

Einzelhandelskonzept für die **Stadt Billerbeck**



BBE Handelsberatung Münster
Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-standort.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader
Dipl.-Ing. Christian Paasche



Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung & Auftragsdurchführung	1
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
1.2	Einordnung des Konzeptes	2
1.3	Methodik.....	4
2	Sicherung der Grund- und Nahversorgung	8
3	Räumliche Lage und regionale Wettbewerbssituation	12
4	Angebots- und Nachfrageanalyse	17
4.1	Siedlungsstruktur & Bevölkerungsentwicklung	17
4.2	Betriebe und Sortimente.....	17
4.3	Verkaufsflächen.....	20
4.4	Räumliche Verteilung	22
4.5	Nahversorgung.....	25
4.6	Städtebauliches Standortprofil.....	26
4.7	Versorgungsstandorte für den täglichen Bedarf	28
4.8	Sonstige Standorte.....	29
4.9	Einzugsgebiet.....	29
4.10	Kaufkraftpotenzial.....	31
4.11	Kaufkraftbindungsquoten.....	33
4.12	Ergebnisse der Befragungen.....	37
4.13	Fazit.....	44
5	Standort- und Sortimentskonzept	46
5.1	Planerische Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	46
5.1.1	Zentrenkonzept.....	46
5.1.2	Zentraler Versorgungsbereich	48
5.1.3	Sortimentsliste	51
5.2	Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Billerbeck.....	54
5.2.1	Zielvorgaben und Grundsätze.....	54



5.2.2	Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente	57
5.2.3	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente	59
5.2.4	Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten	60
5.2.5	Einzelhandel in sonstigen Baugebieten	63
5.3	Zentrenkonzept Billerbeck	64
5.3.1	Sicherung und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches	64
5.3.2	Integrierte Nahversorgungsstandorte	66
5.3.3	Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels	67
5.4	Billerbecker Sortimentsliste	68
5.5	Planvorhaben	75
5.6	Empfehlungen für die örtliche Kaufmannschaft	75
6	Schlusswort	79
7	Anhang	80
7.1	Abbildungen	80
7.2	Begriffe	82



1 Aufgabenstellung & Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen (Baugesetzbuch, LEPro, Bundes- / Oberverwaltungsgerichts-Urteile)¹ sowie vorliegender Planungen zur Erweiterung großflächiger Handelsbetriebe wurde die BBE Handelsberatung Münster im Mai 2008 mit der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Veränderte rechtliche
Rahmenbedingungen

Hierdurch wird eine konzeptionelle Grundlage für alle zukünftigen Entscheidungen zu Standortfragen des Einzelhandels geschaffen.

Aufgabe des Entwicklungskonzeptes ist es einerseits, eine aktuelle Bestandsaufnahme der Angebotsstrukturen und eine Analyse der Nachfragesituation vorzunehmen. Andererseits wird ein Entwicklungsprogramm vorgelegt, das Zielsetzungen für einzelne Standorte sowie Handlungsempfehlungen im Hinblick auf wirtschaftlich tragfähige und zugleich Stadtverträgliche Einzelhandelsentwicklungen formuliert.

Entwicklungsprogramm

Im Ergebnis soll das Konzept zur Attraktivitäts- und Zentralitätssteigerung des örtlichen Einzelhandels dienen und Anreize für Investitionen an städtebaulich geeigneten Standorten schaffen.

Attraktivitätssteigerung

Wesentliche Ziele des Konzeptes sind somit:

Ziele

- Schutz und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches
- Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der verbrauchernahen Versorgung
- Zentrenverträgliche Entwicklung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente
- Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei folgende Aufgaben:

Aufgaben des
Konzeptes

- Erhebung der Angebots- und Nachfragestrukturen in Billerbeck
- Analyse von Entwicklungsmöglichkeiten
- Städtebauliche Analyse Zentraler Versorgungsbereiche
- Beschreibung der großflächigen Sonderstandorte

¹ u.a. § 2 Abs. 2, § 9 Abs. 2a, § 34 Abs. 3 BauGB; § 24a LEPro



- Entwicklung eines Zentrenkonzeptes einschließlich Zentrenhierarchie und Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte
- Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste („Billerbecker Liste“)

Die Erarbeitung des Konzeptes erfolgte auf breiter Kommunikations- und Abstimmungsebene. Nicht zuletzt ist vor allem die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche mit Rechtswirkungen verbunden, so dass auch vor diesem Hintergrund ein umfassendes Verfahren zur Beteiligung der Öffentlichkeit gewählt wurde:

Breite
Kommunikationsbasis

- Es wurde ein projektbegleitender Arbeitskreis² u.a. mit Beteiligung der Träger öffentlicher Belange wie Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Bezirksregierung Münster sowie dem Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V. eingerichtet.
- Im Erarbeitungsprozess wurden weitere Abstimmungs- und Informationsgespräche mit dem Auftraggeber sowie den Trägern öffentlicher Belange geführt.
- Als weiterer wichtiger Bestandteil ist für einen Zeitraum von einem Monat eine öffentliche Auslegung im Rathaus der Stadt Billerbeck vorgesehen. Parallel hierzu sollen die Nachbarkommunen beteiligt werden. Eine erneute Beteiligung der oben aufgeführten Träger öffentlicher Belange ist zeitgleich beabsichtigt.

Die auf diese Weise eingegangenen Anregungen werden im Planungsprozess berücksichtigt und entsprechend abgewogen.

Als Projektleiter sind Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader sowie Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

1.2 Einordnung des Konzeptes

Die Zentren, insbesondere die Innenstädte, verfügen in aller Regel über ein breites Angebot von Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen. Sie sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Stadt, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger.

² Besonderer Dank für zahlreiche Hinweise und Vorschläge gebührt den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises: Frau Dirks (Bürgermeisterin der Stadt Billerbeck), Herr Mollenhauer (Allgemeiner Vertreter und Fachbereichsleiter Planen und Bauen), Frau Besecke (Fachbereich Planen und Bauen), Herr Dr. Wolf (Bezirksregierung Münster), Herr Puhr (Bezirksregierung Münster), Herr Höing (IHK Münster), Frau Eksen (Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V.) Herr Dr. Quandt (Handwerkskammer Münster), Vertreter der Kaufmannschaft, Vertreter der im Rat der Stadt Billerbeck vertretenen Fraktionen



Der Erhalt sowie die Förderung dieser Zentren ist von öffentlichem und privatem Interesse, was nicht nur durch die Städtebauförderung der öffentlichen Hand, sondern auch durch zahlreiche privatwirtschaftlich gestützte Initiativen wie „Ab in die Mitte“ dokumentiert wird.

Öffentliches Interesse

Dies bedeutet aber auch, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, trading down-Prozesse oder Mindernutzungen vermieden werden sollen, ohne zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind ein Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung. Es entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i.d.R. einen Ratsbeschluss.

Steuerungsinstrument

Das Einzelhandelskonzept schafft die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze und Empfehlungen, die im Rahmen der Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind.

Grundlage der Bauleitplanung

Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z.B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Sie ist somit aktives Instrument der Kommune, bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte zu lenken.

Kommunale Planungshoheit

Eine Steuerung von Einzelhandelsvorhaben bedarf jedoch einer städtebaulichen Begründung. Dies gilt insbesondere für mögliche Ausschlüssen oder Untersagungen, die in ihrer Begründung frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen.

Städtebauliche Begründung

Die Instrumente des Konzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen hinreichend bestimmt und auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein. Auf die rechtliche Einordnung u.a. der örtlichen Sortimentsliste wird im entsprechenden Kapitel eingegangen.

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept aber auch die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft.

Planungs- und Investitionssicherheit

Durch eindeutige Regelungen und Festlegungen können sowohl örtliche als auch sonstige Akteure ihre Planungen und Investitionsentscheidungen vorantreiben, ohne gleichzeitig mit einem „unfairen Wettbewerb“ städtebaulich nicht geeigneter, aber oftmals wirtschaftlich interessanter Standorte rechnen zu müssen.



Darüber hinaus kann auch das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

Aktive Standortpolitik

1.3 Methodik

Das Einzelhandelskonzept basiert auf einer umfangreichen Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Stadt Billerbeck und ihrem Einzugsgebiet. Hierzu wurden die nachfolgend skizzierten Analysemethoden eingesetzt.

Alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks im gesamten Stadtgebiet von Billerbeck wurden im Rahmen einer Begehung hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standort) durch erfahrene Gutachter des beauftragten Büros erfasst. Zusätzlich berücksichtigt wurden überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb von Billerbeck. Die Erhebung wurde im Mai und Juni 2009 durchgeführt, wobei gemäß nachfolgender Waren- und Sortimentsgruppensystematik differenziert erhoben wurde:

Vollerhebung



Abb. 1 : Erhebungssystematik nach Waren- und Sortimentsgruppen

Warengruppen	Sortimente
überwiegend kurzfristiger Bedarf	
Nahrungs- und Genußmittel	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	Arzneimittel
	medizinische und orthopädische Artikel
	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel
	Augenoptiker
überwiegend mittelfristiger Bedarf	
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher
	Zeitschriften und Zeitungen
	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
	Antiquariate
Bekleidung / Wäsche	Textilien
	Bekleidung
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren und Reisegepäck
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf / Blumen	Metall- und Kunststoffware
	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
	Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten
	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	zoologischer Bedarf und lebende Tiere
	keramische Erzeugnisse und Glaswaren
	Haushaltsgegenstände
	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./ Sportart./Fahrräder/Camping	Musikinstrumente und Musikalien
	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel)
	Spielwaren
überwiegend langfristiger Bedarf	
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	Möbel, Einrichtungsgegenstände und sonstiger Hausrat
	Wohnmöbel
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	elektrische Haushaltsgeräte
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/ Drucker/Kommunikation	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
	Telekommunikationsgeräte
	Geräte der Unterhaltungselektronik
	bespielte Ton- und Bildträger
Uhren/Schmuck	Foto- und optische Erzeugnisse
	Uhren und Schmuck
Sonstiges	Antiquitäten und antike Teppiche
	Aktionsware, Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008



Auf Basis dieser Erhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten³, qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2008 eine Umsatzprognose für den Einzelhandel in Billerbeck vorgenommen.

Die Ergebnisse dieser Berechnungen weisen gegenüber sekundärstatistischen Verfahren wie z.B. der Zentralitätskennziffer der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Abweichungen auf. Ursachen liegen in der Methodik der Ermittlung der GfK wie:

- Fortschreibung der GfK-Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 – Erhebungsjahr 1992,
- Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben: diese melden in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz.

Abweichungen zu anderen Datenquellen

Untersuchung aus anderen Städten haben auch dort deutliche Abweichungen aus den unterschiedlichen Methoden bestätigt.

Die Analyse der Nachfragesituation wurde u .a. auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben⁴ sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen.

Auswertung sekundärstatistischer Quellen

Daneben wurde den Gutachtern Karten- und Planungsgrundlagen wie Deutsche Grundkarte (DGK), Flächennutzungsplan, einzelhandelsrelevante Bebauungspläne etc. zur Verfügung gestellt.

Im Juni 2008 wurden in Billerbeck insgesamt 250 telefonische Interviews zum Einkaufsverhalten durchgeführt. Dabei wurden u.a. die bevorzugten Einkaufsorte (nach Warengruppen differenziert), Sortimentsdefizite sowie Anregungen aus Sicht der Kunden abgefragt.

Sicht der Kunden

In Zusammenarbeit mit örtlichen Einzelhändlern unterschiedlicher Sortimentsgruppen und Standortkategorien (Schwerpunkt: Haupteinkaufslage) wurde im Juni 2008 eine Kundenherkunftserhebung durchgeführt.

Kundenwohnort-erhebungen

Auf Basis dieser durchgeführten Erhebungen und unter Rückgriff auf aktuelle sekundärstatistische Kaufkraftdaten wurde eine Modellrechnung zum einzelhandelsrelevanten Marktpotenzial, zur Kaufkraftbindung und zur Kaufkraftverflechtung mit der Region vorgenommen.

Potenzialberechnungen

Zeitlich parallel zu den oben aufgeführten Befragungen wurden insgesamt rd. 80 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe in Billerbeck schriftlich zu ihrem Unternehmen und zum Standort Billerbeck befragt.

Sicht der Händler

³ EHI, Retail Institute, Köln, 2008 / 2009

⁴ BBE RETAIL EXPERTS, Köln, 2008



Dabei ergab sich ein repräsentativer Rücklauf von 32 Unternehmen (rd. 37 %).

Alle Erhebungsprogramme wurden mit dem Auftraggeber abgestimmt, die Datenschutzbestimmungen sind bei dieser Untersuchung gewährleistet.

Wahrung Datenschutz



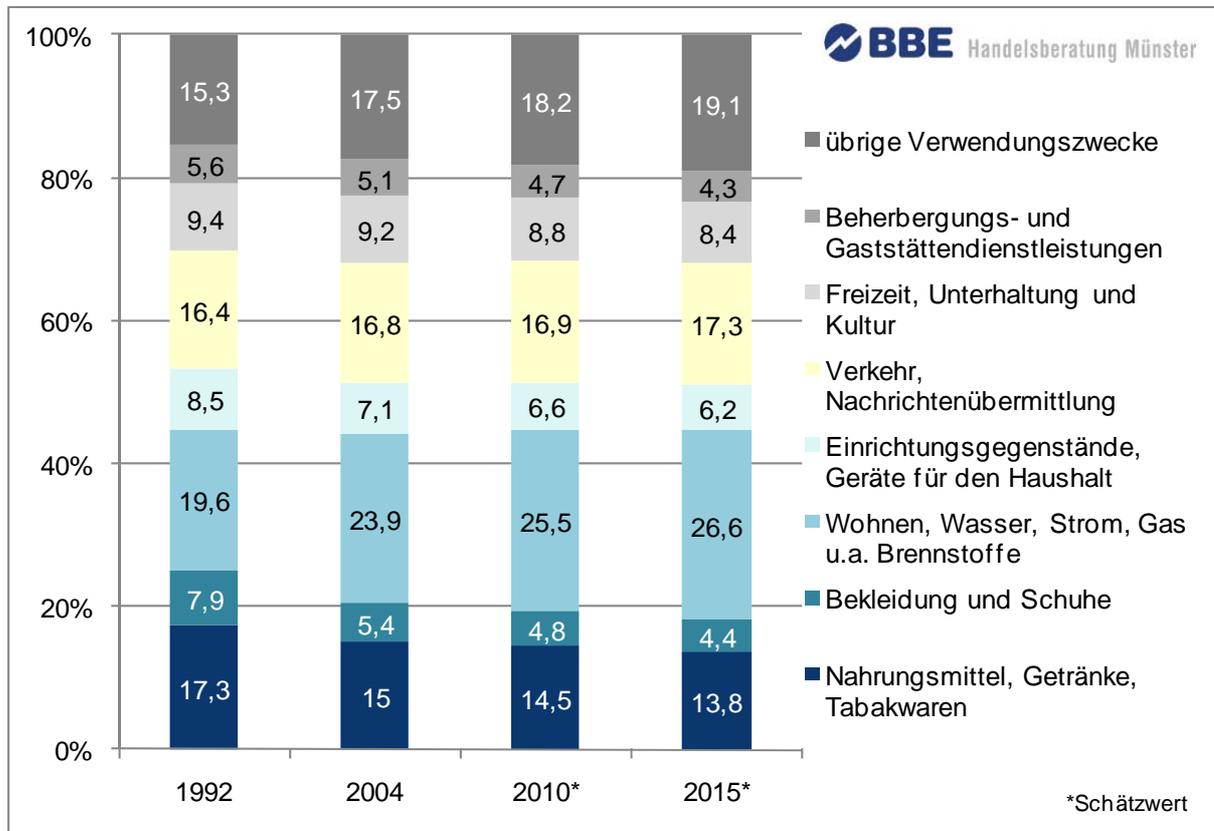
2 Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Die räumliche Entwicklung der Stadt Billerbeck ist auch im Kontext allgemeiner angebots- und nachfrageorientierter Rahmenbedingungen im Einzelhandel zu sehen. Die nachfolgenden Ausführungen sollen die aus Gutachtersicht relevanten Einflussfaktoren für die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Billerbeck verdeutlichen.

Strukturwandel im
Einzelhandel

- In Deutschland steht im Jahr 2008 ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 445 Mrd. € zur Verfügung. Durchschnittlich gibt somit jeder Bundesbürger 5.409 € im Einzelhandel aus.
- Auf den Bereich Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik) entfallen hiervon etwa 41 %; die durchschnittliche Verbrauchsausgabe je Bundesbürger liegt demnach bei 2.228 €.
- Die Konsumausgaben werden auch in den kommenden Jahren weiter wachsen. Allerdings setzt sich die bereits seit Jahren zu beobachtende Bedeutungsverschiebung in den Ausgabegruppen fort. Auch zukünftig ist davon auszugehen, dass die einzelhandelrelevanten Konsumausgaben maximal stagnieren werden. Verschiebung in den Ausgabegruppen zu Lasten des Einzelhandels.

Abb. 2 : Entwicklung der Konsumausgaben



Quelle: BBE Handelsszenario 2015 - Der deutsche Handel vor dem Aus?, 2005

Besonders betroffen hiervon ist insbesondere der Lebensmittelhandel.

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist nach wie vor ein tiefgreifender Strukturwandel festzustellen. Als wesentliche Parameter dieser Entwicklung sind ein erhöhter Wettbewerbsdruck sowie ein Betriebsgrößen-sprung feststellbar.

Im Ergebnis sind insbesondere nachfolgende Entwicklungstendenzen zu erkennen:

- Die Umsatzentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels ist weiterhin stagnierend; etwaige nominale Umsatzzuwächse sind in erster Linie auf Preisanpassungen zurückzuführen; der Wettbewerb findet somit mehr denn je in sehr ausgeprägter Form statt.
- Die Zahl der Betriebsstätten sinkt weiter, während die Verkaufsfläche dem gegenüber wächst; dies führt zwangsläufig zu größeren Verkaufsflächen je Betriebsstätte.
- Bei gleichzeitiger stagnierender Umsatzentwicklung sinken die Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsstätten.

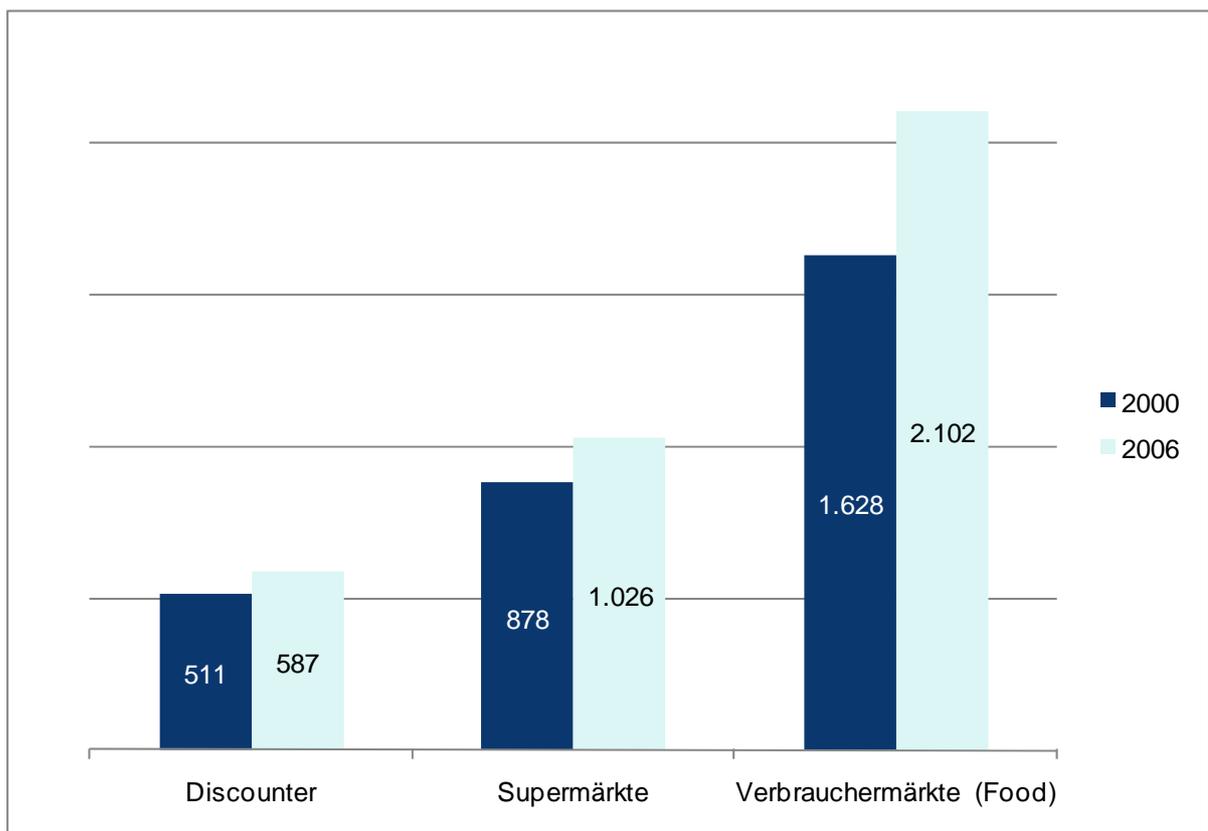
Besonders betroffen:
Lebensmittelhandel

Änderungen der
Angebotsstrukturen



- Angesichts einer weiterhin stattfindenden Orientierung auf autokundenorientierte Standorte werden bevorzugt Objekte und Standorte angefragt, die verkehrlich gut erreichbar sind, gute Parkmöglichkeiten sowie großzügige Anlieferzonen bieten.
- Letztlich findet eine Verschiebung der Marktanteile zu Gunsten von Discountbetrieben statt.

Abb. 3 : Entwicklung der Verkaufsflächen (in qm) im LM-Handel



Quelle: EHI Retail Institute, eigene Darstellung

Die obigen anbieterseitigen Marktentwicklungen führen in vielen Städten zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Ausdünnen kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen.

Ausdünnen kleinteiliger
Strukturen

Oftmals einher gehen damit räumliche Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte.

Insbesondere in kleineren Städten stellen Nahversorgungsbetriebe nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren.

Frequenzfunktion



Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Zentren sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Bei der Entwicklung von gemeindlichen Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Stadtgebietes sowie der Siedlungsstrukturen auch die Verfügbarkeit von Flächen in den Zentren eine erhebliche Rolle.

Zielvorstellungen

So verhindern oftmals kleinteilige Bebauungsstrukturen oder denkmalgeschützter Bestand die (gewollte) Entwicklung großflächiger Lebensmittelbetriebe in den Zentren.

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches gemeindliches Ziel dar, welches auch einen moderaten Einsatz planungsrechtlicher Instrumente rechtfertigt.

Kleinmaschige
Nahversorgung

Eine funktionierende Nahversorgung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Angebote des täglichen Bedarfs möglichst dezentral und wohnungsnah vorhält und somit auch die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt.

Hierzu müssen die Städte natürlich die geeigneten Rahmenbedingungen aus Betreibersicht wie ausreichende Grundstücksgrößen sowie eine verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung schaffen.

Rahmenbedingungen

Bei den aufgeführten Trends muss berücksichtigt werden, dass diese auch Auswirkungen auf die Einzelhandelsentwicklung in Billerbeck haben.



3 Räumliche Lage und regionale Wettbewerbssituation

Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandels-spezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst die Analyse der wesentlichen Rahmenbedingungen, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Billerbeck auswirken können.

Rahmenbedingungen

Dabei ist zunächst die Stellung der Stadt Billerbeck innerhalb der regional bedeutsamen Einzelhandelsstandorte zu analysieren.

Billerbeck ist eine kreisangehörige Stadt im Kreis Coesfeld im Regierungsbezirk Münster.

Im Norden grenzt sie an Rosendahl und Laer, im Osten an Altenberge und Havixbeck, im Süden an Nottuln und im Südwesten an Coesfeld.

Nachbarkommunen

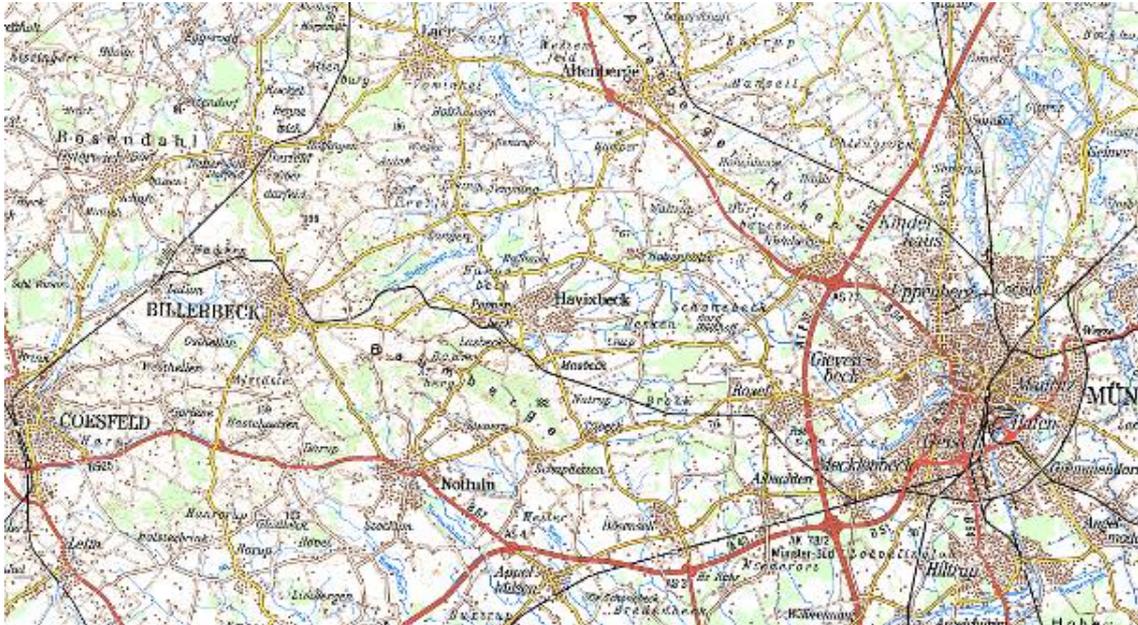
Aus Sicht der Landesplanung wird der Stadt die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Damit übernimmt sie im wesentlichen Versorgungsfunktion für die örtliche Bevölkerung.⁵

Durch die räumliche Lage befindet sich der Einzelhandelsstandort Billerbeck im Wesentlichen im Wettbewerb mit dem Mittelzentrum Coesfeld sowie dem Oberzentrum Münster.

⁵ Grundzentren dienen dabei aus landesplanerischer Sicht dem Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung, so dass es auf dieser Zentralitätsebene vorrangig um Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung geht. Grundversorgung ist dabei im Schwerpunkt als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs zu verstehen. Darüber hinaus umfasst sie auch ergänzend die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.



Abb. 4 : Karte räumliche Lage



Quelle: Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen

Im nachfolgenden sollen die Wettbewerbsstandorte kurz beschrieben werden.

Abb. 5 : städtebauliches Profil Münster



Lage

- Hauptgeschäftsbereich Ludgeristraße, Salzstraße, Prinzipalmarkt
- Räumliche Ausdehnung ca. 1.000 Meter
- rd. 12 km von Bielebeck

Anzahl der Einwohner

- rd. 272.900 Einwohner



Kaufkraftniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 105,0
Raumstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baulich geschlossen mit hoher Nutzungsdichte
Nutzungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durchgängige Einzelhandelsstrukturen mit hoher Besatzdichte, teilweise großflächiger Betriebe
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfassendes und vielseitiges Angebot in allen Bedarfsbereichen ▪ Frequenzbringer KAUFHOF, P & C, SATURN ...
Fachmarktstandorte (u. a.)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Roxel (RATIO, ...) ▪ Hammer Straße (u.a. TOOM, ...) ▪ Mecklenbeck (Weseler Straße)
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Historisches Stadtbild der Innenstadt
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oberzentrale Versorgungsfunktion

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

Neben dem attraktiven Innenstadtbefestigung dürften auch verkehrlich gut erreichbare Fachmarktstandorte eine Anziehungskraft auf Billerbecker Bürger ausüben.

Eine zusätzliche Steigerung der Attraktivität erfuhr die Innenstadt durch die Realisierung der MÜNSTER ARKADEN mit etwa 25.000 qm Verkaufsfläche.

Daneben erhöhen das städtebauliche und historische Erscheinungsbild mit hoher Aufenthaltsqualität die Anziehungskraft auch auf Bürger aus der Stadt Billerbeck.

Attraktives städtebauliches Umfeld

Das im Südwesten gelegene Mittelzentrum Coesfeld ist vor allem bei Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfes gut bis sehr gut positioniert.

Wettbewerbsstandort Coesfeld

Die Innenstadt in Coesfeld ist der wesentliche Handelsstandort und beherbergt einen attraktiven Mix von Filialunternehmen und ortsansässigem Einzelhandel. Darüber hinaus besteht eine gute Mischung aus kleineren und größeren Verkaufsflächen.



Abb. 6 : Städtebauliches Profil Coesfeld

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hauptgeschäftsbereich Letter Straße, Schüppenstraße, Kupferstraße ▪ Räumliche Ausdehnung ca. 450 Meter
Anzahl der Einwohner	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rd. 36.600 Einwohner
Kaufkraftniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 101,8
Raumstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baulich geschlossen mit hoher Nutzungsdichte
Nutzungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzungsverdichtung mit überwiegender Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfassendes und vielseitiges Angebot ▪ Frequenzbringer HETTLAGE, WOOLWORTH, H & M
Fachmarktstandorte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dülmener Straße (REAL, STALL, ...) ▪ Bahnhof (u. a. KAUFLAND, ...)
Verkehrliche Einbindung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einbindung in ÖPNV ▪ Zahlreiche Stellplätze für MIV
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teilweise historisches Stadtbild
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mittelzentrale Versorgungsfunktion

Quelle: eigene Darstellung und Foto



Insgesamt muss somit eine relativ hohe Wettbewerbsintensität für Billerbeck festgestellt werden.

Die Stadt Billerbeck verfügt über einen größeren zusammenhängenden Siedlungskörper mit einem gewachsenen Ortszentrum.

Gewachsener Stadtkern

Die Siedlungsstruktur ist somit insgesamt als monozentrisch zu bezeichnen.

Mit dem Kfz ist Billerbeck über die Autobahnen A 43, A 31 und A 1 in einem Radius von rd. 20 km überregional gut angebunden.

Verkehrliche Einbindung

Die regionale Verkehrsanbindung leisten vor allem die B 67 im Süden sowie die B 54 im Norden, ebenfalls in räumlicher Nähe zum Einzelhandelsstandort Billerbeck.

Zudem liegt die Stadt an der Bahnstrecke Münster-Coesfeld, die auch als Baumbergebahn bezeichnet wird.

Baumbergebahn

Durch verschiedene Buslinien ist die Stadt ferner an das ÖPNV-Netz angebunden.



4 Angebots- und Nachfrageanalyse

4.1 Siedlungsstruktur & Bevölkerungsentwicklung

Die Stadt Billerbeck weist zum Stichtag 31.12.2009 insgesamt 11.653 Einwohner auf.

Prognostiziert wird für Billerbeck – je nach Institut – in der Perspektive bis 2020 eine positive Bevölkerungsentwicklung in einem Korridor von 4,8 % bis 8,6 %.

Positive Bevölkerungs-
prognose

Hieraus lassen sich mittelfristig mögliche Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten.

Abb. 7 : Bevölkerungsprognosen

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. 2003	Kreis Coesfeld; ggü. 2003	NRW; ggü. 2003
2003 (Basiswert)	11.553	--		
2010	11.961	3,5%	3,6%	-0,1%
2020	12.102	4,8%	5,5%	-1,9%
Veränderung 2003-2020	549	4,8%	--	--

Quelle: Bertelsmannstiftung, www.wegweiser-demographie.de, 2005

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. 2004
2004 (Basiswert)	11.626	--
2010	11.957	2,8%
2020	12.621	8,6%
Veränderung 2004-2020	997	8,6%

Quelle: Pestel Institut, Die Entwicklung in der Stadt Billerbeck bis 2020, 2005

4.2 Betriebe und Sortimente

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehung wurden die Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Kern- und Teilsortimenten erhoben und bewertet.⁶

⁶ Die Erhebung wurde durch qualifizierte Berater der BBE Handelsberatung Münster durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibili-



Im Stadtgebiet Billerbeck sind insgesamt 81 Einzelhandelsbetriebe mit Ladenlokal vertreten.

81 Einzelhandelsbetriebe

Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln nehmen dabei erwartungsgemäß eine hervorgehobene Stellung ein. Etwa jede fünfte Betriebsstätte ist dieser Warengruppe zuzuordnen.

Rd. 40 % aller Betriebsstätten decken den kurzfristigen Bedarf ab und dienen somit vorrangig der Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung.

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 129 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Erfreulich ist sicherlich der Sachverhalt, dass jedes Teilsortiment mindestens zweimal vorzufinden ist. Eine faktische Versorgungslücke ist demnach nicht festzustellen.

129 Teilsortimente

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Grundzentren liegt die Angebotsdichte – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – bei einem überdurchschnittlichen Wert von 7 Betriebsstätten je 1.000 Einwohner. Es lässt sich eine für ein Grundzentrum große Angebotsvielfalt konstatieren.

Gute Angebotsvielfalt

Zurückzuführen ist dies nach Einschätzung der Gutachter auf die begünstigenden Rahmenbedingungen: eine kompakte Siedlungs- und Versorgungsstruktur sowie ein positives städtebauliches Erscheinungsbild mit hoher Verweilqualität.

tät geprüft. Die Erhebung erfolgt sortimentsgenau, d.h. dass die Betriebsstätten nach einzelnen Sortimenten differenziert erhoben wurden.

Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft, um somit letztendlich auch eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen. Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Baustoffhändler oder Autohäuser.

Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie Mobiler Handel, Automatenverkauf, Hofverkauf / Wochenmärkte, Streuanbieter, Fabrikverkauf. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.



Abb. 8 : Tabelle Betriebsstätten

ANZAHL BETRIEBE 2008 (***)	Betriebsstätten	Sortimente
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten
Warengruppe		
Nahrungs- und Genußmittel	18	24
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	11	16
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	4	12
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	33	52
Bekleidung / Wäsche	9	18
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3	3
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen	6	9
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	6	16
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	5	7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	29	53
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	7	10
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1	4
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	2	2
Uhren/Schmuck	3	8
Sonstiges (**)	6	14
Überwiegend langfristiger Bedarf	19	24
Gesamt	81	129

*(Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.)

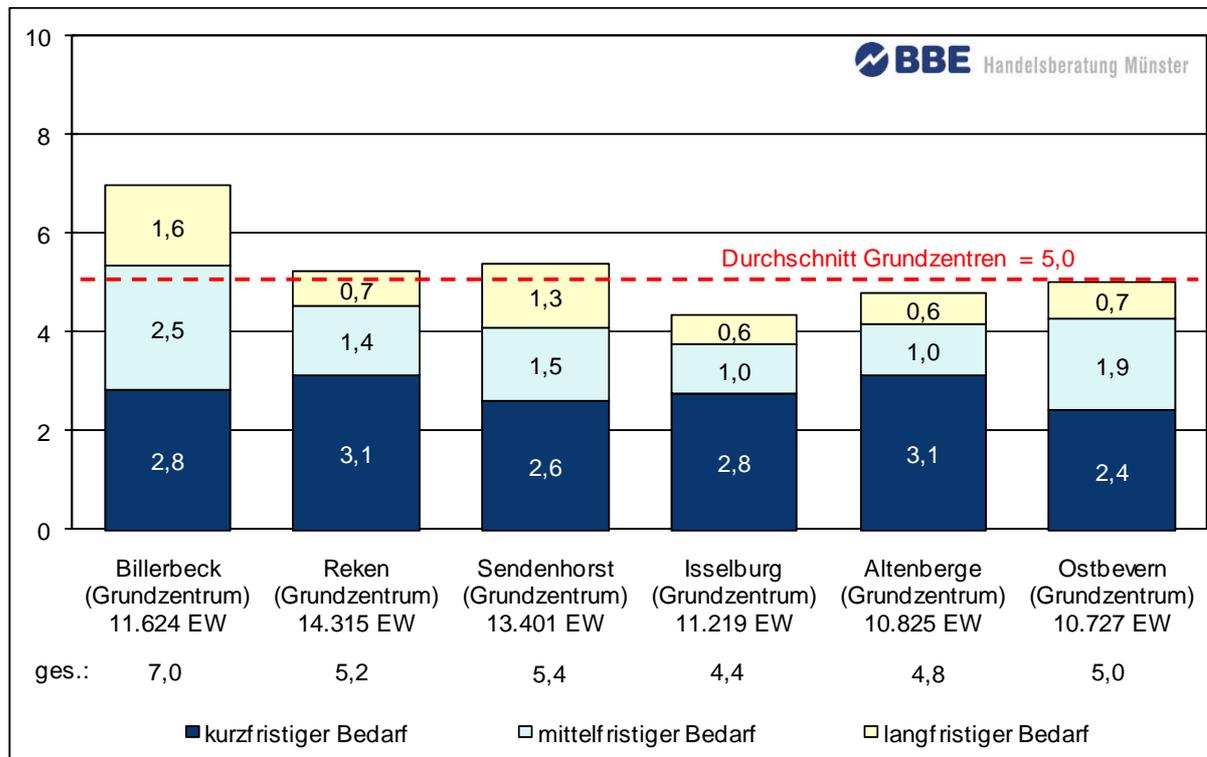
** (Sonstiges = Betriebe nicht zuzuordnen)

*** (nicht erfaßt: atypischer Handel wie z.B. Kfz-Handel sowie sonstige Angebotsformen (mobiler Handel, Automatenverkauf, etc.))

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Dies wird auch deutlich durch einen kommunalen Vergleich der Betriebsstättendichte.

Abb. 9 : Abbildung Angebotsstätten per 1.000 Einwohner



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

4.3 Verkaufsflächen

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 25.300 qm Verkaufsfläche.

25.300 qm
Verkaufsfläche

Dies entspricht einer Ausstattung von 2,2 qm Verkaufsfläche pro Einwohner.

2,2 qm pro Einwohner

Die Flächenausstattungen in den Bedarfsbereichen sind vor allem durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Wäsche sowie Bau- und Gartenmarkt-Artikel geprägt.

Mit rd. 2,2 qm Verkaufsfläche je Einwohner liegt die Ausstattung in Billerbeck deutlich über der vergleichbarer Grundzentren bzw. über dem Bundesdurchschnitt von rd. 1,4 qm Verkaufsfläche.

Ausstattung über dem
Bundesschnitt



Abb. 10 : Tabelle Verkaufsflächenbesatz

Verkaufsflächen 2008	Verkaufsfläche	Flächenausstattung
Warengruppe	in qm	qm je Einwohner
Nahrungs- und Genußmittel	3.885	0,33
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	1.537	0,13
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	343	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.765	0,50
Bekleidung / Wäsche	3.379	0,29
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	870	0,07
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen	11.080	0,95
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	1.310	0,11
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	1.450	0,12
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	18.089	1,56
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	1.080	0,09
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	142	0,01
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	60	0,01
Uhren/Schmuck	188	0,02
Sonstiges (**)	507	0,04
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.470	0,13
Verkaufsflächen	25.323	2,18

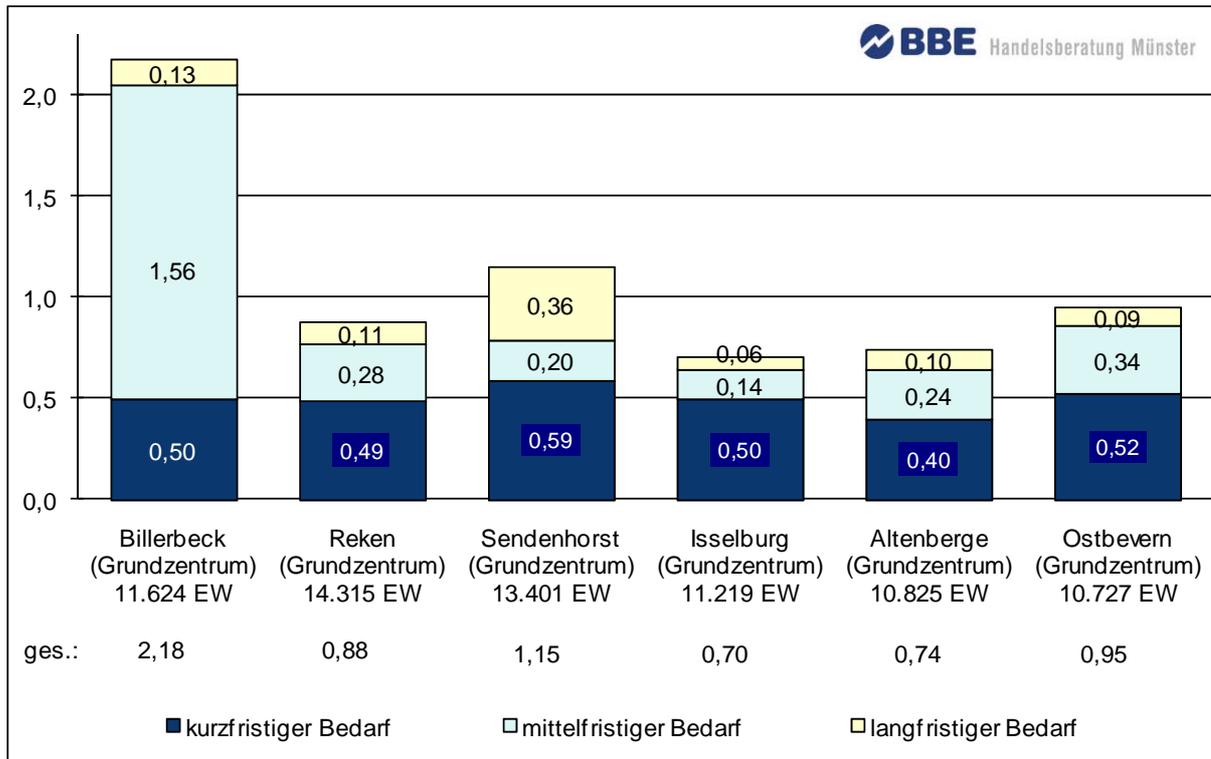
*(Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.)

** (Sonstiges = Betriebe nicht zuzuordnen)

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Auch hier zeigt der interkommunale Vergleich die gute Ausstattung.

Abb. 11 : Flächenausstattung im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Insgesamt wurden in Billerbeck zum Zeitpunkt der Erhebungen lediglich 8 leerstehende Ladenlokale mit einer potenziellen Verkaufsfläche von rd. 1.000 qm erfasst, darunter der ehemalige K + K Standort in der Innenstadt. Die auf die potenzielle Fläche bezogene Leerstandsquote liegt damit bei rd. 4 % und ist als eher gering einzustufen.

Geringe
Leerstandsquote

4.4 Räumliche Verteilung

Der Einzelhandel in der Stadt konzentriert sich auf den Schwerpunkt Innenstadt als dem wesentlichen Versorgungsschwerpunkt. Eine vertiefende Analyse dieses Standortes erfolgt im Zusammenhang mit der städtebaulichen Analyse in Kap. 5.

Versorgungsschwerpunkt
Innenstadt

Daneben gibt es eine Vielzahl weiterer Einzelhandelsstandorte mit größeren Einzelbetrieben und / oder verdichtetem Besatz meist kleinerer Anbieter.

Es handelt sich dabei zum einen um Betriebsstätten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, darunter insbesondere:

Strukturprägende Betriebe
außerhalb der
Innenstadt

- SCHUHE & SPORT KENTRUP (Hagen / L 580)



- MODEHAUS BRUNS (Coesfelder Straße / L 580)
- ZWEIRAD BERGMANN (Holthäuser Straße / L 581)

Daneben gibt es überwiegend der Nahversorgung dienende Angebote mit einem Lebensmittelsupermarkt und / oder Discounter wie:

- K + K / LIDL (Industriestraße / L 580)
- ALDI (Darfelder Straße / L 580)

Des Weiteren finden sich im Stadtgebiet Sonder- / Fachmarktstandorte mit Schwerpunkt auf nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, darunter vor allem:

- MOUBIS (Osterwicker Straße / L 577)
- Teppich JANNING (Holthäuser Straße)

Darüber hinaus lassen sich die Verkaufsflächen nach Standortlagen differenzieren:

Jeder dritte Quadratmeter Verkaufsfläche findet sich innerhalb der Haupteinkaufslage wieder⁷. Eher unterdurchschnittlich vertreten sind die zentrenprägenden und –bildenden Sortimente wie beispielsweise Bekleidung / Lederwaren oder Schuhe / Lederwaren. Zurückzuführen vor allem auf die großflächigen Anbieter (z.B. BRUNS) außerhalb der Haupteinkaufslage.

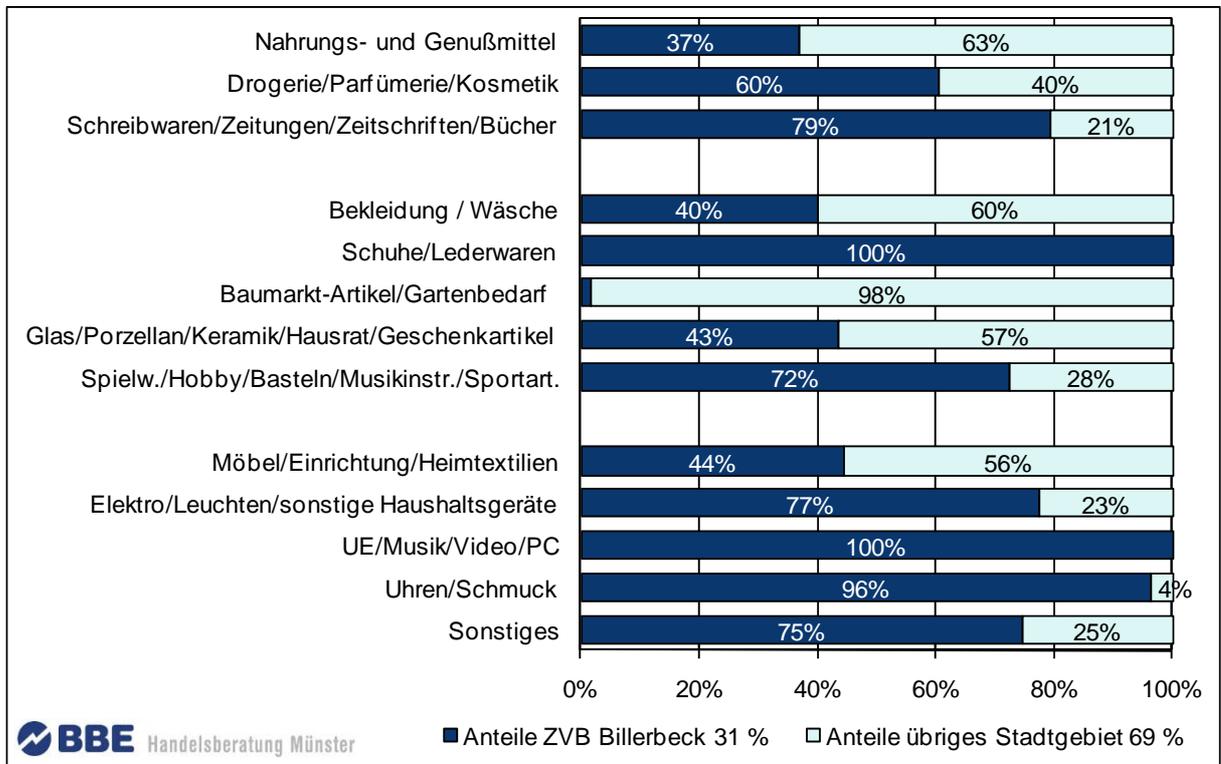
Ebenfalls über nur geringe Verkaufsflächen-Anteile in der Haupteinkaufslage verfügen die typischerweise nicht-zentrenrelevanten Sortimente wie Baumarkt-Artikel / Gartenbedarf. Aufgrund ihrer Sperrigkeit finden sie sich in der Regel außerhalb der gewachsenen Standorte wieder.

Jeder vierte Quadratmeter im Zentrum

⁷ Unter Haupteinkaufslage wird die Innenstadt in Billerbeck verstanden, in denen sich wesentliche gesamtstädtische Angebotsstrukturen befinden. Neben der Dichte und Mischung an Einzelhandel, Dienstleistern und Gemeinbedarfseinrichtungen sind weitere Kriterien wie Lage innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches sowie Anbindung an den Öffentlichen Personennahverkehr für die Definition einer Haupteinkaufslage heranzuziehen.

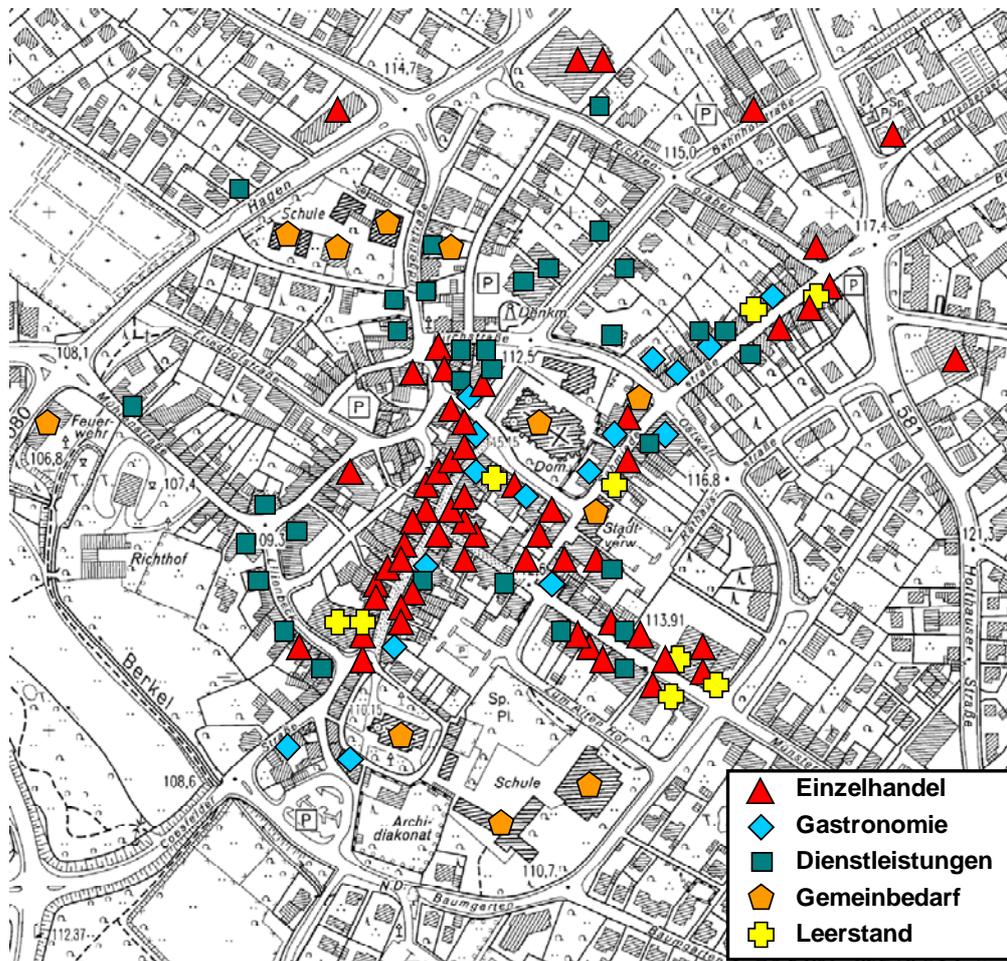


Abb. 12 : Räumliche Verteilung nach Sortimenten und Standorten



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Abb. 13 : Karte Angebotsstrukturen im Zentrum



Quelle: DGK, eigene Darstellung

4.5 Nahversorgung

Einen besonderen Stellenwert für die Bewertung der Einzelhandelsstrukturen, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein.

Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden, die sich in räumlicher Nähe zum Wohnstandort des Bürgers befindet.

Zu den Gütern der kurzfristigen Bedarfsdeckung werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik gezählt.

Die quantitative, strukturelle und räumliche Ausstattung der Nahversorgung in der Stadt Billerbeck wird im Folgenden aufgezeigt:

Definition



Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Billerbeck mit 0,33 qm Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel je Einwohner geringfügig unter dem bundes-durchschnittlichen Referenzwert von 0,34 qm dar.

0,33 qm nahversorgungsrelevante VKF pro Einwohner

Aus versorgungsstruktureller Sicht verfügt die Stadt für ein Grundzentrum mit rd. 11.200 Einwohnern über ein vielfältiges und differenziertes Angebot im Bereich der Nahversorgung:

Neben zwei Vollsortimentern gibt es drei Discount-Märkte. Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Ladenhandwerkern, Fachgeschäften, etc. zu finden.

Abb. 14 : Nahversorgungsstrukturen

	Anzahl
Betriebe (Kernsortiment):	29
(Teil-)Sortimente:	40
Anbieter nach Betriebsformen:	
Supermarkt	2
Discounter	3
sowie Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Tankstellen, Hofverkäufe	

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Billerbeck zum Zeitpunkt der Erhebung als insgesamt gute Ausstattung dar.

Gute Ausstattung

4.6 Städtebauliches Standortprofil

Ein wesentlicher Bestandteil der Situationsanalyse ist die Erfassung und Bewertung der städtebaulichen Situation an zentralen Einkaufsorten bzw. räumlichen Versorgungsschwerpunkten, die vor allem zur parzellenscharfen Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche hinzugezogen werden.

Wesentliche Kriterien der städtebaulichen Analyse sind:

Kriterien

- Raum- und Bebauungsstruktur
- Nutzungsdichte und –mischung ortskernrelevanter Nutzungen wie Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Gemeinbedarf
- einzelhandelsspezifische Angebotsstrukturen wie Angebotsschwerpunkte, Magnetbetriebe, Branchenmix / Vielfalt, etc.



Als zentraler Einkaufsort bzw. Versorgungsschwerpunkt ist der Ort zu benennen, der neben der Nahversorgung eine größere Vielfalt von einzelhandelspezifischen Angeboten und ortskernrelevanten Nutzungen aufweist.

Zentraler Einkaufsort

Dieser Ort übt somit eine Attraktivität über die wohnortnahe Versorgung für die Gesamtstadt hinaus aus.

Im Bereich der Lange Straße und Münsterstraße sowie angrenzender Straßen findet sich eine kompakte räumliche Konzentration unterschiedlicher zentrenprägender Strukturen: neben Einzelhandelsbetrieben wird der Bereich vor allem durch Dienstleister, Gastronomie und Gemeinbedarfseinrichtungen geprägt.

Hauptlage Lange Straße, Münsterstraße

Einzelhandelsrelevanter Angebotsschwerpunkt ist in erster Linie der Bereich Bekleidung sowie Nahversorgung, ergänzt um weitere Angebote im mittel- und langfristigen Bedarf (u.a. Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel, Spielwaren / Hobby, Basteln / Musikinstrumente / Sportartikel).

Wesentliche strukturprägende Einzelhandelsbetriebe sind ein EDEKA Supermarkt, ein PLUS Discountmarkt⁸, ein IHR PLATZ Drogeriemarkt, das Modehaus LAMMERDING sowie das Fachgeschäft RUDOLF DIRKS.

Magnetbetriebe

Die weiteren Betriebe des Einzelhandels halten Angebote in unterschiedlichen Sortimentsschwerpunkten (Schuhe / Lederwaren, Elektroartikel, etc.) vor.

Der Versorgungsschwerpunkt lässt sich räumlich wie folgt abgrenzen:

Grenzen der Haupteinkaufslagen

Die Grenzen bilden im Kern der Verlauf der ehemaligen Wallanlage mit den Straßenzügen Ostwall, Baumgarten, Lilienbeck, Mühlenstraße sowie Kirchstraße.

Darüber hinaus sind weitere innenstadtrelevante Verdichtungstendenzen bis zur Straße Hagen zu erkennen.

Die Verweilqualitäten sind aufgrund der teilweise historischen Gebäudekulisse, Maßnahmen der Verkehrsberuhigung (u. a. Fußgängerzone), Aufenthaltsmöglichkeiten im öffentlichen Raum (u. a. Außengastronomie) als sehr gut zu bezeichnen.

Hohe Verweilqualität

Auch die verkehrsgünstige Erreichbarkeit mit den überörtlichen Verkehrsachsen L 580, L 581 sowie L 577 trägt dazu bei, dass dem Einzelhandelsstandort ein positives Gesamtzeugnis ausgestellt werden muss.

Zum Erhebungszeitpunkt konnten acht Leerstände festgestellt werden.

Geringer Leerstand

⁸ In 2009 durch SCHLECKER nachgenutzt.



4.7 Versorgungsstandorte für den täglichen Bedarf

Als Versorgungsstandorte für den täglichen Bedarf sind die Standorte zu bezeichnen, die aufgrund ihrer Größe oder in Agglomeration mehrerer Anbieter die Versorgung mit Lebensmitteln und / oder Drogerieartikeln tragen.

Nicht berücksichtigt werden kleinere Solitärstandorte oder aber Lagen mit vereinzelt Angeboten überwiegend kleinteiliger Anbieter.

Besondere Berücksichtigung in der städtebaulichen Einordnung der Versorgungsstandorte finden:

- das Vorliegen strukturprägender Betriebsstätten für den täglichen Bedarf
- die städtebauliche Integration des Standortes
- die Struktur des unmittelbaren Umfeldes
- die fußläufige Erreichbarkeit innerhalb des Nahbereiches
- die (Nah)Versorgungsfunktion

Der Verbundstandort mit einem K+K Markt sowie einem LIDL Discountmarkt an der Industriestraße zeichnet sich vor allem durch seine Lage in der Umgebung von Wohngebieten aus.

Zwar ist die fußläufige Erreichbarkeit durch den Verlauf der L 580 sowie der L 581 nach Norden und Osten hin eher eingeschränkt zu bewerten, nichtsdestotrotz verfügt der Standort zumindest in südlicher Richtung über eine barrierefreie und unmittelbare Anbindung an Wohngebiete.

Die grundsätzliche Eignung des Standortes für nahversorgungsrelevante Sortimente ist gegeben. K+K / LIDL erfüllen damit Nahversorgungsfunktionen.

Ein ALDI Discountmarkt befindet sich an der Darfelder Straße in städtebaulich nicht integrierter Lage innerhalb eines Gewerbegebietes.

Der Gebietscharakter im unmittelbaren Umfeld ist als überwiegend gewerblich zu bezeichnen. Eine für die Nahversorgung relevante Mantelbevölkerung ist nur bedingt gegeben.

Darüber hinaus ist die fußläufige Erreichbarkeit aufgrund der Trennwirkung der Bahnlinie im Nordosten sowie die Darfelder Straße / L 580 im Südwesten eingeschränkt.

Kriterien

Verbundstandort
Industriestraße

Nahversorgungsfunktion
gegeben

Standort ALDI

Eingeschränkter
Naheinzugsbereich



Abb. 15 : Fotos Verbundstandort, ALDI



Quelle: eigene Fotos

4.8 Sonstige Standorte

Bei dieser Standortkategorie handelt es sich um Standorte, die weder den Versorgungsschwerpunkten noch den Versorgungsstandorten für den täglichen Bedarf zugeordnet werden können.

An der Osterwicker Straße / L 577 befindet sich der Gartenfachmarkt der Firma MOUBIS mit rd. 10.400 qm Verkaufsfläche. Angeboten werden überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente für den Gartenbedarf. Die Randsortimente umfassen den Gartenbedarf ergänzende Produkte wie Schnittblumen, Glas / Porzellan / Keramik, etc.

Osterwicker Straße

Im Gewerbegebiet an der Bergstrasse befindet sich ein Sonder- / Fachmarktstandort des Betreibers TEPPICH JANNING. Im Schwerpunkt werden Sortimenten aus den Bereichen Teppiche, Farben und Tapeten angeboten. Die Zentrenrelevanz beschränkt sich somit weitgehend auf nicht-zentrenrelevante Sortimente.

Bergstrasse

Daneben sind weitere Betriebsstätten als Solitärstandorte im Stadtgebiet vertreten, die sich jedoch deutlich unterhalb der Großflächigkeitsgrenze bewegen.

4.9 Einzugsgebiet

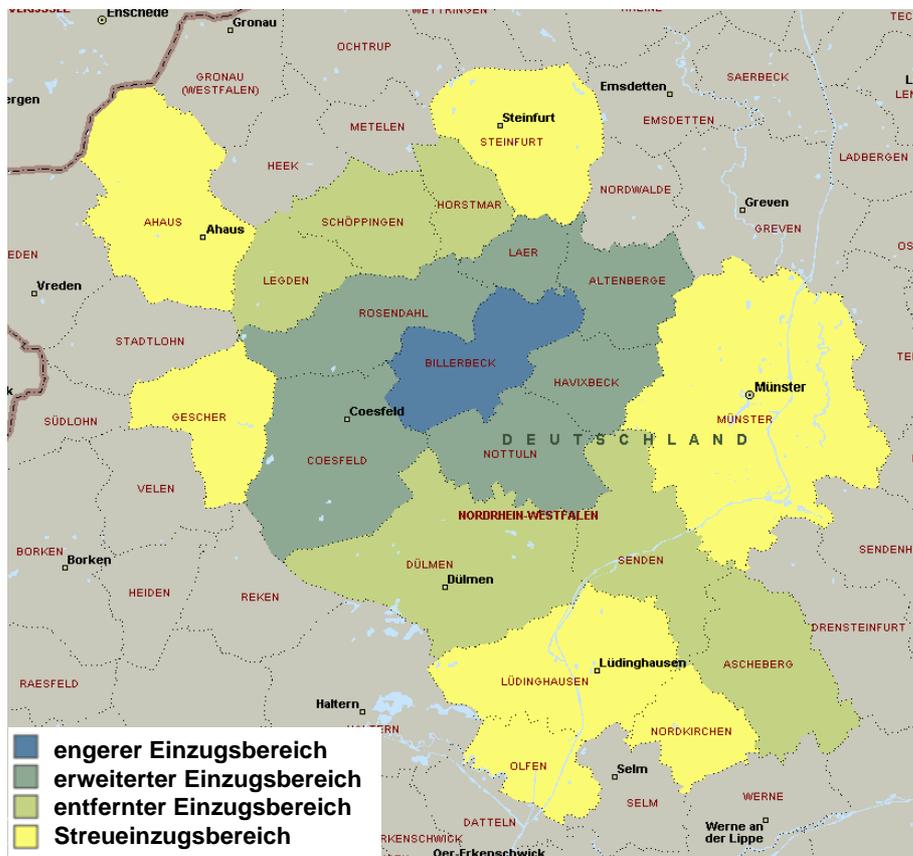
Im Rahmen der Untersuchung sind im Juni 2008 in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben im Billerbecker Stadtgebiet Kundenwohnort-erhebungen durchgeführt worden. Insgesamt sind dabei Kundenwohnorte von rd. 8.000 Kunden erfasst worden. Im Einzelnen wurden an sechs Erhebungstagen (montags bis samstags) die Kunden nach ihren Wohnorten befragt.

Kundenwohnort-
erhebung

Das Einzugsgebiet des Billerbecker Einzelhandels zeigt sich anhand der nachfolgenden Karte:



Abb. 16 : Karte Einzugsgebiet



Quelle: MapPoint, eigene Erhebungen und Berechnungen

Rd. 64 % der Kunden und damit der überwiegenden Anteil der Kunden kommen aus diesem Einzugsbereich. Das Kundenpotenzial umfasst somit in etwa 11.600 Kunden.

Engerer Einzugsbereich

Zum erweiterten Einzugsbereich gehören die Nachbarkommunen Coesfeld, Rosendahl, Laer, Altenberge, Havixbeck und Nottuln mit einem Kundenpotenzial von rd. 85.900 Kunden. Ca. 25 % der Kunden entstammen aus diesem Einzugsgebiet.

Kundenpotenzial etwa
86.000 Verbraucher

Der entfernte Einzugsbereich umfasst einen Kundenanteil von lediglich 5 % der Billerbecker Einzelhandelskunden. Diese Kunden sind zwar grundsätzlich in Billerbeck anzutreffen, verfügen aber nichtsdestotrotz über eine starke räumliche Orientierung auch auf andere Einzelhandelsstandorte. Hierzu zählen Kunden aus Ascheberg, Dülmen, Senden, Horstmar, Legden und Schöppingen.

Aus dem Streueinzugsbereich resultieren in erster Linie „zufallsbedingte“ Einkäufe. Der Streueinzugsbereich ist nicht mehr dem eigentlichen Einzugsbereich hinzuzurechnen, da das abzuschöpfende Kaufkraftpotenzial aus diesem Bereich eher „zufallsbedingter“ Natur ist.



Eine differenzierte Betrachtung der Einzugsbereiche der verschiedenen Einzelhandelsstandorte in Billerbeck zeigt ein sehr unterschiedliches Bild:

Differenzierung nach Erhebungsstandorten

Bei den Befragungsorten Innenstadt sowie den Streulagen Billerbecks stammen rd. 82 % der Kunden aus der Stadt Billerbeck, während nur kleinere Anteile mit rd. 14 % aus den erweiterten und entfernten Einzugsbereichen resultieren.

Demgegenüber ist bei den Sonstigen Einzelhandelsstandorten (BRUNS, KENTRUP, MOUBIS) in der Stadt Billerbeck ein deutlich größeres Einzugsgebiet festzustellen. Höhere Anteile der Kunden stammen mit 34 % vor allem aus dem erweiterten Einzugsbereich (Coesfeld, Rosendahl, Laer, Altenberge, Havixbeck, Nottuln).

Einzugsbereich besonders bei großen Betrieben außerhalb des Zentrums

Es wird somit deutlich, dass das für ein Grundzentrum außerordentlich große Einzugsgebiet des Billerbecker Einzelhandels vor allem auf die oben genannten Betriebsstätten zurückzuführen ist, sich jedoch nur bedingt auf die Frequenz im Zentrum auswirkt.

Abb. 17 : Einzugsbereiche differenziert nach Standorten

Einzugsbereiche	Kunden-Anteile im Vergleich		
	Gesamtstadt	Innenstadt / Streulagen	Sonstige*
engerer Einzugsbereich	64%	82%	34%
erweiterter Einzugsbereich	25%	5%	34%
entfernter Einzugsbereich	5%	9%	23%
Streubereich	5%	4%	8%
gesamt	100%	100%	100%

* BRUNS, KENTRUP, MOUBIS

Quelle: eigene Berechnungen

4.10 Kaufkraftpotenzial

Zur Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bun-



desgebiet sind für das Jahr 2008 pro Kopf insgesamt 5.409 € einzelhandelsrelevant⁹.

Die BBE Marktforschung weist für das Jahr 2008 für die Stadt Billerbeck eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 101,5 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen um somit 1,5 % über dem Bundesdurchschnitt. So ergibt sich für die Stadt Billerbeck eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.491 € im Jahr. Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 64 Mio. € für das Jahr 2008 ermitteln.

Kaufkraftniveau 101,5 %

Etwa 37 % (24 Mio. €) des Betrages entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel. Für die Warengruppe Drogerie / Parfümerie sowie pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel addieren sich diese auf etwa 10 Mio. € und erreichen damit einen deutlich höheren Wert als z.B. die Sortimentsgruppen Bekleidung / Wäsche und Schuhe.

Kaufkraftpotenzial
64 Mio. €

⁹ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt (ohne die Ausgabenteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden). Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.



Abb. 18 : Tabelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale

Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2008

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	101,5	Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
		Einwohner:	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet
Einwohner:	11.624			
Warengruppe		in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel		1.994	2.021	23.492
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.		829	836	9.720
Schreibwaren (privat) /Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		194	199	2.308
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		3.016	3.056	35.519
Bekleidung / Wäsche		467	477	5.546
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		111	113	1.313
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen		604	608	7.070
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		143	146	1.694
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		192	196	2.280
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.516	1.540	17.903
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		344	351	4.085
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		129	132	1.529
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation		307	314	3.644
Uhren/Schmuck		52	54	625
Sonstiges (**)		44	45	519
Überwiegend langfristiger Bedarf		876	895	10.401
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt		5.409	5.491	63.824

*(Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.)

** (Sonstiges = Kaufkraft nicht zuzuordnen)

Quelle: BBE Retail Experts 2008, eigene Berechnungen

4.11 Kaufkraftbindungsquoten

Unter Einbeziehung der Befragungsergebnisse sowie der Kaufkraftdaten wurde eine Analyse der Kaufkraftbindungsquoten durchgeführt.

Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der getätigte Umsatz der örtlichen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Nachfragepotenzial) herangezogen werden.

Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse stärker als die Zuflüsse; bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze wurden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d.h. sortimentspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe angepasst werden. Hochgerechnet auf

Umsatz-Kaufkraft-
Relation



den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

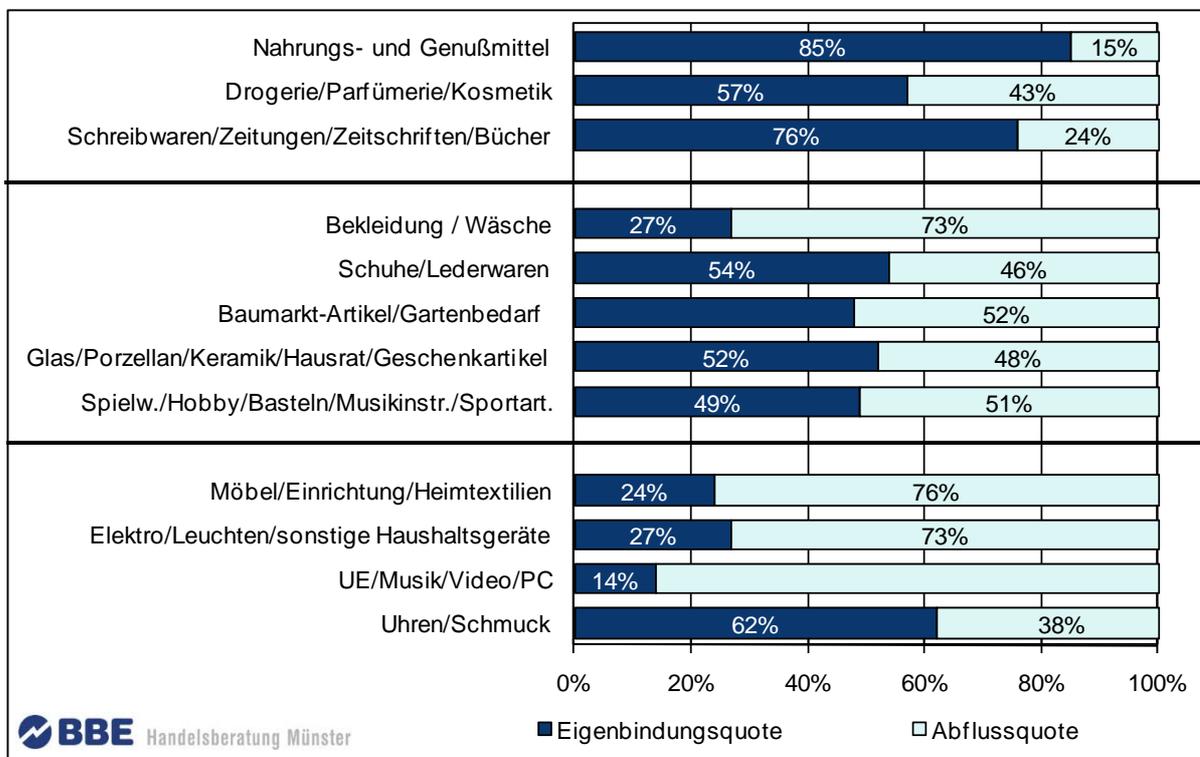
Grundsätzlich weist die Stadt Billerbeck eine hohe bis sehr hohe Kaufkraft(eigen)bindung auf, verglichen mit Erhebungswerten aus anderen Grundzentren.

Hohe Kaufkraftbindung

Ohne Berücksichtigung der Zuflüsse von außerhalb erreicht die Stadt demnach über alle Branchen eine Kaufkraft(eigen)-bindungsquote von rd. 45 %. Anders formuliert: knapp die Hälfte des Umsatzes des örtlichen Einzelhandels stammen aus Billerbeck selbst, im Umkehrschluss resultiert ein erheblicher Anteil des Umsatzes aus Kaufkraftzuflüssen.

Eigenbindung 45 %

Abb. 19 : Kaufkraftbindung und –abflussquoten



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In einer vertiefenden Betrachtung bewegen sich die Eigenbindungswerte für Waren des kurzfristigen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie / Parfümerie / Kosmetik, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher) erwartungsgemäß im Vergleich deutlich höher als im Gesamtschnitt, während vor allem bei den Warengruppen Bekleidung / Wäsche, Möbel / Einrichtung / Heimtextilien, Elektroartikel / Leuchten / sonstige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC ein großer Teil der Billerbecker Kaufkraft an andere Standorte abfließt. Letztere Werte lassen sich vor allem bei Möbeln und Unterhaltungselektronik auf die eher geringe Verkaufsflächenausstattung zurückführen.

Hohe Eigenbindung im kurzfristigen Bereich



Die sonstigen Warengruppen bewegen sich für ein Grundzentrum in einem tendenziell überdurchschnittlichen Rahmen, was auf die gute bis sehr gute Angebotsausstattung zurückzuführen ist.

In der Stadt Billerbeck wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 64 Mio. € realisiert.

Einzelhandelsumsatz
64 Mio. €

Eine Gegenüberstellung der getätigten Umsätze mit den rechnerischen Potenzialen der Kaufkraft ergibt die so genannten Umsatz-Kaufkraft-Relationen und somit den prozentualen Wert, mit der ein Sortiment am Standort derzeit gebunden wird.

Die Ausstrahlungskraft des Billerbecker Einzelhandels wird durch die Umsatz-Kaufkraft-Relation von 97 % abgebildet.

97 % Umsatz-Kaufkraft-
Relation

Die Abbildung 18 zeigt, dass die Gesamtbindungsquote von 97 % erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen überdeckt. So ergibt sich mit 217 % der höchste Wert in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren, gefolgt von Uhren / Schmuck (163 %) sowie Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel (161 %). Einen Zentralitätswert von über 100 % wird ebenfalls in den Warengruppen Bekleidung / Wäsche (155 %) sowie Baumarkt-Artikel / Gartenbedarf / Blumen (143 %) erreicht. Der niedrigste Wert mit 16 % besteht bei Unterhaltungselektronik.

Höchster Wert bei
Schuhen/Lederwaren

Abb. 20 : Tabelle Umsatz-Kaufkraft-Relationen

Umsatz und Bindungsquoten 2008 Warengruppe	Erzielte Umsätze	Umsatz-Kaufkraft- Relation
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genußmittel	20.823	89%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitäsart.	8.095	83%
Schreibwaren (privat) / Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.813	79%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	30.732	87%
Bekleidung / Wäsche	8.602	155%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.850	217%
Baumarkt-Artikel i.e.S. (*) und Gartenbedarf / Blumen	10.100	143%
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	2.724	161%
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	2.430	107%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	26.706	149%
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	2.100	51%
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	722	47%
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	580	16%
Uhren/Schmuck	1.016	163%
Sonstiges (**)	2.033	
Überwiegend langfristiger Bedarf	6.452	37%
Gesamter Einzelhandelsumsatz	63.889	97%

*(Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.)

** (Sonstiges = Betriebe nicht zuzuordnen)

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen



Angesichts dieser Ergebnisse ist die Versorgungssituation wie folgt zu bewerten:

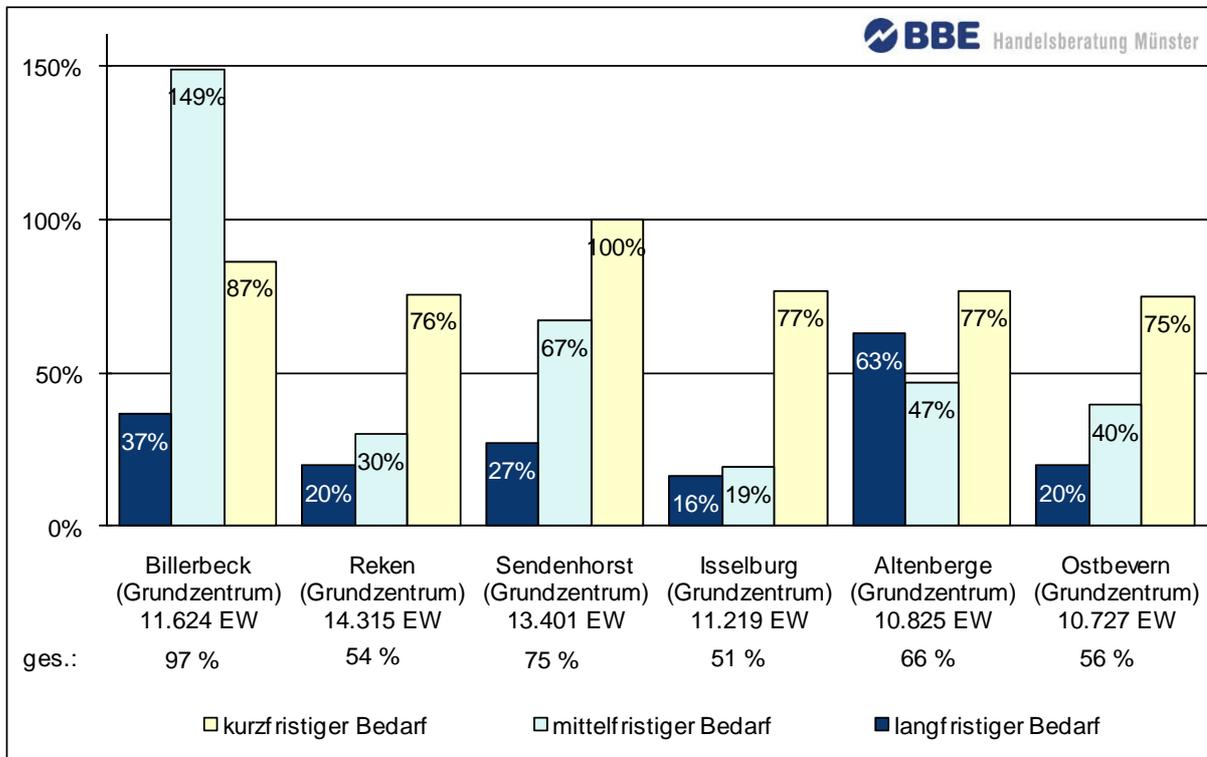
Die Versorgung der Bevölkerung ist insgesamt als gut bis sehr gut anzusehen. Größere Versorgungsdefizite sind mit Ausnahme von Möbeln und Unterhaltungselektronik nicht festzustellen. Allerdings muss hierzu kritisch angemerkt werden, dass sich innerhalb dieser Branchen eine wirtschaftliche Tragfähigkeit erst ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße und somit auch einer entsprechenden Größe des wirtschaftlichen Einzugsgebietes erreichen lässt.

Gute bis sehr gute Versorgung

Die hohen Umsatz-Kaufkraft-Relationen bedeuten in der planerischen Konsequenz, dass mögliche Ansiedlungspotenziale auf städtebaulich gewünschte Standorte zu lenken bzw. zur Bestandsicherung bestehender Betriebsstätten genutzt werden sollten.

Der interkommunale Vergleich mit anderen Grundzentren macht deutlich, dass sich die derzeitige Bindungsfähigkeit der Stadt im oberen Bereich vergleichbarer Standorte bewegt und die Leistungsfähigkeit des Billerbecker Einzelhandels sich in der Gesamtbetrachtung als sehr gut darstellt.

Abb. 21 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen



4.12 Ergebnisse der Befragungen

Wichtiger Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist die Ermittlung eines aktuellen Meinungsbildes zum Einkaufsstandort Billerbeck. Hier sind neben Daten zur Einkaufsorientierung auch Bewertungen erfragt worden.

Wesentlicher Gegenstand der telefonisch durchgeführten Haushaltsbefragung war die Erfassung der aktuellen Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Billerbeck, um u. a. die Neigung der Bevölkerung zum Einkauf in Billerbeck oder an anderen Wettbewerbsstandorten näher zu untersuchen.

Haushaltsbefragungen

Festzustellen ist, dass die Billerbecker Bürger insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente (vor allem Nahrungs- und Genussmittel) zum überwiegenden Teil in Billerbeck einkaufen. Die Wahl des Einkaufsortes fällt somit eindeutig auf den eigenen Wohnort.

Starke Orientierung auf den Wohnort im kurzfristigen Bereich

Vergleichbares gilt auch für Drogerie / Parfümerie / Kosmetik sowie Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher.

Eine vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung weist zudem die Warengruppe Uhren / Schmuck auf.

Auch bei den Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Baumarkt-Artikel / Gartenbedarf, Glas, Porzellan / Keramik / Hausrat / Geschenkartikel sowie Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente / Sportartikel sind für ein Grundzentrum entsprechend der vergleichsweise attraktiven Angebotsstrukturen überdurchschnittliche Einkaufsorientierungen auf den Standort Billerbeck festzustellen.

Für die weiteren Sortimente Bekleidung / Wäsche, Möbel / Einrichtung / Heimtextilien, Elektroartikel / Leuchten / sonstige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC ist ein deutlich geringeres Niveau zu verzeichnen. Trotz des guten Angebotes bei Bekleidung spielt sicherlich die Angebotsvielfalt der Wettbewerbsstandorte eine erhebliche Rolle.

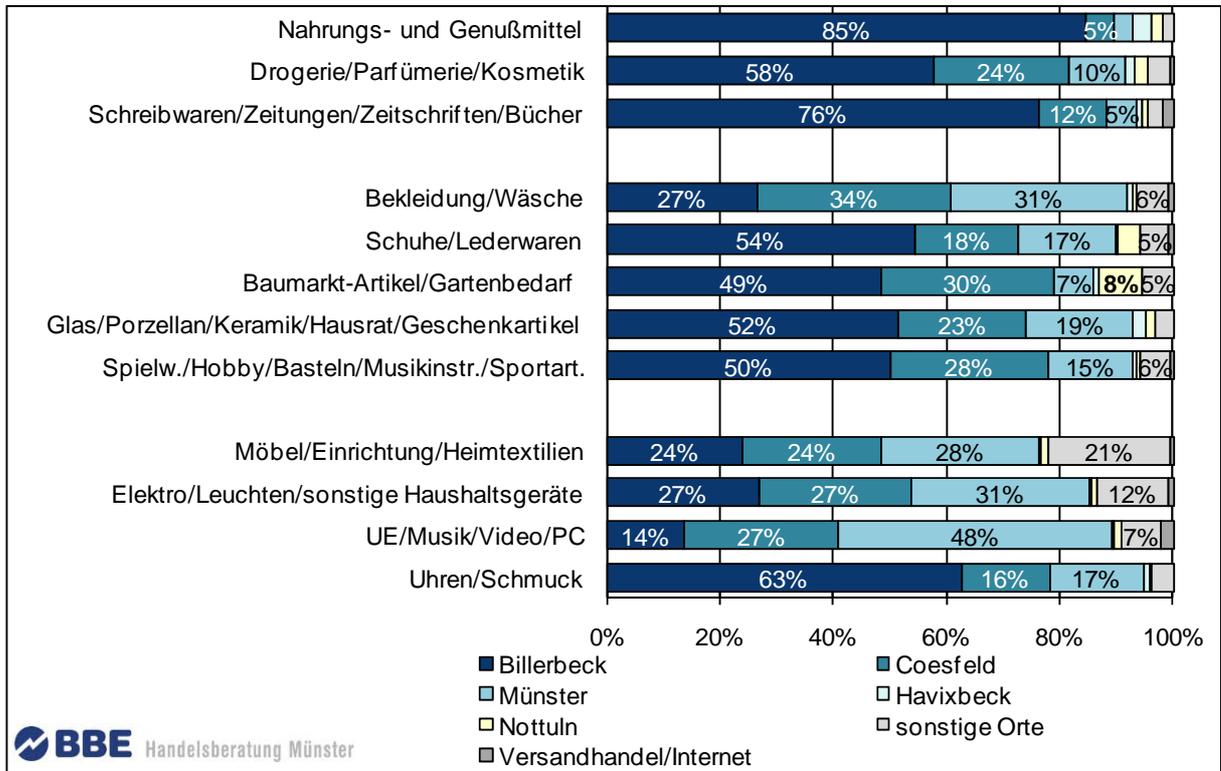
Insgesamt wird über alle Warengruppen deutlich, dass die Wettbewerbszentren Coesfeld und Münster in der Einkaufsorientierung der Billerbecker eine hohe Bedeutung einnehmen.

Wesentliche Wettbewerbsbeziehungen nach Münster und Coesfeld

Tendenzen in der Wahl für einen anderen Standort außerhalb Billerbecks liegen in erster Linie in Angebotsformen begründet, die es derzeit in Billerbeck nicht gibt.



Abb. 22 : Bevorzugte Einkaufsorte nach Sortimenten



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Neben der Einkaufsorientierung wurde zur Beurteilung des Einzelhandelsstandortes im Rahmen der Telefonbefragung den Befragten eine Reihe von Kriterien genannt, für die auf Basis von Schulnoten Werte zwischen „1 – sehr gut“ und „5 – mangelhaft“ zu vergeben waren.

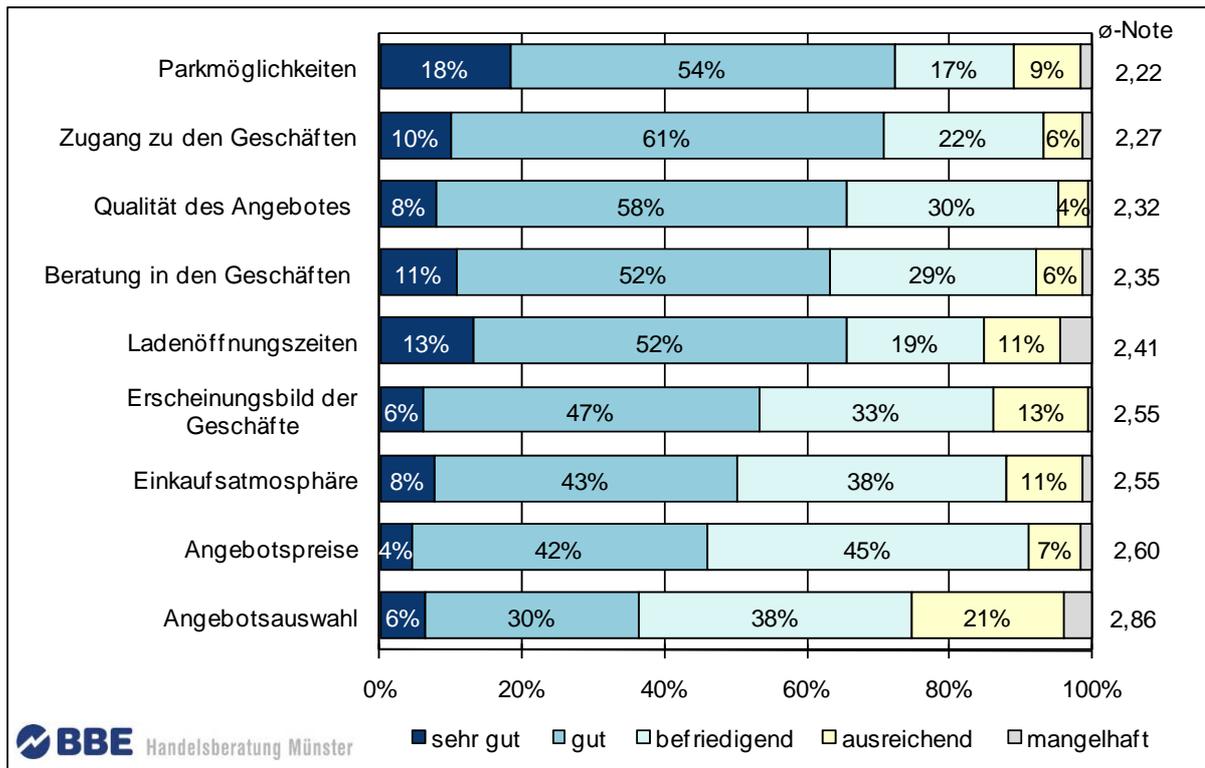
Bewertung des Einzelhandelsstandortes durch die Bürger

Erfreulicherweise zeigt sich, dass es keine auffällig negativen Bewertungen gibt. Der weitaus größte Teil der abgefragten Kriterien wird mit Noten zwischen „gut“ und „befriedigend“ bewertet. Das trifft insbesondere auch auf die bei derartigen Befragungen üblicherweise kritisch bewerteten Themen „Parkmöglichkeiten“ und „Öffnungszeiten“.

Besonders positiv werden neben den Parkmöglichkeiten die Aspekte „Zugang zu den Geschäften“ und „Qualität des Angebotes“ beurteilt.



Abb. 23 : Beurteilung der Innenstadt durch die Bürger



Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

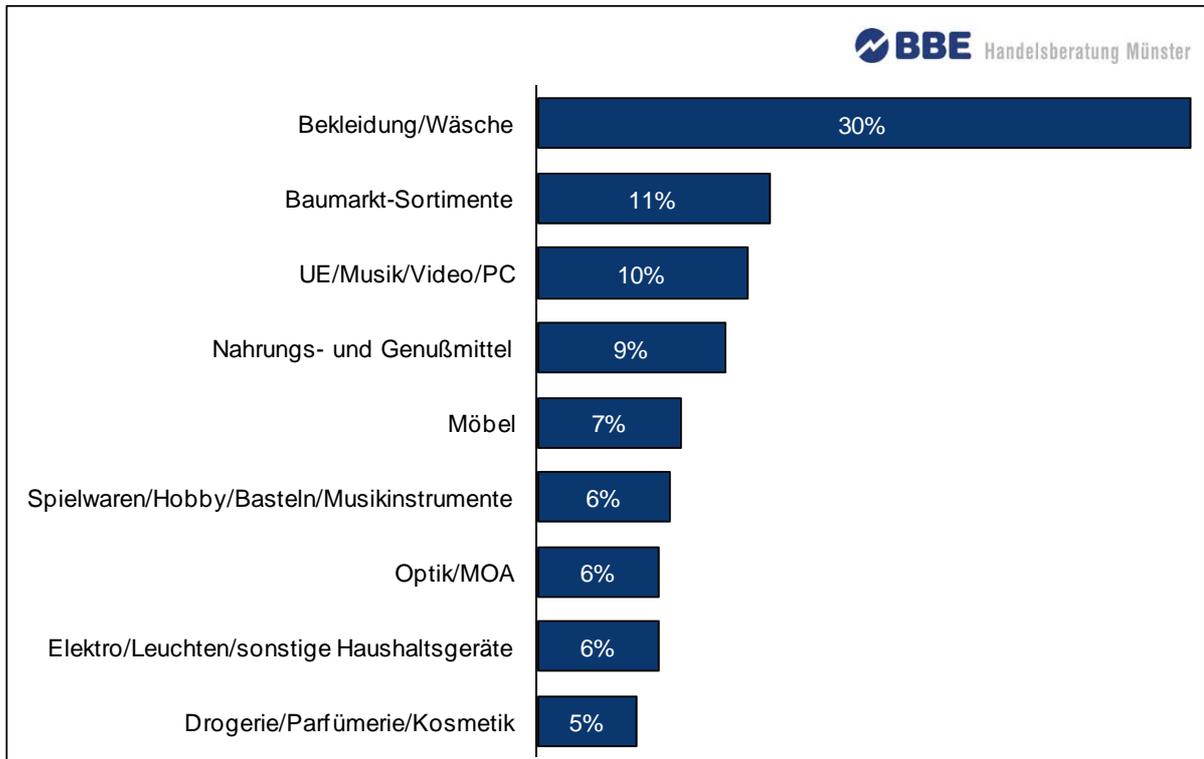
Darüber hinaus wurde die Frage gestellt, welche Angebote in Billerbeck vermisst werden. Hieraus können Anhaltspunkte abgeleitet werden, in welchem Bereich auf Stadtebene derzeit tendenziell Angebotsdefizite zu verzeichnen sind.

Demnach sind etwas mehr als die Hälfte der Befragten (52 %) der Ansicht, dass etwas im Angebot fehlt. Die sonstigen Befragten gaben an, es fehle ihrer Ansicht nach nichts.

Bei den Angaben lässt sich feststellen, dass am häufigsten die Warengruppe Bekleidung (30 %) genannt wurde, gefolgt von Baumarkt-Sortimenten (11 %). Darüber hinaus werden Angebote bei Unterhaltungselektronik (10 %) sowie Nahrungs- und Genussmitteln (9 %) vermisst.

Insbesondere Bekleidung und Baumarktartikel vermisst

Der Bereich Bekleidung wird erfahrungsgemäß sehr häufig genannt, wenn es um Angebotsdefizite geht. Auch in Billerbeck lässt sich aus den Antworten schließen, dass vor allem die überregional bedeutsamen Filialisten fehlen, wobei diese in kleineren Städten und Gemeinden an die Grenzen wirtschaftlicher Tragfähigkeiten stoßen.

Abb. 24 : Vermisste Angebote in Billerbeck

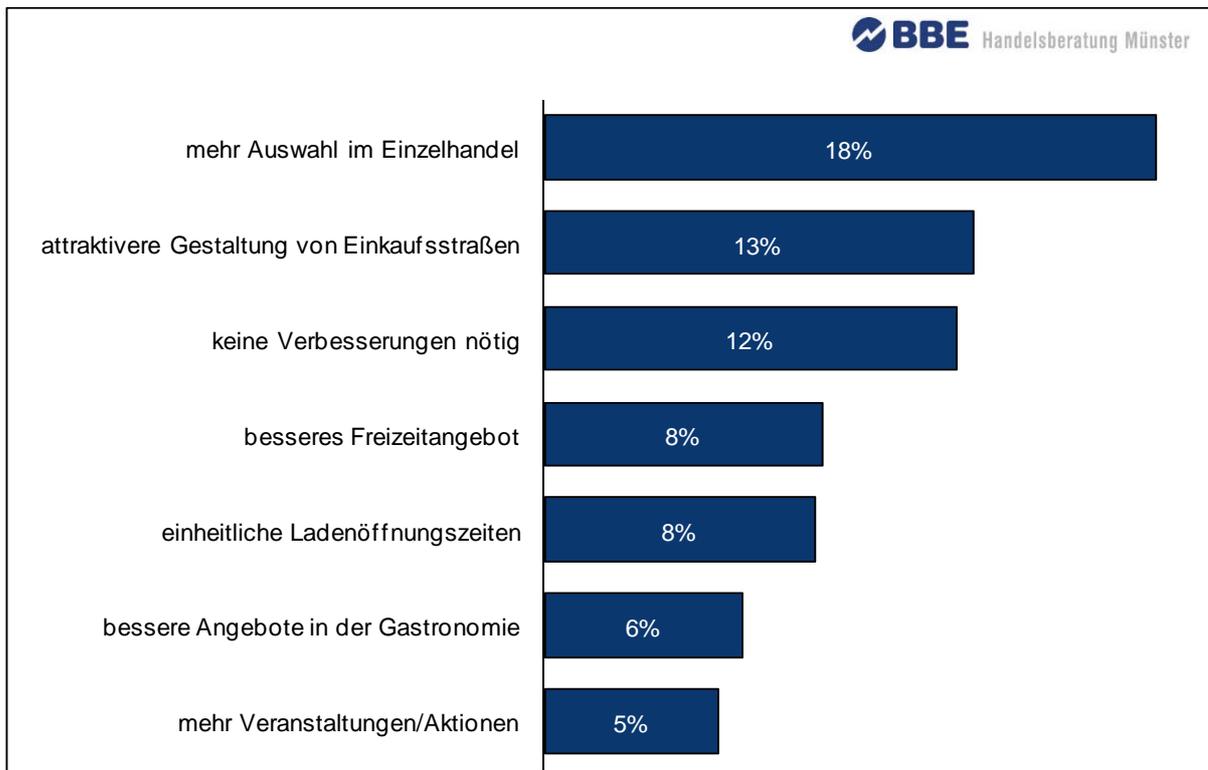
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

In einer weiteren Frage wurden die Teilnehmer der Telefonbefragung zu möglichen Anregungen zur Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes befragt.

Für nicht verbesserungswürdig befanden immerhin 12 % der Befragten ihren Einzelhandelsstandort.

„Mehr Auswahl im Einzelhandel“ wird an erster Stelle genannt (18 %), gefolgt von einer „Attraktiveren Gestaltung der Einkaufsstraßen“ (13 %).

Insbesondere mehr
Auswahl gewünscht

Abb. 25 : Anregungen zur Entwicklung des Einzelhandelsstandortes


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Im Rahmen der Händlerbefragung wurden zur Haushaltsbefragung weitgehend analoge Inhalte gewählt, ergänzt um weitere Fragen zum Stimmungsbild in den Unternehmen. Letztendlich können somit die Meinungsbilder der befragten Unternehmer und Haushalte miteinander verglichen werden.

Die befragten Unternehmen zeichnen ein leicht kritisches Bild des Einkaufsortes Billerbeck als die Befragten aus den Haushalten. Bemängelt werden grundsätzlich Angebotsauswahl und uneinheitliche Ladenöffnungszeiten.

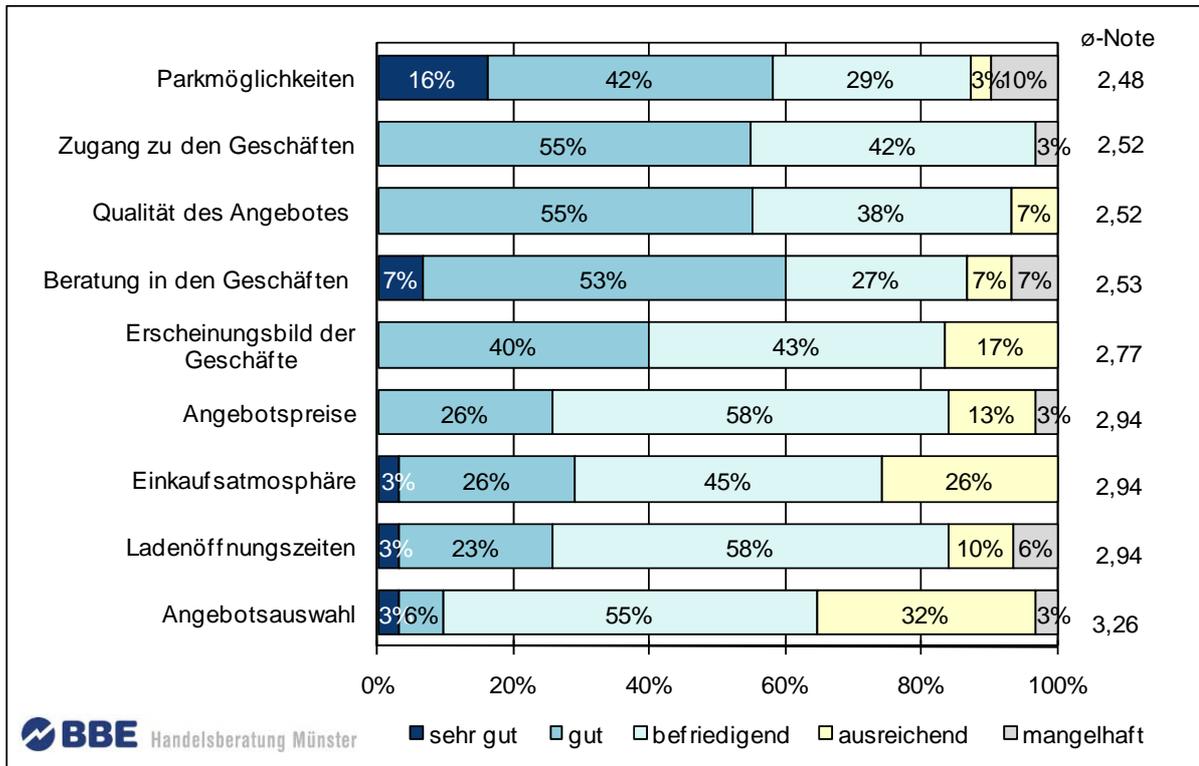
Relativ gute Noten verteilen die Unternehmen für den Zugang zu den Geschäften sowie die Parkmöglichkeiten. Letzteres ist insofern bemerkenswert, als diese bei vergleichbaren Befragungen üblicherweise äußerst kritisch gesehen und vielfach als Hauptursache für eine nicht zufriedenstellende Umsatzentwicklung verantwortlich gemacht werden.

Analog Händlerbefragung

Insgesamt gute Beurteilung auch durch die Händlerschaft



Abb. 26 : Innenstadtbeurteilung aus Händlersicht

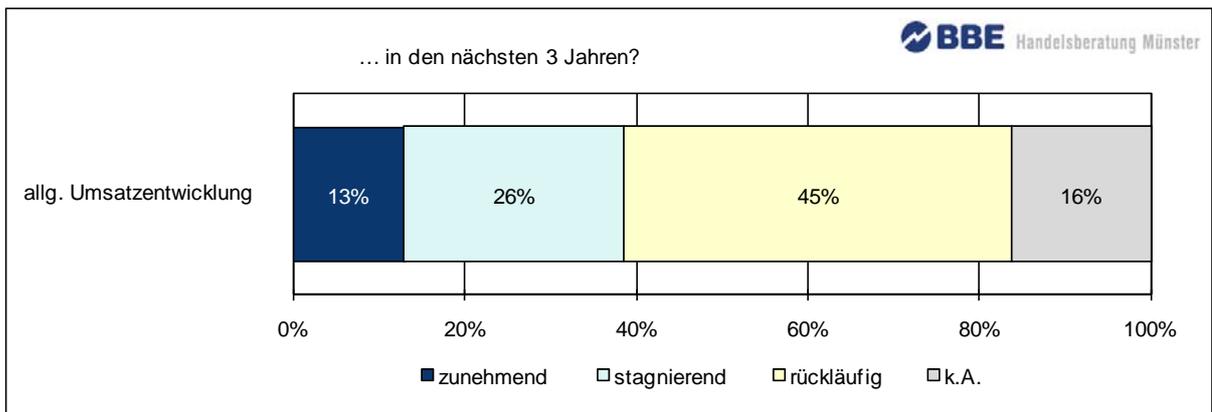


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Der Standort Billerbeck wird sich nach Einschätzung der Mehrheit der Unternehmer in den nächsten drei Jahren stagnierend bis negativ entwickeln, nur vereinzelt wird eine Verbesserung erwartet.

Überwiegend negative Umsatzentwicklung erwartet

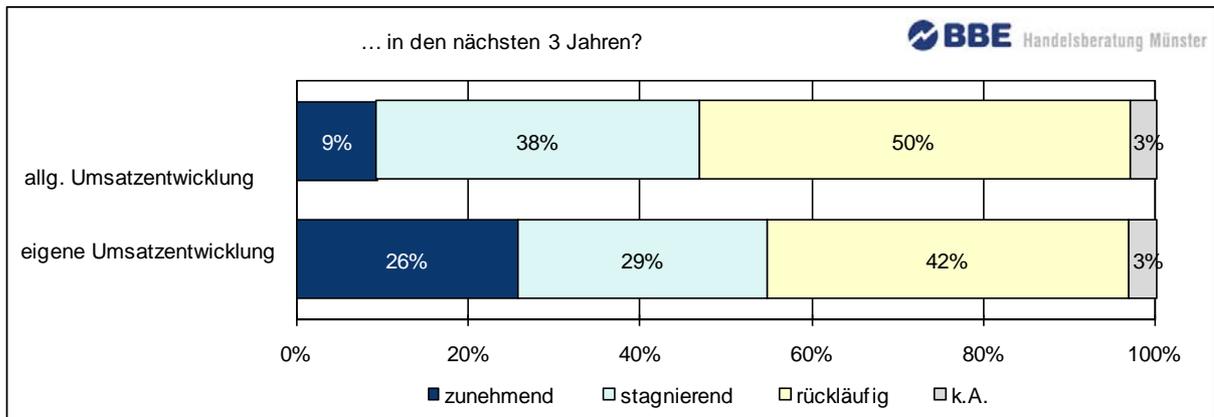
Abb. 27 : Erwartete Umsatzentwicklung aus Händlersicht



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Ein ähnliches Bild liefert auch der Blick auf die jüngere Entwicklung.

Abb. 28 : Umsatzentwicklung der letzten Jahre



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Von den 32 beteiligten Unternehmen beabsichtigen zwei Betriebe, am derzeitigen Standort ihre Verkaufsfläche auszuweiten.

Eine Modernisierung wird von fünf Betrieben geplant, von weiteren acht unter Umständen als möglich erachtet.

Modernisierungs-
absichten

Ein Betrieb beabsichtigt eine Verlagerung, ohne sich jedoch dazu konkret zu äußern. In keinem Fall ist die Aufgabe des Betriebes geplant.

Die konkret geäußerten Absichten hinsichtlich einer Veränderung des Personalstandes würden zu maximal 10 Neueinstellungen führen. Entlassungen sind nicht beabsichtigt.

Eine weitere Fragestellung beschäftigt sich einer Bewertung zum konkreten Standortumfeld der jeweiligen Betriebsstätte anhand verschiedener Kriterien. Auch hier wurden – wie zuvor – Schulnoten im Einzelnen vergeben:

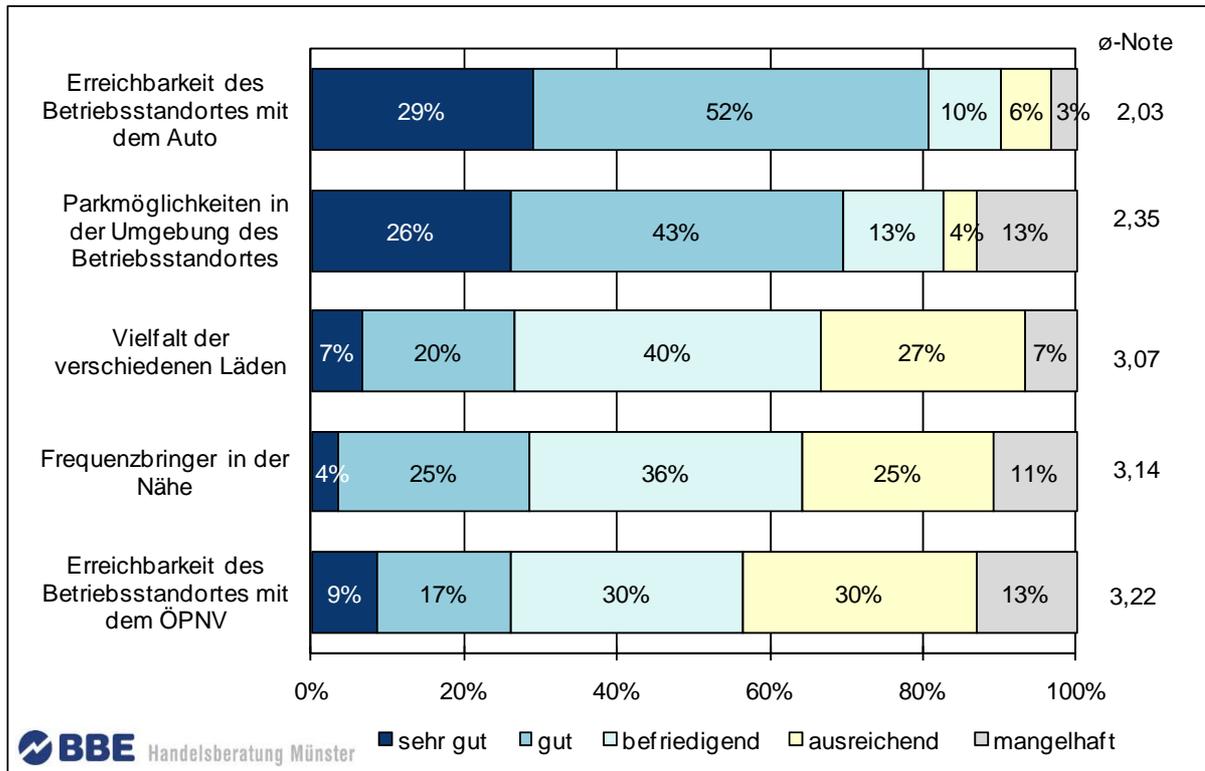
Entgegen den Erfahrungswerten aus anderen Befragungen wird auch hierbei das Thema motorisierter Individual-Verkehr besonders positiv beurteilt. Sowohl die Erreichbarkeit des Standortes als auch die Parkmöglichkeiten im Umfeld werden als sehr positiv bewertet.

Positiv: Erreichbarkeit

Kritisch betrachtet werden demgegenüber vor allem die Anbindung des ÖPNV bzw. die fehlende Nähe zu Frequenzbringern.



Abb. 29 : Beurteilung des Standortumfeldes



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

4.13 Fazit

Der Einzelhandelsstandort Billerbeck weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden:

- eine für ein Grundzentrum gute bis sehr gute quantitative Versorgungssituation in nahezu allen Warengruppen
- teilweise ortstypische und somit unverwechselbare Anbieter
- ein attraktiver und räumlich kompakter Angebotsmix aus innenstadt-relevanten Nutzungen wie Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen
- eine gute Erreichbarkeit sowie Stellplatzsituation
- ein städtebaulich attraktives Umfeld
- hohe Verweilqualitäten in der Innenstadt

Stärken

Diese Stärken gilt es, zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln.



Neben den obigen Stärken gibt es aber auch Schwächen. Es sind dies:

- fehlende größere zusammenhängende Flächenpotenziale in der Haupteinkaufslage
- die räumliche Lage wichtiger Magnetbetriebe (BRUNS, KENTRUP, MOUBIS) außerhalb der eigentlichen Laufwege

Schwächen

Ziel des Konzeptes muss es sein, die Rahmenbedingungen für eine angepasste Weiterentwicklung des Einzelhandels in Billerbeck zu formulieren, um somit allen Beteiligten wie Kaufmannschaft, Rat, Verwaltung und Investoren nachvollziehbare und verlässliche Entscheidungsgrundlagen an die Hand zu geben.



5 Standort- und Sortimentskonzept

Die konzeptionellen Empfehlungen basieren auf den Untersuchungen und Analysen der beauftragten Gutachter und wurden u. a. gemeinsam mit den Mitgliedern des Projekt begleitenden Arbeitskreises erörtert und weiterentwickelt.

Abstimmung mit
Arbeitskreis

5.1 Planerische Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen ist in Deutschland nicht allein den Marktkräften unterworfen. Vielmehr besteht ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung städtebaulicher Ziele, die sich allein durch das freie Spiel von Angebot und Nachfrage vermutlich nicht durchsetzen ließen.

Der Erhalt sowie die Förderung von Zentren sowie sonstigen gewachsenen Strukturen sind von öffentlichem und privatem Interesse, was nicht nur durch die Städtebauförderung der öffentlichen Hand, sondern auch durch zahlreiche privatwirtschaftlich gestützte Initiativen dokumentiert wird.

Förderung von Zentren

Eingriffe in den Markt werden grundsätzlich legitimiert mit dem Ziel der Sicherung und Entwicklung funktionsfähiger Zentren und der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs.

Städtebauliche Begründung
für Steuerung

5.1.1 Zentrenkonzept

Die Situationsanalyse bildet die Grundlage für das zukünftige Zentrenkonzept der Stadt Billerbeck. Dabei werden die Versorgungsschwerpunkte in Billerbeck in ein hierarchisches Zentrenmodell integriert, das im Sinne einer „Arbeitsteilung“ und Vermeidung städtebaulich nicht gewünschten Wettbewerbs den verschiedenen Einzelhandelsstandorten im Billerbecker Stadtgebiet räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zuweist.

Räumlich-funktionale
Arbeitsteilung

Als Grundkonzept dient eine Zentrenhierarchie, bestehend aus dem Hauptzentrum im Sinne eines Zentralen Versorgungsbereiches, möglichen zukünftigen Nahversorgungsstandorten sowie Sonder- oder Fachmarktstandorten als wesentliche Versorgungsstandorte.

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung eines Einzelhandelsstandortes im Rahmen einer Zentrenhierarchie ist die vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte bzw. -mischung. Hierbei sind u. a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwer-

Kriterien zur Festlegung
des Zentralen Versorgungsbereiches



punkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt zur Einstufung sind zudem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Billerbeck. Dazu zählt beispielsweise insbesondere die Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven des Zentralen Versorgungsbereiches.

Ausgehend von diesen Bewertungskriterien lassen sich die Einzelhandelsstandorte mit wesentlicher Versorgungsfunktion folgendermaßen idealtypisch definieren:

Der bedeutendste Typ der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Billerbeck ist der Ortskern, in dem sich verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren.

Angebotsschwerpunkt ist die Nahversorgung, ergänzt um weitere mittel- und langfristige Warengruppen.

Bezogen auf die städtebauliche Integration befindet sich das Zentrum innerhalb des Wohnsiedlungsbereiches, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung.

Nahversorgungsstandorte zeichnen sich durch größere Lebensmittelbetriebe im Voll- und / oder Discountsortiment, ergänzt in der Regel um kleinteilige Ladenhandwerker und / oder Dienstleistungen (häufig in der Vorkassenzone), aus.

Strukturell sind sie aufgrund fehlender Angebotsdichte und –vielfalt nicht als Zentrale Versorgungsbereiche, sondern als solitäre Versorgungsstandorte einzuordnen.

Ihnen obliegt die Nahversorgungsfunktion insbesondere für Wohngebiete innerhalb eines (möglichst barrierefrei angebundenen) fußläufigen Einzugsbereiches.

Neben den räumlichen Schwerpunkten der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten werden im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimente untereinander auch Standorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarktstandorte.

Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei feh-

Entwicklungs-
perspektiven

Hauptzentrum¹⁰

Nahversorgungs-
standorte¹¹

Sonder- und Fachmarkt-
standorte

¹⁰ Hauptzentren = Zentrale Versorgungsbereiche: zu schützende und zu entwickelnde Bereiche u.a. im Sinne § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24a LEPro

¹¹ zu schützende und zu entwickelnde Standorte im Sinne § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24a LEPro



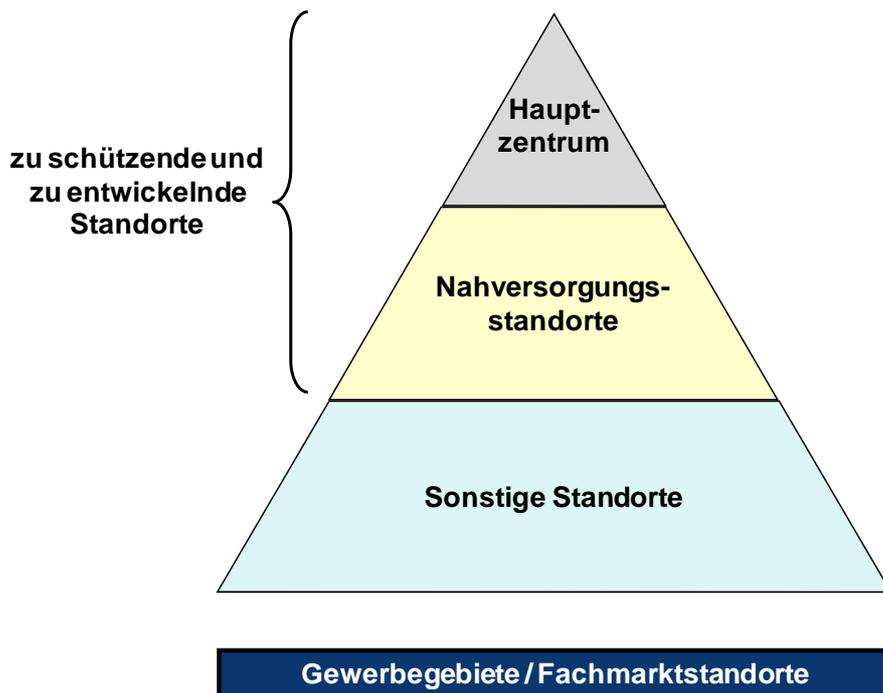
lender Dichte und Mischung mit anderen ortskernrelevanten Nutzungen charakterisieren.

Prägend darüber hinaus ist ihre städtebaulich nicht integrierte Lage, oftmals in Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen.

Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen für die Stadt Billerbeck nachfolgende Zentrenhierarchie:

Zentrenhierarchie

Abb. 30 : Zentrenhierarchie



Quelle: eigene Darstellung

5.1.2 Zentraler Versorgungsbereich

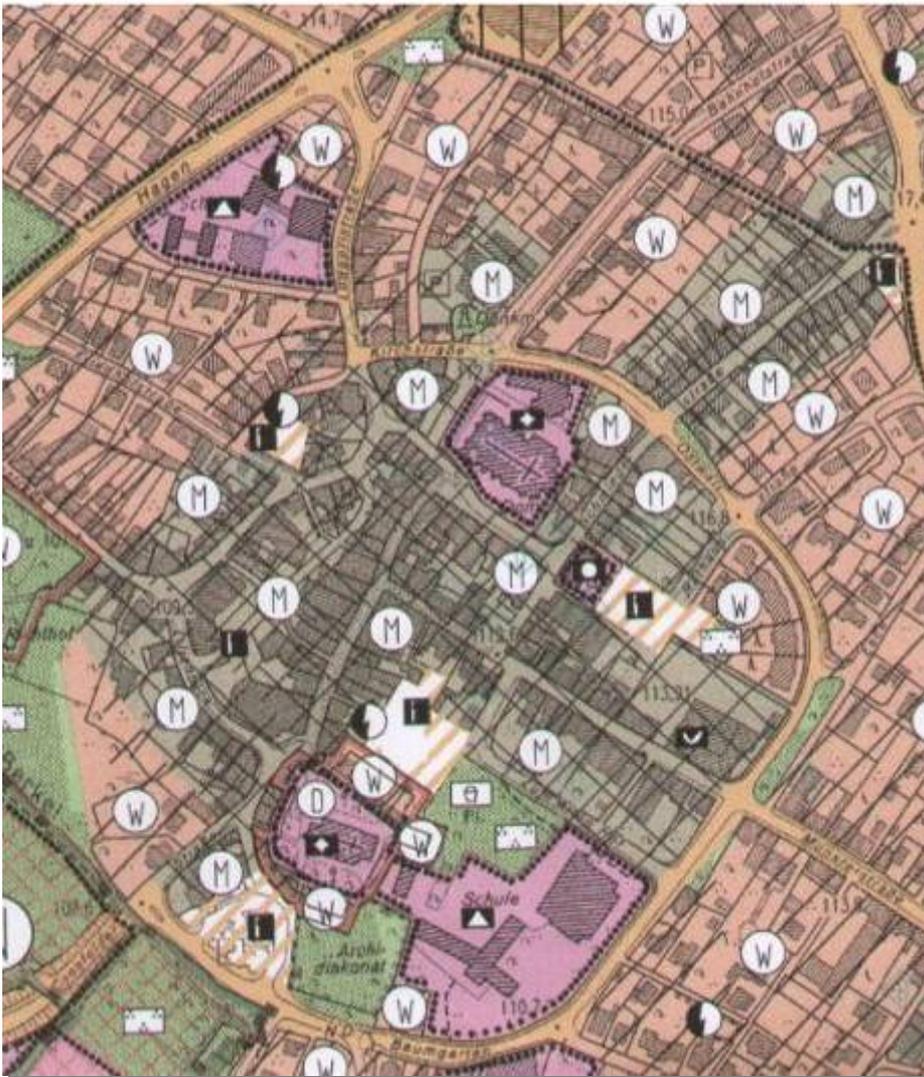
Der Zentrale Versorgungsbereich stellt den zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereich insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Zentrengefüge dar.¹²

Dabei können sich Zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen

¹² Vgl. gesetzliche Grundlagen ebenda

raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen Verhältnissen.¹³

Abb. 31 : Darstellung im FNP



Quelle: Flächennutzungsplan der Stadt Billerbeck

Die Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Billerbeck, den Ergebnissen der Situationsanalyse sowie der Zentrenkonzeption, in welcher der zu entwickelnde Zentrale Versorgungsbereich als Hauptzentrum planerisch festgelegt wird.

Festlegung durch
die Stadt

Darüber hinaus sind die landesplanerischen Zielvorgaben zu beachten. Danach zeichnet sich ein Zentraler Versorgungsbereich aus durch:

Vorgaben LEPro

¹³ Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250



- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Als weitere relevante Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches lassen sich anführen:

Weitere Kriterien

- Barrieren und Zäsuren, z.B. Verkehrsstraßen und Bahngleise
- Funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheiten
- Vorhandensein von Magnet- bzw. strukturprägenden Betrieben

Die wesentlichen Kriterien zur Festlegung eines ZVB können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden.

Abb. 32 : Kriterien zur Festlegung eines ZVB

Kriterien	Hauptzentrum
Versorgungsfunktion	gesamtes Stadtgebiet
Einzugsbereich	gesamtes Stadtgebiet
Dichte von Einzelhandelsbetrieben	Angebote für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf
Dichte von Dienstleistern	ergänzendes Angebot an Dienstleistern und Gastronomie
Wohnfunktion	baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen
Anbindung an den ÖPNV	Haltestellen des ÖPNV-Netz
Lage innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches lt. Regionalplan	Haupteinkaufslage innerhalb von Wohngebieten

Quelle: eigene Darstellung¹⁴

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Stadt Billerbeck wird als Zentraler Versorgungsbereich der Versorgungsschwerpunkt Ortskern eingestuft.

ZVB Billerbeck

¹⁴ Anmerkung: die grau hinterlegten Kriterien ergeben sich aus den rechtlichen Vorgaben des § 24 a LEPro



Nähere Ausführungen zur parzellenscharfen Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche sowie zu allen weiteren relevanten Standorten als Bestandteile der Zentrenhierarchie werden in separaten Kapiteln erläutert.

5.1.3 Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept sowie der Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches stellt die Billerbecker Sortimentsliste ein weiteres unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (z.B. „Kölner Liste“).

Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme einer derartigen Liste ist nicht zulässig. Hierzu gab es in der Vergangenheit eine Vielzahl von Urteilen seitens der Verwaltungsgerichte.

Beispielsweise urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster im Jahr 2004, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.¹⁵

In dem Urteil wird u.a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz Zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste nach Ansicht des Oberverwaltungsgerichts Münster den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen.

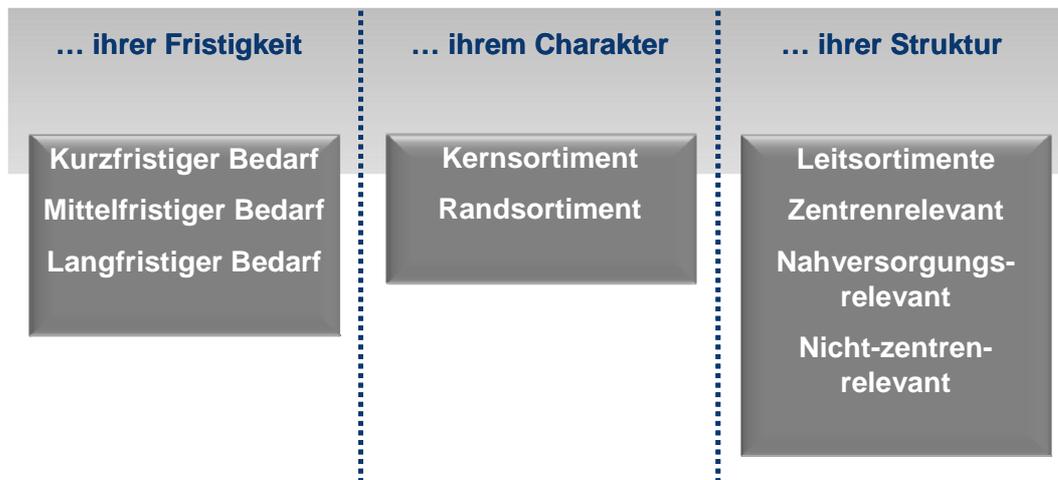
Grundsätzlich lassen sich Sortimente hinsichtlich ihrer Fristigkeit, ihrem Charakter sowie ihrer Relevanz differenzieren.

Notwendigkeit einer
örtlichen Liste

15 OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE



Abb. 33 : Differenzierung der Sortimente nach ...



Quelle: eigene Darstellung

Grundsätzlich empfiehlt sich bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste folgende Vorgehensweise¹⁶:

Vorgehensweise örtliche
Sortimentsliste

- Zunächst sind die Sortimente in den Zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand).
- Diese Sortimente sind dann im Weiteren zu übertragen in die örtliche Sortimentsliste, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.
- Darüber hinaus können auch weitere zentrenrelevante Sortimente in die Liste mit aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive).
- So sind z.B. „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Stadtgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu realisieren.

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen.

Entscheidend ist letztendlich in der Abwägung, dass die Liste mit den örtlichen Verhältnissen abgestimmt ist.

Herleitung aufgrund
örtlicher Verhältnisse

Zur grundsätzlichen Einordnung von Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt zunächst eine Definition der zentren- und

¹⁶ U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007



nahversorgungsrelevanten sowie der nicht-zentrenrelevanten Sortimente:

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines Zentralen Versorgungsbereiches prägend und somit für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

- Sie ziehen viele Kunden an.
- Sie besitzen eine hohe Flächenintensität.
- Sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen.
- Sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern wesentliche Frequenzbringer für die weiteren Nutzungen auch in Zentralen Versorgungsbereichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem typischerweise Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen auch die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgern im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche im Grundsatz möglich.

Dem gegenüber sind nicht-zentrenrelevante Sortimente dahingehend zu definieren, als dass sie nur in einem geringen Umfang im Ortskern vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das ortskerntypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die tendenziell eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen Zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Struktur bzw. ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

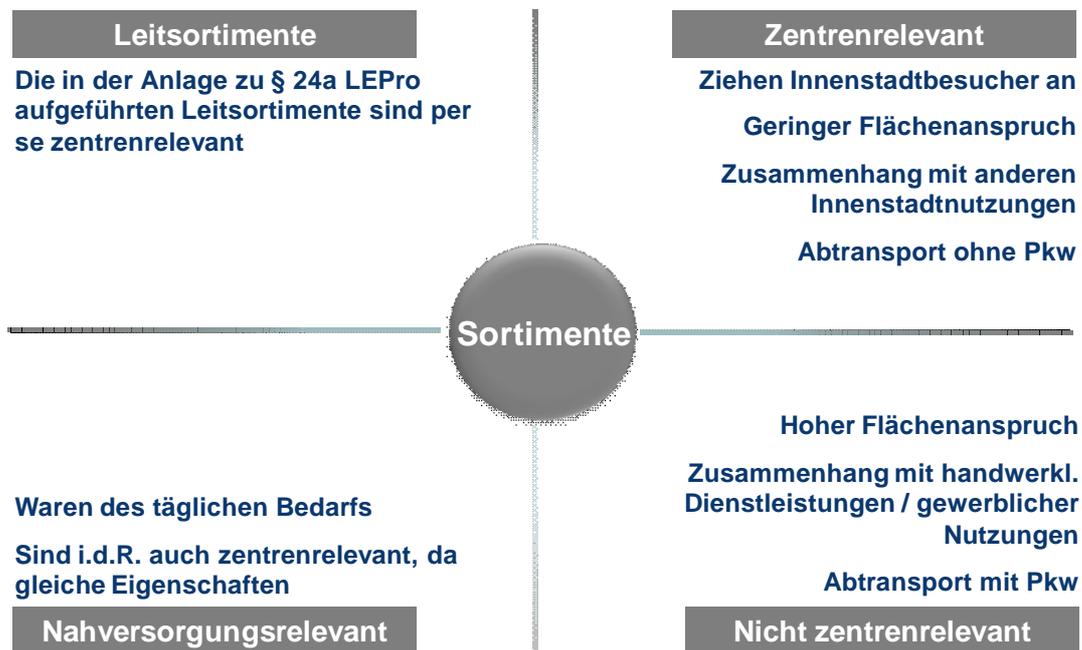
Merkmale zentren-
relevanter Sortimente

Nahversorgungs-
relevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante
Sortimente



Abb. 34 : Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz



Quelle: eigene Darstellung

FAZIT

- Grundlage der räumlichen Steuerung ist ein hierarchisch abgestuftes Zentrenmodell mit dem Zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum) an der Spitze
- Die funktionale Steuerung erfolgt auf Basis der örtlichen Sortimentsliste

5.2 Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Billerbeck**5.2.1 Zielvorgaben und Grundsätze**

Aufbauend auf den planerischen Grundlagen sowie den Ergebnissen der Situationsanalyse wird der Stadt Billerbeck empfohlen, sich hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels an folgenden übergeordneten Zielvorstellungen zu orientieren:

- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums / Zentraler Versorgungsbereich
- standortverträgliche Entwicklung des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an Sonder- / Fachmarktstandorten

Ziele



- Festigung und Erhöhung der Kaufkraftbindung im Stadtgebiet, sowohl in den nahversorgungs- und zentren-, als auch in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Unter Berücksichtigung der obigen Zielvorstellungen empfiehlt die BBE Handelsberatung Münster für die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgende Grundsätze:

- Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden.
- Die bestehenden Entwicklungspotenziale für nahversorgungsrelevante Sortimente sollen mit Priorität dazu genutzt werden, Nahversorgungsstandorte im Zentralen Versorgungsbereich – soweit die standortseitigen Rahmenbedingungen dies erlauben – zu stärken oder weiterzuentwickeln.
- Erweiterungen oder Neuansiedlungen sollen lediglich in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Siedlungsraumes erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind sowie deren Unschädlichkeit für das Zentrum dargelegt werden kann.

Möglichkeiten der Stärkung können sein: die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen bzw. die Verlagerung vorhandener Betriebsstätten in den Zentralen Versorgungsbereich oder in städtebaulich integrierte Standortlagen innerhalb des Siedlungsraumes.

- Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll an Sonder- / Fachmarktstandorten realisiert werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich überall im gesamten Stadtgebiet zulässig. Um dennoch die Zielsetzungen im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ zu erreichen, ist vorgesehen, auch hier eine entsprechende Lenkungswirkung zu erzielen. Als Zielstandorte bieten sich vor allem die bestehenden Gewerbegebiete an.

- Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit einer Produktionsstätte können in Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden.

Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Produkte am Produktionsstandort in Industrie- oder Gewerbegebieten zu verkaufen, sollen derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen zulässig sein.

- Im Einzelfall sind Tankstellen und Kioske in Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig.

Grundsätze

„Handwerkerprivileg“

Ausnahme Convenience Shops



Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsperspektiven zu ermöglichen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig.

Die Umsetzung des empfohlenen Einzelhandelskonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente, denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Billerbeck zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

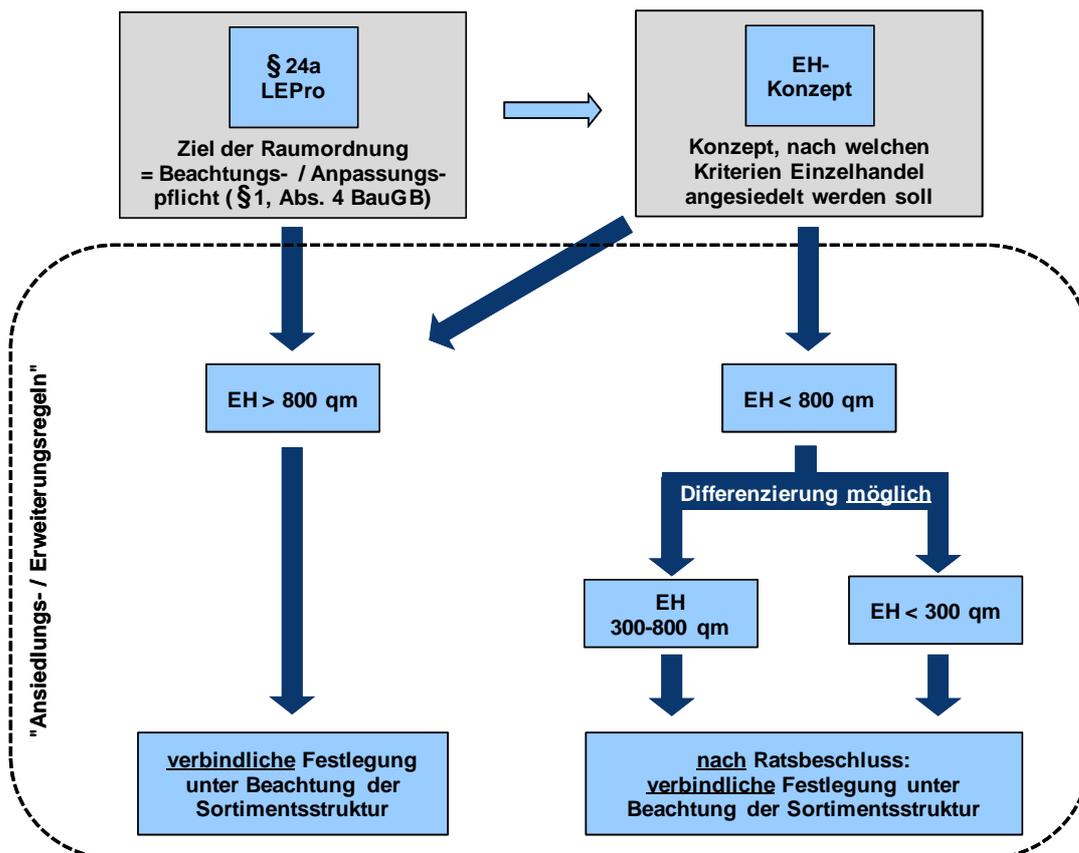
Maßvoller Einsatz planerischer Instrumente

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

Die Grundstruktur der Steuerungsregeln können auch der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Steuerungsregeln

Abb. 35 : Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung



Quelle: eigene Darstellung



5.2.2 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten in zentrenrelevanten Kernsortimenten ist es, diese im Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Konzentration
auf den ZVB

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können ausnahmsweise aber auch an Standorten außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt und erweitert werden, sofern sie sich in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten befinden sowie keine schädlichen Auswirkungen auf das Hauptzentrum haben.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Stadt Billerbeck vom Grundsatz empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte zu treffen.

Ausschlussregelungen
außerhalb städtebaulich
gewünschter Standorte

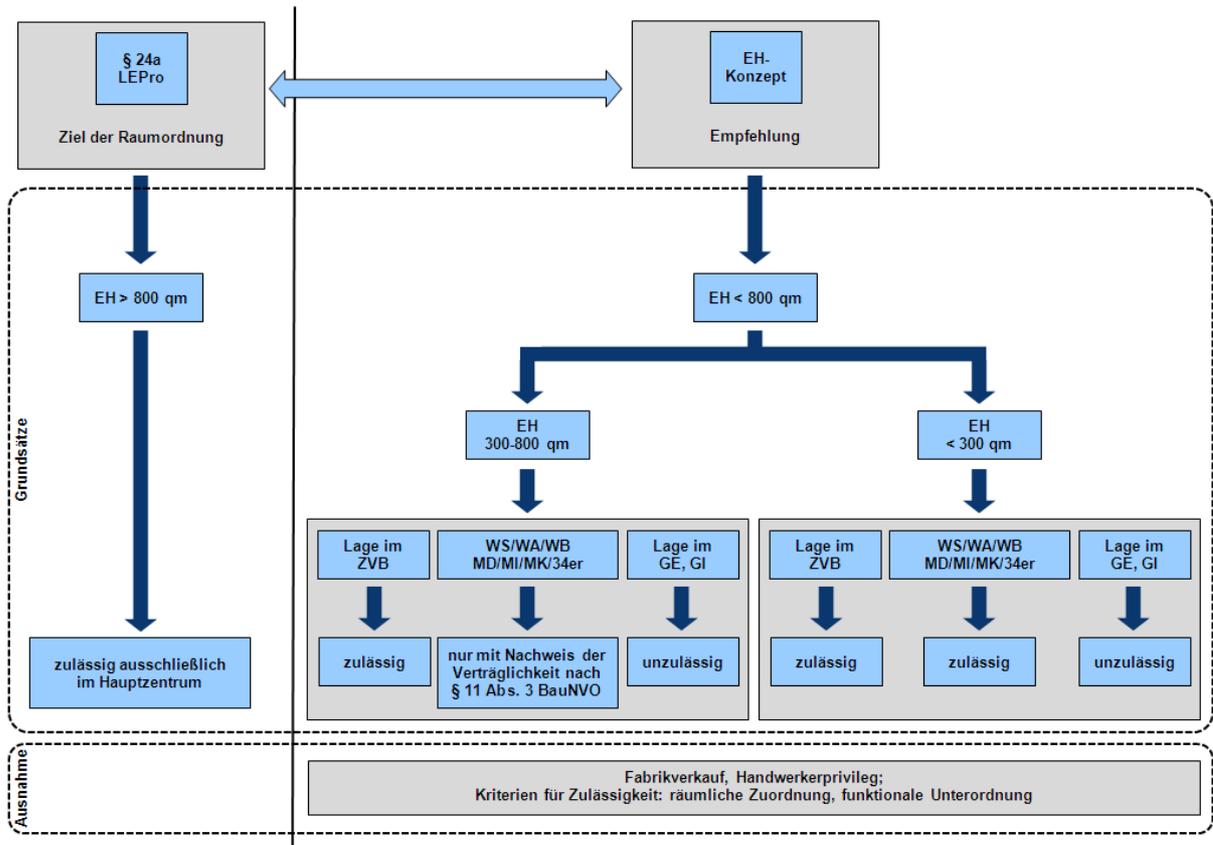
- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb dieser Entwicklungsbereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen. Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine Zentren prägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentren prägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 300 qm Verkaufsfläche zu erwarten.
- Städtebaulich integrierte Ansiedlungen von nahversorgungsrelevanten Betrieben sollen lediglich dort erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite anzutreffen sind.

Ausnahmeregelung
bei städtebaulicher
Verträglichkeit

Die nachfolgenden Prüfschemata zeigen die wesentlichen Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.



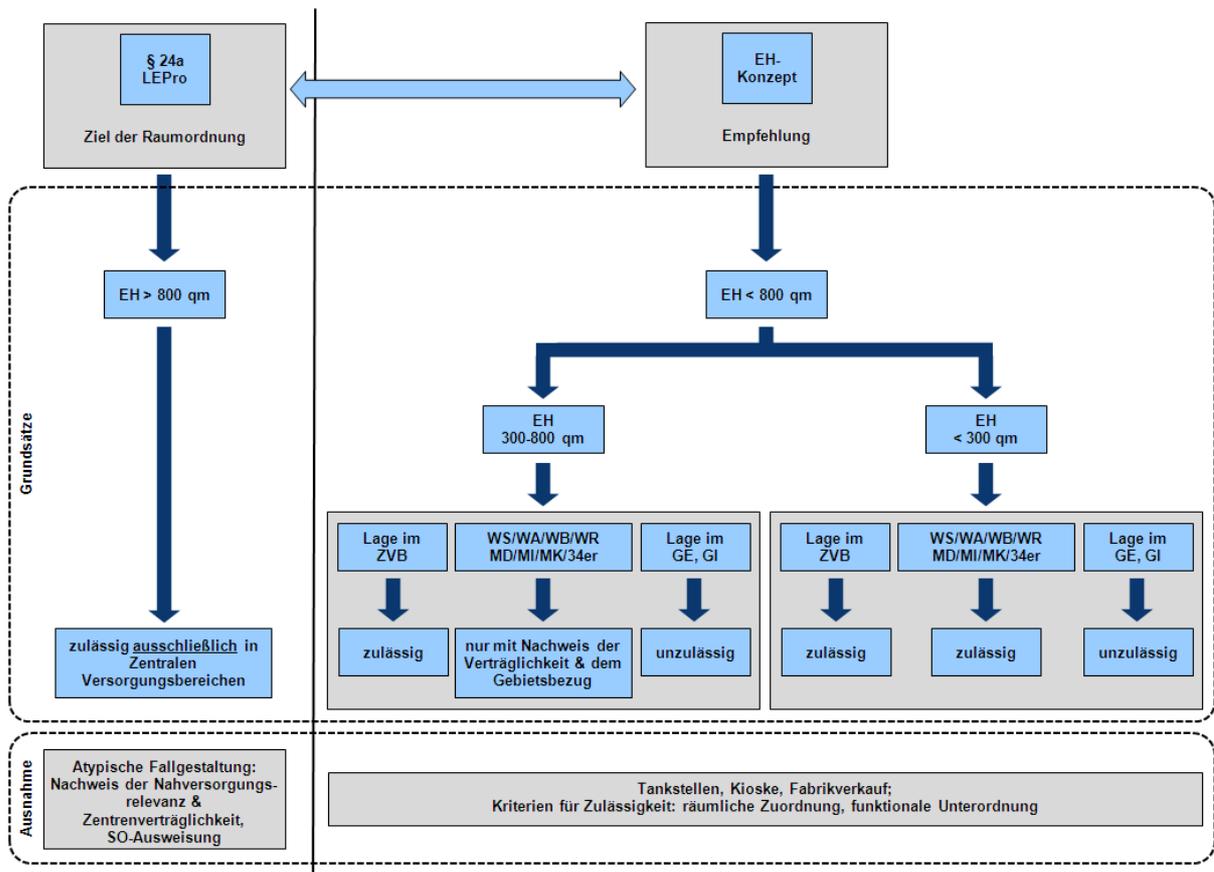
Abb. 36 : Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung



Abb. 37 : Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung

5.2.3 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich.

Insbesondere ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente als Basis dienen.

Auch hier ist darauf zu verweisen, dass keine Beeinträchtigungen schützenswerter Strukturen in den Zentralen Versorgungsbereichen entstehen dürfen. Aus der Erfahrung heraus sind negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche (bzw. maximal 2.500 qm) begrenzt wird. Ferner sollte

Beschränkung der Randsortimente

Bezug zum Hauptsortiment



festgelegt werden, dass die Flächen des Randsortimentes nicht von einem Sortiment belegt werden; vielmehr sollte eine Aufteilung der Randsortimente erfolgen. Darüber hinaus muss ein direkter Bezug der Randsortimente zum Hauptsortiment gegeben sein.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen. Im Falle eines Baumarktes können beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung vorgenommen werden.

Grundsätzlich sind bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben des LEPro zu beachten, die insbesondere für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt Regelungen zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente treffen.

5.2.4 Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Billerbeck nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens bestätigte.¹⁷

In dem vorgenannten Urteil wird u.a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Billerbeck empfohlen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbe- und Industriegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

Hinsichtlich des Sortimentsausschlusses sind weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

¹⁷ Bay VGH (23.05.1985), Az: 83 A 1490



Wie das Bundesverwaltungsgericht klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht.¹⁸

Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen.¹⁹

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen.

Nach dem zitierten Urteil des OVG Münster lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten (GE) nach § 8, Industriegebieten (GI) nach § 9 und in Mischgebieten (MI) nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

Die BBE Handelsberatung Münster schlägt für die Beschränkung des Einzelhandels folgende textliche Festsetzung vor:

Städtebauliche Begründung erforderlich

„Im Geltungsbereich des Bebauungsplans²⁰ sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment nachfolgender Liste entspricht²¹:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren

...

Zeitschriften und Zeitungen

...

Bekleidung

...“

¹⁸ BVerwG (04.10.2001); Az: 4 BN 45.01

¹⁹ OVG Münster (22. 04.2004); Az: 7a D 142/02

²⁰ bzw. der im Bebauungsplan festgesetzten GE- und GI-Flächen, falls dort unterschiedliche Gebietsarten festgesetzt werden

²¹ vgl. örtliche Billerbecker Sortimentsliste



Mit den vorgeschlagenen textlichen Festsetzungen wird die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert, zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen.

Ziel: Sicherung städtebaulich gewünschter Zentren und Strukturen

Als Instrument zur Überplanung der entsprechenden Bereiche bietet sich beispielsweise auch der einfache Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB an.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sollten nur als einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnetes und im Angebotsumfang deutlich untergeordnetes Nebensortiment zulässig sein.

Darüber hinaus sind Ausnahmen für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z.B. Kioske) sowie für Handwerks- und Produktionsbetrieben mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

Ausnahmeregelungen

- Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, auch dann ihre Produkte am Produktionsstandort im Industrie- oder Gewerbegebiet zu vertreiben, können derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen wie Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden.
- Voraussetzung ist allerdings ein funktionaler (Eigenfertigung) und räumlicher (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar) Zusammenhang insofern, als dass das Ladenlokal dem Produktionsbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, die Grenze der Großflächigkeit von maximal 800 qm Verkaufsfläche nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb nach Fläche deutlich untergeordnet ist.
- Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig, sofern ihre Verkaufsfläche eine Größenordnung von 100-150 qm nicht überschreitet. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereich“ nicht weiter tangieren.



5.2.5 Einzelhandel in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es erforderlich werden, auch in Allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Im Allgemeinen Wohngebiet sind grundsätzlich nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filialkette Schlecker), sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen.

Nicht zulässig sind jedoch Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzepts einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht.

Als Beispiel für eine nicht zulässige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-Discountmarktes zu nennen, dem auch bei weniger als 800 qm der Gebietsbezug abzusprechen ist.

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht der Gutachter diejenigen Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zugelassen werden, die aufgrund ihrer Größe und ihres Warensortiments Einzugsbereiche aufweisen, die voraussichtlich deutlich über die Nahbereichsebene hinausgehen. Dies trifft beispielsweise für spezialisierte Fachmärkte für Drogerieartikel, Bekleidung oder Schuhe mit Verkaufsflächengrößen ab 300 qm zu.

Kleinteilige wohnungsnahe Grundversorgung möglich, sofern die Versorgung der im Gebiet Wohnenden dient

FAZIT

- Die Steuerung des großflächigen Handels erfolgt auf planungsrechtlichen Vorgaben des § 24a LEPro sowie des Einzelhandelserlasses NRW
- Weitere Empfehlungen zur Steuerung auch des nicht großflächigen Handels ergeben sich aus den städtebaulichen Zielvorstellungen



5.3 Zentrenkonzept Billerbeck

Unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter bei der künftigen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen das nachfolgende Zentrenkonzept.

5.3.1 Sicherung und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches

Die Funktion des Hauptzentrums wird vom Zentralen Versorgungsbereich im Ortskern übernommen. Dieser ist somit grundsätzlich für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowohl für zentren- als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente geeignet.

Großflächiger Einzelhandel im Zentralen Versorgungsbereich

Der im Hauptzentrum angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient dabei der gesamtgemeindlichen Versorgungsfunktion. Mit dem Ziel des Schutzes und der Stärkung der entsprechenden Versorgungsfunktionen sind darüber hinaus vor allem zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Für den Entwicklungsbereich werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

Hauptzentrum Empfehlungen

- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes,
- Konzentration und Bündelung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auf diesen Bereich.

Bei der Innenstadt von Billerbeck handelt es um kleinteilig strukturierte Bebauungsstrukturen mit teilweise historischer Bausubstanz.

Kleinteilige Bebauungsstrukturen

Zugleich sind räumliche Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere im südlichen Bereich des Stadtkerns durch naturräumliche Gegebenheiten (Naturschutzgebiet) eingeschränkt.

Im Rahmen der Arbeitskreise wurde daher eine intensive Diskussion über mögliche Entwicklungsflächen auch für großflächige Errichtungen und Erweiterungen geführt.

Seitens der Bauverwaltung wurde hierzu eine städtebauliche Entwicklungsperspektive im Bereich der Ludgeristraße vorgestellt.

In diesem Bereich sind derzeit neben einzelnen Betriebsstätten des Einzelhandels sowie Dienstleistungen auch verschiedene Gemeinbedarfs-einrichtungen gegeben, welche möglicherweise in Teilen zukünftig anderen Nutzungen zugeführt werden könnten.

Die Trennwirkung der Straße Hagen wird durch eine Querungshilfe sowie eine Fußgängerampel verringert.

Auch wenn dieser Bereich derzeit noch nicht der Hauptlage im Zentrum zugerechnet werden kann, so ist doch eine städtebauliche Entwicklung in diesem Bereich zukünftig möglich.

Die Ergänzungslage am Hagen ist daher mit der Funktionszuordnung großflächiger Handel versehen.

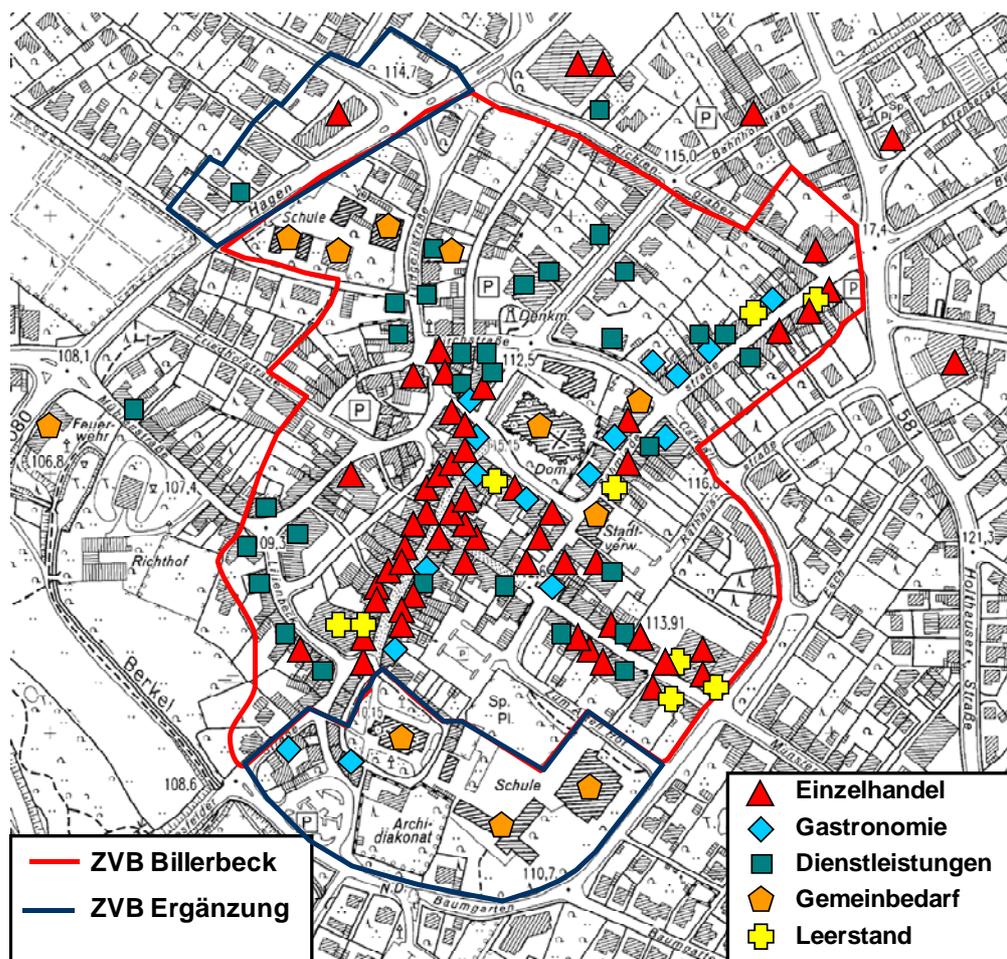
Ergänzungslagen

Im südlichen Bereich des Zentrums wird eine weitere Ergänzungslage, hier allerdings mit der Funktionszuweisung Gemeinbedarf ausgewiesen.

Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung ist somit der abgegrenzte Bereich: Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind zulässig.

Eine Überschreitung der Abgrenzung ist im Regelfall nicht zulässig. Ob und inwieweit Abweichungen unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes möglich sind, kann nur einzelfallbezogen unter Nachweis städtebaulicher Gründe erfolgen.

Abb. 38: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: DGK, eigene Darstellung

5.3.2 Integrierte Nahversorgungsstandorte

Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Nahversorgungsbetriebe ist im Grundsatz innerhalb des Hauptzentrums möglich.

Grundsatz

Außerhalb dieses Bereiches sind jedoch ausnahmsweise Errichtungen und Erweiterungen auch großflächiger Betriebe möglich, sofern sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

Ausnahme

- Der Standort muss sich in städtebaulich integrierter Lage mit einer entsprechenden Mantelbevölkerung im Naheinzugsbereich befinden
- Es muss im Naheinzugsbereich ein Versorgungsdefizit vorliegen
- Das Vorhaben darf keine schädlichen Auswirkungen auf Zentren- oder Versorgungsstrukturen haben.

Im Rahmen der Situations-Analyse wurde festgestellt, dass es sich bei dem Verbundstandort K+K / LIDL um einen städtebaulichen integrierten Standort mit Nahversorgungsfunktion handelt

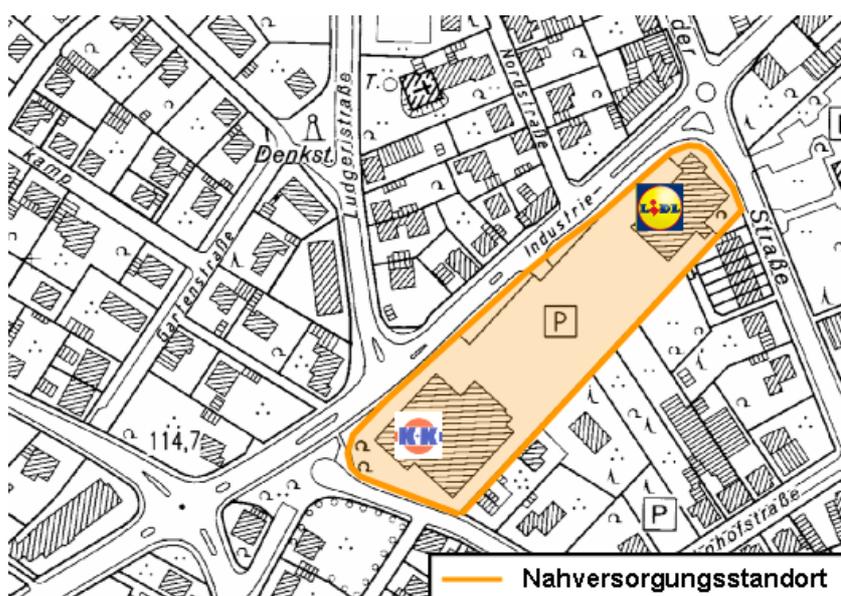
Verbundstandort Industriestraße

Für den Entwicklungsstandort wird empfohlen:

Empfehlungen

- Sicherung und Entwicklung des Nahversorgungsstandortes unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes
- Erweiterung oder Umstrukturierung in Form von Anpassungsmaßnahmen des Bestandes an aktuelle Erfordernisse sind möglich, sofern keine städtebaulich negative Beeinträchtigung der Nahversorgung an anderen Standorten stattfindet

Abb. 39 : Karte Verbundstandort Industriestraße



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Darüber hinaus übernehmen Bestandsstandorte für den täglichen Bedarf im Zentrenkonzept ebenfalls Versorgungsfunktionen, haben allerdings aufgrund ihrer fehlenden Standortqualität in städtebaulich nicht integrierter Lage eine geringere Bedeutung als Nahversorgungsstandorte.

Bestandsstandorte

Zudem können sie aufgrund der Lage bestehende Zentren- und Nahversorgungsstrukturen gefährden und ihnen Entwicklungsspielräume nehmen.

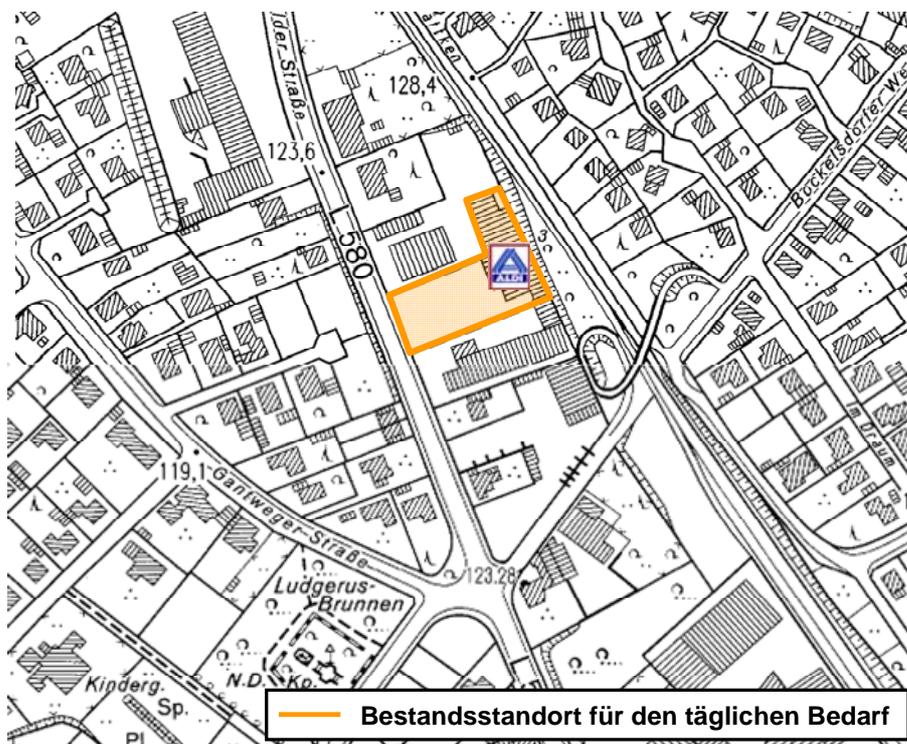
Aus Sicht der Gutachter wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

Empfehlung

- Bestandssicherung auf die genehmigte und ausgeübte Nutzung

Der Standort ALDI, Darfelder Straße erfüllt derzeit im Rahmen der Zentrenhierarchie der Stadt Billerbeck als Bestandsstandort für den täglichen Bedarf diese Funktion.

Abb. 40 : Karte Bestandsstandort ALDI



Quelle: DGK, eigene Darstellung

5.3.3 Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels

Während gemäß § 24a Abs. 3 LEPro großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt in Gewerbe- bzw. Industriegebieten und damit außerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereichs grundsätzlich nicht zulässig ist, ist die Ansiedlung und räumliche Konzentration solcher Einzelhandelsbetrieben unterhalb der



Großflächigkeitsschwelle im Sinne des Leitbildes „räumlich-funktionale Arbeitsteilung“ generell möglich.

In diesem Zusammenhang wird zudem empfohlen:

Empfehlungen

- Es sollten keine Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Gewerbe- und Industriegebieten stattfinden.
- Die bauplanungsrechtliche Absicherung etwaiger Sonder- / Fachmarktstandorte, um Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Schwerpunkten auszuschließen.

FAZIT

- Grundsätzlich ist das Hauptzentrum Standort des großflächigen Handels auch mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt
- Großflächige Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimentschwerpunkte sind auch in integrierten Nahversorgungsstandorten möglich
- Großflächiger nicht-zentrenrelevanter Handel ist auch außerhalb der ausgewiesenen Bereiche möglich, allerdings unter Einschränkung der Randsortimente

5.4 Billerbecker Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept und der Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches stellt die Billerbecker Sortimentsliste ein weiteres unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Bei der Herleitung der Billerbecker Sortimentsliste sind die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen im Landesentwicklungsprogramm (§ 24a LEPro) sowie dem Einzelhandelserlass NRW zu berücksichtigen. Hiernach sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente von der Stadt festzulegen. Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage 1 des LEPro NRW aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten, d.h. diese sind per se als zentrenrelevant einzustufen.

Die zentrenrelevanten Leitsortimente können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.



Abb. 41 : Zentrenrelevante Leitsortimente

WZ 2008 Nr.	Zentrenrelevante Sortimente
LEITSORTIMENTE	
Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren	
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	
Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltskleingeräte	
Foto, Optik	
Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)	
Uhren, Schmuck	
Spielwaren, Sportartikel	

Quelle: § 24a Landesentwicklungsprogramm NRW (LEPro); eigene Darstellung

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses hat die Stadt bei der Aufstellung ihrer örtlichen Sortimentsliste die zu beachtenden Leitsortimente weiter zu konkretisieren, da die gebräuchlichen Sortimentslisten²² i.d.R. deutlich stärker differenziert sind. Gleichwohl ist festzuhalten, dass bei den festgelegten Leitsortimenten nur ein begrenzter Spielraum zur Differenzierung besteht.

Differenzierung anhand örtlicher Gegebenheiten

Dennoch ist z.B. eine weitere Differenzierung des Leitsortiments „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ u.a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- Matratzen und Bettware
- Teppiche, Brücken, Läufer
- Fußbodenbeläge und Tapeten
- Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
- ...

Die vorgenannten Untergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Stadt sowohl als zentren- als auch nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.

Wie zuvor dargelegt, werden die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente somit anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festgelegt. Vor diesem Hintergrund werden die nachfolgend aufgeführten Sortimente einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen:

²² Grundlage der Billerbecker Sortimentsliste ist die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes.



Matratzen und Bettwaren werden nicht im Ortskern von Billerbeck und damit im schützenswerten Bereich angeboten. Aufgrund des Vorhandenseins dieser Warengruppe erfolgt die Einordnung als nicht zentrenrelevant.

Matratzen,
Bettwaren

Teppiche werden in der Regel von Betrieben außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche vorgehalten. Die Standortanforderungen dieses Sortimentes sind mit denen der Sortimente für Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel vergleichbar. Es wird von daher die Einordnung als nicht-zentrenrelevant empfohlen.

Teppiche

Elektrische Großgeräte werden derzeit innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches von Billerbeck angeboten. Aufgrund des Bestandes wird das Sortiment als zentrenrelevant eingeordnet.

Großgeräte Elektro

Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (Einbaugeräte): Elektrische Einbaugeräte werden überwiegend durch Küchenstudios oder Möbelhäuser angeboten. Von der Sperrigkeit der Sortimente her bzw. aufgrund des Flächenbedarfes werden sie in der Regel an nicht integrierten Standorten betrieben.

Einbaugeräte Elektro

Es erfolgt eine Einordnung als nicht zentrenrelevantes Sortiment

Musikinstrumente und Musikalien werden derzeit nicht in Billerbeck angeboten. Allerdings sind aufgrund der örtlichen Rahmenbedingungen gewisse Ansiedlungsperspektiven erkennbar, so dass das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird.

Musikinstrumente und
Musikalien

Lampen und Leuchten werden lediglich als Randsortimente im Bestand innerhalb schützenswerter Standorte in Billerbeck angeboten.

Lampen, Leuchten

Das Sortiment weist von seiner grundsätzlichen Beschaffenheit jedoch zentrenprägenden Charakter auf und wird daher sowie aufgrund der gemeindlichen Zielvorstellung als zentrenrelevant eingeordnet.

Im Marktsegment Fahrrad, Fahrradteile, Zubehör etablieren sich in Deutschland ähnlich wie in anderen Sortimenten zunehmend großflächige Fachmärkte, zumeist in verkehrsgünstigen Lagen.

Fahrräder, Fahrradteile,
Zubehör

In Billerbeck befinden sich zum Erhebungszeitpunkt qualifizierte Fahrradanbieter sowohl außerhalb als auch innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Letzterer ist als klassisches kleinteiliges Innenstadt-Fachgeschäft einzuordnen.

Vor diesem Hintergrund wird das Sortiment Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör als zentrenrelevant eingestuft.

Bei Campingartikeln findet sich derzeit kein Bestand, darüber hinaus sind Entwicklungsperspektiven nicht zu erkennen. Es wird die Einordnung als nicht zentrenrelevant empfohlen.

Campingartikel
(Zelte und Zubehör)



Medizinisch-orthopädische Artikel sind in der Regel Bestandteile von Apotheken und Fachgeschäften. Innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches sind Apotheken ansässig, so dass diese Sortimentsgruppe als zentrenrelevant anzusehen ist.

Medizinisch-orthopädische Artikel

Bei der Warengruppe Blumen wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen:

Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)

Während Schnittblumen zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf, Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen, Pflanzgefäße) vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind.

Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Bei dem Sortiment Tiernahrung ist ebenfalls eine differenzierte Betrachtung sinnvoll:

Tiernahrung

Heim- und Kleintierfutter in Kleingebinden u.a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel wird in der Regel als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten geführt und ist deshalb als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Tiernahrung in Großgebinden wird dagegen überwiegend in Fachmärkten angeboten, die fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und daher über Standorte mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen.

Demnach ist die Integration von Heim- und Kleintierfutter in Großgebinden in den Zentralen Versorgungsbereichen nicht grundsätzlich zu empfehlen. Heim- und Kleintierfutter in Großgebinden wird daher als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

Die Warengruppe zoologischer Bedarf und lebende Tiere wird gegenwärtig nicht innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches in Billerbeck angeboten. Das Sortiment kann aufgrund seiner Struktur nicht wirtschaftlich innerhalb des Zentrums angeboten werden und somit zur Angebotsvielfalt des Zentrums beitragen. Das Warensortiment ist als nicht zentrenrelevant einzustufen.

Zoologischer Bedarf / lebende Tiere

Die Warengruppe Kunstgegenstände, Geschenkartikel etc. wird derzeit im vorhandenen Besitz im Zentralen Versorgungsbereich in Billerbeck angeboten.

Kunstgegenstände, Bilder, kunstgew. Erzeugnisse, Briefmarken, Geschenkartikel, ...

Das Warensortiment ist somit als zentrenrelevant einzustufen.



Antiquitäten: Antiquitäten werden im Bestand in den schützenswerten Standorten in Billerbeck angeboten. Aufgrund des Bestandes wird das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.

Antiquitäten und
antike Teppiche

Zusammenfassend schlagen die Gutachter der Stadt Billerbeck die Verwendung der folgenden Listen der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente vor.

Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegeben Systematik der Wirtschaftszweige:

Abb. 42 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

WZ 2008 Nr.	Nahversorgungsrelevante Sortimente
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
47.73.0	Apotheken (Arzneimittel)
47.75.0	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerieartikel
aus 47.76.2	Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung



Abb. 43 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente

WZ 2008 Nr.	Zentrenrelevante Sortimente
LEITSORTIMENTE	
Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren	
47.61.0	Bücher
47.62.1	Zeitschriften und Zeitungen
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
47.79.2	Antiquariate
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	
47.71.0	Bekleidung (inkl. Pelz- / Kürschnerwaren)
47.72.1	Schuhe
47.72.2	Lederwaren und Reisegepäck
Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltskleingeräte	
47.41.0	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
47.42.0	Telekommunikationsgeräte
47.43.0	Geräte der Unterhaltungselektronik
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
47.63.0	bespielte Ton- und Bildträger
Foto, Optik	
47.78.1	Augenoptik
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)
Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)	
47.51.0	Textilien
aus 47.53.0	Vorhänge und Gardinen
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (Hausrat, Haushaltsartikel, Einrichtungsgegenstände)
aus 47.59.9	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Uhren, Schmuck	
47.77.0	Uhren und Schmuck
Spielwaren, Sportartikel	
aus 47.64.2	Sportartikel
47.65.0	Spielwaren (ohne Videospielekonsolen)



WZ 2008 Nr.	Zentrenrelevante Sortimente (örtl. Ergänzung)
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus 47.59.9	Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
47.74.0	medizinische und orthopädische Artikel
aus 47.76.1	Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, und Geschenkartikel
47.79.1	Antiquitäten und antike Teppiche

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

Abb. 44 : Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente

WZ 2008 Nr.	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
aus 47.51.0	Matratzen und Bettware (ohne Bettwäsche)
47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurzwaren und Kleineisenwaren, Werkzeuge, Rasenmäher, Bauelemente aus Metall u. Kunststoff)
47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Sanitärbedarf u. Sauna)
aus 47.53.0	Teppiche, Brücken, Läufer
aus 47.53.0	Fußbodenbeläge und Tapeten
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
47.59.1	Wohnmöbel (inkl. Büromöbel)
aus 47.64.2	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
aus 47.76.1	Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere
aus 47.76.2	Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
aus 47.79.9	Kinderwagen
aus 47.79.9	Erotikartikel

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

FAZIT

- Die örtliche Sortimentsliste schafft die planungsrechtliche Grundlage zur funktionalen Steuerung des Handels
- Sie dient somit der Umsetzung der städtebaulichen Zielvorstellungen in Billerbeck



5.5 Planvorhaben

Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Billerbeck wurde die BBE Handelsberatung Münster beauftragt, eine Stellungnahme zur Erweiterung des Schuh- und Sporthauses KENTRUP vorzunehmen..

Nach geltendem Planungsrecht sind gemäß § 24a LEPro großflächige Handelsbetriebe nur innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche realisierbar.

Die Einbeziehung des Unternehmensstandortes in den Zentralen Versorgungsbereich der Stadt Billerbeck wie im vorliegenden Entwurf abgebildet ist somit die planungsrechtliche Voraussetzung zur Errichtung eines dann großflächigen Betriebes.

Als großflächiger Betrieb unterlegt das Vorhaben den Bestimmungen des § 11 Abs.3 BauNVO. Er muss somit seine Unschädlichkeit darlegen.

Im Erarbeitungsprozess für das Einzelhandelskonzept wurde eine entsprechende Untersuchung zur Verträglichkeit des Vorhabens durch die BBE Münster vorgelegt.

Hieraus abgeleitet wurde auch die landesplanerisch und städtebauliche Dimensionierung des Vorhabens.

Rechtliche Bestimmungen

Voraussetzung: Lage im ZVB

Beurteilung nach § 11 Abs. 3 BauNVO

Separater Untersuchungsbericht

Zielvorstellung der Stadt

5.6 Empfehlungen für die örtliche Kaufmannschaft

Der zunehmende Wettbewerb im Einzelhandel sowie anhaltende Flächenwachstum haben in den letzten Jahren nicht nur zu einem verstärkten Wettbewerb quantitativer Größen geführt, sondern die qualitativen Merkmale zunehmend wichtiger werden lassen.

Zur Beurteilung eines Einzelhandelsstandortes bedarf es nicht nur der Bestandserhebung quantitativer Aspekte, wie z. B. der Verkaufsflächenumsätze, sondern auch der Beurteilung des Erscheinungsbildes, einer mittelfristigen Wettbewerbsfähigkeit sowie einer klaren Zukunftsorientierung.

Die BBE Handelsberatung führt seit vielen Jahren Untersuchungen durch, welche der Bewertung qualitativer Kriterien Rechnung trägt.

In einer attraktiven Außenfrontgestaltung bietet sich dem Einzelhändler die Möglichkeit, auf sich sowie auf sein Leistungsangebot aufmerksam zu machen. Die Elemente einer guten Außenfrontgestaltung sind neben einer hohen Aufmerksamkeitswirkung (Fernwirkung) die zielgruppenadäquate Gestaltung des Gesamterscheinungsbildes sowie eine gute Einbindung sowohl in branchen- als auch in standortspezifische Gegebenheiten.

Qualitätswettbewerb

Außenfrontgestaltung



Schaufenstergestaltung

Neuere Studien haben erneut bewiesen, dass insbesondere im Spontankaufbereich das Schaufenster der attraktivste und effektivste Werbeträger des Unternehmens ist. Das Schaufenster bzw. die Schaufensterpräsentation soll hierbei zum einen Überblick über das angebotene Leistungsspektrum geben, zum anderen auch saison- oder anlassgerechte Anregungen vermitteln. Besonderes Augenmerk wird dabei auf folgende Kriterien gelegt:

- Ausleuchtung,
- Qualität der Blickfänge,
- Auszeichnung und Preistafeln,
- Präsentation der angebotenen Waren,
- Gesamtwirkung.

Der Eingangsbereich eines Geschäftes soll den Passanten in das Geschäft hineinführen und besonders ansprechend und einladend gestaltet sein. Die häufigsten Mängel in diesem Segment sind oftmals zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung durch mangelnde Ausleuchtung oder schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.

Eingangsbereich

Die Verkaufsflächenzuwächse im Einzelhandel haben in vielen Bereichen zu einem deutlichen Überangebot an Ware geführt. Neben rationalen und bedarfsgesteuerten Überlegungen überwiegen in vielen Bereichen spontane Kaufentscheidungen. Das sogenannte Visual Merchandising, das insbesondere auf eine zielgerichtete Warenpräsentation abzielt, hat sowohl bei den großen Einzelhandelskonzernen als auch bei den Filialisten einen erheblichen Stellenwert eingenommen. Bei der Beurteilung wurden folgende Kriterien angelegt:

Warenpräsentation

- Übersichtlichkeit und Kundenführung,
- Ladengestaltung,
- optische und funktionale Gliederung der Abteilungen,
- Einsatz von Leitbildern und Attraktivitätspunkten.



Abb. 45 : Beispiele Warenpräsentation



Quelle: eigene Darstellung

Untersuchungen in zahlreichen Städten belegen, dass insbesondere bei diesem Kriterium die deutlichsten Mängel auftreten. Bei dem Bewertungskriterium Ausleuchtung ist neben einer ausreichenden Grundausleuchtung die gezielte und akzentuierte Beleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente von Bedeutung. Weit verbreitet ist der Irrglaube, dass die Beleuchtung erst bei Einsetzen der Dämmerung einzuschalten ist.

Ausleuchtung

Als Ambiente wird eine zielgruppengerechte Geschäftsatmosphäre verstanden. Eine gelungene Harmonie zwischen Innenraum und äußerer Gestaltung, abgestimmt auf das Unternehmenskonzept, führt aus der Sicht des Kunden zu einem positiven Gesamterscheinungsbild des Betriebes.

Ambiente

Hinsichtlich einer eindeutigen Profilierung des Einzelhandelsangebotes, der Verbesserung der Kunden- und Serviceorientierung sowie der Attraktivitätssteigerung der Zentralen Einkaufsbereiche gibt es wesentliche Handlungsmöglichkeiten.

Serviceorientierung

Für die Geschäfte im Haupteinkaufsbereich besteht die Möglichkeit, sich durch Serviceorientierung zu profilieren und damit Kunden zu binden. Sinnvoll erscheint eine kritische Überprüfung, welche Maßnahmen sowohl einzelbetrieblich als auch betriebsübergreifend für eine Verbesserung der Serviceorientierung ergriffen werden können.

In Abhängigkeit vom Sortiment sowie weiteren Faktoren wie Betriebsgröße, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Personalausstattung, Zielgruppe, etc. können nachfolgende Leistungen Anhaltspunkte für ein umfangreiches Serviceangebot liefern:

Mögliche Serviceleistungen

- Geschenkgutscheine, Versand von Geschenkgutscheinen
- Zustellservice, Postversand
- Getränke anbieten
- Spielecke für Kinder, Kinderbetreuung



- Kundengeschenke (z.B. zu Weihnachten)
- Glückwünsche zum Kundengeburtstag, Hochzeit, etc.
- Gewinnspiele
- Info-Post an Kunden (z.B. über Neuheiten)
- Originelle (Geschenk-)Verpackungen, Tragetaschen
- Entsorgen von Altprodukten
- Kundenkarte

Informationen zu den oben aufgeführten Handlungsansätzen liefern auch zahlreiche Fachdokumentationen. Hilfestellung können zudem Verbände und Kooperationen sowie professionelle Berater leisten.

Umsetzung

Bewährt haben sich insbesondere Qualitäts-Initiativen innerhalb der Kaufmannschaft wie z.B. gemeinsame Workshops, Begehungen, Schaufensterwettbewerbe, etc. zur betrieblichen Weiterentwicklung des Haupteinkaufsbereiches²³.

Gemeinsame Aktionen sind auch in Billerbeck in der jüngeren Vergangenheit erfolgreich umgesetzt worden.

Aktionen in Billerbeck

Beispielhaft seien hier die Aktionen:

- Billerbeck – ganz persönlich
- Der Billerbecker Einkaufsführer
- „Zwischenzeit“

erwähnt.

FAZIT

- Die Verbesserung des Marktauftrittes und des Erscheinungsbildes des örtlichen Einzelhandels eröffnet Chancen sowohl für die jeweiligen Betreiber als auch für den Handelsstandort insgesamt.

²³ Vgl. hierzu u.a. <http://www.qualitaetsroute-dortmund.de/>; ein Verbundprojekt von rd. 50 Einzelhändlern in der Dortmunder Innenstadt, bei dem verschiedene Maßnahmen in den Bereichen Serviceorientierung, Marktauftritt, Beratung sowie Marketing zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsbetriebe durchgeführt wurden.



6 Schlusswort

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Billerbeck stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar.

Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage

Es bietet vor allem Chancen, der weiteren Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben.

Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

Entscheidungs- und Orientierungsrahmen

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Stadt Billerbeck zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie den Zentralen Versorgungsbereichen, dem Zentrenkonzept sowie der örtlichen Sortimentsliste.

Ratsbeschluss

Neben dem Rat und Verwaltung sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit, die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes voranzutreiben.

Hierbei sind sowohl die Kaufleute bei einer Verbesserung des Marktauftrittes und Erscheinungsbildes als auch die Verwaltung in der konsequenten planerischen Umsetzung des Konzeptes aufgerufen.

7 Anhang

7.1 Abbildungen

Abb. 1 : Erhebungssystematik nach Waren- und Sortimentsgruppen.....	5
Abb. 2 : Entwicklung der Konsumausgaben	9
Abb. 3 : Entwicklung der Verkaufsflächen (in qm) im LM-Handel	10
Abb. 4 : Karte räumliche Lage	13
Abb. 5 : städtebauliches Profil Münster	13
Abb. 6 : Städtebauliches Profil Coesfeld.....	15
Abb. 7 : Bevölkerungsprognosen.....	17
Abb. 8 : Tabelle Betriebsstätten.....	19
Abb. 9 : Abbildung Angebotsstätten per 1.000 Einwohner.....	20
Abb. 10 : Tabelle Verkaufsflächenbesatz	21
Abb. 11 : Flächenausstattung im Vergleich	22
Abb. 12 : Räumliche Verteilung nach Sortimenten und Standorten.....	24
Abb. 13 : Karte Angebotsstrukturen im Zentrum.....	25
Abb. 14 : Nahversorgungsstrukturen	26
Abb. 15 : Fotos Verbundstandort, ALDI	29
Abb. 16 : Karte Einzugsgebiet	30
Abb. 17 : Einzugsbereiche differenziert nach Standorten	31
Abb. 18 : Tabelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale	33
Abb. 19 : Kaufkraftbindung und –abflussquoten	34
Abb. 20 : Tabelle Umsatz-Kaufkraft-Relationen.....	35
Abb. 21 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Vergleich.....	36
Abb. 22 : Bevorzugte Einkaufsorte nach Sortimenten	38
Abb. 23 : Beurteilung der Innenstadt durch die Bürger	39
Abb. 24 : Vermisste Angebote in Billerbeck.....	40
Abb. 25 : Anregungen zur Entwicklung des Einzelhandelsstandortes	41



Abb. 26 : Innenstadtbeurteilung aus Händlersicht	42
Abb. 27 : Erwartete Umsatzentwicklung aus Händlersicht.....	42
Abb. 28 : Umsatzentwicklung der letzten Jahre	43
Abb. 29 : Beurteilung des Standortumfeldes	44
Abb. 30 : Zentrenhierarchie	48
Abb. 31 : Darstellung im FNP	49
Abb. 32 : Kriterien zur Festlegung eines ZVB.....	50
Abb. 33 : Differenzierung der Sortimente nach	52
Abb. 34 : Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz.....	54
Abb. 35 : Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung	56
Abb. 36 : Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente	58
Abb. 37 : Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente.....	59
Abb. 38: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum.....	65
Abb. 39 : Karte Verbundstandort Industriestraße.....	66
Abb. 40 : Karte Bestandsstandort ALDI	67
Abb. 41 : Zentrenrelevante Leitsortimente	69
Abb. 42 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente	72
Abb. 43 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente.....	73
Abb. 44 : Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente	74
Abb. 45 : Beispiele Warenpräsentation.....	77



7.2 Begriffe

Agglomeration

Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt.

Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.

Angebotsgenre

Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.

Baugesetzbuch

Das Baugesetzbuch ist das wichtigste Gesetz im Bauplanungsrecht. Es definiert die wichtigsten stadtplanerischen Instrumente, die den Städten zur Verfügung stehen, zur städtebaulichen Entwicklung und Ordnung.

Bauleitplanung

Die Bauleitplanung ist das wichtigste Planungswerkzeug zur Lenkung und Ordnung der städtebaulichen Entwicklung einer Stadt. Sie wird zweistufig in amtlichen Verfahren vollzogen, die im Baugesetzbuch umfassend geregelt sind. Zunächst wird für die Bodennutzung ein Flächennutzungsplan für das gesamte Stadtgebiet aufgestellt. Im Bebauungsplan wird für räumliche Teilbereiche dann u.a. die Art und das Maß der baulichen Nutzung festgesetzt.

Baunutzungsverordnung

Die Baunutzungsverordnung bestimmt die Art und das Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche.



Bestandsschutz

Der Bestandsschutz beschreibt den Schutz eines fertig gestellten Gebäudes vor staatlichen Anforderungen. Es wird dabei zwischen aktivem und passivem Bestandsschutz unterschieden. Das bedeutet, dass Gebäude, welche nach den zur Bauzeit gültigen Gesetzesgrundlagen erstellt wurden, auch dann noch genutzt und erhalten werden dürfen, wenn sich die Gesetzeslage später ändert (passiv). Bedingung für den Bestandsschutz ist, dass das Bauwerk zur Bauzeit dem gültigen Recht entsprochen hat und im gegenwärtigen Zustand seine Funktion erfüllen kann. Werden dem Gebäude über seinen derzeitigen Bestand hinaus Erweiterungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf gesetzlicher Grundlage eingeräumt, so ist dies als aktiver Bestandsschutz zu bezeichnen.

Betriebsformen

Bei den Betriebsformen handelt es sich um Erscheinungsformen von Handelsbetrieben, die sich in einem oder auch mehreren Merkmalen gleichen oder ähnlich sehen, so dass sie dadurch jeweils von den anderen unterschieden werden können.

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind: Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus, Kauf- und Warenhaus, Convenience-Store, Factory-Outlet-Center.

Convenience-Store

Ein Convenience-Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 400 qm, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Zu den Convenience-Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Discounter

Ein Discounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche von unter 1.000 qm, das ausschließlich in Selbstbedienung umschlagsstarke Artikel anbietet und den Verbraucher vor allem aufgrund seiner Niedrigpreispolitik anspricht.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (in der Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand- / Onlinehandel ausgegeben wird.

Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z.B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen.



Elastizität der Nachfrage	Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro Änderung des Einkommens.
Fachgeschäft	Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.
Fachmarkt	Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.
Fachmarktstandort	Fachmarktstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z.B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten Zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.
Factory-Outlet-Center	Factory Outlet ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren seines Produktionsprogrammes oder seines Zukaufsortimentes vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.
Flächenleistung	<p>Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche.</p> <p>Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche.</p>
Kauf- und Warenhaus	Ein Kauf- und Warenhaus ist ein großer Einzelhandelsbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment insbesondere in Textilien, Bekleidung, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel inklusive gastronomischen Angeboten.
Mantelbevölkerung	An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.
Nahversorgung	Nahversorgung ist die regelmäßige Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel) in unmittelbarer fußläufiger Nähe (rund 700 m) zur Wohnung.



SB-Warenhaus	Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment, Drogerieartikel sowie weitere mittel- und langfristige Warengruppen führt. Es ist somit ein oftmals verkehrlich gut angebundener Einzelhandelsgroßbetrieb mit breitem Sortiment.
Städtebauliche Auswirkung	Zu den städtebaulichen Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens zählen u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Stadtn. Aufgrund einer möglichen übermäßigen Kaufkraftbindung eines neuen Planvorhabens kann es im Einzelfall regelmäßig zu Geschäftsaufgaben, Leerständen und Funktionsverlusten kommen.
Städtebauliche Integration	Eine städtebaulich integrierte Lage befindet sich vom Grundsatz innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches oder Wohnsiedlungsbereiches. Kennzeichnend für eine derartige Lage ist insbesondere eine im unmittelbaren Umfeld befindliche Mantelbevölkerung.
Streulage	Prägend für eine Streulage ist ein wohngebietsorientierter Standort mit entsprechender Mantelbevölkerung im fußläufigen Naheinzugsbereich.
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit mindestens 400 qm Verkaufsfläche, davon Frischwaren und einem Anteil von Non-Food-Artikeln von nicht mehr als 25 % der Verkaufsfläche.
Umsatz-Kaufkraft-Relation	<p>Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet.</p> <p>Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden.</p> <p>Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.</p>
Verbrauchermarkt	Ein Verbrauchermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1.500 qm, der weitgehend Lebensmittel sowie kurz-, mittel- und langfristige Warengruppen in Selbstbedienung anbietet.
Verbrauchsausgaben	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.

**Verkaufsflächen-
ausstattung**

Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an.

Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.

**Vermutungsregel
städtebaulicher
Auswirkungen**

Städtebauliche Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsprojekten sind in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche des Betriebs 1.200 qm überschreitet.

Diese Vermutungsregel geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschoßfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 qm diese Auswirkungen haben kann.

Allerdings können auch aufgrund örtlicher Gegebenheiten städtebauliche Auswirkungen unterhalb von 800 qm Verkaufsfläche auftreten.

**Verträglichkeits-
analyse**

Eine Verträglichkeitsanalyse prüft die landesplanerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines in der Regel großflächigen Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens.

Im Rahmen einer Modellberechnung werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umverteilungswirkungen gegenüber dem Bestand) ermittelt. Eine abschließende Gesamtbetrachtung untersucht letztendlich die städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungen.

Warengruppe

Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z.B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z.B. Food und Non-Food).

**Zentraler Versor-
gungsbereich**

Die Versorgungsbereiche einer Stadt oder Stadt umfassen die Zentralen Einkaufsbereiche im Stadtzentrum oder den Neben- und Grundversorgungszentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Stadt.

Sie werden häufig bestimmt durch einen durchgängigen Geschäftsbesatz, einem Mix unterschiedlicher Nutzungen, einer höheren fußläufigen Frequenz sowie einer Ansammlung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich gewachsenen Strukturen.



Zentralität

Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer.

Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist.

Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird.

Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt.

So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl. Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).