungsbereichs „Grundversorgungszentrum“
Lage zu Wohnstandorten	Das Umfeld ist durch Wohnen geprägt
Verkehrliche Rahmenbedingungen	verkehrlich gute Erreichbarkeit, jedoch Anbindung und Erschließung der Fläche problematisch (Kreuzungsbereich; schmale Straßenquerschnitte)
Planungsrecht	Darstellung der Fläche im FNP als gemischte Baufläche
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	Siedlungsräumlich integrierter Standort
Einzelhandelsspezifische Einordnung	Fläche ist auch weiterhin für Einzelhandel vorzuhalten

Fazit

Der schon heute durch zentrenrelevanten Einzelhandel genutzte Standort im zentralen Versorgungsbereich ist auch in Zukunft weiterhin für Einzelhandelsansiedlungen geeignet.

Potenzialfläche 4: Wolbecker Straße Nord / Ladestraße

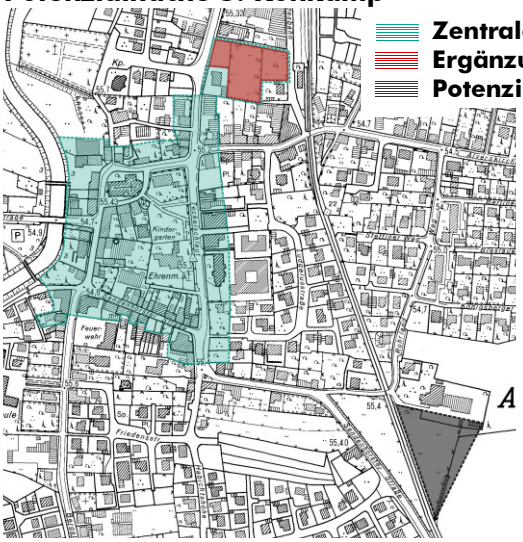


Zentraler Versorgungsbereich
Ergänzungsbereich
Potenzialfläche

Eigene Darstellung

Potenzialfläche 4: Wolbecker Straße Nord / Ladestraße	
Lage / Umgebung	Lage unmittelbar an den Ergänzungsbereich Wolbecker Straße Süd angrenzend und damit an den zentralen Versorgungsbereich
Derzeitige Nutzung / Zustand	Verschiedene bebaute Gewerbegrundstücke
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	An den zentralen Versorgungsbereich angrenzend
Lage zu Wohnstandorten	geringeres Wohnpotenzial im Umfeld als eine Fläche im südlichen Stadtteilgebiet; Umfeld auch durch Gewerbenutzung geprägt
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Gute verkehrliche Anbindung analog zur Fläche Wolbecker Straße Süd (Potenzialfläche 1)
Planungsrecht	Im FNP als Mischgebiet dargestellt
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	integrierter Standort mit eingeschränktem Bezug zu Wohnstandorten; Abriss vorhandener, genutzter Gebäude wäre bei einer Einzelhandelsansieldung nötig
Einzelhandelsspezifische Einordnung	eingeschränkte Nahversorgungsfunktion des Standortes; mögliche Kopplungseffekte mit bestehenden Anbietern im Zentrum
Fazit: Grundsätzlich ist der Fläche eine gute Eignung für eine Lebensmittelmarktsansiedlung zu bescheinigen. Vor dem Hintergrund der zu leistenden Nahversorgungsfunktion eines solchen Standortes ist jedoch anzumerken, dass er im Umfeld (siehe Karte oben; fußläufiger Einzugsbereich) weniger Einwohner erreicht, als eine Fläche im südlichen Stadtteil.	

Potenzialfläche 5: Kohkamp[25]

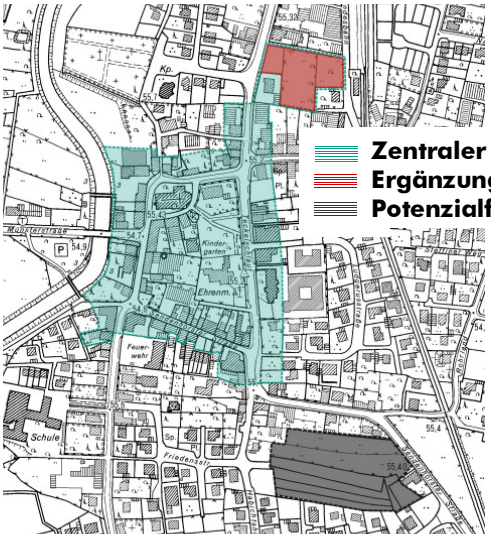


Eigene Darstellung

Potenzialfläche 5: Kohkamp	
Lage / Umgebung	Lage im Süden des Stadtteils am Ortsteingang
Derzeitige Nutzung / Zustand	ungenutzte Freifläche
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Nicht an zentrale Versorgungsbereiche angeschlossen
Lage zu Wohnstandorten	Nur teilweise ein räumlich-funktionaler Zusammenhang zu Wohnstandorten gegeben
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Sendenhorster Straße am südlichen Ortseingang; allerdings Barrierewirkung der Gleisanlagen
Planungsrecht	Derzeit als Mischgebiet im FNP dargestellt
Ansiedlungsanfragen	Als Standort für einen großflächigen Lebensmittelmarkt angefragt
Städtebauliche Verträglichkeit	teil-integrierter Standort, autokundenorientierter Standort
Einzelhandelsspezifische Einordnung	Durch den fehlenden räumlich-funktionalen Zusammenhang zum Zentrum lassen sich einzelhandelsseitige Synergien nahezu ausschließen
Fazit: Der Standort ist auf der einen Seite als autokundenorientierter Standort einzustufen, auf der anderen Seite kann ein Anbieter hier Nahversorgungsfunktion für nördlich und westlich angrenzend wohnende Bevölkerung übernehmen. Eine Verbesserung der Nahversorgungssituation ist zu erwarten, da im fußläufigen Einzugsbereich ein Großteil der Albersloher Bevölkerung wohnt. Mit der geplanten Siedlungsentwicklung im Südosten Alberslohs kommt der Standort zu noch mehr Bewohnern im fußläufigen Einzugsbereich. Synergieeffekte mit dem zentralen Versorgungsbereich sind wegen zu großer Distanz kaum möglich bzw. nicht unmittelbar gegeben.	

[25] vgl. auch Kapitel 7.4.4 (Verträglichkeitsuntersuchung)

Potenzialfläche 6: Fläche südlich der Sendenhorster Straße



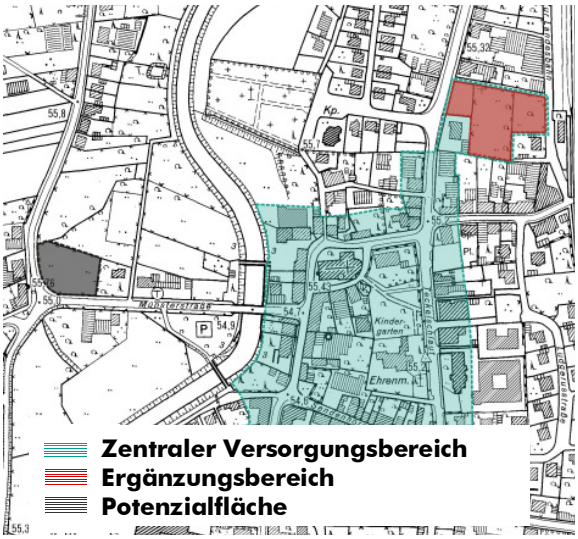
Eigene Darstellung

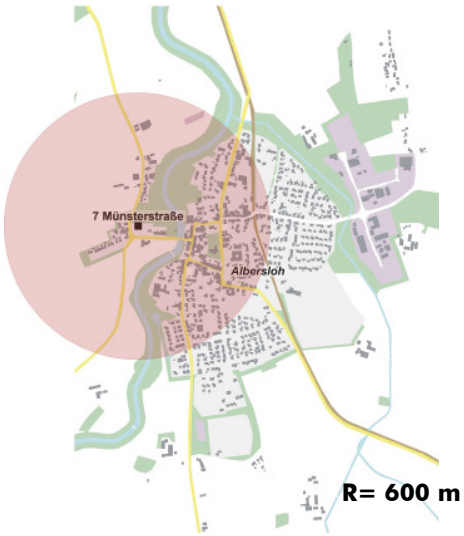
Potenzialfläche 6: Fläche südlich der Sendenhorster Straße	
Lage / Umgebung	Fläche südlich des zentralen Versorgungsbereichs von Albersloh; jedoch keine Anknüpfung an Einzelhandel
Derzeitige Nutzung / Zustand	Ungenutztes Grundstücke (rd. 11.000 m² groß)
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Standort weist keine Anbindung an den zentralen Versorgungs-bereich auf
Lage zu Wohnstandorten	an Wohnstandorte angeschlossen
Verkehrliche Rahmenbedingungen	verkehrlich gute Erreichbarkeit, jedoch Erschließung der Fläche im Hinblick auf Anlieferung schwierig (rückwärtige Erschließung durch Wohngebiet wäre erforderlich)
Planungsrecht	Darstellung der Fläche im FNP als Mischgebiet
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	siedlungsräumlich integrierter Standort
Einzelhandelsspezifische Einordnung	Durch die fehlende Anbindung an das Zentrum sind Synergie- und Kopplungseffekte zum Geschäftszentrum eher unwahr-scheinlich, eine Eignung als Nahversorgungsstandort kann demgegenüber attestiert werden

Fazit

Der Standort eignet sich zur Aufnahme von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel, da im fußläufigen Einzugsbereich ein Großteil der Albersloher Bevölkerung wohnt. Mit der geplanten Siedlungsentwicklung im Südosten Alberslohs kommt der Standort zu noch mehr Bewohnern im fußläufigen Einzugsbereich.

Potenzialfläche 7: Münsterstraße





Eigene Darstellung

Potenzialfläche 7: Münsterstraße	
Lage / Umgebung	Einzige Fläche im Rahmen der Potenzialflächenuntersuchung, die westlich der Werse liegt (Siedlungs- und Entwicklungsschwerpunkt wird entspr. der städtischen und regionalplanerischen Zielvorstellungen östlich des Flusses gesehen)
Derzeitige Nutzung / Zustand	Unbebautes Eckgrundstück; intensiv genutzte Weidefläche, Auenbereich (Überschwemmungsfläche)
Lage zu zentralen Versorgungsbereichen	Standort weist keine funktionale Anbindung an das Zentrum und die Geschäftslagen auf; zudem Trennwirkung durch die Werse
Lage zu Wohnbereichen	dezentrale Lage innerhalb Alberslohs, nur eingeschränkt an Wohnstandorte angeschlossen;
Verkehrliche Rahmenbedingungen	Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit; an der Münsterstraße (L 586) gelegen; jedoch problematische Erschließung des Grundstücks durch Lage im Kreuzungsbereich
Planungsrecht	Darstellung der Fläche im FNP als Mischgebiet
Ansiedlungsanfragen	---
Städtebauliche Verträglichkeit	Siedlungsräumlich nicht-integrierter Standort
Einzelhandelspezifische Einordnung	Durch die nicht vorhandene Anbindung an den zentralen Bereich sind Synergie- und Kopplungseffekte zum Geschäftszentrum auszuschließen, eine Eignung als Nahversorgungsstandort kann nicht attestiert werden
Fazit: Der Standort ist generell für Einzelhandel ungeeignet. Die Fläche besitzt eine siedlungsräumliche Randlage ohne Anschluss an Wohnstandorte oder Geschäftsbereiche und kann in der Folge keinen Beitrag zu einer versorgungsstrukturellen Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes leisten.	

Zusammenfassende Bewertung der Potenzialflächen

In der Gesamtschau lassen sich die Betrachtungen für die einzelnen Potenzialflächen wie folgt zusammenfassen:

Tabelle 21: Zusammenfassende Bewertung der Potenzialflächen

Nr.	Potenzialfläche	Eignung im Sinne des Konzeptes für			Begründung / Funktion
		Nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	Zentrenrelevanten Einzelhandel	die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes	
1	**Wolbecker Straße Süd**	+	+	++	Der Standort ist Teil des zentralen Versorgungsbereichs von Albersloh (Ergänzungsstandort) und daher uneingeschränkt für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel nutzbar. Aufgrund der Flächengröße von ca. 5.000 m² ist er für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelbetriebs geeignet. An diesem Standort werden allerdings nicht so viele Einwohner von dem 600 m Radius des fußläufigen Einzugsgebietes erreicht, wie an einem Standort im südlichen Stadtteilgebiet.
2	**Dorfmitte**	+	+	-	Die beiden Potenzialflächen Dorfmitte und Schlecker sind uneingeschränkt für eine Ansiedlung mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel geeignet. Beide Flächen liegen im Kontext des zentralen Versorgungsbereichs und können durch eine einzelhandelsrelevante Nutzung Synergieeffekte für den bestehenden Einzelhandel auslösen. Beide Flächen kommen jedoch für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes nicht in Frage. Der Standort des Schlecker ist zu klein. Der Standort Dorfmitte stallt zwar aus Gutachtersicht den optimalsten Standort dar, jedoch lässt der Flächenzuschnitt eine solche Einzelhandelansiedlung nicht zu. Beide Flächen weisen demnach diesbezüglich erhebliche Realisierungshemmnisse auf. Beide Standorte weisen weiterhin erhebliche Erschließungsprobleme für einen möglichen großflächigen Lebensmittelmarkt auf.
3	**Schlecker**	+	+	-	

4	**Wolbecker Straße Nord / Ladestraße**	**+**	**-**	**+**	Die hier aufgeführte Potenzialfläche ist aufgrund ihrer integrierten Lage generell als Nahversorgungsstandort geeignet. Vor dem Hintergrund der zu leistenden Nahversorgungsfunktion eines solchen Standortes ist jedoch anzumerken, dass er im Umfeld weniger Einwohner erreicht, als eine Fläche im südlichen Stadtteil. Es bestehen mögliche Kopplungseffekte mit bestehenden Anbietern im Zentrum Alberslohs, die sich jedoch aufgrund des unterbrochenen Einzelhandelsbesatzes weniger ergeben, als bei einer Einzelhandelsentwicklung auf der Fläche „südlichen Wolbecker Straße".
5	**Kohkamp**	**+**	**-**	**+**	Der Standort, für den eine konkrete Ansiedlungsanfrage besteht, kann trotz seiner derzeitigen siedlungsräumlichen Randlage grundsätzlich Nahversorgungsfunktion für einen großen Teil der Bevölkerung übernehmen zumal er durch zukünftige Baugebietsausweisung zu einer weiter wachsenden Mantelbevölkerung kommen wird; jedoch sind Synergien mit dem zentralen Versorgungsbereich wegen zu großer Distanz kaum möglich bzw. nicht unmittelbar gegeben. Sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel ist an diesem Standort deshalb auszuschließen.
6	**Fläche südlich der Sendenhorster Straße**	**+**	**-**	**+**	Aufgrund der Lage ist dieser Standort analog zur Potenzialfläche Kohkamp zu bewerten, was die Verbesserung der Nahversorgungssituation angeht. Jedoch stellt sich bei einer Realisierung eines Lebensmittelmarktes das hohe Verkehrsaufkommen durch ein bestehendes Wohngebiet schwierig dar. Eine reibungslose An- und Zufahrtsmöglichkeit kann derzeit nicht gewährleistet werden. Des weiteren gibt es für den Standort, anders als für die Fläche Kohkamp, keinen Ansiedlungsinteressenten.
7	**Münsterstraße**	**-**	**-**	**-**	Vor dem Hintergrund einer geordneten Stadtentwicklung ist dieser Standort, grundsätzlich für Einzelhandelsansiedlungen auszuschließen. Es handelt sich bei der Fläche um einen teilintegrierten Standort, der keine Verknüpfung zu bestehenden Geschäftsbereichen bietet. Aus nahversorgungsrelevanter Sicht bietet der Standort nur eingeschränkt Verbindung zu Wohnbereichen.

Eigene Bearbeitung; Eignung: ++ Vorrangstandort, + uneingeschränkt geeignet, - ungeeignet

7.7 Tabubereiche

Neben den festgelegten Entwicklungsbereichen für den Einzelhandel ist es ebenfalls notwendig Tabubereiche auszuweisen, um eine geordnete Entwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete außerhalb von Wohnsiedlungsbereichen**. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. Zum anderen sind im Sinne einer geordneten städtebaulichen Entwicklung **Gewerbe- und Industriegebiete bzw. entsprechende Altstandorte ohne einzelhandelsrelevante Vorprägung für großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel, vor allem zentrenrelevantem Einzelhandel, im **Bereich wichtiger Einfallstraßen, die keinen Wohnsiedlungsbereichen zugeordnet werden können bzw. Randbereiche der Stadt darstellen**, vor dem Hintergrund der definierten Zielvorstellungen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung, im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung sowie zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs, ist auszuschließen. Eine **Ausnahme** bildet in diesem **Zusammenhang der abgegrenzte Entwicklungsbereich „Ostheide"** (vgl. dazu Kapitel 7.4.3) an der L 586 (Osttor) im Stadtteil Sendenhorst.

Schließlich können auch Bereiche mit bestehendem Einzelhandel für weitere einzelhandelsrelevante und insbesondere auch grundversorgungsrelevante Entwicklungen zum Tabubereich erklärt werden. Davon unbenommen können am Standort bestehende Betriebe weitergeführt werden. Es gilt der Bestandsschutz.

7.8 Sendenhorster Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der aus Einzelhandelssicht sinnvollen Entwicklungsbereiche und der hierfür formulierten Entwicklungsperspektiven stellt die „Sendenhorster 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 Sendenhorst 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 die von den jeweiligen Landesplanungen vorgegebenen Sortimentslisten oder 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.

Ein Rückgriff auf allgemeine Sortimentslisten, wie die des Einzelhandelserlasses oder auf die „Kölner Liste“ ist nur dann möglich ist, wenn diese den örtlichen Gegebenheiten entspricht und im gesamtstädtischen Kontext steht[26]. Der alleinige Rückgriff bei Bebauungsplanfestsetzungen auf „allgemeine Listen“ kann daher zu Abwägungsfehlern führen[27].

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.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente[28] zu unterscheiden sind.

Zentrenrelevante Warengruppen sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind (**Kriterium: Passantenfrequenzen**). Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten (**Kriterium: Einzelhandelsstruktur**) und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung (**Kriterium: Einzelhandelszentralität**). Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (**Kriterium: Kopplungsaffinität**), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (**Kriterium: Integrationsfähigkeit**) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren (**Kriterium: Transportfähigkeit**).

---

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

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

28 Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Einzelhandelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z.B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (s.B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

Aufgrund der Grundversorgungsfunktion der Stadt Sendenhorst kommt hier insbesondere auch den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs bzw. den nahversorgungsrelevanten Warengruppen eine besondere Leitfunktion für den Einzelhandelsstandort Sendenhorst zu. Ein bedeutender Teil der Anbieter dieser Sortimente ist in Sendenhorst in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt, so dass sie neben der Grundversorgungsfunktion wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Anbieter ausüben.

Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z.B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Sendenhorst – für den innerstädtischen Einzelhandel keine Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Geschenkartikel auf, die in ihren Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

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 vermieden wird bzw. Einzelhandelsbetriebe nicht über die "Hintertür" Computer Sortimente 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. Wegen 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 zentralen Bereiche und wohnortnahen Standorte zu beschränken. Darüber hinaus ist durch die Veränderung der Altersstruktur (Erhöhung des Anteils alter 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 Versorgungsfunktion in zentralen Bereichen der Stadtteile aber auch insbesondere in klein- und mittelstädtischen Zentren von herausragender Bedeutung.
Im Übrigen wandeln sich die Einzelhandelsbetriebe zunehmend zu Kaufhäusern; dies ist insbesondere bei einigen Discountern hinsichtlich der angebotebenen Aktionsware aus dem Non-Food-Bereich festzustellen. Insofern ist auch vor diesem Hintergrund grundsätzlich eine Zentrenrelevanz gegeben.

Getränke werden ebenfalls häufig 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 einhergeht (An- und Ablieferverkehr mit Lkws, 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.

Sortimentsliste für Sendenhorst

Mit dem nachfolgenden Vorschlag für eine einheitliche Sortimentsliste für die Stadt Sendenhorst soll eine einheitliche Vorgehensweise bei der Steuerung von Einzelhandelssortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere an nicht integrierten Standorten gewährleistet werden. Dabei wird zwischen zentrenrelevanten (wozu auch die nahversorgungsrelevanten Warengruppen gehören) und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden, da Definitionen, die scheinbar einen gewissen Spielraum zulassen (z.B. "in der Regel"), dem Bestimmtheitsgrundsatz widersprechen (siehe Urteile des OVG Münster).

Nachstehend werden die für die Stadt Sendenhorst zentrenrelevanten Sortimente zusammenfassend dargestellt. Die Zentrenrelevanz ergibt sich dabei vor allem aus der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Sendenhorst selbst **(Status-quo-Kriterium)**. Die Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitative oder qualitative Angebotsschwerpunkte, Betriebsstrukturen etc., aber auch die allgemeinen Bedeutung der

entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Sendenhorst sind bestimmende Faktoren. Auch wenn die entsprechende Warengruppe möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im Sendenhorster Zentrum verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit des Sendenhorster Zentrums besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist **(Perspektiv-Kriterium)**.

Entgegen der in der Anlage zum § 24 a LEPro dargestellten „zentrenrelevanten Leitsortimente" werden für Sendenhorst einige Ausnahmen formuliert und einzelne dort genannte (Teil-) Sortimente in die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente eingestuft.
Die im Landsentwicklungsprogramm genannten Sortimente bzw. Warengruppen sind wenig ausdifferenziert und für eine Kommune der Größenordnung Sendenhorsts nicht pauschal zu übernehmen. Die örtliche Gegebenheit und die derzeitige Angebotssituation ergeben für die Stadt, dass das Teilsortiment des zentrenrelevanten Leitsortiments **Spielwaren, Sportartikel**

- **Sportgroßgeräte**

sowie die Teilsortimente des zentrenrelevanten Leitsortiments **Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)**

- **Rollläden, Markisen**
- **Bettwaren, Matratzen**

als nicht zentrenrelevant einzustufen sind.

Tabelle 22: Übersicht der zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Sendenhorst

Hauptwarengruppe	zentrenrelevante Sortimente (auch nahversorgungsrelevant)
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tee, Tabakwaren etc.) Reformwaren Back- und Konditoreiwaren, Fleischwaren Getränke
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflege, Putz- und Reinigungsmittel) Parfümerie- und Kosmetikartikel Pharmazeutische Artikel
Papier, Bücher, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften	Zeitschriften und Zeitungen
Hauptwarengruppe	**zentrenrelevante Sortimente**
Blumen / zoologischer Bedarf	Schnittblumen
Papier, Bücher, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher, Antiquariat, Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
Bekleidung / Wäsche	Bekleidung / Wäsche, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren, Wäsche und Miederwaren, Bademoden
	Baby- und Kinderartikel (ohne Kinderwagen)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer, Schirme
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel	Glas, Porzellan, Feinkeramik Hausrat, Schneidwaren und Bestecke, Haushaltswaren, Geschenkartikel
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	Spielwaren, Hobby- und Bastelartikel im weitesten Sinne Musikinstrumente und Zubehör Sammlerbriefmarken und -münzen, Pokale, Sportpreise
Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel	Sportbekleidung und -schuhe Sportartikel und -kleingeräte Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör Campingartikel und –zubehör Jagd- und Angelartikel, Waffen
Wohneinrichtungsbedarf	Kunstgegenstände, Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen Gardinen, Heimtextilien, Dekostoffe Teppiche (Einzelware)
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen, Näh- und Strickmaschinen etc.)
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Fotoartikel	Unterhaltungselektronik und Zubehör Telekommunikation und Zubehör Bild- und Tonträger Foto und Zubehör Computer und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf Hörgeräte Optikartikel
Uhren / Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck

eigene Zusammenstellung anhand der Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe in Sendenhorst

Tabelle 23: Übersicht der nicht zentrenrelevanten Sortimente in Sendenhorst

Hauptwarengruppe	nicht zentrenrelevante Sortimente
Wohneinrichtungsbedarf	Rollläden, Markisen
Möbel	Möbel (inkl. Büro-, Bad- und Küchenmöbel) Antiquitäten Gartenmöbel und Polsterauflagen Bettwaren (Matratzen und übrige Bettwaren)
Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel	Sportgroßgeräte
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc.) (weiße Ware) Leuchten und Lampen, Leuchtmittel
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente, Baustoffe Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse Bodenbeläge/Teppiche (Auslegeware) Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren Elektroartikel und –installationsmaterial Farben, Lacke Fliesen Gartengeräte, Pflanzen, Pflanzgefäße, Saatgut Holz Kamine und Kachelöfen KFZ- und Motorradzubehör Maschinen und Werkzeuge Tapeten Bad, Sanitäreinrichtungen und -zubehör
Blumen / zoologischer Bedarf	Tiere und Tiernahrung, Zooartikel
Sonstiges	Erotikartikel, Kinderwagen

eigene Zusammenstellung anhand der Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe in Sendenhorst

In der Gesamtschau zeigt sich, dass die Mehrzahl der Warengruppen in Sendenhorst Zentrenrelevanz besitzen und für ein vielfältiges und attraktives Angebot im der Innenstadt und dem Grundversorgungszentrum von hoher Bedeutung sind.

7.9 Ergänzende planungsrechtliche Empfehlung

Auf Grundlage der im Kapitel 7.9 formulierten Grundsätze und zur Sicherung der räumlichen Angebotsstruktur in der Stadt Sendenhorst 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 Einzelhandelskonzepts zu überprüfen und ggf. neu zu überplanen. Eine entsprechende Vorgehensweise ist auch für bereits bestehende Einzelhandelsstandorte zu empfehlen, da eine gezielte sortimentsspe-

zifische Steuerung im Falle einer Nachfolgeregelung gerade an nicht integrierten Standorten ebenfalls notwendig erscheint.

Ganz allgemein sollte demnach zentrenrelevanter Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vor allem in Misch-, 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 Investoren bzw. großflächige Angebotsformen 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.

Ältere Plangebiete sind auf die neue BauNVO umzustellen, um insbesondere zentrenschädigende Einzelhandelsgroßprojekte auszuschließen. Dies kann in einem vereinfachten Verfahren nach § 13 BauGB geschehen.

Das vereinfachte Verfahren bietet sich ebenfalls für eine zentrenorientierte Überplanung bislang unbeplanter Innenbereiche an, die trotz des neuen § 34 Abs.3 BauGB insbesondere an nichtintegrierten, bereits durch Einzelhandel geprägten Standorten zu empfehlen ist.

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

- **Grundsätzlicher Ausschluss von Einzelhandel**
  Der grundsätzliche Ausschluss von Einzelhandel bietet sich zur Wahrung der räumlichen Angebotsstruktur insbesondere in den aufgezählten Tabubereichen der Stadt an. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die größeren Einfallstraßen, die keinen Wohnsiedlungsbereichen zugeordnet werden können bzw. Randbereiche der Stadt darstellen (mit Ausnahme der abgegrenzten Entwicklungsbereiche) und Gewerbegebiete. Die bestehenden Betriebe sind im Rahmen des Bestandsschutzes hiervon unbetroffen.

- **Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel insgesamt**
  Am Ergänzungsstandort Ostheide ist der generelle Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche zu empfehlen. Zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente sollen gemäß des entsprechenden Grundsatzes behandelt werden (vgl. Kapitel 7.3).

8 Schlusswort

Die aufgezeigte, zielgerichtete Entwicklung der Einzelhandelssituation in der Stadt Sendenhorst, insbesondere der Standortbereiche *Innenstadt* und *„Grundversorgungszentrum Albersloh" sowie der perspektivisch zu beplanende Ergänzungsstandort „Ostheide"* bieten gute Chancen, auch ein weiterhin attraktives Einzelhandelsangebot bereitzuhalten und die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche zu stärken.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept liegt nunmehr ein wichtiger Baustein vor, der durch seine umfassenden Analysen, seine Empfehlungen und Anregungen den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung und 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.

Zwingende Voraussetzung dafür ist jedoch, dass das vorliegende Einzelhandelskonzept von der Mehrheit der Politik der Stadt Sendenhorst akzeptiert und durch entsprechende Beschlüsse untermauert wird. Nur dann kann es seine Wirkung richtig entfalten und es können wichtige „politische Signale ausgesandt" und von den entsprechenden Akteuren (vorhandene Kaufleute, Immobilienbesitzer, Projektentwickler, neue interessierte Kaufleute) im Sinne einer Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit aufgenommen werden.

- **Einzelhändler, Eigentümer und Investoren** sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven zu diskutieren und in einem umfassenden Kommunikationsprozess zur Zukunft des Sendenhorster Einzelhandels einzubinden.
- Die **Verwaltung der Stadt Sendenhorst** 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 regelmäßig zu aktualisieren, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Sendenhorster Angebotsstruktur (z. B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Sendenhorster Umland. In diesem Zusammenhang sei darauf verwiesen, dass die gewonnenen Ergebnisse und letztlich auch das Einzelhandelskonzept nicht nur von den Entwicklungen in Sendenhorst abhängen, sondern dass insbesondere eventuelle regional relevante Vorhaben in den Nachbarkommunen die Entwicklungsperspektiven für die Stadt Sendenhorst verändern können.

9 Verzeichnisse

9.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau 18
Abbildung 2: Angebotssituation in der Stadt Sendenhorst 25
Abbildung 3: Räumliche Verteilung der Verkaufsfläche in Sendenhorst nach Lagen 29
Abbildung 4: Räumliche Verteilung der Betriebe in Sendenhorst nach Lagen 30
Abbildung 5: Fußgängerzone Weststraße 37
Abbildung 6: Städtebauliche Mitte: Kirche St. Martin 37
Abbildung 7: Blick in die Oststraße in Richtung Kirchplatz 38
Abbildung 8: Anbieter entlang der Schulstraße 38
Abbildung 9: Standort nah & gut 41
Abbildung 10: Blick in Richtung Kirchplatz 41
Abbildung 11: Kaufkraftbindung und –abflussquoten in % 50
Abbildung 12: Kaufkraftbindung und –abflussquoten für Sendenhorst in % 50
Abbildung 13: Kaufkraftbindung und –abflussquoten für Albersloh in % 51
Abbildung 14: Kaufkraftbindung und -abfluss: monetäre Betrachtung 53
Abbildung 15: Einkaufsorientierung der Bevölkerung Sendenhorsts in der Warengruppe Bekleidung 54
Abbildung 16: Einkaufsorientierung der Bevölkerung Sendenhorsts im Teilsortiment Spielwaren 55
Abbildung 17: Einkaufsorientierung im Teilsortiment Bau- und Heimwerkerartikel 56
Abbildung 18: Bewertung der Einkaufssituation in Sendenhorst aus Sicht der befragten Haushalte 57
Abbildung 19: Gründe für die Einschätzung der Versorgungssituation 58
Abbildung 20: Fehlen Ihnen gewisse Sortimente in Sendenhorst? 59
Abbildung 21: Verbesserungswünsche in Sendenhorst 60
Abbildung 22: Verbesserungswünsche in Albersloh 60
Abbildung 23: Zentrenstruktur in der Stadt Sendenhorst 92

9.2 Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage im Raum 21
Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Sendenhorst 23
Karte 3: Lage und Ausdehnung der Innenstadt in Sendenhorst 34

Karte 4:	Lage und Ausdehnung des Grundversorgungszentrums Albersloh; Verortung der Betriebe	39
Karte 5:	Verteilung der Lebensmittelbetriebe in Sendenhorst, 2007	44
Karte 6:	Einzugsgebiet des Sendenhorster Einzelhandels - gesamtstädtisch	46
Karte 7:	Einzugsgebiet des Einzelhandels – nach Stadtteilen differenziert	47
Karte 8:	Szenario 1: „Freies Spiel der Kräfte“	78
Karte 9:	Szenario „Restriktion“	81
Karte 10:	Szenario „Räumlich-funktionale Gliederung“	83
Karte 11:	Szenario „Steuerung mit Ausnahmen“	85
Karte 12:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt Sendenhorst“	100
Karte 13:	Zentraler Versorgungsbereich „Grundversorgungszentrum Albersloh“	102
Karte 14:	Abgrenzung des zukünftigen Entwicklungsbereichs des Ergänzungsstandortes „Ostheide“	103
Karte 15:	Potenzialfläche Kohkamp	105
Karte 16:	Vorhabenstandort Kohkamp im Kontext des zentralen Versorgungsbereich Albersloh	106
Karte 17:	Potenzialflächen im Stadtteil Albersloh	116

9.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Sendenhorst 12

Tabelle 2: Räumliche Differenzierung der Haushaltsbefragung 14

Tabelle 3: Teilnehmer der Arbeitskreissitzungen 19

Tabelle 4: Kaufkraft im regionalen Vergleich: Kaufkraftkennziffer und Kaufkraftvolumen in Mio. Euro 22

Tabelle 5: Verkaufsfläche ausgewählter Warengruppen pro Einwohner im Vergleich zu anderen Kommunen 27

Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsfläche und der Betriebe auf die Sendenhorster Stadtteile 28

Tabelle 7: Sortimentsspezifische Umsätze der Sendenhorster und Albersloher Einzelhandelsbetriebe 32

Tabelle 8: Angebotssituation im Hauptgeschäftsbereich im Stadtteil Sendenhorst 36

Tabelle 9: Angebotssituation im Ortszentrum Albersloh 40

Tabelle 10: Angebotsbausteine wohnungsnahe Grundversorgung 42

Tabelle 11: Anzahl und Verkaufsfläche im Sortiment Lebensmittel / Nahrungs- und Genussmittel in Sendenhorst 2007 42

Tabelle 12: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Sendenhorst 2006 48

Tabelle 13: Zentralitäten nach Warengruppen nach Stadtteilen 62

Tabelle 14: Prognose der Einwohnerzahlen für die Stadt Sendenhorst 66

Tabelle 15: Zusätzliche einzelhandelsspezifische absatzwirtschaftliche Spielräume in den einzelnen Warengruppen bis 2017, dargestellt in sortimentsspezifischer Verkaufsfläche 71

Tabelle 16: Zusätzliche einzelhandelsspezifische absatzwirtschaftliche Spielräume in den einzelnen Warengruppen bis 2017, dargestellt in sortimentsspezifischer Verkaufsfläche differenziert nach Stadtteilen 73

Tabelle 17: Allgemeine Kriterien zur Abgrenzung und Definition von Zentren / Einzelhandelsstandorten 91

Tabelle 18: Umsatzprognosen für das Planvorhaben „Kohkamp“ 107

Tabelle 19: Spannweiten der potenziellen Umsatzumverteilungsquoten nach Standorten innerhalb Sendenhorsts 111

Tabelle 20: Spannweiten der potenziellen Umsatzumverteilungsquoten nach Standorten in Nachbar-kommunen 112

Tabelle 21: Zusammenfassende Bewertung der Potenzialflächen 126

Tabelle 22: Übersicht der zentrenrelevanten Sortimente in der Stadt Sendenhorst 133

Tabelle 23: Übersicht der nicht zentrenrelevanten Sortimente in Sendenhorst 134

Fragebogen zur Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten in Sendenhorst 2007

Einleitung durch Interviewer. Adressat: Haushaltsmitglied, das die Einkäufe hauptsächlich tätigt.

Bogen-Nr.:..... Interviewer (Kürzel):.....

Wohnort der befragten Person	1	2
Sendenhorst (**1**) Albersloh (**2**)	☐	☐

Alter der befragten Person:	1	2	3	4	5	6
unter 20 Jahre (**1**) 21-30 Jahre (**2**) 31-40 Jahre (**3**) 41-50 Jahre (**4**) 51-60 Jahre (**5**) über 60 Jahre (**6**)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Geschlecht der befragten Person	1	2
männlich (**1**) weiblich (**2**)	☐	☐

***Arbeitsorte der Haushaltsmitglieder:*.....**

(mehrere Antworten möglich) Bitte Stadt/Gemeinde bzw. Stadtteil angeben!

1.
Die Stadt Sendenhorst möchte gerne von ihren Bürgern wissen, wie die Einkaufsstandorte Sendenhorst und Albersloh beurteilt werden.

Wie schätzen Sie das Einkaufsangebot in Sendenhorst/ in Albersloh ein?	1	2	3	4
überwiegend positiv (**1**) überwiegend negativ (**2**) teils/teils (**3**) keine Meinung (**4**)	☐	☐	☐	☐

FALLS POSITIV, WEIL

Preisgünstiges Angebot	(1)
Große Auswahl	(2)
Gut zu erreichen	(3)
Gute Qualität des Angebots	(4)
Gute Einkaufsatmosphäre	(5)
Gute Beratung	(6)

FALLS NEGATIV, WEIL

Anderswo billiger	(13)
Woanders mehr Auswahl	(14)
Andere Orte mit PKW besser erreichbar	(15)
Woanders bessere Qualität des Angebots	(16)
Woanders mehr Einkaufsatmosphäre	(17)
Woanders bessere Beratung	(18)

Gute Parkmöglichkeiten	(7)	Woanders bessere Parkmöglichkeiten	(19)
Einkauf wird mit anderer Aktivität gekoppelt	(8)	Einkauf wird woanders mit anderer Aktivität gekoppelt	(20)
Gutes ÖPNV-Angebot	(9)	Woanders besseres ÖPNV-Angebot	(21)
Gute Rad- und Fußwegeverbindung	(10)	Woanders bessere Rad- und Fußwegeverbindung	(22)
Attraktive Gestaltung des Einkaufsstandortes	(11)	Woanders attraktive Gestaltung des Einkaufsstandortes	(23)
Sonstige Gründe	(12)	Sonstige Gründe	(24)

2.
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**) Stadtteil Sendenhorst (**2**) Stadtteil Albersloh (**3**) Stadt Münster (**4**) Stadt Telgte (**5**) Gemeinde Ostbevern (**6**) Stadt Sassenberg (**7**) Stadt Warendorf (**8**) Stadt Harsewinkel (**9**) Stadt Ennigerloh (**10**) Stadt Ahlen **11**) Stadt Beckum (**12**) Stadt Oelde (**13**) Stadt Rheda-Wiedenbrück (**14**) Stadt Drensteinfurt (**15**) Gemeinde Ascheberg (**16**) Stadt Hamm (**17**) Stadt Werne (**18**) Gemeinde Nordkirchen (**19**) Gemeinde Senden (**20**) Stadt Bielfeld (**21**) Stadt Osnabrück (**22**) Stadt Paderborn

Sonstiger Ort und zwar .....

Bis zu 3 Nennungen möglich (hauptsächlicher Einkaufsort 50%, weitere Einkaufsorte / Anbieter 30% bzw. 20%)

	Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter	weiterer Ort/Anbieter
Backwaren / Fleischwaren	(.....)	(.....)	(.....)
Lebensmittel (NuG)	(.....)	(.....)	(.....)
Getränke	(.....)	(.....)	(.....)
Schnittblumen / Zoologischer Bedarf	(.....)	(.....)	(.....)
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	(.....)	(.....)	(.....)
Schreibwaren/ Papier	(.....)	(.....)	(.....)
Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	(.....)	(.....)	(.....)
Bekleidung / Textilien	(.....)	(.....)	(.....)
Schuhe / Lederwaren	(.....)	(.....)	(.....)
Hausrat / Glas/ Porzellan	(.....)	(.....)	(.....)
Spielwaren / Hobby / Basteln	(.....)	(.....)	(.....)
Sportartikel / Sportbekleidung / Sportschuhe	(.....)	(.....)	(.....)
Campingartikel / Fahrräder	(.....)	(.....)	(.....)
Teppiche / Gardinen / Einrichtungsbedarf	(.....)	(.....)	(.....)

Bettwaren / Haus-, Bett- und Tischwäsche	(.....)	(.....)	(.....)
Möbel (inkl. Bad-, Büro- und Gartenmöbel)	(.....)	(.....)	(.....)
Elektrohaushaltsgeräte, Elektroartikel	(.....)	(.....)	(.....)
Leuchten	(.....)	(.....)	(.....)
Informationstechnik, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger; Fotoartikel	(.....)	(.....)	(.....)
Optik / Akustik / medizinischer und orthopädischer Bedarf	(.....)	(.....)	(.....)
Uhren / Schmuck	(.....)	(.....)	(.....)
Bau- und Heimwerkerartikel, KFZ-Zubehör	(.....)	(.....)	(.....)
Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	(.....)	(.....)	(.....)

3.
Fehlen ihrer Meinung nach bestimmte Sortimente in Sendenhorst/ in Albersloh?

	1	2
ja (**1**) nein (**2**)	☐	☐

Wenn ja, welche?

_____

4.
Ganz allgemein gefragt....: Was könnte in Sendenhorst/ Albersloh besser gemacht werden?

Max. 3 Nennungen

1_____

2_____

3_____

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

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	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein

Zentralitätskennziffer	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 m² 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 Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
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 beschriebt 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 einzelhandelsrelevantes 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 Einzelhandelsstandort, 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, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitendes Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel / 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 Einzelhandelsangebot 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 m² – max. 1.500 m², 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 (u.a. im Sinne § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24 a LePro) 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 Gesichtpunkten 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 Personalkos-

ten, 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).