



# Einzelhandels- und Zentrenkonzept

## für die Gemeinde Rosendahl

Ratssitzung

2015-08-27

**Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader**



Ziele des Konzeptes

Situationsanalyse

Zentren und Funktionen

Grundsätze & Ansiedlungsregeln



## EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

### Grundlage

- ...zur sachgerechten Planung und Steuerung des Einzelhandels
- ...zur Beurteilung großflächiger Einzelhandelsvorhaben

### Informelles Instrumentarium

- interne Bindungswirkung für Verwaltung
- keine unmittelbare Rechtswirkung nach außen

### Abwägung

- Berücksichtigung von Zielsetzungen und konzeptionellen Grundsätzen im Rahmen der Abwägung
- Konkretisierung im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung bzw. im Baugenehmigungsverfahren

**Steuerung des Einzelhandels als Gegenstand kommunaler Planungshoheit**

**Sorgfältig erarbeitete städtebauliche Begründung, frei von willkürlichen Festsetzungen**



Ziele des Konzeptes

Situationsanalyse

Zentren und Funktionen

Grundsätze & Ansiedlungsregeln

Warengruppe	Betriebe	Sortimente	01-Osterwick	02-Darfeld	03-Holtwick
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten	nach Kernsortimenten	nach Kernsortimenten	nach Kernsortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	18	20	7	5	6
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	3	11	1	1	1
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2	13	0	1	1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>23</b>	<b>44</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
Bekleidung/Wäsche	1	5	1	0	0
Schuhe, Lederwaren	2	5	1	1	0
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	5	15	4	0	1
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	0	11	0	0	0
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	3	20	0	0	3
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>11</b>	<b>56</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	2	13	0	0	2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	1	13	1	0	0
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	2	7	1	0	1
Uhren/Schmuck	1	1	0	0	1
Sonstiges	1	1	1	0	0
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>7</b>	<b>35</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
<b>Gesamt (ohne Leerstände)</b>	<b>41</b>	<b>135</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>16</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2014

Warengruppe	Verkaufsfläche	Flächen- ausstattung	01-Osterwick	02-Darfeld	03-Holtwick
	in qm	in qm je Einwohner	in qm	in qm	in qm
Nahrungs- und Genussmittel	4.170	0,38	2.017	968	1.185
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	532	0,05	235	86	210
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	279	0,03	100	67	112
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4.981</b>	<b>0,46</b>	<b>2.352</b>	<b>1.122</b>	<b>1.507</b>
Bekleidung/Wäsche	195	0,02	122	0	73
Schuhe, Lederwaren	175	0,02	133	35	7
Baumarktsortimente**, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	1.723	0,16	1.465	0	258
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	397	0,04	341	9	47
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	793	0,07	104	120	568
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3.283</b>	<b>0,31</b>	<b>2.165</b>	<b>164</b>	<b>954</b>
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	2.211	0,20	18	4	2.189
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	187	0,02	176	3	9
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	177	0,02	111	1	66
Uhren/Schmuck	---	---	---	---	---
Sonstiges	---	---	---	---	---
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>2.693</b>	<b>0,25</b>	<b>403</b>	<b>8</b>	<b>2.282</b>
<b>Gesamt (ohne Leerstände)</b>	<b>10.957</b>	<b>1,02</b>	<b>4.920</b>	<b>1.294</b>	<b>4.743</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2014

\* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung; \*\* inkl. gewichteter Außenflächen

Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:</b>	<b>96,78</b>	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	im Gebiet
<b>Einwohner:</b>	<b>10.994</b>	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in T€ zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel		2.248	2.181	23.975
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.		927	909	9.996
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher		190	181	1.992
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>		<b>3.365</b>	<b>3.271</b>	<b>35.963</b>
Bekleidung/Wäsche		493	469	5.152
Schuhe, Lederwaren		139	133	1.458
Baumarktsortimente*, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf		477	470	5.163
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat		65	61	673
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.		222	212	2.327
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.396</b>	<b>1.344</b>	<b>14.773</b>
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien		432	412	4.530
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten		158	150	1.653
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		414	398	4.378
Uhren/Schmuck		73	69	754
Sonstiges		37	36	392
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>		<b>1.114</b>	<b>1.065</b>	<b>11.708</b>
<b>Gesamt</b>		<b>5.876</b>	<b>5.680</b>	<b>62.444</b>

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln 2014; \*korrigiert um die Ausgaben, die über das Handwerk erfolgen

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	20.520	23.975	85,6%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	5.126	9.996	51,3%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	959	1.992	48,1%
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>26.605</b>	<b>35.963</b>	<b>74,0%</b>
Bekleidung/Wäsche	731	5.152	14,2%
Schuhe, Lederwaren	410	1.458	28,1%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	3.261	5.163	63,2%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	616	673	91,6%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	1.760	2.327	75,7%
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>6.779</b>	<b>14.773</b>	<b>45,9%</b>
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	1.806	4.530	39,9%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	405	1.653	24,5%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	647	4.378	14,8%
Uhren/Schmuck	---	---	---
Sonstiges	---	---	---
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>2.948</b>	<b>11.708</b>	<b>25,9%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>36.332</b>	<b>62.444</b>	<b>58,5%</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2014; IFH Retail Consultants, Köln 2014

\* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung



Ziele des Konzeptes

Situationsanalyse

Zentren und Funktionen

Grundsätze & Ansiedlungsregeln

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

### Leitlinien & Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

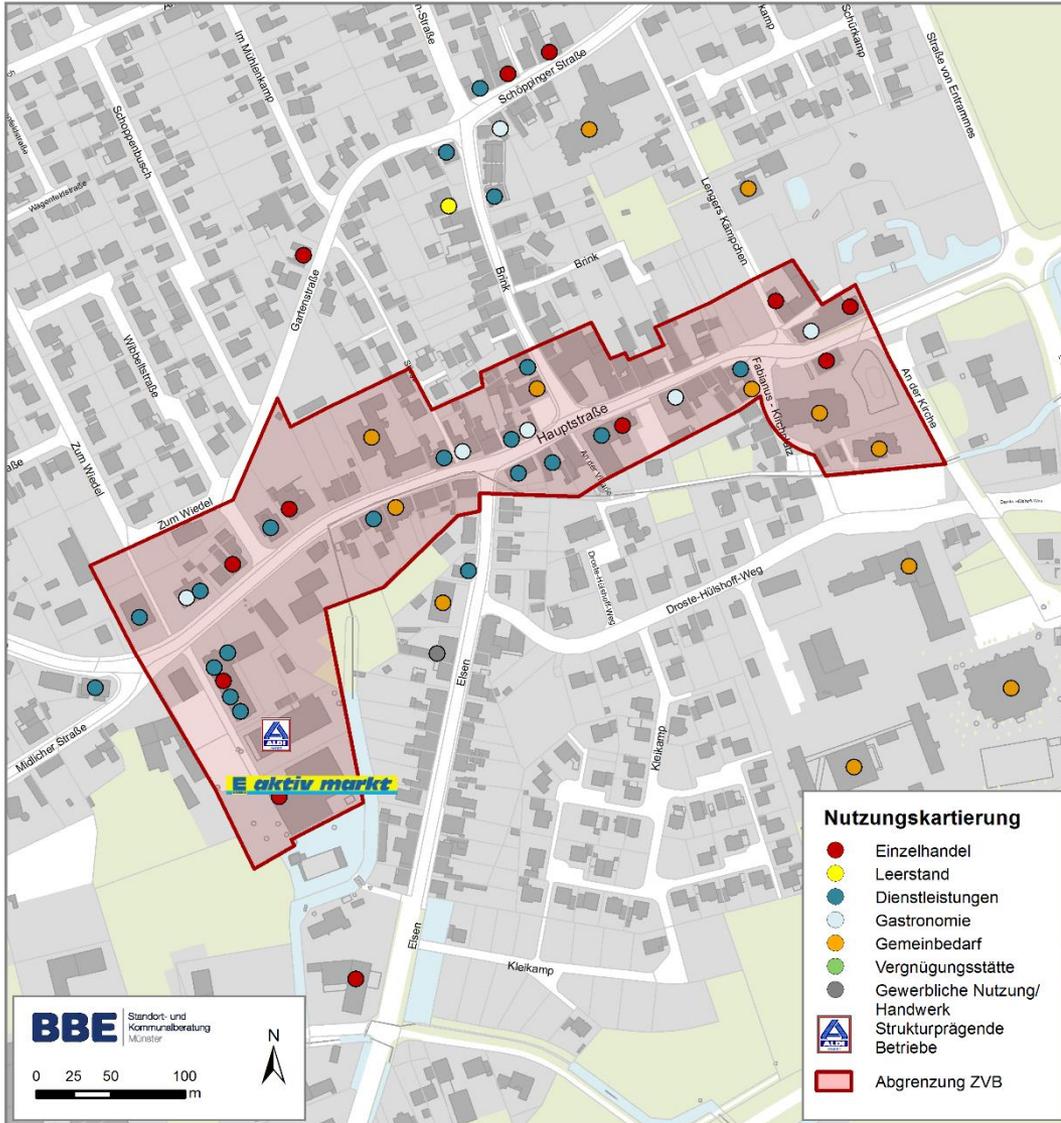
Standortstruktur &  
Zentrenhierarchie

Zentrale  
Versorgungs-  
bereiche

Örtliche  
Sortimentsliste

Grundsätze &  
Ansiedlungs-  
regeln

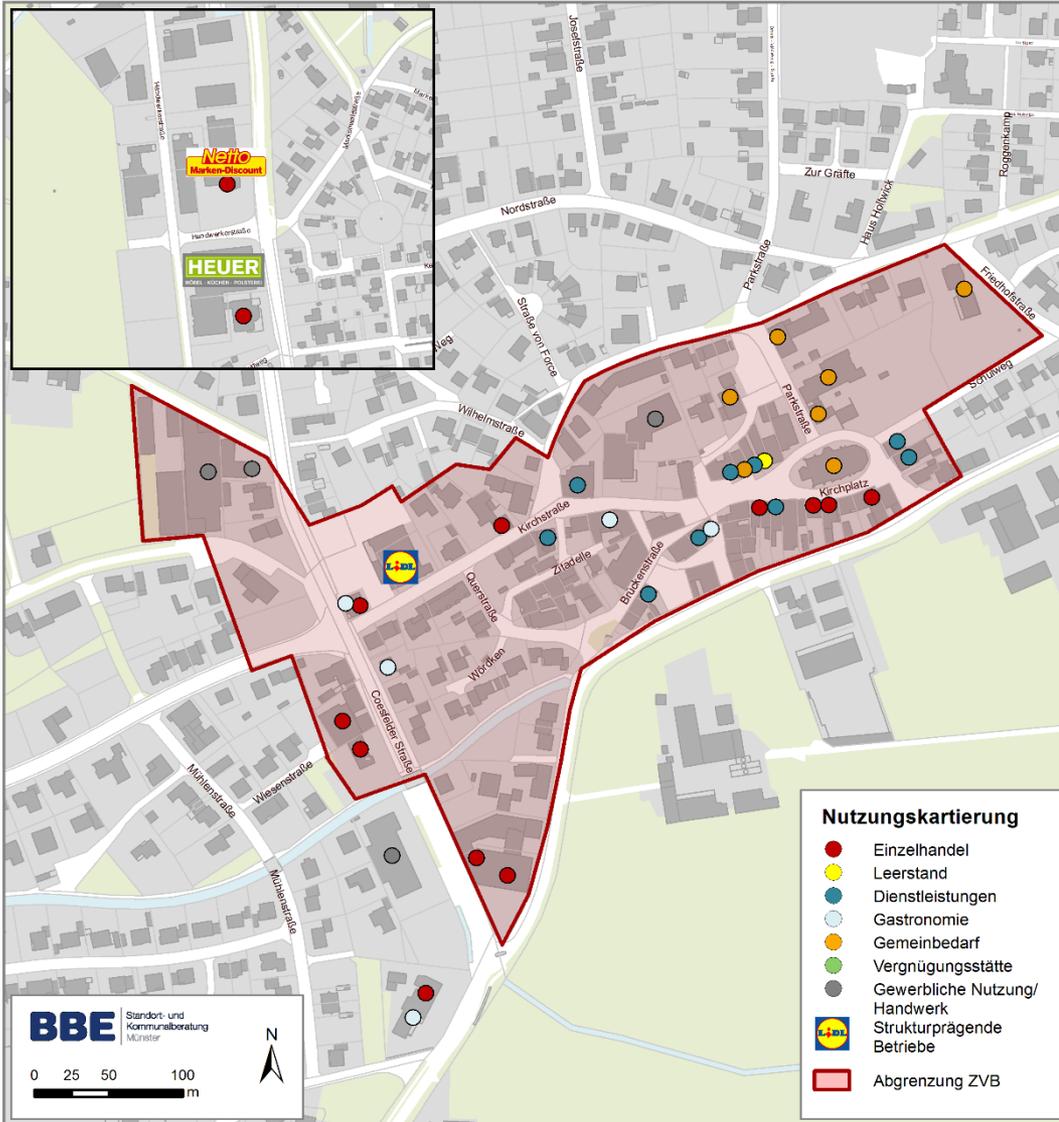




**Ziel:** Sicherung und Weiterentwicklung des Ortszentrums von Osterwick

**Wirkung / Konsequenz:**

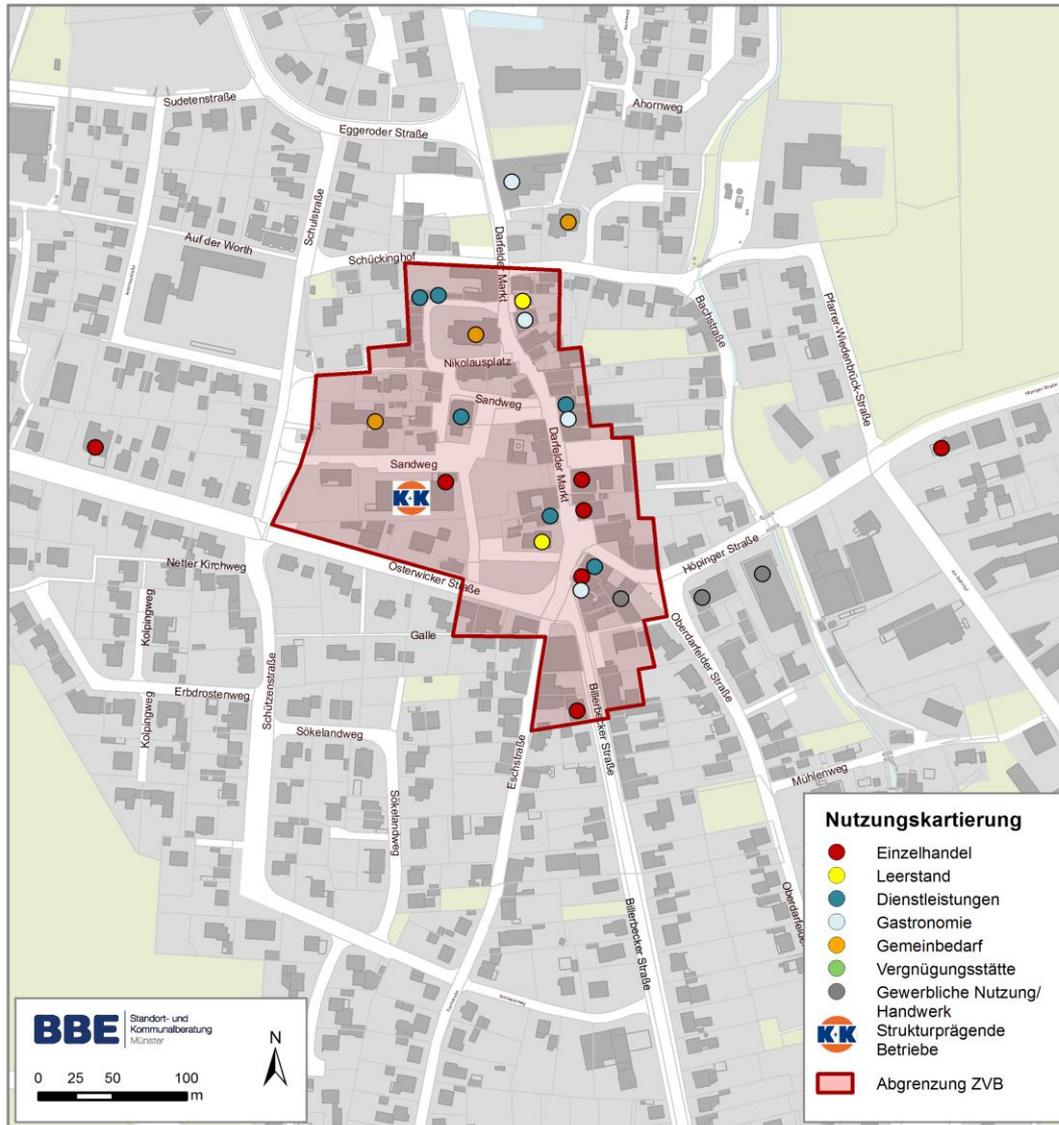
- grundsätzlich alle klein- / großflächigen Einzelhandelsbetriebe zulässig, unabhängig von ihrem Sortimentsschwerpunkt
- Abwägungsgrundlage bei zu schaffendem Baurecht → Abwehr städtebaulich nicht gewünschter, großflächiger Vorhaben
- Bestandsschutz bei bestehendem Baurecht



**Ziel: Sicherung und Weiterentwicklung des Ortszentrums von Holtwick**

**Wirkung / Konsequenz:**

- grundsätzlich alle klein- / großflächigen Einzelhandelsbetriebe zulässig, unabhängig von ihrem Sortimentsschwerpunkt
- Abwägungsgrundlage bei zu schaffendem Baurecht → Abwehr städtebaulich nicht gewünschter, großflächiger Vorhaben
- Bestandsschutz bei bestehendem Baurecht



**Ziel:** Sicherung und Weiterentwicklung des Ortszentrums von Darfeld

**Wirkung / Konsequenz:**

- grundsätzlich alle klein- / großflächigen Einzelhandelsbetriebe zulässig, unabhängig von ihrem Sortimentsschwerpunkt
- Abwägungsgrundlage bei zu schaffendem Baurecht → Abwehr städtebaulich nicht gewünschter, großflächiger Vorhaben
- Bestandsschutz bei bestehendem Baurecht

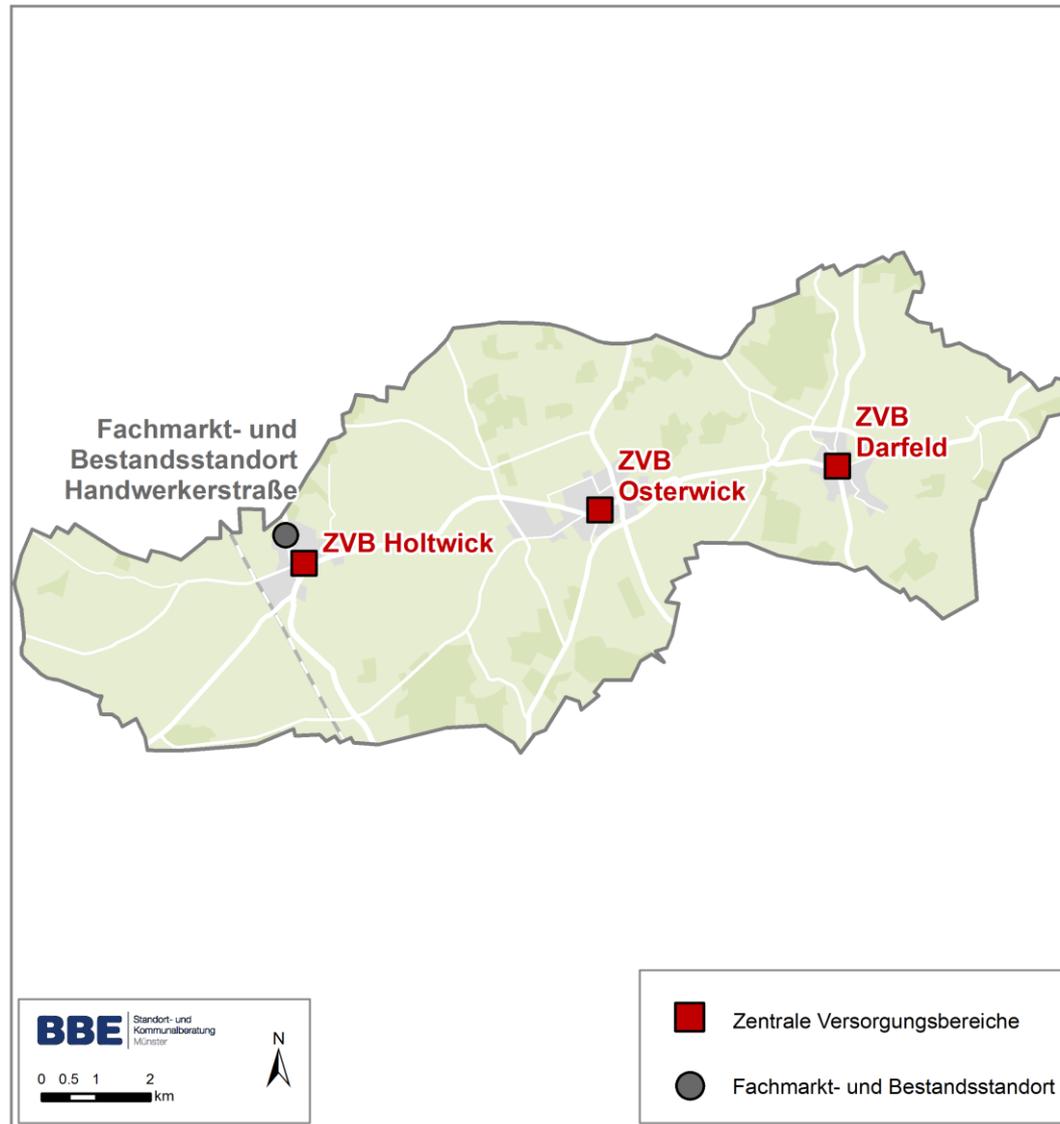


### Bestandsstandort Nahversorgung:

- Sicherung der bestehenden Nahversorgungsfunktion des ansässigen Lebensmitteldiscounters
- B-Plan?
- Lage im GIB, daher keine Entwicklungsmöglichkeiten in die Großflächigkeit
- Bei Erweiterungswunsch ggf. Verlagerung in siedlungsintegrierte Lage

### Fachmarktstandort:

- Entwicklung des Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Sortiments-schwerpunkten
- Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente (max. 10 % der VKF)
- Aufgrund der Lage im GIB allerdings nur kleinflächig möglich
- Bestandsschutz auf ausgeübte Nutzungen





- Festlegung lt. sachlichem Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ (LEP NRW)
- Zentrenrelevante Leitsortimente sind bei Erstellung von ortstypischen Sortimentslisten zu beachten
- großflächige Ansiedlung und Erweiterung mit zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb zentraler Versorgungsbereiche

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

Quelle: Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel NRW; eigene Darstellung

## Bsp. Zwei- / Fahrrad

### zentrenrelevant

Nur innerhalb  
der Zentren  
großflächig  
zulässig



In SO-Gebieten:  
Beschränkung der  
Randsortimente



Schutz kleinteiliger  
Strukturen  
*Wirkung*

### nicht zentrenrelevant

Auch großflächig  
außerhalb der  
Zentren zulässig



Entwicklung von  
Fachmärkten  
*Wirkung*

## Sortimentsgruppe

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren) \*

kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel \*

Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)

\* auch zentrenrelevantes Leitsortiment lt. LEP NRW

## Sortimentsgruppe

Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf  
 medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel  
 Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)  
 Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte  
 Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel  
 Zeitschriften und Zeitungen  
 Bücher  
 Antiquariate  
 Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)  
 Pelz- und Kürschnerwaren  
 Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher  
 Schuhe (ohne Sportschuhe)  
 Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)  
 Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik  
 keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)  
 Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke  
 Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren  
 Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielekonsolen)  
 Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)  
 Sportbekleidung und -schuhe  
 Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)  
 Künstler- und Bastelbedarf  
 Musikinstrumente und Musikalien  
 Pokale, Vereinsbedarf

## Sortimentsgruppe

Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)  
 Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse  
 Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)  
 elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)  
 Lampen, Leuchten, Leuchtmittel  
 Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software  
 Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör  
 Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielekonsolen)  
 bespielte Ton- und Bildträger  
 Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)  
 Uhren und Schmuck  
 Sammlerbriefmarken, -münzen

Sortimentsgruppe
Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
Fußbodenbeläge, Tapeten
Rolläden, Rollos, Markisen
Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Sauna
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
Matratzen und Lattenroste
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)

Sortimentsgruppe
zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Boote und Zubehör
Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
Antiquitäten und antike Teppiche
Bettwaren (ohne Bettwäsche)
Vorhänge und Gardinen
Kinderwagen
Erotikartikel

\* Aufzählung beispielhaft, Liste nicht abschließend



Ziele des Konzeptes

Situationsanalyse

Zentren und Funktionen

Grundsätze & Ansiedlungsregeln

## Grundsätze des EHK

- Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortiments-schwerpunkt nur in den ZVB
- Großflächige Nahversorgungseinrichtungen nur in den ZVB oder in integrierten Lagen
- Tabubereiche?
- Ausnahmen in Tabubereichen?
- Großflächiger Handel mit nicht zentrenrelevantem Schwerpunkt auch außerhalb der ZVB möglich

## Konsequenz

- Ausschluss oder Beschränkung an anderen Standorten
- Beschränkung der Randsortimente an Sonderstandorten
- Weiterentwicklung lediglich der Betriebe in entsprechenden Lagen
- Neuansiedlungen nur bei nachgewiesenen Versorgungsdefiziten
- Gewerbegebiete
- Werksverkauf
- Handwerkerprivileg
- Kioske
- Tankstellen
- Beschränkung der Randsortimente an Sonderstandorten

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit !

BBE Standort- und  
Kommunalberatung Münster  
von-Esmarch-Str. 168  
48149 Münster  
Tel. 0251-87119-0  
Fax 0251-87119-19  
info@bbe-muenster.de  
www.bbe-standort.de



**Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader**