

STRUKTURUNTERSUCHUNG EINZELHANDEL ● WERL

erstellt im Auftrag der

Stadt Werl

durch die

BBE-UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH
-BBE Standort-

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

Köln, im September 2005

Auftragsnummer: 4756

BBE Unternehmensberatung GmbH
Agrippinawerft 30 / D-50678 Köln
Telefon-Zentrale: 0221 – 9 36 55-01
Telefax-Zentrale: 0221 – 9 36 55-101

info@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

Geschäftsführung:
Dipl.-Bw. Hilmar Juckel

Sitz der Gesellschaft: Köln
Registergericht Köln: HRB 1592

Inhaltsverzeichnis

1.	Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise.....	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung.....	1
1.2	Methodische Vorgehensweise.....	2
2.	Makro-Standort Werl	4
2.1	Räumliche Lage der Stadt Werl	4
2.2	Verkehrliche Erreichbarkeit.....	4
2.3	Zentralörtliche Funktion	5
2.4	Bevölkerungs- und Beschäftigtenstruktur	5
3.	Einzelhandelssituation in Werl.....	10
3.1	Wettbewerbsumfeld.....	10
3.2	Versorgungsstandorte.....	11
3.3	Struktur- und Leistungsmerkmale des Einzelhandels	13
3.4	Einzugsgebiet, Nachfragevolumen und Umsatz-Kaufkraft-Relation	20
3.5	Nahversorgungssituation.....	27
3.6	Ergebnisse der durchgeführten Befragungen.....	30
3.6.1	Haushaltsbefragung	30
3.6.2	Passantenbefragung	37
3.6.3	Unternehmerbefragung	41
4.	Zukünftige Entwicklung und Handlungsempfehlungen.....	45
4.1	Generelle Entwicklungen und Trends im Einzelhandel	45
4.2	Zielformulierung	50
4.3	Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung.....	55
4.4	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	56
4.4.1	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels57	

4.4.2	Definition und Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente	58
4.4.3	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	63
4.4.4	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	64
4.4.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten	64
4.4.6	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	66
4.5	Gutachterliche Stellungnahme zu aktuellen Planvorhaben	67
4.5.1	Standort Wulf-Hefe / Steinerstraße	67
4.5.2	Standort „An der Kleinbahn“	70
4.5.3	Standort „Oberer Hellweg“ (Büderich)	72
4.5.4	Standort „Unnaer Straße/Lidl“	74
4.5.5	Standort „Belgische Straße / Aldi“	74
4.5.6	Standort „Hammer Straße / Getränkemarkt“	75
4.5.7	Veränderung der Verkaufsflächen in Werl durch aktuelle Planvorhaben	75
4.6	Übereinstimmung mit den Zielen des Regionalen Einzelhandelskonzepts für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche.....	76
5.	Zusammenfassende Bewertung.....	79

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Bevölkerungsentwicklung	6
Abb. 2	Altersstruktur	6
Abb. 3	Einwohner der Stadt Werl nach Ortsteilen	7
Abb. 4	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsabteilungen	8
Abb. 5	Arbeitslosenzahlen und Struktur nach Gemeinden	8
Abb. 6	Arbeitslosenzahlen und Struktur nach Gemeinden	9
Abb. 7	Auspendler und Einpendler	9
Abb. 8	Wettbewerbsstandorte der Stadt Werl im Vergleich	11
Abb. 9	Lage-Klassifizierung in der Innenstadt von Werl	12
Abb. 10	Umsatzpotenzial und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Werl (Gesamtstadt)	14
Abb. 11	Verkaufsflächen des Einzelhandels in Werl (Gesamtstadt) im Zeitvergleich	15
Abb. 12	Verteilung der wesentlichen Einzelhandelsbetriebe (über 200 m ² VKF) in Werl	16
Abb. 13	Standort- und Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Werler Innenstadt	17
Abb. 14	Umsatzpotenzial und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Werl (nur Innenstadt)	18
Abb. 15	Anteil der Innenstadt Werl an Umsatz und Verkaufsflächen des Einzelhandels	19
Abb. 16	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial 2005 der Stadt Werl nach Sortimenten	21
Abb. 17	Kaufkraftbindungsquote (Eigenbindung) der Stadt Werl (nach Warengruppen)	23
Abb. 18	Kaufkraftbindungsquoten der Stadt Werl im Einzugsgebiet	24
Abb. 19	Kaufkraftbilanz der Stadt Werl	24
Abb. 20	Kaufkraftverflechtung der Stadt Werl mit der Region (nach Orten)	25
Abb. 21	Kaufkraftverflechtung der Stadt Werl mit der Region (nach Warengruppen)	26
Abb. 22	Zentrenrelevanz nach Sortimentsbereichen	27
Abb. 23	Lebensmittel- und Getränkeanbieter in Werl	28
Abb. 24	Verkaufsflächen für Lebensmittel/Getränke in der Stadt Werl nach Ortsteilen	29
Abb. 25	Wesentliche Anbieter von Lebensmitteln/Getränken in Werl	29
Abb. 26:	Nahversorgungsstandorte in Werl (Auswahl)	30
Abb. 27	Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Werl/Kernstadt)	31
Abb. 28	Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Werl/sonstige Stadtteile)	32
Abb. 29	Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Wickede)	33
Abb. 30	Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Welper)	33
Abb. 31	Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Ense)	34
Abb. 32	Bevorzugte Einkaufsorte für Bekleidung/Schuhe (nach Altersgruppen)	35
Abb. 33	Einkaufshäufigkeit in Werl nach Wohnort der Befragten	36
Abb. 34	Einkaufshäufigkeit in Werl und Wettbewerbsstädten nach Wohnort der Befragten	36
Abb. 35	Einkaufshäufigkeit in Werl und Wettbewerbsstädten nach Wohnort der Befragten	37
Abb. 36	Kundenherkunft in der Innenstadt von Werl	38
Abb. 37	Wie bewerten Sie die Innenstadt Werl hinsichtlich folgender Punkte?	39
Abb. 38	Verkehrsmittelwahl beim Besuch der Innenstadt Werl (nach Wohnort)	40
Abb. 39	Was haben Sie heute in der Innenstadt von Werl gekauft bzw. wollen Sie noch kaufen?	41

Abb. 40	Beurteilung der Einzelhandelsstandorte Werl, Soest und Unna	42
Abb. 41	Erwartete Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Werl in den nächsten drei Jahren	43
Abb. 42	Erwartete Umsatzentwicklung des eigenen Unternehmens in den nächsten drei Jahren	43
Abb. 43	Veränderungen der Einzelhandelsstruktur	46
Abb. 44	Entwicklung des Einzelhandelsklimas (BBE-Index)	49
Abb. 45	Zentrenkonzept für die Stadt Werl (Vorschlag)	52
Abb. 46	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches	54
Abb. 47	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	62
Abb. 48	Aktuelle Planvorhaben des Einzelhandels in Werl	67
Abb. 49	Verkehrskonzept Zielplanung für den Bereich Wulf-Hefe	70

1. Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In Werl wird zurzeit an einer Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes gearbeitet. Dabei spielt der Einzelhandel als wesentliche Funktion sowohl der Innenstadt (mittelzentrale Versorgungsaufgabe) als auch der übrigen Stadtgebiete (Nahversorgung) eine wichtige Rolle.

Der Einzelhandel in Deutschland ist in einer schwierigen Phase: Einerseits stagnieren die Umsätze seit mehreren Jahren, in einigen Branchen und Regionen sind sogar reale Umsatzrückgänge zu verzeichnen. Andererseits ist nach wie vor ein starkes Interesse von Investoren und Betreibern festzustellen, neue Standorte zu erschließen und bestehende Betriebe zu erweitern bzw. zu verlagern. Auch in Werl müssen planerische Ziele und Marktrealität in Übereinstimmung gebracht werden. Dabei wäre ein Festhalten an nicht mehr realistischen städtebaulichen Zielen ebenso wenig sinnvoll wie eine unkritische Übernahme der zumeist rein betriebswirtschaftlichen Perspektive der Unternehmen.

Eine sachliche Debatte über die zukünftigen Schwerpunkte und daraus resultierende Entscheidungen zu Standorten und Planvorhaben des Einzelhandels setzt eine aktuelle und präzise Situationsanalyse voraus. Die in diesem Bericht dokumentierte Strukturuntersuchung erfüllt im wesentlichen folgende Aufgaben:

Quantitative und qualitative Analyse und Bewertung der Einzelhandelssituation in Werl

Darstellung von Perspektiven und Potenzialen für den Standort Werl

Handlungsempfehlungen zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, zur Sicherung der Nahversorgung und zum Umgang mit Standorten des großflächigen Einzelhandels

Bewertung aktueller Planvorhaben

Das Strukturgutachten Einzelhandel versteht sich insofern als Einzelhandelskonzept, das der Stadt Werl zur Begründung und Absicherung auch zukünftiger Entscheidungen dienen kann.

Der Auftrag zur Erarbeitung des Strukturgutachtens wurde zunächst an die Firma Econ-Consult (Köln) erteilt. Nach deren Insolvenzantrag vom 02.02.2005 und der Übertragung aller laufenden Arbeiten an die Firma ISG – Institut für Sozialforschung und Gesellschaftspolitik (Köln) erfolgte

nach Abschluss einer entsprechenden Vereinbarung ab 13.04.2005 die Fertigstellung durch die BBE Unternehmensberatung GmbH (Köln).

1.2 Methodische Vorgehensweise

Zur Erarbeitung des „Strukturgutachtens Einzelhandel“ wurden folgende Methoden eingesetzt bzw. Quellen verwendet:

Begehung und Erfassung aller projektrelevanten Wettbewerbsstandorte und Anbieter. Erfasst wurden alle Einzelhandelsbetriebe (incl. Ladenhandwerk) in Werl. Zusätzlich berücksichtigt wurden überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb. Die Erhebung wurde im Herbst 2004 durchgeführt, dabei wurde nach insgesamt 35 Sortimentsgruppen differenziert. Auf Basis dieser Erhebungsdaten und unter Verwendung aktueller Veröffentlichungen von M & M / Trade Dimensions und des Eurohandelsinstitutes (insbesondere EHI: Handel Aktuell 2004) wurde eine Umsatzschätzung für das Jahr 2005 errechnet.

Verbraucherbefragung zur Feststellung der Einkaufsorientierung beim Kauf wichtiger Warengruppen: Dazu wurden in Werl und relevanten Orten der Region (Wickede, Welper, Ense) insgesamt 500 Telefoninterviews durchgeführt. Ergänzend wurden 311 mündliche Interviews mit Passanten in der Werler Innenstadt geführt. Themenschwerpunkte waren Fragen nach der Einkaufsorientierung und der Bewertung der Werler Innenstadt.

Unternehmerbefragung zum Standort Werl: Insgesamt wurden rd. 200 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe in Werl schriftlich zu ihrem Unternehmen und zum Standort Werl befragt. Dabei ergab sich ein Rücklauf von 38 Unternehmen (rd. 20 %).

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial, Kaufkraftbindung und Kaufkraftverflechtung mit der Region: Auf Basis der eigenen Erhebungen und Verbraucherbefragungen und unter Rückgriff auf die aktuellen Kaufkraftdaten der GfK, Nürnberg (2004) wurde eine Modellrechnung durchgeführt.

Auswertung vorliegender Gutachten und sonstiger Informationsquellen: Zur Erarbeitung des Strukturgutachtens wurden insbesondere folgende Unterlagen berücksichtigt:

Werl: Stadtentwicklung, Städtebau und Handel auf dem Weg in das Jahr 2010 (ISH – Dr. Danneberg 1996)

Untersuchungen zum Verkehrsentwicklungsplan (BSV 1993)

Projektskizzen / Bauvoranfragen zu aktuellen Planvorhaben

Bebauungspläne der Stadt Werl mit Festsetzungen zum Einzelhandel

2. Makro-Standort Werl

2.1 Räumliche Lage der Stadt Werl

Die Stadt Werl liegt nach eigener Darstellung „zwischen Sauerland, Münsterland, Ruhrgebiet und Hellweg“¹ zwischen den Städten Unna (rd. 17 km) und Dortmund (rd. 30 km) im Westen bzw. Soest (rd. 15 km) im Osten. In nördlicher Richtung liegt die Stadt Hamm (rd. 17 km), im Süden die Stadt Arnsberg mit ihren Zentren Neheim (rd. 15 km) und Arnsberg (rd. 22 km).

Unmittelbar an Werl grenzt weiterhin im Nordwesten die Gemeinde Bönen an, im Norden Welver sowie im Südwesten Wickede und im Südosten Ense.

2.2 Verkehrliche Erreichbarkeit

Werl ist über die Bundesautobahn A 445 mit den Anschlussstellen Werl-Zentrum (im Westen) und Werl-Nord (im Nordwesten) direkt bzw. über das südwestlich der Kernstadt gelegene Kreuz Werl (A 44, A 445) mittelbar mit dem Pkw zu erreichen. Nördlich des Stadtgebietes verläuft zusätzlich die Bundesautobahn A 2, die das Ruhrgebiet mit Ostwestfalen-Lippe und Hannover verbindet. Werl ist aus dieser Richtung über die Anschlussstelle Hamm (Rhynern) und die Bundesstraße 63 zu erreichen. Die Bundesstraße 63 stellt zusätzlich über die südlich des Kreuzes Werl gelegene Anschlussstelle Wickede/Ruhr die Verbindung nach Wickede her.

Die in Ost-West-Richtung parallel zur A 44 verlaufende Bundesstraße 1 verbindet die Stadt Unna über Werl-Büderich mit der Kernstadt Werl und im weiteren Verlauf in östlicher Richtung mit Werl-Westönnen/Mawicke und der Kreisstadt Soest. Parallel zur A 445 verläuft in südöstlicher Richtung vom Stadtzentrum Werl ausgehend die Bundesstraße 516 über Ense nach Arnsberg.

Schließlich ist die nördlich an Werl angrenzende Gemeinde Welver über die L 795 angebunden.

Die Innenstadt von Werl kann somit vor allem über die südlich um die Kernstadt geführte Bundesstraße 1 und die an sie angebundenen Radialen Unnaer Straße und Wickeder Straße bzw. aus nordwestlicher Richtung über die in Verlängerung der Bundesstraße 63 verlaufende Hammer Straße erreicht werden. Innerhalb der Kernstadt erfolgt die Erschließung über ein Ringstraßensystem aus Salinenring, St. Georg-Straße/Hellweg, Hedwig-Dransfeld-Straße, Bahnhofstraße

¹ www.werl.de

und Hammer Straße.

Die Stadt Werl liegt des weiteren an der in Ost-West-Richtung verlaufenden Bahnstrecke Dortmund – Soest – Paderborn, mit der Regionalbahn wird Dortmund in 38 Minuten Fahrtzeit erreicht, Unna in 13 Minuten bzw. Soest in 10 Minuten.

2.3 Zentralörtliche Funktion

Die Stadt Werl ist im Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen als Mittelzentrum ausgewiesen und grenzt östlich unmittelbar an die Ballungsrandzone des östlichen Ruhrgebietes, der die benachbarten Städte/Gemeinden Hamm, Bönen und Unna noch zuzurechnen sind.

Die Städte Soest, Hamm, Unna, Menden und Arnsberg sind ebenfalls als Mittelzentren ausgewiesen. Welver, Ense, Wickede und Bönen hingegen sind lediglich Grundzentren.

Nächstgelegenes Oberzentrum ist die Stadt Dortmund im Westen.

2.4 Bevölkerungs- und Beschäftigtenstruktur

Die Stadt Werl ist mit rd. 32.054 Einwohnern (Stand 31.12.2003, Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW) nach Lippstadt (67.269 Einwohner) und Soest (48.223 Einwohner) die drittgrößte Kommune im Kreis Soest. Die detaillierte Einwohnerstatistik der Stadt Werl (nach Straßen) weist zum Ende des Jahres 2004 eine mit 32.840 noch etwas höhere Einwohnerzahl aus.

Die Einwohnerzahl stieg in den Jahren von 1993-2003 in Werl um 6 % an. Damit liegt der Zuwachs in Werl etwa auf gleicher Höhe mit dem des Gesamtkreises Soest (+ 6 %) und der Stadt Soest (+ 7 %). Das größte prozentuale Wachstum konnte in den Gemeinden Ense (+ 20 %) und Welver (+ 17 %) verzeichnet werden. Im Gesamtgebiet NRW betrug das durchschnittliche Bevölkerungswachstum hingegen nur 1 %.

Für den Zeitraum bis 2010 ist nach den vorliegenden Informationen kaum von einer wesentlichen Veränderung der Einwohnerzahl auszugehen. So sieht eine Prognose des LDS Nordrhein-Westfalen aus dem Jahr 2002 einen leichten Rückgang der Bevölkerungszahl auf rd. 31.200 Einwohner vor, wobei allerdings keine „Wanderungsannahme“ getroffen wurde. Soweit tendenziell Zuwanderung stattfindet, erhöht sich die Zahl entsprechend. Für die Prognosen im Rahmen dieser Untersuchung wird von 32.000 Einwohnern ausgegangen.

Abb. 1 Bevölkerungsentwicklung

Gemeinde/Stadt / Region	Bevölkerung insgesamt 2003	Gesamtänderung 1993-2003 in %
Werl	32.054	+6 %
Welper	12.918	+17 %
Wickede (Ruhr)	12.576	+3 %
Ense	12.741	+20 %
Soest	48.223	+7 %
Kreis Soest	308.831	+6 %
Nordrhein-Westfalen	18.079.686	+1 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand 30.12.2003

Auch bezüglich der Altersstruktur steht Werl stellvertretend für den Kreis Soest. Die Gruppe der 30- bis 50-jährigen stellt hier einen Anteil von 31 %, Kinder und Jugendliche bis 18 Jahren bilden eine Gruppe von etwa 21 %. Zu den jungen Erwachsenen im Alter von 18 bis 30 Jahren zählt man 13 %. 17 % der Bevölkerung von Werl sind bereits über 50 bis 65 Jahre alt und die über 65-jährigen stellen 16 %. In der Alterspyramide der Stadt Werl erscheinen somit durchschnittlich 2 % mehr Jugendliche, wohingegen der Anteil der 50- bis 65-jährigen um einen Prozentpunkt geringer ausfällt, der der über 65-jährigen sogar um 2 %.

Abb. 2 Altersstruktur

Gemeinde/Stadt / Region	0-6	6-18	18-25	25-30	30-50	50-65	65+
Werl	6 %	15 %	8 %	5 %	31 %	17 %	16 %
Welper	6 %	16 %	7 %	4 %	31 %	18 %	16 %
Wickede (Ruhr)	5 %	14 %	7 %	4 %	30 %	18 %	18 %
Ense	7 %	15 %	7 %	5 %	34 %	16 %	14 %
Soest	6 %	14 %	8 %	5 %	31 %	16 %	17 %
Kreis Soest	6 %	14 %	8 %	5 %	31 %	17 %	17 %
Nordrhein-Westfalen	5 %	13 %	7 %	5 %	31 %	18 %	18 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand 30.12.2003

Für die Analyse und Bewertung insbesondere der Nahversorgungssituation wurde eine Aufteilung des Stadtgebietes von Werl in insgesamt sieben Raumeinheiten vorgenommen. Dabei wurden die westlich und östlich der Kernstadt gelegenen Stadtteile jeweils zu einer Raumeinheit zusammengefasst, während die Kernstadt selbst in die Bereiche Innenstadt (City), nördlicher, westlicher, südlicher und östlicher Teil differenziert wird.

Die Verteilung dieser Raumeinheiten wird im Zusammenhang mit der Verteilung der nahversorgungsrelevanten Anbieter dargestellt – vgl. Kap. 3.5.

Rund zwei Drittel der Werler Bevölkerung leben in der Kernstadt, wobei allerdings die Innenstadt (City) nur einen sehr geringen Anteil hat: Hier leben mit 2.942 Einwohner/-innen weniger als 10 % der Gesamtbevölkerung.

Schwerpunkte ergeben sich innerhalb der Kernstadt vor allem südlich und nördlich der Innenstadt, daneben in Büderich (3.051 Einwohner) und Westönnen (2.647 Einwohner).

Abb. 3 Einwohner der Stadt Werl nach Ortsteilen

Teilgebiet / Ortsteile	Bevölkerung 2004	Anteil
Kernstadt	22.101	67 %
Innenstadt (City)	2.942	9 %
nördlicher Teil	6.066	19 %
westlicher Teil	2.710	8 %
südlicher Teil	7.456	23 %
östlicher Teil	2.927	9 %
Büderich/Holtum / Budberg / Hilbeck / Sönnern	6.918	21 %
Westönnen/Mawicke/Ober-/Niederbergstraße/Blumenthal	3.811	12 %
Stadt Werl	32.830	100%

Quelle: Stadt Werl

Werl hatte im Jahr 2003 insgesamt 9.039 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, darunter waren das Verarbeitende Gewerbe (32,6 %), der Handel (20,5 %) sowie öffentliche und private Dienstleistungen (17,1 %) die zahlenmäßig stärksten Bereiche. Im Handel lag der Wert mit 20,5 % über dem Wert für den Kreis Soest (15,0 %) und für das Land NRW insgesamt (16,1 %).

Abb. 4 Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wirtschaftsabteilungen

Gemeinde/Stadt / Region	Beschäftigte gesamt	Verarbeitendes Gewerbe	Handel	Öff. und priv. Dienstleistung
Werl	9.039	32,6 %	20,5 %	17,1 %
Welver	900	14,6 %	13,1 %	23,7 %
Wickede (Ruhr)	4.228	54,7 %	7,5 %	18,1 %
Ense	3.118	72,8 %	5,7 %	6,6 %
Soest	18.862	23,6 %	23,0 %	26,6 %
Kreis Soest	93.149	37,4 %	15,0 %	20,7 %
Nordrhein-Westfalen	5.736.058	26,3 %	16,1 %	20,2 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand 30.06.2003

Die Arbeitslosenquote des Arbeitsamtsbezirkes Werl lag mit 10 % (1.710 Erwerbslose) geringfügig unter dem Durchschnitt der Stadt Soest (11,8 %), des Kreises Soest (11,2 %) und Gesamt-NRW (12,4 %). Auch hier stellten die unter 25-jährigen mit 13,0 % die größte Gruppe, gemäß dem Durchschnitt des Kreises Soest und des Landes NRW.

Abb. 5 Arbeitslosenzahlen und Struktur nach Gemeinden

Gemeinde/Stadt / Region	Arbeitslose insgesamt	Arbeitsamtsbezirk	Bezirks-Arbeitslosenquote
Werl	1.710	Werl	10 %
Welver	552	Soest	12 %
Wickede (Ruhr)	553	Werl	10 %
Ense	467	Werl	10 %
Soest	3.451	Soest	12 %
Kreis Soest	17.143	–	11 %
Nordrhein-Westfalen	1.086.271	–	12 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand März 2005

Abb. 6 Arbeitslosenzahlen und Struktur nach Gemeinden

Gemeinde/Stadt / Region	Arbeitslose insgesamt	Langzeit-arbeitslose	unter 25-jährige	55 Jahre und älter
Werl	1.710	40,3 %	13,0 %	11,7 %
Welver	552	35,9 %	11,8 %	13,4 %
Wickede (Ruhr)	553	37,1 %	14,1 %	11,8 %
Ense	467	31,7 %	13,9 %	11,1 %
Soest	3.451	36,3 %	10,6 %	9,6 %
Kreis Soest	17.143	37,7 %	11,8 %	10,5 %
Nordrhein-Westfalen	1.086.271	37,3 %	11,5 %	11,8 %

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand März 2005

Im Saldo gleichen sich die Pendlerbeziehungen der Stadt Werl annähernd aus. Bei der letzten Erfassung (30.06.2002) standen 5.001 Auspendlern 5.077 Einpendler nach Werl gegenüber. Im Kreis Soest insgesamt standen 53.683 Auspendlern mit 49.191 nur deutlich weniger Einpendler gegenüber. Ausnahmen bildeten nur die Städte Soest, Lippstadt sowie die Gemeinde Wickede.

Abb. 7 Auspendler und Einpendler

Gemeinde/Stadt / Region	Auspendler	Einpendler
Werl	5.001	5.077
Welver	3.605	547
Wickede (Ruhr)	2.287	2.614
Ense	3.030	2.066
Soest	6.493	10.684
Kreis Soest	53.683	49.191
Nordrhein-Westfalen	2.874.286	2.986.323

Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein Westfalen, Stand 30.06.2002

3. Einzelhandelssituation in Werl

3.1 Wettbewerbsumfeld

Wie bereits in Kap. 2.1 (Räumliche Lage) bzw. 2.3 (Zentralörtliche Funktion) erläutert, ist das Mittelzentrum Werl von einer Reihe ober- und mittelzentraler Städte umgeben, deren Einzelhandelsangebote auch auf die Stadt Werl und ihr potenzielles Einzugsgebiet ausstrahlen.

Nicht nur infolge der räumlichen Nähe und der direkten Verkehrsanbindung sondern auch wegen des attraktiven Einzelhandelsangebotes stellt die Nachbarstadt Soest den insgesamt stärksten Wettbewerbsstandort dar. Wie die nachfolgende Übersicht zeigt, liegt Soest zwar in vergleichbarer Entfernung zu Werl wie die anderen Wettbewerbsstandorte und hat zudem die geringste Einwohnerzahl. Allerdings bietet die Stadt in ihrem Zentrum eine den Nachbarn Unna und Arnsberg-Neheim quantitativ und qualitativ überlegene Einzelhandelsstruktur an. Hierzu tragen - abgesehen von der kompakten und städtebaulich attraktiven Mitte - vor allem überregional bekannte Unternehmen bei, darunter Saturn (Elektro), H & M (Bekleidung), C & A (Bekleidung) und Müller (Drogerie). Hinzu kommt das im Westen der Stadt gelegene Nebenzentrum (Werler Straße / Senator-Schwartz-Ring) mit einem Kaufland-SB-Warenhaus und weiteren Fachmärkten.

Die Nachbarstadt Unna weist ebenfalls einen kompakten und städtebaulich attraktiven Innenstadtbereich auf, steht aber aus Werler Sicht bereits in spürbarer Konkurrenz zum Oberzentrum Dortmund, dessen erheblich größere und attraktivere City in nur wenigen zusätzlichen Pkw-oder Bahn-Fahrminuten erreicht werden kann.

Zwar ist die Entfernung von Werl nach Hamm - gemessen in Pkw-Fahrminuten - etwa gleich groß wie nach Soest und Dortmund, dennoch zeigen die durchgeführten Befragungen (siehe dazu im Detail Kap. 3.6) deutlich eine starke Orientierung nach Hamm beim Einkauf von Bekleidung, Sport und Elektroartikeln vor allem bei den Jüngeren. Hauptgrund dafür sind auch hier die großflächigen Anbieter in der Fußgängerzone (u.a. Kaufhof, C & A, Saturn) bzw. im Allee-Center (u.a. H & M).

Innerhalb der Stadt Arnsberg spielt für Werler v.a. das Nebenzentrum Neheim eine Rolle, das in kurzer Zeit erreicht werden kann. Dennoch scheint die Wettbewerbsbedeutung - diesen Schluss legen zumindest die durchgeführten Befragungen zur Einkaufsorientierung nahe - in der Diskussion tendenziell überschätzt zu werden.

Abb. 8 Wettbewerbsstandorte der Stadt Werl im Vergleich

	Soest	Unna	Hamm	Dortmund	Arnsberg
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	Mittelzentrum	Mittelzentrum	Oberzentrum	Mittelzentrum
Einwohnerzahl (2004)	48.400	68.100	184.900	588.000	76.700
Pkw-Fahrtzeit von Werl (Innenstadt) bis zur City	21 Min.	16 Min.	23 Min.	27 Min.	(Neheim) 14 Min.
Verkaufsfläche in der City	35.700 m ²	rd.25.000 m ²	78.700 m ²	180.000 m ²	25.700 m ²

Quelle: Stadt Soest / Econ-Consult / Dr. Lademann & Partner / LDS / eigene Erhebungen

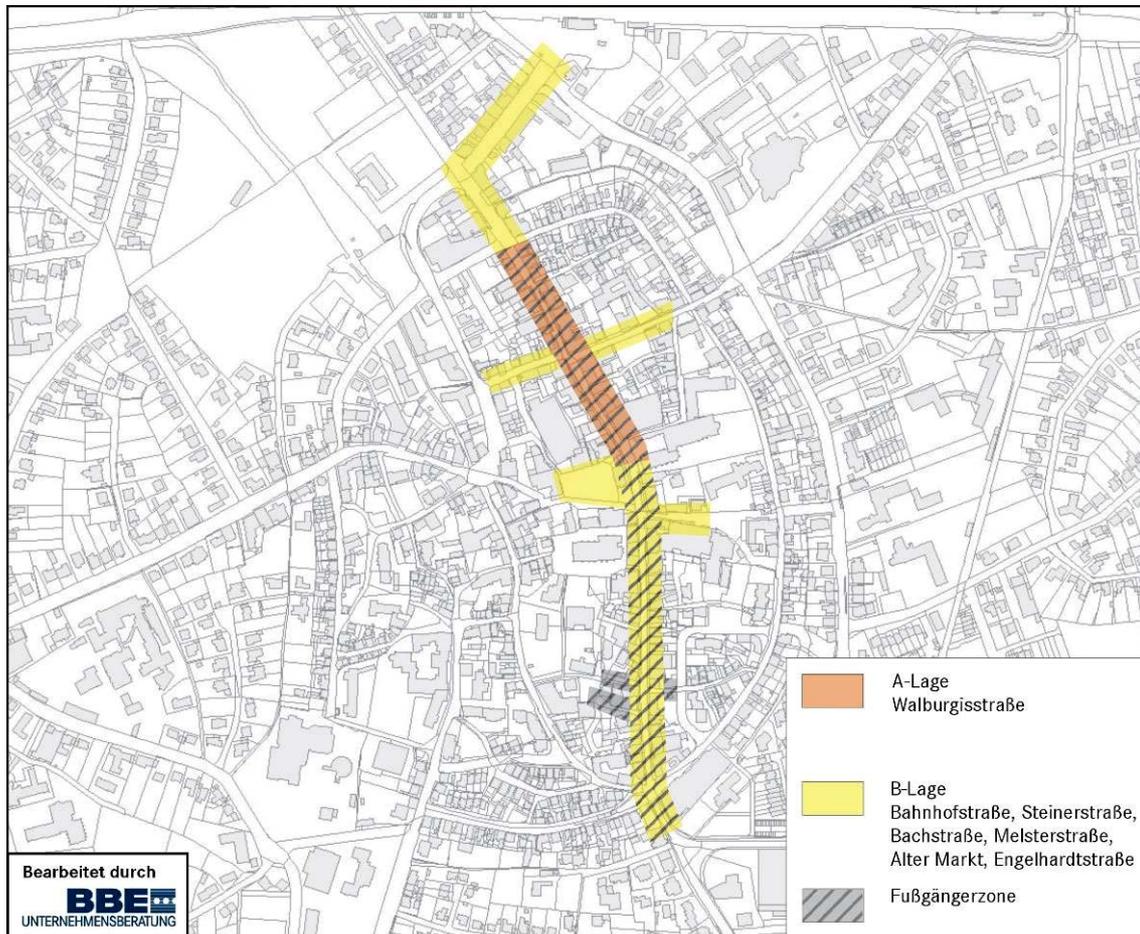
3.2 Versorgungsstandorte

Ihre wesentliche Prägung erfährt die Einzelhandelsstruktur der Stadt Werl zunächst durch die Siedlungsstruktur, deren Hauptmerkmal die städtebaulich kompakte historische Innenstadt und die unmittelbar daran anschließende weitere Kernstadt mit insgesamt rund zwei Dritteln der gesamten Werler Bevölkerung ist. Der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt erstreckt sich entlang der Walburgisstraße nördlich des Alten Marktes und entlang der Steinerstraße südlich anschließend. Verdichteter Einzelhandelsbesatz findet sich im wesentlichen an dieser etwa 800 Meter langen Nordwest-Süd-Achse, dieser Bereich ist als Fußgängerzone ausgewiesen.

Als A-Lage zu klassifizieren ist nach Einschätzung der BBE allerdings nur der nördliche Teil der Fußgängerzone, d.h. die Walburgisstraße zwischen Melstergraben und dem Alten Markt. Der südliche Teil (Steinerstraße) weist einen insgesamt schwächeren Besatz und eine niedrigere Passantenfrequenz auf und ist demnach als B-Lage zu klassifizieren. Ein deutlich geringerer Besatz findet sich in den angrenzenden Bereichen der Hammer Straße, der Bahnhofstraße, der Bachstraße, der Melsterstraße, der Marktstraße und der Engelhardstraße.

Die Charakterisierung einer C-Lage erscheint für die Werler Verhältnisse nicht angemessen, zumal nahezu alle sonstigen Teilbereiche der Innenstadt nur (noch) bedingt als Einzelhandelslage einzustufen sind, abgesehen von zielkundenorientierten Einzelanbietern.

Abb. 9 Lage-Klassifizierung in der Innenstadt von Werl



Quelle: eigene Darstellung

Südlich anschließend an die Innenstadtlage, allerdings räumlich etwa 200 Meter entfernt und durch die Trennwirkung der Soester Straße zusätzlich abgesetzt befindet sich der Einzelhandelsschwerpunkt „Wulf-Hefe“, der erst vor wenigen Jahren entstanden ist.

Im Nordwesten der Kernstadt hat sich entlang der Hammer Straße eine Verdichtung von Fachmärkten mit Schwerpunkt auf nicht zentrenrelevanten Sortimenten entwickelt, darunter Miko (Möbel) und Hagebau (Baumarkt). Die Soester Straße im Südosten der Kernstadt stellt sich als weiterer Fachmarkt-Schwerpunkt für im wesentlichen nicht zentrenrelevante Sortimente dar, darunter Hellweg (Baumarkt/Gartencenter).

Außerhalb der Kernstadt befindet sich zwischen den Stadtteilen Büderich und Holtum an einem städtebaulich nicht integrierten Standort das Möbelhaus Turflon, das aufgrund seiner Dimension und seiner regionalen Ausstrahlung eine Sonderstellung in Werl einnimmt.

Bei den weiteren Einzelhandelsstandorten in Werl handelt es sich zumeist um solitäre Anbieter von Lebensmitteln und Getränken, die der Nahversorgung dienen. Hervorzuheben sind dabei REWE und Aldi im Norden der Kernstadt, Edeka und Lidl im Westen, Top-Getränke im Süden sowie Edeka im Osten. Nahversorgungseinrichtungen finden sich außerdem in Büderich und Westönnen.

3.3 Struktur- und Leistungsmerkmale des Einzelhandels

Im Rahmen der durchgeführten Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen aller im Stadtgebiet von Werl ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops , differenziert nach Sortimenten erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen mit Stand November 2004 detailliert aufgezeigt. Im gesamten Stadtgebiet von Werl wurden demnach **211 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe** erfasst, die zusammen über eine **Verkaufsfläche (VKF) von ca. 93.500 m²** verfügen.

Die mittlere Betriebsgröße im Stadtgebiet von Werl liegt somit bei ca. 440 m² VKF. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass der mit Abstand größte Werler Anbieter (Turflon) mit gegenwärtig rd. 41.000 m² zu einer erheblichen „Verzerrung“ des Durchschnittswertes führt, der ohne Turflon lediglich bei rd. 250 m² und damit in einer durchaus üblichen Dimension läge.

Wie die folgende tabellarische Aufstellung illustriert, stellen demzufolge Einrichtungsbedarf und Möbel mit rd. 45.400 m² die flächenmäßig bedeutsamste Warengruppe dar und decken allein annähernd die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche ab.

Ausgehend von eigenen Erhebungen und im Rückgriff auf die branchenspezifischen Leistungskennziffern sowie die Veröffentlichungen der größeren Handelsunternehmen und -gruppen, lässt sich der Gesamtumsatz für den Einzelhandel in Werl für das Jahr 2005 auf rd. 210 Mio. € prognostizieren.

Abb. 10 Umsatzpotenzial und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Werl (Gesamtstadt)

Warengruppe	Werl - Gesamtstadt -	Flächen- leistung (erwartet)	Umsatz 2005 (geschätzt)		Verkaufsfläche (VKF)	
		in €/m ² VKF	in Mio. €	%	in m ²	%
Nahrungs- und Genussmittel		4.650	61,2	29	13.145	14
Gesundheits- und Körperpflege		7.420	20,4	10	2.750	3
Bekleidung		2.590	17,0	8	6.555	7
Schuhe, Lederwaren		2.670	3,3	2	1.250	1
Uhren, Schmuck		7.460	1,0	1	140	< 1
Bücher, Schreibwaren		2.800	5,8	3	2.075	2
Unterhaltungselektronik / PC		4.970	3,3	2	655	1
Elektrogeräte, Leuchten		2.120	6,1	3	2.890	3
Foto, Optik		5.040	3,0	1	585	1
Spielwaren, Hobby		2.930	2,4	1	805	1
Sport		3.510	1,3	1	365	< 1
Baumarktspezifische Sortimente		1.540	18,3	9	11.850	13
Hausrat, GPK		1.140	5,7	3	5.045	5
Einrichtungsbedarf, Möbel		1.350	61,3	29	45.350	49
GESAMT		2.250	210,0	100	93.460	100

Quelle: eigene Erhebungen, Berechnungen, Schätzungen auf Basis von Veröffentlichungen des Eurohandelsinstitutes EHI: Handel aktuell 2004 sowie div. Veröffentlichungen der BBE-Unternehmensberatung Köln

In den 90-er Jahren wurden wiederholt Bestandsaufnahmen des Werler Einzelhandels durch das Institut ISH Dr. Danneberg durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Analysen aus den Jahren 1990 und 1996 werden in der nachfolgenden Tabelle den aktuellen Erhebungsdaten gegenübergestellt. Dabei zeigen sich im wesentlichen folgende Trends:

Die Gesamtverkaufsfläche in Werl ist in der ersten Hälfte der 90-er Jahre sprunghaft angestiegen, hat sich aber seitdem wieder rückläufig entwickelt.

Deutliches Wachstum ist aber nach wie vor bei den Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmitteln, Gesundheits- und Körperpflege bzw. Bücher/Schreibwaren festzustellen.

Wichtige zentrenrelevante Sortimente (wie v.a. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, Elektro und Foto/Optik) haben sich zuletzt rückläufig entwickelt.

Die Verkaufsflächen für baumarktspezifische Sortimente, Hausrat /Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Einrichtungsbedarf / Möbel sind nach starkem Wachstum in der ersten Hälfte der 90-

er Jahre zuletzt insgesamt ebenfalls eher rückläufig, allerdings hat der Anteil von Hausrat/GPK (v.a. als Nebensortiment) zugenommen.²

Abb. 11 Verkaufs-flächen des Einzel-han-dels in Werl (Gesamtstadt) im Zeitvergleich

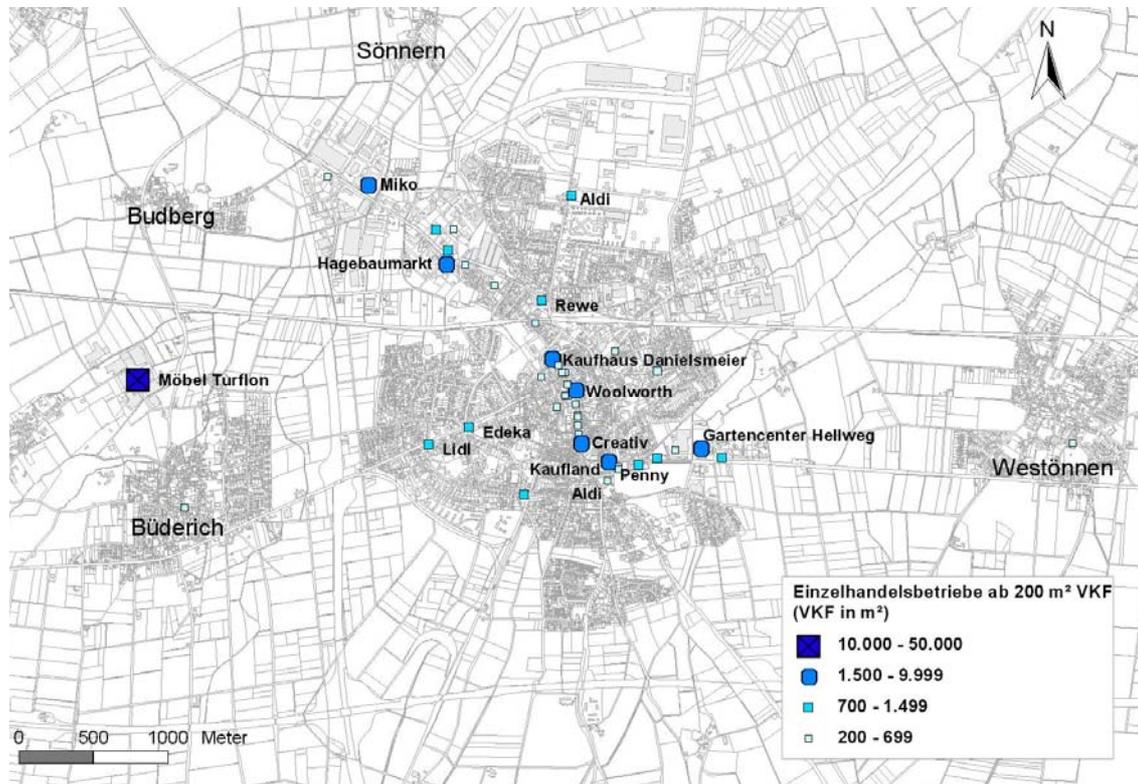
Werl - Gesamtstadt -	Verkaufsfläche (VKF)		
	2004	1996	1990
Warengruppe	in m ²	in m ²	in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13.145	10.135	6.855
Gesundheits- und Körperpflege	2.750	2.235	1.890
Bekleidung	6.555	7.145	6.355
Schuhe, Lederwaren	1.250	1.720	1.335
Uhren, Schmuck	140	255	215
Bücher, Schreibwaren	2.075	1.570	1.200
Unterhaltungselektronik / PC	655	1.150	1.195
Elektrogeräte, Leuchten	2.890	3.545	1.535
Foto, Optik	585	685	710
Spielwaren, Hobby	805	445	695
Sport	365	260	210
Baumarktspezifische Sortimente	11.850	<i>12.730</i>	<i>9.280</i>
Hausrat, GPK	5.045	<i>3.875</i>	<i>1.655</i>
Einrichtungsbedarf, Möbel	45.350	<i>52.385</i>	<i>35.275</i>
GESAMT	93.460	98.135	68.405

Quelle: eigene Erhebungen, Berechnungen (2004), ISH Dr. Danneberg (1996/1990)

Die nachfolgende Abbildung zeigt die räumliche Verteilung der nach ihrer Verkaufsfläche wesentlichen Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Werl. Abgesehen von Einzelstandorten vor allem nahversorgungsrelevanter Anbieter und dem Standort von Möbel Turflon befinden sich die weitaus meisten größeren Betriebe entlang der von Nordwesten nach Osten durch die Kernstadt verlaufenden Achse Hammer Straße / Walburgisstraße / Steinerstraße / Soester Straße.

² Eine Vergleichbarkeit der Daten von ISH Dr. Danneberg (1990/1996) mit den aktuellen Erhebungen wird durch die unterschiedliche Sortimentsabgrenzung bei der Datenerhebung erschwert, sodass die zahlenmäßigen Veränderungen zurückhaltend interpretiert werden sollten.

Abb. 12 Verteilung der wesentlichen Einzelhandelsbetriebe (über 200 m² VKF) in Werl

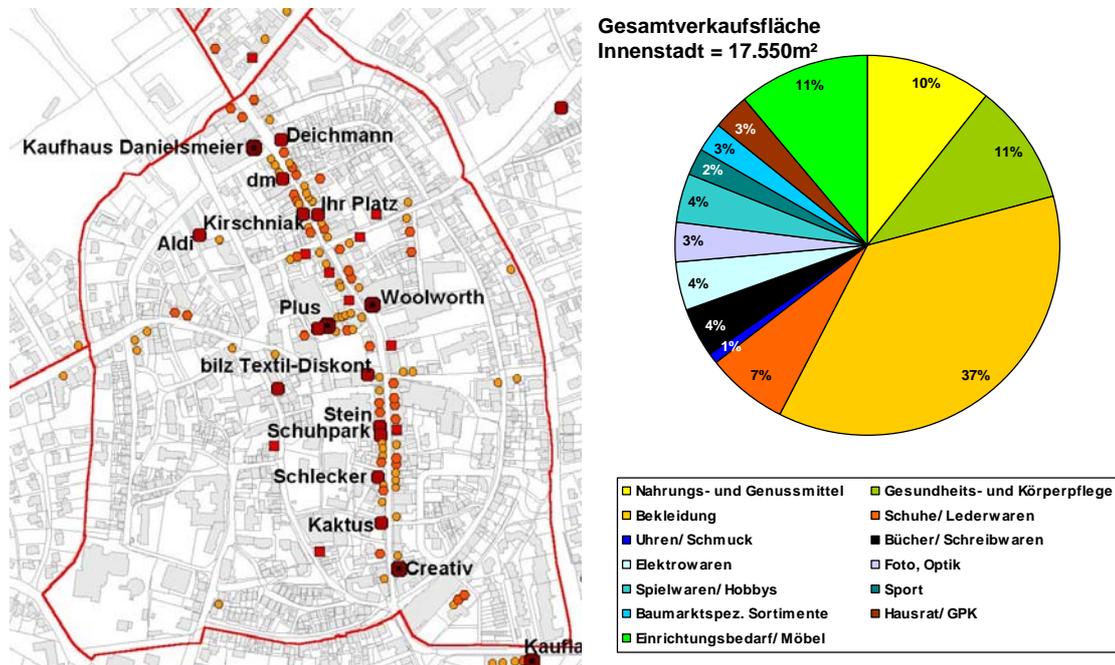


Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

Wie zuvor dargestellt, stellt die Werler Innenstadt mit einem räumlich stark konzentrierten Einzelhandelsbesatz den wesentlichen Versorgungsschwerpunkt dar. Von insgesamt rd. 17.600 m² Verkaufsfläche in diesem Bereich entfallen allein 6.400 m² auf Bekleidung. Weitere flächenmäßig bedeutsame Sortimentsbereiche sind Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Schuhe/Lederwaren und – für eine Innenstadt mittlerweile eher ungewöhnlich – Einrichtungsbedarf und Möbel.

Deutlich wird wiederum die starke räumliche Konzentration der meisten Anbieter auf die Achse Walburgisstraße / Steinerstraße und damit auf die Fußgängerzone.

Abb. 13 Standort- und Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Werler Innenstadt



Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

Aufgrund der unterschiedlichen Flächenleistungen bei den einzelnen Sortimentsbereichen weichen die Umsatzanteile zum Teil deutlich von den Verkaufsflächenanteilen ab. So führt insbesondere beim Sortimentsbereich Gesundheits- und Körperpflege die Berücksichtigung mehrerer Apotheken mit weit überdurchschnittlicher Flächenleistung zu einem hohen Umsatzanteil dieser Warengruppe. Eine entsprechende Verschiebung ergibt sich auch bei Nahrungs- und Genussmitteln durch die Berücksichtigung von Lebensmittel-Discountern (v.a. Aldi).

Abb. 14 Umsatzpotenzial und Verkaufsflächen des Einzelhandels in Werl (nur Innenstadt)

Warengruppe	Werl - Innenstadt -	Flächen- leistung (erwartet)	Umsatz 2004 (geschätzt)		Verkaufsfläche (VKF)	
		in €/m ² VKF	in Mio. €	%	in m ²	%
Nahrungs- und Genussmittel		5.735	10,5	16	1.830	10
Gesundheits- und Körperpflege		8.280	15,3	24	1.850	11
Bekleidung		2.590	16,6	26	6.410	37
Schuhe, Lederwaren		2.640	3,2	5	1.220	7
Uhren, Schmuck		7.460	1,0	2	140	1
Bücher, Schreibwaren		4.300	3,1	5	730	4
Unterhaltungselektronik / PC		5.150	2,4	3	460	3
Elektrogeräte, Leuchten		2.950	0,9	1	290	2
Foto, Optik		5.040	2,9	4	565	3
Spielwaren, Hobby		2.940	2,2	3	760	4
Sport		3.510	1,2	2	350	2
Baumarktspezifische Sortimente		2.800	1,3	2	465	3
Hausrat, GPK		1.690	0,9	1	510	3
Einrichtungsbedarf, Möbel		1.770	3,5	5	1.970	11
GESAMT		3.700	65,0	100	17.550	100

Quelle: eigene Erhebungen, Berechnungen, Schätzungen auf Basis von Veröffentlichungen des Eurohandelsinstitutes EHI: Handel aktuell 2004 sowie div. Veröffentlichungen der BBE-Unternehmensberatung Köln

Die relative Bedeutung der Innenstadt unterscheidet sich allerdings stark je nach betrachtetem Sortimentsbereich.

So werden Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, Foto/Optik, Spielwaren/Hobby und Sport fast ausschließlich in der Innenstadt angeboten und nachgefragt. Andererseits spielt die Innenstadt gerade für die nach Verkaufsfläche und Umsatz gewichtigen Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktspezifisches Sortimente, Hausrat/GPK und Einrichtungsbedarf / Möbel nur eine deutlich untergeordnete Rolle.

Der „Marktanteil“ der Werler Innenstadt an der gesamtstädtischen Angebotsfläche beträgt demnach über alle Branchen rd. 19 %, während infolge der höheren Flächenleistung (€/m² VKF) mit 31 % annähernd ein Drittel der Nachfrage (Umsatz) dort realisiert wird.

Noch deutlicher wird die Zentrenrelevanz einzelner Branchen, wenn nicht nur der Anteil an den vorhandenen Verkaufsflächen bzw. an den erwarteten Umsätzen als Maß herangezogen wird, sondern zusätzlich das Verhältnis des Umsatzes zur in Werl vorhandenen Kaufkraft berücksich-

tigt wird. Hierauf soll im nachfolgenden Kapitel noch einmal eingegangen werden.

Abb. 15 Anteil der Innenstadt Werl an Umsatz und Verkaufsflächen des Einzelhandels

Warengruppe	Umsatz 2005 (geschätzt)	Verkaufsfläche (VKF)
Nahrungs- und Genussmittel	17 %	14 %
Gesundheits- und Körperpflege	75 %	67 %
Bekleidung	98 %	98 %
Schuhe, Lederwaren	97 %	98 %
Uhren, Schmuck	100 %	100 %
Bücher, Schreibwaren	54 %	35 %
Unterhaltungselektronik / PC	73 %	70 %
Elektrogeräte, Leuchten	14 %	10 %
Foto, Optik	97 %	97 %
Spielwaren, Hobby	95 %	94 %
Sport	96 %	96 %
Baumarktspezifische Sortimente	7 %	4 %
Hausrat, GPK	15 %	10 %
Einrichtungsbedarf, Möbel	6 %	4 %
GESAMT	31 %	19 %

Quelle: eigene Erhebungen, Berechnungen, Schätzungen auf Basis von Veröffentlichungen des Eurohandelsinstitutes EHI: Handel aktuell 2004 sowie div. Veröffentlichungen der BBE-Unternehmensberatung Köln

Die hohe Konzentration des Einzelhandels auf eine zentrale Innenstadtachse ist sicherlich in engem Zusammenhang mit der Werler Fußgängerzone zu sehen, die sich im wesentlichen über die Walburgisstraße und die Steinerstraße erstreckt. Wie die zuvor erläuterte Klassifikation der Haupteinkaufslagen der Werler Innenstadt zeigt, gibt es aber auch innerhalb der Fußgängerzone ein Attraktivitätsgefälle. Bei Berücksichtigung des Einzelhandelsbesatzes kann demnach Einschätzung der BBE nur der nördliche Teil (Walburgisstraße) als A-Lage eingestuft werden, während die Steinerstraße und mehrere unmittelbar an die Hauptachse angrenzende Straßen als Nebenlagen („B-Lagen“) klassifiziert werden.

In Werl wurden zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 19 leer stehende Ladenlokale mit einer potenziellen Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.800 m² festgestellt, davon 10 Ladenlokale mit zusammen rd. 3.500 m² in der Innenstadt. Das mit Abstand größte Einzelobjekt ist der ehemalige Coop-Standort in der Steinerstraße mit allein rd. 2.000 m² potenzieller Verkaufsfläche. Weitere Leerstände fanden sich in der Kämperstraße, der Bäckerstraße, der Steinerstraße, in der Walburgisstraße und im Kletterpoth. Für die City lässt sich – bezogen auf die potenzielle Gesamtflä-

che von rd. 21.000 m² (Bestand 17.550 m² zzgl. Leerstand) eine Leerstandsquote von rd. 17 % errechnen. Das ist ein hoher Wert, der allerdings maßgeblich auf ein Einzelobjekt (Ex-Coop) zurückzuführen ist. Abgesehen davon bewegt sich die Leerstandsquote in einem noch nicht als gravierend zu bezeichnenden Rahmen.

Bezogen auf die potenzielle Gesamtverkaufsfläche der Stadt Werl insgesamt in Höhe von 98.300 m² (Bestand 93.500 zzgl. Leerstand) ergibt sich eine Leerstandsquote von knapp 5 %.

3.4 Einzugsgebiet, Nachfragevolumen und Umsatz-Kaufkraft-Relation

Grundlage für die Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales sind die privaten Verbrauchsausgaben, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren.³ Von den privaten Verbrauchsausgaben im Bundesgebiet sind für das Jahr 2004 pro Kopf 5.212 € einzelhandelsrelevant.⁴

Die GfK-Nürnberg weist für die Stadt Werl eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner von 90,0 (im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 100) aus. Neben diesem Kennwert, der einen Durchschnittswert über alle Sortimente hinweg darstellt, werden von der GfK auf Gemeindeebene auch sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern ermittelt, um die Besonderheiten im Ausgabeverhalten bei einzelnen Sortimenten zu berücksichtigen. Für Werl gelten die in der nachfolgenden Tabelle ausgewiesenen Werte.

³ Gemäß Basiszahlen zur Berechnung regionaler Absatzkennziffern, GfK, Nürnberg

⁴ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenanteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt; ohne die Ausgabenanteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden.

Abb. 16 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial 2005 der Stadt Werl nach Sortimenten

Warengruppen ⁵	Kaufkraft- kennziffer	Kaufkraft 2005 je EW in €	Kaufkraft 2005 in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	85,2	1.570	51,6
Gesundheits- und Körperpflege	89,2	633	20,8
Bekleidung	92,8	447	14,7
Schuhe und Lederwaren	90,3	98	3,2
Uhren, Schmuck	88,5	46	1,5
Bücher, Schreibwaren	91,3	186	6,1
Informationstechnik	92,8	68	2,2
Telekommunikation	95,1	31	1,0
Unterhaltungselektronik	94,7	137	4,5
Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	88,7	134	4,4
Foto, Optik	89,2	91	3,0
Spielwaren, Hobbys	90,2	114	3,7
Sport- und Campingartikel	94,6	85	2,8
Baumarktspezifisches Sortiment	99,9	524	17,2
Hausrat, Glas, Porzellan	91,8	72	2,4
Einrichtungsbedarf	92,8	456	15,0
Gesamt	90,0	4.692	154,1

Quelle: GfK-Nürnberg / BBE Köln, eigene Berechnungen

Auf der Grundlage der GfK-Kenndaten ergibt sich für die Stadt Werl im Jahr 2005 eine einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft in Höhe von 4.692 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl von rd. 32.800 im Stadtgebiet lässt sich ein Gesamtkaufkraftvolumen in Höhe von rd. 154 Mio. € für das Jahr 2005 errechnen.

Eine Prognose der Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials in Werl bis zum Jahr 2010 wird unter folgenden Annahmen ermittelt:

- Die Einwohnerzahl bleibt mit rd. 32.000 relativ unverändert.
- Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen bundesweit im Zeitraum bis 2010 nominal um insgesamt 3 %. Dabei sind überdurchschnittliche Zuwächse vor allem in den Bereichen Foto/Optik (+16 %) und Unterhaltungselektronik (+10 %) zu erwarten, Rückgänge in erster Linie bei Hausrat/Glas, Porzellan, Keramik (-10 %) und bei Bekleidung (-5 %). Für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Lebensmittel und Getränke wird ein

⁵ Differenzierung der Warengruppen: siehe ANHANG

Zuwachs von 4 % erwartet, für Drogeriewaren um 1 %.⁶

- Das Kaufkraftniveau (in Relation zum Bundesdurchschnitt) ändert sich nicht.

Demnach sollte sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Werl bis zum Jahr 2010 um nominal 3 % bzw. rd. 5 Mio. € auf rd. 159 Mio. € bzw. bis zum Jahr 2015 auf dann rd. 164 Mio. € erhöhen.

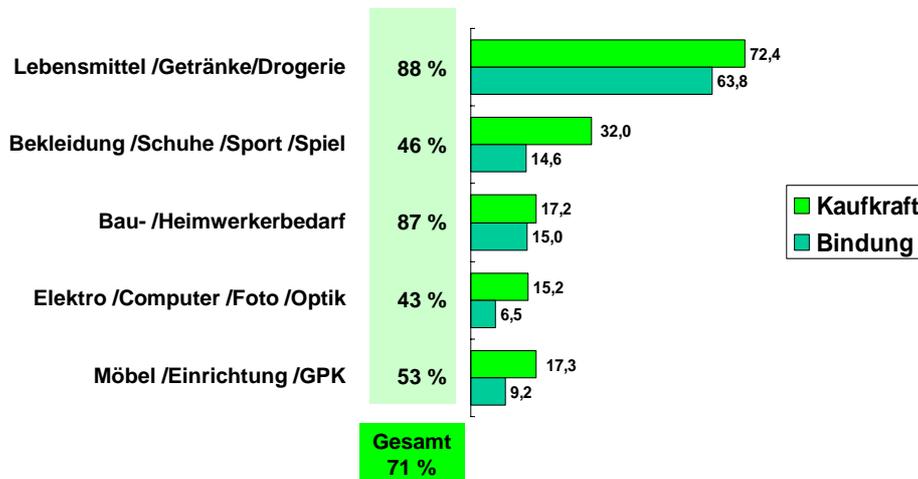
Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei dieser nominalen Betrachtung die erwartete Preissteigerung für entsprechende Waren noch nicht herausgerechnet ist. Demzufolge würden sich auch die Flächenleistungen (Umsatz je m² VKF) bei unveränderter Menge verkaufter Güter erhöhen. In realen Zahlen (also ohne Preissteigerung) ergeben sich tendenziell deutlich geringere Werte, in den bereits nominal rückläufigen Branchen ist mit noch deutlicheren Rückgängen des Kaufkraftpotenzials und damit auch der zu erwartenden Umsätze zu rechnen. Langfristig muss zusätzlich davon ausgegangen werden, dass die Bevölkerungszahl auch in Werl zurückgeht.

Ein zusätzlicher Bedarf an Verkaufsflächen ließe sich aus dieser Entwicklung allein nicht rechtfertigen. Eine Erhöhung der Angebotsflächen in Werl muss daher grundsätzlich unter der Zielsetzung einer Verbesserung der Wettbewerbsposition gegenüber den benachbarten Städten Soest, Unna, Hamm, Arnsberg und letztlich Dortmund bzw. einer verbesserten Ausstattung mit Nahversorgungseinrichtungen gesehen werden.

Unter Berücksichtigung der Befragungsergebnisse (siehe dazu im Detail die Darstellung im nachfolgenden Kapitel 3.6) wurde eine Analyse des Kaufkraftpotenzials in Werl und in seinem Einzugsgebiet und der zu erwartenden Bindungsquoten durchgeführt. Ohne Berücksichtigung der Zuflüsse von außerhalb erreicht die Stadt Werl demnach über alle Branchen eine Quote von rd. 71 %. Bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel/Getränke/Drogerie) und bei Bau- und Heimwerkerbedarf liegt der Wert noch deutlich höher, während vor allem bei den zentralrelevanten Warengruppen (Bekleidung/ Schuhe/ Sport/ Spiel/ Elektro/ Computer/ Foto/ Optik) und bei Möbel/Einrichtung/Glas, Porzellan, Keramik annähernd die Hälfte der Kaufkraft an andere Standorte abfließt.

⁶ Diese Werte wurden in Anlehnung an die Prognose „Markchancen bis 2007“ der BBE Unternehmensberatung Köln geschätzt.

Abb. 17 Kaufkraftbindungsquote (Eigenbindung) der Stadt Werl (nach Warengruppen)



Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

Nach den durchgeführten Erhebungen (insbesondere Kundenwohnorte und Einkaufsorientierungen in der Region) lassen sich zum Einzugsgebiet von Werl (neben der Stadt Werl selbst) in erster Linie die benachbarten Gemeinden Ense, Welver und Wickede zählen, deren einzelhandelsrelevante Kaufkraft jeweils zu einem nennenswerten Anteil in Werl gebunden wird. Insgesamt wird annähernd die Hälfte der Kaufkraft aus diesem Gebiet in Werl gebunden. Anders formuliert: Mehr als drei Viertel des Umsatzes in Werl (78 %) stammen aus Werl selbst, aus Ense, Welver oder Wickede. Von den übrigen 22 % stammen allein rd. 14 % aus Soest, Unna oder Hamm. Bezogen auf deren jeweilige Einwohnerzahlen bzw. Kaufkraftpotenziale ergeben sich allerdings keine Bindungsquoten in einer Größenordnung, die eine Zurechnung dieser Städte zum Einzugsgebiet der Stadt Werl i.e. Sinne rechtfertigen würde. Besonders trifft diese Aussage auf die Stadt Hamm zu, wo trotz eines Kaufkraftflusses in Höhe von rd. 14 Mio. € nach Werl nur eine Bindungsquote von rd. 1 % erreicht wird.

Festzuhalten bleibt aber auch, dass vor allem die überörtliche Bedeutung des Möbelstandortes Turflon für die Kunden- und Umsatzanteile aus größeren Nachbarstädten verantwortlich ist.

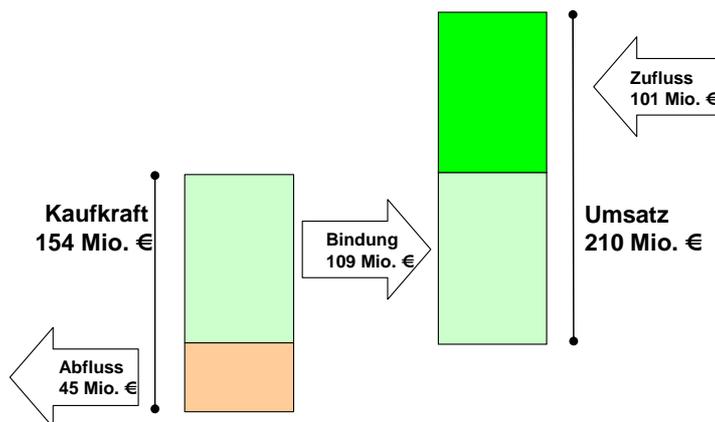
Abb. 18 Kaufkraftbindungsquoten der Stadt Werl im Einzugsgebiet

Stadt / Gemeinde	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	davon Kaufkraftbindung in Werl	Kaufkraftbindungsquote	Anteil am Einzelhandelsumsatz in Werl
Werl	90,0	154,1 Mio. €	109,0 Mio. €	71 %	52 %
Ense	98,0	65,2 Mio. €	23,7 Mio. €	36 %	11 %
Welver	95,6	64,5 Mio. €	20,5 Mio. €	32 %	10 %
Wickede	95,4	62,6 Mio. €	11,5 Mio. €	18 %	5 %
Einzugsgebiet	94,4	346,4 Mio. €	164,7 Mio. €	48 %	78 %
Soest	97,2	244,7 Mio. €	6,8 Mio. €	3 %	3 %
Unna	99,6	354,5 Mio. €	7,9 Mio. €	2 %	4 %
Hamm	94,6	914,3 Mio. €	13,7 Mio. €	1 %	7 %
Sonstige Orte	-	-	16,9 Mio. €	-	8 %
außerhalb	-	-	45,3 Mio. €	-	22 %
gesamt	-	-	210,0 Mio. €	-	100 %

Quelle: GfK/BBE eigene Erhebungen, Berechnungen

Neben Kaufkraftzuflüssen aus dem Einzugsgebiet und darüber hinaus sind jedoch auch Abflüsse in nicht unerheblicher Größenordnung festzustellen. Im Saldo ergibt sich für die Stadt Werl (incl. Turflon) ein deutlicher Kaufkraftzufluss, sodass – wie bereits im Zusammenhang mit der Darstellung der Angebotsstrukturen aufgezeigt – der erwartete Umsatz die lokal vorhandene Kaufkraft übersteigt.

Abb. 19 Kaufkraftbilanz der Stadt Werl

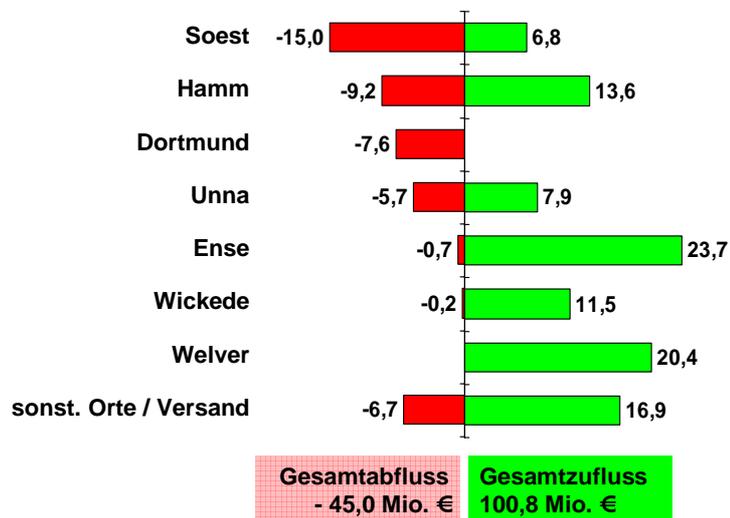


Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

Eine differenzierte Betrachtung nach einzelnen Orten zeigt, dass Abflüsse vor allem nach Soest,

Hamm, Dortmund und Unna stattfinden. Im Fall von Soest werden diese Abflüsse aber teilweise kompensiert durch Zuflüsse, im Fall von Hamm überwiegen sogar die Zuflüsse.

Abb. 20 Kaufkraftverflechtung der Stadt Werl mit der Region (nach Orten)



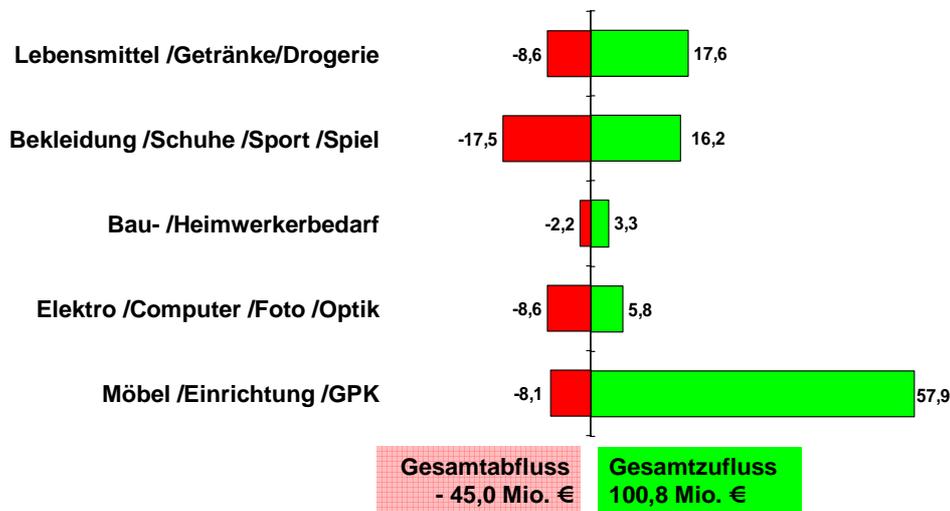
Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

Bei einer nach Hauptwarengruppen differenzierten Betrachtung wird deutlich, dass der positive Saldo in erster Linie dem Bereich Möbel/Einrichtung/Glas, Porzellan, Keramik, also wohl zum überwiegenden Teil dem Anbieter Turflon zu verdanken ist.

Bei deutlich geringerem Gesamtvolumen gibt es aber auch für nahversorgungsrelevante Sortimente (v.a. Lebensmittel/Getränke) und Bau-/Heimwerkerbedarf einen „Handelsbilanzüberschuss“.

Bei den wichtigsten zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Bekleidung / Sport / Elektro) gibt es hingegen insgesamt leichte Kaufkraftverluste.

Abb. 21 Kaufkraftverflechtung der Stadt Werl mit der Region (nach Warengruppen)



Quelle: eigene Erhebungen / eigene Darstellung

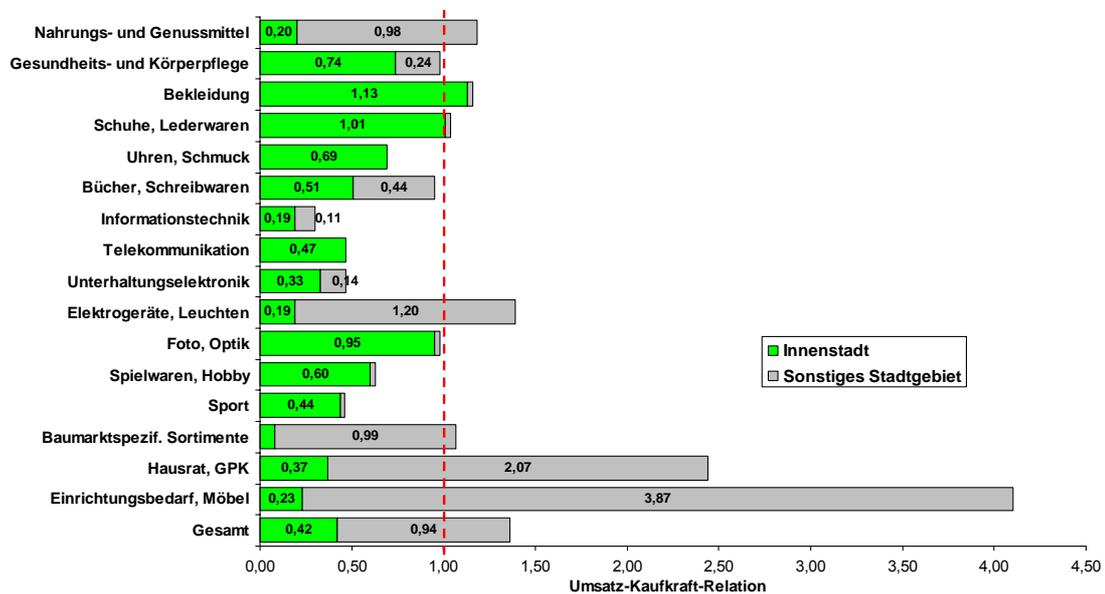
Die Zentrenrelevanz einzelner Sortimentsbereiche lässt sich nicht nur – wie in Kap.3.3 gezeigt – anhand des Marktanteils der vorhandenen Angebote bzw. des gegenwärtig realisierten Umsatzvolumens belegen, sondern auch durch ihren jeweiligen Beitrag zur „Handelsbilanz“. So zeigt die nachfolgende Grafik, inwieweit der in der Innenstadt realisierte Umsatz – bezogen auf die in Werl vorhandene Kaufkraft – für die Umsatz-Kaufkraft-Relation insgesamt verantwortlich ist.

Die höchsten „Zentralitätsbeiträge“ werden insofern von den Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Foto/Optik geleistet, weil sie sowohl eine relativ zur Kaufkraft hohe Gesamtumsatzleistung erbringen als auch fast ausschließlich in der Innenstadt angesiedelt sind.

Auch die Bereiche Elektronik, Uhren/Schmuck, Spielwaren/Hobby und Sport weisen zwar einen hohen Innenstadtanteil auf, erreichen aber insgesamt nur eine deutlich niedrigere Umsatz-Kaufkraft-Relation.

Auf der anderen Seite spielen Nahrungs- und Genussmittel, Hausrat/Glas, Porzellan, Keramik und Einrichtungsbedarf/Möbel hier nur eine geringere Rolle.

Abb. 22 Zentrenrelevanz nach Sortimentsbereichen



Quelle: eigene Darstellung

3.5 Nahversorgungssituation

Die Situation der Nahversorgung in Werl wurde zur Bewertung der bestehenden Standorte und ihrer möglichen Ergänzung durch mehrere Ansiedlungsvorhaben detailliert betrachtet.

Nach den zuvor erläuterten Teilbereichen differenziert zeigt sich eine hohe Konzentration der Nahversorgungsflächen auf die Kernstadt. Dort befinden sich allein 92 % der Verkaufsflächen für Lebensmittel und Getränke, während nur 67 % der Einwohner dort leben. Dieses Ungleichgewicht zeigt sich auch in der Ausstattungskennziffer (m² je Einwohner). Während die Kernstadt einen Wert erreicht, der deutlich über dem Bundesdurchschnitt⁷ liegt, befinden sich in den peripheren Ortsteilen nur relativ geringe Flächen.

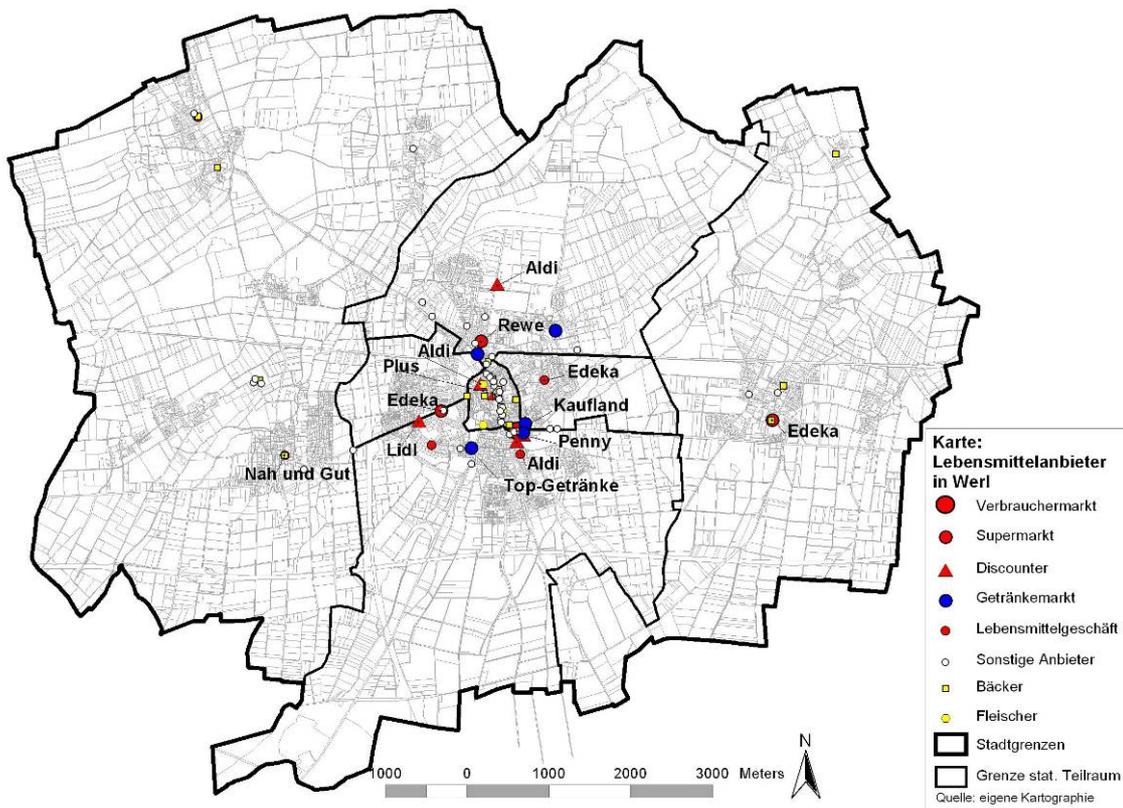
Insgesamt hat Werl demnach gegenwärtig eine rechnerisch durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.

Die Verteilung der nahversorgungsrelevanten Lebensmittel- und Getränkeanbieter in Werl ist auf

⁷ Im Jahr 2004 gab es bei den Betriebsformen SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter und sonstige Lebensmittelgeschäfte (z.B. Obst/Gemüse) 27,55 Mio. m² Verkaufsflächen bei rd. 82,5 Mio. Einwohnern. Das ergibt rd. 0,33 m² /Ew., hinzu kommen aber noch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker/Fleischer), Getränkemärkte, Tankstellenshops, Kiosks etc., sodass der Gesamtwert bei rd. 0,4 m² /Ew. liegen dürfte (Quelle: EHI – Handel aktuell 2004)

der nachfolgenden Karte dargestellt.

Abb. 23 Lebensmittel- und Getränkeanbieter in Werl



Quelle: eigene Darstellung

Abb. 24 Verkaufsflächen für Lebensmittel/Getränke in der Stadt Werl nach Ortsteilen

Teilgebiet / Ortsteile	Verkaufsfläche Lebensmittel /Getränke absolut	Verkaufsfläche Lebensmittel /Getränke je Einwohner
Kernstadt	12.140 m ²	0,55 m ²
Innenstadt (City)	1.830 m ²	0,62 m ²
nördlicher Teil	2.405 m ²	0,40 m ²
westlicher Teil	25 m ²	0,01 m ²
südlicher Teil	7.705 m ²	1,03 m ²
östlicher Teil	175 m ²	0,06 m ²
Büderich/Holtum / Budberg / Hilbeck / Sönnern	490 m ²	0,07 m ²
Westönnen/Mawicke/Ober- /Niederbergstraße/Blumenthal	515 m ²	0,14 m ²
Stadt Werl	13.145 m²	0,40 m²

Quelle: Stadt Werl / eigene Erhebungen

Der nach Verkaufsfläche wichtigste Anbieter (Kaufland) kann selbstverständlich nicht allein als Nahversorger i.e. Sinne gesehen werden, erfüllt aber dank seiner integrierten Lage durchaus auch Nahversorgungsfunktionen für den südlichen Teil der Kernstadt.

Geprägt wird das Angebot des weiteren von mehreren Lebensmittel-Supermärkten, Discountern und Getränkemärkten, hinzu kommen zahlreiche kleinere Anbieter, darunter vor allem Bäcker und Fleischer.

Abb. 25 Wesentliche Anbieter von Lebensmitteln/Getränken in Werl

Anbieter	Betriebsform	Gesamt- Verkaufsfläche	davon Lebensmittel / Getränke
Kaufland, Soester Straße	Verbrauchermarkt	3.500 m ²	2.920 m ²
Top-Getränke, St.-Georg-Straße	Getränkefachmarkt	1.400 m ²	1.400 m ²
Rewe, Langenwiesenweg	Supermarkt	1.280 m ²	850 m ²
Edeka, Unnaer Straße	Supermarkt	820 m ²	700 m ²
Lidl, Unnaer Straße	Discounter	800 m ²	655 m ²
Aldi, Belgische Straße	Discounter	780 m ²	655 m ²
Plus, Neuer Markt	Discounter	700 m ²	580 m ²
Penny, Soester Straße	Discounter	600 m ²	505 m ²
Aldi, Steinerstraße	Discounter	600 m ²	495 m ²
Aldi, Siederstraße	Discounter	600 m ²	490 m ²
Edeka, Breite Straße/Westönnen	Supermarkt	500 m ²	405 m ²

Quelle: eigene Erhebungen

Abb. 26: Nahversorgungsstandorte in Werl (Auswahl)

Kaufland, Soester Straße



Edeka, Westönnen



Quelle: eigene Darstellung

3.6 Ergebnisse der durchgeführten Befragungen

Wichtiger Bestandteil der vorliegenden Untersuchung war die Erfassung eines aktuellen Meinungsbildes zum Einkaufsstandort Werl. Hier sollten neben Daten zur Einkaufsorientierung auch Bewertungen erfragt werden, die in die im anschließenden Kapitel 4 eingearbeitet wurden.

3.6.1 Haushaltsbefragung

Wesentlicher Gegenstand der telefonisch durchgeführten Haushaltsbefragung war die Erfassung der aktuellen Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Werl und den angrenzenden Gemeinden Ense, Wickede und Welper. Dabei sollte auch festgestellt werden, inwieweit die Neigung der Bevölkerung zum Einkauf in Werl oder an Nachbarstandorten davon abhängt, ob der/die befragte(n) Werler/-innen in der Kernstadt oder außerhalb leben.

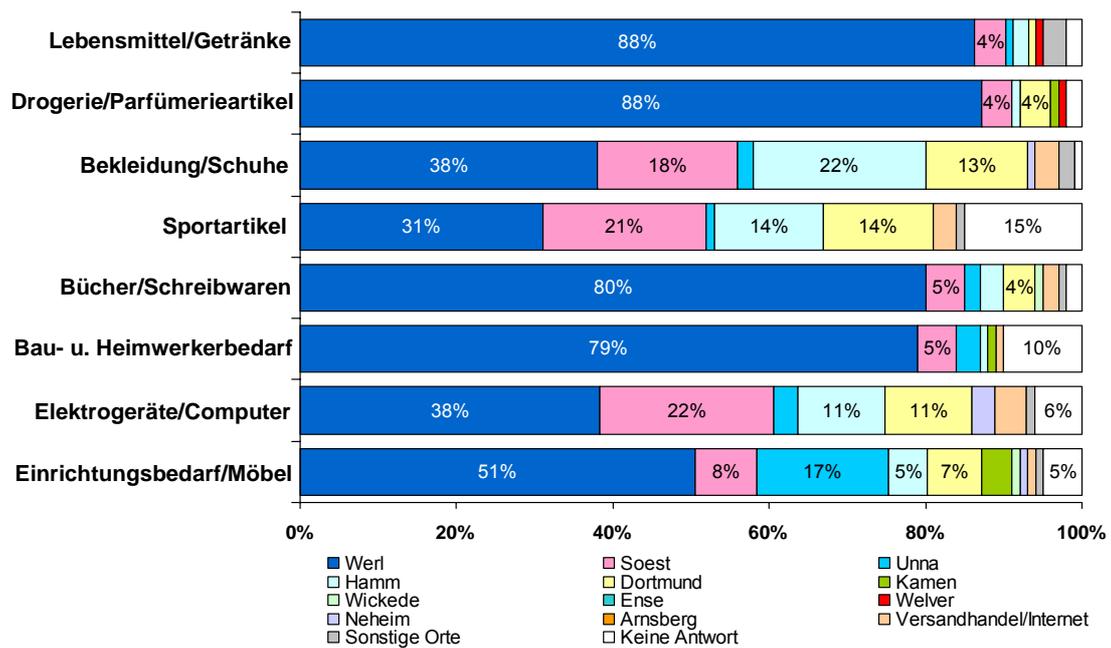
Festzustellen ist, dass die Bewohner der Kernstadt sowohl nahversorgungsrelevante Sortimente (v.a Lebensmittel/Getränke und Drogerieartikel) zum weit überwiegenden Teil in Werl einkaufen. Dasselbe gilt auch für Bücher/Schreibwaren und Bau- und Heimwerkerbedarf.

Für wesentliche innenstadtrelevante Branchen (Bekleidung/Schuhe, Sportartikel, Elektro) erreicht Werl zwar noch den relativ höchsten Anteilswert, allerdings mit etwa einem Drittel nur ein vergleichbar geringes absolutes Niveau. Die Wettbewerbszentren Soest, Hamm und Dortmund

spielen hier eine starke Rolle, Unna und Kamen (außer bei Einrichtungsbedarf/Möbel) und Arnsberg/Neheim spielen nach Aussage der Befragten keine wesentliche Rolle.

Auch sonstige Orte, der Versandhandel oder das Internet erreichen offenbar nicht die Bedeutung, die ihnen in der öffentlichen Diskussion gelegentlich unterstellt wird.

Abb. 27 Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Werl/Kernstadt)

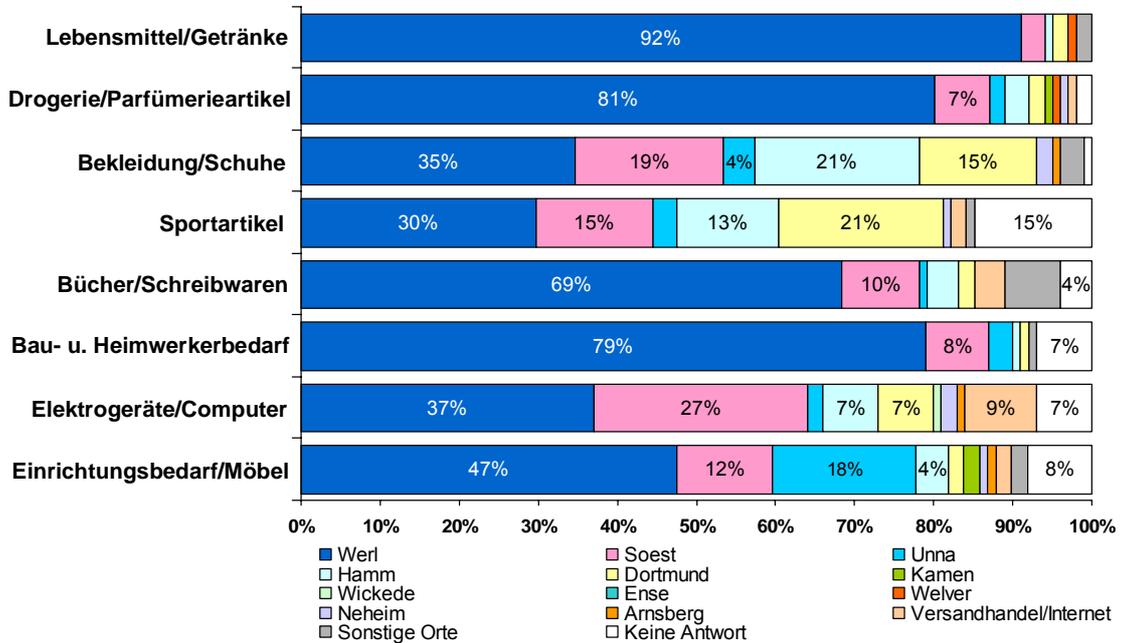


Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Bei den Befragten von außerhalb der Kernstadt konnte für nahversorgungsrelevante Sortimente eine ähnlich hohe Einkaufsorientierung auf die eigene Stadt festgestellt werden. Allerdings erreicht die Nachbarstadt Soest sowohl für Drogerie-/Parfümerieartikel als auch für Elektro und Möbel höhere Orientierungswerte. Die Orientierung nach Hamm, Unna, Arnsberg/Neheim und Kamen unterscheidet sich nicht wesentlich von der bei den Bewohnern der Werler Kernstadt festgestellten.

Eine auffällig höhere Orientierung nach Dortmund kann vor allem für Sportartikel festgestellt werden.

Abb. 28 Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Werl/sonstige Stadtteile)



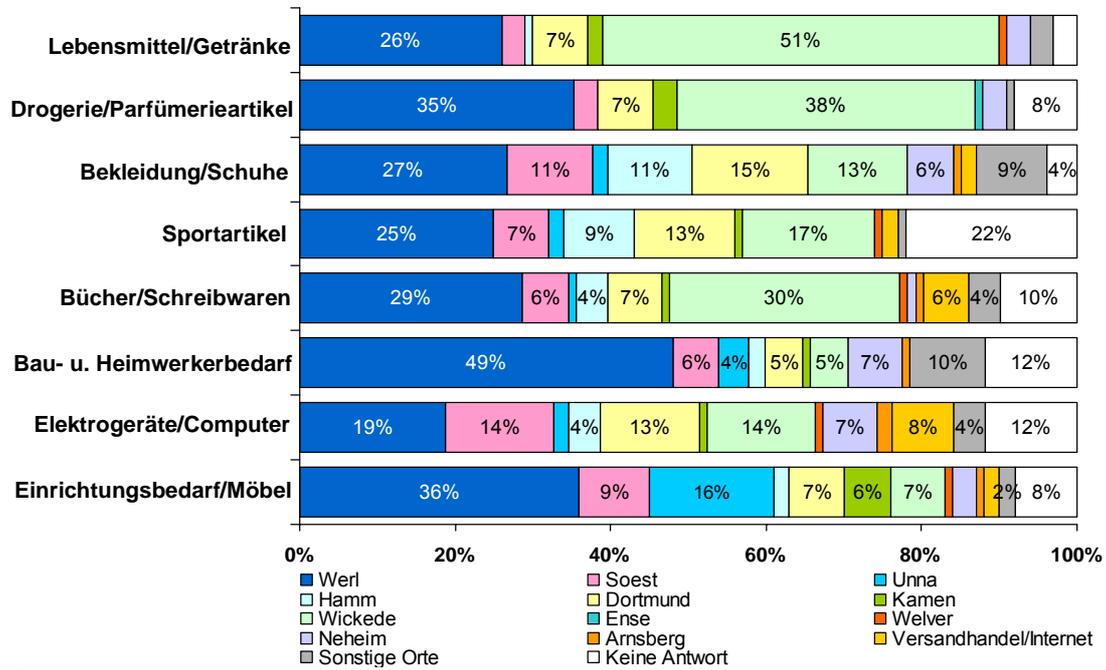
Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Befragte aus Wickede, Wewer und Ense orientieren sich beim Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente zwar nicht so ausgeprägt wie die Werler aber dennoch mehrheitlich an den jeweils eigenen Angeboten. Werl spielt vor allem in Wickede und Ense ebenfalls eine wichtige Rolle.

Während für Befragte aus Wickede alle anderen Standorte (neben der eigenen Kommune und Werl) nur in der Summe ins Gewicht fallen, erreichen in Wewer die Ziele Soest und Hamm bzw. in Ense Soest und Neheim/Arnsberg in fast allen Branchen hohe Orientierungswerte.

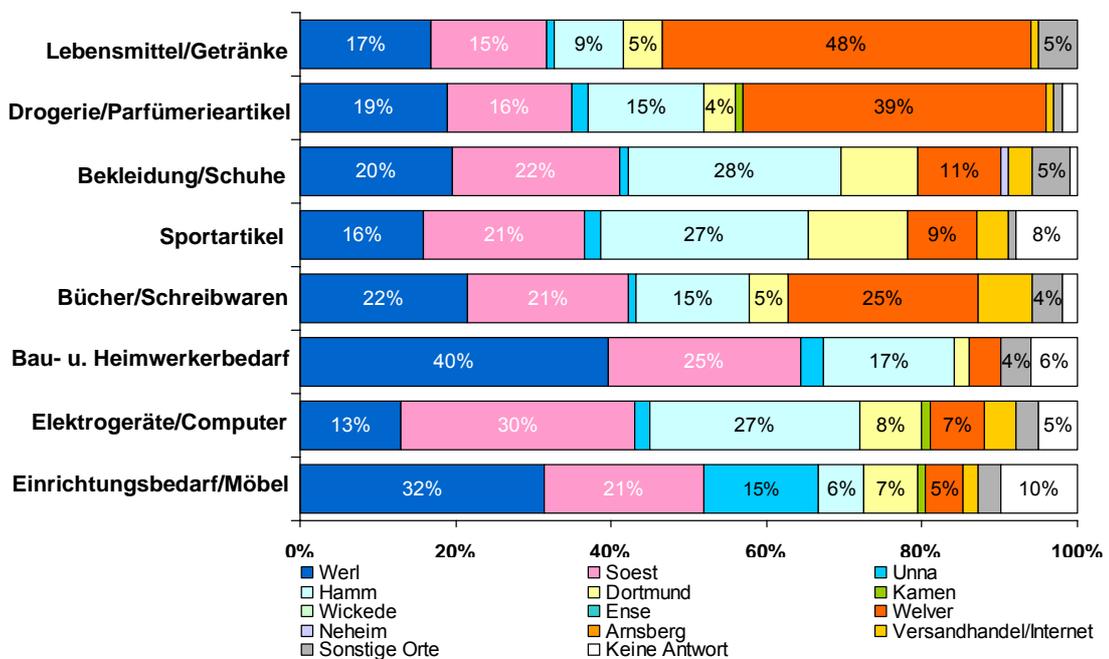
Dortmund spielt in allen drei Kommunen vor allem für Bekleidung/Schuhe und Sportartikel eine relativ wichtige Rolle, Unna bei Einrichtungsbedarf/Möbeln.

Abb. 29 Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Wickede)



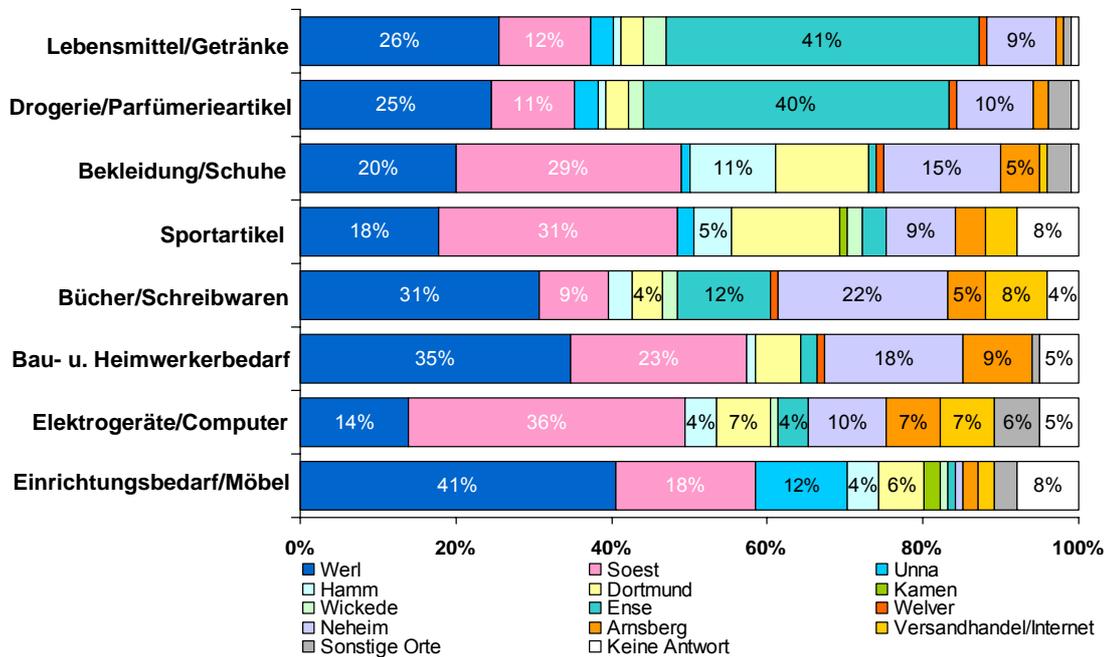
Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Abb. 30 Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Welper)



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Abb. 31 Bevorzugte Einkaufsorte nach Warengruppen (Befragte aus Ense)

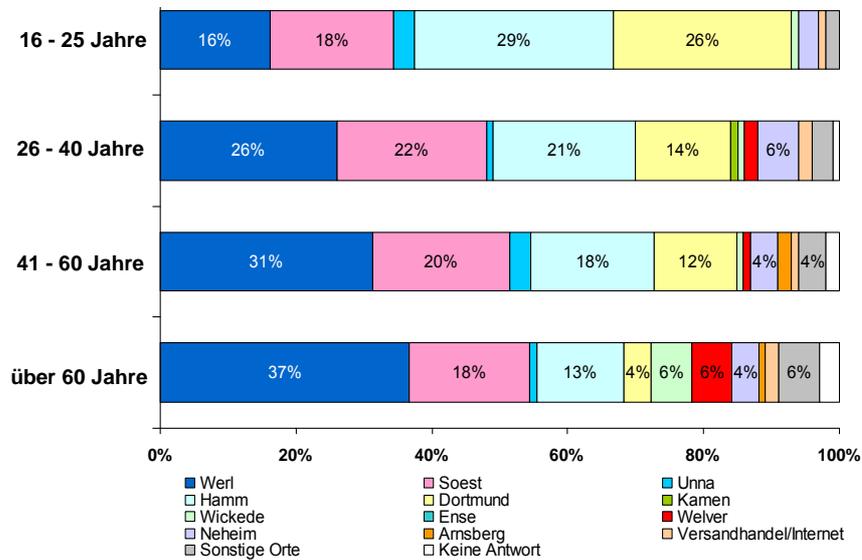


Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Bei einer nach Altersgruppen differenzierten Betrachtung des gesamten Untersuchungsraumes zeigt sich vor allem bei den wichtigen zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe bei den Jüngeren eine deutlich höhere Einkaufsorientierung in die beiden Großstädte Hamm und Dortmund. So erreichen diese beiden Einkaufsziele bei den 16- bis 25-Jährigen zusammen mit 55 % einen sehr hohen Anteil, während sie bei den über 60-Jährigen nur auf rd. 17 % kommen.

Während die Orientierung an Soest, Unna, Kamen und Arnsberg/Neheim nicht stark vom Alter des Befragten abhängt, lässt sich für Werl vor allem bei den Älteren eine hohe Orientierung feststellen. So zeigt sich, dass sich die bei den Jüngeren stärker ausgeprägte Neigung zum Einkauf in den Großstädten Hamm und Dortmund offenbar stärker zu Lasten des Standortes Werl auswirkt als zu Lasten der anderen Wettbewerbsstandorte in der Region.

Abb. 32 Bevorzugte Einkaufsorte für Bekleidung/Schuhe (nach Altersgruppen)

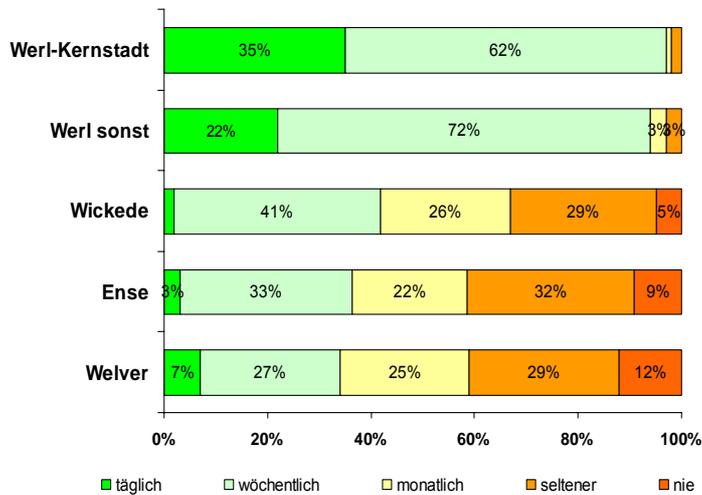


Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Im regionalen Vergleich lässt sich – unabhängig von branchenspezifischen Abweichungen – feststellen, dass nahezu aller Werler zumindest einmal in der Woche in ihrer Stadt einkaufen. Ein Drittel der Kernstadtbewohner und knapp ein Viertel der Bewohner der sonstigen Stadtteile kauft sogar täglich in Werl ein.

Auch in Wickede, Ense und Welper ergibt sich noch ein hoher Anteil von Kunden, die im Durchschnitt wöchentlich in Werl einkaufen. Tägliche Einkäufe stellen aber erwartungsgemäß eher eine Ausnahme dar. Ein erheblicher Anteil der Befragten (hier zwischen 34 % in Wickede und 41 % in Welper und Ense) kommt nach eigenen Angaben seltener als monatlich oder überhaupt nicht zum Einkauf nach Werl.

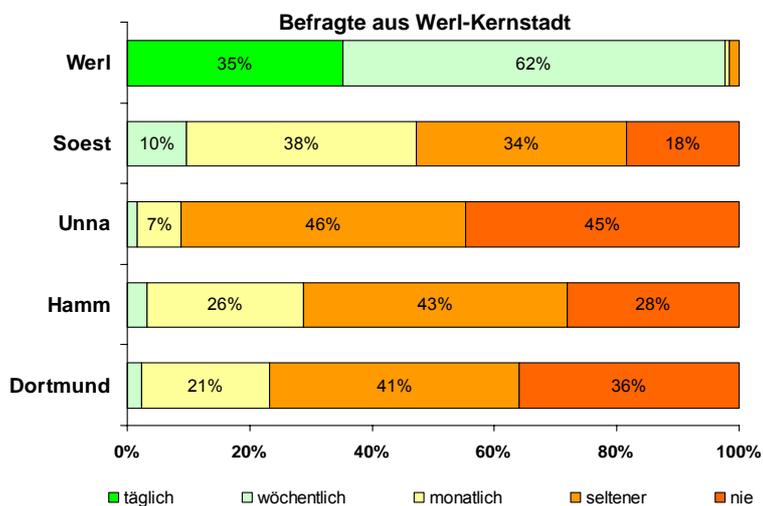
Abb. 33 Einkaufshäufigkeit in Werl nach Wohnort der Befragten



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Bei den Befragten aus Werl dominiert – wie bereits gezeigt – Werl als Einkaufsziel insgesamt eindeutig. Mit weitem Abstand wird die Nachbarstadt Soest genannt, gefolgt von Hamm, Dortmund und Unna.

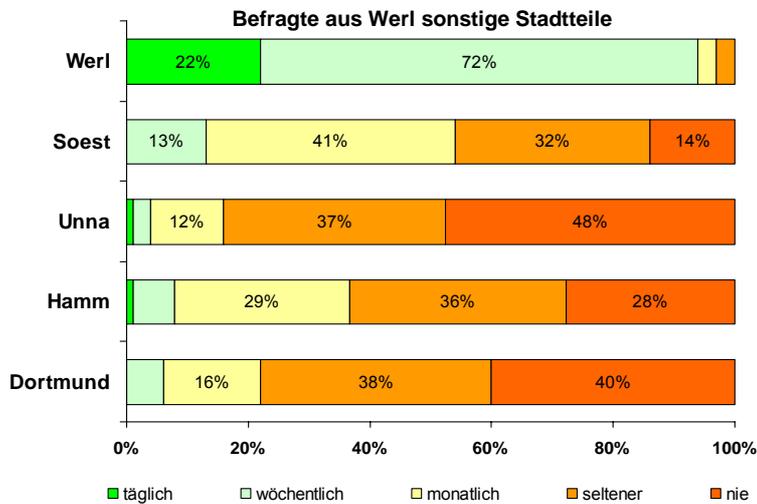
Abb. 34 Einkaufshäufigkeit in Werl und Wettbewerbsstädten nach Wohnort der Befragten



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Der Befragung zufolge orientieren sich die außerhalb der Kernstadt lebenden Werler/-innen offenbar etwas stärker an Soest, Hamm, Dortmund und Unna als die Kernstadtbewohner. Aber auch hier steht Werl selbst noch unangefochten vorn.

Abb. 35 Einkaufshäufigkeit in Werl und Wettbewerbsstädten nach Wohnort der Befragten



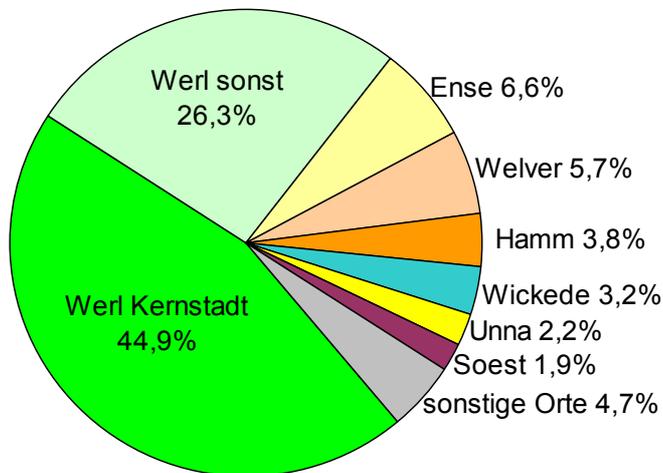
Quelle: eigene Befragung / Darstellung

3.6.2 Passantenbefragung

Die Befragung von insgesamt 311 Personen in der Fußgängerzone von Werl sollte ergänzend zur Haushaltsbefragung Aussagen der Werler Besucher und Kunden zum Einkaufsstandort Werl erfassen.

Zur „Kontrolle“ der am Wohnort abgefragten Einkaufsorientierungen und damit letztlich zur Feststellung des tatsächlichen Einzugsgebietes der Innenstadt ging es dabei auch um die Ermittlung der Kundenwohnortstruktur. So stellt sich heraus, dass annähernd drei Viertel (71 %) der Passanten aus Werl selbst stammen, davon der größere Teil aus der Kernstadt. Wie bereits im Zusammenhang mit den Kaufkraftverflechtungen (vgl. Kap. 3.4) erläutert, stammen nahezu alle auswärtigen Kunden aus der näheren Umgebung, konkret aus Ense, Welver, Hamm, Wickede, Unna und Soest. Nur rd. 5 % aller Befragten stammen aus sonstigen Orten.

Abb. 36 Kundenherkunft in der Innenstadt von Werl



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Ohne konkrete Vorgaben von Antwortmöglichkeiten wurde gefragt, was aus Sicht der Passanten für bzw. gegen einen Einkauf in Werl spricht. Dabei wurden folgende Aussagen getroffen:

Wesentliche Gründe für einen Einkauf in Werl:

(Mehrfachnennungen waren möglich)

Nähe zum Wohn-/Arbeitsort	31 %
Einzelhandelsangebot stimmt	21 %
Atmosphäre / schöne Fußgängerzone	15 %
Überschaubarkeit	9 %
gute Erreichbarkeit / Parkplätze	9 %
nicht überfüllt / ruhig	7 %

Wesentliche Gründe gegen einen Einkauf in Werl:

(Mehrfachnennungen waren möglich)

zu geringe Auswahl	74 %
davon	
allgemein zu wenig Auswahl	40 %
zu wenig Bekleidungsangebot	8 %
Kaufhäuser fehlen	7 %
Lebensmittelangebot in der Innenstadt	6 %
keine Exklusivität	4 %
keine einheitlichen Ladenöffnungszeiten	5 %

Etwas allgemeiner und ebenfalls ohne Antwortvorgaben wurden folgende Anregungen und Kritikpunkte zur Innenstadt Werl genannt:

Wesentliche Anregungen / Kritikpunkte zur Innenstadt Werl:

(Mehrfachnennungen waren möglich)

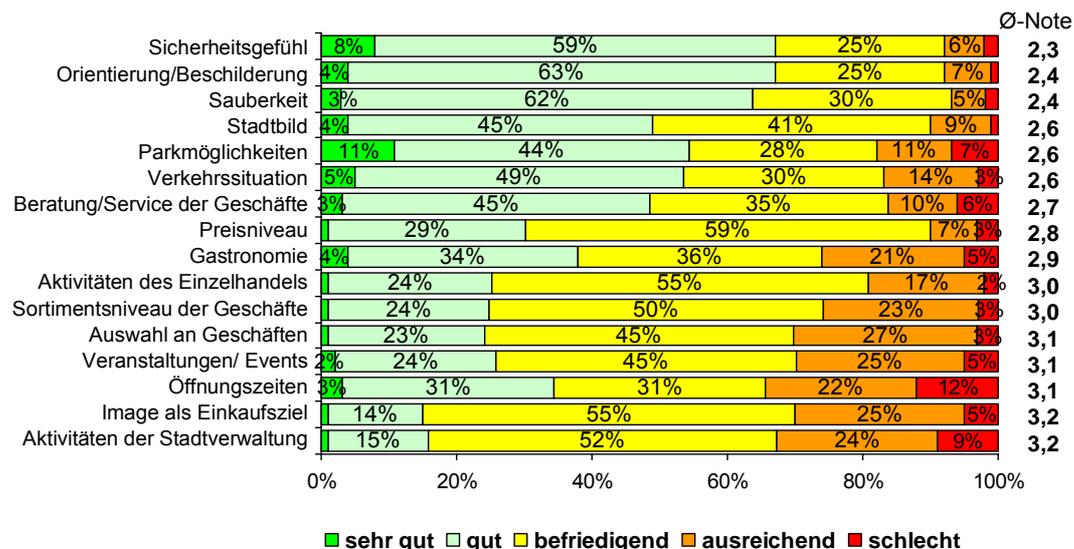
einheitliche Öffnungszeiten	16 %
mehr Vielfalt bei den Geschäften	13 %
mehr Bekleidungsangebote (v.a. Trendmode)	9 %
mehr/bessere Gastronomie (v.a. am Marktplatz)	7 %
großes Kaufhaus	6 %
Leerstand von Geschäften beseitigen	5 %
Öffnung der Geschäfte über Mittag	5 %

Zur Beurteilung der Innenstadt wurden den Befragten eine Reihe von Kriterien genannt, für die jeweils nach dem Schulnotenprinzip Werte zwischen „1 - sehr gut“ und „5 - schlecht“ zu vergeben waren.

Erfreulicherweise zeigt sich zunächst, 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 für die bei derartigen Befragungen üblicherweise deutlich kritischer bewerteten Themen „Parkmöglichkeiten“ und „Öffnungszeiten“ zu.

Besonders positiv werden die typischen Innenstadtthemen „Sicherheit“ und „Sauberkeit“ beurteilt.

Abb. 37 Wie bewerten Sie die Innenstadt Werl hinsichtlich folgender Punkte?



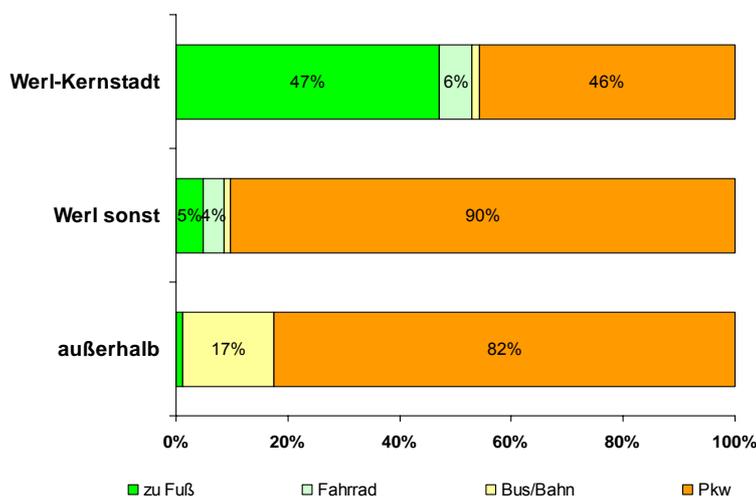
Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Die Wahl des Verkehrsmittels beim Besuch der Innenstadt von Werl hängt naturgemäß wesent-

lich von der Distanz des Wohnortes ab. So überrascht es kaum, dass bei allen Befragten mit Wohnort außerhalb der Kernstadt Werl der Pkw deutlich dominiert, während bei den Bewohnern der Kernstadt noch ein erheblicher Anteil zu Fuß gekommener Passanten festzustellen ist.

Das Fahrrad spielt auch in der Kernstadt nur eine geringe Rolle, allerdings ist das auch auf den Befragungszeitraum (November) zurückzuführen. Öffentliche Nahverkehrsmittel, vor allem der Bus, spielen bei Auswärtigen eine erhebliche Rolle, sodass der hohe Anteil von 17 % bei dieser Kundengruppe zu einem geringeren Pkw-Anteil führt als bei den Bewohnern der außerhalb der Kernstadt Werl gelegenen Ortsteile.

Abb. 38 Verkehrsmittelwahl beim Besuch der Innenstadt Werl (nach Wohnort)

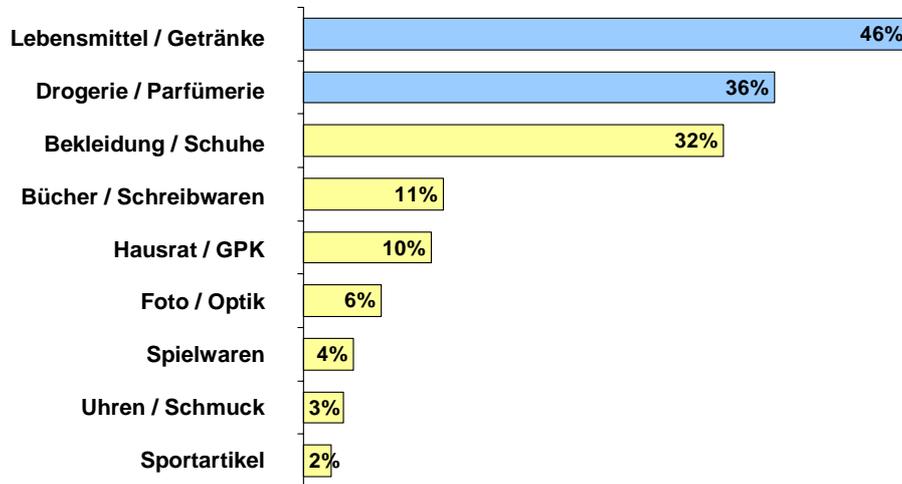


Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Eine weitere Frage diente zur Feststellung der von den Befragten tatsächlich gekauften Waren. Dabei fällt deutlich auf, dass nahversorgungsrelevante Sortimente stärker im Vordergrund stehen als in mittelzentralen Einkaufsstädten üblich und auch in Werl grundsätzlich zu erwarten. Hier bestätigt sich die Einschätzung, dass Drogerie-/Parfümerieartikel in Werl durchaus als zentrenrelevant einzustufen sind.

Bekleidung und Schuhe nehmen erwartungsgemäß eine herausragende Rolle ein, alle weiteren Warengruppen fallen deutlich zurück. Besonders auffällig ist das Fehlen von Elektro und die geringe Bedeutung von Sportartikeln.

Abb. 39 Was haben Sie heute in der Innenstadt von Werl gekauft bzw. wollen Sie noch kaufen?



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

3.6.3 Unternehmerbefragung

An der schriftlichen Unternehmerbefragung beteiligten sich 38 der rd. 200 angeschriebenen Betreiber von Unternehmen des Einzelhandels bzw. des Ladenhandwerks in Werl. Trotz dieser mit rd. 20 % relativ geringen Rücklaufquote dürften die Daten ein einigermaßen repräsentatives Stimmungsbild aus der Unternehmerschaft wiedergeben.

Diese Vermutung lässt sich durch die Struktur der beteiligten Betriebe belegen:

Gesamtverkaufsfläche rd. 58.000 m² (62 % von 93.500 m² in Werl)

17 Betriebe aus der Fußgängerzone, 9 aus Randlagen der Innenstadt und 12 aus sonstigen Standorten in Werl

Branchenschwerpunkte (Mehrfachnennungen möglich): 11 Betriebe Lebensmittel, 9 Betriebe Drogerie/Parfümerie, 8 Betriebe Bekleidung/Wäsche, 7 Betriebe Schreibwaren/Bücher, 5 Betriebe Hausrat/Glas, Porzellan, Keramik, 4 Betriebe Uhren/Schmuck, 4 Betriebe Elektro, 4 Betriebe Spielwaren, 3 Betriebe Bau-, Heimwerker-/Gartenbedarf sowie weitere Sortimente mit 1-2 beteiligten Betrieben

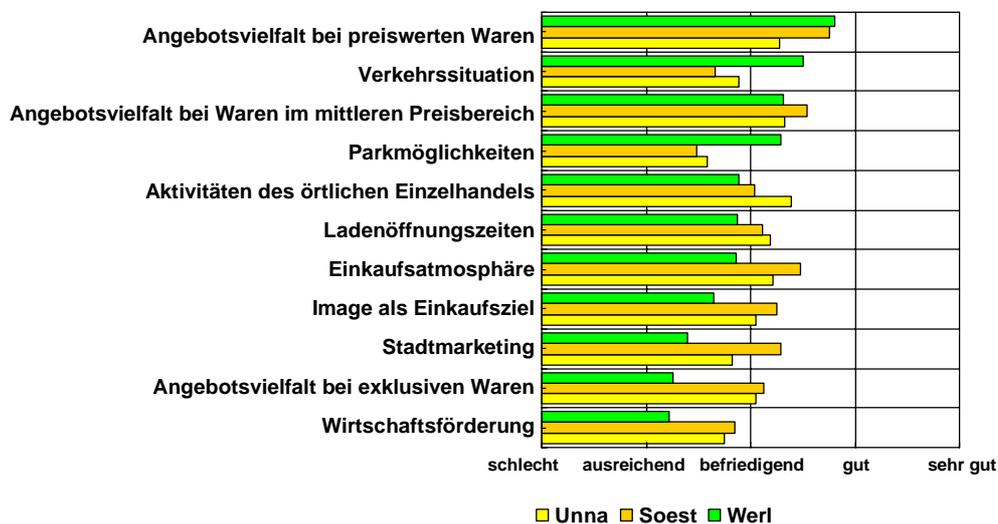
Die befragten Unternehmen zeichnen ein insgesamt kritischeres Bild vom Einkaufsstandort Werl als die Befragten aus den Haushalten bzw. die als Passanten befragten Kunden. Kritisiert wer-

den grundsätzlich Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing und das Image von Werl als Einkaufsziel sowie etwas konkreter die Angebotsvielfalt im exklusiven Bereich. Die eigenen Aktivitäten („des örtlichen Einzelhandels“) werden mit „befriedigend“ bewertet und damit deutlich besser als Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung.

Relativ gute Noten verteilen die Unternehmen für die Angebotsvielfalt im unteren und mittleren Preissegment sowie für die Verkehrs- und Parksituation in Werl. Letzteres ist insofern bemerkenswert, als diese Themen bei vergleichbaren Befragungen üblicherweise äußerst kritisch gesehen und vielfach als Hauptursache für nicht eine nicht zufrieden stellende Umsatzentwicklung vermutet werden.

Hinsichtlich der Verkehrssituation und der Parkmöglichkeiten hebt sich in Werl demnach auch deutlich positiv von den Wettbewerbsstandorten Soest und Unna ab. Diesen beiden Städten werden allerdings mehr Exklusivität beim Angebot, bessere Wirtschaftsförderungs- und Stadtmarketingaktivitäten und letztlich mehr Einkaufsatmosphäre und ein besseres Image zugeschrieben.

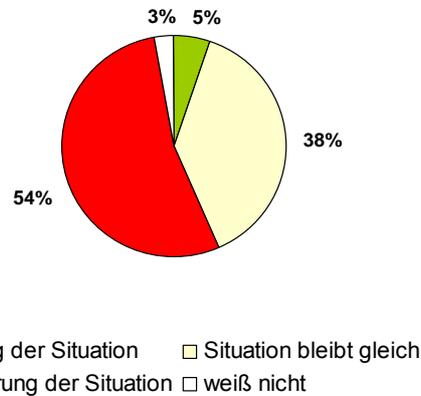
Abb. 40 Beurteilung der Einzelhandelsstandorte Werl, Soest und Unna



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

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

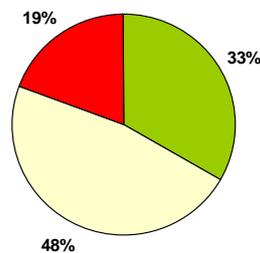
Abb. 41 Erwartete Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Werl in den nächsten drei Jahren



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Im Gegensatz dazu erwartet immerhin ein Drittel der Befragten und damit eine relative Mehrheit steigende Umsätze, während jeder Fünfte weitere Rückgänge befürchtet.

Abb. 42 Erwartete Umsatzentwicklung des eigenen Unternehmens in den nächsten drei Jahren



Quelle: eigene Befragung / Darstellung

Von den 38 beteiligten Unternehmen beabsichtigen vier auf jeden Fall bzw. weitere zwei vielleicht, am derzeitigen Standort die Verkaufsfläche auszuweiten. Eine Modernisierung wird von drei Betrieben auf jeden Fall vorgenommen, von weiteren fünf vielleicht. Ein Betrieb beabsichtigt eine Verlagerung in die Innenstadt, weitere sechs wollen ihren Betrieb vielleicht verlagern, ohne sich jedoch dazu konkret zu äußern. In zwei Fällen ist die Aufgabe des Betriebes auf jeden Fall

geplant, in fünf weiteren vielleicht. Die konkret geäußerten Absichten hinsichtlich einer Veränderung des Personalstandes würden zu 14 Neueinstellungen und 27 Entlassungen führen.

Bei offener Fragestellung, also ohne konkrete Antwortvorgabe wurden die Unternehmen auch nach Kritikpunkten und Verbesserungsvorschlägen gefragt. Hierbei ergab sich folgendes Stimmungsbild:

- 31 der 38 Unternehmen (82 %) sind der Ansicht, das Umfeld ihres Standortes müsse verbessert werden. Gewünscht werden dazu vor allem eine weitere Verbesserung der Parksituation („kostenloses Parken“), der Beleuchtung und eine Erneuerung der Fußgängerzone.
- 29 Unternehmen (76 %) haben konkrete Vorstellungen, wie die Stadtplanung, die Wirtschaftsförderung oder das Stadtmarketing den Einzelhandels unterstützen könnten. Gewünscht werden auch hier vor allem kostenloses Parken und ein besseres Parkleitsystem, daneben einheitliche Öffnungszeiten und eine weitgehende Konzentration zentrenrelevanter Verkaufsflächen auf die Innenstadt. Vielfach wird auch nur recht allgemein gefordert, vorhandene Betriebe zu fördern.
- Wären sie selber Bürgermeisterin oder Bürgermeister von Werl, würden die Befragten ebenfalls vor allem den Einzelhandel weiter auf die Innenstadt konzentrieren, einheitliche Öffnungszeiten durchsetzen und – sofern möglich – „Billiganbieter“ durch Fachgeschäfte ersetzen. Auch soll der Markt attraktiver werden, wobei es keine einheitliche Meinung gibt, ob dies durch mehr Pkw-Stellplätze oder durch andere Maßnahmen erreicht werden soll.

4. Zukünftige Entwicklung und Handlungsempfehlungen

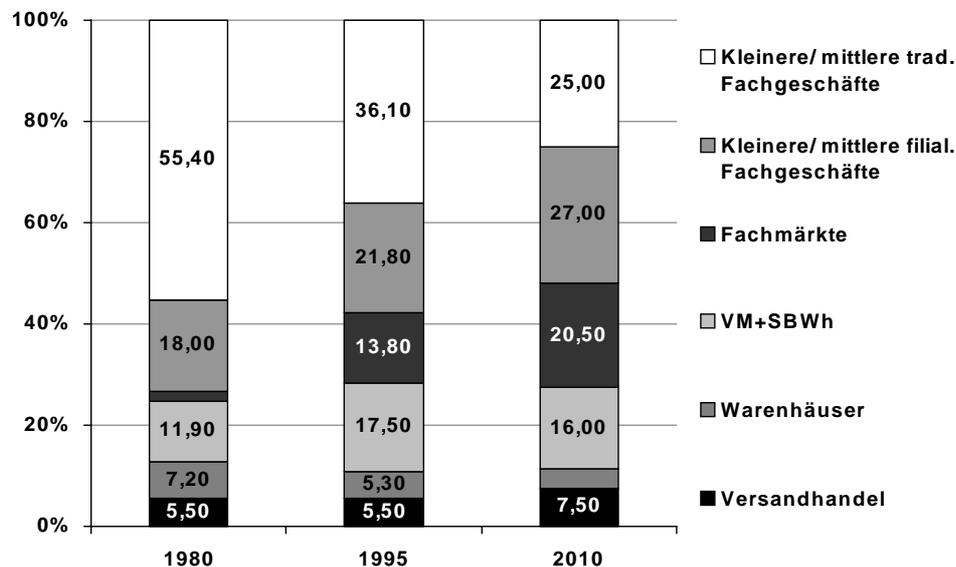
In den vorangegangenen Kapiteln wurden die Ergebnisse der durchgeführten Analyse der Einzelhandelssituation umfassend dargestellt und bewertet. Nunmehr soll unter Berücksichtigung der absehbaren Veränderungen erläutert werden, welche Zielsetzungen aus Sicht des Gutachters für die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Werl angemessen und realistisch erscheinen.

4.1 Generelle Entwicklungen und Trends im Einzelhandel

Im deutschen Einzelhandel ist ein gewaltiger Umbruch festzustellen. Durch neue Technologien, aber auch durch gesellschaftliche Veränderungen, müssen sich die Handelsunternehmen auf die neue Situation einstellen. Nach einer Studie von Joachim Zentes und Bernhard Swoboda werden bereits im Jahre 2005 40 % des Einzelhandelsumsatzes von anderen Anbietern bzw. an anderen Standorten als 1999 getätigt.

So werden neue Angebotsformen sowohl vom Handel als auch von der Industrie entwickelt. Neue Allianzen, z.B. mit der Freizeitwirtschaft, beeinflussen diese Veränderung. Die Verkaufsflächen im Einzelhandel werden in den nächsten Jahren noch wachsen. Liegt der Verkaufsflächenbestand heute bei ca. 110 Mio. m², wird für den Zeitraum zwischen 2005 und 2010 ein Wachstumshöhepunkt von annähernd 120 Mio. m² erwartet.⁸

⁸ Quelle: HDE – Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V. (2003)

Abb. 43 Veränderungen der Einzelhandelsstruktur


(Marktanteile der Vertriebsformen in %; Werte für 2010 geschätzt; alte Bundesländer)

Quelle: Ifo-Institut, München; abgebildet durch den Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), 2000

In Zukunft werden die großen Handelskonzerne in noch stärkerem Maße als in den letzten Jahren den Markt beherrschen. Übernahmen, Fusionen und Konkurse führen zu einer Abnahme der Unternehmenszahl in den jeweiligen Märkten. Vor allem die mittleren und kleineren Unternehmen werden um ihr Überleben kämpfen müssen, viele werden dabei aus dem Markt ausscheiden.

Dies zeigt sich auch bei einer genaueren Betrachtung des Lebensmitteleinzelhandels. Während Lebensmittelmärkte/ -geschäfte und Supermärkte in den letzten Jahren Marktanteile verloren haben, legten vor allem Discounter kräftig zu. Expertenmeinungen zufolge wird ihr Marktanteil auf bis zu 40 % anwachsen.

Die Kunden nutzen für ihre Einkäufe die Vielfalt der Vertriebstypen. Als neue Formate entwickeln sich neben erlebnisorientierten Betriebsformen auch Convenience Shops für den „bequemen Einkauf nebenher“. Als Vorreiter der Convenience-Entwicklung verfügen 90 % der deutschen Tankstellen über einen Shop, der in vielen Fällen schon die Ausmaße und die Angebotsvielfalt eines kleinen Supermarktes annimmt. Einhergehend mit der Entwicklung neuer Ladenformate, sind Produkte und Dienstleistungen gefordert, die Zeitgewinn und Stressvermeidung garantieren.

Infolge der anhaltend schlechten konjunkturellen Lage und der allgemeinen Unsicherheit, herrscht in Deutschland eine zunehmende Kaufzurückhaltung verbunden mit einer gestiegenen Sparquote (derzeit rd. 11 %). Laut einer Forsa-Umfrage beabsichtigen 81 % der Bundesbürger noch weniger für den Konsum auszugeben. Infolge der gesunkenen Konsumausgaben wird das Geld zudem wesentlich preissensibler ausgegeben. Der günstige Einkauf gilt als kluge Handlung; die Fahndung nach Schnäppchen ist für die Bundesbürger zum Vergnügen geworden.

Laut der „Online Shopping Survey (OSS) Studie“ (2003), die gemeinsam von NFO Infratest und Enigma GfK regelmäßig durchgeführt wird, ist die Anzahl der Online-Shopper weiterhin angestiegen: Demnach haben etwa 20 Millionen Deutsche in den letzten 12 Monaten mindestens einmal online eingekauft. Dies entspricht einem Anteil von mehr als 30 % aller Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren. Jeder Fünfte kauft sogar regelmäßig online ein.

Es gibt keine Kaufloyalitäten mehr. Ein starkes Preis-Leistungs-Bewusstsein führt zum Handeln nach dem Motto „mehr Wert für weniger Geld“. Während "Smart-Shopper" ihr Einkaufserlebnis aus der Suche nach Qualität zu Discountpreisen beziehen, sind andere bereit, für persönliche Beratung und individuelle Einkaufsstätten mehr Geld auszugeben. Traditionelle Verhaltensmuster und Kulturen bröckeln immer mehr ab. Einkauf beim Discounter, danach im Feinkostgeschäft, bei Textilien Luxus, bei der Einrichtung Standard. Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten. Kunden akzeptieren höhere Preise nur noch bei klarem Mehrwert. Bei Standardprodukten siegt der Preis. Für Bequemlichkeit, Service, Freundlichkeit, Erlebnis, Action, Fun – aber auch für Sicherheit und Vertrauen – sind die Verbraucher dagegen bereit, mehr Geld auszugeben.

Die ältere Generation stellt eine heterogene Gemeinschaft dar. Diese Menschen wollen keine Ausgrenzung durch Spezialbehandlung, sondern sehen sich als vollwertige Mitglieder der Gesellschaft. Heute gilt für sie der Leitspruch „Jetzt bin ich dran“. Komfort, Sicherheit und Service sind wichtige Kaufkriterien.

Kinder und Jugendliche haben einen großen Einfluss auf Kaufentscheidungen innerhalb der Familie. Das Markenbewusstsein spielt bei ihnen eine wichtige Rolle. Die junge Generation fragmentiert in immer mehr Gruppen und Szenen mit höchst unterschiedlicher Bindekraft. Somit wird die Werbeansprache immer wichtiger.

Die GfK (Nürnberg) geht von einer anhaltenden, möglicherweise noch zunehmenden Skepsis der Deutschen hinsichtlich der Entwicklung der Konjunktur, ihres persönlichen Einkommens und

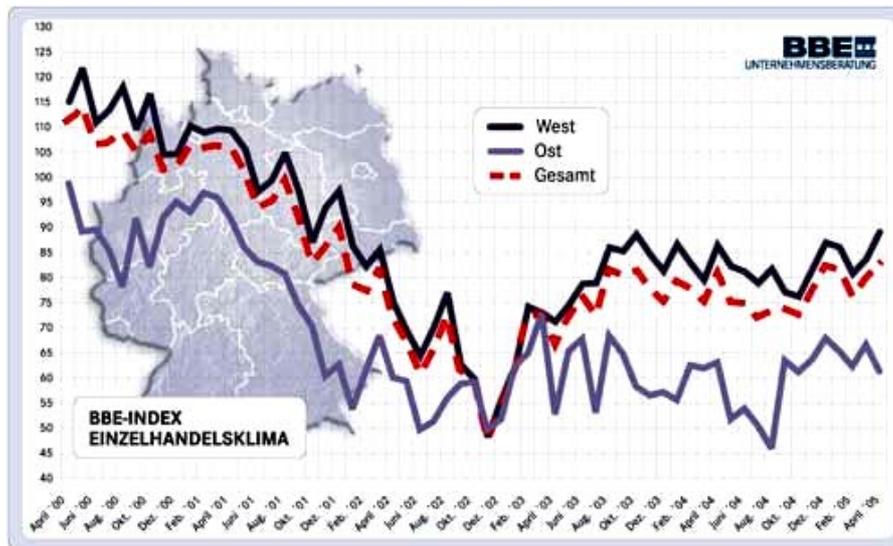
letztlich ihrer Anschaffungsneigung aus. Damit stimmen sie mit den mäßigen Erwartungen der Konjunkturforscher an das Wirtschaftswachstum in Deutschland im Jahr 2005 überein.⁹

Insbesondere infolge des gestiegenen Energiepreises sei bei den deutschen Verbrauchern „mit einer positiven Entwicklung der Bereitschaft, in naher Zukunft größere Anschaffungen zu tätigen, (...) nicht mehr zu rechnen.“ Dennoch habe sich das Konsumklima durch die sinkende Sparneigung stabilisiert.

Auch die BBE Unternehmensberatung (Köln) ermittelt regelmäßig die Einschätzung der Stimmungslage des Einzelhandels und errechnet daraus den „BBE-Index“. Im April 2005 konnte dieser Index den leichten Aufwärtstrend der vergangenen Wochen zwar halten, liegt aber mit einem Wert von rd. 83 immer noch deutlich unter der 100er Marke, die die optimistischen und pessimistischen Stimmen ins Gleichgewicht bringt. Betrachtet man die einzelnen Branchen, fällt auf, dass der Bereich "persönliche Ausstattung" wie schon im März nochmals zugelegt hat, ebenso der Bereich "handwerkliche Haus- und Gartenarbeit", der einen, auch jahreszeitlich bedingten Sprung von 13 Punkten schafft. Den stärksten Anstieg mit 37 Punkten weist der Bereich "Gesundheit und Körperpflege" auf.

⁹ Quelle: Pressemeldung der GfK vom 27.10.2004 „Konsumklima: Verunsicherung steigt leicht“

Abb. 44 Entwicklung des Einzelhandelsklimas (BBE-Index)



Quelle: www.bbeberatung.de

Zusammengefasst lassen sich gegenwärtig folgende Tendenzen absehen:¹⁰

- Die Konsumbereitschaft der Deutschen und damit die zu erwartenden Verbrauchsausgaben im Einzelhandel werden – ausgehend von einer Phase der Stagnation – möglicherweise ab 2005 wieder ein leichtes Wachstum in einer Größenordnung von rd. 1 bis 2 % (real) im Jahr erreichen. Die Sparquote (in Prozent des verfügbaren Einkommens) liegt seit Mitte der 90er Jahr bei rd. 10-11 % und damit etwa auf dem Niveau von Frankreich, den Niederlanden und Spanien, jedoch höher als beispielsweise in Großbritannien und Skandinavien.
- Die Verkaufsflächen werden – wie bereits in den vergangenen Jahren – noch weiter zunehmen, sodass die Flächenleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der vorhandenen Angebotsstrukturen sinken werden und weiterhin mit Marktaustritten, Leerstandssituationen und sinkenden Mieten zu rechnen ist.
- Es ist aufgrund der vorliegenden Planungen davon auszugehen, dass deutliche Zuwächse im Bereiche der Shopping-Center zu erwarten sind, mit denen Deutschland bisher im europäischen Maßstab nur unterdurchschnittlich ausgestattet ist. Hinzu kommt weiteres Wachstum bei Fachmärkten und Fachmarkttagglomerationen.

- Langfristig wird sich vor allem die absehbare Entwicklung der Bevölkerungszahl und –struktur auf die Marktpotenziale für den Einzelhandel auswirken. Nach der Bevölkerungsprognose des Statistisches Bundesamtes¹¹ ist allerdings bis zum Jahr 2020 nur von einer geringen Veränderung für Deutschland auszugehen. Demnach wird die Einwohnerzahl von gegenwärtig rd. 82 Mio. möglicherweise sogar geringfügig auf dann rd. 83 Mio. steigen. Erst bis zum Jahr 2050 soll dann ein stetiger Rückgang auf rd. 75 Mio. erfolgen.
- Es ergeben sich allerdings erhebliche regionale Unterschiede: Vor allem in „altindustrialisierten“ Regionen wie dem Ruhrgebiet sowie ländlichen Räumen mit geringer wirtschaftlicher Dynamik ist bereits bis 2020 mit einem starken Rückgang der Bevölkerung um teilweise bis zu 25 % zu rechnen, während Randgebiete der Metropolen (v.a. Berlin) deutliche Zuwächse durch Wanderungsgewinne gegenüber diesen Städten erwarten dürfen.
- Die Alterung der Bevölkerung lässt längerfristig eine verstärkte Nachfrage nach den Warengruppen Gesundheit und Freizeit erwarten.

4.2 Zielformulierung

Sicherlich ist es nicht unumstritten, in diesem Zusammenhang von einem „Leitbild“ zu sprechen, zeigten doch zahlreiche Stadtmarketingprojekte der letzten Jahre, dass nicht wenige mit großem Aufwand durchgeführte Leitbildprozesse letztlich lediglich mit der Formulierung relativ allgemeingültiger Wunschvorstellungen abgeschlossen wurden, die eine Umsetzung des eigentlich Gewollten nicht wahrscheinlicher machten oder garantierten.

Dennoch erscheint es sinnvoll, die Leitlinien der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung nicht lediglich an die Expansionswünsche der Investoren und Betreiber anzupassen, sondern unter Gesamtwürdigung der Chancen und Risiken des Standortes in wesentlichen Punkten vorzugeben.

Dabei geht es nicht in erster Linie um quantitative Vorgaben, die sich aus Prognosen von Rahmendaten errechnen lassen, wie vor allem Einwohnerzahlen und Kaufkraftpotenziale. Vielmehr

¹⁰ In Anlehnung an den Marktbericht 15 „Handelsimmobilien – Entwicklungen, Prognosen, Trends im Einzelhandel“ der Westdeutschen ImmobilienBank, Oktober 2004

¹¹ 10. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung bis 2050, Variante 5 („Wanderungssaldo 200.000 pro Jahr / mittlere Lebenserwartung“)

sollten zunächst qualitative Aspekte in den Vordergrund rücken, die einerseits die gewünschte räumliche Verteilung der Strukturen definieren, andererseits eine Zielvorstellung zum Charakter einzelner Standorte innerhalb der Stadt enthalten, der wiederum wesentlich durch die Sortimentsausrichtung, die Betriebsformen und das Angebotsniveau bestimmt wird. Es ist offensichtlich, dass dabei auch städtebauliche Kriterien eine entscheidende Rolle spielen.

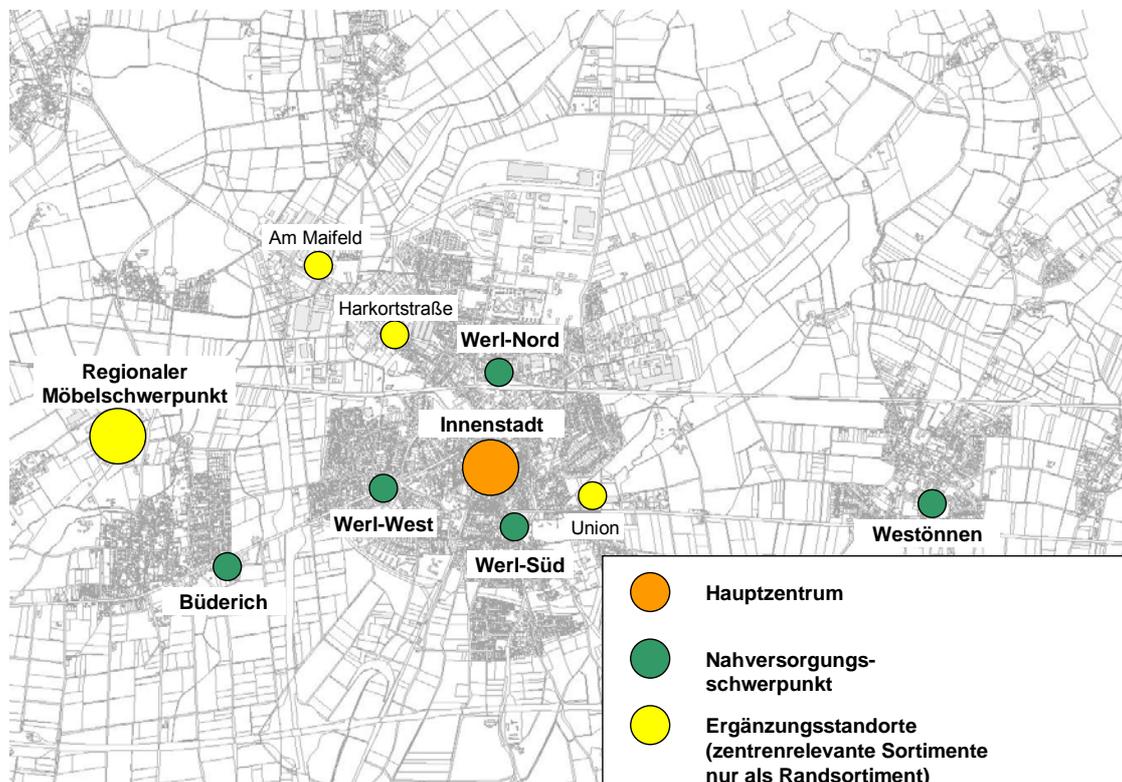
Unter Berücksichtigung dieser Vorüberlegungen könnte die grundlegende Zielvorgabe für Werl wie folgt lauten:

- Werl soll als Mittelzentrum zwischen Soest, Unna, Hamm und Arnsberg dank seiner guten regionalen und innerstädtischen Erreichbarkeit das wichtigste Einkaufsziel der Bevölkerung aus Werl, Welver, Wickede und Ense für alle Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs bleiben bzw. werden.
- Die Innenstadt Werl wird als einziger zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum) bestätigt und eindeutig räumlich festgelegt. Die Erweiterung des zentralen Versorgungsgebietes nach Süden setzt die eindeutige räumlich-funktionale Anbindung des Erweiterungsgebietes voraus.
- Auf Basis der durchgeführten Situationsanalyse erfolgt eine Definition der in Werl zentrenrelevanten Sortimente. Diese sollen – abgesehen von nach Dimension und Sortimentsniveau unwesentlichen Randsortimenten – nur an Standorten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bzw. des Erweiterungsgebietes angeboten werden.
- Die Nahversorgung mit Sortimenten des täglichen Bedarfs soll hingegen dezentral durch marktfähige Standorte (Nahversorgungsschwerpunkte) sichergestellt werden. Maßstab für die Beschränkung von Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel ist dabei nicht die „rechnerische“ Verkaufsflächenausstattung eines Stadtteiles oder der Gesamtstadt Werl, sondern sind die erwarteten Auswirkungen auf andere Nahversorgungsstandorte, zu denen auch die Innenstadt zählt.
- Der regionale Möbelstandort in Büderich (Turflon) soll seine strategische Bedeutung auch in Zukunft behalten. Zur Standortsicherung erforderliche Erweiterungen oder Umstrukturierungen sollten grundsätzlich erfolgen dürfen, soweit sie mit den sonstigen Zielen dieses Konzeptes bzw. des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet in Übereinstimmung stehen.

- Sortimente, die weder nahversorgungs- noch zentrenrelevant sind, sollen auf die ebenfalls räumlich festgelegten Standortbereiche konzentriert werden. Erweiterungen bestehender Betriebe mit entsprechendem Sortimentsschwerpunkt und Umstrukturierungen oder Verlagerungen sollen in diesen Gebieten grundsätzlich erfolgen dürfen. Die Ausweisung neuer Gebiete soll hingegen nur erfolgen, wenn die planungsrechtliche Situation auch in der Umgebung hinreichend geklärt ist und eine Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden kann.

Aus den zuvor dargestellten Grundlagen lässt sich nun ein konkretes räumliches Zielkonzept ableiten, das auf der nachfolgenden Karte schematisch abgebildet ist:

Abb. 45 Zentrenkonzept für die Stadt Werl (Vorschlag)



Quelle: eigene Darstellung

Demnach wird das **Hauptzentrum Innenstadt** ergänzt um insgesamt fünf Nahversorgungsschwerpunkte, einen regionalen Möbelschwerpunkt und drei Ergänzungsstandorte, an denen zentrenrelevante Sortimente nur eingeschränkt und als Randsortiment zulässig sein sollen.

Der Nahversorgungsschwerpunkt **Werl-Süd** wird von mehreren Anbietern im Bereich Wulf-Hefe

gebildet (Kaufland, Aldi, Penny), die sich in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander befinden.

Der Nahversorgungsschwerpunkt **Werl-West** wird derzeit von den beiden vorhandenen – wenn auch räumlich nicht zusammen liegenden Anbietern Edeka (als Vollversorger) und Lidl gebildet.

Der Nahversorgungsschwerpunkt **Werl-Nord** besteht gegenwärtig aus dem Rewe-Supermarkt am Langenwiedenweg und wird ergänzt durch den an der Belgischen Straße gelegenen Discounter Aldi.

Der Nahversorgungsschwerpunkt **Büderich** ist bisher nicht voll ausgeprägt. Der integrierte Lebensmittelmarkt (nah und gut) erreicht nur einen relativ geringen Teil der Büdericher Bevölkerung.

Der Nahversorgungsschwerpunkt **Westönnen** wird durch den vorhandenen Edeka-Supermarkt gebildet.

Die Innenstadt selbst wird – abgesehen vom unmittelbar südlich angrenzenden Nahversorgungsschwerpunkt Werl-Süd (Wulf-Hefe) im wesentlichen von zwei Discountern (Aldi, Plus) nahversorgt.

Zwar gibt es auch im Osten der Kernstadt einen Lebensmittelmarkt (Edeka), jedoch ist dieser den genannten Nahversorgungsschwerpunkten in der Kernstadt nicht gleichzusetzen.

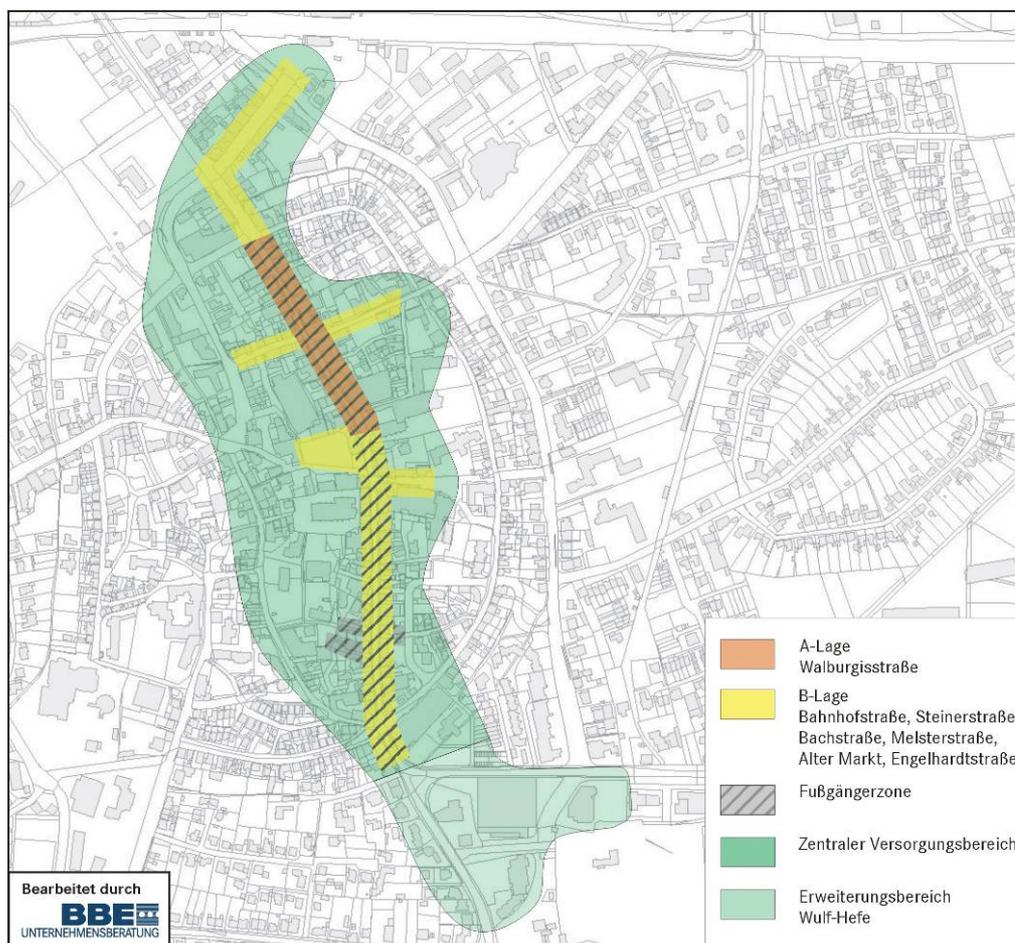
Die hier vorgeschlagenen Versorgungsschwerpunkte vollziehen einerseits zu einem großen Teil den Bestand nach, lassen aber im Einzelfall und in der Summe erhebliche Expansions- bzw. Verlagerungsspielräume zu, die durch aktuelle Planungen von Investoren bzw. Betreibern auch in absehbarer Zeit realisiert werden könnten. Im Einzelfall sollen diese Planvorhaben in Kap. 4.5 bewertet werden.

Die **Ergänzungsstandorte „Im Maifeld“, „Harkortstraße“ und „Union“** sollen der Aufnahme von Anbietern dienen, die weder nahversorgungs- noch zentrenrelevant sind. Ausdrücklich nicht erwünscht sind an diesen Standorten Lebensmittel- und Getränkemärkte/-discounters, Fachmärkte für u.a. Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektro oder Spielwaren sowie sonstige Anbieter, deren Randsortimente über unwesentliche Anteile mit diesen Sortimenten hinausgehen. Als Obergrenze wird ein Anteil von 10 % der jeweiligen Verkaufsfläche, höchstens aber 50 m² empfohlen. Der Grund für den Vorschlag eines sehr weitgehenden Ausschlusses von Sortimenten ergibt sich aus der Zielsetzung für die zuvor dargestellten Einzelhandelsschwerpunkte, insbesondere

der Innenstadt und der Nahversorgungsschwerpunkte.

Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt ist auf der nachfolgenden Karte räumlich dargestellt. Dabei sollte deutlich werden, dass es sich nicht um eine endgültige und parzellenscharfe Abgrenzung handeln soll, sondern um eine hinreichende Klarstellung, welche Integrationsanforderung an Betriebe zu stellen ist, die der Haupteinkaufslage zuzurechnen sein sollen und hinsichtlich ihrer Verkaufsflächen und Sortimente weitgehende Gestaltungsfreiheit erhalten sollen.

Abb. 46 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches



Quelle: eigene Darstellung

Eine besondere Funktion kommt dabei dem Erweiterungsbereich Wulf-Hefe zu, der gegenwärtig durch die trennende Wirkung der immer noch relativ stark befahrenen südlichen Steinerstraße / Soester Straße als Einzelstandort zu bewerten ist. Eine Erweiterungsplanung der Firma Bremke (Arnsberg) soll jedoch in Verbindung mit der Zielplanung zum Verkehrskonzept der Stadt Werl eine deutliche Verbesserung der Anbindung herbeiführen.

4.3 Empfehlungen zur Attraktivitätssteigerung

Die Attraktivität der Innenstadt Werl als Einkaufsziel wurde im Rahmen der durchgeführten Passantenbefragung und durch eine Bewertung der Angebotsstrukturen seitens des Gutachters überprüft. Hierbei ergeben sich einige konkrete Hinweise auf Verbesserungen:

- Zentraler Kritikpunkt sind – wie andernorts – die Ladenöffnungszeiten. Hier geht es nicht um eine maximale Ausschöpfung des gesetzlichen Spielraums, sondern um eine möglichst eindeutige, im Idealfall einheitliche Regelung der Öffnungszeiten in der Haupteinkaufslage. Hinzu kommt der Wunsch nach Mittagsöffnung. Unter Berücksichtigung der nachvollziehbar begrenzten Möglichkeiten vor allem kleinerer Anbieter empfiehlt der Gutachter folgende Kernöffnungszeiten für alle zentrenrelevanten Betriebe in der Fußgängerzone: Montags bis Freitags 10-19 Uhr, Samstags 10-16 Uhr. Darüber hinaus gehende Öffnungszeiten einzelner Anbieter sollten deutlich als solche gekennzeichnet bzw. durch Werbung kommuniziert werden.
- Der Wunsch nach mehr Bekleidungsangeboten, insbesondere nach junger oder trendiger Mode ist nachvollziehbar. Die stark von großstädtischen Angeboten geprägte Erwartungshaltung vieler Kunden kann allerdings in einer relativ kleinen Stadt wie Werl nur bedingt erfüllt werden. Vielfach werden konkrete Anbieter erwartet, allen voran H & M, aber auch Mango, Zara und weitere. Dennoch besteht durchaus die Möglichkeit, die durchaus vorhandenen Angebote durch zielgruppenspezifische Marketing-Aktionen einem breiteren Publikum bekannt zu machen. Dies sollte eine permanente Aufgabe des (Innen-)stadtmarketings sein.
- Insgesamt sollte das in weiten Teilen positive Kundenurteil stärker als bisher für die Bewerbung der Innenstadt Werl als ideales „Familieneinkaufsziel“ genutzt werden. Herauszuheben sind dabei vor allem die Argumente, die für einen Einkauf in Werl sprechen: Demnach ist Werl sicher, sauber und gut erreichbar, preiswert und servicestark.
- Die Einbindung des Kaufland-Parkhauses in das Parkleitsystem der Stadt Werl sollte den Südtail der Steinerstraße als Ausgangspunkt für einen Einkaufsbummel in der Innenstadt attraktiver machen. Die gegenwärtige Trennwirkung der Soester Straße sollte nach der geplanten Verlegung des durchfließenden Verkehrs auf die Ostseite des Kaufland-Komplexes weitgehend aufgehoben sein. Die Überwindung der wahrgenommenen Distanz sollte auch durch attraktive Informations- und Übersichtsbeschilderung zur In-

nenstadt im Bereich des Kaufland-Geländes ergänzt werden.

- Die Zusammenarbeit der beiden überörtlich bedeutsamen Einkaufsschwerpunkte Innenstadt und Turflon (als „Regional bedeutsamer Möbelstandort“) sollte zu einem Ausbau gemeinsamer Marketing-Aktivitäten genutzt werden. Dazu können aufeinander abgestimmte Sonderaktionen/Events ebenso dienen wie gemeinsame Kundenbindungsprogramme und Bonussysteme. Auf jeden Fall sollten Informationstafeln auf den jeweils anderen Werler Standort und den einfachsten Weg dorthin hinweisen. Ein Shuttle-Service erscheint hingegen mit Blick auf die voraussichtlich unzureichende Kosten-Nutzen-Relation wenig sinnvoll.

4.4 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorab dargelegte Zentren- und Standortkonzept folgt dem Leitbild einer räumlich-funktionalen Aufgabenteilung zwischen unterschiedlichen Typen von Einzelhandelsstandorten. Im Einzelnen wird vorgeschlagen,

- zentrenrelevante Betriebe und auch standortgerechte Nahversorgungseinrichtungen auf planungsrechtlich abgesicherte und damit grundsätzlich entwicklungsfähige Areale innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren,
- die für die wohnungsnahе Versorgung wichtigen Betriebe auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich in fußläufigen Lagebeziehungen zu größeren Wohngebieten befinden und gleichzeitig die aus Betreibersicht notwendigen Standortvoraussetzungen (Grundstücksgröße, Möglichkeit zur Realisierung konkurrenzfähiger Betriebsgrößen, Anbindung an Haupterschließungsstraßen, ausreichende Zahl von Kundenstellplätzen) mitbringen,
- für Großbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wie z.B. Bau- und Gartenmärkte Ergänzungsstandorte vorzuhalten, die innerhalb des Siedlungsraumes der Stadt Werl eine günstige Verkehrszentralität aufweisen und deshalb vom überwiegenden Teil der Werler Bevölkerung in akzeptabler Zeit erreicht werden können.

Die Umsetzung des vorgeschlagenen Standortkonzepts erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente. Denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Werl zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf dieje-

nigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

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

4.4.1 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren und der darin befindlichen mittelständischen Gewerbebetriebe. § 1 Abs. 5 Nr. 8 BauGB erwähnt ausdrücklich die mittelständische Struktur der Wirtschaft im Interesse einer verbraucher-nahen Versorgung.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet. Dieser Vermutungsregel liegt zugrunde, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschossfläche ausmacht und oberhalb von etwa 800 m² die in der Verordnung genannten Auswirkungen grundsätzlich zu unterstellen sind. Nach der gängigen Rechtsprechung werden im Sinne einer typisierenden Betrachtungsweise Auswirkungen bei Überschreitung der Geschossflächengrenze bei Vorhaben mit Vollsortiment daher stets ohne besondere Überprüfung angenommen, wenn nicht der Antragsteller eine atypische Fallgestaltung geltend macht.

Die grundlegende Bedeutung der BauNVO besteht darin, dass großflächigen Einzelhandelsbetrieben, sofern negative Auswirkungen zu befürchten sind, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten eine baurechtliche Genehmigung zugebilligt wird. Insbesondere Gewerbe- und Industriegebiete sind nach dem vorgenannten Grundsatz funktional nicht dem Wohnen zuzuordnen, während der Einzelhandel in einer unmittelbaren Beziehung zu den Wohnfunktionen steht.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollten aufgrund ihrer erheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Gemeindeentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen sowie an einem integrierten Standort und in

integrierten städtebaulichen Strukturen geplant sind.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - findet die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO Anwendung. Sie gilt beispielsweise auch, wenn ein Baugebiet aufgrund der vorhandenen Bebauung überwiegend als Gewerbe- oder Industriegebiet geprägt ist, so dass auch in diesem Fall die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig ist. Ausnahmen können nur bei Betrieben gemacht werden, für die eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO nachgewiesen wurde.

Nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes ist den Gemeinden bei der Bauleitplanung ein breiter Ermessensspielraum eingeräumt, d.h. eine planerische Gestaltungsfreiheit zur Steuerung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Entwicklung. Im Rahmen der Planungshoheit der Gemeinden kann es gerechtfertigt sein, einen Bebauungsplan allein zu dem Zweck aufzustellen, die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes zu ermöglichen oder zu verhindern. Dies gilt, wenn eine solche Planung die städtebauliche Entwicklung und Ordnung beeinflusst.

Die Umwandlung eines gewerblich genutzten Gebäudes, z.B. eines Produktionsbetriebes, in einen Einzelhandelsbetrieb ist nach der gängigen Rechtsprechung eine genehmigungspflichtige Nutzungsänderung. Dabei ist entscheidend, welche Nutzungsart vor dem Zeitpunkt der Antragstellung von der Bauaufsicht genehmigt worden ist.

Die in der Vergangenheit vielerorts vorgenommenen Umnutzungen von Betriebsgebäuden in großflächige Einzelhandelsbetriebe sind damit ohne bauaufsichtliche Genehmigung eindeutig unzulässig.

In einem Bebauungsplan, der ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel festsetzt, kann die Stadt Festlegungen über die höchstzulässige Verkaufsfläche nach Quadratmetergrenzen treffen. Dabei kann sie – innerhalb der vom BauGB gesetzten Grenzen – die maximal zulässige Verkaufsfläche pro Betrieb ohne Bindung an bestimmte Anlagentypen selbst bestimmen, um städtebauliche Fehlentwicklungen zu vermeiden.

4.4.2 Definition und Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente

Negativwirkungen können vor allem dann von großflächigen Betrieben ausgehen, wenn diese

überwiegend zentrenrelevante Sortimente anbieten. Diese Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie prägend für das Einzelhandelsangebot der betroffenen Versorgungsbereiche und deren Besucherattraktivität sind.

Es handelt sich um Warengruppen, die

- typischerweise viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben und somit auch von kleinteiligen Fachgeschäften gewinnbringend angeboten werden können,
- häufig mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt sowie
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (u. a. „Kölner Liste“). Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich; nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.2002 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Auch die in diesem Zusammenhang geprüfte Liste des Einzelhandelserlasses NRW kann nicht ohne weitere Prüfung der örtlichen Gegebenheiten von einer Kommune benutzt werden. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Eine wichtige Orientierungslinie gibt der Einzelhandelserlass NRW vor, der in seiner Anlage 1, Teil A, folgende Sortimentsgruppen als zentrenrelevant definiert:

Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren/ BüroorganisationKunst/ Antiquitäten

Baby-/ Kinderartikel

Bekleidung, Lederwaren, Schuhe

Unterhaltungselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren

Foto/Optik

Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe

Musikalien

Uhren/Schmuck

Spielwaren/Sportartikel

Die in Teil B der Anlage 1 des Erlasses genannten Sortimente gelten als zentrenrelevant, sofern die Gemeinde unter Berücksichtigung ihrer Größe und der örtlichen Gegebenheiten nichts anderes festlegt:

Teppiche (ohne Teppichboden)

Blumen

Campingartikel

Fahrräder und Zubehör, Mofas

Tiere und Tiernahrung, Zooartikel

Daher werden diese einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen.

Teppiche: Das Angebot an Teppichen und Bodenbelägen in Werl beschränkt sich auf etwa 1.800 m² Verkaufsfläche, die fast ausschließlich außerhalb des vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereiches liegen, namentlich im Möbelhaus Turflon im Ortsteil Buderich. Da aufgrund der Ortsgröße die Marktchancen von qualifizierten Teppichfachgeschäften an integrierten Standorten negativ zu beurteilen sind, wird vorgeschlagen, das Warensortiment „Teppiche“ in Werl als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Blumen: Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten empfohlen: 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 und Pflanzgefäße vor allem über Gartenmärkte verkauft (in Werl insbesondere Gärtnerei Schäfer, Gartencenter Hellweg), 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.

Campingartikel: Da die Warengruppe für die Attraktivität der Innenstadt von Werl keine Bedeutung hat, wird diese als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Fahrräder: Im Marktsegment Fahrrad und Fahrradzubehör ist in Deutschland eine zunehmende Polarisierung zu verzeichnen. Ähnlich wie in anderen Sortimenten, etablieren sich zunehmend großflächige Fachmärkte, die gemeinsam mit den Fachabteilungen der Baumärkte und SB-

Warenhäuser den niedrig- bis mittelpreisigen Bereich abdecken. Der Facheinzelhandel spezialisiert sich verstärkt auf höherpreisige Waren und versucht, sich durch eine intensive fachliche Kundenberatung und den Service nach dem Kauf vom discountorientierten Wettbewerb der Fachmärkte abzusetzen. In Werl sind zum Zeitpunkt der Erhebung fünf Anbieter von Fahrrädern mit insgesamt rd. 500 m² Verkaufsfläche festgestellt worden, von denen die beiden größten (Wibbecke, Kettler) im Gewerbegebiet an der Hammer Straße ansässig sind. Ein innenstadtnaher Anbieter (Zweirad Püttmann) befindet sich an der Hedwig-Dransfeld-Straße. Von saisonalen Schwankungen abgesehen gibt es ansonsten nur geringe Randsortimente. Aufgrund des nicht vorhandenen Fachgeschäftsbesatzes in den zentralen Einkaufslagen und der äußerst eingeschränkten Möglichkeiten für eine Ansiedlung eines Fachmarktes bzw. größeren Fachgeschäftes in zentraler Lage, wird die Einordnung von Fahrrädern als nicht zentrenrelevantes Sortiment vorgeschlagen.

Tiernahrung/ Zooartikel: Heim- und Kleintierfutter, 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. Hinzu kommt in Werl ein Fachmarkt (Fressnapf) an der Hammer Straße. Die übrigen Teilsortimente aus der Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ werden u. a. von einem Zoomarkt in der Melsterstraße und damit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches geführt. Um den Bestand und auch die mögliche Ansiedlung weiterer Zoofachgeschäfte in den Zentren nicht zu gefährden, sollte hier zukünftig eine Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment erfolgen.

Die übrigen in die folgende Aufstellung aufgenommenen Sortimente sind aus Sicht des Gutachters elementare Bestandteile innerstädtischer Einkaufsstandorte. Es handelt sich dabei im Wesentlichen um die Warengruppen Kosmetik / Bekleidung/ Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Elektrohaushaltsgeräte und sonstige Elektronikprodukte, Uhren und Schmuck, Spielwaren, Sportartikel sowie Bücher und Zeitschriften. Diese Angebote erfüllen alle die o. g. Kriterien zur Bestimmung zentrenrelevanter Sortimente und bilden gemeinsam den typischen Branchenmix der Innenstadt.

Zusammenfassend schlägt der Gutachter der Stadt Werl die Verwendung der folgenden Liste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente vor:

Abb. 47 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

WZ 2003	Bezeichnung
Nahversorgungsrelevante Sortimente:	
WZ-Nr. 52.11.1; 52.2	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, Fach-Einzelhandel mit Nahrungsmitteln
aus WZ-Nr. 52.33.2	Drogerieartikel ohne Feinchemikalien, Saaten- und Pflanzenschutzmittel, Schädlingsbekämpfungsmittel
aus WZ-Nr. 52.49.2	Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel
Zentrenrelevante Sortimente:	
WZ-Nr. 52.33.1	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel
WZ-Nr. 52.41	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche
WZ-Nr. 52.42	Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren
WZ-Nr. 52.43	Schuhe, Leder- und Täschnerwaren
aus WZ-Nr. 52.44.2	Wohnraumleuchten (Wand- und Deckenleuchten, Standleuchten, Tischleuchten)
aus WZ-Nr. 52.44.3	Haushaltsgegenstände ohne Möbel für Garten und Camping
WZ-Nr. 52.44.4	Keramische Erzeugnisse und Glaswaren
WZ-Nr. 52.44.7	Heimtextilien (ohne Teppiche)
aus WZ-Nr. 52.45.1	Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse
WZ-Nr. 52.45.2	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör
WZ-Nr. 52.45.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus WZ-Nr. 52.47.1	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel ohne Bürobedarf mit überwiegend gewerblicher Ausrichtung
WZ-Nr. 52.47.2	Bücher und Fachzeitschriften
WZ-Nr. 52.47.3	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
WZ-Nr. 52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
WZ-Nr. 52.48.5	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
WZ-Nr. 52.48.6	Spielwaren
aus WZ-Nr. 52.49.1	Schnittblumen
aus WZ-Nr. 52.49.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere außer Heim- und Kleintierfutter
WZ-Nr. 52.49.3; 52.49.4	Augenoptiker, Foto- und optische Erzeugnisse
WZ-Nr. 52.49.5	Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software
WZ-Nr. 52.49.6	Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone
aus WZ-Nr. 52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör
aus WZ-Nr. 52.49.8	Sportartikel (ohne Campingartikel und Campingmöbel)
WZ-Nr. 52.50.1; 52.50.2	Antiquitäten und antike Teppiche, Antiquariate

Quelle: ECON-CONSULT/ BBE 2005

4.4.3 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Warengruppen ist es, diese an integrierten Standorten in die gewachsenen Versorgungsbereiche einbinden zu können. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Innenstädte dienen und diese weiter stärken.

Die Qualität und Eignung eines Standortes werden in erheblicher Weise sowohl von der räumlichen Distanz zum Hauptgeschäftsbereich als auch von der Qualität der Fußwegeverbindung beeinflusst. Weiterhin spielen auch die jeweilige Ortsgröße und die räumliche Ausdehnung der City-Bereiche eine wesentliche Rolle.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird mit dem vorliegenden Konzept der Stadt Werl empfohlen, den in Kap. 4.2 näher erläuterten zentralen Versorgungsbereich für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten – soweit noch nicht erfolgt – durch geeignete Bebauungspläne festzulegen und gleichzeitig Ausschlussregelungen für die sonstigen Standortbereiche zu treffen.

Dazu sind weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

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 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Be-

gründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

4.4.4 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Insbesondere wird es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der zentrenrelevanten Sortimente als Grundlage dienen.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung. Im Falle eines Baumarktes sollten beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen vorgenommen werden.

Grundsätzlich ist zu beachten, dass bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben des Einzelhandelserlasses NRW eingehalten werden, der insbesondere für Standorte, die sich nicht im oder unmittelbar angrenzend an den Siedlungsschwerpunkt befinden, detaillierte Regelungen zur Begrenzung zentrenrelevanter Sortimente trifft (vgl. Ziffer 3.1.2.3 Einzelhandelserlass NRW).

4.4.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist der Stadt Werl 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 Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.¹² In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Ein-

¹² Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

zelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, sodass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Werl empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher in Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

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, sowie für Handwerks- und Produktionsbetrieben mit Verkaufsflächen für den Verkauf an letzte Verbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

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

Es wird der Stadt Werl empfohlen, bestehende Bebauungspläne mit Festsetzungen nach § 8 BauNVO entsprechend zu ändern. Gleichzeitig sollte mit der Planänderung eine Anpassung älterer Bebauungspläne von vor 1990 an die aktuelle BauNVO erfolgen.

Mit den vorgeschlagenen textlichen Festsetzungen werden

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.
- Industriegebiete

Um die Industriegebiete denjenigen Betrieben vorzubehalten, die wegen ihres hohen Störgrades durch Emissionen in anderen Gebieten nicht zulässig sind, sollten Einzelhandelsbetriebe sowie

Verkaufsstellen von Handwerksbetrieben und anderen Gewerbebetrieben, die sich ganz oder teilweise an Endverbraucher wenden, in Bebauungsplangebieten mit GI-Festsetzung nach § 9 BauNVO grundsätzlich ausgeschlossen werden.

4.4.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Zentren- und Standortkonzeptes 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/ Backshops, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filaalkette SCHLECKER). Nicht genehmigungsfähig 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 genehmigungsfähige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-Discountmarktes zu nennen, der auch bei weniger als 700 m² der Gebietsbezug abzusprechen ist¹³.

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht des Gutachters diejenigen Einzelhandelsbetriebe ausgeschlossen 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 zu, sofern sie Verkaufsflächen von etwa 300 m² überschreiten.

Ausdrücklich hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang jedoch darauf, dass restriktive Ausschlussregelungen in Mischgebieten nur dann möglich sind, wenn diese sich auf ein verbindlich definiertes Zentrenkonzept stützen, aus dem sich konkrete Standortvorgaben insbesondere für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ableiten lassen. Ferner wird es erforderlich, bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben Möglichkeiten für angemessene Erweite-

¹³ vgl. hierzu den Beschluss des OVG NRW vom 28.11.2000 zur Zulässigkeit eines ALDI-Marktes im allgemeinen Wohngebiet (Az. 10 B 1428/00).

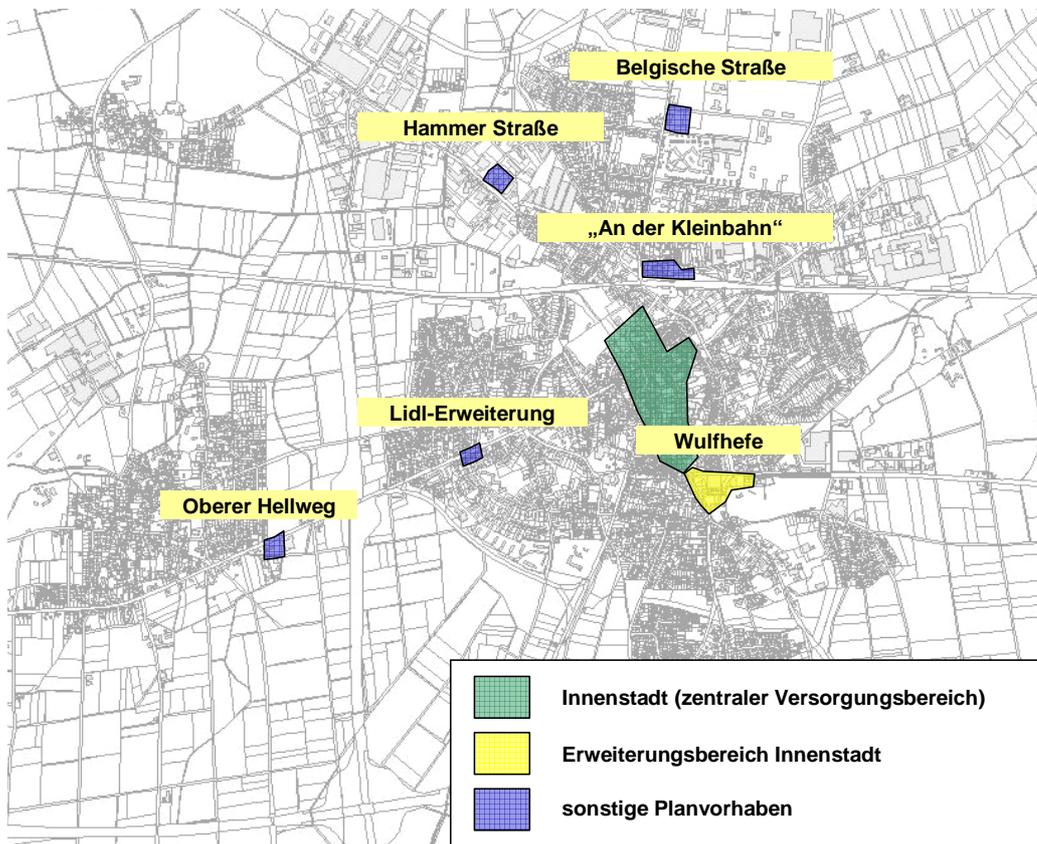
rungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen einzuräumen.

4.5 Gutachterliche Stellungnahme zu aktuellen Planvorhaben

Vor dem Hintergrund der durchgeführten Analyse und der grundsätzlichen Zielsetzungen für den Einzelhandelsstandort Werl sind nun mehrere aktuelle Planvorhaben zu diskutieren. Die nachfolgenden Ausführungen dienen sowohl als konkrete Stellungnahme zu den Vorhaben selbst als auch zur Orientierungshilfe für zukünftige Fälle.

Einen Überblick zu den aktuell diskutierten Vorhaben gibt die folgende Karte:

Abb. 48 Aktuelle Planvorhaben des Einzelhandels in Werl



Quelle: Stadt Werl

4.5.1 Standort Wulf-Hefe / Steinerstraße

Der Standort liegt im Geltungsbereich des Vorhaben- und Erschließungsplanes Nr. 9 („Einkaufs- und Dienstleistungszentrum Wulf-Hefe“). Er definiert das Areal des ehemaligen Familia-

Verbrauchermarktes (heute Kaufland) als Kerngebiet mit folgender Festsetzung für Einzelhandelsnutzungen:

- Verbrauchermarkt mit max. 4.800 m² VKF incl. angegliederter Läden und Dienstleistungen mit max. 1.200 m² VKF (MK I) im zentralen Bauteil B: Dieser Bereich ist in Form des heutigen Kaufland-Standortes realisiert worden.
- Läden bis max. 300 m² Geschossfläche (entspricht etwa 200 bis 250 m² VKF)(MK II) im westlich angrenzenden Bauteil A: Dieser Bereich wurde bisher nicht realisiert.
- Läden bis max. 300 m² Geschossfläche (entspricht etwa 200 bis 250 m² VKF) (MK III) im östlich angrenzenden Bauteil C: Auch dieser Bereich wurde bisher nicht realisiert.

Insgesamt lässt die gegenwärtige Festlegung demnach eine Verkaufsfläche von max. rd. 5.300 m² ohne explizite Sortimentsbeschränkung zu. Die Festlegung eines wesentlichen Teils der Verkaufsfläche als „Verbrauchermarkt“ gibt aber vor, dass es sich dabei um einen Lebensmittel- und Getränkemarkt mit ergänzenden „Nonfood“-Artikeln handeln soll.

Die Grundstücksgesellschaft Friedrich Bremke GmbH & Co. KG (Arnsberg) ist Eigentümerin des Areals und hat auch das im Eckbereich der Steinerstraße und der Soester Straße gelegene angrenzende Grundstück erworben, auf dem sich gegenwärtig eine Shell-Tankstelle befindet.

Das Unternehmen plant nun für das vorhandene Kaufland-Center ab Juli 2007 eine Ausweitung der Verkaufsflächen auf insgesamt 7.500 m², an denen der Verbrauchermarkt mit max. 4.800 m² den größten Anteil haben soll. Neben Gastronomie- und Dienstleistungsflächen werden auf den verbleibenden 2.700 m² VKF Einzelhandelsflächen für die Sortimente Drogerieartikel, Haushaltswaren, Heimtextilien, Schuhe, Geschenkartikel, Elektro, Uhren/Schmuck, Spielwaren, Textilien und Blumen/Pflanzen in Erwägung gezogen. Denkbar wäre auch die Unterbringung eines Lebensmittel-Discounters, möglicherweise im Zuge einer Verlagerung.

Aus gutachterlicher Sicht ist zunächst festzustellen, dass der Standort grundsätzlich zur Süderweiterung der Innenstadt geeignet ist und daher auch im vorgeschlagenen Zentrenkonzept ausdrücklich als entsprechender Erweiterungsbereich gekennzeichnet wurde.

Die vorgesehene Erweiterung würde – je nach konkretem Mietermix – den Gesamtumsatz des Standortes Wulf-Hefe um rd. 8-11 Mio. € im Jahr (bei einer Flächenleistung von 3.000-4.000 €) auf dann rd. 30 Mio. € erhöhen und damit zweifellos eine spürbare „Gewichtsverlagerung“ ge-

genüber der übrigen Innenstadt bewirken, dessen Umsatz – wie in Kap. 3 gezeigt – gegenwärtig bei rd. 65 Mio. € im Jahr liegt.

Umso wichtiger ist es, dass der Standort Wulf-Hefe durch eine möglichst gute funktionale Anbindung an die Steinerstraße zukünftig Teil der Innenstadt wird und nicht länger südlich vorgelegter Solitärstandort bleibt.

Hierzu gibt es mehrere Voraussetzungen:

- Die trennende Wirkung der Steiner Straße / Soester Straße muss durch eine veränderte Verkehrsführung und einen dann möglichen Rückbau entsprechend der Planungen der Stadt deutlich reduziert werden.
- Im Eckbereich Steinerstraße/Soester Straße sollte durch markante Architektur auch ein städtebaulicher Akzent gesetzt werden. Die fußläufige Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich in der Steinerstraße muss dabei durch einen Eingang im nordwestlichen Gebäudeteil unterstützt werden.
- Die Nachnutzung des Coop-Leerstandes sollte durch eine gemeinsame Nutzung und Vermarktung der vorhandenen Pkw-Stellplätze für beide Immobilien erleichtert werden. Vorteilhaft ist dabei die im Zuge der Erweiterung von Kaufland vorgesehene Ausweitung des Stellplatzangebotes.

Soweit durch Berücksichtigung dieser Voraussetzungen die Anbindung des Wulf-Hefe-Areals an die Steinerstraße und damit die Schaffung eines attraktiven Südeingangs zur Innenstadt gewährleistet ist, kann auch der Erweiterungsbereich als Kerngebiet (MK) ausgewiesen werden. Die Sortimentsaufteilung der Erweiterungsflächen kann grundsätzlich unter Marktgesichtspunkten vorgenommen und damit aus Betreibersicht optimiert werden.

Empfehlenswert wäre aber aus Sicht des Gutachters, etwa drei bis vier Fachmarkteinheiten mit Sortimentsschwerpunkten auf Elektronik, Spielwaren und Sport zu schaffen. Bei anderen zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Drogerie, Bekleidung, Schuhe) muss mit Verlagerungen einzelner Betriebe aus dem Bereich Walburgisstraße/Steinerstraße gerechnet werden. Ähnliches gilt auch für den Fall, dass ein Lebensmittel-Discounter angesiedelt wird.

Abb. 49 Verkehrskonzept Zielplanung für den Bereich Wulf-Hefe



Quelle: Stadt Werl / Dipl.-Ing. Menzel

Negative städtebauliche Auswirkungen der Erweiterungsplanung – insbesondere auch auf die Nachbarstädte Soest, Unna, Hamm oder Arnsberg – können vorbehaltlich konkreter Pläne zur Verkaufsflächen- und Sortimentsaufteilung aufgrund der begrenzten Dimension des Vorhabens mit hoher Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen werden.

4.5.2 Standort „An der Kleinbahn“

Nördlich der Bahnlinie Dortmund – Soest bzw. nördlich des Bahnhofes Werl befindet sich ein insgesamt annähernd 2 ha großes und weitgehend brachliegendes Areal („An der Kleinbahn“), dessen zukünftige Nutzung zurzeit diskutiert wird.

Im Rahmen der zuvor dargestellten Zentrenstruktur für die Stadt Werl wurde für den nördlichen Kernstadtbereich die Ausprägung eines eigenen Nahversorgungsschwerpunktes vorgeschlagen. Dabei wurde festgestellt, dass die beiden wesentlichen Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln – Rewe am Langenwiedenberg und Aldi an der Belgischen Straße – räumlich voneinander getrennt liegen und insofern noch nicht von einem Nahversorgungsschwerpunkt gesprochen

werden kann. Hinzu kommt, dass der vorhandene Rewe-Supermarkt auf dem gegenwärtigen Areal nur eingeschränkt in der Lage ist, eine den Marktanforderungen gerecht werdende Erweiterung vorzunehmen. Insbesondere stößt die Vergrößerung des Getränkemarktes auf enge räumliche Grenzen. Schließlich wird die heute bei den Verbrauchern weit verbreitete Kombination von Einkäufen bei einem frischeorientierten „Vollsortimenter“ (wie Rewe) und bei einem preisaggressiven Discounter (wie Aldi) im Werler Norden bisher durch die Distanz zwischen beiden Standorten erschwert. Auf diese Weise werden auch grundsätzlich vermeidbare oder zumindest reduzierbare Einkaufsfahrten generiert.

Vor diesem Hintergrund ist nun eine Planung der Rewe-Dortmund zu bewerten, die auf dem Areal „An der Kleinbahn“ die Errichtung eines Lebensmittel-Supermarktes (1.400 m² VKF) mit Getränkemarkt (1.000 m² VKF) und eines Lebensmittel-Discounters (1.000 m² VKF) vorsieht. Diesen Betrieben zugeordnet sollen 205 ebenerdige Pkw-Stellplätze entstehen, an die westlich noch einmal 62 Park & Ride-Stellplätze der Stadt angrenzen.

Die Planung entspricht grundsätzlich dem hier vorgeschlagenen Ziel, in der nördlichen Kernstadt Werl eine marktfähige Versorgungseinheit zu schaffen, deren Integration in den Siedlungsbereich ebenso sicher gestellt sein soll wie ihre Erreichbarkeit mit dem Pkw, mit dem Fahrrad und zu Fuß.

Die vorgesehenen Nutzungen lassen einen deutlichen Schwerpunkt auf den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Lebensmittel und Getränke erwarten und stehen nicht im Widerspruch zu der Zielsetzung, zentrenrelevante Sortimente im wesentlichen auf die Innenstadt zu beschränken, um diese als mittellentralen Versorgungsstandort zu sichern und zu stärken.

Es spricht daher nichts gegen die Verfolgung einer Planung, wie sie bisher konkret von der Firma Rewe vorgelegt wurde und selbstverständlich analog auch von anderen Unternehmen vorgelegt werden kann. Entscheidend für die hier zu bewertenden Versorgungsstrukturen sind in erster Linie die Kriterien Standortqualität, Verkaufsflächendimension und Sortimentsaufteilung.

Aus gutachterlicher Sicht sollte der Versorgungsschwerpunkt daher im Rahmen der Ausweisung eines SO-Gebietes planungsrechtlich abgesichert werden, dessen Sortimente wie folgt zu begrenzen sind:

- Zweckbestimmung „Nahversorgungsschwerpunkt“ mit Lebensmittel-Supermarkt, Getränkemarkt und Lebensmittel-Discounter

- Max. Gesamtverkaufsfläche 3.500 m², dabei je Einzelbetrieb max. 1.500 m² VKF. (Begründung: die Realisierung nur eines größeren Anbieters, etwa eines Verbrauchermarktes ist an diesem Standort mit Blick auf die städtebaulichen Ziele am Standort Wulf-Hefe nicht erwünscht).
- Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Gesamtfläche (350 m² VKF) bzw. max. 200 m² VKF je Einzelbetrieb (Begründung: die Realisierung von fachmarktähnlichen Verkaufseinheiten für andere Sortimente als Nahrungs- und Genussmittel und Getränke ist an diesem Standort mit Blick auf die Ziele der Innenstadtentwicklung nicht erwünscht).

Da zu erwarten ist, dass der bisherige Rewe-Standort (Langenwiedenweg) entweder im Zuge einer Verlagerung an den Standort „An der Kleinbahn“ oder ggf. infolge des durch einen anderen Anbieter entstehenden Wettbewerbsdrucks aufgegeben würde, stellt sich hier voraussichtlich die Frage der Nachnutzung des Ladenlokals. Zwar ist eine Agglomerationswirkung mit dem Standort „An der Kleinbahn“ wegen der räumlichen Distanz (rd. 200 m) und wegen der trennenden Wirkung des Langenwiedenweges nach Ansicht des Gutachters nur eingeschränkt zu erwarten, dennoch sollte die Nachnutzung des bisherigen Rewe-Standortes auf Sortimente beschränkt werden, die nicht als nahversorgungs- oder zentrenrelevant eingestuft werden können.

4.5.3 Standort „Oberer Hellweg“ (Büderich)

In Ortsrandlage der Werler Stadtteils Büderich liegt südlich der Bundesstraße 1 das Gebäude des bisherigen Autohauses Rosier. Dieses liegt im Geltungsbereich des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr. 11 „Oberer Hellweg“ (1. Änderung), der planungsrechtlich auf insgesamt max. 2.700 m² VKF einen Baufachmarkt mit angeschlossenem Gartencenter und Kfz-Handel zulässt. Dabei sind die insgesamt sechs „Kernsortimente“ auf jeweils max. 900 m² VKF sowie das zentrenrelevante Randsortiment (Arbeits-, Wetter- und Unfallschutzbekleidung) auf max. 50 m² VKF begrenzt.

Die Bewertung dieses Standortes sollte nach Ansicht des Gutachters vor dem Hintergrund der Zielsetzung erfolgen, auch im Stadtteil Büderich einen Nahversorgungsschwerpunkt zu sichern. Gegenwärtig befindet sich dort – wie zuvor dargestellt – nur ein kleiner Lebensmittelmarkt in der Ortsmitte, der aufgrund seiner begrenzten Kapazität nur einen relativ geringen Teil der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden kann.

Der Nahversorgungsschwerpunkt sollte folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Sicherung einer marktfähigen Vollversorgung mit Lebensmitteln und Getränken: Das Angebot muss geeignet sein, einen wesentlichen Teil der Budericher Nahversorgungskraft zu binden.
- Hinreichende Integration in den Stadtteil Buderich: Das Angebot muss für möglichst viele Bewohner wohnortnah gelegen und im Idealfall auch fußläufig zu erreichen sein.
- Begrenzung der überörtlichen Bedeutung: Das Angebot soll nur in geringem Umfang die Kaufkraft benachbarter Orte (v.a Unna) binden.

Bezogen auf die Bevölkerung des Stadtteiles Buderich (rd. 3.050 Einwohner) ergibt sich – in Anlehnung an den statistischen Durchschnittswert in Deutschland (rd. 0,4 m²/Ew.) „rein rechnerisch“ eine idealtypische Verkaufsflächenausstattung von rd. 1.200 m² mit Lebensmitteln/Getränken, werden Budberg (rd. 610 Ew.) und Holtum (rd. 1.070 Ew.) mit einbezogen, ergibt sich ein Wert von rd. 1.900 m² VKF. Das entspräche einem kleinen Verbrauchermarkt.

Aus Sicht des Gutachters sollte mit Blick auf die ansonsten zu erwartende überörtliche Ausstrahlung hier aber kein Verbrauchermarkt angesiedelt werden, sondern ein Lebensmittel-Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von max. 1.500 m². Im Zuge einer entsprechenden Anpassung der Zweckbestimmung des SO-Gebietes sollte des weiteren eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 20 % (300 m² VKF) festgelegt werden. Weitere zentren- oder nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen, insbesondere Discounter oder Fachmärkte, sollten an diesem Standort nicht zugelassen werden.

Die infolge der Ortsrandlage nicht optimale Integration in die Siedlung kann aus Sicht des Gutachters vor allem aus zwei Gründen akzeptiert werden: (1) Offenbar stehen besser integrierte Standorte auf absehbare Zeit nicht zur Verfügung, insbesondere kann eine deutliche Erweiterung des vorhandenen Anbieters („nah und gut“) am aktuellen Standort nicht realisiert werden. (2) Der hier vorgeschlagene Supermarkt und das vorhandene Lebensmittelgeschäft stehen nur bedingt in einem direkten Wettbewerbsverhältnis, da offenbar die Mehrheit der Budericher gegenwärtig außerhalb des Ortsteiles einkauft und im Falle einer Bindung in Buderich hier keine Umverteilung zu Lasten von „nah und gut“ erfolgen würde. Weiterhin ist kaum zu erwarten, dass nicht motorisierte Kunden von „nah und gut“ zukünftig zu Pkw-Kunden des neuen Anbieters werden. Ein möglichst ungefährdeter Übergang über die die Bundesstraße 1 sollte unabhängig davon auch für Fußgänger und Radfahrer ermöglicht werden.

Unter Berücksichtigung der dargestellten Rahmenbedingungen wird eine entsprechende Ansied-

lung befürwortet.

4.5.4 Standort „Unnaer Straße/Lidl“

Der an der Unnaer Straße gelegene Lebensmittel-Discounter Lidl liegt nicht im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes. Der Standort ist hinreichend in den Bereich der südwestlichen Kernstadt Werl integriert und dient dort – neben dem stadteinwärts gelegenen Supermarkt Edeka – hauptsächlich der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung.

Der Betreiber des Discounters (Lidl) beabsichtigt die Erweiterung der Verkaufsfläche am aktuellen Standort von gegenwärtig rd. 700 m² auf dann rd. 990 m² und hat einen entsprechenden Antrag gestellt.

Dieser Erweiterungswunsch steht grundsätzlich im Einklang mit dem Ziel, auch im Westen der Kernstadt einen marktfähigen Nahversorgungsschwerpunkt zu sichern. Da es sich bei dem Lebensmittel-Discounter um ein zum stadteinwärts gelegenen Supermarkt Edeka weitgehend komplementäres Angebot handelt und die geplante Verkaufsflächenerweiterung ohnehin nicht zu einer Umsatzerweiterung im gleichen Verhältnis führen dürfte, werden die zu erwartenden Auswirkungen auf den Edeka-Markt voraussichtlich nicht in einer diesen gefährdenden Größenordnung liegen. Nachteilig ist dennoch die räumliche Distanz zwischen beiden Anbietern, die ein „One-Stop-Shopping“ in beiden Märkten weitgehend ausschließt. Eine Verlagerung eines der beiden Anbieter in unmittelbare Nähe des anderen scheint jedoch auf absehbare Zeit nicht realistisch.

Aus Sicht des Gutachters ist daher zu empfehlen, die Erweiterung zuzulassen und die planungsrechtliche Absicherung über die Ausweisung eines entsprechenden SO-Gebietes mit Zweckbestimmung „Lebensmittel-Discounter“ zu gewährleisten.

4.5.5 Standort „Belgische Straße / Aldi“

Im Norden der Kernstadt Werl besteht am Langenwiedenweg / Ecke Belgische Straße einer von insgesamt drei Lebensmittel-Discountern der Firma Aldi in Werl. Grundsätzlich steht dieser Standort mit dem Ziel der wohnortnahen Versorgung in Einklang. Allerdings ist die Integration in die Siedlungsbereiche der nördlichen Kernstadt nur eingeschränkt gegeben, des weiteren führt auch hier die Distanz von rd. 500 Metern zum Lebensmittel-Supermarkt Rewe („Vollversorger“) dazu, dass „One-Stop-Shopping“ unwahrscheinlich wird.

Soweit vom Betreiber gewünscht sollten geringfügige Erweiterungen der Verkaufsfläche (max. rd. 200 m²) an diesem Standort auf eine auch weiterhin marktfähige Größenordnung analog zum Planvorhaben von Lidl in der Unnaer Straße zugelassen werden.

Die Ergänzung um weitere Einzelhandelsnutzungen ist allerdings nicht zu befürworten.

4.5.6 Standort „Hammer Straße / Getränkemarkt“

An der Hammer Straße im Nordwesten der Kernstadt Werl beabsichtigt der Eigentümer eines als GE-Fläche ausgewiesenen Areals die Errichtung eines Getränkemarktes.

Bei dieser Nutzung handelt es sich um einen grundsätzlich nahversorgungsrelevanten Anbieter. Entsprechend der zuvor dargestellten Zielsetzung für die Einzelhandelsentwicklung in Werl ist allerdings in diesem Bereich kein Nahversorgungsschwerpunkt vorgeschlagen worden, zumal es sich nicht um einen Siedlungsbereich handelt. Vielmehr kann es sich bei zusätzlichen Einzelhandelsflächen an den „Ergänzungsstandorten“ „Am Maifeld“ bzw. „Harkortstraße“ - abgesehen von unwesentlichen Randsortimenten - nur um nicht zentrenrelevante Sortimente handeln - vgl. dazu Kap. 4.2.

Die Ansiedlung eines Getränkemarkt kann aus Sicht des Gutachters daher nicht befürwortet werden. Auch stehen ggf. besser integrierte Standorte zur Verfügung, wie vor allem die Planung „An der Kleinbahn“ zeigt.

4.5.7 Veränderung der Verkaufsflächen in Werl durch aktuelle Planvorhaben

Abschließend soll noch einmal zusammenfassend verdeutlicht werden, welche Veränderungen der gegenwärtigen Einzelhandelsstruktur sich bei Realisierung der zuvor diskutierten Planvorhaben ergeben würden.

Demnach würde sich die Gesamtverkaufsfläche der Stadt Werl um insgesamt max. 8.190 m² auf dann 101.650 m² erhöhen - ohne Berücksichtigung eventueller Verkaufsflächenstilllegungen. Dabei würden sich die Verkaufsflächen für Lebensmittel und Getränke von heute rd. 13.145 m² um insgesamt voraussichtlich rd. 4.770 m² auf dann rd. 17.915 m² erhöhen- ebenfalls ohne Berücksichtigung eventueller Verkaufsflächenstilllegungen, etwa infolge von Verlagerungen.

Bei unveränderter Einwohnerzahl würde sich die Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln und Getränken von 0,40 m²/Einwohner auf dann 0,55 m²/Einwohner erhöhen. Werden die bereits absehbaren Verlagerungen mit einbezogen - darunter v.a. die des Rewe-Supermarktes

vom Langenwiedeweg an den angrenzenden Standort „An der Kleinbahn“, so ergibt sich voraussichtlich ein Wert um 0,5 m²/Einwohner.

Es sollte deutlich werden, dass damit der statistische Durchschnittswert für Deutschland insgesamt überschritten wird. Dies erscheint aus folgenden Gründen gerechtfertigt:

- Die Verkaufsflächenleistungen werden tendenziell weiter sinken, sodass die Umsatzleistungen trotz größerer Verkaufsflächen kaum steigen werden.
- Unabhängig von der Realisierung einzelner Planvorhaben werden weiterhin Anbieter aus dem Markt ausscheiden, etwa bei Geschäftsaufgaben aus Altersgründen.
- Die angestrebte mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Werl rechtfertigt in begrenztem Umfang auch bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Saldo Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet.
- Eine Begrenzung der Verkaufsflächen auf die (aktuell bereits erreichten) statistischen Durchschnittswerte käme einem Investitionsstopp bei Nahversorgungsstrukturen gleich: Erst nach Ausscheiden eines Anbieters dürfte dann eine neue Verkaufsfläche geschaffen werden.

4.6 Übereinstimmung mit den Zielen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche

Sie Stadt Werl gehört zu den Unterzeichnern des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, das seit 2001 besteht. Wesentliches Ziel dieses Konzeptes ist es, ein gemeinsam entwickeltes Verfahren zur Abstimmung von überörtlich bedeutsamen Einzelhandelsplanungen interkommunal verbindlich zu vereinbaren.

Dabei geht es nicht darum, die gesetzlich verankerte kommunale Planungshoheit der Städte und Gemeinden einzuschränken. Stattdessen sollen flexible „Spielregeln“ definiert werden, die ausreichenden Raum für die Ausfüllung der städtebaulichen Individualinteressen in den Kommunen belassen.

Die bisherigen Vereinbarungen beziehen sich hauptsächlich auf

- Großflächige Planvorhaben mit Umsatzschwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten

- Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser
- Baumärkte und Gartencenter
- Möbelhäuser und Einrichtungscener

Für das Jahr 2005 ist eine Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes vorgesehen.

Das zuvor diskutierte Planvorhaben **„Wulf-Hefe“/Steinerstraße** – die Erweiterung des Kaufland-Standortes um weitere Fachmärkte – wird voraussichtlich einen Umsatzschwerpunkt bei zentrenrelevanten Sortimenten haben. Dabei ist die Planung nach Ansicht des Gutachters als beabsichtigte „Süd-Erweiterung“ der Werler Innenstadt klar mit dem für einen regionalen Konsens geforderten Kriterium „Standortqualität“ vereinbar. Eine Zuordnung zur City ist gegeben. Aufgrund der Dimension der geplanten Verkaufsflächenerweiterung ist aber nicht von schädlichen Auswirkungen auf Nachbarkommunen auszugehen. Aufgrund der räumlichen Nähe wären zwar ggf. die Auswirkungen auf die Soester Innenstadt einer vertiefenden Betrachtung zu unterziehen. Allerdings zeigt bereits eine erste Plausibilitätsabwägung, dass etwa die als Kriterium heranzuziehenden Umsatzverlagerungen kaum in einer kritischen Größenordnung liegen können. So würde ein um rd. 8-11 Mio. € erhöhter Umsatz am Standort „Wulf-Hefe“ sicherlich nur zu einem Teil aus Umverteilungswirkungen zu Lasten der Soester Innenstadt resultieren. Da der Gesamtumsatz in der Soester Innenstadt aber gegenwärtig rd. 135 Mio. € beträgt, davon rd. 106 Mio. € mit zentrenrelevanten Sortimenten,¹⁴ kann die zu erwartende Umverteilungsquote auch im theoretischen Extremfall nicht den oft als kritische Schwelle diskutierten Wert von 10 % erreichen. Da sich die Umverteilung zumindest auch auf andere Städte und teilweise Anbieter in Werl selbst erstrecken dürfte, bleibt der erreichte Wert wohl auch bezüglich der Innenstadt Soest deutlich unterhalb der Zweistelligkeit. Im übrigen gehört Soest bisher nicht zu den im Regionalen Einzelhandelskonzept kooperierenden Städten.

Bei den anderen hier geprüften Planvorhaben handelt es sich um Nahversorgungsstandorte ohne überörtliche Auswirkung. Im Fall „Oberer Hellweg (Büderich)“ ist dazu festzustellen, dass es infolge der empfohlenen Begrenzung der Verkaufsfläche auf max. 1.500 m² nicht zu schädlichen Auswirkungen auf die Nachbarkommune Unna kommen dürfte.

Die Bestätigung des regional bedeutsamen Möbelstandortes „Turflon“ durch „Regionalen Kon-

¹⁴ Vgl. Dr. Lademann 2003, S. 14

sens“ ist bereits erfolgt.¹⁵

Somit ist sichergestellt, dass eine Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes innerhalb des Steuerungsrahmens des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche erfolgen würde.

¹⁵ Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, S. 83

5. Zusammenfassende Bewertung

- In der Stadt Werl gibt es im Jahr 2005 insgesamt 211 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 93.500 m². Mit rd. 2,9 m²/Einwohner wird ein weit über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,4 m²/Ew.) liegender Ausstattungsgrad erreicht. Auch bei Herausrechnen von Möbel Turflon, des mit rd. 41.000 m² größten Betriebes ergäbe sich mit 1,6 m²/Ew. immer noch ein überdurchschnittlicher Wert. Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Lebensmittel und Getränke liegt Werl mit insgesamt 0,40 m²/Ew. auf Bundesdurchschnitt, dabei ist eine hohe Konzentration von Verkaufsflächen auf die Kernstadt festzustellen.
- Die Umsatzerwartung des Werler Einzelhandels für das Jahr 2005 liegt bei rd. 210 Mio. €. Bezogen auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial von rd. 154 Mio. € wird ein Wert von 136 % („Umsatz-Kaufkraft-Relation“) und damit eine ausgesprochen hohe Zentralität erreicht. Erreicht wird dies durch die deutlich positive Kaufkraftbilanz: Zuflüssen von rd. 101 Mio. € stehen Abflüsse von lediglich rd. 45 Mio. € gegenüber. Vor allem für die kleineren Nachbarkommunen Ense, Welper und Wickede ist Werl ein Einkaufsziel, wenn es um Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs geht, dabei v.a. auch um zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung und Schuhe. Grundsätzlich entspricht diese Situation auch der Werl als Mittelzentrum zugeordneten Einzelhandelsfunktion.
- Eine Konzentration von Angeboten **zentrenrelevanter Sortimente** im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) ist Voraussetzung für eine Aufrechterhaltung dieser Funktion und soll daher im Rahmen der Zielsetzungen dieses Konzeptes die höchste Priorität erhalten.
- Der Standort Wulf-Hefe hat für die Gesamtentwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Werl daher große Bedeutung. Er bietet die Möglichkeit, in Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches (Innenstadt) Fachmärkte anzusiedeln, die erkannte Defizite im Branchenbesatz abdecken und damit die Attraktivität der Innenstadt auch für Kunden aus den Nachbargemeinden zu verbessern. Der diskutierte Erweiterungsumfang von rd. 2.700 m² VKF würde dabei – unabhängig von der Sortimentsaufteilung – wohl kaum zu städtebaulich relevanten Auswirkungen auf Nachbarkommunen führen.

- Abzuwägen ist allerdings, ob hinsichtlich der Gestaltung der Sortimente im Rahmen der Bauleitplanung zusätzliche Auflagen zweckmäßig sind: Werden diejenigen Sortimente ausgeschlossen, bei denen Verlagerungen aus dem nördlichen Teil der Innenstadt wahrscheinlich sind, könnte das Vorhaben an der mangelnden Vermietbarkeit scheitern. Konkret wird dieses Problem v.a. für die Sortimente Drogerie, Bekleidung und Schuhe gesehen (vgl. Kap. 4.5.1). Wird hingegen weitgehende Gestaltungsfreiheit eingeräumt (wie dies planungsrechtlich für Kerngebiete üblich ist), könnten einzelne Verlagerungen erfolgen. Sollte in diesen Fällen eine zeitnahe Neuvermietung der Alt-Standorte nicht gelingen, könnte dies zu einer Abwertung der nördlichen Innenstadt führen.
- Aus gutachterlicher Sicht ist das Risiko eines Gesamtscheiterns der Wulf-Hefe-Arrondierung jedoch gravierender einzuschätzen als die dargestellte Befürchtung einzelner Verlagerungen. Wichtiger als die Vorgabe einzelner Sortimente und deren Verkaufsflächen erscheint an diesem Standort die Realisierung der veränderten Verkehrsführung und die damit unterstützte verbesserte Anbindung an die Steinerstraße.
- Für **nahversorgungsrelevante Sortimente (v.a. Lebensmittel und Getränke)** soll hingegen grundsätzlich eine wohnortnahe Versorgungsstruktur gesichert und ggf. geschaffen werden. Im Idealfall sollen sich nahezu alle Einwohner – sofern sie dies wünschen – sogar „fußläufig“ versorgen können. Allerdings setzen betriebswirtschaftliche Standortanforderungen der Unternehmen der Umsetzung dieses Anspruches zunehmend Grenzen: so steigt die für einen rentablen Betrieb erforderliche Verkaufsfläche.
- In Werl sollte es dennoch gelingen, mehrere über das Stadtgebiet verteilte Nahversorgungsschwerpunkte langfristig zu sichern und damit auch das Gesamtaufkommen an notwendigen Pkw-Fahrten zu entfernter gelegenen Standorten zu begrenzen. Zusätzlich zur Innenstadt sollte es daher leistungsfähige Angebote im Norden, Westen und Süden der Kernstadt sowie ergänzend in Büderich und Westönnen geben.
- Wird dieser Anspruch umgesetzt, ergibt sich jedoch in der Summe – wie im Kap. 4.5.7 nachgewiesen – ein Zuwachs an nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche um rd. 4.800 m² (etwaige Stilllegungen nicht berücksichtigt). Die Ausstattung pro Einwohner würde auf rd. 0,55 m²/Ew. steigen, einen überdurchschnittlichen Wert.
- Aus gutachterlicher Sicht ist eine solche Erweiterung zur nachhaltigen Absicherung dezentraler Nahversorgungsstrukturen grundsätzlich zu rechtfertigen. Einerseits kann ins-

besondere am überörtlich bedeutsamen Standort Wulf-Hefe bereits heute mit einem Kaufkraftzufluss aus den kleineren Nachbargemeinden gerechnet werden, die über vergleichbare Anbieter (hier: Kaufland) nicht verfügen. Andererseits werden Flächenzuwächse nicht in allen Fällen zu nennenswerten Umsatzsteigerungen führen, sodass keineswegs eine in Zukunft höhere Bindung auswärtiger Kaufkraft unterstellt werden muss.

- Dennoch sollte klar sein, dass – unabhängig von unter- oder überdurchschnittlicher Ausstattung mit Verkaufsflächen – Wettbewerbswirkungen (sprich: Umsatzverlagerungen) bei jeder Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von nahversorgungsrelevanten Anbietern unvermeidlich sind.
- Der weitaus größte Teil der diskutierten Flächenweiterungen käme durch das Vorhaben „An der Kleinbahn“ zustande. Dort besteht die Möglichkeit, einen integrierten und voraussichtlich auch langfristig wettbewerbsfähigen Nahversorgungsschwerpunkt zu schaffen. Auch wenn sich grundsätzlich dadurch der Wettbewerbsdruck für vorhandene Anbieter erhöht, wird es nach Einschätzung des Gutachters nicht zu einer Verdrängung der in der südlich angrenzenden Innenstadt bestehenden Nahversorgungsstrukturen kommen. Dort sind infolge der Nähe zur Fußgängerzone andere Kundenstrukturen zu erwarten als „An der Kleinbahn“. Ein Innenstadtbewohner oder –besucher, der bisher wegen der Nähe zum eigenen Wohnort oder wegen der Kombinierbarkeit mit anderen Einkäufen dort auch seine Nahversorgungseinkäufe getätigt hat, wird dieses Verhalten kaum infolge des neuen Angebotes ändern. Die Möglichkeit zum gezielten Einkauf in einem Supermarkt (Rewe) oder Discounter (Aldi) besteht schließlich auch heute schon.
- Allerdings sind die Standortbedingungen der beiden in der Innenstadt angesiedelten Anbieter (Aldi, Plus) nicht ideal, sodass deren Stilllegung oder Verlagerung an deutlich schlechter integrierte Standorte auch dann befürchtet werden muss, wenn das Planvorhaben „An der Kleinbahn“ nicht entsteht. In einem solchen Fall wäre die Nahversorgung der Innenstadt durch die Schwerpunkte „An der Kleinbahn“ im Norden und „Wulf-Hefe“ im Süden aber noch auf zumindest befriedigendem Niveau gewährleistet.
- Zur konkret beantragten Erweiterung des bestehenden Discounters (Lidl) an der Unnaer Straße bzw. zur ggf. zu erwartenden Erweiterungsabsicht des Discounters (Aldi) an der Belgischen Straße ist festzuhalten, dass beide Veränderungen nicht zu einer maßgeblichen Steigerung des Umsatzes und damit einer spürbaren Verbesserung der Wettbewerbsposition führen würden. Eine Realisierung ist daher – wie in Kap. 4.5.4 und

4.5.5 ausgeführt – grundsätzlich unproblematisch.

- Im Fall des in Büderich diskutierten Standortes „Oberer Hellweg“ sollte im Gegensatz dazu allerdings aus Gutachtersicht durchaus abgewogen werden, ob die in Kap. 4.5.3 erläuterten Kritikpunkte letztlich zu einer zeitlichen Zurückstellung des Vorhabens führen sollten. Auch wenn die Zielsetzung uneingeschränkt gelten soll, in Büderich einen Nahversorgungsschwerpunkt zu sichern, muss eine Realisierung nicht zwingend an diesem Standort bzw. kurzfristig erfolgen. So wurden auch Bedenken dahingehend geäußert, dass die aus Sicht des Gutachters formulierten Bedingungen – Festlegung der Verkaufsfläche, Verzicht auf weitere Anbieter (v.a. Discounter, Fachmärkte) an diesem Standort und die Gewährleistung eines auch für Fußgänger und Radfahrer ungefährdeten Übergangs über die Bundesstraße 1 – möglicherweise nicht einzuhalten sind.
- Somit ist zu entscheiden, ob eher die gegenwärtige Unterversorgung in Büderich hinzunehmen ist oder aber eine kurzfristig mögliche Angebotsverbesserung unter Inkaufnahme der diskutierten Nachteile erfolgen soll. Bei dieser Abwägung wird zu berücksichtigen sein, dass sowohl seitens der Bürgerschaft als auch der an einem Genehmigungsverfahren zu beteiligenden „Träger öffentlicher Belange“ (u.a. Bezirksregierung Arnsberg) bereits Kritik an der nicht optimalen Integration des Standortes geäußert wurde.
- Vor diesem Hintergrund ist aus Sicht des Gutachters zu betonen, dass die mögliche Realisierung des Nahversorgungsschwerpunktes Büderich am kurzfristig verfügbaren Standort des bisherigen Autohauses Rosier mit Blick auf die noch nicht abgeschlossene Abwägungsdiskussion im Vergleich zu den beiden Vorhaben Wulf-Hefe und „An der Kleinbahn“ nur nachrangig verfolgt werden sollte.
- Die in dieser Gesamtwertung erläuterte Gewichtung der zuvor einzeln diskutierten Planvorhaben lässt somit eine auch zeitlich gestaffelte Realisierung zu. Auf neue Entwicklungen kann dann ggf. angemessen reagiert werden. Es ist noch einmal zu betonen, dass es sich bei den zur Diskussion stehenden Erweiterungen nicht um „Verkaufsflächenbedarf“ handelt, der als gegeben betrachtet und möglicherweise auf andere Standort „verteilt“ werden kann. Vielmehr wäre die genannte Dimension die Konsequenz aus einer vollständigen Realisierung derjenigen Planungen, die mit den Zielen des hier vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes im Einklang stehen. Dabei sollte auch nicht übersehen werden, dass aus Sicht des Gutachters für zusätzliche Standorte oder Verkaufs-

flächenerweiterungen über die diskutierten Fälle hinaus auch längerfristig keine Rechtfertigung gesehen wird.

- Insofern kann dieses Konzept die erhoffte Wirkung auch nur dann entfalten, wenn die Stadtverwaltung – einen entsprechenden Ratsbeschluss vorausgesetzt – eine Umsetzung der formulierten Empfehlungen im Rahmen der Bauleitplanung konsequent vollzieht.

BBE-UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH
-BBE Standort-
i.V.

Jörg Lehnerdt

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Unternehmensberatung GmbH erlaubt.
