



Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes

für die Gemeinde Ostbevern

Umwelt- und Planungsausschuss

2014-01-28

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader

Dipl.-Ing. Christian Paasche

Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch





Situationsanalyse

Zentren- und Standortkonzept

Örtliche Sortimentsliste

Ansiedlungsregeln

EINZELHANDELSKONZEPT

Grundlage

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

Informelles Instrumentarium

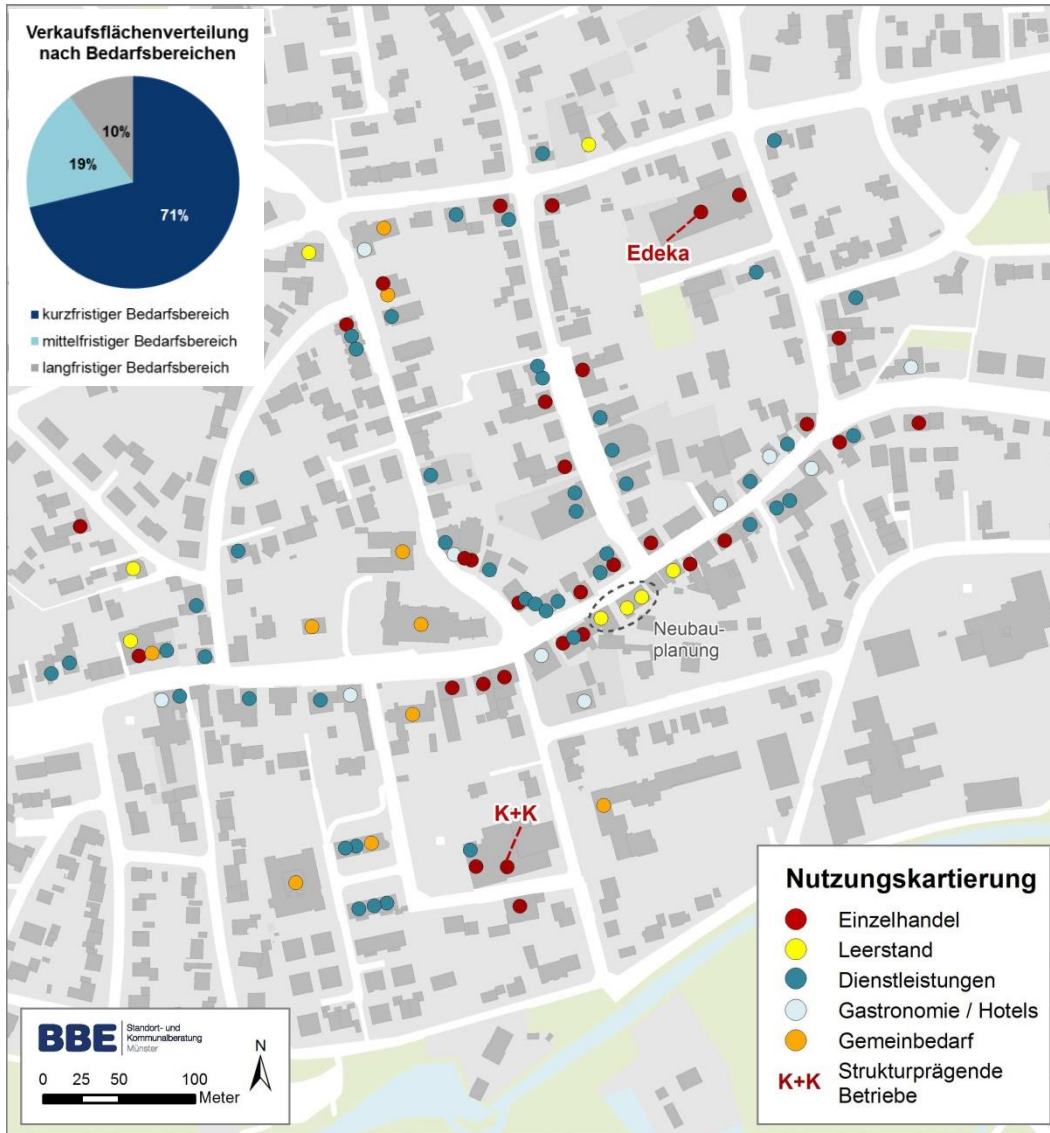
- interne Bindungswirkung für Verwaltung
- keine unmittelbare Rechtswirkung nach außen

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

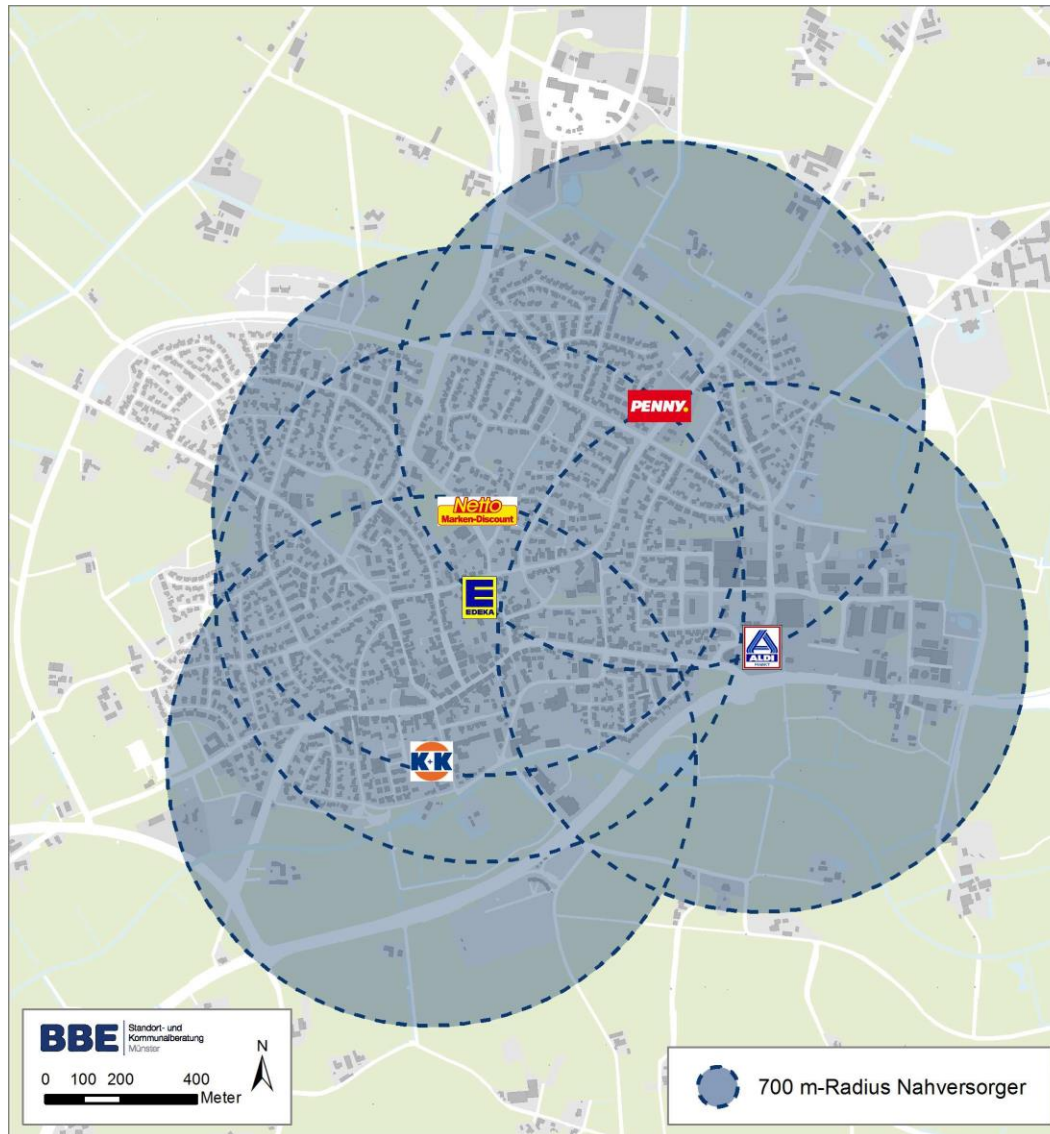
Sorgfältig erarbeitete städtebauliche Begründung, frei von willkürlichen Festsetzungen

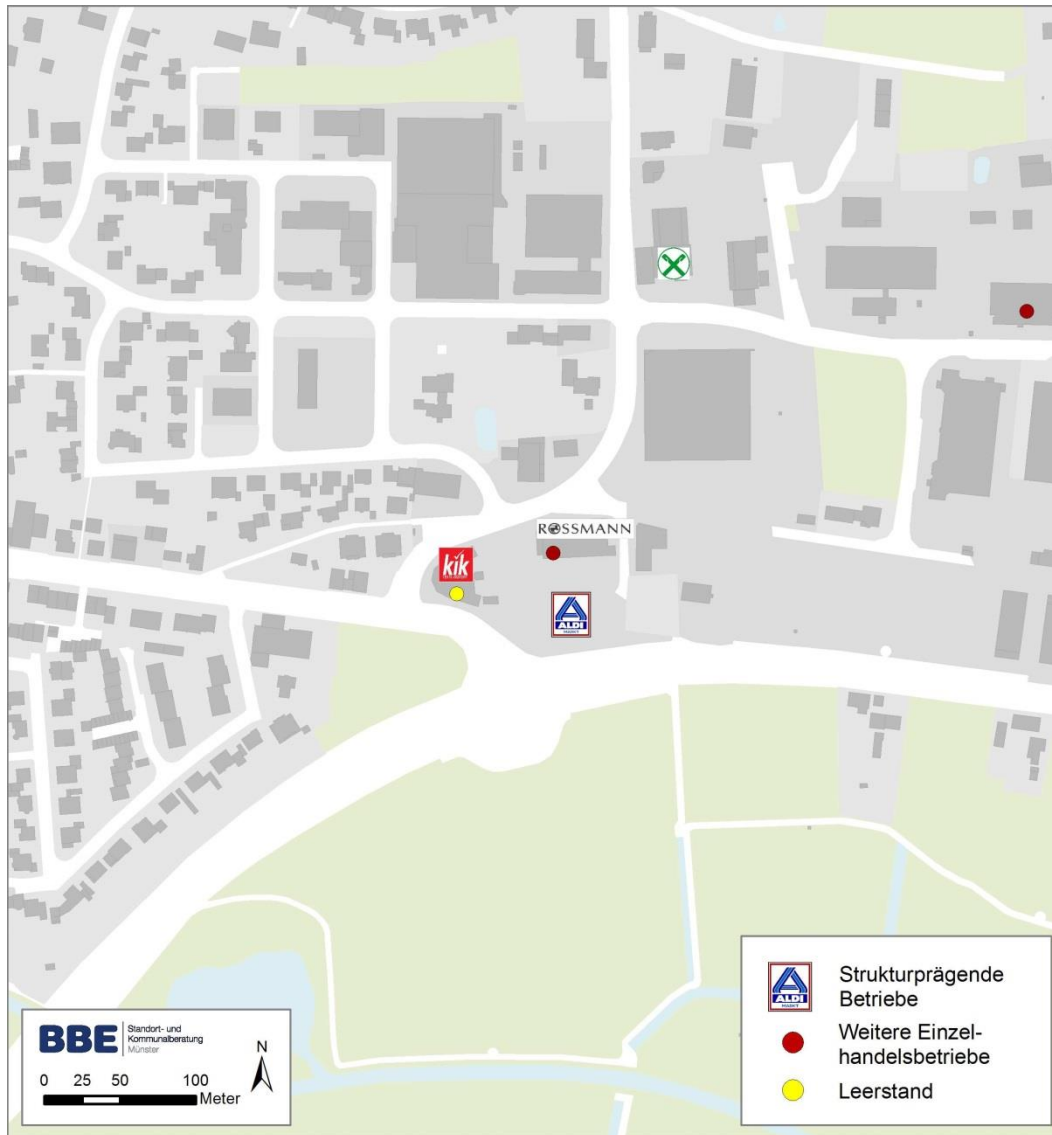


- 30 Betriebe (lt. Abgrenzung ZVB 2008)

- rd. 4.600 qm VKF (s. o.)

- Aufgelockerter Einzelhandelsbesatz schwerpunktmäßig entlang der Hauptstraße und vereinzelt in angrenzenden Lagebereichen (Bahnhofstraße, Großer Kamp und Erbdrostenstraße)
- Größtenteils kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsstrukturen durchmischt von Dienstleistungs-, Gastronomienutzungen sowie Gemeinbedarfseinrichtungen
- EDEKA und K+K als wesentliche Magnetbetriebe innerhalb des Ortskerns
- Wochenmarkt im Bereich Kirche / Rathaus
- Verkehrsberuhigte, städtebaulich ansprechende Gestaltung
- Leerstandssituation im Bereich der Hauptstraße (Neubau mit EH-Flächen kurz vor Umsetzung)
- Verfügbarkeit von Potenzialflächen? Flächenzusammenlegung?





- **Bestandssituation:**
Lebensmitteldiscounter ALDI zzgl. Bäckerei in Standortgemeinschaft mit Textildiscountmarkt KIK
- **Planungsrechtlich abgesichert:**
Erweiterungen ALDI & KIK sowie Ansiedlung Drogeriefachmarkt ROSSMANN
- **Ortseingangs- bzw. Siedlungsrandlage** im südöstlichen Kernbereich von Ostbevern
- **Direkter Wohngebietsbezug** in westlicher Richtung; nördlich und östlich angrenzend mehrheitlich gewerbliche Nutzungen
- **RCG und BZO** im unmittelbaren Standortumfeld
- **Nur geringe Durchmischung** mit anderen einzelhandelsrelevanten Nutzungen, Entwicklung eines Dienstleistungszentrums?
- **ÖPNV-Anbindung** durch Bushaltestelle
- **Standort mit wichtiger Versorgungsfunktion** für die Gemeinde



- Siedlungsintegrierte Standortlage mit direktem Wohngebietsbezug
- Solitärstandort eines NETTO-Discountmarktes
- Keine weitere einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung im Umfeld
- Versorgungsfunktion für den zentralen Siedlungsbereich von Ostbevern



- **Wohngebietsintegrierte Standortlage im nördlichen Siedlungsrandbereich**
- **Solitärer Standort des Lebensmitteldiscounters PENNY mit ergänzendem Bäcker**
- **Keine weitere einzelhandelsrelevante Nutzungsverdichtung im Umfeld**
- **Versorgungsfunktion für den nordöstlichen Siedlungsbereich von Ostbevern**

Warengruppe	Betriebe 2013	Betriebe 2008	Sortimente 2013	Sortimente 2008
	nach Kernsortimenten		nach Teilsortimenten	
Nahrungs- und Genussmittel	18	18	22	24
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	4	6	12	10
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	3	2	18	9
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	25	26	52	43
Bekleidung/Wäsche	6	8	12	15
Schuhe, Lederwaren	0	1	8	1
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	5	5	19	5
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1	2	11	9
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	2	4	18	4
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	14	20	68	34
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	3	1	23	1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	2	2	15	4
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	1	2	10	2
Uhren/Schmuck	1	1	3	3
Sonstiges	1	2	1	8
Überwiegend langfristiger Bedarf	8	8	52	18
Gesamt (ohne Leerstände)	47	54	172	95

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2013; inkl. planungsrechtlich abgesicherten Beständen

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Warengruppe	Verkaufsfläche 2013	Verkaufsfläche 2008	Flächen- ausstattung 2013	Flächen- ausstattung 2008
	in qm	in qm	in qm je Einwohner	in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	5.042	4.342	0,47	0,40
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	1.091	927	0,10	0,09
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	371	305	0,03	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.505	5.574	0,60	0,52
Bekleidung/Wäsche	1.053	1.352	0,10	0,13
Schuhe, Lederwaren	90	---*	0,01	---*
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	1.706	640	0,16	0,06
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	304	287	0,03	0,03
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	266	720	0,02	0,07
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	3.419	3.168	0,32	0,30
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	617	---*	0,06	---*
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	258	358	0,02	0,03
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	96	---*	0,01	---*
Uhren/Schmuck	35	---*	0,00	---*
Sonstiges	33	314	0,00	0,03
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.038	968	0,09	0,09
Gesamt (ohne Leerstände)	10.961	9.710	1,01	0,91

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2013; inkl. planungsrechtlich abgesicherten Beständen

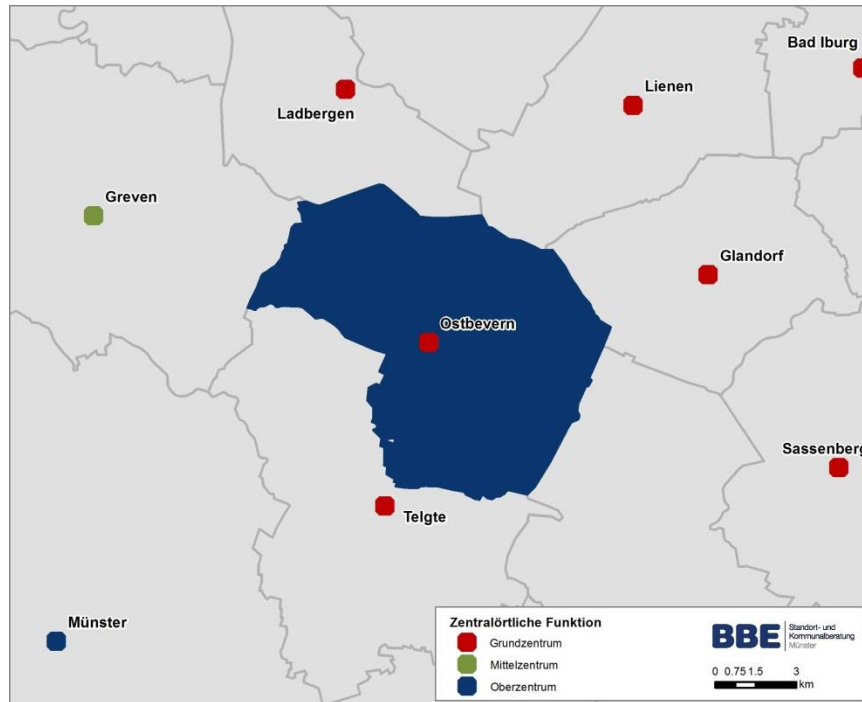
* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

Stadt / Gemeinde	2013	Bev.-anteil
Ostbevern	10.663	100,0%
Gesamt	10.663	100,0%

Quelle: Einwohnerstatistik der Gemeinde Ostbevern, Oktober 2013

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2011 (Basisjahr)	10.569	---
2015	10.435	-1,3%
2020	10.278	-2,8%
2030	10.011	-5,6%
Saldo Basisjahr - 2030	-558	---

Quelle: Gemeindemodellrechnung 2011-2030, IT.NRW



Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	98,52	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet
	Einwohner:	10.663	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
				in T€ zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genussmittel		2.168	2.138	22.797
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.		883	875	9.334
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher		192	188	2.002
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		3.243	3.201	34.133
Bekleidung/Wäsche		489	478	5.094
Schuhe, Lederwaren		136	133	1.415
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf		659	654	6.975
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat		66	64	687
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.		215	210	2.243
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.564	1.539	16.413
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien		429	420	4.476
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten		153	149	1.594
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video		402	395	4.213
Uhren/Schmuck		64	62	658
Sonstiges		40	40	421
Überwiegend langfristiger Bedarf		1.087	1.066	11.361
Gesamt		5.894	5.806	61.907

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln 2013

Warengruppe	erzielte Umsätze	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2013	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2009
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	19.834	22.797	87,0%	79,5%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	6.844	9.334	73,3%	56,5%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1.199	2.002	59,9%	49,0%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	27.877	34.133	81,7%	71,2%
Bekleidung/Wäsche	2.582	5.094	50,7%	52,6%
Schuhe, Lederwaren	415	1.415	29,3%	43,1%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	2.201	6.975	31,6%	18,4%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	432	687	63,0%	59,8%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	708	2.243	31,6%	53,1%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.338	16.413	38,6%	38,9%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	1.348	4.476	30,1%	5,5%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	638	1.594	40,0%	61,8%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	538	4.213	12,8%	20,1%
Uhren/Schmuck	---	658	---	---
Sonstiges	---	421	---	---
Überwiegend langfristiger Bedarf	2.726	11.361	24,3%	20,6%
Gesamt	36.942	61.907	60,0%	54,6%

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen, 2013; IFH Retail Consultants, Köln 2013; inkl. planungsrechtlich abgesicherten Beständen

* aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Ausweisung

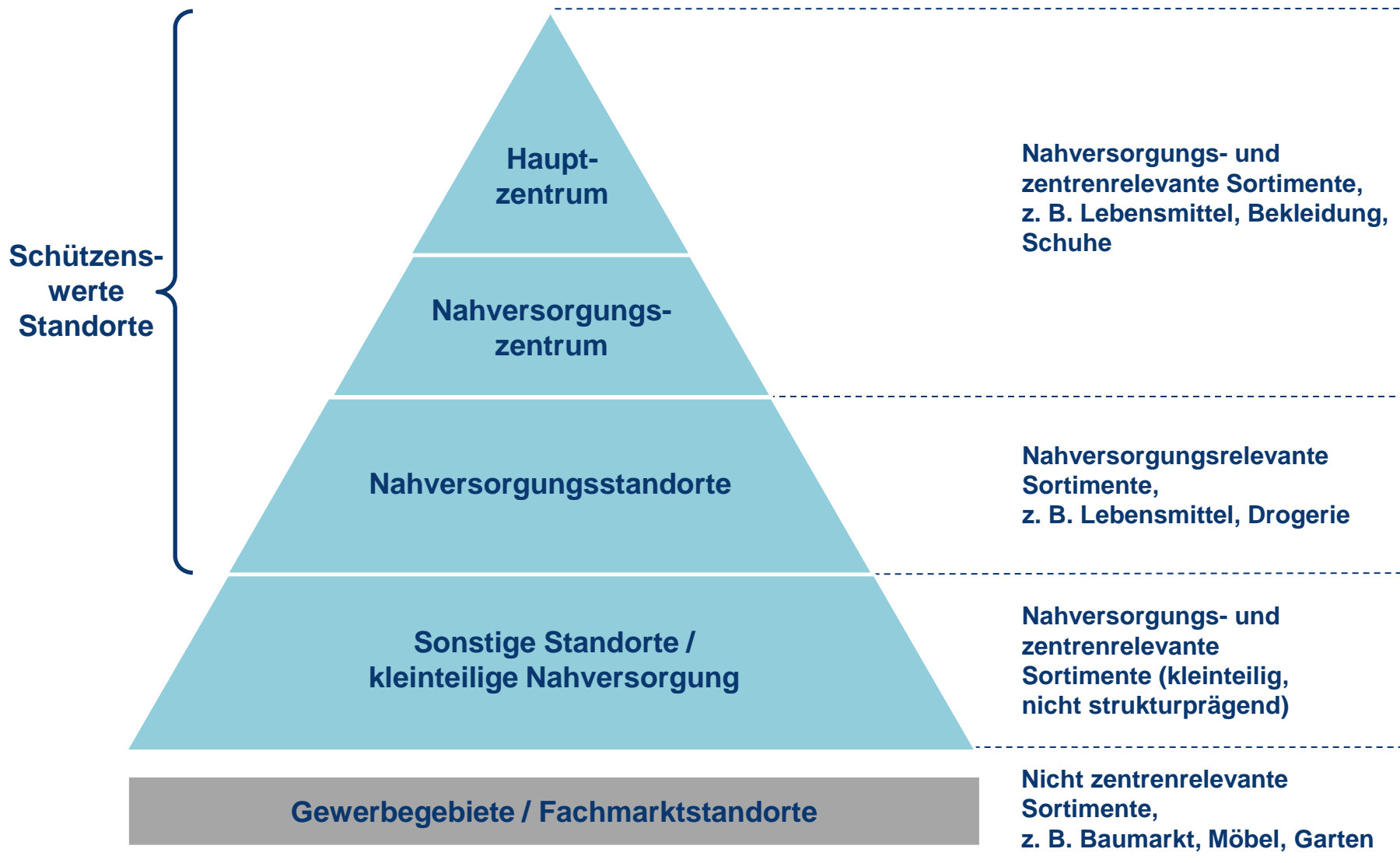


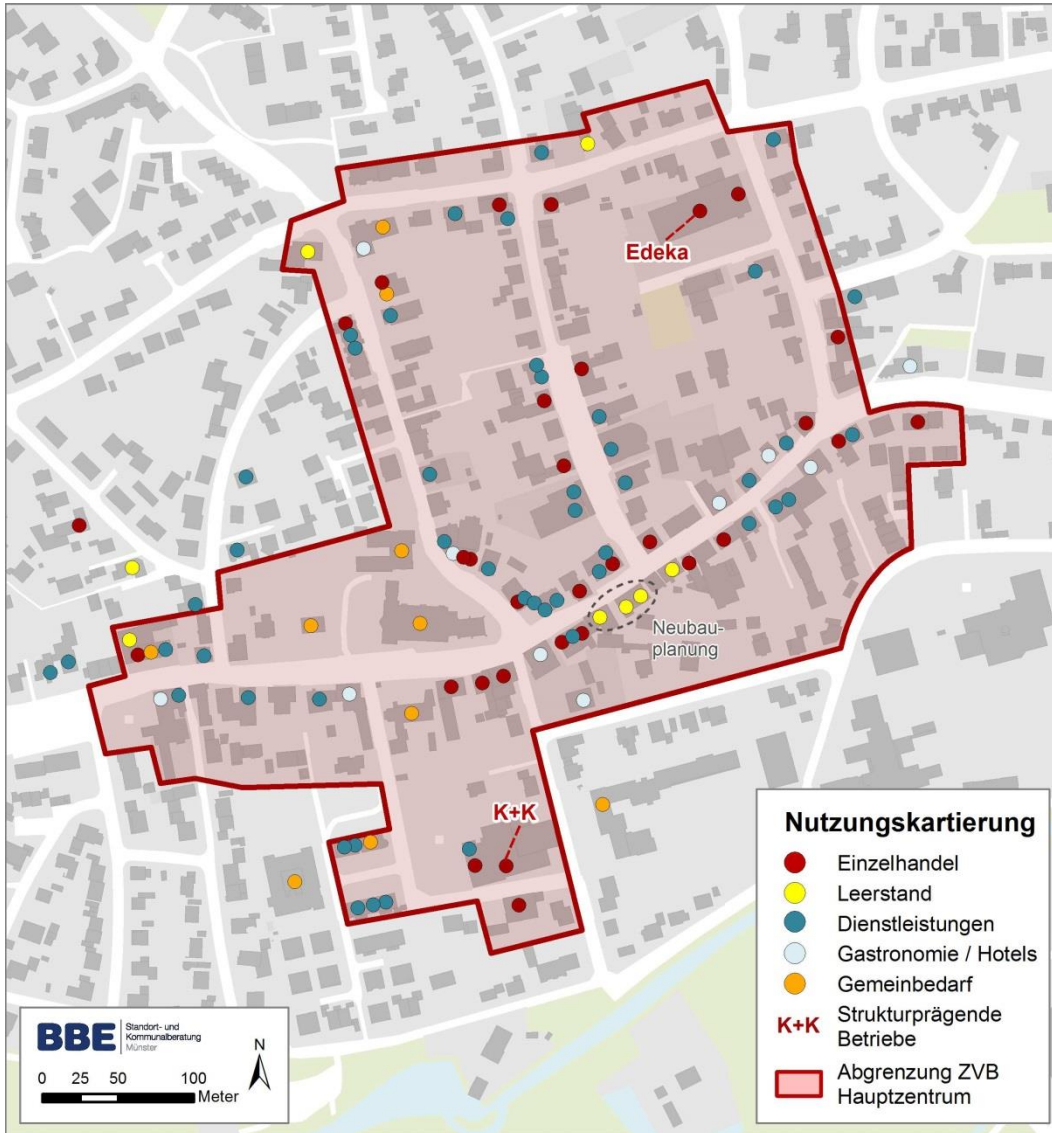
Situationsanalyse

▶ Zentren- und Standortkonzept

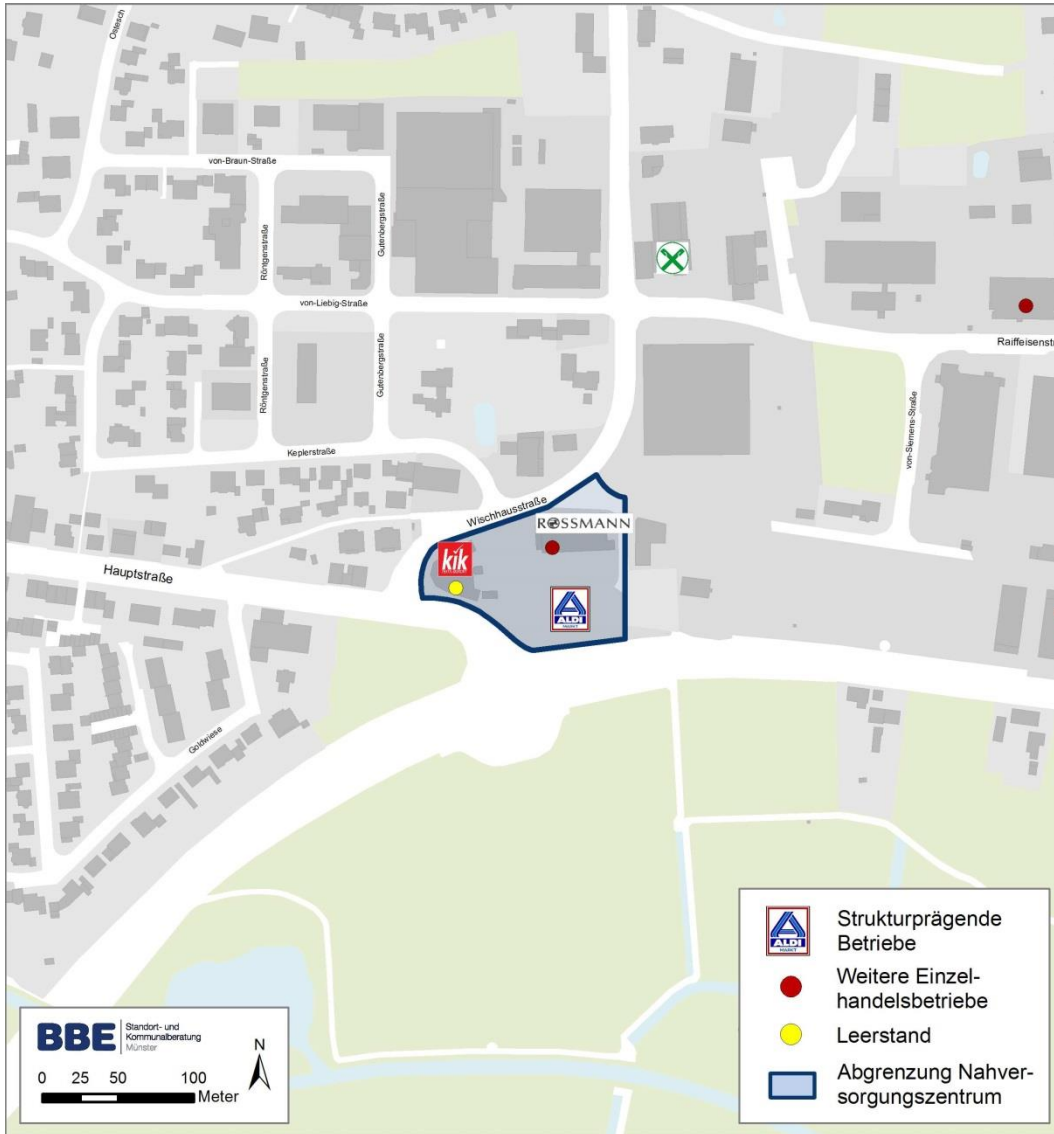
Örtliche Sortimentsliste

Ansiedlungsregeln

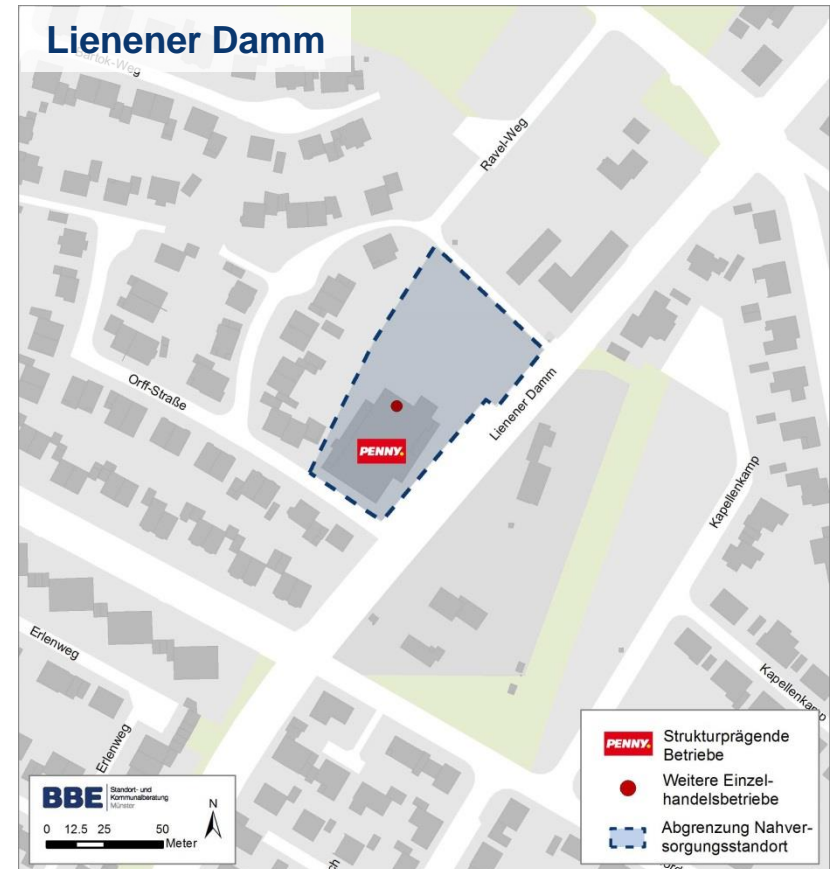




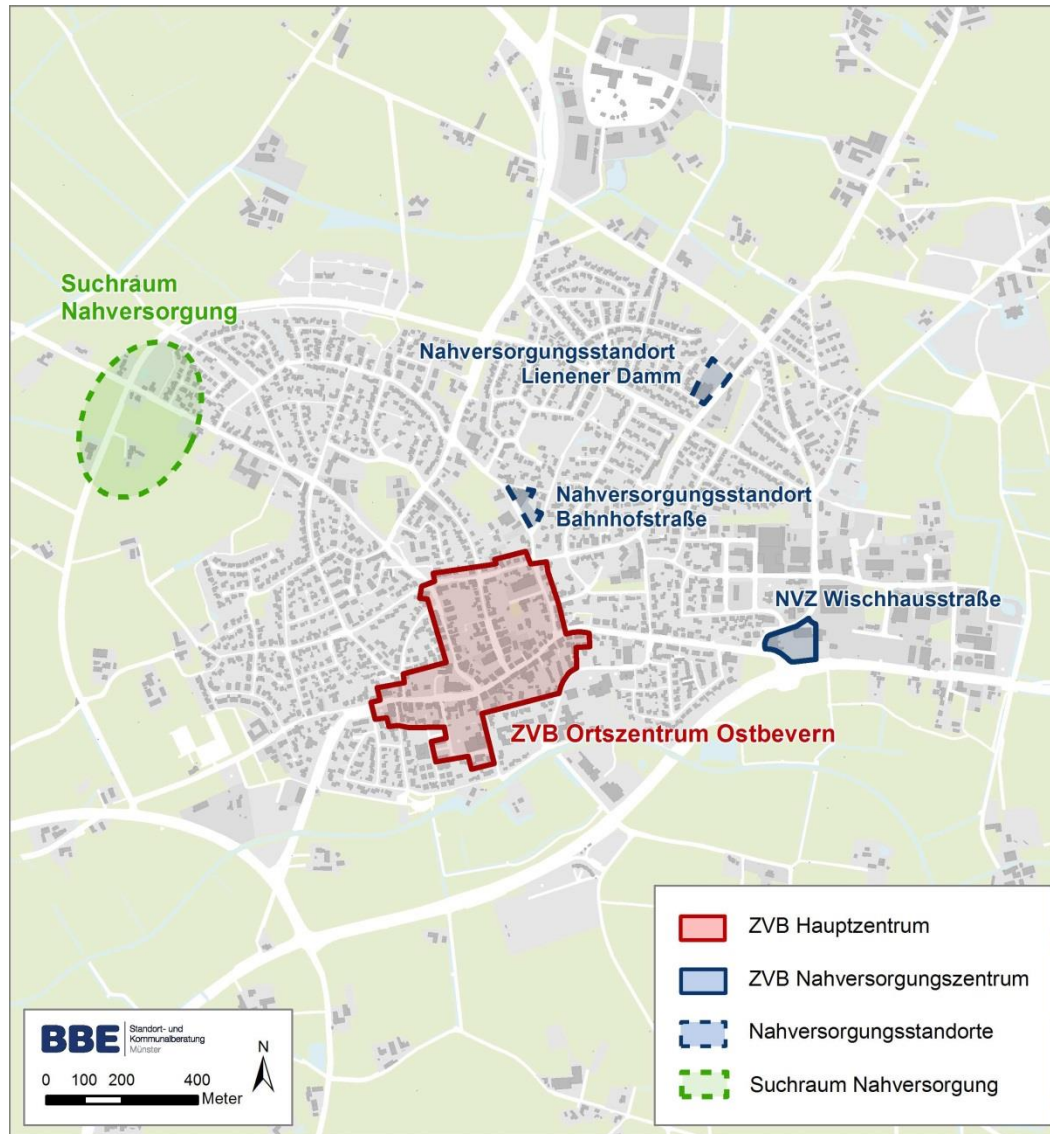
- **Ziel:** Stärkung und Sicherung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums von Ostbevern
 - Stärkung der nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb des Ortszentrums
 - Standort des (großflächigen) zentrenrelevanten Einzelhandels
 - Einbindung eines frequenzsteigernden Magnetbetriebes unmittelbar im Ortskern wünschenswert, auch zur Stärkung kleinerer Ladeneinheiten
 - Realisierung großflächiger Einzelhandelsstrukturen eher schwierig
- mittelfristige Verfügbarkeit entsprechender Flächen?



- **Ziel:** Sicherung und Stärkung der bestehenden Versorgungsfunktion im Bereich Nahversorgung
- Entwicklungen im Rahmen des geltenden B-Planes
- Keine weiteren Ansiedlungen zentrenrelevanter Sortimentsgruppen
- Städtebauliche Aufwertung der Ortseingangslage durch aktuelle Erweiterungen



- **Ziel:** Sicherung und verträgliche (Weiter-)Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen an dezentralen, wohngebietsorientierten Standorten zur flächendeckenden Grundversorgung
- Angemessene Arrondierungen zur Beibehaltung marktfähiger Betriebsformate





Situationsanalyse

Zentren- und Standortkonzept

Örtliche Sortimentsliste

Ansiedlungsregeln



- 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

Sortimentsgruppe

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

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

Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf *

Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)

* auch zentrenrelevantes Leitsortiment lt. LEP NRW

Sortimentsgruppe

medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
 Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
 Bücher
 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)
 keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
 Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
 Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
 Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielkonsolen)
 Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
 Sportbekleidung und -schuhe
 elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
 Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
 Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
 Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielkonsolen)
 bespielte Ton- und Bildträger
 Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
 Uhren und Schmuck

Sortimentsgruppe

Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
 Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
 Zeitschriften und Zeitungen
 Antiquariate
 Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
 zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
 Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
 Künstler- und Bastelbedarf
 Musikinstrumente und Musikalien
 Pokale, Vereinsbedarf
 Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
 Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
 Vorhänge und Gardinen
 elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
 Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
 Briefmarken, Münzen

Sortimentsgruppe

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

* Aufzählung beispielhaft, Liste nicht abschließend

** Einordnung als zentrenrelevant in Sortimentsliste 2009



Situationsanalyse

Zentren- und Standortkonzept

Örtliche Sortimentsliste


▶ Ansiedlungsregeln

Grundsätze

- Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortiments-schwerpunkt nur in ZVB
- Großflächige Nahversorgungseinrichtungen nur in 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



Einzelhandelskonzept → räumlich-funktionale Entwicklung des großflächigen Einzelhandels (> 800 qm) zur Sicherung und Entwicklung schützenswerter Bereiche (z. B. Stärkung der ZVB)



These → die städtebaulichen Folgewirkungen eines Geschäfts mit 799 qm VKF sind vergleichbar mit denen eines Geschäfts mit 801 qm VKF!

Offener Punkt → sollen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes planungsrechtliche Empfehlungen auch zur räumlich-funktionalen Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels definiert werden?

➔ **Nein, keine Empfehlungen = keine Steuerung → Gefahr des Zuwiderlaufens avisierter Zielsetzungen (wie die Ortskernstärkung)**

➔ **Ja, Empfehlungen = Steuerung möglich**

Gemeinde Ostbevern gesamt (48 Betriebe, 11.040 qm ; Ø 230 qm) = „Ostbevrner Laden“

Bearbeitung durch

**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

Dipl.-Ing. Christian Paasche

Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch