Aktualisierung und Ausdifferenzierung der örtlichen Sortimentsliste für die Stadt Billerbeck

- Bericht -

BBE Standort- und Kommunalberatung 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
Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch

Münster, im August 2015

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 1

2 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen 4

2.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen 4

2.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit 4

2.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region 5

2.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung 6

2.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen 7

2.2.1 Betriebe und Sortimente 10

2.2.2 Verkaufsflächen 12

2.3 Analyse der räumlichen Strukturen 17

2.3.1 Räumliche Strukturen der Innenstadt von Billerbeck 18

2.3.2 Nahversorgungssituation in Billerbeck 23

2.3.3 Sonder- / Fachmarktstandorte in Billerbeck 28

2.4 Nachfrageanalyse 29

2.4.1 Kaufkraftpotenzial in Billerbeck 29

2.4.2 Kaufkraftbindungsquoten 32

2.5 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Billerbeck 35

3 Sortimentsliste 37

3.1 Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste 37

3.2 Billerbecker Sortimentsliste 41

4 Abbildungsverzeichnis 47

Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d. h. Nennung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches insbesondere auch durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster.

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die Stadt Billerbeck hat im Jahr 2010 ein kommunales Einzelhandelskonzept als städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung erarbeitet. Das Einzelhandelskonzept dient als Grundlage für eine sachgerechte Planung und Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben. Ein solches Konzept entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i. d. R. einen Ratsbeschluss und ist dann im Rahmen der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

Örtliche Sortimentsliste

Im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde eine örtliche Sortimentsliste erarbeitet und beschlossen. Diese ist nachträglich in Teilen aktualisiert und durch Ratsbeschluss festgelegt worden.

Anforderungen aus aktueller Rechtsprechung

Allerdings sind durch aktuelle Rechtsprechungen (u. a. OVG 10 D 9/11 DE „Mettingen-Urteil“) nunmehr deutlich erhöhte Anforderungen sowohl hinsichtlich der städtebaulichen Ableitung als auch der Bestimmtheit von örtlichen Sortimentslisten entstanden.

Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ (LEP NRW)

Ebenso ist mittlerweile der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ von der Landesregierung mit Zustimmung des Landtags als Rechtsverordnung beschlossen worden. Die Veröffentlichung der Rechtsverordnung ist im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen am 12. Juli 2013 erfolgt. Damit ist der LEP NRW – Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ am 13. Juli 2013 in Kraft getreten. Dieser stellt konkrete Anforderungen bezüglich der Standortwahl des großflächigen Einzelhandels und definiert sogenannte zentrenrelevante Leitsortimente als Ziel der Landesplanung.

Aktualisierung und Ausdifferenzierung

Die Veränderungen dieser rechtlichen Rahmenbedingungen sowie auch aktuelle Entwicklungen und Planungen in der Stadt Billerbeck hat die Stadt zum Anlass genommen, eine Aktualisierung und Ausdifferenzierung ihrer örtlichen Sortimentsliste auf Grundlage der WZ 2008 für die Bauleitplanung vorzunehmen.

Rechtliche Grundlagen der Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung unterliegt dabei den rechtlichen Grundlagen und Zielvorgaben des Bundes bzw. des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen:

- des Baugesetzbuches (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO),

- des Landesentwicklungsplans NRW (LEP NRW), sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ sowie
- der aktuellen Rechtsprechung (diversere Urteile des Bundes- und Oberverwaltungsgerichtes)

Grundlage der Untersuchung ist die Erhebung und Auswertung aktueller und differenzierter Daten und Informationen. Mit Blick auf die aktuelle Rechtsprechung zur Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist hierfür eine detaillierte Erfassung der örtlichen Angebotsstruktur erforderlich. Die städtebauliche und einzelhandelsbezogene Analyse der Angebotsstrukturen in der Stadt Billerbeck bildet die Grundlage für die Aktualisierung und Ausdifferenzierung der örtlichen Sortimentsliste. Im Rahmen der Analyse werden sowohl primär- als auch sekundärstatistische Daten verwendet.

Sekundärstatische Daten

Bei der Aufbereitung sekundärstatistischer Daten und Informationen wird insbesondere auf nachfolgende Quellen zurückgegriffen:

- Einzelhandelskonzept für die Stadt Billerbeck, 2010, BBE Standort- und Kommunalberatung Münster
- Einwohnerstatistik der Stadt Billerbeck, Stichtag 28.04.2015

Marktforschung

Zudem stellen die Daten, Marktforschungsuntersuchungen und Statistiken der nachfolgenden Institute eine wesentliche Grundlage dar:

- EHI Retail Institute, Köln 2015
- IFH Retail Consultants, Köln 2015
- Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2015

Diese bilden die Basis zur Berechnung der Kaufkraftpotenziale sowie zur Einschätzung sonstiger einzelhandelsrelevanter Rahmenbedingungen.

Primärerhebungen

Die Primärdaten werden ermittelt durch eine sortimentsgenaue Vollerhebung und Ausdifferenzierung aller Verkaufsflächen in Billerbeck auf Basis der aktuellen Definition zu Verkaufsflächen und Sortimenten. Die Erhebungen im Rahmen der Konzepterarbeitung erfolgen durch elektronische Vermessung vor Ort und werden durch erfahrene Berater der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster (insb. die Projektleiter) vorgenommen und bewertet.

Basis: aktuelle Warengruppenstatistik

Die Betriebsstätten und Flächen werden hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Gesamtverkaufsfläche, Betriebstyp) sowie differenziert nach Kern- und Teilsortimenten (als Grundlage für die örtliche Sortimentsliste) und Standortlagen erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Die Erhebung der Sortimente erfolgt auf Basis der aktuellen

Warengruppenstatistik 2008 des Statistischen Bundesamtes, welche mit Blick auf die örtliche Sortimentsliste den erforderlichen Detailgrad gewährleistet.

Differenzierung der Standorte

Die Differenzierung der Standorte erfolgt anhand zentraler Versorgungsbereiche, definierter Nahversorgungsstandorte bzw. integrierter Streulagen sowie nicht integrierten Lagen, wie Industrie- und Gewerbegebiete oder Ausfallstraßen.

Geografisches Informationssystem

Die kartographische Aufbereitung wurde mit Hilfe eines geografischen Informationssystems vorgenommen. Zur Anwendung kommt ArcGIS, ESRI Deutschland GmbH.

Für die Projektbearbeitung und -durchführung sind als Projektleiter Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader, Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche sowie Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch von der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster verantwortlich.

2 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Einordnung der Stadt hinsichtlich der einzelhandelsspezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst eine Darstellung der wirtschaftsräumlichen und standortrelevanten Rahmenbedingungen sowie die Analyse der Angebots- und Nachfragestrukturen in Billerbeck als Grundlage für die Aktualisierung der örtlichen Sortimentsliste.

2.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

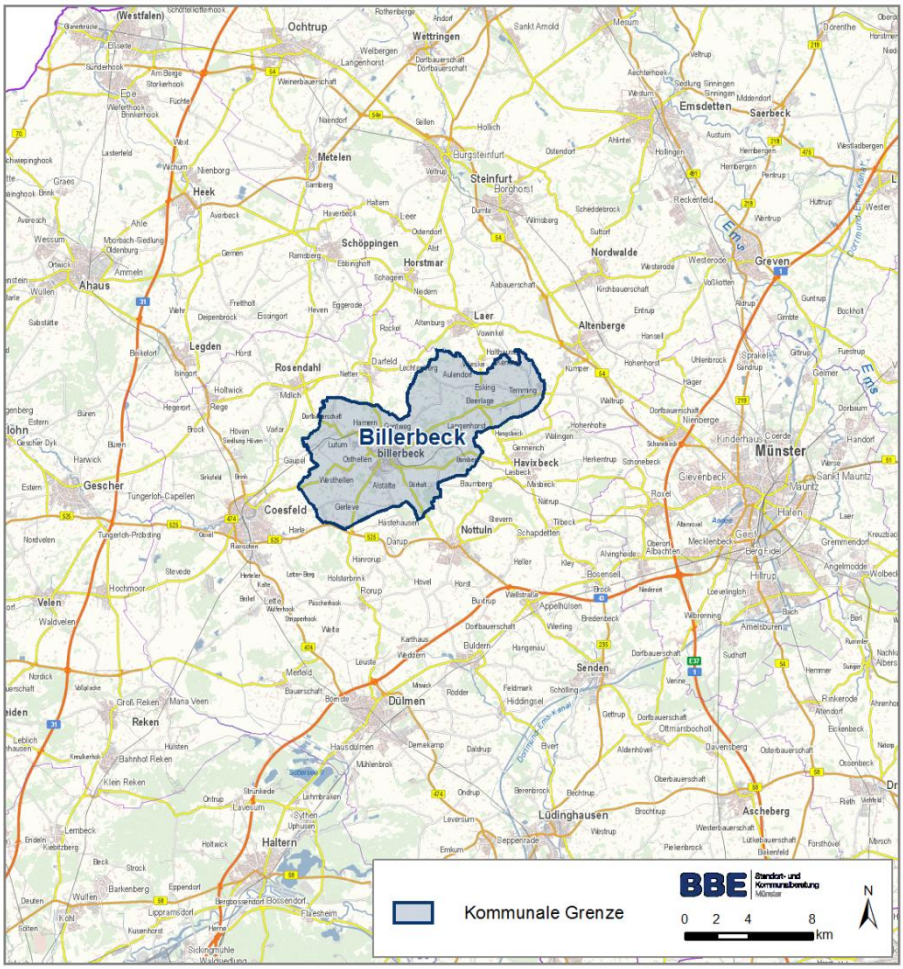
Im Nachfolgenden werden die wesentlichen Rahmenbedingungen und Standortfaktoren, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Billerbeck auswirken können, dargestellt. Hierbei werden geographische, verkehrliche sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten untersucht.

2.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit

Lage im Raum

Die Stadt Billerbeck liegt in der Region Münsterland im Norden des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. Nachbarstädte sind im Norden die Gemeinde Laer und im Nordosten die Gemeinde Altenberge (beide Kreis Steinfurt), im Osten die Gemeinde Havixbeck, im Süden die Gemeinde Nottuln, im Westen die Kreisstadt Coesfeld sowie im Nordwesten die Gemeinde Rosendahl (alle Kreis Coesfeld).

Abb. 1: Räumliche Lage



Quelle: eigene Darstellung; © Geo-Basis-DE / BKG 2014/2015

Einbindung in das Verkehrsnetz

Die Stadt Billerbeck verfügt über eine günstige Einbindung in ein regionales Verkehrsnetz aus unterschiedlichen Bundesstraßen (u. a. B 54 im Norden, B 525 im Süden, B 474 im Westen). In einem Radius von etwa 20 km sind zudem auch die Bundesautobahnen A 43, A 31 und A 1 zu erreichen.

Anbindung an den ÖPNV

Ein Anschluss an die Bahnstrecke Münster-Coesfeld (Baumbergebahn) sowie auch an verschiedene Buslinien bietet auch für den öffentlichen Personennahverkehr eine Anbindung an die Nachbarstädte sowie das benachbarte Oberzentrum Münster.

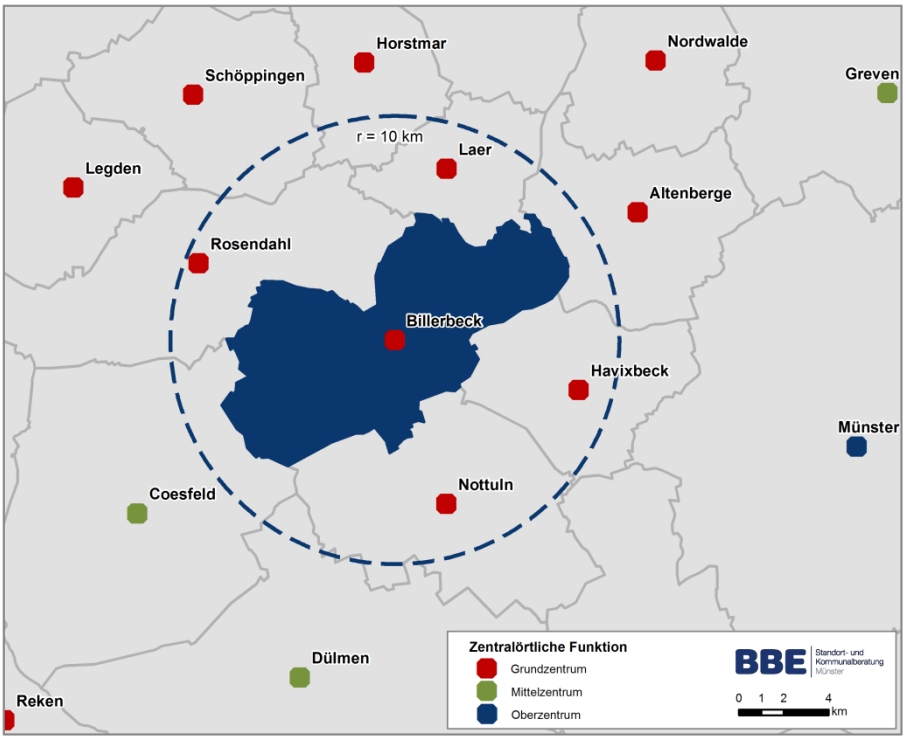
2.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region

Ausgewiesenes Grundzentrum

Aus Sicht der Landes- und Regionalplanung sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Die Stadt übernimmt als kreisangehörige Kommune des müns-

terländischen Kreises Coesfeld im Regierungsbezirk Münster die zentralörtliche Versorgungsfunktion eines Grundzentrums.

Abb. 2: Zentralörtliche Funktion in der Region



Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2015

Regionale Wettbewerbsstandorte

Der Einzelhandelsstandort Billerbeck ist aufgrund der räumlichen Lage eingebunden in ein regionales Geflecht attraktiver Wettbewerbsstandorte. So ist mit der benachbarten Kreisstadt Coesfeld und dem nahegelegenen Oberzentrum Münster (ca. 30 km) sowie auch weiteren Mittelzentren wie Dülmen oder Greven die direkte Nähe zu starken Wettbewerbsstandorten in der Region gegeben. Ebenso bestehen auch Einkaufsverflechtungen mit den nahegelegenen Grundzentren.

2.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Rd. 11.700 Einwohner

Das Stadtgebiet von Billerbeck weist Anfang 2015 eine Einwohnerzahl von insgesamt 11.652 Einwohnern (ohne Zweitwohnsitze) auf. Billerbecks Siedlungsstruktur konzentriert sich dabei sehr stark auf die Kernstadt und wird räumlich durch einige Bauerschaften ergänzt. Bei einer Fläche von 91,36 km² entspricht die Einwohnerzahl einer Bevölkerungsdichte von 128 Einwohnern je km².

Abb. 3: Bevölkerungsverteilung (Hauptwohnsitz) in Billerbeck

Stadt / Gemeinde	2015	Bev.-anteil
Billerbeck	11.652	100,0%
Gesamt	**11.652**	**100,0%**

Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung; Einwohnerstatistik der Stadt Billerbeck, Stichtag 28.04.2015

Leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung

Prognostiziert wird für Billerbeck in der Perspektive bis 2030 eine leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung mit einem Wert von 0,8 % bis maximal 2,2 %, d. h. dass die natürliche negative Entwicklung, welche vorrangig auf einer rückläufigen Entwicklung der Geburtenzahlen basiert, in den kommenden Jahren immer weniger durch positive Wanderungssalden kompensiert werden kann.

Abb. 4: Bevölkerungsvorausberechnung[1]

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2011 (Basisjahr)	11.522	---
2020	11.435	-0,8%
2030	11.271	-2,2%
Saldo Basisjahr - 2030	**-251**	**---**

Quelle: eigene Darstellung; Gemeindemodellrechnung, IT.NRW 2014

Demografischer Wandel

Hieraus lassen sich keine größeren Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten. Vielmehr entstehen neue Anforderungen an den Einzelhandel und insbesondere an seine Standortwahl. Im Zuge des demographischen Wandels wird vor allem die Alterung der Gesellschaft bzw. der örtlichen Bevölkerung in Billerbeck eine zunehmende Bedeutung erhalten, da ein gutes Drittel der Einwohner von Billerbeck im Jahr 2030 voraussichtlich das 60. Lebensjahr überschritten haben wird.[2]

2.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen

Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist im Mai 2015 durchgeführt worden, d. h. alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks innerhalb des Stadtgebietes von Billerbeck wurden

1 Hier nur Hauptwohnsitz
2 Vgl. Gemeindemodellrechnung, Kommunalprofil Stadt Billerbeck, IT.NRW 2014

mittels Betriebsbegehungen hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standortlage) durch erfahrene Gutachter der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster durch elektronische Vermessung vor Ort erfasst.[3]

Warengruppensystematik

Gemäß der nachfolgenden Warengruppensystematik wurden die Verkaufsflächen insgesamt sowie nach Teilflächen pro Warensortiment differenziert erhoben, um so – mit Blick auf die Identifizierung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente – die örtliche Sortimentsliste ableiten zu können:

[3] 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. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.

Abb. 5: Erhebungssystematik[4]

Warengruppe	Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
	Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
	medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
	Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
	Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Papier- /Büro-/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
	Zeitschriften und Zeitungen
	Bücher
	Antiquariate
Bekleidung/Wäsche	Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)
	Pelz- und Kürschnerwaren
	Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe, Lederwaren	Schuhe (ohne Sportschuhe)
	Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
	Fußbodenbeläge, Tapeten
	Rolläden, Rollos, Markisen
	Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
	Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
	Herde, Öfen, Kamine
	Sauna
	Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
	Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
	Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
	Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)
	Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
	Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
	Holz-, Kork- , Flecht- und Korbwaren
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielkonsolen)
	Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
	Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
	Sportbekleidung und -schuhe
	Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
	Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
	Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
	Boote und Zubehör
	Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
	Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
	Künstler- und Bastelbedarf
	Musikinstrumente und Musikalien
	Pokale, Vereinsbedarf
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
	Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
	Matratzen und Lattenroste
	Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
	Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
	Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
	Antiquitäten und antike Teppiche
	Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
	Bettwaren (ohne Bettwäsche)
	Vorhänge und Gardinen

[4] Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentsspezifischen Kaufkraft, um letztendlich eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen.

Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
	Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
	bespielte Ton- und Bildträger
	Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
Uhren/Schmuck	Uhren und Schmuck
Sonstiges	Kinderwagen
	Sammlerbriefmarken, -münzen
	Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Differenzierte Erhebung des Einzelhandels

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden die Verkaufsflächen der örtlichen Anbieter differenziert nach innen und außen liegender Verkaufsfläche[5] sowie hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage[6] detailliert erfasst. Auf Basis dieser Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten[7], qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2015 eine Umsatzprognose für den gesamten Einzelhandel in Billerbeck vorgenommen.[8]

2.2.1 Betriebe und Sortimente

64 Einzelhandelsbetriebe

Im Stadtgebiet von Billerbeck sind insgesamt 64 Einzelhandelsbetriebe mit Ladenlokal ansässig. Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln nehmen dabei erwartungsgemäß den größten Anteil ein. Etwa 45 % aller Betriebsstätten decken den kurzfristigen Bedarf ab und dienen somit vorrangig der Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung.

Zeitvergleich

Gegenüber den letzten Untersuchungen und Auswertungen zur Einzelhandelssituation im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes im Jahre 2010 zeigt sich die Entwicklung der Betriebsstättenanzahl (2010: 81 Betriebe) indes leicht rückläufig. Ein solcher Rückgang ist allerdings kein örtliches Phänomen, sondern in Zusammenhang mit dem

[5] Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005 (BVerwG, Urteil 4 C 10.04) findet Anwendung. Bei der Ermittlung und Berechnung der Verkaufsfläche ist die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich bzw. die Fläche, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang steht, d. h. einschließlich Kassenzonen, Kassenvorraum, Windfang, Pfandrücknahmeraum, Schaufenster etc. (siehe Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008).

[6] Differenzierung nach schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche wie Hauptgeschäftsbereich, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum), integrierte Standortlagen, nicht integrierte Standortlagen

[7] EHI Retail Institute, Köln 2014

[8] 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 (Fortschreibung der GfK-Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung aus dem Jahr 1993; Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben, da diese in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz melden).

Konzentrationsprozess im Einzelhandel als bundesweiter Trend zu bewerten.

176 Teilsortimente

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 176 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Somit sind auf Abteilungsebene alle Angebotsstrukturen mehrfach besetzt.

Abb. 6: Betriebe und Sortimente

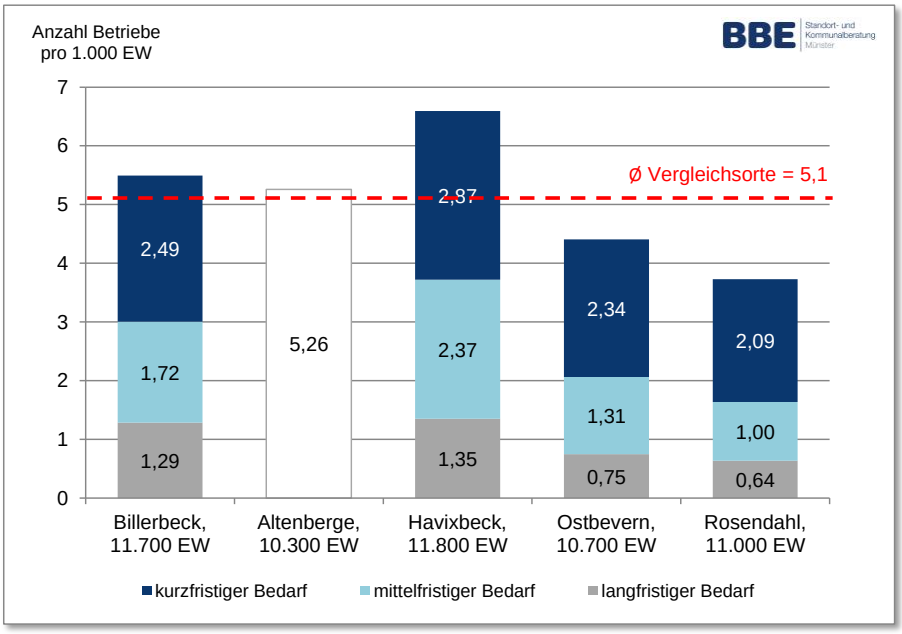
Warengruppe	Betriebe	Sortimente
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	21	21
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	6	23
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2	16
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**29**	**60**
Bekleidung/Wäsche	7	14
Schuhe, Lederwaren	2	9
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	4	24
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	4	15
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	3	11
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**20**	**73**
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	9	22
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	0	10
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	1	6
Uhren/Schmuck	5	5
Sonstiges	0	0
Überwiegend langfristiger Bedarf	**15**	**43**
Gesamt (ohne Leerstände)	**64**	**176**

Quelle: eigene Erhebung

Durchschnittliche Betriebsstättendichte

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Städten und Gemeinden in der Region liegt die Angebotsdichte insgesamt – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 5,5 Betriebsstätten leicht oberhalb des Durchschnitts. Allerdings handelt es sich hierbei zunächst um eine rein quantitative Betrachtung, die noch keine Aussage zur Qualität des örtlichen Einzelhandels beinhaltet.

Abb. 7: Betriebsstättendichte im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Städte

2.2.2 Verkaufsflächen

Rd. 24.600 qm Verkaufsfläche

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 24.580 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht einer Flächenausstattung von rd. 2,12 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

Bei der Bewertung des Verkaufsflächenbestandes fällt auch hier der hohe Besatz der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel auf. Darüber hinaus ist die Flächenausstattung aufgrund größerer, örtlicher Anbieter vor allem durch die hohen Ausstattungen bei Bekleidung / Wäsche (u. a. Modehaus BRUNS), Schuhen (u.a. KENTRUP), Baumarktsortimenten, Blumen / Pflanzen / Gartenbedarf (u. a. Gartencenter MOUBIS) sowie Möbeln, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien (u. a. TEPPICH JANNING) gekennzeichnet.

Abb. 8: Verkaufsflächen in Billerbeck

Warengruppe	Verkaufsfläche	Flächen-ausstattung
	in qm	in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	4.252	0,36
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	798	0,07
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	317	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**5.367**	**0,46**
Bekleidung/Wäsche	3.210	0,28
Schuhe, Lederwaren	768	0,07
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	10.859	0,93
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1.154	0,10
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	1.033	0,09
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**17.024**	**1,47**
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	1.925	0,17
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	27	0,00
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	64	0,01
Uhren/Schmuck	172	0,01
Sonstiges	0	0,00
Überwiegend langfristiger Bedarf	**2.188**	**0,19**
Gesamt (ohne Leerstände)	**24.580**	**2,12**

Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Zeitvergleich

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Entwicklung der Verkaufsflächen seit der letztmalig vorgenommenen Primärerhebung anlässlich der Konzepterstellung im Jahr 2010. Es wird deutlich, dass sich die Gesamtverkaufsfläche über alle Sortimentsgruppen in Billerbeck insgesamt leicht verringert hat. Dies ist insbesondere auf eine Verringerung der Verkaufsflächen in der Warengruppe Drogerieartikel zurückzuführen. Mit der Schließung von insgesamt drei SCHLECKER- bzw. IHR PLATZ-Filialen haben sich nach der Insolvenz der Firma SCHLECKER auch in der Stadt Billerbeck Lücken im Angebot mit Drogerieartikeln aufgetan. Flächenrückgänge in den übrigen Sortimentsgruppen sind im Wesentlichen auf Betriebsschließungen im Bereich kleinteiliger Strukturen sowie auch auf Sortimentsumverteilungen zurückzuführen. Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ergeben sich insbesondere durch Modernisierung des EDEKAS sowie die geplante Erweiterung des ALDI-Marktes hingegen Flächenzuwächse.

Abb. 9: Verkaufsflächenentwicklung in Billerbeck 2010 - 2015

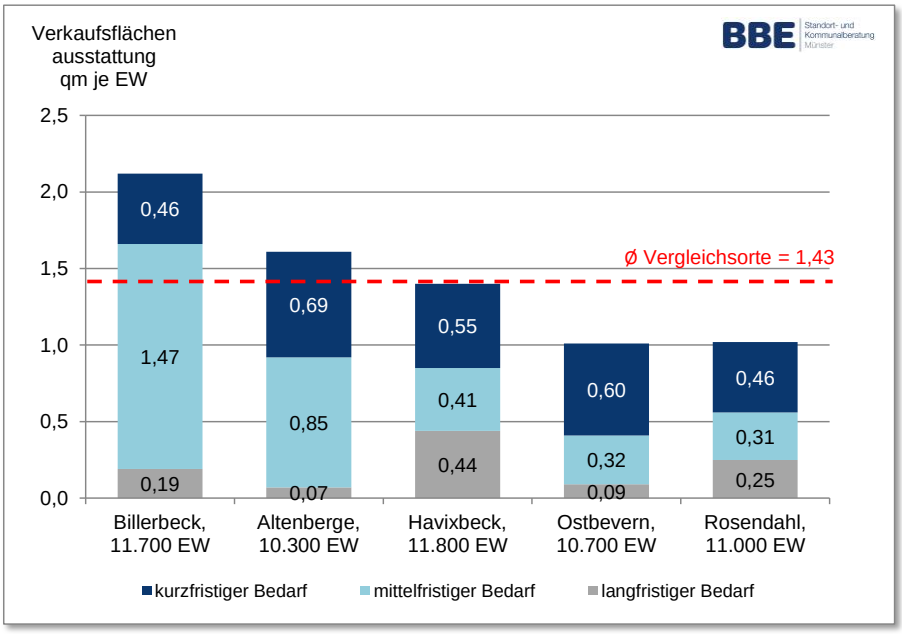
Warengruppe	Verkaufsfläche 2015	Verkaufsfläche 2010
	in qm	in qm
Nahrungs- und Genussmittel	4.252	3.885
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	798	1.537
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	317	343
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**5.367**	**5.765**
Bekleidung/Wäsche	3.210	3.379
Schuhe, Lederwaren	768	870
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	10.859	11.080
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1.154	1.310
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	1.033	1.450
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**17.024**	**18.089**
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	1.925	1.080
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	27	142
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	64	60
Uhren/Schmuck	172	188
Sonstiges	0	507
Überwiegend langfristiger Bedarf	**2.188**	**1.470**
Gesamt (ohne Leerstände)	**24.580**	**25.323**

Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Verkaufsflächenausstattung: 2,12 qm / EW

Der Verkaufsflächenbesatz im Verhältnis zur Einwohnerzahl entspricht, wie bereits angeführt, einer Flächenausstattung von 2,12 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Damit liegt die quantitative Flächenausstattung deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts, der sich in etwa auf 1,5 qm Verkaufsfläche je Einwohner beläuft. Die Ausstattung in Billerbeck liegt damit auch über dem Durchschnitt vergleichbarer Städte in der Region, was die regionalen Vergleichswerte verdeutlichen. Allerdings ist diese vergleichsweise hohe Flächenausstattung vor dem Hintergrund des derzeit sehr hohen Verkaufsflächenanteils im Pflanzen- und Gartenmarktsortiment zu bewerten.

Abb. 10: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Städte

Verkaufsflächen nach Lagen

Der Verkaufsflächenanteil in der Innenstadt von Billerbeck liegt bei rd. 25 %, wobei auf die definierten Nahversorgungsstandorte rd. 14 % und die siedlungsintegrierten Standortlagen rd. 12 % entfallen. Somit befinden sich etwa 50 % der Verkaufsflächen in nicht integrierten Standortlagen bzw. Gewerbegebieten[9].

Ausdifferenzierung nach Sortimenten und Lagen

Bei einer Ausdifferenzierung der Sortimente nach Standortlagen wird deutlich, dass die innenstadtrelevanten Sortimentsgruppen Schuhe, PBS, Sportartikel sowie Optik, Uhren / Schmuck zu einem hohen Teil innerhalb der Innenstadt vorgehalten werden. Einzig das zentrenrelevante Sortiment Bekleidung ist aufgrund der Standortlage des örtlichen Anbieters BRUNS zu einem wesentlichen Anteil außerhalb des Zentrums vorzufinden.

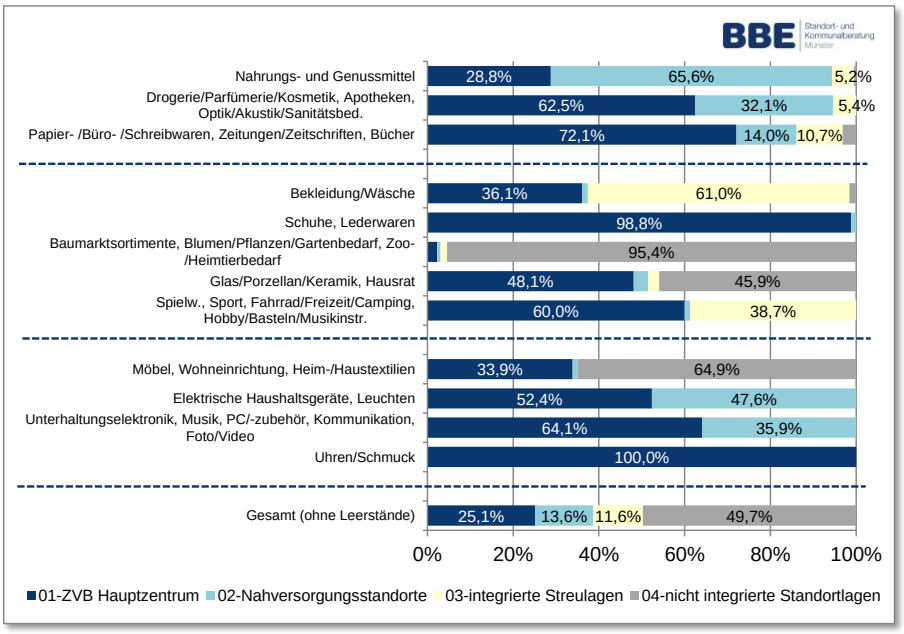
Auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie) werden hohe Anteile in der Innenstadt vorgehalten. Schwerpunkt des Angebotes sind die im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte in überwiegend siedlungsintegrierten bzw. wohnortnahen Standortlagen.

Sortimentsgruppen wie Baumarktsortimente, Blumen / Pflanzen / Gartenbedarf und Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien nehmen

[9] Der hohe Flächenanteil in nicht integrierten Standortlagen resultiert in erster Linie aus dem hohen Verkaufsflächenbesatz im Sortiment Blumen / Pflanzen / Gartenbedarf.

entsprechend ihres Sortimentscharakters einen hohen Flächenanteil in nicht integrierten Standortlagen ein.

Abb. 11: Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen

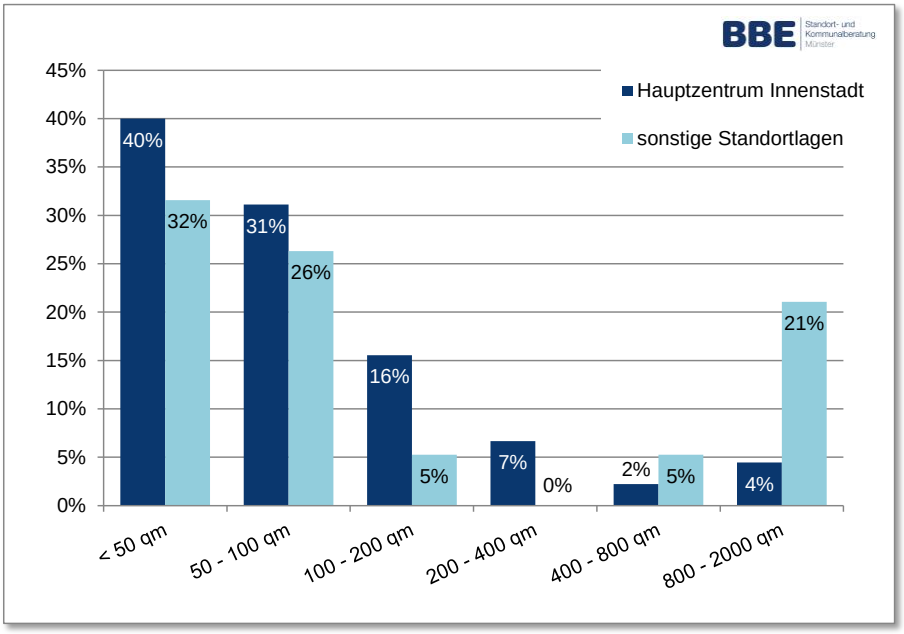


Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Verkaufsflächenstruktur

Die Verkaufsflächenstruktur in der Innenstadt von Billerbeck ist größtenteils durch eine Kleinteiligkeit der Ladenlokale geprägt, wenngleich auch einige größere und standortprägende Magnetbetriebe in der Innenstadt von Billerbeck vertreten sind. So sind rund 70 % der Betriebsstätten in der Innenstadt kleiner als 100 qm. In den übrigen Standortlagen außerhalb der Innenstadt zeigt sich hingegen auch ein höherer Anteil großflächiger Betriebe. So verzeichnen hier insgesamt 37 % der Betriebsstätten eine Flächengröße von mehr als 400 qm. Insgesamt umfassen die drei größten Betriebe der Stadt einen Anteil von etwa 56 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Abb. 12: Anteile der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächenkategorien



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Durchschnittliche Betriebsstättengröße

Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 24.580 qm und 64 Betriebsstätten liegt die durchschnittliche Verkaufsflächengröße über alle Betriebsstätten und Standortlagen rein rechnerisch bei etwa 380 qm.

2.3 Analyse der räumlichen Strukturen

Räumliche Verteilung

Neben quantitativen Betrachtungen, wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen, spielt die räumliche Verteilung dieser Flächen eine erhebliche Rolle bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes.

Die Siedlungsstruktur der Stadt Billerbeck konzentriert sich, wie bereits angeführt, relativ stark auf die Kernstadt. Lediglich einige Bauerschaften befinden sich in räumlich abgesetzter Lage zum Siedlungsschwerpunkt. Nennenswerte Einzelhandelsstrukturen sind hier nicht vorhanden, so dass sich der Einzelhandelsbesatz auf den Kernsiedlungsbereich der Stadt Billerbeck konzentriert.

Versorgungsschwerpunkte

In der Billerbecker Kernstadt sind neben der Innenstadt insbesondere die Standortlagen der Nahversorgung von strukturprägender Bedeutung für die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur.

Zudem konnten sich in integrierten Solitärlagen weitere, z. T. größere Einzelhandelsbetriebe etablieren, dies sind u. a. das Modehaus BRUNS

(Coesfelder Straße) und Zweirad BERGMANN (Holthauser Straße). Des Weiteren finden sich im Stadtgebiet Sonder- / Fachmarktstandorte mit Schwerpunkt auf nicht zentrenrelevante Sortimentsgruppen, darunter vor allem das Gartencenter MOUBIS (Hamern) und Teppich JANNING (Münsterstraße)

Abb. 13: Beispiele Solitärlagen

Quelle: eigene Fotos

Ableitung räumlich-funktionaler Standortkategorien

Die Standorte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer augenblicklichen Struktur, aber auch hinsichtlich ihrer zukünftigen Eignung als Standorte des Einzelhandels sowie handelsaffiner Nutzungen. Dem wurde im Rahmen der Ableitung von räumlich-funktionalen Standortkategorien im Einzelhandelskonzept der Stadt Billerbeck Rechnung getragen und so eine räumliche Festlegung des ZVB Innenstadt sowie der integrierten Nahversorgungsstandorte[10] vorgenommen.

2.3.1 Räumliche Strukturen der Innenstadt von Billerbeck

Räumliche Ausdehnung

Ein wichtiger Einzelhandelsschwerpunkt von Billerbeck ist in der Innenstadt verortet. Die Innenstadt von Billerbeck erstreckt sich auf den Verlauf der ehemaligen Wallanlage mit den Straßenzügen Ostwall, Baumgarten, Lilienbeck, Mühlenstraße sowie Kirchstraße. Dieser Bereich ist im Einzelhandelskonzept der Stadt Billerbeck als zentraler Versorgungsbereich Innenstadt ausgewiesen worden. Hieran schließen sich im Süden im Bereich Johannikirchplatz sowie im Nordwesten im Bereich Hagen / Hilgenesch / Zu den Alstätten zwei Ergänzungsbereiche des zentralen Versorgungsbereichs mit unterschiedlichen Funktionszuweisungen (großflächiger Einzelhandel im Norden, Gemeinbedarf im Süden) an.

Stadträumliche Gestaltung

Die stadträumliche Gestaltung der Innenstadt von Billerbeck ist durch einen relativ kompakten Besatz unterschiedlicher zentrenprägender Strukturen innerhalb des historischen Stadtkernbereiches gekennzeichnet. Stadtbildprägendes Element ist hierbei der Ludgerusdom, sowie eine größtenteils dichte, kleinteilige Bebauungsstruktur aus überwiegend

[10] Vgl. Einzelhandelskonzept der Stadt Billerbeck, 2010, Kap. 5.3

zweigeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern historischer sowie auch moderner Gebäudesubstanz.

Abb. 14: Fotos Innenstadt Billerbeck

Quelle: eigene Fotos

Kernbereich

Den Kernbereich mit der höchsten Nutzungs- und Bebauungsdichte sowie auch die Hauptlage des Einzelhandels bilden die Lange Straße, Münsterstraße, Schmiedestraße, Markt sowie unmittelbar angrenzende Lagen. Die Lange Straße ist hierbei als Fußgängerzone ausgestaltet, wobei auch die angrenzenden Straßen überwiegend verkehrsberuhigt gestaltet sind.

Abb. 15: Fotos Hauptlage

Quelle: eigene Fotos

Hohe Aufenthalts- und Verweilqualität

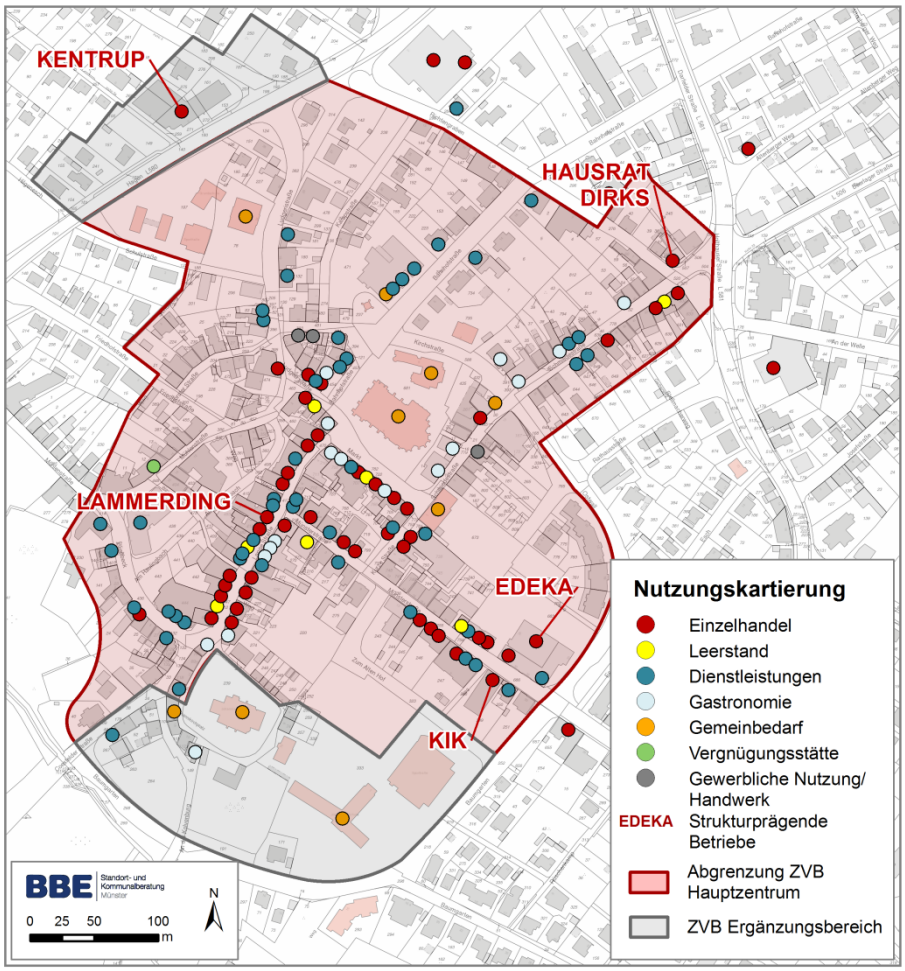
Die Innenstadt von Billerbeck verfügt aufgrund ihrer teilweise historischen Gebäudekulisse mit dem Dom als stadträumlichem Mittelpunkt,

ihrer ansprechend gestalteten Fußgängerzone, der Aufenthaltsmöglichkeiten im öffentlichen Raum (u. a. Außengastronomie) und des städtebaulich insgesamt attraktiven Erscheinungsbildes über eine ansprechende Aufenthalts- und Verweilqualität. Die Anziehungskraft ebenso wie die Frequenz der Hauptlage wird u. a. durch die Veranstaltung eines Wochenmarktes entlang der Lange Straße erhöht.

Verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge

Die Innenstadt ist im Bereich der Lange Straße und Münsterstraße sowie angrenzender Straßen gekennzeichnet durch ein kompaktes und verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge nicht nur im Einzelhandel, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen bzw. Einrichtungen des Gemeinbedarfs, der Gastronomie und Dienstleistungen. Der Einzelhandel konzentriert sich hierbei im Wesentlichen auf die Erdgeschosslagen der einzelnen Geschäftseinheiten. In den Bereichen Ludgeristraße und Johannikirchplatz als Teile des Hauptzentrums sind derzeit neben einzelnen Betriebsstätten des Einzelhandels sowie Dienstleistungen vorrangig Gemeinbedarfseinrichtungen vorhanden.

Abb. 16: Nutzungsmischung ZVB Hauptzentrum Innenstadt Billerbeck



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; ALK © Geobasis NRW 2013

45 Betriebe in der Innenstadt

In der Innenstadt von Billerbeck sind zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 45 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die zusammen ein Angebot von rd. 6.200 qm Verkaufsfläche vorhalten. Damit liegen immerhin etwa 70 % der Betriebsstätten, aber nur 25 % der gesamten Verkaufsfläche von Billerbeck in der Innenstadt.

Gemäß der zugewiesenen Versorgungsfunktion als Grundzentrum liegt der einzelhandelsrelevante Angebotsschwerpunkt in erster Linie im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Die höchsten Flächenanteile innerhalb der Innenstadt verzeichnen die Sortimente Bekleidung und Schuhe sowie Nahversorgung, ergänzt um weitere Angebote im mittel- und langfristigen Bedarf (u. a. Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat, Sportartikel, Heim-/Haustextilien).

Magnetbetriebe

Wesentlicher großflächiger Magnetbetrieb für die Innenstadt ist somit der gut in die innerstädtischen Strukturen eingebundene EDEKA-Markt an der Münsterstraße. Weitere Magnetfunktion für die innerstädtischen Strukturen entfaltet neben den unterschiedlichen, kleinteiligen Fachanbietern auch das Modehaus LAMMERDING, der Textilfachmarkt KIK, das Haushaltswarengeschäft DIRKS sowie bedingt auch das großflächige Schuhhaus KENTRUP im nördlichen Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereiches. Die genannten Anbieter befinden sich räumlich verteilt auf das Hauptzentrum.

Betriebsgrößen

Der EDEKA-Markt sowie der Anbieter KENTRUP stellen die beiden einzigen großflächigen Betriebsstätten (> 800 qm Verkaufsfläche) innerhalb der Innenstadt von Billerbeck dar. Insgesamt sind 71 % der Betriebsstätten kleiner als 100 qm, etwa 40 % sogar kleiner als 50 qm. Mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 140 qm ist der Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt demnach überwiegend kleinteilig geprägt. Gerade die Handelsbetriebe der unterschiedlichen zentrenprägenden Sortimentsgruppen weisen somit kleinere Verkaufsflächengrößen auf.

Marktauftritt und Verkaufsflächendimensionierung

Der innerstädtische Lebensmittelmarkt EDEKA verfügt nach den kürzlich erfolgten Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen über eine moderne Betriebsstätte mit leistungsfähigem Marktauftritt und konnte so im Bestand gestärkt und gesichert werden. Die Billerbecker Innenstadt zeichnet sich ansonsten durch einen sehr geringen Filialisierungsgrad aus. Der Marktauftritt der hier ansässigen Betriebe ist aber größtenteils als marktgerecht und zukunftsfähig einzustufen, wenngleich einzelne wenige Anbieter insbesondere bei der Warendarbietung Optimierungspotenziale verzeichnen.

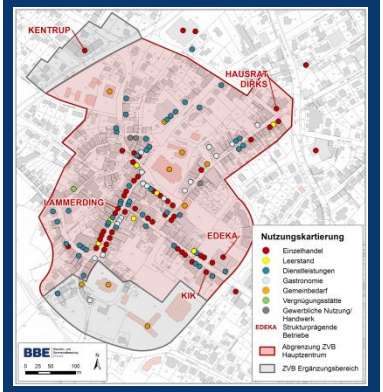
Leerstände

Leerstände sind in Billerbeck nur in relativ geringer Zahl vorhanden und nicht als stadtbildprägend zu bezeichnen. Insgesamt konnten zum Zeitpunkt der Erhebung 7 Leerstände identifiziert werden, die – sofern eine

Beurteilung von außen möglich gewesen ist – eine durchschnittliche Größenordnung von knapp 80 qm aufweisen.

Die städtebauliche Ausgangsituation im Zentrum wird im nachfolgenden Kurzprofil zusammenfassend beschrieben.

Abb. 17: Profil Hauptzentrum Innenstadt Billerbeck

<table>
<tr><td> 
</td><td colspan="2"> </td><td> </td></tr>
<tr><td>Versorgungsfunktion</td><td colspan="3">Gesamtstädtische Versorgungsfunktion</td></tr>
<tr><td>Anzahl Betriebsstätten</td><td colspan="3">45 Einzelhandelsbetriebe</td></tr>
<tr><td>Verkaufsfläche Innenstadt</td><td colspan="3">ca. 6.200 qm</td></tr>
<tr><td>VKF-Anteil ggü. Gesamtstadt</td><td colspan="3">25,1 %</td></tr>
<tr><td>Sortimentsschwerpunkt</td><td colspan="3">Mittelfristiger Bedarfsbereich (54 % der VKF): Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Uhren / Schmuck, Heim-/ Haustextilien
Kurzfristiger Bedarfsbereich (32 % der VKF): Nahrungs- und Genussmittel</td></tr>
<tr><td>Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe</td><td colspan="3">z. B. EDEKA, KENTRUP, KIK, LAMMERDING, DIRKS etc.</td></tr>
<tr><td>Betriebsstruktur / Filialisierungsgrad</td><td colspan="3">< 10 % filialisierte Betriebe</td></tr>
<tr><td>Haupteinkaufslage</td><td colspan="3">Lange Straße, Münsterstraße, Schmiedestraße, Markt</td></tr>
<tr><td>Leerstände</td><td colspan="3">7 Leerstände; durchschnittlichen Größe: ca. 80 qm</td></tr>
<tr><td>Zusammenfassende Bewertung</td><td>+

Historisch geprägtes, kleinstädtisches Erscheinungsbild mit Dom als Mittelpunkt
Einzigartiger, überwiegend inhabergeführter Einzelhandelsbesatz mit ansprechendem Marktauftritt
Kleinräumig verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge im Kernbereich aus Einzelhandel,</td><td colspan="2">-

Räumlich abgesetzte Lage des örtlich gewachsenen Anbieters KENTRUP im Ergänzungsbereich
Geringe Anzahl größerer Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Innenstadt
Wenige filialisierte Anbieter
Insgesamt 7 Leerstände</td></tr>
</table>

Dienstleistungen, Gastronomie und Gemeinbedarf

Gute Einbindung des Magnetbetriebes EDEKA

Gute Aufenthalts-/Verweilqualität

Quelle: eigene Fotos; eigene Darstellung; ALK © Geobasis NRW 2013

2.3.2 Nahversorgungssituation in Billerbeck

Definition

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird 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 zählen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik.

Gute quantitative Ausstattung

Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Billerbeck mit 0,40 qm Verkaufsfläche je Einwohner im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zum Zeitpunkt der Erhebung als befriedigend dar. Im Zeitvergleich zur letztmaligen Primärerhebung in 2010 ist zumindest für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel eine leichte Steigerung erkennbar. Zwar hat mittlerweile eine Aufgabe der Drogerieanbieter SCHLECKER und IHR PLATZ stattgefunden, der örtliche Anbieter EDEKA hingegen konnte durch entsprechende Erweiterungsmaßnahmen im Bestand gesichert werden. Entsprechende Erweiterungsplanungen sind auch für den ALDI-Markt anvisiert.

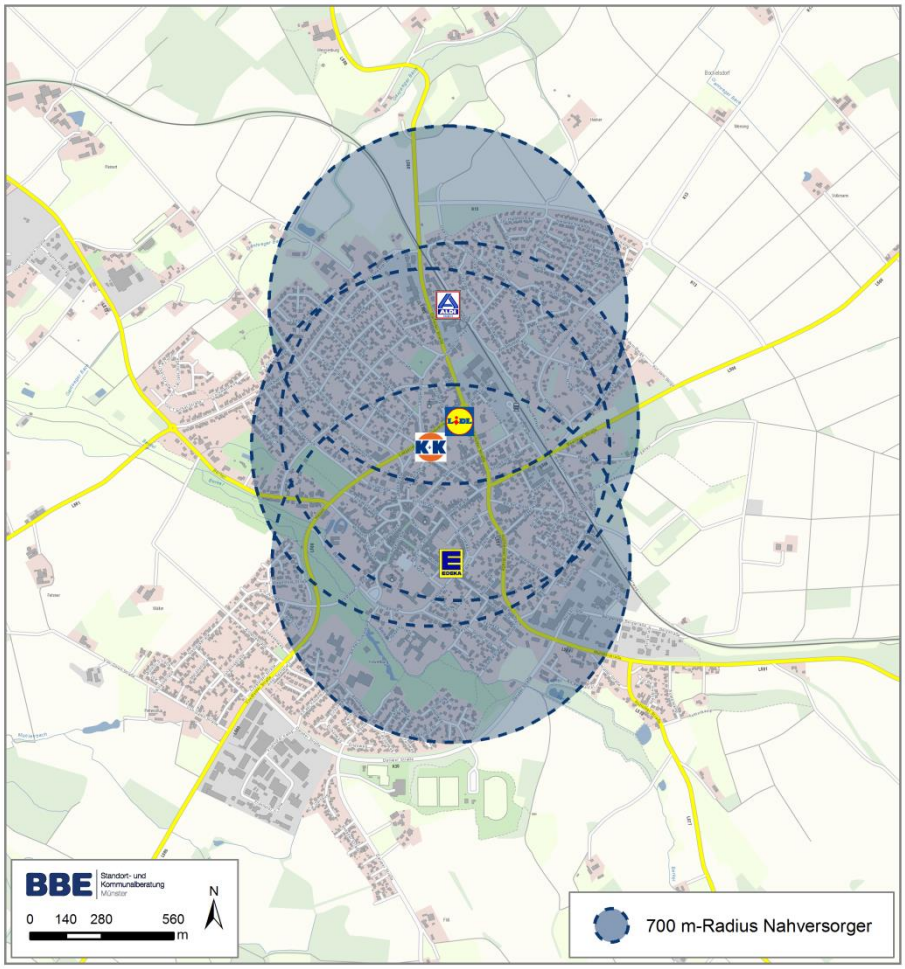
Das nahversorgungsrelevante Angebot ist durch mehrere, auf das Stadtgebiet verteilte Supermärkte sowie Discountfilialen unterschiedlicher Betreiber gekennzeichnet. Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Fachmärkten sowie kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern und Fachgeschäften etc. zu finden.

Qualitative Ausstattung

Neben der quantitativen Bewertung ist insbesondere die fußläufige Erreichbarkeit im Sinne einer dezentralen Versorgung der Wohnquartiere ein wesentliches Merkmal der Qualität des Nahversorgungsangebotes. Der nachfolgenden Abbildung kann die räumliche Verteilung der wesentlichen Angebotsstätten der Nahversorgung entnommen werden. Um die einzelnen Standorte ist jeweils ein 700 m-Radius[11] gezogen worden.

[11] Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von max. 700 m.

Abb. 18: Nahversorgungssituation in Billerbeck



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Geo-Basis-DE / BKG 2015

Räumliche Konzentration

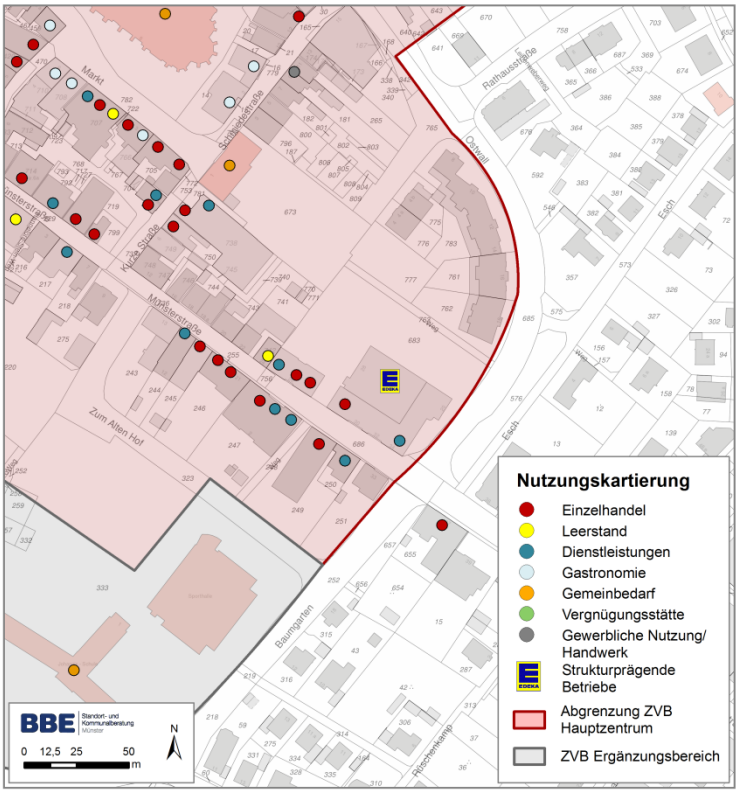
Für die Bewohner innerhalb der farblich dargestellten Radien ist eine ausreichende Nahversorgung zu unterstellen. Aufgrund der Angebotsdichte im Kernsiedlungsbereich von Billerbeck ist eine weitestgehend flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfes gegeben, wenngleich einige wenige Siedlungsquartiere, insbesondere in den westlichen Randbereichen nicht in einer Gehzeit von 10 Minuten (= ca. 700 m) abgedeckt werden können.

Standorte der Nahversorgung

Grundsätzlich besteht eine gute und flächendeckende Versorgung, wenngleich sich die örtlichen Angebotsstätten hinsichtlich ihrer Standort- und Lagequalität und der damit einhergehenden Versorgungsfunktion unterscheiden. Die unterschiedlichen Standortlagen mit nahversorgungsrelevanten Angeboten sollen entsprechend ihrer Einordnung im Einzelhandelskonzept der Stadt Billerbeck im Folgenden kurz dargestellt werden

Einen wichtigen Standort der Nahversorgung stellt der innerstädtische EDEKA-Markt an der Münsterstraße dar. Hierbei handelt es sich um einen Lebensmittelanbieter in integrierter Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Billerbeck mit einer Funktion als Frequenzbringer und Magnetbetrieb für den kleinteiligen Innenstadtbesatz sowie einer fußläufigen Versorgungsfunktion.

Abb. 19 : EDEKA, Münsterstraße

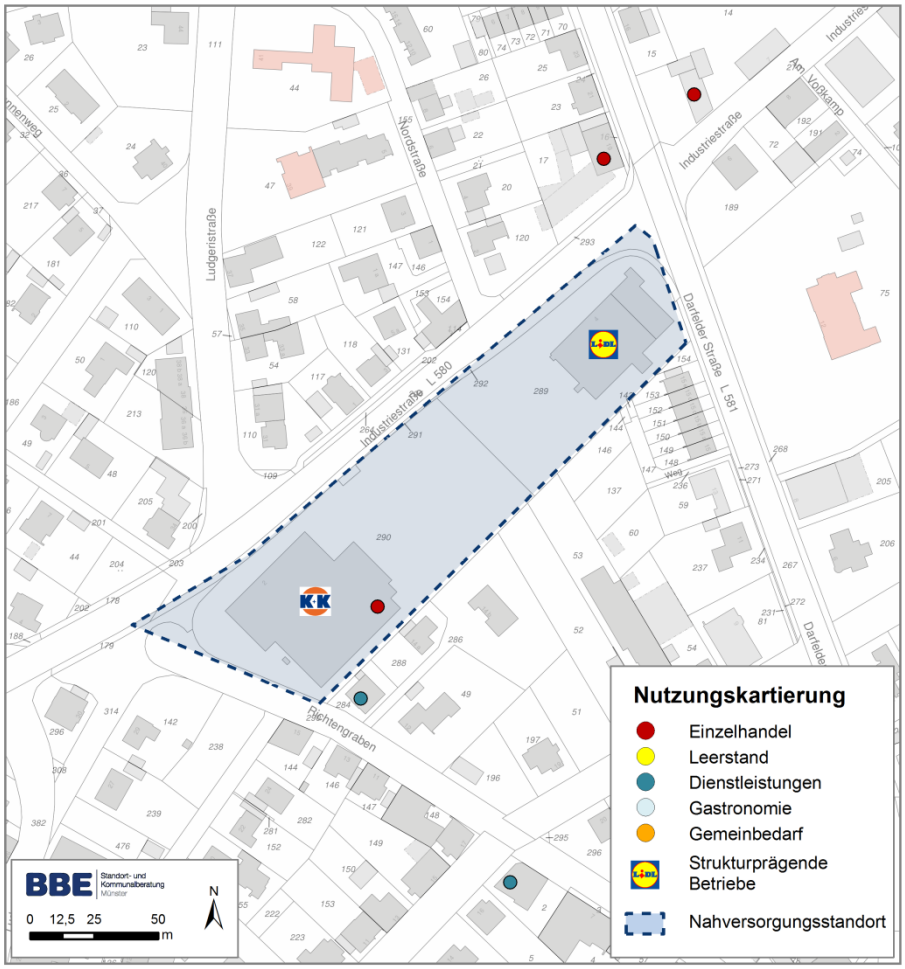


Quelle: eigene Darstellung; ALK © Geobasis NRW 2013; eigene Fotos

Verbundstandort Industriestraße

Hervorzuheben ist im Weiteren der Verbundstandort eines K+K-Marktes mit einem LIDL-Discountmarkt an der Industriestraße, der sich durch seine ortskernnahe und wohngebietsintegrierte Lage auszeichnet. Zwar ist die fußläufige Erreichbarkeit durch den Verlauf der L 580 sowie der L 581 nach Norden und Osten eingeschränkt, nichtsdestotrotz verfügt der Standort zumindest in südlicher Richtung über eine barrierefreie und unmittelbare Anbindung an Wohngebiete. Die Märkte erfüllen damit eine wesentliche Nahversorgungsfunktion. Der Standort wurde dementsprechend im Einzelhandelskonzept der Stadt Billerbeck als integrierter Nahversorgungsstandort eingeordnet.

Abb. 20 : Verbundstandort Industriestraße



Quelle: eigene Darstellung; ALK © Geobasis NRW 2013

Prägender Einkaufsschwerpunkt der Nahversorgung

Die beiden Märkte verfügen trotz z. T. begrenzter Verkaufsflächen über wettbewerbsfähige Betriebsanlagen mit einem gemeinsam genutzten Stellplatzangebot, so dass die Märkte auch für den motorisierten Individualverkehr ausgelegt sind und damit eine über die reine Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion übernehmen können. Aufgrund ihrer Agglomerationslage zueinander besteht zudem die Möglichkeit von Kopplungskäufen von Vollsortiment und Discount (one-stop-shopping), so dass die Märkte ein prägender Einkaufsschwerpunkt der Nahversorgung sind.

Abb. 21: LIDL und K+K, Industriestraße

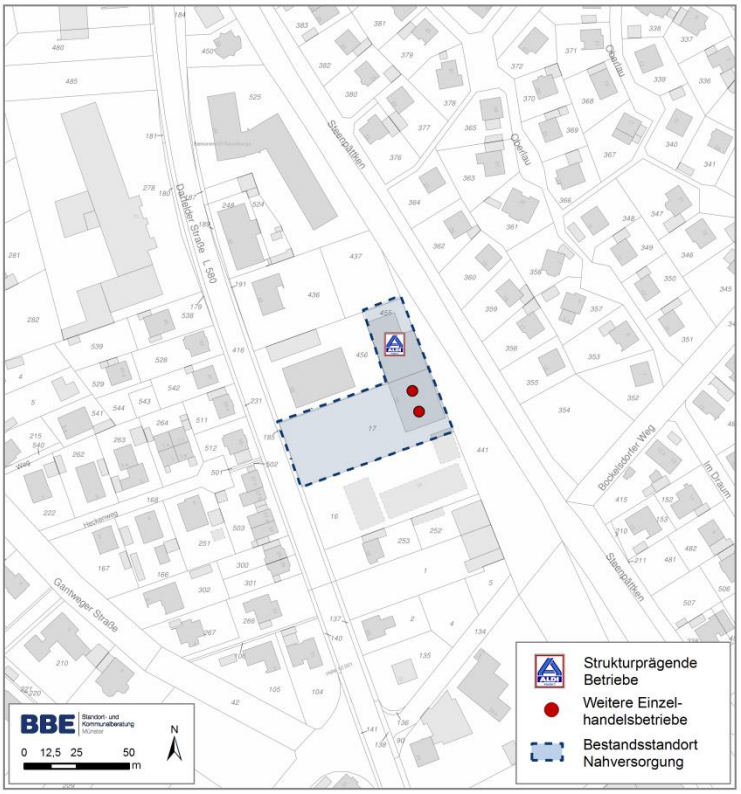
Quelle: eigene Fotos

ALDI, Darfelder Str.

Als weiterer Standort der Nahversorgung befindet sich in Billerbeck ein ALDI-Markt an der Darfelder Straße in Solitärlage bzw. mit der Bäckerei HELLMANN und der Metzgerei FRAHLING ergänzt durch zwei Ladenhandwerksbetriebe. Das Standortumfeld ist überwiegend durch Gewerbetriebe (Reifen DARLEY, Autohäuser, Baustoffe) geprägt. Durch die westlich angrenzende, aufgelockerte Wohnbebauung, sowie auch die jenseits der nordöstlich verlaufenden Bahntrasse anschließenden Wohngebiete ist eine für die Nahversorgung relevante Mantelbevölkerung zumindest in Teilen geben. Der Standort weist mit den genannten Lageeigenschaften eine fußläufige Erreichbarkeit auf.

Dem Standort kommt eine wichtige Funktion als Bestandteil der örtlichen Versorgungsstrukturen zu bzw. er leistet einen wichtigen Beitrag zur Versorgung der örtlichen Bevölkerung insbesondere in den nördlichen Siedlungsquartieren.

Abb. 22 : ALDI, Darfelder Straße



Quelle: eigene Darstellung; ALK © Geobasis NRW 2013; eigene Fotos

2.3.3 Sonder- / Fachmarktstandorte in Billerbeck

Weitere Angebotsstandorte in nicht integrierten Lagen

Neben den Standortbereichen mit Zentrencharakter sowie den Standorten der Nahversorgung wird der Einzelhandelsbesatz innerhalb der Stadt Billerbeck durch weitere Standortlagen geprägt. Hierbei handelt es sich um Standorte in zumeist nicht integrierten Siedlungslagen, die den Charakter von Sonder- / Fachmarktstandorten haben. Die Standortlagen zeichnen sich i. d. R. durch nachfolgende Eigenschaften aus:

- Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte
- Fehlende Mischung und Dichte unterschiedlicher Nutzungen
- Städtebaulich nicht integrierte bzw. nur teilintegrierte Lage, teilweise in Industrie- / Gewerbegebieten

Als Beispiele für Sonder- bzw. Fachmarktstandorte in Billerbeck seien das Gartencenter MOUBIS in Hamern sowie der Teppichfachmarkt JANNING an der Münsterstraße zu nennen.

2.4 Nachfrageanalyse

Zur Beurteilung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist eine Analyse der Nachfragesituation vorgenommen worden. Im Ergebnis werden die Kaufkraftpotenziale und -bindungen innerhalb der kommunalen Grenzen ermittelt.

2.4.1 Kaufkraftpotenzial in Billerbeck

Die Analyse der örtlichen Nachfragesituation wird auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau, den Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen.

Auswertung sekundärstatistischer Quellen

Die Daten und Statistiken der nachfolgenden Institute stellen hierfür die Grundlagen dar:

- IFH Retail Consultants, Köln 2015
- Einwohnerstatistik der Stadt Billerbeck, Stichtag 28.04.2015
- Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Düsseldorf 2015

Verbrauchsausgaben

Für die Ermittlung des Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet werden neben der Zahl der Einwohner (= Bedarfsträger) die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben hinzugezogen.[12] Grundlage sind die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants aus dem Jahre 2015. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind insgesamt 6.613 € einzelhandelsrelevant.[13]

Kaufkraftkennziffer Billerbeck: 102,85 %

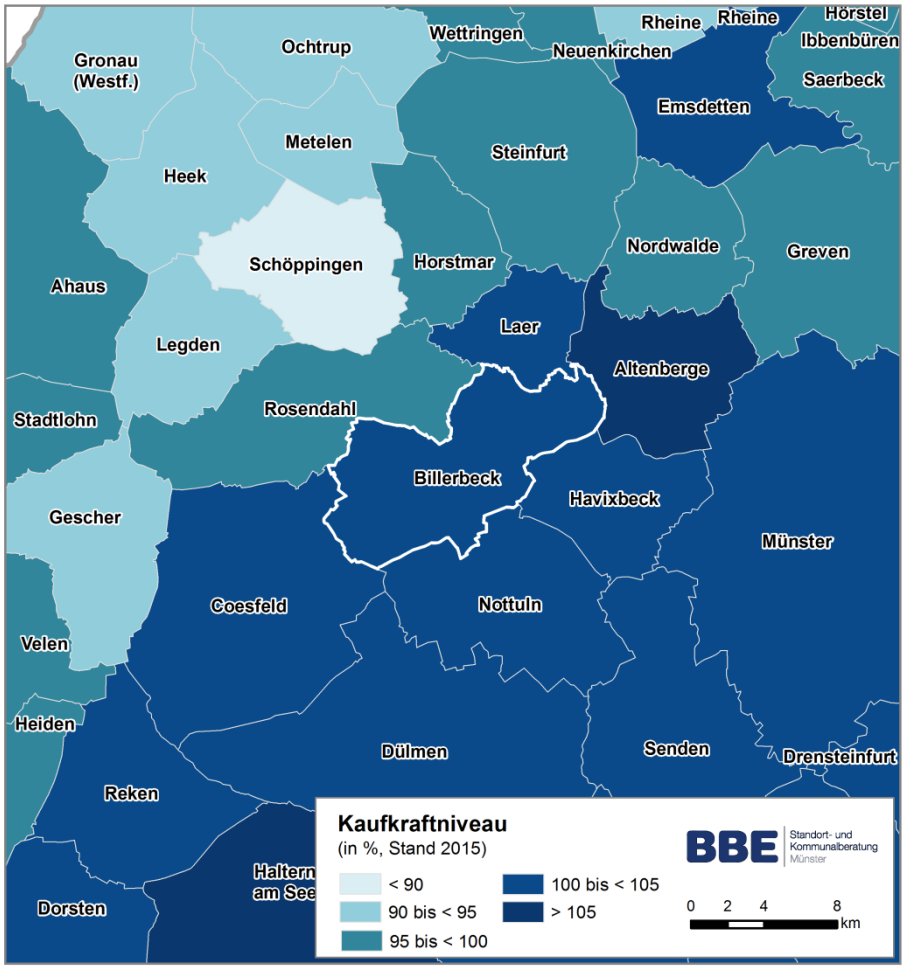
Die Verbrauchsausgaben werden zudem mit einem Faktor gewichtet, der einen Index für die Ausgabefähigkeit im örtlichen Einzelhandel darstellt. Dieser Faktor wird bei der Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer einbezogen. Die IFH Retail Consultants Köln, weisen in der Stadt Billerbeck eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 102,85 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit um 2,85 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt.

[12] Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft (= Summe aller Nettoeinkünfte aus selbstständiger und nicht selbstständiger Arbeit einschließlich Kapitaleinkünften und staatlichen Transferzahlungen, wie Arbeitslosengeld, Kindergeld und Renten), die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u. a. Dienstleistungen, Versicherungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u. a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

[13] Inkl. Versandhandel und e-Commerce

Das Kaufkraftniveau der Stadt Billerbeck ist vergleichbar mit der Region Münsterland, wie der nachfolgenden Karte zu entnehmen ist.

Abb. 23: Kaufkraft in der Region



Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015; © GeoBasis-DE / BKG 2015

Elastizitätsfaktor

Die Verbrauchsausgaben werden mit der Elastizität der Nachfrage gewichtet, da die Ausgabenbereitschaft für einzelne Sortimenten durchaus differieren kann. Dies bedeutet, dass bei einem höheren Kaufkraftniveau die Ausgabenbereitschaft beispielsweise bei Gütern des mittelfristigen Bedarfes nicht im gleichen Verhältnis wie z. B. bei Gütern des langfristigen Bedarfes ansteigt.

Hieraus ergibt sich für die Stadt Billerbeck eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 6.235 €[14] im Jahr.

Abb. 24: Kaufkraftpotenzial in Billerbeck[15]

Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	**102,85**	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	im Gebiet
Einwohner:	**11.652**	in € zu Endverbraucher-preisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucher-preisen inkl. MwSt.	in T€ zu Endverbrau-cherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel		2.303	2.365	27.554
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.		978	994	11.577
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher		186	194	2.255
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		**3.466**	**3.552**	**41.386**
Bekleidung/Wäsche		541	565	6.585
Schuhe, Lederwaren		145	151	1.759
Baumarktsortimente*, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf		488	495	5.770
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat		69	73	846
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.		229	239	2.784
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		**1.472**	**1.523**	**17.744**
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien		427	445	5.186
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten		166	173	2.014
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		413	427	4.974
Uhren/Schmuck		76	80	931
Sonstiges		35	36	420
Überwiegend langfristiger Bedarf		**1.116**	**1.161**	**13.524**
Gesamt		**6.055**	**6.235**	**72.654**

* Verbrauchsausgaben im Baumarktsegment abzüglich der Ausgaben, die über das Handwerk abgedeckt werden

Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2015

Kaufkraftpotenzial: rd. 72,7 Mio. €

Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 72,7 Mio. € für das Jahr 2015 ermitteln.

Touristisches Potenzial

Neben dem einzelhandelsspezifischen Kaufkraftpotenzial, das sich aus der ortsansässigen Bevölkerung ableiten lässt, sind weitere touristische Potenziale vorhanden. Diese resultieren in Billerbeck aus den Übernachtungen in der örtlichen Hotellerie, Ferienhäusern und -wohnungen sowie privaten Pensionen. Statistisch schwierig zu erfassen ist jedoch das Ausgabeverhalten im Tourismussegment, zumal das Ausgabeverhalten der Gäste auch mit der Verweildauer am Ort (Tages- vs. Übernachtungstouristen) sowie der Art der Übernachtung (Selbstversorger vs. Hotelgäste) zusammenhängt. Über die Höhe des touristischen Potenzials kann

[14] Verbrauchsausgaben korrigiert um die Ausgaben, die im Baumarktsegment über das Handwerk abgedeckt werden.

[15] Es sind ausschließlich Einwohner mit gemeldeten Erstwohnsitz (ohne Zweit- / Nebenwohnsitz) berücksichtigt worden.

somit mangels eindeutiger Zahlen keine verlässliche Aussage getroffen werden.

2.4.2 Kaufkraftbindungsquoten

Umsatz-Kaufkraft-Relation

Auf Grundlage der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wird eine Analyse der örtlichen Kaufkraftbindungsquoten vorgenommen. Hierbei werden die vor Ort gebundenen Umsätze der sortimentsspezifischen Kaufkraft gegenübergestellt.[16] Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt eine Kenngröße für die Versorgungssituation innerhalb der Warengruppen eines Teilraumes dar.

Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse (im Saldo) stärker als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist. Die vollständige Kaufkraftbindung von 100 % ist allerdings zunächst eine rechnerische Größe, die in den einzelnen Sortimenten teilweise deutlich nach oben oder nach unten abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Stadt oder eines Standortes auch mit der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebe oder Betriebsformen des Handels in Verbindung steht.

Zur Ermittlung der Umsätze werden aktuelle branchenbezogene und betriebsspezifische Flächenproduktivitäten[17], d. h. sortimentsspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen, angesetzt, die hinsichtlich der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe angepasst werden. Bezogen auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

Einzelhandelsumsatz ca. 59,1 Mio. €

In der Stadt Billerbeck wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 59,1 Mio. € realisiert. In Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vor Ort besteht für die Stadt Billerbeck so insgesamt eine Kaufkraftbindung von 81,8 % über alle Sortimente.

Zeitvergleich

Im Vergleich zur letzten Untersuchung in 2010 ist die gesamtstädtische Kaufkraftbindungsquote geringfügig gesunken (2010: 97 %). Diese Veränderungen ergeben sich vornehmlich aus den bundesweit sinkenden Flächenproduktivitäten. So benötigen die Betriebe insbesondere im Baumarkt- und Garten-, aber auch im Lebensmittelbereich immer größere Flächen bei nahezu stagnierenden Umsätzen.

[16] = Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevanten Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial)
[17] EHI Retail Institute, Köln 2013/2014

Abb. 25: Bindungsquoten

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	20.051	27.554	72,8%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	7.095	11.577	61,3%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.249	2.255	55,4%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**28.394**	**41.386**	**68,6%**
Bekleidung/Wäsche	9.096	6.585	138,1%
Schuhe, Lederwaren	2.511	1.759	142,8%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	9.601	5.770	166,4%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1.285	846	151,8%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	2.951	2.784	106,0%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**25.444**	**17.744**	**143,4%**
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	3.674	5.186	70,9%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	197	2.014	9,8%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	342	4.974	6,9%
Uhren/Schmuck	1.065	931	114,4%
Sonstiges	0	420	---
Überwiegend langfristiger Bedarf	**5.278**	**13.524**	**40,3%**
Gesamt (ohne Leerstände)	**59.117**	**72.654**	**81,8%**

Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2014

Hervorzuheben sind die hohen Bindungswerte für Waren des kurzfristigen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel), aber insbesondere für die Sortimentsgruppen des mittel- und teilweise auch langfristigen Bedarfsbereiches. Die Versorgungssituation in den Sortimenten ist wie folgt zu bewerten:

Versorgungssituation

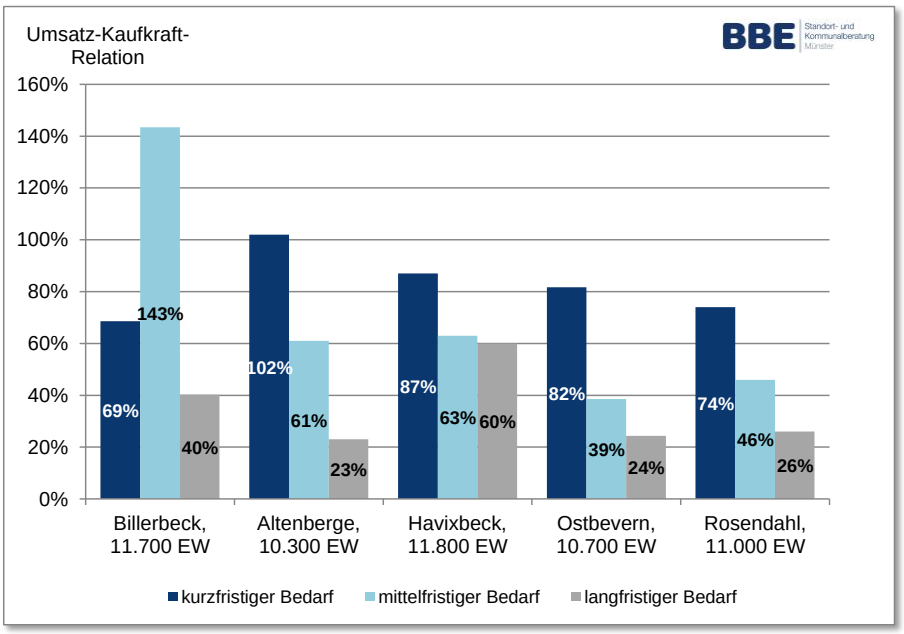
- Es sind quantitativ keine nennenswerten Versorgungsdefizite in den Sortimentsgruppen festzustellen. Die Stadt Billerbeck kann ihrer zentralörtlichen Einordnung als Grundzentrum gerecht werden. Sie weist Angebotsstrukturen auf, die in ihrer Dimensionierung für ein Grundzentrum vergleichsweise hoch sind.
- Die quantitative Versorgung der Bevölkerung mit Nahversorgungsangeboten ist derzeit als befriedigend anzusehen.
- In den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten im Bereich der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe sowie Uhren/Schmuck), bei Sportartikeln und GPK, Hausrat verfügt die Stadt Billerbeck über sehr gute Bindungsquoten, die oberhalb von 100 % liegen, das heißt der Einzelhandel kann Kaufkraftzuflüsse von außerhalb generieren.

- Auch bei mittelfristigen Sortimenten wie Baumarkt, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf sowie Spielwaren, Sport, Fahrrad, Hobby bestehen aufgrund der regional bedeutsamen Anbieter (Gartencenter, Sport- u. Fahrradgeschäfte) sehr gute Bindungsquoten. Eher geringe Ausstattungen sind hierbei jedoch in den Einzelsortimenten Spielwaren und Zoo- / Heimtierbedarf zu identifizieren.
- Auch innerhalb des Sortimentes Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/ Haustextilien werden aufgrund eines örtlichen Teppichmarktes hohe Bindungsquoten erzielt. Klassische Möbelanbieter sind in Billerbeck angesichts der Ortsgröße hingegen nicht zu identifizieren.
- Deutliche Kaufkraftabflüsse sind im langfristigen Bedarfsbereich ausschließlich in den Sortimentsgruppen Elektro / Leuchten / Unterhaltungselektronik zu verzeichnen, was allerdings aufgrund der begrenzten wirtschaftlichen Potenziale eines Grundzentrums gerade in diesen Sortimentsgruppen nicht verwundert.

Bindungsquoten im Vergleich

Der interkommunale Vergleich mit vergleichbaren Städten in der Region macht deutlich, dass sich die Bindungsfähigkeit der Stadt im kurzfristigen Bedarfsbereich in einem eher unterdurchschnittlichen Bereich befindet. Insbesondere im mittel- aber auch im langfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsfähigkeit indes oberhalb der durchschnittlichen Werte der Städte vergleichbarer Größe und Struktur.

Abb. 26: Bindungsquoten im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Städte

2.5 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Billerbeck

Stärken

Der Einzelhandelsstandort Billerbeck weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden, die es zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln gilt:

- eine insgesamt attraktive städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangssituation,
- eine insgesamt sehr gute Angebotssituation, geprägt durch wettbewerbsfähige und leistungsstarke örtliche Anbieter,
- eine flächendeckende, wohnungsnahe Ausstattung im Bereich der Nahversorgung,
- eine gute bis sehr gute Ausstattung sowie hohe Kaufkraftbindungsquoten insbesondere im mittel- aber auch langfristigen Bedarfsbereich,
- teilweise ortstypische und somit unverwechselbare Anbieter,
- ein attraktiver und räumlich kompakter Angebotsmix aus innenstadtrelevanten Nutzungen wie Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen,
- eine gute Erreichbarkeit sowie Stellplatzsituation
- ein städtebaulich attraktives Umfeld mit einer ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes,
- eine hohe Verweilqualität in der Innenstadt,
- eine gute Einbindung des nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebes in die Innenstadt.

Schwächen

Neben den obigen Stärken gibt es aber auch einige wenige Schwächen. Dies sind:

- eine im regionalen Vergleich quantitativ leicht unterdurchschnittliche Ausstattung im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- fehlende größere zusammenhängende Flächenpotenziale in der Haupteinkaufslage der Innenstadt, Ausweichen auf definierte Ergänzungsbereiche,
- die räumliche Lage wichtiger Magnetbetriebe außerhalb der eigentlichen Lauflage (KENTRUP) bzw. der Innenstadt (BRUNS)

- eine im Vergleich zu 2010 leicht rückgängige Flächenentwicklung des Einzelhandels, mit Schwerpunkt im Sortiment Drogerie, die aber insbesondere in der SCHLECKER-Insolvenz begründet ist,

Handlungsansätze

Die Schwächen gilt es im Rahmen der Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen, wenn möglich, zu beheben. Mögliche Handlungsansätze sind diesbezüglich:

- die Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Angebotsstrukturen bei Nahversorgung insbesondere durch die Realisierung angestrebter Erweiterungsplanungen
- eine Entwicklung der Nahversorgung mit Fokus auf die Innenstadt sowie auf wohnortnahe Versorgungsstrukturen bzw. unterversorgte Gebiete
- eine zusätzliche Attraktivitätssteigerung und Belebung der Innenstadt durch Sicherung bzw. Ansiedlung weiterer größerer Magnetbetriebe mit frequenzerzeugender Wirkung
- gezielte (kleinteilige) Ergänzungen in zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zur Stärkung der Innenstadt, insbesondere durch Nachnutzung von Leerständen
- eine Sicherung und verträgliche Weiterentwicklung bestehender Strukturen bei den Angebotsstrukturen des langfristigen Bedarfsbereichs sowie bei Angeboten mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten
- Steuerung zentren- und nahversorgungsrelevanter Randsortimente bei Betriebsstätten mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten

3 Sortimentsliste

Die Billerbecker Sortimentsliste stellt ein unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung dar. In der Bauleitplanung ist die örtliche Sortimentsliste für Bindungen des Sortiments bei der Festsetzung von SO-Gebieten für den großflächigen Einzelhandel sowie bei der Zulässigkeit bzw. dem Ausschluss von Einzelhandel in den einzelnen Baugebieten der BauNVO (§§ 1 – 11) maßgeblich.

3.1 Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste

Die Städte und Gemeinden sind aufgefordert, eine örtliche Sortimentsliste auf Grundlage der örtlichen Verhältnisse zu definieren. Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme sonstiger Listen z. B. anderer Kommunen ist nicht zulässig und keine rechtssichere Grundlage für die Festsetzungen in Bebauungsplänen.

Notwendigkeit einer örtlichen Liste

Diesbezüglich urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.[18] In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz sowie zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen.

Zur Einordnung der Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Differenzierung nach ihrer Relevanz, d. h. eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden, wobei zunächst zwischen typischem und atypischem Handel unterschieden werden muss. Während beim typischen Einzelhandel der Verkauf von Waren und Produkten an den Endverbraucher erfolgt, steht der atypische Handel in Beziehung zu einer gewerblichen Nutzung bzw. handwerklichen Dienstleistung (z. B. Baustoffe, Kfz-Handel mit Werkstatt, Brennstoffe).

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

Abb. 27: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz

Quelle: eigene Darstellung

Die Einordnung und Differenzierung der Sortimente nach ihrer Relevanz erfolgt u. a. anhand ihrer Warenbeschaffenheit, ihres Flächenanspruchs, ihrer Transportbedürftigkeit und anhand ihres Beitrags zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebots und somit der Belebung und Attraktivierung der Innenstädte.

Merkmale zentren-relevanter Sortimente

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines zentralen Versorgungsbereiches prägend und 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).

Leitsortimente in NRW

Bei der Erstellung bzw. Aktualisierung der ortstypischen Sortimentsliste für die Stadt Billerbeck sind die zentrenrelevanten Leitsortimente als Ziel der Landesplanung zwingend zu beachten. Diese Leitsortimente prägen in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte. In ihrem Zusammenspiel leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes. Nicht zuletzt

aufgrund ihrer Magnetfunktion tragen sie wesentlich zur Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.[19]

Abb. 28: Liste der Leitsortimente in NRW

Sortimentsgruppe
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Bücher
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
Spielwaren
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
Elektrogeräte, Medien (UE, Kommunikation, Computer, Foto)
Uhren, Schmuck
Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

Quelle: eigene Darstellung; LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

Nahversorgungsrelevante Sortimente

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 die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgungsbetrieben für eine wohnortnahe Versorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unter bestimmten Anforderungen[20] ausnahmsweise möglich.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie nur in einem geringen Umfang in Zentren und Ortskernen vertreten sind und für das zentrentypische 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 oftmals eher klein-

[19] Siehe Erläuterungen zum LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

[20] Siehe Ziel 2 des LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

teiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

Bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste empfiehlt sich folgende Vorgehensweise[21]:

- Zunächst sind die Sortimente im zentralen Versorgungsbereich bzw. an Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand). Diese Sortimente sind dann im Weiteren in die örtliche zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimentsliste zu übertragen, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.
- Darüber hinaus können solche Sortimente in die Liste aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive). So können „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in den Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel ausgeschlossen werden, um mögliche Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu nutzen.
- Die landesplanerischen Vorgaben und Zielsetzungen für die Einordnung der Sortimentsgruppen sind zwingend zu berücksichtigen.

Bei der Zuordnung der örtlichen Sortimentsliste in Billerbeck wird darüber hinaus eine detaillierte Differenzierung der gängigen Sortimentsgruppen vorgenommen, wie die nachfolgende Gliederung des Sortiments „Elektrogeräte“ beispielhaft verdeutlichen soll. So ist beim genannten Beispiel „Elektrogeräte“ eine Ausdifferenzierung u. a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
- …

Die genannten Sortimentsuntergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinde dann sowohl als zentren- als auch als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden. Ein besonderes Augenmerk ist gemäß aktueller Rechtsprechungen des Oberverwaltungs-

[21] U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007

gerichts Münster allerdings darauf zu legen, dass die differenzierten Untergruppen hinreichend bestimmt sind.[22]

Herleitung aufgrund örtlicher Verhältnisse

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen. Entscheidend ist letztendlich, dass die Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestellt wird.

3.2 Billerbecker Sortimentsliste

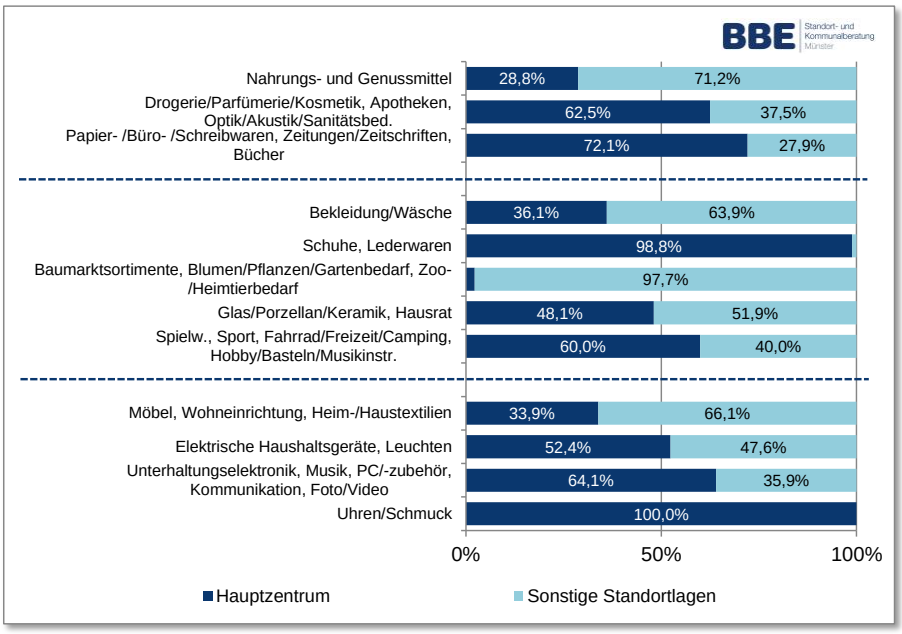
Festlegung durch die Stadt

Bei der Herleitung der Billerbecker Sortimentsliste sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festzulegen.

Bestandssituation der Sortimentsgruppen

Die nachfolgende Abbildung gibt die Verteilung der Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich bzw. in sonstigen Standortlagen der Stadt Billerbeck wieder:

Abb. 29: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Unter Beachtung der zentrenrelevanten Leitsortimente[23] als Ziel der Landesplanung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Bestandssitua-

[22] OVG Münster (15.03.2013); Az: 10 D 9/11.NE

[23] Die im sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ festgelegten Leitsortimente werden unabhängig von ihrem tatsächlichen Bestand in der Innenstadt von Billerbeck per se als zentrenrelevant eingeordnet.

tion innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches werden diejenigen Sortimente identifiziert, die einen wesentlichen Beitrag zum Zentrencharakter leisten und deren Bestand im Zentrum es damit zu sichern gilt.

Bei einigen Sortimenten kann eine Differenzierung einzelner Sortimente abweichend von der Bestandssituation im Zentrum erfolgen, wie am Beispiel für Elektrogeräte aufgezeigt worden ist. Abweichende Einordnungen einzelner Sortimente werden im Folgenden einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Zur Sicherung und Entwicklung einer wohnortnahen Grundversorgung können nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel etc.) auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches unter im Einzelhandels- und Zentrenkonzept definierten Anforderungen ausnahmsweise möglich sein, so dass diese unabhängig von ihrem innerstädtischen Flächenanteil bzw. Anteil in sonstigen Standortlagen entsprechend eingeordnet werden.

Zentrenrelevante Sortimente

Trotz eines zum heutigen Zeitpunkt nur geringen bzw. nicht vorhandenen Bestands innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt in der Billerbecker Sortimentsliste eine Einordnung der nachfolgend genannten Sortimente als zentrenrelevant.

- Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
- Antiquariate
- Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
- Künstler- und Bastelbedarf
- Musikinstrumente und Musikalien
- Pokale, Vereinsbedarf
- Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
- Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
- Antiquitäten und antike Teppiche
- Sammlerbriefmarken, -münzen

Deren Flächenanteile liegen aktuell zwar, sofern überhaupt vorhanden, größtenteils außerhalb des Zentrums, stellen aber gemäß der städtebaulichen Zielvorstellung einer möglichst vielfältigen Angebotsmischung im Zentrum (künftig) zentrenprägende Sortimente dar.

Das Einzelsortiment Bettwaren (ohne Bettwäsche) soll nach Ausdifferenzierung entgegen der alten Zuordnung auf Basis des Bestands im Zentrum nun als zentrenrelevant eingeordnet werden.

Ausdifferenzierte Leitsortimente = nicht zentrenrelevant

Die nachfolgenden Sortimente als Teilsortimente der im sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ definierten Leitsortimente sollen aufgrund der örtlichen Strukturen sowie nicht erkennbarer Entwicklungschancen innerhalb der Zentren in der Billerbecker Sortimentsliste als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden:

- Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
- Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)

Weitere nicht zentrenrelevante Sortimente

Abweichend von der örtlichen Bestandssituation im zentralen Versorgungsbereich bzw. des (derzeit) nicht vorhandenen Bestandes erfolgt in der Billerbecker Sortimentsliste zudem eine Einordnung der nachfolgend genannten Sortimente als nicht zentrenrelevant.

- Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
- Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
- Herde, Öfen, Kamine
- Sauna
- Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
- Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Boote und Zubehör
- Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Kinderwagen
- Erotikartikel

Aufgrund ihres Sortimentscharakters (Warenbeschaffenheit, Flächenanspruch, Transportbedürftigkeit) und dem damit geringen bzw. fehlenden Beitrag zum Zentrencharakter können die vorgenannten ausdifferenzierten Leitsortimente sowie die sonstigen Sortimente als nicht zentrenprägend für Billerbeck eingeordnet werden.

Die vormals in der Billerbecker Sortimentsliste als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant eingeordneten Sortimente Fahrräder und Tiernahrung (nur Heim- und Kleintierfutter) werden nunmehr als nicht zentrenrelevant eingeordnet. Im Sortiment Fahrräder ist der wesentliche Anbieter außerhalb des Zentrums ansässig und die Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind sehr begrenzt. Das Sortiment Tiernahrung (nur Heim- und Kleintierfutter) wird zwar als Randsortiment in den ansässigen Lebensmittelmärkten geführt, ist dort aber nicht unverzichtbarer Sortimentsbestandteil. Ein Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment ist in Billerbeck allerdings weder im zentralen Versorgungsbereich noch an den Nahversorgungsstandorten zu identifizieren. Insbesondere in ländlichen Regionen stehen Tierfutteranbieter häufig aber auch in Zusammenhang mit nicht zentrenrelevanten Angeboten (u. a. genossenschaftliche Bau- und Heimwerkermärkte).

Weitere nicht explizit aufgeführte Sortimentsgruppen können aufgrund ihres tatsächlichen Angebotsschwerpunktes an Standorten außerhalb der Zentren und ihrer dementsprechenden Eigenschaften ebenfalls als nicht zentrenrelevant eingestuft werden.

Zusammenfassend ergeben sich aufgrund vorgenannter Ausführungen folgende Einordnungen der einzelnen Sortimentsgruppen. Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige[24]:

Abb. 30: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

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

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

Abb. 31: Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
Zeitschriften und Zeitungen
Bücher
Antiquariate
Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)
Pelz- und Kürschnerwaren
Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe (ohne Sportschuhe)
Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
Holz-, Kork- , Flecht- und Korbwaren
Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielkonsolen)
Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
Sportbekleidung und -schuhe
Künstler- und Bastelbedarf
Musikinstrumente und Musikalien
Pokale, Vereinsbedarf
Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
Antiquitäten und antike Teppiche
Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
Bettwaren (ohne Bettwäsche)
Vorhänge und Gardinen
elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
bespielte Ton- und Bildträger
Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
Uhren und Schmuck
Sammlerbriefmarken, -münzen

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

Nicht zentrenrelevante Sortimentsliste = nicht abschließend

Die beiden zuvor aufgeführten Sortimentslisten legen fest, welche Sortimente den nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Hierbei verbleiben alle in den Listen nicht aufgeführten Sortimente als nicht zentrenrelevant. Allerdings kann eine nicht zentrenrelevante Sortimentsliste nicht abschließend oder vollständig sein. Die nachfolgende Auflistung gibt somit die wesentlichen bzw. gebräuchlichsten Sortimente wieder.

Abb. 32: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele)

Sortimentsgruppe
Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
Fußbodenbeläge, Tapeten
Rolläden, Rollos, Markisen
Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Sauna
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
Tiernahrung (nur Heim- und Kleintierfutter)
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Boote und Zubehör
Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
Matratzen und Lattenroste
Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
Kinderwagen
Erotikartikel

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

4 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Räumliche Lage 5
Abb. 2: Zentralörtliche Funktion in der Region 6
Abb. 3: Bevölkerungsverteilung (Hauptwohnsitz) in Billerbeck 7
Abb. 4: Bevölkerungsvorausberechnung 7
Abb. 5: Erhebungssystematik 9
Abb. 6: Betriebe und Sortimente 11
Abb. 7: Betriebsstättendichte im Vergleich 12
Abb. 8: Verkaufsflächen in Billerbeck 13
Abb. 9: Verkaufsflächenentwicklung in Billerbeck 2010 - 2015 14
Abb. 10: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich 15
Abb. 11: Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen 16
Abb. 12: Anteile der Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsflächenkategorien 17
Abb. 13: Beispiele Solitärlagen 18
Abb. 14: Fotos Innenstadt Billerbeck 19
Abb. 15: Fotos Hauptlage 19
Abb. 16: Nutzungsmischung ZVB Hauptzentrum Innenstadt Billerbeck 20
Abb. 17: Profil Hauptzentrum Innenstadt Billerbeck 22
Abb. 18: Nahversorgungssituation in Billerbeck 24
Abb. 19 : EDEKA, Münsterstraße 25
Abb. 20 : Verbundstandort Industriestraße 26
Abb. 21: LIDL und K+K, Industriestraße 27
Abb. 22 : ALDI, Darfelder Straße 28
Abb. 23: Kaufkraft in der Region 30
Abb. 24: Kaufkraftpotenzial in Billerbeck 31
Abb. 25: Bindungsquoten 33
Abb. 26: Bindungsquoten im Vergleich 34

Abb. 27: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz 38

Abb. 28: Liste der Leitsortimente in NRW 39

Abb. 29: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen 41

Abb. 30: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente 44

Abb. 31: Liste der zentrenrelevanten Sortimente 45

Abb. 32: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele) 46