



KÖLN-LEIPZIG-LÖBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

Einzelhandelskonzept für die Stadt Herten

Fortschreibung 2011 unter Berücksichtigung des § 24a LEPro NRW und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen (2008)



CIMA Beratung + Management GmbH
Eupener Str. 150
50933 Köln

Tel.: 0221-937 296 20
Fax: 0221-937 296 21
E-Mail: cima.koeln@cima.de
Internet: www.cima.de

Bearbeiter:
Dipl.-Geogr. Michael Karutz
Dipl.-Geogr. Matthias Hartmann

Köln, im Januar 2011



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Tourismus



© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA GmbH als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Der Bericht fällt unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Weitergabe, Vervielfältigung und Ähnliches durch andere als den Auftraggeber, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH, Köln.

Die Urheberrechte des verwendeten Kartenmaterials der DTK 5 liegen bei der Stadt Herten.

INHALTSVERZEICHNIS

1	VORBEMERKUNGEN	7		
1.1	Aufgabenstellung	7		
1.2	Methodik	8		
2	STANDORT HERTEN UND EINZUGSGEBIET DES ÖRTLICHEN EINZELHANDELS	9		
2.1	Lage, Verflechtungen, Wirtschaftsstruktur	9		
2.2	Abgrenzung des Marktgebiets	12		
2.3	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Marktgebiet des Hertener Einzelhandels	15		
3	REGIONALER WETTBEWERB	17		
3.1	Gelsenkirchen-Buer	17		
3.2	Gelsenkirchen, Innenstadt	18		
3.3	Recklinghausen, Innenstadt	18		
3.4	Marl, Marler Stern	19		
3.5	CentrO., Oberhausen	20		
4	EINZELHANDELSSTRUKTUREN IN DER STADT HERTEN	21		
4.1	Stadtgebiet insgesamt	21		
4.2	Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten	25		
4.2.1	Vorbemerkung	25		
4.2.2	Entwicklungsdynamik im Stadtgebiet insgesamt	26		
4.2.3	Entwicklungsdynamik in der Hertener Innenstadt (2006 – 2010)	29		
4.3	Einzelhandelsstrukturen in der Hertener Innenstadt	31		
4.4	Einzelhandelsstrukturen in den Hertener Stadtteilen	33		
4.4.1	Herten – Mitte	35		
4.4.2	Westerholt	35		
4.4.3	Bertlich	35		
4.4.4	Disteln	35		
4.4.5	Paschenberg	39		
4.4.6	Langenbochum	39		
4.4.7	Scherlebeck	39		
4.4.8	Herten-Süd	39		
5	HANDELSZENTRALITÄTEN UND KAUFKRAFTSTRÖME IN DER STADT HERTEN	43		
5.1	Handelszentralitäten in der Stadt Herten insgesamt	43		
5.2	Handelszentralitäten in den Hertener Stadtteilen	47		
5.3	Kaufkraftstrombilanz, Kaufkraftzu- und -abflüsse	48		
6	ZUR NAHVERSORGUNGSSITUATION IN DER STADT HERTEN	50		
6.1	Nahversorgung in der Stadt Herten insgesamt	50		
6.2	Nahversorgung in den Hertener Stadtteilen	51		
7	ZUR ABGRENZUNG VON ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHEN IN DER STADT HERTEN	54		
7.1	Funktion und Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen	54		
7.1.1	Erfordernis der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche nach BauGB und BauNVO	54		

7.1.2	Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche, auch unter Berücksichtigung des § 24a LEPro NRW	56
7.1.3	Bewertung der Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche - Zum Begriff der schädlichen Auswirkungen	60
7.2	Hierarchie und Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Herten	61
7.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte im Überblick	61
7.2.2	Zentraler Versorgungsbereich „Herten, Innenstadt“	64
7.2.3	Zentraler Versorgungsbereich „Westerholt“	67
7.2.4	Zentraler Versorgungsbereich „Disteln“	70
7.2.5	Zentraler Versorgungsbereich „Langenbochum“	75
7.2.6	Zentraler Versorgungsbereich „Scherlebeck“	78
7.2.7	Zentraler Versorgungsbereich „Herten-Süd“	81
7.2.8	Fachmarkttagglomeration gem. § 24a (5) LEPro NRW: Fachmarkttagglomeration Bertlich	84

8 HERTENER LISTE 86

8.1	Ableitung der Hertener Liste	86
-----	------------------------------	----

9 SYNOPTISCHE ZUSAMMENFASSUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTE UND MAßGEBLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN 91

9.1	Handlungsempfehlungen für die Innenstadt	92
9.2	Handlungsempfehlungen zur Absicherung der Nahversorgung in den Stadtteilen	92
9.3	Handlungsempfehlungen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	93

10 ANHANG 94	
10.1	Bestimmung des Marktgebiets und des Nachfragepotenzials 94
10.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation 95
10.3	Abgrenzung von Betriebstypen 96
10.4	Glossar 97

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Stadtgebiet Herten	9	Abb. 22: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Bertlich	38
Abb. 2: Bevölkerung in der Stadt Herten nach Stadtteilen	10	Abb. 23: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Disteln	38
Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Herten 1989-2009	10	Abb. 24: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Paschenberg	40
Abb. 4: Bevölkerungsvorausberechnung für die Stadt Herten 2010-2030	11	Abb. 25: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Langenbochum	40
Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich	11	Abb. 26: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Scherlebeck	41
Abb. 6: Marktgebiet des Hertener Einzelhandels	14	Abb. 27: Einzelhandelsstrukturen in Herten-Süd	42
Abb. 7: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Marktgebiet der Stadt Herten (in Mio. €)	15	Abb. 28: Handelszentralitäten im Einzelhandel in der Stadt Herten	43
Abb. 8: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in den Hertener Stadtteilen nach Warengruppen (in Mio. €)	16	Abb. 29: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten in der Stadt Herten in der Rangfolge der Sortimente	44
Abb. 9: Gelsenkirchen-Buer, Haupteinkaufsbereich	17	Abb. 30: Handelszentralitäten in den Hertener Stadtteilen	47
Abb. 10: Recklinghausen, Innenstadt	19	Abb. 31: Kaufkraftstrombilanz für die Stadt Herten (in Mio. €)	48
Abb. 11: Shopping-Center „Marler Stern“	19	Abb. 32: Kaufkraftzuflüsse in die Stadt Herten (in Mio. €)	49
Abb. 12: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Herten	23	Abb. 33: Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Herten (in Mio. €)	49
Abb. 13: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet Herten	24	Abb. 34: Kaufkraftstrombilanz für die Warengruppe „Lebensmittel, Reformwaren (in Mio. €)	50
Abb. 14: Umsatzverteilung nach Warengruppen im Stadtgebiet Herten	25	Abb. 35: Nahversorgungssituation in der Stadt Herten	51
Abb. 15: Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten	26	Abb. 36: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ in den Stadtteilen der Stadt	52
Abb. 16: Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten (2006-2010)	28	Abb. 37: Zur Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche und ihrer planungsrechtlichen Verankerung	57
Abb. 17: Einzelhandelsdynamik in der Herten Innenstadt (2006-2010)	30	Abb. 38: Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Herten	63
Abb. 18: Einzelhandelsstrukturen in der Hertener Innenstadt	32	Abb. 39: Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum); Kartierung Einzelhandel	65
Abb. 19: Einzelhandelsstrukturen in den Hertener Stadtteilen	34	Abb. 40: Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum); Kartierung komplementärer Nutzungen	66
Abb. 20: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Herten - Mitte	36		
Abb. 21: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Westerholt	37		

Abb. 41: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum); Kartierung Einzelhandel	68
Abb. 42: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum); Kartierung Komplementärnutzungen	69
Abb. 43: Zur konzeptionellen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs ‚Disteln‘	72
Abb. 44: Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel	73
Abb. 45: Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum); Kartierung komplementärer Nutzungen	74
Abb. 46: Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel	76
Abb. 47: Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen	77
Abb. 48: Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel	79
Abb. 49: Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen	80
Abb. 50: Zentraler Versorgungsbereich Herten-Süd (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel	82
Abb. 51: Zentraler Versorgungsbereich Herten-Süd (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen	83
Abb. 52: Fachmarkt- / Standortagglomeration ‚Bertlich‘	85
Abb. 53: Liste zentrenrelevanter Sortimente in Herten (abschließend)	89
Abb. 54: Einzelhandelskonzept für die Stadt Herten – Synoptische Zusammenfassung	91
Abb. 55: Standorte Lebensmittelmärkte und deren 700 m Einzugsbereich	93

Abb. 56: CIMA-Warengruppen

95

1 VORBEMERKUNGEN

1.1 Aufgabenstellung

Die CIMA GmbH hat im Oktober 2006 ein Einzelhandelsgutachten unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgung im Hertener Stadtteil Langenbochum vorgelegt. Dieses Gutachten wurde durch die Stadt Herten als gesamtstädtisches Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept verabschiedet.

Vor dem Hintergrund veränderter städtebaulicher Entwicklungsstrategien mit Stärkung der Innenstadt sowie des Verzichts auf die Etablierung einer leistungsstarken Nahversorgungs- und Fachmarkttagglomeration auf dem Areal von Schacht 3/4/7 der ehemaligen Zeche Schlägel & Eisen sowie einer Entscheidung des OVG Münster zum seinerzeit abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich im Stadtteil Disteln ist eine Fortschreibung und Weiterentwicklung des Einzelhandelskonzeptes erforderlich. Anlass hierzu sind darüber hinaus die Veränderung der landesplanerischen Rahmenbedingungen durch Inkrafttreten des § 24a LEPro NRW im Juli 2007 sowie die Aktualisierung des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen im September 2008 und aktueller fortführender Rechtsprechung zum § 24a LEPro NRW.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden Grundlagen für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet von Herten geschaffen. Als Beurteilungsgrundlage sind folgende Befunde von Bedeutung:

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels in der Stadt Herten auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels. Darüber hinaus werden die Einzelhandelsstrukturen ebenso wie die komplementären Nutzungen in den abzugrenzenden Zentralen Versorgungsbe-reichen kartographisch dokumentiert.
- Darstellung und Bewertung des regionalen Wettbewerbs vor dem Hintergrund der erforderlichen Abgrenzung des Marktgebiets des Hertener Einzelhandels,
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Stadt Herten und ihrem Einzugsbereich.
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten sowie der Kaufkraftzu- und -abflüsse,
- Fortschreibung eines Einzelhandelsstandortkonzeptes für die Stadt Herten auf Basis der Empfehlungen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes und aktueller Standortentwicklungen (Leitziele und räumliche Entwicklungsstrategien).
- Überprüfung der vorgenommenen Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Herten unter Berücksichtigung einer Zentrenhierarchie mit Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentrum entsprechend der Vorgaben des § 24a LEPro NRW und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen.
- Aktualisierung der Hertener Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben des § 24a LEPro NRW und aktueller Rechtsprechung.

- Ergänzende Steuerungsempfehlungen zum großflächigen Einzelhandel in der Stadt Herten auf Basis des § 24a LEPro NRW (Definition von Ergänzungs- und Sonderstandorten).

1.2 Methodik

Grundlage der vorliegenden Fortschreibung ist die vollständige Erfassung und Aktualisierung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Herten. Die entsprechenden Erhebungen im Stadtgebiet wurden im September 2010 durchgeführt.

Alle relevanten Kaufkraftanalysen basieren auf den Einwohnerdaten der Stadt Herten vom September 2010. Basis ist die Statistik nach den Stadtteilen bzw. Siedlungsbereichen.

2 STANDORT HERTEN UND EINZUGSGEBIET DES ÖRTLICHEN EINZELHANDELS

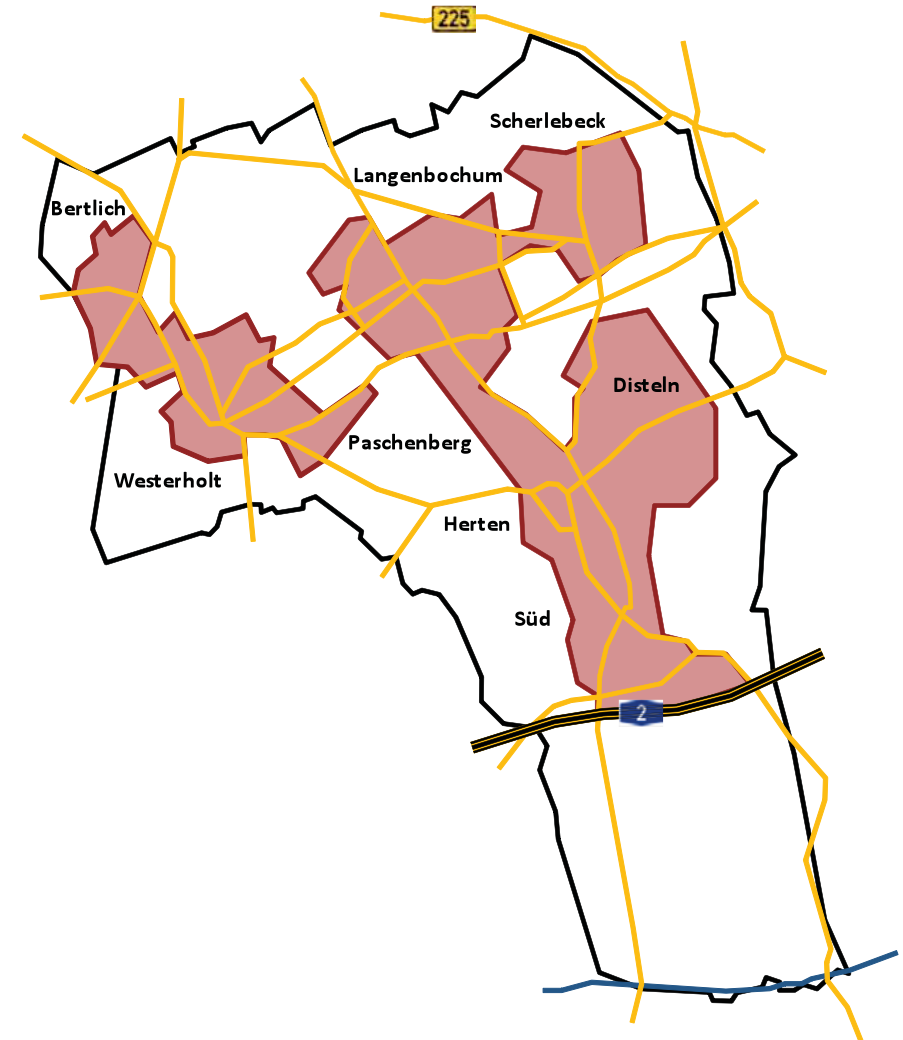
2.1 Lage, Verflechtungen, Wirtschaftsstruktur

Die Stadt Herten mit ihren 9 Stadtteilen liegt im nördlichen Ruhrgebiet in der ‚vestischen Zone‘ zwischen den Städten Gelsenkirchen und Recklinghausen im Kreis Recklinghausen. Außerdem grenzt die Stadt im Süden an die Stadt Herne sowie die Stadt Marl im Norden. In der Landesplanung hat die Stadt den Status eines Mittelzentrums. Die Versorgungsfunktion ist primär auf das eigene, polyzentrisch strukturierte Stadtgebiet orientiert.

Die überregionale Erschließung des Stadtgebiets erfolgt über die durch das Stadtgebiet führende Bundesautobahn A 2 mit der Anschlussstelle „Herten“, über die östlich bzw. südlich am Stadtgebiet vorbeiführenden A 42 und A 43 sowie über die nördlich verlaufende Bundesstraße B 225. Die Entfernungen zu den Innenstädten der angrenzenden Mittelzentren Gelsenkirchen (Zentrum Buer) und Recklinghausen sind mit jeweils weniger als 5 km gering. Die nächsten Oberzentren liegen mit Bochum (rd. 15 km südlich) und Dortmund (rd. 35 km östlich) ebenfalls innerhalb von ca. 30 Minuten Fahrzeit.

In der Stadt Herten lebten im September 2010 62.848 Einwohner. Die höchsten Einwohneranteile entfallen mit jeweils über 11.000 Einwohnern (bzw. rd. 18 %) auf die Stadtteile Herten-Mitte und Herten-Süd.

Abb. 1: Stadtgebiet Herten



Quelle: CIMA GmbH (2010).

Abb. 2: Bevölkerung in der Stadt Herten nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner (total)	Einwohneranteil (in %)
Herten-Mitte	8.676	13,8
Westerholt	11.029	17,5
Disteln	7.094	11,3
Langenbochum	8.116	12,9
Herten-Süd ¹	11.370	18,1
Scherlebeck	6.908	11,0
Bertlich	3.564	5,7
Paschenberg	6.091	9,7
Insgesamt	62.848	100,0

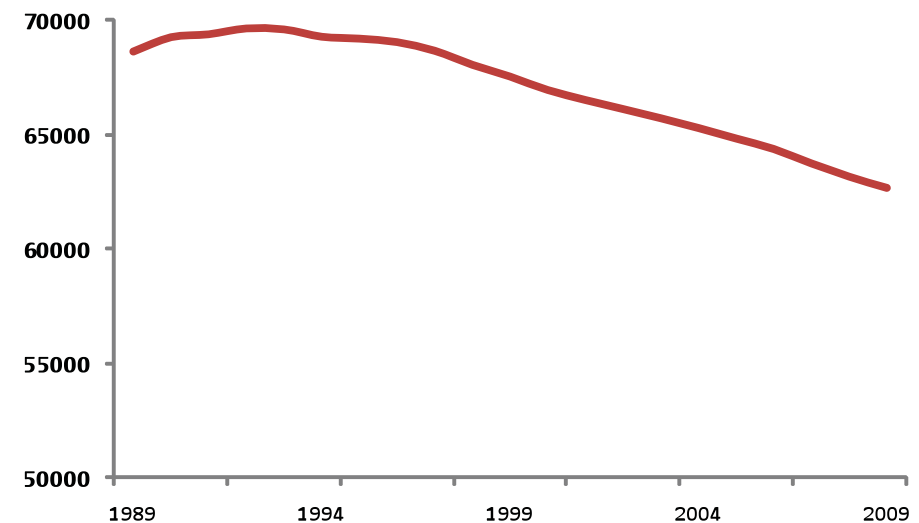
Quelle: Stadt Herten (Stand: 30.09.2010)

Die Arbeitslosigkeit liegt in Herten deutlich über dem Bundes- und Landesdurchschnitt. Die Geschäftsstelle Herten der Arbeitsagentur Herten veröffentlichte für Oktober 2010 eine Arbeitslosenquote von 11,0 %. (Oktober 2009 = 10,8 %). Im Vergleich dazu lag die Arbeitslosenquote zum gleichen Zeitpunkt in Nordrhein-Westfalen bei 8,2 % und in der Bundesrepublik bei 7,0 %. Gegenüber 2006 hat die Arbeitslosenquote allerdings erheblich abgenommen: Zum damaligen Zeitpunkt lag sie bei 15,4 %. Die Entlastungseffekte sind deutlich spürbar.

¹ Im vorliegenden Gutachten werden die beiden Stadtteile „Herten-Südost“ und „Herten-Südwest“, analog zum Einzelhandelsgutachten aus 2006, zum Siedlungsbereich „Herten-Süd“ zusammengefasst.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten (am Arbeitsort) in Herten hat in den letzten fünf Jahren erfreulicherweise deutlich zugenommen. Lag sie 2005 noch bei rd. 13.200, so waren Mitte 2009 insgesamt 14.932 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (am Arbeitsort) zu verzeichnen, eine Zunahme um 11,5 %.

Abb. 3: Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Herten 1989-2009

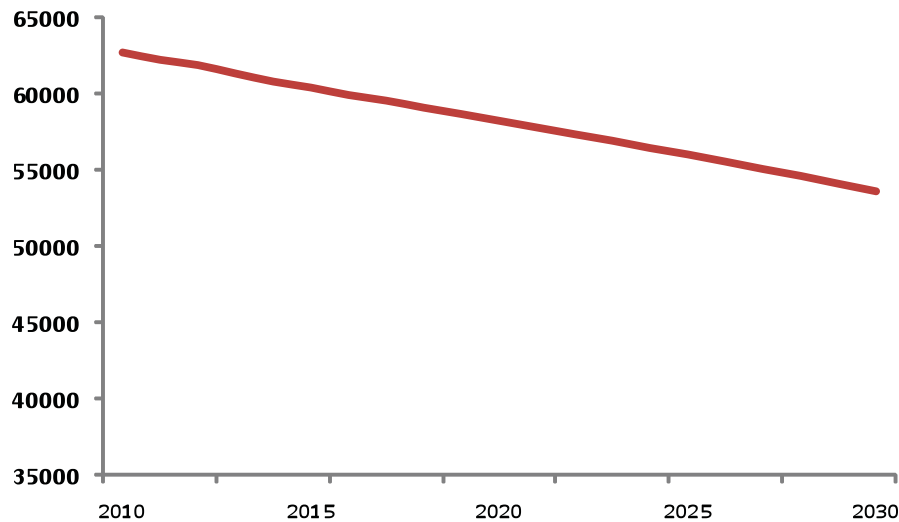


Quelle: Landesbetrieb IT Nordrhein-Westfalen (2010).

Die Bevölkerungsentwicklung in Herten hat in den vergangenen 20 Jahren einen negativen Trend vollzogen: Von 1989-2009 ist eine Abnahme der Bevölkerung von 66.930 auf 62.639 Einwohner (= -8,7 %) zu konstatieren (vgl. Abb. 3). Auch für die Zukunft wird sich der Trend weiter fortsetzen. In der Bevölkerungsvorausberechnung ist bis 2030 von einer weiteren Bevölkerungsabnahme

um 14,5 % auszugehen (vgl. Abb. 4).² Somit wird sich die Nachfrageplattform für den Hertener Einzelhandel absehbar weiter verschmälern.

Abb. 4: Bevölkerungsvorausberechnung für die Stadt Herten 2010-2030



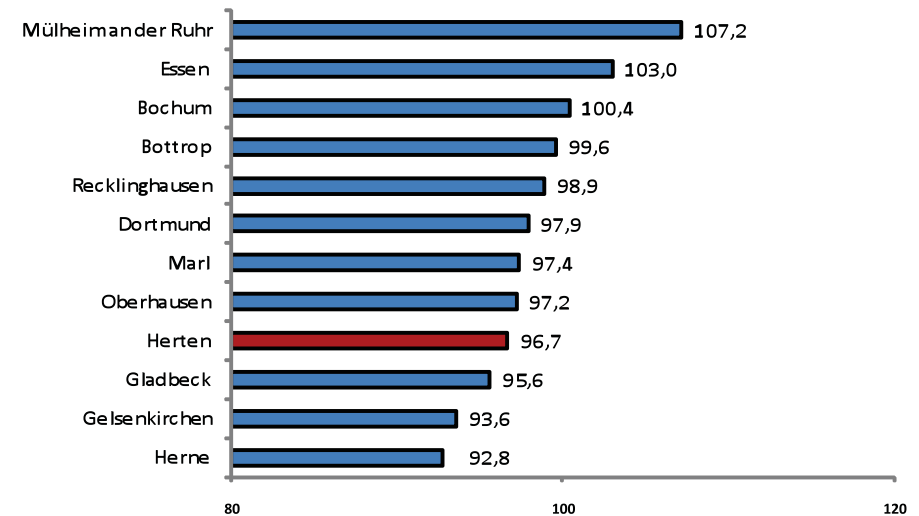
Quelle: Landesbetrieb IT Nordrhein-Westfalen (2010).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt in der Stadt Herten mit 96,7 leicht unter dem Bundesdurchschnitt (Bund = 100) und hat sich gegenüber 2006 nur kaum verändert (2006: 96,4). Im regionalen Vergleich liegt Herten im unteren Mittelfeld, nur für die Mittelzentren Gelsenkirchen, Gladbeck und Herne wer-

² Quelle: Landesbetrieb IT Nordrhein-Westfalen (2010).

den noch geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern ausgewiesen. (vgl. Abb. 5).

Abb. 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im regionalen Vergleich³



Quelle: MB-Research (2010). Eigene Darstellung.

Zu beachten ist, dass es im Stadtgebiet Herten auch weiterhin deutliche Kaufkraftunterschiede gibt. Aufgeschlüsselt nach Postleitzahlenbereichen wird deutlich, dass die nördlichen bzw. westlichen Stadtteile Bertlich, Langenbochum, Scherlebeck und Westerholt (PLZ 45701) mit 99,2 über eine deutlich

³ Bundesrepublik = 100

höhere Kaufkraft verfügen als die östlichen bzw. südlichen Stadtteile Disteln, Herten-Mitte, Paschenberg, Süd-Ost und Süd-West (PLZ 45699) mit 94,4.

2.2 Abgrenzung des Marktgebiets

Das Marktgebiet des Einzelhandels in Herten wird durch folgende Faktoren beeinflusst:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet von Herten,
- Angebotsqualität des Einzelhandels in der Stadt Herten sowie in den unmittelbaren angrenzenden Wettbewerbsstandorten Recklinghausen, Gelsenkirchen, Marl, Herne und Bochum sowie den überregionalen Shopping-Center Standorten CentrO. und RUHRPARK.
- Verteilung der Bevölkerung in der Kommune unter Berücksichtigung langfristig etablierter, traditioneller Einkaufsorientierungen,
- örtliche und regionale Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- arbeits- und ausbildungsbedingte Pendlerverflechtungen,

- landsmannschaftliche und topographische Barrieren.

Vor dem Hintergrund der dargestellten räumlichen Strukturen sowie der zunehmenden räumlichen Konsummuster ist das Marktgebiet der Stadt Herten wie folgt abzugrenzen:

- **Zone I** umfasst das unmittelbare Gebiet der Stadt Herten mit derzeit 62.848 Einwohnern.⁴
- **Zone II** umfasst darüber hinaus angrenzende Siedlungsbereiche der unmittelbar angrenzenden Städte Gelsenkirchen und Marl, im Speziellen sind hier die Gelsenkirchener Stadtteile Hassel und Resse sowie der Marler Stadtteil Polsum zu nennen. Hieraus ergibt sich ein Marktpotenzial von ca. 16.600 Einwohnern.

Zudem besteht mit dem attraktiven Nahversorgungszentrum ‚Disteln‘ eine gewisse Sogwirkung auf den im Recklinghäuser Westen gelegenen Stadtteil ‚Hochlar‘.

⁴ Quelle: Stadt Herten (Stand: 30.09.2010).

Insgesamt ergibt sich vor diesem Hintergrund ein Marktgebiet mit einem Bevölkerungspotenzial von

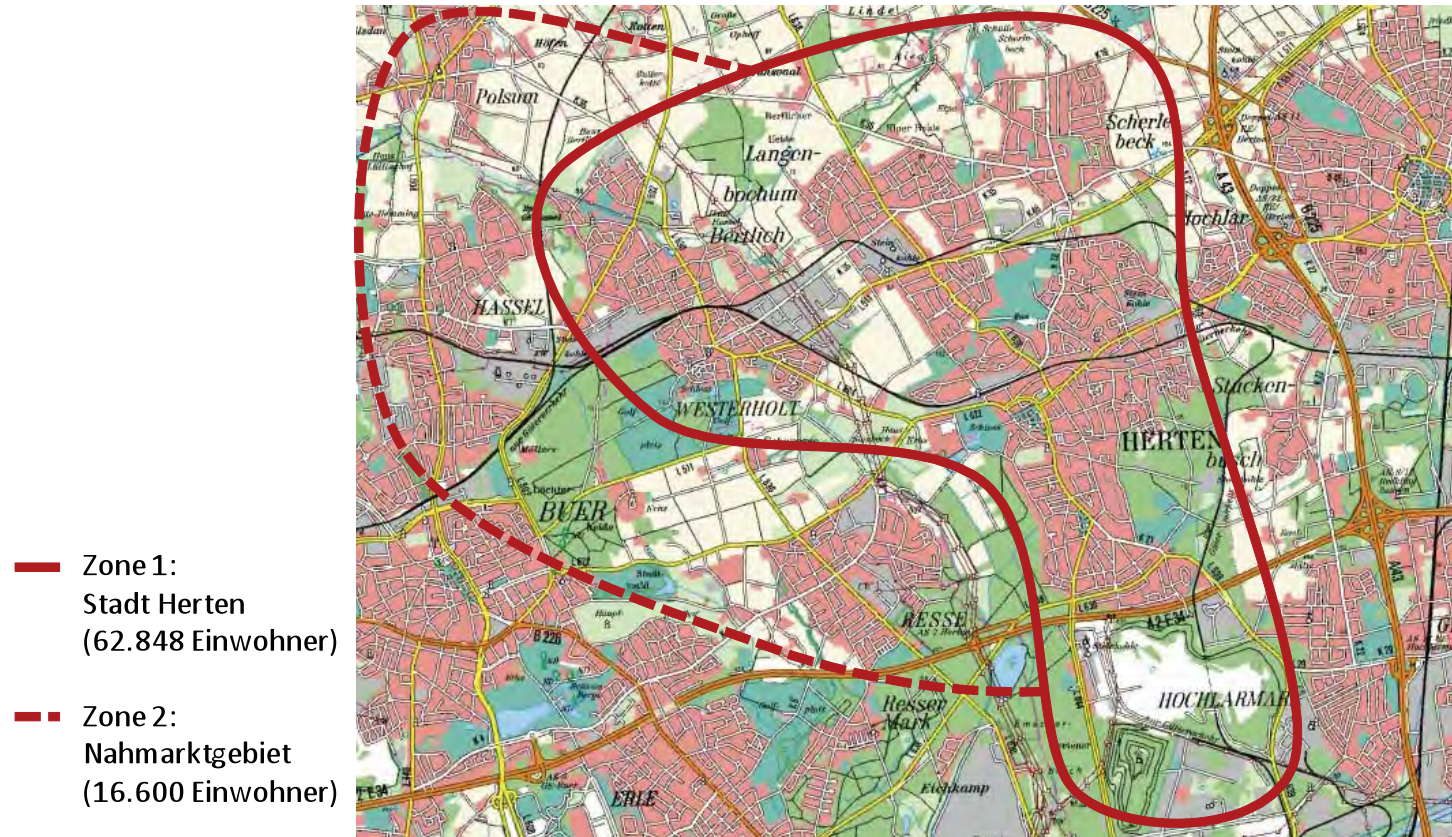
rd. 79.500 Einwohnern.

Somit ergibt sich keine Änderung zur Marktgebietsabgrenzung aus 2006. Es ist allerdings zu konstatieren, dass bedingt durch die Abnahme der Bevölkerung sowohl in Herten als auch in den dem Marktgebiet zugeordneten Stadtteilen der Städte Gelsenkirchen und Marl es zu einer leichten Abnahme des Bevölkerungspotenzials gegenüber 2006 gekommen ist (-0,6 %).

Die nachfolgende Abb. 6 zeigt die Abgrenzung des Marktgebietes des Hertener Einzelhandels.

Zusätzlich zum ausgewiesenen Bevölkerungspotenzial sind begrenzte Kaufkraftzuflüsse durch Besucher und Gäste der Stadt Herten zu berücksichtigen. In einer konservativen Annahme geht die CIMA GmbH hier von einer so genannten Potenzialreserve von 4 % aus.

Abb. 6: Marktgebiet des Hertener Einzelhandels



Quelle: CIMA GmbH (2010)

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Marktgebiet des Hertener Einzelhandels

Einschließlich der Potenzialreserve für diffuse Kaufkraftzuflüsse durch Besucher und Gäste errechnet sich für das im Kapitel 2.2 definierte Marktgebiet des Hertener Einzelhandels ein Nachfragevolumen von insgesamt

419,9 Mio. €.

Auf die Stadt Herten (Zone I) entfällt ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von

321,2 Mio. €.

Im Vergleich zum Jahr 2006 ist festzuhalten, dass beide Kennzahlen trotz rückläufiger Bevölkerungszahl leicht zugenommen haben (= rd. + 1,6 %). Unter Berücksichtigung inflatorischer Effekte hat das real verfügbare Einkommen in diesem Zeitraum sogar leicht abgenommen.

Die Differenzierung des Nachfragevolumens nach Warengruppen findet sich in der Abb. 7. Die Abb. 8 dokumentiert das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen differenziert nach den Hertener Stadtteilen.

Abb. 7: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen im Marktgebiet der Stadt Herten (in Mio. €)

CIMA Warengruppen	Zone I: Stadt Herten	Zone II: Nahmarktgebiet	Potenzial- reserve	Insgesamt
Täglicher Bedarf insgesamt	176,7	45,4	8,9	231,0
Lebensmittel, Reformwaren	122,5	31,5	6,2	160,1
Gesundheits-, Körperpflege	49,6	12,7	2,5	64,8
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.)	4,7	1,2	0,2	6,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	44,2	11,3	2,2	57,7
Bekleidung, Wäsche	29,1	7,5	1,5	38,0
Schuhe, Lederwaren	8,1	2,1	0,4	10,6
Uhren, Schmuck, Optik	7,0	1,8	0,4	9,1
Medien und Technik insgesamt	32,9	8,5	1,7	43,0
Bücher, Schreibwaren	8,1	2,1	0,4	10,6
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC	24,8	6,4	1,2	32,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	10,9	2,8	0,5	14,2
Sportartikel	4,4	1,1	0,2	5,7
Spielwaren	3,0	0,8	0,1	3,9
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	3,5	0,9	0,2	4,6
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	5,1	1,3	0,3	6,7
Einrichtungsbedarf insgesamt	22,8	5,9	1,1	29,9
Möbel, Antiquitäten	17,9	4,6	0,9	23,3
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	5,0	1,3	0,3	6,5
Baumarktspezifische Sortimente insgesamt	28,6	7,4	1,4	37,4
SUMME	321,2	82,5	16,2	419,9
EINWOHNER	62.848	16.600		79.448

Quelle: CIMA GmbH (2010)

Abb. 8: Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in den Hertener Stadtteilen nach Warengruppen (in Mio. €)

CIMA Warengruppen	Disteln	Langenbochum	Paschenberg	Herten-Mitte	Herten-Süd	Bertlich	Westerholt	Scherlebeck	Stadt Herten
Täglicher Bedarf insgesamt	19,5	23,4	16,7	23,8	31,2	10,3	31,8	19,9	176,7
Lebensmittel, Reformwaren	13,5	16,2	11,6	16,5	21,6	7,1	22,1	13,8	122,5
Gesundheits-, Körperpflege	5,5	6,6	4,7	6,7	8,8	2,9	8,9	5,6	49,6
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.)	0,5	0,6	0,4	0,6	0,8	0,3	0,8	0,5	4,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	4,9	5,9	4,2	6,0	7,8	2,6	8,0	5,0	44,2
Bekleidung, Wäsche	3,2	3,9	2,8	3,9	5,1	1,7	5,2	3,3	29,1
Schuhe, Lederwaren	0,9	1,1	0,8	1,1	1,4	0,5	1,5	0,9	8,1
Uhren, Schmuck, Optik	0,8	0,9	0,7	0,9	1,2	0,4	1,3	0,8	7,0
Medien und Technik insgesamt	3,6	4,4	3,1	4,4	5,8	1,9	5,9	3,7	32,9
Bücher, Schreibwaren	0,9	1,1	0,8	1,1	1,4	0,5	1,5	0,9	8,1
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC	2,7	3,3	2,4	3,3	4,4	1,4	4,5	2,8	24,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1,2	1,4	1,0	1,5	1,9	0,6	2,0	1,2	10,9
Sportartikel	0,5	0,6	0,4	0,6	0,8	0,3	0,8	0,5	4,4
Spielwaren	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5	0,2	0,5	0,3	3,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,4	0,5	0,3	0,5	0,6	0,2	0,6	0,4	3,5
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,6	0,7	0,5	0,7	0,9	0,3	0,9	0,6	5,1
Einrichtungsbedarf insgesamt	2,5	3,0	2,2	3,1	4,0	1,3	4,1	2,6	22,8
Möbel, Antiquitäten	2,0	2,4	1,7	2,4	3,2	1,0	3,2	2,0	17,9
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,5	0,7	0,5	0,7	0,9	0,3	0,9	0,6	5,0
Baumarktspezifische Sortimente insgesamt	3,2	3,8	2,7	3,9	5,1	1,7	5,2	3,2	28,6
SUMME	35,4	42,6	30,4	43,3	56,8	18,7	57,9	36,2	321,2
EINWOHNER	7.094	8.116	6.091	8.676	11.370	3.564	11.029	6.908	62.848

Quelle: CIMA GmbH (2010).

3 REGIONALER WETTBEWERB

Im Nachfolgenden werden die wichtigsten Wettbewerbsstandorte der Stadt Herten beschrieben. Es handelt sich um jene Innenstädte, die in relevantem Umfang auch Kaufkraft aus Herten binden können oder die, die eine so deutliche Attraktivität erreicht haben, dass Kaufkraftzuflüsse nach Herten sich in den letzten Jahren reduziert haben.

- Gelsenkirchen-Buer (Haupteinkaufsbereich), rd. 7 km westlich,
- Gelsenkirchen, Innenstadt (Haupteinkaufsbereich), rd. 15 km südwestlich,
- Recklinghausen, Innenstadt (Haupteinkaufsbereich), rd. 6 km östlich,
- Marl (Marler Stern), rd. 10 km nördlich.

3.1 Gelsenkirchen-Buer

Das Zentrum ‚Gelsenkirchen-Buer‘ übernimmt Versorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet von Gelsenkirchen nördlich des Rhein-Herne-Kanals sowie den Stadtteil Gelsenkirchen-Horst. Zum Kerneinzugsbereich zählen die Stadtteile Hassel und Scholven. Traditionell bestehen darüber hinaus Einkaufsverflechtungen von Gladbeck sowie den Hertener Stadtteilen Westerholt und Bertlich nach Gelsenkirchen-Buer. Ebenso besteht eine gewisse Kaufkraftbindung aus dem Marler Stadtteil Polsum.

Der Haupteinkaufsbereich des Zentrums ‚Gelsenkirchen-Buer‘ konzentriert sich von Norden nach Süden entlang der Hochstraße zwischen der St. Urbanus Kirche und dem Goldbergplatz, parallel zur Landesstraße L 608. Ergänzende

Angebotslagen sind die Zugangslagen Blindestraße, Hagenstraße und Luciagasse sowie Rottmannsieve.

Abb. 9: Gelsenkirchen-Buer, Haupteinkaufsbereich



Linke Abb.: Haupteinkaufslage Hochstraße; Rechte Abb.: Qualitätslage Luciagasse mit Ladenleerstand und markenorientiertem Bekleidungs Einzelhandel. Quelle: CIMA GmbH (2010).

Insgesamt finden sich im Haupteinkaufsbereich rd. 38.000 m² Verkaufsfläche. Magnetbetriebe sind die Bekleidungshäuser C & A, SINNLEFFERS (mit zwei Standorten), H&M, der Elektrofachmarkt SATURN sowie das Buchkaufhaus MAYERSCHER BUCHHANDLUNG.

Bedingt durch die Schließung des Warenhauses HERTIE sowie des Bekleidungshauses KARSTADT SPORT hat die Innenstadt von Buer in den letzten Jahren einen spürbaren Bedeutungsverlust erlitten, der mit der Neuetablierung von H&M nur partiell ausgeglichen werden konnte.

Die Etablierung eines REWE Verbrauchermarktes am St. Urbanus-Kirchplatz hat zu wieder verbesserten Passantenfrequenzen in diesem Standortbereich geführt.

3.2 Gelsenkirchen, Innenstadt

Schwerpunkt des Einzelhandelsbesatzes in der Gelsenkirchener Innenstadt ist die Bahnhofstraße, die sich von Süden nach Nordwesten als Fußgängerzone erstreckt. Hier befindet sich der Großteil der insgesamt rd. 80.000 m² Verkaufsfläche. Maßgebliche Anbieter sind das Warenhaus GALERIA KAUFHOF, die Bekleidungshäuser C & A, ESPRIT, H & M, NEWYORKER sowie SCHMITZ. Mit der Ansiedlung von PRIMARK auf 5.390 m² Verkaufsfläche im ehemaligen ‚SinnLeffers‘-Kaufhaus sowie des Bekleidungshauses VÖGELE konnte die Textilkompetenz im Verlaufe des Jahres 2010 nachhaltig gestärkt werden. Ergänzt wird das Angebot durch das Buchkaufhaus MAYERSCHE BUCHHANDLUNG sowie den Drogeriefachmarkt MÜLLER im ehemaligen WEKA-Kaufhaus.

Ergänzt wird die Haupteinkaufslage durch die fußläufigen Zugangslagen Arminstraße und Klosterstraße sowie den Neumarkt und den Heinrich-König-Platz, von denen nach Süden die Ahstraße und nach Norden die Friedrich-Ebert-Straße abzweigt. Die ebenfalls vom Heinrich-König-Platz abzweigende Hauptstraße hat eher ‚Quartierscharakter‘ mit einem REWE Frischemarkt als maßgeblichen Frequenzbringer.

3.3 Recklinghausen, Innenstadt

Die Kreisstadt Recklinghausen liegt rd. 6 km östlich von Herten. Der innenstädtische Einzelhandel erstreckt sich auf ein verzweigtes, weitestgehend als Fußgängerzone ausgebautes Wegenetz innerhalb des mittelalterlichen Wallrings. Die innenstädtische Verkaufsfläche beläuft sich auf rd. 69.000 m². Einzelhandelsmagnete sind die Bekleidungshäuser HETTLAGE FASHION, C & A, P & C, H & M sowie das Warenhaus KARSTADT. Im Segment Unterhaltungselektronik

erzielt MEDIA MARKT im LÖHRHOF-CENTER eine starke regionale Kaufkraftbindung.

Die Haupteinkaufslagen in der Recklinghäuser Innenstadt sind Markt, Kunibertstraße, Breite Straße und Holzmarkt. Südlich des Marktes ist zu Beginn der achtziger Jahre das Löhrhof-Center mit einer Verkaufsfläche von rd. 12.000 m² etabliert worden. Es präsentiert sich bis heute als konsumig bis discounterorientiertes Center⁵. Es beherbergt u. a. H & M und MEDIA MARKT.

⁵ Derzeit noch rd. 9.500 m² vermietet.

Abb. 10: Recklinghausen, Innenstadt



CIMA GmbH (2010).

Haupteinkaufslage Kunibertstraße. Quelle:

In Planung ist die Realisierung der RECKLINGHAUSEN ARCADEN auf dem Areal des derzeit bestehenden Löhrhof-Center mit einer Verkaufsfläche von 25.000-30.000 m². Bei diesem Realisierungskonzept werden auch bisher von der Stadt Recklinghausen genutzte Verwaltungsgebäude in die Entwicklung einbezogen.

3.4 Marl, Marler Stern

Der Haupteinkaufsbereich in Marl-Mitte mit dem bereits mehrfach umgebauten und revitalisierten Shopping-Center „Marler Stern“ liegt rd. 10 km nördlich von Herten. Er übernimmt Versorgungsfunktion für die gesamte, polyzentrisch strukturierte Stadt Marl.

Abb. 11: Shopping-Center „Marler Stern“



Linke Abb.: MARLER STERN nach dem „Face Lifting“ 2007 / 2008; Rechte Abb.: Angegliedertes KAUFLAND SB-Warenhaus. Quelle: CIMA GmbH (2009).

Die Centeranlage war in den vergangenen Jahren immer wieder durch eine hohe Fluktuation des Geschäftsbesatzes gekennzeichnet. Erst mit der Ansiedlung des SB-Warenhauses KAUFLAND als Anbau und Erweiterung der Centeranlage mit gleichzeitiger Ansiedlung des Bekleidungskaufhauses H & M konnte eine gewisse Stabilität erreicht werden. Die Ansiedlung des Elektrofachmarktes SATURN im Standortumfeld des Shopping-Centers hat die Einkaufsattraktivität weiter erhöht. Insgesamt finden sich in Marl-Mitte rd. 20.000 m² Verkaufsfläche. Das Angebotsniveau ist im Schwerpunkt konsumig geprägt mit ergänzenden Angeboten im Discountsegment.

3.5 CentrO., Oberhausen

Das regionale Shopping-Center CentrO. liegt an der BAB 42 rd. 28 km südwestlich der Hertener Innenstadt. Die 1996 eröffnete Centeranlage verfügt nach zwei Verkaufsflächenarrondierungen über eine Einzelhandelsverkaufsfläche von rd. 80.000 m². Zusätzlich zu berücksichtigen sind rd. 21.000 m² Nutzfläche im Segment Gastronomie im Bereich der ‚Oase‘ und der Promenade. Ankermieter sind GALERIA KAUFHOF, die Bekleidungshäuser C&A, SinnLeffers, H&M sowie das Elektrokaufhaus SATURN. Im Rahmen einer projektierten und bereits landesplanerisch genehmigten Verkaufsflächenerweiterung um rd. 23.000 m² soll ein P&C Bekleidungshaus mit einer Verkaufsfläche von rd. 7.000 m² etabliert werden. Die Realisierung dieser Verkaufsflächenerweiterung ist jedoch vor dem Hintergrund der Wirtschafts- und Finanzkrise 2009 / 2010 verschoben worden. Das GALERIA KAUFHOF Warenhaus hat seine Verkaufsflächen mittlerweile erweitert. Mit der neuerlichen Erweiterung des CentrO. wird jetzt für das Jahr 2011 gerechnet.

4 EINZELHANDELSSTRUKTUREN IN DER STADT HERTEN

4.1 Stadtgebiet insgesamt

Die CIMA GmbH hat im August 2010 die Einzelhandelserhebung aus 2006 umfassend aktualisiert und fortgeschrieben. Jeder Einzelhandelsbetrieb wurde mit Adresse, Verkaufsfläche und Sortimentsstruktur erfasst. Zusätzlich wurden die gewonnenen Daten durch die Stadt Herten für die weiteren Bearbeitungsschritte georeferenziert.

Insgesamt wurde bei der Einzelhandelserhebung in der Stadt Herten

- **381 Betriebe** erfasst, die auf
- **79.045 m² Gesamtverkaufsfläche** insgesamt
- **278,5 Mio. € Einzelhandelsumsatz** erzielen.

Die warengruppenspezifische Differenzierung kann der Abb. 12 entnommen werden. Folgende Befunde sind dabei besonders hervorzuheben:

- Die dominierende Hauptwarengruppe im Hertener Einzelhandel ist der „Periodische Bedarf“ mit über der Hälfte aller Betriebe im Stadtgebiet (51,4 %) sowie den höchsten Anteilen bei Verkaufsfläche (39,5 %) und Umsatz (65,0 %). Innerhalb dieser Hauptwarengruppe hat die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ die höchsten Anteile sowohl bei den Verkaufsflächen (30,8 %) als auch beim Umsatz (45,8 %). Gegenüber 2006 haben sich die Werte weiter erhöht. Ursache hierfür ist in erster Linie die Ansiedlung zusätzlicher Lebensmitteldiscounter im Stadtgebiet. Die insge-

samt bereits gute Nahversorgungssituation ist noch weiter ausgebaut worden.

- Mit dem Hauptwarengruppen „Einrichtungsbedarf“ und „Baumarktspezifische Sortimente“ verfügen zwei Sortimentsgruppen aus dem langfristigen Bedarf mit 15,2 % bzw. 20,8 % über ebenfalls hohe Anteile an den Verkaufsflächen. Allerdings ist ihr Umsatzanteil, bedingt durch die vergleichsweise niedrigen Flächenproduktivitäten (Umsatz/m² Verkaufsfläche) der enthaltenen Sortimente, eher gering (6,4 % bzw. 9,6 %).
- Vergleichsweise niedrige Werte erzielen die innenstadttypischen Leitsortimente. So hat die Warengruppe „Bekleidung, Wäsche“ einen Verkaufsflächenanteil von nur 7,7 % und einen Anteil am Gesamtumsatz von 5,7 %. Ebenfalls vergleichbar niedrige Werte erzielen die ebenfalls innenstadttypischen Warengruppen „Schuhe, Lederwaren“ (2,6 % bzw. 2,2 %), „Uhren, Schmuck, Optik“ (1,2 % bzw. 1,7 %), „Bücher, Schreibwaren“ (1,9 % bzw. 1,8 %) und „Elektroartikel, Unterhaltungselektronik“ (3,7 % bzw. 3,3 %). Die begrenzten Gestaltungsmöglichkeiten des Hertener Einzelhandels sind in erster Linie mit dem intensiven regionalen Wettbewerb zu begründen.

Aus dem CIMA Städtevergleich⁶

Verkaufsfläche in m² je Einwohner

Trier	3,42
Bocholt	2,42
Recklinghausen	1,90
Moers	1,69
Gladbeck	1,55
Duisburg	1,46
Castrop-Rauxel	1,46
Gelsenkirchen	1,42
Herten	1,26

Umsatzanteil Warengruppe ‚Bekleidung, Wäsche‘ am gesamtstädtischen Umsatz (in %)

Trier	22,3 %
Moers	18,7 %
Recklinghausen	16,6 %
Bocholt	15,0 %
Gelsenkirchen	14,5 %
Duisburg	12,3 %
Castrop-Rauxel	7,8 %
Herten	7,6 %
Gladbeck	7,2 %

Umsatzanteil des innerstädtischen Einzelhandels am Gesamtumsatz der Stadt

Trier	50 %
Bocholt	44 %
Gelsenkirchen ⁷	43 %
Castrop-Rauxel	37 %
Moers	37 %
Recklinghausen	35 %
Gladbeck	32 %
Duisburg	19 %
Herten	19 %

⁶ Der CIMA – Städtevergleich enthält Informationen aus der CIMA Städtedatenbank. Dort, wo aus gutachterlicher Sicht ein Vergleich interessant erscheint, werden Vergleichszahlen zitiert. Die Datenbank enthält Informationen aus kommunalen Veröffentlichungen und der CIMA vorliegenden Gutachten. Im Mittelpunkt stehen Vergleiche auf Basis von der CIMA GmbH durchgeführter Studien. Beim CIMA Städtevergleich sollen vor allem Städte ähnlicher Lage und Struktur aufgeführt werden. In Bezug auf die Einzelhandelskenndaten innerstädtischer Strukturen kann auf eine Reihe von Standorten am Niederrhein und Ruhrgebiet zurückgegriffen werden.

⁷ Summe der Zentren GE-Altstadt und GE-Buer

Abb. 12: Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Herten

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	196	51,4%	31.185	39,5%	180,9	65,0%
Lebensmittel und Reformwaren	130	34,1%	24.325	30,8%	127,5	45,8%
Gesundheits- und Körperpflege	33	8,7%	5.165	6,5%	48,4	17,4%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	33	8,7%	1.695	2,1%	5,0	1,8%
Persönlicher Bedarf insgesamt	69	18,1%	9.020	11,4%	26,9	9,7%
Bekleidung, Wäsche	41	10,8%	6.060	7,7%	15,8	5,7%
Schuhe, Lederwaren	10	2,6%	2.045	2,6%	6,2	2,2%
Uhren, Schmuck, Optik	18	4,7%	915	1,2%	4,8	1,7%
Medien und Technik insgesamt	30	7,9%	4.485	5,7%	14,1	5,1%
Bücher, Schreibwaren	8	2,1%	1.530	1,9%	4,9	1,8%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	22	5,8%	2.955	3,7%	9,2	3,3%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	17	4,5%	2.355	3,0%	5,8	2,1%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	21	5,5%	3.695	4,7%	6,0	2,2%
Einrichtungsbedarf	19	5,0%	12.015	15,2%	17,9	6,4%
Möbel, Antiquitäten	8	2,1%	10.200	12,9%	13,8	5,0%
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	11	2,9%	1.815	2,3%	4,1	1,5%
Baumarktspezifische Sortimente	29	7,6%	16.290	20,6%	26,9	9,6%
Quelle: CIMA GmbH (2010).						
Einzelhandel insgesamt	381	100,0%	79.045	100,0%	278,5	100,0%

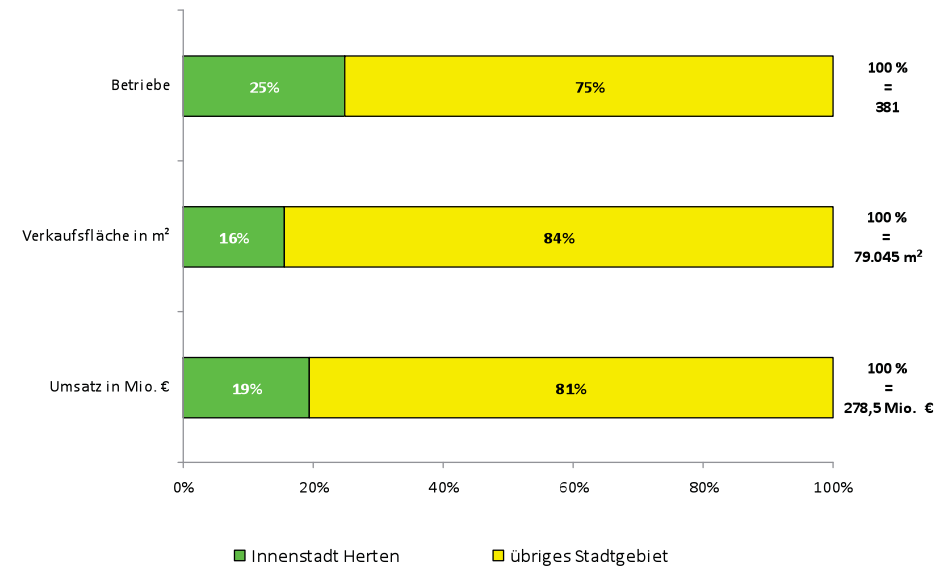
Beim Blick auf die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe über das gesamte Stadtgebiet fällt die vergleichsweise schwache Position der Innenstadt⁸ von Herten auf. Insgesamt nur ein Viertel aller Betriebe liegen in der Innenstadt. Noch niedriger sind die Anteile bei den Verkaufsflächen (16 %) und beim Umsatz (19 %). Im CIMA Städtevergleich steht hier Herten deutlich am Ende der Vergleichsliste. Der unmittelbare regionale Wettbewerb zur Innenstadt von Recklinghausen und zum Zentrum Gelsenkirchen-Buer spiegelt sich unmittelbar wider. Deutlich geringeren Einfluss hat die innerstädtische Konkurrenz zum Nebenzentrum Herten-Westerholt.

Sowohl die Angebotsschwäche der Hertener Innenstadt, als auch ihre Arbeits- teilung mit dem Nebenzentrum Herten-Westerholt, zeigt sich in der waren- gruppenspezifischen Umsatzverteilung im Stadtgebiet. Vor allem die innen- stadttypischen Sortimente, wie z.B. ‚Bekleidung, Wäsche‘, ‚Uhren, Schmuck, Optik‘ und ‚Bücher, Schreibwaren‘ erzielen hier schwache Werte. Ihre Anteile liegen zwischen 50-65 %. Werte vergleichbarer Städte liegen hier zwischen 70 – 90 %.

Sehr niedrig ist auch der innerstädtische Umsatzanteil in der Warengruppe „Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC, Neue Medien“ mit nur rd. 20 %. Einzig das Sortiment ‚Schuhe, Lederwaren‘ verfügt mit 77 % über einen

guten Umsatzanteil, allerdings macht der Anteil keine Aussagen über die Quali- tät des Angebots.

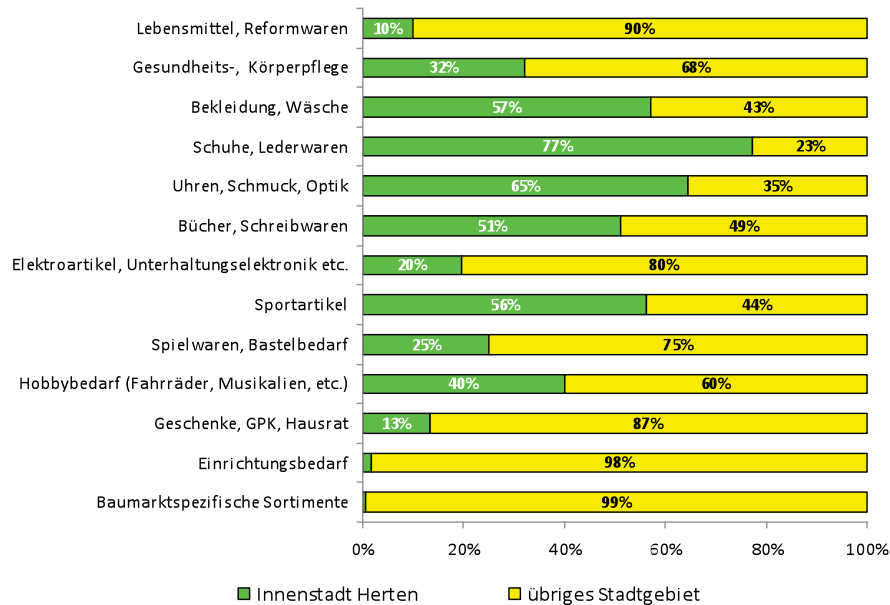
Abb. 13: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet Herten



Quelle: CIMA GmbH (2010).

⁸ Die Innenstadt von Herten definiert sich über den innerstädtischen Verkehrser- schließungsring Kurt-Schumacher-Straße, Konrad-Adenauer-Straße, Theodor- Heuss-Straße sowie den nach Osten andockenden Standortbereich der Kaiserstra- ße einschließlich des HERTEN FORUM. Siehe hierzu auch die Abgrenzung des Zen- tralen Versorgungsbereichs ‚Herten Innenstadt‘.

Abb. 14: Umsatzverteilung nach Warengruppen im Stadtgebiet Herten



Quelle: CIMA GmbH (2010).

In Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung realisiert der Hertener Einzelhandel mit

1,26 m² Verkaufsfläche/Ew.

einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 1,40 m² Verkaufsfläche/Ew. deutlich unterdurchschnittlichen Wert. Ursache hierfür ist in erster Linie die ‚magere‘ Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt.

4.2 Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten

4.2.1 Vorbemerkung

Aus statistisch-methodischen Gründen ist ein direkter Zeitvergleich für die (Haupt-) Warengruppen

- Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat,
- Baumarktspezifische Sortimente

zwischen den beiden von der CIMA GmbH erarbeiteten Einzelhandelskonzepten nicht möglich.

Seit 2009 erlaubt die Verbrauchsausgabenstatistik eine saubere Zuordnung von Haushaltswaren in die CIMA-Hauptwarengruppe „Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat“. Dabei kam es zu Ausgliederungen von Segmenten aus der CIMA-Hauptwarengruppe „Baumarktspezifische Sortimente“ in die Hauptwarengruppe „Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat“. Bei Zeitvergleichen von Bestandsdaten die vor bzw. nach 2009 erhoben wurden, ergeben sich somit deutliche Zunahmen bei den Kennziffern der Hauptwarengruppe „Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat“ bei einer gleichzeitigen der entsprechenden Kennziffern in der Hauptwarengruppe „Baumarktspezifische Sortimente“.

4.2.2 Entwicklungsdynamik im Stadtgebiet insgesamt

Mit der im August 2010 vorgenommenen Aktualisierung der Einzelhandelsbestandsdaten wurde die Situation im Hertener Einzelhandel zum dritten Mal in etwas über zehn Jahren analysiert.⁹ Folgende Befunde sind abzuleiten:

- Von 1999 bis 2010 verzeichnete die Stadt Herten eine Zunahme der Verkaufsfläche von 70.885 m² auf 79.045 m² (= 11,5 %). Maßgeblich hierfür waren vor allem Flächenentwicklungen in der Hertener Innenstadt, so z. B. sowohl die Realisierung des HERTEN FORUMS nach 1999 und die Etablierung der Rathaus-Galerien im November 2004. Allerdings ist festzuhalten, dass die Verkaufsfläche in den letzten vier Jahren von einem Höchststand von 82.845 m² in 2006 auf nunmehr 79.045 m² abgenommen hat (= -4,6 %). Maßgebliche Bedeutung hatten hier Flächenstilllegungen im HERTEN FORUM und die Schließung der WOOLWORTH an der Ewaldstraße. Darüber hinaus sind Umstrukturierungen im Standortbereich REAL in Bertlich zu berücksichtigen.
- Während zwischen 1999 und 2006 die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe weitestgehend konstant blieb (422 bzw. 423 Betriebe) hat sich in den letzten vier Jahren auch hier ein negativer Trend eingestellt. Von 2006 bis 2010 hat die Anzahl der Betriebsstätten von 423 auf 381 abgenommen (=

-9,9 %). Es spiegelt sich hier der generelle Entwicklungstrend im Einzelhandel mit der Stilllegung kleinflächiger, Inhaber geführter Geschäfte wider.

Abb. 15: Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten

Kennziffer	1999	2006	2010
Einwohner	67.520	65.032	62.848
Einzelhandelsbetriebe	422	423	381
Verkaufsfläche in m ²	70.885	82.845	79.045
Umsatz in Mio. €	262,0	278,3	278,5
Verkaufsfläche in m ² /Einwohner	1,05	1,27	1,26

Quelle: CIMA GmbH (2010).

- Weitgehend konstant blieb in den letzten vier Jahren der Umsatz im Einzelhandel. Nach einer deutlichen Zunahme zwischen 1999 und 2006 von 262,0 Mio. € auf 278,3 Mio. € (= 6,2 %) stagniert der Umsatz zwischen 2006 und 2010 (278,3 Mio. € bzw. 278,5 Mio. €). Die Umsatzzuwächse sind nahezu ausschließlich auf die Ansiedlung neuer Betriebskonzepte im Le-

⁹ Die Daten für das Jahr 1999 entstammen dem von der GfK Marktforschung, Nürnberg erarbeiteten Einzelhandelskonzept. Ein warengruppenspezifischer Entwicklungsvergleich mit den beiden von der CIMA GmbH erstellten Einzelhandelskonzepten ist nicht möglich.

bensmitteleinzelhandel zurückzuführen. Im Zeitraum 2006 – 2010 haben Umsatzzuwächse im Segment des ‚Periodischen Bedarfs‘ erhebliche Umsatzrückgänge in anderen Segmenten ausgeglichen.

Die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Herten muss vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung insgesamt als robust eingeordnet werden. Im Zeitraum von 1999 bis 2010 sank die Bevölkerung von 67.520 Einwohnern auf 62.848 Einwohner. Dieser Bevölkerungsrückgang um knapp 7 % in gut zehn Jahren bedeutet einen erheblichen Einschnitt in die Nachfrageplattform des Hertener Einzelhandels.

Detaillierte Aussagen zu warengruppenspezifischen Entwicklungstrends ermöglicht die Analyse der beiden CIMA-Bestanderhebungen aus den Jahren 2006 und 2010 (vgl. Abb. 16 und 17). Folgende Befunde sind festzuhalten:

- Bei der gesamtstädtischen Verkaufsflächenentwicklung ist über beinahe alle Hauptwarengruppen und Warengruppen eine Abnahme zu verzeichnen. Nur in den Warengruppen ‚Lebensmittel, Reformwaren‘, ‚Schuhe, Lederwaren‘, ‚Uhren, Schmuck, Optik‘ und ‚Bücher, Schreibwaren‘ kann eine positive Entwicklung verzeichnet werden.
- Im Segment ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ basiert die positive Entwicklung hauptsächlich auf den Neuansiedlungen von Lebensmitteldiscountern in den Stadtteilen. Dieser Zuwachs spiegelt sich auch deutlich in der Umsatzentwicklung wider.
- Die deutliche Zunahme der Verkaufsfläche in der Warengruppe ‚Schuhe, Lederwaren‘ (+ 70,4 %) lässt sich mit der Ansiedlung von drei Schuhanbie-

tern in der Hertener Innenstadt erklären (DEICHMANN, PAYLESS¹⁰ und QUICK SCHUH).

- Ebenfalls zugenommen hat die Verkaufsfläche in der Warengruppe ‚Bücher, Schreibwaren‘ (+ 33 %). Maßgeblich hierfür ist vor allem das Randsortiment ‚Schreibwaren‘ in Sonderpostenmärkten im gesamten Stadtgebiet.
- Beim Umsatz hat sich vor allem die Hauptwarengruppe ‚Periodischer Bedarf‘ positiv entwickelt (5,6 %). Neben der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ hat hier insbesondere die Warengruppe ‚Gesundheits-, Körperpflege‘ deutliche Zuwächse zu verzeichnen (3,2 % bzw. 13,3 %).
- Analog zur Verkaufsflächenentwicklung haben die Warengruppen ‚Schuhe, Lederwaren‘ und ‚Uhren, Schmuck, Optik‘ auch beim Umsatz hinzugewonnen.

¹⁰ Mittlerweile hat der Schuhfachmarkt PAYLESS nach Abschluss der Bestandserhebungen seinen Standort aufgegeben.

Abb. 16: Einzelhandelsdynamik in der Stadt Herten (2006-2010)

CIMA Warengruppe	Betriebe 2006 (Anzahl)	Betriebe 2010 (Anzahl)	Veränderung 2006-2010 (in %)	Verkaufsfläche 2006 (in m²)	Verkaufsfläche 2010 (in m²)	Veränderung 2006-2010 (in %)	Umsatz 2006 (in m²)	Umsatz 2010 (in m²)	Veränderung 2006-2010 (in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	223	196	-12,1%	31.785	31.185	-1,9%	171,3	180,9	5,6%
Lebensmittel, Reformwaren	140	130	-7,1%	23.455	24.325	3,7%	123,6	127,5	3,2%
Gesundheits-, Körperpflege	42	33	-21,4%	6.225	5.165	-17,0%	42,7	48,4	13,3%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften etc.)	41	33	-19,5%	2.105	1.695	-19,5%	5,0	5,0	0,0%
Persönlicher Bedarf insgesamt	73	69	-5,5%	8.250	9.020	9,3%	27,7	26,9	-2,9%
Bekleidung, Wäsche	50	41	-18,0%	6.295	6.060	-3,7%	19,6	15,8	-19,4%
Schuhe, Lederwaren	9	10	11,1%	1.200	2.045	70,4%	3,9	6,2	59,0%
Uhren, Schmuck, Optik	14	18	28,6%	755	915	21,2%	4,2	4,8	14,3%
Medien und Technik insgesamt	36	30	-16,7%	4.590	4.485	-2,3%	18,3	14,1	-23,0%
Bücher, Schreibwaren	8	8	0,0%	1.150	1.530	33,0%	6,3	4,9	-22,2%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	28	22	-21,4%	3.440	2.955	-14,1%	12,0	9,2	-23,3%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	21	17	-19,0%	2.810	2.355	-16,2%	7,6	5,8	-23,7%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	11	21	90,9%	910	3.695	306,0%	2,6	6,0	130,8%
Einrichtungsbedarf insgesamt	27	19	-29,6%	14.135	12.015	-15,0%	22,2	17,9	-19,4%
Möbel, Antiquitäten	12	8	-33,3%	11.530	10.200	-11,5%	16,2	13,8	-14,8%
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	15	11	-26,7%	2.605	1.815	-30,3%	6,0	4,1	-31,7%
Baumarktspezifische Sortimente insgesamt	32	29	-9,4%	20.365	16.290	-20,0%	28,6	26,9	-5,9%
Einzelhandel insgesamt	423	381	-9,9%	82.845	79.045	-4,6%	278,3	278,5	0,1%

Quelle: CIMA GmbH (2006, 2010)

4.2.3 Entwicklungsdynamik in der Hertener Innenstadt (2006 – 2010)

Beim Blick auf die Einzelhandelsentwicklung der Innenstadt in den Jahren 2006-2010 spiegelt sich der gesamtstädtische Trend wider. Einzelne waren-gruppenspezifische Entwicklungen schlugen jedoch stärker durch:

- Insgesamt ist für die Innenstadt von Herten im Zeitraum 2006 – 2010 eine Abnahme der Verkaufsfläche von 15,0 % bzw. des Umsatzes von 11,7 % festzuhalten. Im Vergleich zur gesamtstädtischen Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung (- 4,6 % bzw. +0,1 %) verzeichnet die Hertener Innenstadt einen deutlichen Bedeutungsverlust.
- Deutliche Verkaufsflächen- und Umsatzverluste in der Innenstadt von Herten verzeichnete das innenstädtische Kernsortiment ‚Bekleidung, Wäsche‘. Die Verkaufsfläche nahm im Zeitraum 2006 – 2010 von 3.605 m² auf 3.180 m² ab, der Einzelhandelsumsatz sank von 11,8 Mio. € auf 9,0 Mio. €. Die Krise des deutschen Textileinzelhandels schlug somit deutlich auf die Hertener Innenstadt durch.
- Bemerkenswert ist dagegen jedoch der gegenläufige positive Entwicklungstrend im Segment ‚Schuhe, Lederwaren‘. Hier kam es, jedoch von einem niedrigen Niveau ausgehend, zu einer Verdopplung von Verkaufsfläche und Einzelhandelsumsatz. Mit Schließung des PAYLESS Schuhmarktes ist jedoch das neue Angebot wieder zum Teil abgeschmolzen.
- Eine deutliche Zunahme im Angebot verzeichnete auch die Warengruppe ‚Uhren, Schmuck, Optik‘ mit 3 Betrieben. Die Verkaufsfläche wuchs von

455 m² auf 575 m². Der Einzelhandelsumsatz hat sich um 0,5 Mio. € erhöht.

- Der Verkaufsflächen- und Umsatzzuwachs in der Warengruppe ‚Bücher, Schreibwaren‘ ist primär auf Ausweitung des Randsortiments ‚Schreibwaren‘ in Drogerie- und Sonderpostenmärkten zurückzuführen.
- Deutlich negativ entwickelt haben sich die Warengruppe ‚Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik, Foto, PC‘ sowie die Hauptwarengruppe ‚Spiel, Sport, Hobby‘. Im Segment ‚Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC‘ reduzierten sich Verkaufsflächen und Umsatz um rd. ein Viertel. In der Hauptwarengruppe ‚Spiel, Sport, Hobby‘ reduzierten sich die Verkaufsflächen um rd. 35 % und der realisierte Einzelhandelsumsatz um rd. 40,0 %. In der Innenstadt ist das Sortiment ‚Sport‘ nur in der Sportfachhandlung INTERSPORT ULES zu finden. Weitere Angebote, auch nicht als Randsortiment anderer Einzelhändler, sind nicht etabliert.
- In der Warengruppe ‚Geschenkartikel, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat hat die weitgehende Aufgabe der entsprechenden Abteilung im Unternehmen SCHULTE_HULLERN zu einer deutlichen Reduzierung des qualitätsorientierten Angebots geführt.

Abb. 17: Einzelhandelsdynamik in der Herten Innenstadt (2006-2010)

	Betriebe 2006 (Anzahl)	Betriebe 2010 (Anzahl)	Veränderung 2006-2010 (in %)	Verkaufsfläche 2006 (in m²)	Verkaufsfläche 2010 (in m²)	Veränderung 2006-2010 (in %)	Umsatz 2006 (in Mio. €)	Umsatz 2010 (in Mio. €)	Veränderung 2006-2010 (in %)
CIMA Warengruppe									
Periodischer Bedarf insgesamt	39	33	-15,4%	6.355	4.340	-31,7%	33,3	29,1	-12,6%
Lebensmittel, Reformwaren	18	19	5,6%	3.620	2.555	-29,4%	17,0	12,7	-25,3%
übriger periodischer Bedarf (Gesundheits-, Körperpflege, Blumen, Zeitschriften etc.)	21	14	-33,3%	2.735	1.785	-34,7%	16,3	16,4	0,6%
Persönlicher Bedarf insgesamt	42	40	-4,8%	4.805	5.315	10,6%	16,8	16,9	0,6%
Bekleidung, Wäsche	28	22	-21,4%	3.605	3.180	-11,8%	11,8	9,0	-23,7%
Schuhe, Lederwaren	5	6	20,0%	745	1.560	109,4%	2,4	4,8	100,0%
Uhren, Schmuck, Optik	9	12	33,3%	455	575	26,4%	2,6	3,1	19,2%
Medien und Technik insgesamt	14	12	-14,3%	1.120	1.115	-0,4%	4,7	4,3	-8,5%
Bücher, Schreibwaren	4	5	25,0%	510	660	29,4%	2,3	2,5	8,7%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	10	7	-30,0%	610	455	-25,4%	2,4	1,8	-25,8%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	8	6	-25,0%	1.200	775	-35,4%	3,5	2,1	-40,0%
übrige Warengruppen insgesamt (Geschenke, GPK, Hausrat; Einrichtungsbedarf; Baumarktspez. Sortimente)	7	4	-42,9%	1.060	810	-23,6%	2,5	1,3	-48,0%
Einzelhandel insgesamt	110	95	-13,6%	14.540	12.355	-15,0%	60,8	53,7	-11,7%

Quelle: CIMA 2010 (2006, 2010)

4.3 Einzelhandelsstrukturen in der Hertener Innenstadt

Die Hertener Innenstadt umfasst den gesamten Bereich innerhalb des Verkehrserschließungsringes ‚Kurt-Schumacher-Straße‘ im Süden und Westen, ‚Konrad-Adenauer-Straße‘ im Norden und ‚Theodor-Heuss-Straße‘ im Osten. Ebenfalls dazu gehört der Standortbereich des Herten Forum sowie der südlich davon gelegene Teil der Kaiserstraße bis zur Hausnummer 70. Abgerundet wird die Innenstadt durch den Einzelhandelsbesatz im Kreuzungsbereich ‚Ewaldstraße‘, ‚Kurt-Schumacher-Straße‘ und ‚Theodor-Heuss-Straße‘.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandelsbesatzes wurden in der Hertener Innenstadt

-
- **95 Betriebe** erfasst, die auf
 - **12.355 m² Gesamtverkaufsfläche** insgesamt
 - **53,7 Mio. € Einzelhandelsumsatz** erzielen.
-

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist der Abb. 18 zu entnehmen. Folgende Befunde sind maßgeblich relevant:

- Der Einzelhandelsbesatz in der Hertener Innenstadt weist einen eindeutigen Angebotsschwerpunkt bei den Hauptwarengruppen „Periodischer Bedarf“ sowie „Persönlicher Bedarf“ auf. Zusammen verfügen sie über rd. 78,1 % der Verkaufsfläche und erzielen ca. 85,5 % des gesamten innerstädtischen Einzelhandelsumsatzes.
- Die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ belegt mit 2.555 m² rd. 21 % der innerstädtischen Verkaufsflächen und realisiert mit 12,7 Mio. €

rd. 24 % des innerstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Sie ist somit relevantes Leitsortiment in der Hertener Innenstadt.

- Eine starke Angebotsposition hat auch das Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘. Es beherbergt zusammen mit den Segmenten ‚Schnittblumen, Zeitschriften‘ rd. 14 % der innerstädtischen Verkaufsflächen und realisiert knapp 31 % des innerstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Hertener Innenstadt positioniert sich nach wie vor über ein breites Angebot im Segment des ‚Periodischen Bedarfs‘. Maßgebliche Anbieter im Segment ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ sind der Drogeriemarkt DM, KODI sowie das entsprechende Sortiment im KAUFLAND SB-Warenhaus und das Sanitätshaus EDELMANN.
- Das innerstädtische Leitsortiment ‚Bekleidung, Wäsche‘ realisiert in der Innenstadt von Herten lediglich einen Verkaufsflächenanteil von 25,7 %. Der Anteil am innerstädtischen Umsatz liegt lediglich bei 16,7 %. Diese Kennziffern liegen deutlich unter dem Durchschnitt von Mittelzentren. Deutlich wird der scharfe regionale Wettbewerb mit den unmittelbar benachbarten Innenstadtlagen von Recklinghausen und Gelsenkirchen-Buer. Ein Ausbau des Angebotes würde der Hertener Innenstadt unbedingt gut tun.
- Das Angebotsdefizit im Segment ‚Bekleidung, Wäsche‘ kann auch nicht durch die überproportionalen Verkaufsflächen- und Umsatzanteile der Warengruppen ‚Schuhe, Lederwaren‘ sowie ‚Uhren, Schmuck, Optik‘ kompensiert werden.

Abb. 18: Einzelhandelsstrukturen in der Hertener Innenstadt

CIMA Warengruppe	Betriebe (Anzahl)	Verteilung Betriebe (in %)	Verkaufsfläche (in m ²)	Verteilung Verkaufsfläche (in %)	Umsatz (in Mio. €)	Verteilung Umsatz (in %)
Periodischer Bedarf insgesamt	33	34,7%	4.340	35,1%	29,1	54,1%
Lebensmittel, Reformwaren	19	20,0%	2.555	20,7%	12,7	23,6%
Übriger periodischer Bedarf (Gesundheits-, Körperpflege, Blumen, Zeitschriften etc.)	14	14,7%	1.785	14,4%	16,4	30,5%
Persönlicher Bedarf insgesamt	40	42,1%	5.315	43,0%	16,9	31,4%
Bekleidung, Wäsche	22	23,2%	3.180	25,7%	9,0	16,7%
Schuhe, Lederwaren	6	6,3%	1.560	12,6%	4,8	8,9%
Uhren, Schmuck, Optik	12	12,6%	575	4,7%	3,1	5,8%
Medien und Technik insgesamt	12	12,6%	1.115	9,0%	4,3	8,0%
Bücher, Schreibwaren	5	5,3%	660	5,3%	2,5	4,7%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	7	7,4%	455	3,7%	1,8	3,3%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	6	6,3%	775	6,3%	2,1	3,9%
übrige Warengruppen insgesamt (Geschenke, GPK, Hausrat; Einrichtungsbedarf; Baumarktspez. Sortimente)	4	4,2%	810	6,6%	1,3	2,4%
Einzelhandel insgesamt	95	100,0%	12.355	100,0%	53,7	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010).

- Auch die Warengruppen ‚Bücher, Schreibwaren‘ sowie ‚Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC, Neue Medien‘ und verzeichnen mit unter 5% unterdurchschnittliche Umsatzanteile am innenstädtischen Einzelhandelsumsatz.

Aus dem CIMA Städtevergleich

Umsatzanteil der Warengruppe ‚Bekleidung, Wäsche‘ am Gesamtumsatz der Innenstadt bzw. City

Moers	48,3 %
Duisburg	41,9 %
Trier	41,2 %
Recklinghausen	36,6 %
Gelsenkirchen-City	34,9 %
Bocholt	33,5%
Herne	31,8 %
Datteln	25,4 %
Haltern am See	22,0 %
Marl-Mitte	21,7 %
Gelsenkirchen-Buer	19,8 %
Gladbeck	19,0 %
Herten	16,6 %
Oer-Erkenschwick	15,4 %
Castrop-Rauxel	13,0 %

4.4 Einzelhandelsstrukturen in den Hertener Stadtteilen

Die Abb. 19 auf der nächsten Seite dokumentiert im Überblick maßgeblich relevante Strukturdaten zum Einzelhandelsbesatz in den Stadtteilen der Stadt Herten. Im Anschluss daran erfolgt, sofern unter Berücksichtigung der Datenschutzerfordernissen¹¹ möglich, die Dokumentation des warengruppenspezifischen Einzelhandelsbesatzes in den Stadtteilen. Die statistischen Stadtteile Herten-Südwest und Herten-Südost werden zum räumlich funktionalen Stadtteil Herten-Süd zusammengefasst.

Das Gros des Einzelhandelsbesatzes entfällt mit der Hertener Innenstadt auf den Stadtteil ‚Herten-Mitte‘. Er beherbergt 31,2 % der Verkaufsflächen und realisiert 29,6 % des Einzelhandelsumsatzes. Relevante Betreiber außerhalb der Innenstadt sind das Einrichtungshaus WOHNWELT FELDHEGE und der ALDI Lebensmitteldiscounter im Standortbereich des Hertener Bahnhofs..

Zweiter Einzelhandelsschwerpunkt neben dem Stadtteil Mitte ist das bis 1975 eigenständige Westerholt. Der Stadtteil Westerholt erstreckt sich nordwestlich westlich von Herten-Mitte an der Stadtgrenze zu Gelsenkirchen-Buer und Gelsenkirchen-Hassel. Die insgesamt 84 Betriebe, die insbesondere auf den Haupteinkaufsbereich Bahnhofstraße konzentrieren, beherbergen 14,1 % der Verkaufsflächen und realisieren einen Umsatzanteil von 16,1 %. Der Besatz ist mehrheitlich kleinteilig und von inhabergeführten Betrieben geprägt. Größere Anbieter finden sich fast ausschließlich im Segment des ‚Periodischer Bedarfs‘.

¹¹ Umsatzdaten dürfen nur für mehr als drei Betriebe innerhalb einer Warengruppe ausgewiesen werden.

Abb. 19: Einzelhandelsstrukturen in den Hertener Stadtteilen

Kennziffern	Bertlich	Disteln	Langenbochum	Mitte	Paschenberg	Scherlebeck	Süd	Westerholt	Stadt Herten
Einzelhandelsbetriebe insgesamt (Anzahl)	11	33	43	117	12	32	49	84	381
Verkaufsfläche insgesamt (in m ²)	11.740	13.060	8.185	24.675	1.005	3.645	5.570	11.165	79.045
Einzelhandelsumsatz insgesamt (in Mio. €)	32,0	37,5	33,3	82,5	6,3	17,1	24,8	44,9	278,5
Verkaufsfläche "Lebensmittel, Reformwaren" (in m ²)	2.500	3.565	4.060	3.815	790	2.005	2.905	4.685	24.325
Umsatz "Lebensmittel, Reformwaren" (in Mio. €)	12,3	18,1	22,9	20,5	5,5	11,1	15,0	22,1	127,5
Verkaufsflächenanteil "Lebensmittel, Reformwaren" (in %)	21,3%	27,3%	49,6%	15,5%	78,6%	55,0%	52,2%	42,0%	30,8%
Umsatzanteil "Lebensmittel, Reformwaren" (in %)	38,5%	48,3%	68,7%	24,8%	87,0%	64,9%	60,4%	49,2%	45,8%
Verkaufsfläche/Einwohner insgesamt (in m ²)	3,29	1,84	1,01	2,84	0,16	0,53	0,49	1,01	1,26
Verkaufsfläche "Lebensmittel, Reformwaren"/Einwohner (in m ²)	0,70	0,50	0,50	0,44	0,13	0,29	0,26	0,42	0,39
EINWOHNER	3.564	7.094	8.116	8.676	6.091	6.908	11.370	11.029	62.848

Quelle: CIMA GmbH (2010).

Der Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Disteln wird maßgeblich durch den TOOM Baumarkt und das Nahversorgungszentrum im Standortbereich Kaiserstraße / Zechenstraße mit REWE Verbraucher- und Getränkemarkt sowie den Lebensmitteldiscountern ALDI und NETTO geprägt. Der Verkaufsflächenanteil des Stadtteils Disteln an der Gesamtverkaufsfläche liegt bei 16,5 %. Der realisierte Umsatzanteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatz liegt bei 13,5 %. Innerhalb des Stadtteils Disteln beläuft sich der Umsatzanteil der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ auf 48,3 %. Mit der sich abzeichnenden Etablierung des LIDL Lebensmitteldiscounters im Zentralen Versorgungsbereich Disteln wird sich dieser Anteil auf deutlich über 50 % erhöhen.

Die vergleichsweise hohen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche (14,9 %) sowie am realisierten Einzelhandelsumsatz (11,5 %) des nach Einwohnern kleinsten Hertener Stadtteils Bertlich resultieren vor allem aus der Standortagglomeration des dort ansässigen REAL SB-Warenhauses mit ergänzenden Anbietern. Die Standortlage des REAL SB-Warenhauses ist als städtebaulich nicht integrierte Standortlage einzuordnen.

In den übrigen Stadtteilen Langenbochum, Paschenberg, Scherlebeck sowie Süd dominieren die Nahversorgungsangebote. Entsprechend liegen die Umsatzen-

teile im Segment „Lebensmittel, Reformwaren“ z. T. deutlich über 60 %. Die jeweiligen Verkaufsflächen- und Umsatzanteile liegen unter 10 %.

4.4.1 Herten – Mitte

Die Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Herten – Mitte spiegeln in erster Linie die Einzelhandelsstrukturen der Hertener Innenstadt wider. Zusätzlich zu berücksichtigen sind das Einrichtungshaus WOHNWELT FELDHEGE und die im Standortumfeld der Eisenbahntrasse der ‚Hamm-Osterfelder Eisenbahn‘ etablierten Einzelhandelsnutzungen, darunter ein Getränkemarkt und der Lebensmitteldiscounter ALDI.

Im Stadtteil Herten – Mitte wurden 117 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 24.675 m² erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 82,5 Mio. € (siehe Abb. 20, nächste Seite).

4.4.2 Westerholt

Im Stadtteil Westerholt wurden 84 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 11.165 m² erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 44,9 Mio. €. Die Versorgungsfunktion des Westerholter Haupteinkaufsbereichs an der Bahnhofstraße als Nebenzentrum dokumentiert sich auch im Verkaufsflächenanteil von gut 20 % der beiden Hauptwarengruppen ‚Persönlicher Bedarf‘ sowie ‚Medien und Technik‘.

Darüber hinaus steht die Nahversorgungsfunktion im Vordergrund. Auf die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ entfallen 42,0 % der Verkaufsflä-

chen und 49,2 % des realisierten Einzelhandelsumsatzes (siehe Abb. 21, übernächste Seite).

4.4.3 Bertlich

Im Stadtteil Bertlich wurden 11 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche 11.740 m² erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 32,0 Mio. €. Der Besatz wird maßgeblich geprägt durch die Standortagglomeration REAL an der nördlichen Stadtgrenze. Die Verkaufsflächenanteile im Bereich des ‚Persönlichen Bedarfs‘ sind nahezu vollständig auf das Randsortiment im SB-Warenhaus zurückzuführen. Neben dem SB-Warenhaus und seinem überörtlich orientierten Lebensmittelangebot sind Fachmarktsegmente im Bereich der ‚Baumarktspezifischen Sortimente‘ relevant (siehe Abb. 22, übernächste Seite).

4.4.4 Disteln

Der Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Disteln wird geprägt durch die Nahversorgungsagglomeration im Standortbereich Kaiserstraße / Zechenstraße sowie den östlich angrenzenden TOOM Baufachmarkt. Darüber hinaus ist kleinflächiger Einzelhandel entlang der Kaiserstraße und in der Ortskernlage Disteln etabliert. Mit der Standortaufgabe des FRICK Teppichfachmarktes und dem sich anstelle etablierenden LIDL Lebensmitteldiscounter wird das Nahversorgungsangebot nochmals verdichtet.

Im Stadtteil Disteln wurden 33 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 13.060 m² erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 37,5 Mio. € (siehe Abb. 23, übernächste Seite).

Abb. 20: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Herten - Mitte

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	47	40,2%	5.930	24,0%	41,0	49,7%
Lebensmittel und Reformwaren	28	23,9%	3.815	15,5%	20,5	24,8%
Gesundheits- und Körperpflege	14	12,0%	1.785	7,2%	19,5	23,6%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	5	4,3%	330	1,3%	1,0	1,2%
Persönlicher Bedarf insgesamt	41	35,0%	5.350	21,7%	17,1	20,7%
Bekleidung, Wäsche	22	18,8%	3.195	12,9%	9,1	11,0%
Schuhe, Lederwaren	6	5,1%	1.560	6,3%	4,8	5,8%
Uhren, Schmuck, Optik	13	11,1%	595	2,4%	3,2	3,9%
Medien und Technik insgesamt	13	11,1%	1.445	5,9%	5,0	6,1%
Bücher, Schreibwaren	5	4,3%	660	2,7%	2,2	2,7%
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8	6,8%	785	3,2%	2,8	3,4%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	8	6,8%	1.080	4,4%	2,5	3,0%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat, Einrichtungsbedarf, Baumarktspezifische Sortimente	8	6,9%	10.870	44,1%	16,9	20,5%
Einzelhandel insgesamt	117	100,0%	24.675	100,0%	82,5	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 21: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Westerholt

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	42	50,0%	6.045	54,1%	34,0	75,7%
Lebensmittel und Reformwaren	28	33,3%	4.685	42,0%	22,1	49,2%
Gesundheits- und Körperpflege	7	8,3%	1.120	10,0%	11,3	25,1%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	8,3%	240	2,1%	0,6	1,3%
Persönlicher Bedarf insgesamt	15	17,9%	1.560	14,0%	4,3	9,6%
Bekleidung, Wäsche						
Schuhe, Lederwaren	11	13,1%	1.330	11,9%	3,1	6,9%
Uhren, Schmuck, Optik	4	4,8%	230	2,1%	1,2	2,7%
Medien und Technik insgesamt	4	4,8%	730	6,5%	1,8	4,1%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt						
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik						
Hausrat	11	13,1%	1.195	10,7%	2,2	4,9%
Einrichtungsbedarf	6	7,1%	710	6,4%	1,1	2,4%
Baumarktspezifische Sortimente	6	7,1%	925	8,3%	1,5	3,3%
Einzelhandel insgesamt	84	100,0%	11.165	100,0%	44,9	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 22: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Bertlich

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	7	63,6%	3.030	25,8%	14,7	46,0%
Persönlicher Bedarf insgesamt	0	0,0%	1.060	9,0%	2,9	9,2%
Übriger Einzelhandel	4	36,4%	7.650	65,2%	14,4	44,8%
Einzelhandel insgesamt	11	100,0%	11.740	100,0%	32,0	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 23: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Disteln

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	18	54,5%	4.090	31,3%	22,1	58,9%
Lebensmittel und Reformwaren	12	36,4%	3.565	27,3%	18,1	48,3%
Gesundheits- und Körperpflege						
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	6	18,2%	525	4,0%	4,0	10,7%
Persönlicher Bedarf insgesamt						
Medien und Technik insgesamt	5	15,1%	855	6,6%	2,4	6,4%
Spiel, Sport, Hobby insgesamt						
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat, Einrichtungsbedarf	4	12,1%	1.235	9,5%	2,0	5,3%
Baumarktspezifische Sortimente	6	18,2%	6.880	52,7%	11,0	29,3%
CIMA Beratung + Management GmbH 2011						
Einzelhandel insgesamt	33	100,0%	13.060	100,0%	37,5	100,0%

4.4.5 Paschenberg

Der Stadtteil Paschenberg erstreckt sich nördlich von Herten – Mitte und ist in erster Linie durch attraktive Wohnsiedlungslagen geprägt. Im Stadtteil Paschenberg wurden 12 Einzelhandelsbetriebe erhoben, die auf einer Verkaufsfläche von 1.005 m² einen Einzelhandelsumsatz von 6,3 Mio. € realisieren. Maßgeblich relevanter Nahversorger ist ein LIDL Lebensmitteldiscounter (siehe nächste Seite, Abb. 24).

4.4.6 Langenbochum

Der durch die ehemalige Zeche ‚Schlägel & Eisen‘ geprägte Stadtteil Langenbochum beherbergt 43 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 8.185 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 33,3 Mio. €. Im Vordergrund steht das Segment der Nahversorgung. Rd. die Hälfte der Verkaufsflächen entfallen auf die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘. Sie realisiert 68,7 % des im Stadtteil Langenbochum realisierten Einzelhandelsumsatzes. Während die Lebensmitteldiscounter LIDL und NETTO sowie der EDEKA Frischemarkt an der Feldstraße die maßgeblich relevante Nahversorgung für den Stadtteil Langenbochum übernehmen, sind die Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO in den Standortlagen ‚Auf dem Hochstück‘ bzw. an der Westerholter Straße eher auf die Nahversorgung im sich westlich anschließenden Westerholt orientiert. Die hohe Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ im Stadtteil Langenbochum von 0,50 m² / Ew. ist dementsprechend zu relativieren (siehe nächste Seite, Abb. 25).

4.4.7 Scherlebeck

Im östlich von Langenbochum gelegenen Stadtteil Scherlebeck wurden 32 Einzelhandelsbetriebe erfasst. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von 3.645 m² einen Einzelhandelsumsatz von 17,1 Mio. €. Die maßgeblich relevanten Nahversorger sind die Lebensmitteldiscounter NETTO und ALDI an der Scherlebecker Straße. Kleinflächiger Facheinzelhandelsbesatz konzentriert sich darüber hinaus an der Richterstraße. Das Gros des Angebots im Stadtteil Scherlebeck entfällt auf die Sortimente des Periodischen Bedarfs. Sie belegen 76,7 % der Verkaufsflächen und realisieren 86,3 % des im Stadtteil erzielten Einzelhandelsumsatzes (siehe übernächste Seite, Abb. 26).

4.4.8 Herten-Süd

In Herten-Süd¹² wurden 49 Einzelhandelsbetriebe erhoben. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von 5.570 m² einen Einzelhandelsumsatz von 24,8 Mio. €. Maßgeblich relevant zur Deckung der Nahversorgung im Hertener Süden sind die Lebensmitteldiscounter ALDI, NETTO und LIDL an der Ewaldstraße. Die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ beherbergt 52,3 % der Verkaufsflächen und realisiert 60,8 % des Einzelhandelsumsatzes in Herten-Süd. Generell ist der Einzelhandelsbesatz an der Ewaldstraße konzentriert. Dennoch prägen hier auch mehrere Ladenleerstände das Bild. Bei mehreren Inhabern ge-

¹² Stadtteile Herten-Südwest und Herten-Südost

fürten Geschäften besteht erheblicher Investitionsbedarf (siehe S. 41, Abb. 27).

Abb. 24: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Paschenberg

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	9	75,0%	870	86,6%	5,9	93,4%
Übriger Einzelhandel	3	25,0%	135	13,4%	0,4	6,4%
Einzelhandel insgesamt	12	100,0%	1.005	100,0%	6,3	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 25: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Langenbochum

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	25	58,1%	4.825	58,9%	27,6	82,8%
Lebensmittel und Reformwaren	17	39,5%	4.060	49,6%	22,9	68,7%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	8	18,6%	765	9,3%	4,7	14,1%
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	9,3%	305	3,7%	0,8	2,5%
Medien und Technik insgesamt						
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	5	11,7%	465	5,7%	0,9	2,7%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat, Einrichtungsbedarf	4	9,3%	1.445	17,6%	1,8	5,4%
Baumarktspezifische Sortimente	5	11,6%	1.145	14,0%	2,2	6,6%
CIMA Beratung + Management GmbH 2011						
Einzelhandel insgesamt	43	100,0%	8.185	100,0%	33,3	100,0%

Abb. 26: Einzelhandelsstrukturen im Stadtteil Scherlebeck

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	21	65,6%	2.795	76,7%	14,8	86,5%
Lebensmittel und Reformwaren	14	43,8%	2.005	55,0%	11,1	64,9%
Gesundheits- und Körperpflege übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	21,9%	790	21,7%	3,7	21,7%
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	12,5%	280	7,7%	0,7	4,1%
Übriger Einzelhandel	7	21,9%	570	15,6%	1,6	9,4%
Einzelhandel insgesamt	32	100,0%	3.645	100,0%	17,1	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 27: Einzelhandelsstrukturen in Herten-Süd

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in m ²	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
Periodischer Bedarf	27	55,1%	3.600	64,6%	20,8	83,8%
Lebensmittel und Reformwaren	20	40,8%	2.905	52,2%	15,0	60,4%
Gesundheits- und Körperpflege						
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	14,3%	695	12,5%	5,8	23,4%
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	8,2%	365	6,6%	0,8	3,2%
Medien und Technik insgesamt						
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	4	8,1%	180	3,2%	0,5	2,0%
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik						
Hausrat	4	8,2%	275	4,9%	0,5	2,0%
Einrichtungsbedarf	5	10,2%	250	4,5%	0,5	2,0%
Baumarktspezifische Sortimente	5	10,2%	900	16,2%	1,7	6,9%
Einzelhandel insgesamt	49	100,0%	5.570	100,0%	24,8	100,0%

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

5 HANDELSZENTRALITÄTEN UND KAUFKRAFT-STRÖME IN DER STADT HERTEN

5.1 Handelszentralitäten in der Stadt Herten insgesamt

Die Handelszentralität beschreibt das Verhältnis zwischen realisiertem Einzelhandelsumsatz und Nachfragevolumen der gleichen Raumeinheit. Sie wird als Messzahl ausgewiesen, wobei der Einzelhandelsumsatz durch das Nachfragevolumen dividiert und mit dem Faktor 100 multipliziert wird. Handelszentralitäten können für einzelne Stadtteile und das Stadtgebiet ausgewiesen werden. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren per Saldo Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 zeigen Kaufkraftabflüsse aus der definierten Raumeinheit an.

Bei einem in der Stadt Herten realisierten Einzelhandelsumsatz von 278,5 Mio. € und einem im Stadtgebiet vorhandenen einzelhandelsrelevantem Nachfragevolumen von 321,2 Mio. € resultiert eine Handelszentralität von

87

Im Vergleich zum Jahr 2006 ist die Handelszentralität annähernd konstant geblieben. Sie hat nur um einen Punkt nachgegeben. Das Resultat ist unbefriedigend und signalisiert eine deutliche Angebotsschwäche des Einzelhandels in der Innenstadt von Herten. Die Handelszentralität läge noch deutlich ungünstiger, wenn nicht im Segment der Nahversorgung hervorragende Kaufkraftbindungen realisiert würden.

Abb. 20: Handelszentralitäten im Einzelhandel in der Stadt Herten

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. € Stadt Herten	Handelszentralität Stadt Herten	Kaufkraftstrom per Saldo (in Mio. €)
Periodischer Bedarf	180,9	176,7	102	4,2
Lebensmittel, Reformwaren	127,5	122,5	104	5,0
Gesundheits- und Körperpflege	48,4	49,6	98	-1,2
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	5,0	4,7	107	0,3
Persönlicher Bedarf insgesamt	26,9	44,2	61	-17,3
Bekleidung/Wäsche	15,8	29,1	54	-13,3
Schuhe, Lederwaren	6,2	8,1	77	-1,9
Uhren, Schmuck, Optik	4,8	7,0	69	-2,1
Medien und Technik insgesamt	14,1	32,9	43	-18,8
Bücher, Schreibwaren	4,9	8,1	61	-3,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	9,2	24,8	37	-15,6
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	5,8	10,9	53	-5,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik Hausrat	6,0	5,1	118	0,9
Einrichtungsbedarf	17,9	22,8	78	-4,9
Möbel, Antiquitäten	13,8	17,9	77	-4,1
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	4,1	5,0	82	-0,9
Baumarktspezifische Sortimente	26,9	28,6	94	-1,8
Einzelhandel insgesamt	278,5	321,2	87	-42,8

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

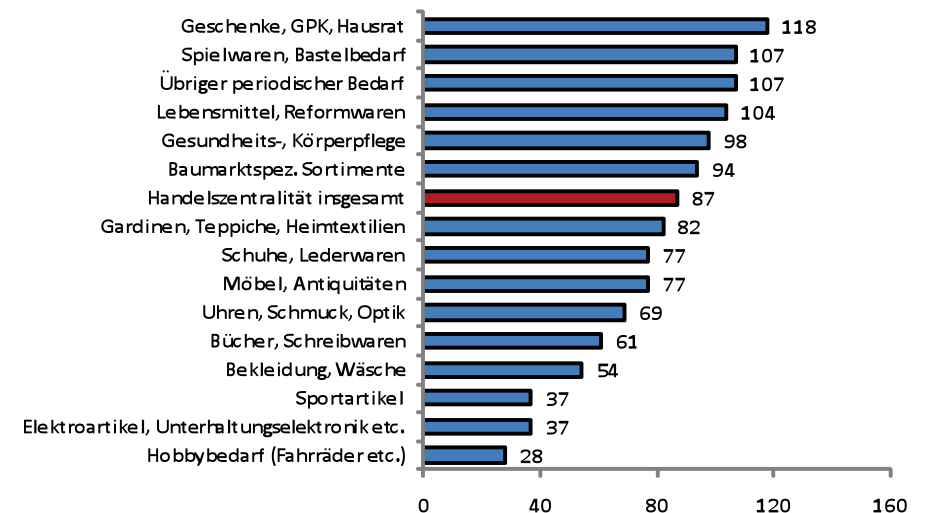
Die ‚Performance‘ des Hertener Einzelhandels ist jedoch überwiegend den regionalen Rahmenbedingungen zu zuschreiben. Nur bedingt sind es einzelbetriebliche Schwächen. Die Konkurrenz zur Recklinghäuser City oder zum Zen-

trum Gelsenkirchen-Buer und den regionalen Shopping Centern CentrO., RUHRPARK und LIMBECKER PLATZ schlagen deutlich durch. Im Rahmen des CIMA Städtevergleichs belegt Herten in der vorgenommenen Auswahl den letzten Platz. Dieses Ergebnis fußt auf der geringen Kaufkraftbindung in den innenstädtischen Kernsortimenten.

In der warengruppenspezifischen Analyse sind folgende Befunde relevant:

- Die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ realisiert eine Handelszentralität von 104. Einem in der Stadt Herten realisierten Einzelhandelsumsatz von 127,5 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 122,5 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftzufluss nach Herten beläuft sich per Saldo auf 5,0 Mio. €. Diese Handelszentralität signalisiert ein gesamtstädtisch hervorragendes Nahversorgungsniveau. Die Etablierung weiterer Angebote löst eher Verdrängungseffekte aus, als dass sie zu einer steigenden Kaufkraftbindung führt.
- In der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ steht einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 48,4 Mio. € ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 49,6 Mio. € gegenüber. Hieraus resultiert eine Handelszentralität von 98. Auch in diesem Segment liegt ein hervorragendes Nahversorgungsniveau vor. DER Kaufkraftabfluss per Saldo von 1,2 Mio. € ist vernachlässigbar und spiegelt lediglich regionale Verflechtungen wider.
- Die Warengruppe ‚Übriger periodischer Bedarf‘ realisiert eine Handelszentralität von 107. Die realisierten Kaufkraftzuflüsse signalisieren ein optimales Versorgungsniveau. Die realisierte Kaufkraftbindung ist kaum weiter steigerbar.

Abb. 21: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten in der Stadt Herten in der Rangfolge der Sortimente



Quelle: CIMA GmbH (2010).

- Die Sortimente des ‚Persönlichen Bedarfs‘ sowie die Warengruppe ‚Bücher, Schreibwaren‘ realisieren lediglich Handelszentralitäten zwischen 54 und 77. Die damit verbundenen deutlichen Kaufkraftabflüsse weisen auf deutliche Gestaltungsspielräume für den örtlichen Einzelhandel, aber auch für die Neuetablierung von Betriebskonzepten hin. Dies gilt insbesondere für das Segment ‚Bekleidung / Wäsche‘. Hier beläuft sich die Handelszentralität lediglich auf 54. Der Kaufkraftabfluss per Saldo liegt bei 13,3 Mio. €. Vor dem Hintergrund des intensiven regionalen Wettbewerbs lässt sich die ‚Versorgungslücke‘ sicher nicht vollständig schließen, dennoch sollte es möglich sein, eine Handelszentralität zwischen 70 und 85 zu realisieren. Grundsätzlich spiegeln die niedrigen Handelszentralitäten in

den innenstädtischen Kernsortimenten jedoch die ‚Schieflage‘ im Städte-wettbewerb um Konsumenten des Ruhrgebietes wider. Die ‚kleineren‘ Mittelzentren haben relevante Versorgungsfunktionen an die Oberzentren und regionalen Shopping Center abgetreten.

- Die Warengruppe ‚Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC, Neue Medien‘ realisiert mit 37 eine deutlich zu geringe Handelszentralität. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 9,2 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 24,8 Mio. € gegenüber. DER Kaufkraftabfluss beläuft sich per Saldo auf 15,6 Mio. €. Die Angebotslücke hat sich gegenüber 2006 mit einer Handelszentralität von 44 noch deutlich verschärft. Das Segment stellt ein maßgeblich relevantes Profilierungspotenzial für die Hertener Innenstadt dar. Es kann neue Besucherströme in die Innenstadt lenken. Vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbskulisse mit den Elektrokaufhäusern SATURN in Marl und Gelsenkirchen-Buer sowie dem leistungsstarken MEDIA-MARKT in Recklinghausen dürfte lediglich Spielraum für ein ‚Franchise‘-Konzept von EP oder EURONICS bestehen. Die Etablierung eines konkurrenzfähigen Angebotes in der Hertener City wird jedoch nur gelingen, wenn Gestaltungsspielräume für andere, stärker verkehrsorientierte, Standorte durch aktive Bauleitplanung ausgeschlossen werden. Dementsprechend sollte auch die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes im Nahversorgungszentrum Disteln ausgeschlossen werden. Trotz des aktuellen Angebotsdefizites in der

Hertener Innenstadt ist das Segment ‚Unterhaltungselektronik, Foto, PC‘ als strategisch bedeutsames zentrenrelevantes Sortiment zu definieren.¹³

- Die Hauptwarengruppe „Spiel, Sport, Hobby“ realisiert bei einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 5,8 Mio. € und einem im Stadtgebiet vorhandenen Nachfragevolumen von 10,9 Mio. € eine Handelszentralität von 53. Gestaltungsspielräume sind in den Segmenten ‚Sportartikel‘ und ‚Hobbybedarf‘ gegeben. Das Sortiment ‚Spielwaren, Bastelbedarf‘ alleine realisiert eine Handelszentralität von 107. Verantwortlich hierfür sind sowohl Anbieter in der Hertener Innenstadt (u.a. INTERTOYS) als auch einzelne Betriebe in den Stadtteillagen. Ergänzt wird das Angebot um eine größere Spielwarenabteilung im SB-Warenhaus REAL. Es liegt somit hier eine sehr gute örtliche und überörtliche Kaufkraftbindung vor.
- Die Warengruppe ‚Geschenkartikel, Glas, Keramik, Porzellan (GPK), Haushalt‘ realisiert eine Handelszentralität von 118. Trotz Rückzug qualitätsorientierter Angebote in der Innenstadt reichen die Angebote als Rand- bzw. Ergänzungssortiment in Baumarkt, SB-Warenhaus, in den Lebensmitteldiscountern und im Möbelhaus für eine überörtliche Kaufkraftbindung aus.

¹³ Siehe hierzu Abschnitt 8 zur Ableitung der ‚Hertener Liste‘

- Die Hauptwarengruppe „Einrichtungsbedarf“ erzielt nunmehr eine Handelszentralität von 78. Gegenüber 2006 (98) ist hier eine deutlich reduzierte Kaufkraftbindung zu verzeichnen. Sie steht in direktem Zusammenhang mit der Schließung des Einrichtungshauses DOMICIL. Trotz der verringerten Kaufkraftbindung ist die realisierte Handelszentralität im Segment ‚Einrichtungsbedarf‘ als akzeptabel einzuordnen. Dies gilt insbesondere mit Blick auf die regionale Wettbewerbskulisse mit den OSTERMANN Möbelhäusern in Bottrop und Recklinghausen.

- Im Segment der ‚Baumarktspezifischen Sortimente (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente)‘ realisiert der Hertener Einzelhandel eine Handelszentralität von 94. Damit liegt eine umfassende Kaufkraftbindung durch die Hertener Bevölkerung vor. Bei einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 26,9 Mio. € und einem im Stadtgebiet vorhandenem Nachfragevolumen von 28,6 resultiert lediglich ein Kaufkraftabfluss von 1,7 Mio. € per Saldo.

Aus dem CIMA Städtevergleich

Handelszentralität des Einzelhandels insgesamt

Trier	207
Bocholt	140
Recklinghausen	113
Moers	110
Duisburg	103
Gelsenkirchen	99
Gladbeck	92
Castrop-Rauxel	90
Herten	87

Handelszentralität in der Warengruppe ‚Bekleidung, Wäsche‘

Trier	508
Moers	239
Recklinghausen	231
Bocholt	230
Gelsenkirchen	177
Duisburg	113
Gladbeck	67
Castrop-Rauxel	65
Herten	54

5.2 Handelszentralitäten in den Hertener Stadtteilen

Die stadtteilspezifischen Handelszentralitäten spiegeln deren Standortlage und Versorgungsfunktion wider. Mit Handelszentralitäten von deutlich über 100 realisieren die Stadtteile Herten-Mitte, Bertlich und Disteln relevante Kaufkraftzuflüsse. Alle weiteren Stadtteile sind durch Kaufkraftabflüsse gekennzeichnet.

Die höchste Handelszentralität aller Hertener Stadtteile erreicht der Stadtteil Mitte mit 191. Hier spiegelt sich die Versorgungsfunktion der Innenstadt, aber auch die überörtliche Kaufkraftbindung des Einrichtungshauses WOHNWELT FELDHEGE wider.

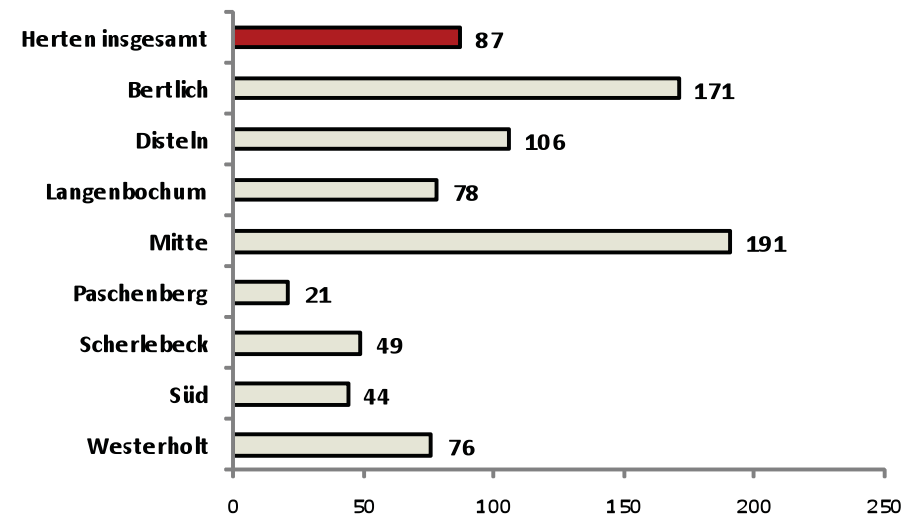
Der Stadtteil Bertlich realisiert mit 171 ebenfalls eine deutlich überdurchschnittliche Handelszentralität. Sie wird maßgeblich durch das dort etablierte REAL SB-Warenhaus generiert.

Ein umfassendes Nahversorgungsangebot im Standortbereich ‚Kaiserstraße / Zechenstraße‘ (Nahversorgungszentrum Disteln) sowie der sich östlich anschließende TOOM Baumarkt sind verantwortlich für die Kaufkraftzuflüsse nach Disteln, die sich in einer stadtteilspezifischen Handelszentralität von 106 widerspiegeln.

Die Stadtteile Westerholt und Langenbochum realisieren stadtteilspezifische Handelszentralitäten von 76 bzw. 78. Sie sprechen für ein angemessenes Nahversorgungs-niveau und ein akzeptables ergänzendes Angebot im Segment der zentrenrelevanten Sortimente.

Der Stadtteil Scherlebeck und Herten-Süd erreichen stadtteilspezifische Handelszentralitäten von 44 bzw. 49. Hier liegt ein angemessenes Nahversorgungs-niveau vor. Dazu beigetragen haben die Discounteransiedlungen in den letzten Jahren.¹⁴

Abb. 30: Handelszentralitäten in den Hertener Stadtteilen



Quelle: CIMA GmbH (2010)

¹⁴ Im Stadtteil Scherlebeck wurde die Empfehlung zur Etablierung eines zusätzlichen ALDI Lebensmitteldiscounters umgesetzt. In Herten – Süd entstand ein LIDL Lebensmitteldiscounter zusätzlich zu einer Standortoptimierung des ansässigen ALDI-Marktes.

Der durch attraktive Wohnlagen geprägte Stadtteil Paschenberg realisiert eine stadtteilspezifische Handelszentralität von 21. Das niedrige Kaufkraftbindungs-niveau ist jedoch vor dem Hintergrund der ‚Sandwichlage‘ zwischen Her-ten-Mitte und Langenbochum zu relativieren.

5.3 Kaufkraftstrombilanz, Kaufkraftzu- und -abflüsse

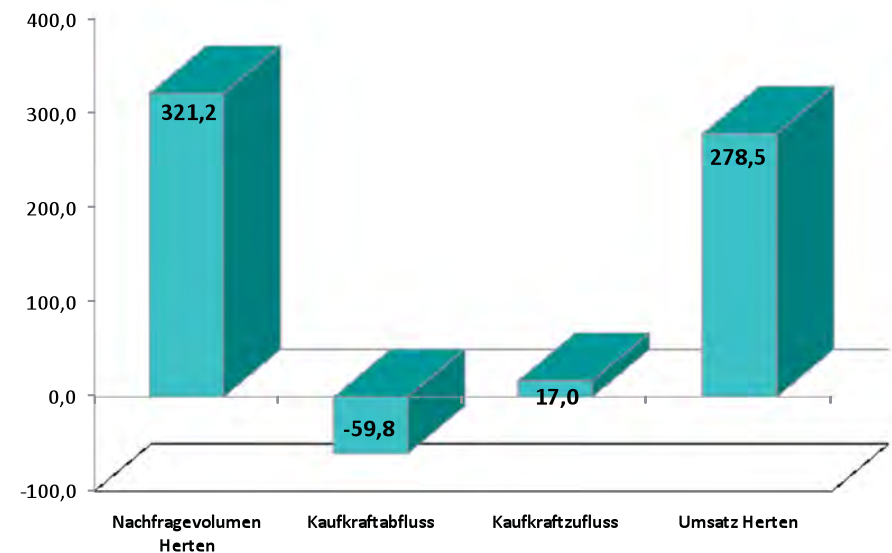
In der Kaufkraftstrombilanz für die Stadt Herten steht einem Kaufkraftzufluss von 17,0 Mio. € ein Kaufkraftabfluss von 59,8 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich somit per Saldo auf 42,8 Mio. €.

Entsprechend den Ausführungen in Kap. 2.2 zum Marktgebiet der Stadt Her-ten, rekrutieren sich die Kaufkraftzuflüsse schwerpunktmäßig aus den unmittelbar angrenzenden Wohnbereichen der umliegenden Städte Gelsenkirchen, Marl und Recklinghausen.

Die Kaufkraftabflüsse konzentrieren sich hauptsächlich auf die umliegenden Mittelzentren Recklinghausen und Gelsenkirchen (vornehmlich das Zentrum Buer) sowie die regionalen Shopping-Center wie das Centro. in Oberhausen oder den RUHRPARK in Bochum. In der regionalen Wettbewerbskulisse spielt neuerdings auch das Shopping Center LIMBECKER PLATZ in der Innenstadt von Essen eine Rolle. Die Realisierung des Projektvorhabens RECKLINGHAUSEN ARCADEN in der Recklinghäuser Innenstadt wird mittelfristig die Kaufkraftabflüsse in Richtung Recklinghausen erhöhen.

Der Kaufkraftabfluss aus Herten beläuft sich auf 18,6 % des in der Stadt Herten vorhandenen Nachfragevolumens. Der Kaufkraftzufluss nach Herten entspricht lediglich 6,1 % des in Herten realisierten Einzelhandelsumsatzes.

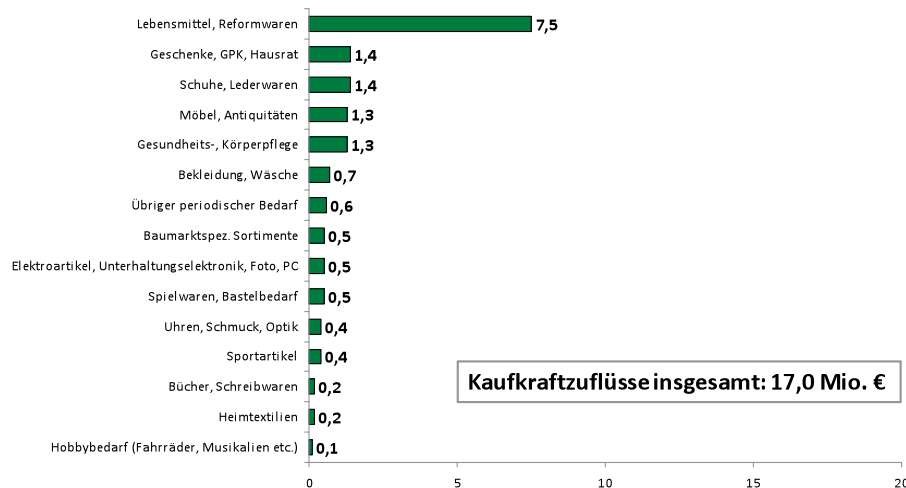
Abb. 31: Kaufkraftstrombilanz für die Stadt Herten (in Mio. €)



Quelle: CIMA GmbH (2010)

Der höchste Kaufkraftzufluss nach Herten entfällt auf die Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ mit 7,5 Mio. €. In allen weiteren Warengruppen liegt der Kaufkraftzufluss nach Herten unter 2,0 Mio. € (siehe Abb. 32, nächste Seite).

Abb. 32: Kaufkraftzuflüsse in die Stadt Herten (in Mio. €)



Quelle: CIMA GmbH (2010).

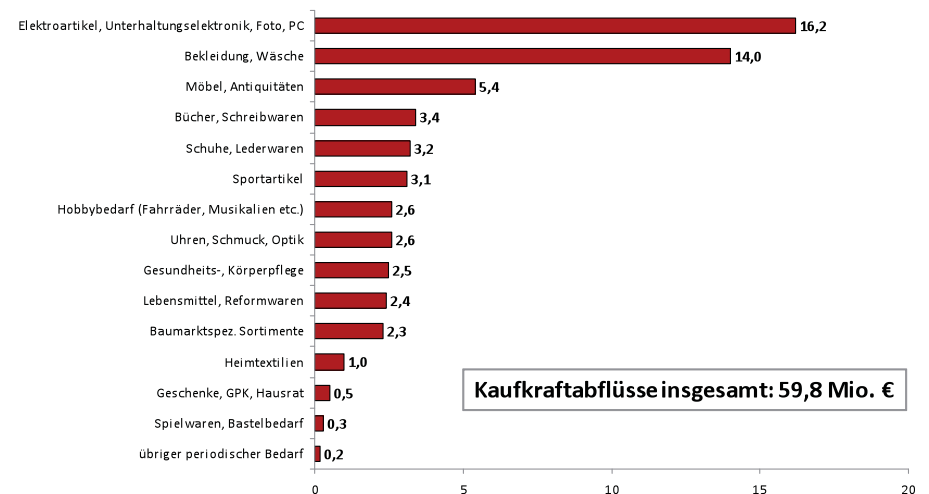
Bezogen auf die einzelnen Hauptwarengruppen erreicht die Hauptwarengruppe „Periodischer Bedarf“ mit einem Kaufkraftzufluss von 9,3 Mio. € den höchsten Wert. Innerhalb der Hauptwarengruppe ist hier vor allem die Warengruppe „Lebensmittel, Reformwaren“ hervorzuheben, die allein einen Kaufkraftzufluss von 7,5 Mio. € verzeichnet. Gegenüber 2006 ist hier ein deutliches Plus zu verzeichnen: Zum damaligen Zeitpunkt lagen die Zuflüsse für „Lebensmittel, Reformwaren“ lediglich bei 3,9 Mio. €.

Die mit Abstand höchsten Kaufkraftabflüsse aus Herten verzeichnen die beiden zentrenrelevanten Warengruppen ‚Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC‘ sowie ‚Bekleidung, Wäsche‘ mit 16,2 Mio. € bzw. 14,0 Mio. €.

Auf die Warengruppe ‚Möbel, Antiquitäten‘ entfällt ein Kaufkraftabfluss von 5,4 Mio. €. In der Warengruppe ‚Bücher, Schreibwaren‘ beläuft er sich auf 3,4 Mio. € und in der Warengruppe ‚Schuhe, Lederwaren‘ auf 3,2 Mio. €. Die Warengruppe ‚Sportartikel‘ ist durch einen Kaufkraftabfluss aus Herten in Höhe von 3,1 Mio. € gekennzeichnet.

In allen weiteren Warengruppen liegt der Kaufkraftabfluss aus Herten unter 3,0 Mio. €.

Abb. 33: Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Herten (in Mio. €)



Quelle: CIMA GmbH (2010).

6 ZUR NAHVERSORGUNGSSITUATION IN DER STADT HERTEN

6.1 Nahversorgung in der Stadt Herten insgesamt

Bei der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Herten wurden in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘

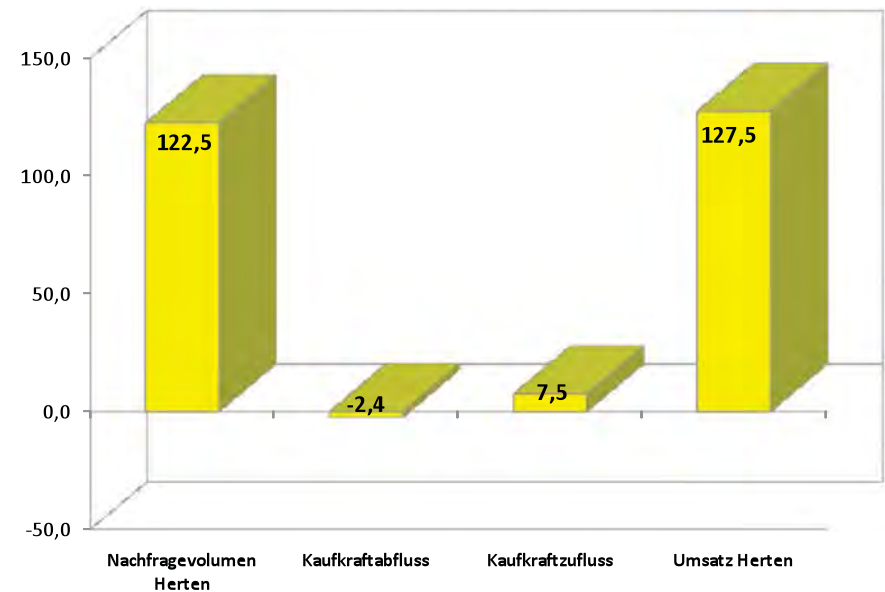
- **130 Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels** erfasst, die auf
- **24.325 m² Gesamtverkaufsfläche** insgesamt
- **127,5 Mio. € Einzelhandelsumsatz** erzielen.

Stellt man den realisierten Umsätzen im Lebensmitteleinzelhandel das in der Stadt Herten vorhandene Nachfragepotenzial in der Warengruppe „Lebensmittel, Reformwaren“ gegenüber, resultiert daraus eine Einzelhandelszentralität von

104.

Im Vergleich zum Jahr 2006 ist die Handelszentralität in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ um 8 Punkte gestiegen. Somit liegt mittlerweile per Saldo ein Kaufkraftzufluss vor. Der Ausbau der Nahversorgung resultierte ausschließlich aus der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern. Dabei wurden Stadtteil spezifische Angebotsdefizite abgebaut (z.B. Scherlebeck) jedoch auch Überkapazitäten realisiert. Die aktuelle Handelszentralität signalisiert, dass zusätzliche Standortentwicklungen primär bereits gebundene Kaufkraft verdrängen und nicht zu einer weiteren Reduzierung des Kaufkraftabflusses führen.

Abb. 34: Kaufkraftstrombilanz für die Warengruppe „Lebensmittel, Reformwaren (in Mio. €)



Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ liegt in Herten mit 0,39 m² genau im Bereich des Bundesdurchschnittes.

Derzeit steht in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ einen Kaufkraftabfluss von 2,4 Mio. € ein Kaufkraftzufluss in Höhe von 7,5 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftzufluss nach Herten beläuft sich somit per Saldo auf rd. 5,0 Mio. €.

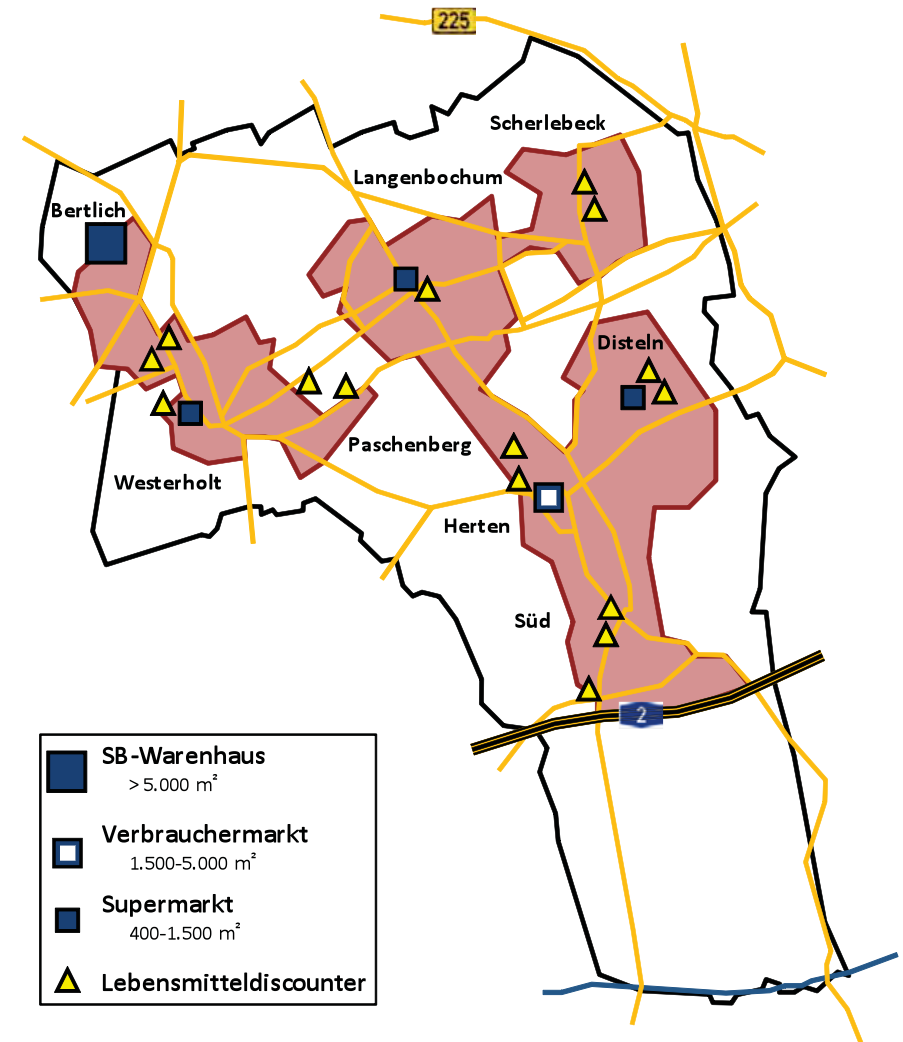
6.2 Nahversorgung in den Hertener Stadtteilen

Beim Blick auf die Nahversorgungsstrukturen in den einzelnen Stadtteilen ergibt sich ein differenziertes Bild. So verfügen die Stadtteile Bertlich, Disteln, Langenbochum und Mitte über Handelszentralitäten von z. T. deutlich über 100. Bezogen auf die einzelnen Stadtteile ergibt sich konkret folgendes Bild:

- Die höchste Handelszentralität in der Warengruppe „Lebensmittel, Reformwaren“ mit 173 realisiert der Stadtteil Bertlich. Auslöser hierfür ist die Standortagglomeration an der Heidestraße mit dem SB-Warenhaus REAL. Neben Kaufkraftzuflüssen aus dem Hertener Stadtteile Westerholt sind vor allem die Einkaufsorientierungen der Bevölkerung aus den unmittelbar angrenzenden Wohnbereichen der Nachbarstädte Gelsenkirchen und Marl für diesen hohen Wert verantwortlich.

- Der Stadtteil Disteln verfügt mit einer Handelszentralität von 134 ebenfalls über erhebliche Kaufkraftzuflüsse, die sich im Schwerpunkt aus dem nördlich gelegenen Stadtteil Scherlebeck sowie den unmittelbar angrenzenden Wohnbereichen der Nachbarstadt Recklinghausen rekrutieren. Maßgeblich für die gute Angebotssituation sind ein REWE Supermarkt sowie die Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO, die sich alle im Bereich des alten Zechenareals ‚Schlägel & Eisen‘ zwischen Josefstraße und Kaiserstraße befinden. Durch die Ausschöpfung vorhandenen Baurechts ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines LIDL Lebensmitteldiscounters am Standort des heutigen Teppichbodenfachmarkts nicht zu verhindern ist. Mit dieser Ansiedlung dürfte die Handelszentralität im Stadtteil Disteln in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ auf rd. 150 bis 160 zunehmen.

Abb. 35: Nahversorgungssituation in der Stadt Herten



Quelle: CIMA GmbH (2010)

Abb. 36: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ in den Stadtteilen der Stadt

Stadtteil	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Bertlich	12,3	7,1	173	5,2
Disteln	18,1	13,5	134	4,6
Langenbochum	22,9	16,2	141	6,7
Mitte	20,5	16,5	124	4,0
Paschenberg	5,5	11,6	47	-6,1
Scherlebeck	11,1	13,8	80	-2,7
Süd	15,0	21,6	69	-6,6
Westerholt	22,1	22,1	100	0,0
Stadt Herten	127,5	122,5	104	5,0

Quelle: CIMA GmbH (2010); Rundungsdifferenzen möglich

- Mit einer Handelszentralität von 141 erreicht der Stadtteil Langenbochum den zweithöchsten Wert. Mit der Ansiedlung des LIDL Lebensmitteldiscounters an der Feldstraße hat sich die bereits 2006 sehr gute Angebotsstruktur, trotz der zwischenzeitlichen Schließung des ALDI Lebensmitteldiscounters an der Feldstraße weiter verbessert. Berücksichtigt werden müssen bei diesem hohen Wert allerdings auch die Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO im Gewerbegebiet „Auf dem Hochstück“, zwischen Langenbochum und Westerholt. Vor allem der ALDI Lebensmitteldiscounter wird aufgrund seiner Nähe zu Westerholt einen erheblichen Anteil seines Umsatzes aus diesem Stadtteil generieren. Allerdings dürfte sich der Umsatzanteil gegenüber 2006, bedingt durch die Ansiedlung des ALDI Lebensmitteldiscounters in Westerholt (Standortbereich „Zum Bahnhof“), verringert haben. Es ist davon auszugehen, dass auch unter dieser Prämisse die Handelszentralität in Langenbochum über dem Wert von 100 bleibt.
- Der Stadtteil Mitte bindet durch sein umfassendes Angebot in der Innenstadt (u. a. SB-Warenhaus KAUFLAND) als auch in weiteren Standortlagen (u. a. ALDI Lebensmitteldiscounter im Standortbereich des Hertener Bahnhofs) überörtlich Kaufkraft. Die Handelszentralität in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ beläuft sich auf 124. Vor allem aus dem Stadtteil Paschenberg sowie den nördlichen Teilen des Siedlungsbereichs Süd werden deutliche Kaufkraftzuflüsse realisiert.
- Durch die Ansiedlung des ALDI Lebensmitteldiscounters hat die Handelszentralität in Westerholt gegenüber 2006 (79) deutlich auf 100 zugenommen. Neben dem ALDI wird der Stadtteil durch einen REWE Supermarkt sowie die Lebensmitteldiscounter LIDL und NETTO versorgt. Die Handelszentralität signalisiert ein optimales Versorgungsniveau, da die

beiden statistisch zu Langenbochum zählenden Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO im Gewerbegebiet „Auf dem Hochstück“ eher Kaufkraft aus Westerholt binden.

- Bedingt durch die Ansiedlung des ALDI Lebensmitteldiscounters auf dem ehemaligen Zechenareal im Stadtteil Scherlebeck hat sich die Handelszentralität gegenüber 2006 (56) auf 80 erhöht. Insgesamt kann die Nahversorgungssituation für den Stadtteil nunmehr als angemessen bezeichnet werden. Kaufkraftabflüsse sind vor allem zu den Angeboten in den Stadtteilen Disteln und Mitte zu verzeichnen.
- Eine ebenfalls positive Entwicklung hat der Siedlungsbereich Süd vollzogen. Gegenüber 2006 (49) hat sich die Handelszentralität auf 69 erhöht und liegt damit genau im 2006 durch die CIMA GmbH prognostizierten Korridor. Maßgeblich hierfür ist zum einen die Verlagerung des ALDI Lebensmitteldiscounters aus dem Süder Markt an den neuen, südlich gelegenen, Standort an der Ewaldstraße und zum anderen der neue LIDL Lebensmitteldiscounter im Kreuzungsbereich „Ewaldstraße/Gelsenkirchener Straße“.
- Mit einer Handelszentralität von 47 im Segment „Lebensmittel, Reformwaren“ verfügt der Stadtteil Paschenberg über den niedrigsten Wert. Gegenüber 2006 (62) hat sich die Versorgungssituation durch die Schließung kleinflächiger Anbieter sowie von Ladenhandwerk verschlechtert. Allerdings ist der niedrige Wert zu relativieren, da sowohl die Angebote im Stadtteil Mitte, insbesondere in der Innenstadt, als auch die Anbieter in Langenbochum und im Gewerbegebiet „Auf dem Hochstück“ gut zu erreichen sind.

Somit bleibt festzuhalten, dass die Stadt Herten insgesamt über eine sehr gute Nahversorgungssituation verfügt. Auch beim detaillierten Blick auf die einzelnen Stadtteile zeigen sich keine relevanten Defizite.

Vor dem Hintergrund von sich bereits abzeichnenden Entwicklungen¹⁵ muss vielmehr darauf geachtet werden, das bestehende Angebot abzusichern und nicht durch neue Standortentwicklungen letztendlich Verdrängungseffekte auszulösen und insbesondere ‚integrierte‘ Nahversorgungslagen in ihrem Stand zu gefährden. Eine konsequente Einzelhandelssteuerung ist zu empfehlen.

¹⁵ Ansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Disteln sowie im Standortbereich des Hertener Bahnhofs.

7 ZUR ABGRENZUNG VON ZENTRALEN VERSOR- GUNGsbEREICHEN IN DER STADT HERTEN

7.1 Funktion und Abgrenzung von Zentralen Versor- gungsbereichen

7.1.1 Erfordernis der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche nach BauGB und BauNVO

Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs hat planungsrechtlich mittlerweile eine längere Tradition. Er wurde bereits in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Dementsprechend sind für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11, Abs. 3 die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Sicherung und Entwicklung der Zentraler Versorgungsbereiche zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten Zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. tangierte Zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Mit der BauNVO von 1990 wurde die Vermutungsregel, ab der Auswirkungen auch auf die Versorgung der Bevölkerung und die Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche flexibler gefasst, in dem ausdrücklich betont wird, dass ggf. auch Vorhaben mit einer Größenordnung von unter 1.200 m² Geschossfläche Auswirkungen entfalten können, andererseits auch Vorhaben oberhalb der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen haben können. Insgesamt wurde mit der seinerzeit gültigen BauNVO die Vermutungsgrenze von 1.500 m² Geschossfläche auf 1.200 m² Geschossfläche reduziert.

Mit § 11, Abs. 3 Satz 2 BauNVO wird klargestellt, dass Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche ein Grund für die Zuweisung größerer Einzelhandelsbetriebe zu MK- und SO-Gebieten sind.

Die Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ rückte mit der Novellierung des BauGB 2004 noch stärker in den Fokus, da die Prüfung von schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche mit der Regelung des § 34, Abs. 3 BauGB nunmehr auch für Planungen im nicht beplanten Innenbereich Anwendung findet.

Bislang galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, dass sich ein Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“ (§ 34, Abs. 1 BauGB). Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Siedlungsbereiche ohne Bebauungsplan nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben Auswirkungen verursachte oder zentrenrelevante Sortimente angeboten hat. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in der näheren Umgebung einfügte. Dies erschwerte allerdings in der Planungspraxis die nachhaltige Steuerung einer wohnortnahen Einzelhandelsversorgung. Hatte z. B. ein großflächiger Lebensmittelmarkt (über 800 m² Verkaufsfläche) in der Nähe eines Autohauses oder Baumarktes im unbeplanten Innenbereich (§ 34-

Gebiet) einen Bauantrag gestellt, bestand in der Regel aus bauplanungsrechtlicher Sicht keine Verhinderungsmöglichkeit.¹⁶

Um Vorhaben dieser Art nun entgegenzutreten zu können, trifft die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere Zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Der § 34, Abs. 3 ist jedoch in seiner Handhabung deutlich überschätzt worden. Er greift nur, wenn tatsächlich schädliche Auswirkungen auf die Sicherung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche abzusehen sind. In den meisten Fällen bewirken Ansiedlungsvorhaben zwar Auswirkungen, die jedoch unterhalb schädlicher Auswirkungen bleiben.

Was Zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierungen durch die Rechtsprechung.

¹⁶ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

Erst Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer haben zu einer neuen planungsrechtlichen Qualität des Begriffs Zentraler Versorgungsbereich geführt. In Nordrhein-Westfalen sind Zentrale Versorgungsbereiche mit der Novellierung des Landesentwicklungsprogramms vom 19.07.2007 (§ 24a LEPro NRW) als planungsrechtliches Steuerungsinstrument etabliert worden. Nordrhein-Westfalen hat mit den Regelungen des § 24a LEPro NRW als erstes Bundesland die vagen Vorgaben aus der Bundesgesetzgebung deutlicher konkretisiert. Dies gilt auch vor dem Hintergrund der Relativierung des § 24a LEPro NRW mit der Herabstufung von einem Ziel der Raumordnung zum Grundsatz der Raumordnung¹⁷.

Grundsätzlich leitet sich die Notwendigkeit zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden aus den Abwägungserfordernissen des BauGB ab (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grundsätzlich sind folgende Fragen zum Umgang mit Zentralen Versorgungsbereichen zu beantworten:

- Wie definiert man einen Zentralen Versorgungsbereich? Welche Merkmale sind maßgeblich relevant?
- Wie sind Auswirkungen und schädliche Auswirkungen auf die Sicherung und Entwicklung von Zentralen Versorgungsbereichen einzuordnen?

¹⁷ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 30.09.2009 – 10 A 1676 /08

7.1.2 Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche, auch unter Berücksichtigung des § 24a LEPro NRW

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen Berkemann und Halama als Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen Zentraler Versorgungsbereiche. Die ‚nachvollziehbare, eindeutige Festlegung‘ mit ‚Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse‘ heißt, dass Angebotsqualitäten eines Zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine ‚bloße‘ räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines Zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen Barrieren, die

einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen. Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über Zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Mittlerweile hat das BVerwG Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen¹⁸:

Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“

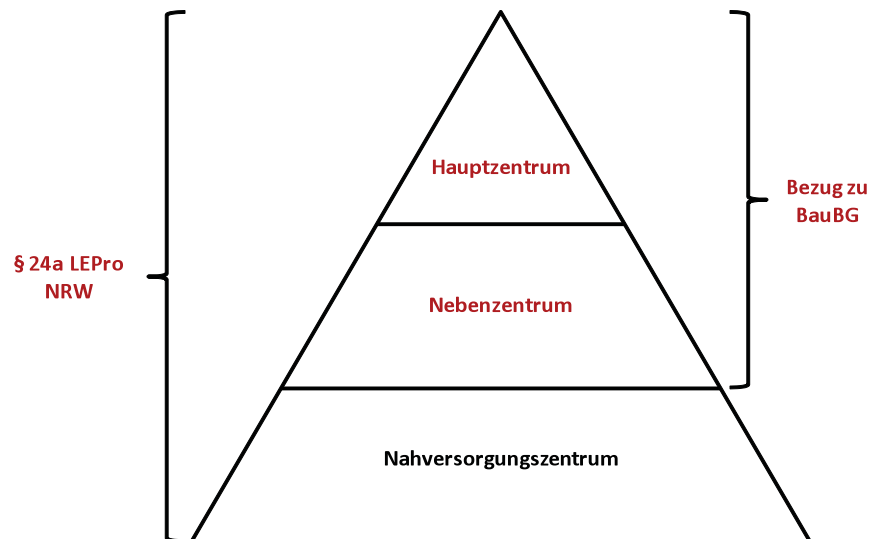
„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein...“

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich

¹⁸ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

Eine Stadt oder Gemeinde kann somit mehrere Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen. § 24a LEPro NRW weist deutlich auf eine Hierarchie von ‚Zentralen Versorgungsbereichen‘ (Hauptzentrum - Nebenzentrum - Nahversorgungszentrum) hin. Die Zentralen Versorgungsbereiche sind an die örtlichen Siedlungsgefüge anzupassen. Als Grundsatz der Raumordnung spiegelt diese Empfehlung einen gangbaren Handlungsansatz wider.

Abb. 37: Zur Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche und ihrer planungsrechtlichen Verankerung



Quelle: CIMA GmbH (2010).

Für die Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ definiert der § 24a LEPro NRW folgende Kriterien und Rahmenbedingungen. Sie sind quasi als eine Handlungsempfehlung einzuordnen.

- Vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- Städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten ‚Allgemeinen Siedlungsbereichs‘,
- eine gute Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplannungen mit berücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung ‚vor Ort‘, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die CIMA GmbH an den Kernaussagen des BVerwG, berücksichtigt die Handlungsempfehlungen des § 24a LEPro NRW und bezieht grundsätzliche gutachterliche Bewertungsmaßstäbe mit ein. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- optimale Einbindung des ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Nicht als Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen sind

- Standortbereiche mit nur noch rudimentärem Einzelhandelsbesatz¹⁹,

¹⁹ Die Besatzstrukturen üben keine Zentralität im Sinne der Kernaussagen des BVerwG aus: Siehe BVerwG Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08

- eindeutig nicht integrierte Fachmarktlagen²⁰

Bei der Bestimmung der Zentralen Versorgungsbereiche sind unterschiedliche Versorgungsfunktionen zu berücksichtigen. Während in Stadtteilen und dörflichen Kernlagen Zentrale Versorgungsbereiche die schützenswerten Lagen in Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente definieren, wird in Stadtteilzentren und Citylagen auch der Schutz in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente begründet.

§ 24a LEPro NRW definiert eindeutig, dass großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten im Sinne der Vermutungsregel nach § 11, Abs. 3 BauNVO nur in Zentralen Versorgungsbereichen etabliert werden darf, die als Hauptzentrum (Innenstädte, Ortsmitten der Gemeinden) und Nebenzentren (Stadtteilzentren) abgegrenzt werden. Kerngebiete und Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen künftig nur noch innerhalb von abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden.

Als Grundsatz der Raumordnung hat diese Handlungsempfehlung die Qualität eines abwägungsrelevanten Planungshandelns. Ziel sollte sein über die entsprechende Ausweisung von Baugebieten die Versorgungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen zu sichern und zu entwickeln.

²⁰ „Isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bilden keine zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen“ – Vgl. BVerwG Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.²¹ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass Zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als Zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.²²

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei Zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass ‚multifunktional abgegrenzte‘ und ‚dezidiert‘ in ihrer Abgrenzung begründete Zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

Mit der höchstrichterlichen Ablehnung des § 24a LEPro NRW als Ziel der Raumordnung (Urteil des OVG Münster vom 25.01.2010; Aktenzeichen 7 D 97/09.NE) und somit der Rückstufung als Grundsatz der Raumordnung bleiben die Regelungen zwar maßgeblich abwägungsrelevant, können jedoch im Rahmen einer umfassenden Abwägung relativiert werden.

Dennoch bleibt die Prüfung negativer Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche im Kontext der Regelungen des § 11, Abs. 3 BauNVO sowie ihrer Abwägungsrelevanz (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB) relevant.

Darüber hinaus ist nochmals darauf hinzuweisen, dass sich die Notwendigkeit zur Abgrenzung ‚Zentraler Versorgungsbereiche‘ in Städten und Gemeinden sowohl aus dem ROG und dem BauGB ergibt und somit unabhängig von der Rechtsstellung des § 24a LEPro NRW vorzunehmen ist.

²¹ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

²² Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. ER ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. ES muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

7.1.3 Bewertung der Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche - Zum Begriff der schädlichen Auswirkungen

Bisherige Urteile der Oberverwaltungsgerichte gehen bei der Bewertung von ‚Auswirkungen‘ und ‚schädlichen Auswirkungen‘ auf die Regelungen nach § 11, Abs. 3 BauNVO zurück. Hierunter sind Auswirkungen zu verstehen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“ (vgl. § 11, Abs. 3 BauNVO).

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11, Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass bei einer relativen Umsatzverlagerung von 10 % ‚Auswirkungen‘ anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines Zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage ‚Vermutungsgrenze‘ formuliert. Sie ist nicht als eine fest stehende Grenze anerkannt.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu ‚schädlichen Auswirkungen‘ bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von ‚schädlichen Auswirkungen‘ aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben Berkemann und Halama hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projekt-

entwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11, Abs. 3 BauNVO bei der Etablierung von Einzelhandel in vorhandenen oder neu zu etablierenden Sondergebieten. ‚Schädliche Auswirkungen‘ für Vorhaben gemäß § 34, Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem Zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse²³.

Dies bedeutet, dass § 34, Abs. 3 BauGB ein verhältnismäßig ‚stumpfes Schwert‘ ist. Verkaufsflächenerweiterungen von Lebensmitteldiscountern oder selbst die zusätzliche Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern werden nur in den seltensten Fällen ‚schädliche Auswirkungen‘ auf benachbarte ‚Zentrale Versorgungsbereiche‘ im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB verursachen.

Aus gutachterlicher Sicht ist es durchaus legitim, strengere Beurteilungen zu diskutieren. In der relevanten Fachliteratur werden z. T. bereits ab einer relativen Umsatzverlagerung von 7 % Auswirkungen auf die Angebotsqualität von Versorgungsstandorten oder Zentralen Versorgungsbereiche gesehen. Für

²³ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

Nordrhein-Westfalen sind aus der Rechtsprechung ‚abwägungsrelevante Auswirkungen‘ in einem Korridor zwischen 7 % und 11 % abgeleitet worden.²⁴ Abwägungsrelevante Auswirkungen definieren jedoch nicht automatisch ‚schädliche‘ Auswirkungen. ‚Abwägungsrelevante Auswirkungen‘ erfordern jedoch eine Würdigung im Abwägungsverfahren der kommunalen Bauleitplanung.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch ‚Trading-Down-Effekte‘ gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können ‚schädliche Auswirkungen‘ auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.²⁵

§ 24a LEPro NRW definiert zusätzlich für Standortentwicklungen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche, dass die Verträglichkeit für ein Vorhaben vorliegt, wenn der erwartete Umsatz des Projektvorhabens insgesamt und in Teilsortimenten unterhalb der Kaufkraft des zugeordneten Verflechtungsbereichs des Zentralen Versorgungsbereichs liegt. Bei Hauptzentren gilt als ‚Messlatte‘ die Kaufkraft im Stadt- bzw. Gemeindegebiet insgesamt. Auch diese Regelver-

mutung ist nunmehr vor dem Hintergrund der ‚Rückstufung‘ des § 24a LEPro NRW zum bloßen Grundsatz der Raumordnung weiter zu relativieren.

Die hier seitens der CIMA GmbH vorgeschlagenen Abgrenzungen der Zentralen Versorgungsbereiche können seitens der Stadt Herten hinsichtlich der konkreten Parzellenabgrenzung ggf. angepasst werden. Das vorgelegte Abgrenzungskonzept orientiert sich jedoch an den ‚vor Ort‘ aufgenommenen Strukturen und stützt ein nachhaltiges Zentren- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Herten.

7.2 Hierarchie und Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Herten

7.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte im Überblick

Die CIMA Beratung + Management GmbH schlägt für die Stadt Herten die Abgrenzung folgender Zentraler Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte vor:

- Zentraler Versorgungsbereich **„Herten, Innenstadt“** (Hauptzentrum),
- Zentraler Versorgungsbereich **„Westerholt“** (Nebenzentrum),
- Zentraler Versorgungsbereich **„Disteln“** (Nahversorgungszentrum),

²⁴ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363; OVG Münster: Urteil zum „Preußen-Park“ von 07.12.2000.

²⁵ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.

- Zentraler Versorgungsbereich „**Herten-Süd**“ (Nahversorgungszentrum),
- Zentraler Versorgungsbereich „**Langenbochum**“ (Nahversorgungszentrum),
- Zentraler Versorgungsbereich „**Scherlebeck**“ (Nahversorgungszentrum).

Einzelhandelsagglomeration mit überörtlicher Versorgungsfunktion gemäß § 24a (5) LEPro ist:

- **Fachmarkttagglomeration „Bertlich“** mit einem REAL SB-Warenhaus sowie ergänzenden kleinflächigen Anbietern. Für diese gesamtstädtische Versorgungslage gilt Bestandschutz. Die bestehende Agglomeration sollte nicht durch Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten weiter entwickelt werden.

Diese Fachmarkttagglomeration ist städtebaulich als ‚isolierte‘ Standortlage einzuordnen. Aus diesem Charakter erschließt sich auch unabhängig von den Handlungsempfehlungen des § 24a LEPro NRW baurechtliche Regelungen zu ergreifen, die einen Ausbau des Standortes mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel verhindern.

Nahversorgungsrelevante Ergänzungsstandorte im Sinne ergänzender integrierter Standortlagen im Stadtgebiet von Herten sind:

- ALDI, Westerholt (Zum Bahnhof),
- LIDL, Paschenberg (Feldstraße),
- LIDL, Herten-Süd (Kreuzung Ewaldstraße / Gelsenkirchener Straße)

Nicht integrierte ergänzende Standortlagen der Nahversorgung in der Stadt Herten sind:

- ALDI, Langenbochum (Auf dem Hochstück); bereits seit Jahren etabliert
- NETTO, Langenbochum (Westerholter Straße); bereits seit Jahren etabliert
- ALDI, Mitte (Am Technologiepark / Bahnhof Herten),
- LIDL, Mitte (Paschenbergstraße); geplante Standortentwicklung vis-a-vis zum bestehenden ALDI; nicht zu verweigernde Baugenehmigung),

Abb. 38: Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Herten

Zentrale Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte

Zentrale Versorgungsbereiche

Herten-Mitte, Innenstadt (Hauptzentrum)

Westerholt (Nebenzentrum)

Langenbochum (Nahversorgungszentrum)

Süd (Nahversorgungszentrum)

Scherlebeck (Nahversorgungszentrum)

Disteln (Nahversorgungszentrum)

Standortagglomerationen

gem. § 24 a (5) LEPro

Fachmarkttagglomeration Bertlich
(real-, ergänzende kleinflächige Anbieter)

Ergänzungsstandorte im Sinne der stadtteilbezogenen Nahversorgung

Paschenberg (Lidl, Feldstraße)

Süd (Lidl, Ewaldstraße)

Westerholt (Aldi, Am Bahnhof)

Nicht integrierte So litärstandorte

Herten-Mitte (Aldi, Am Technologiepark)

*Herten-Mitte (LIDL, Paschenbergstraße)
(nicht zu verweigernde Baugenehmigung)*

Langenbochum (Netto, Westerholter Str.)

Langenbochum (ALDI, Auf dem Hochstück)

7.2.2 Zentraler Versorgungsbereich „Herten, Innenstadt“

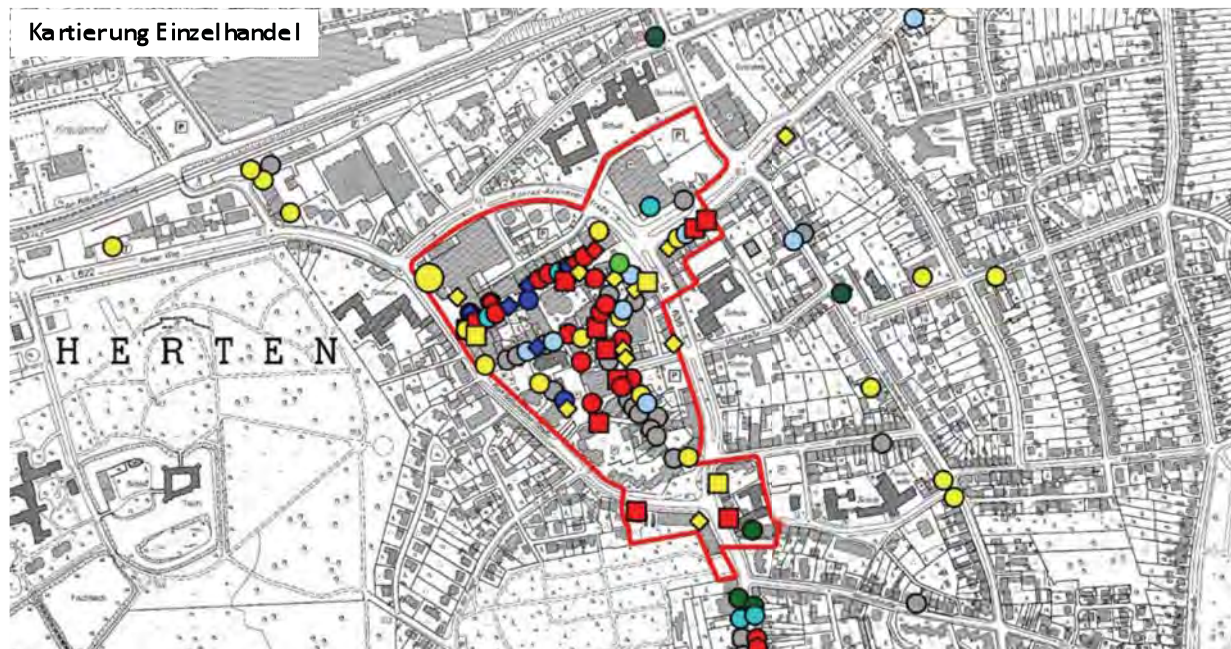
Der Zentrale Versorgungsbereich „Herten, Innenstadt“ wird begrenzt von den umlaufenden Straßenzügen „Kurt-Schumacher-Straße“ im Süden und Westen, „Konrad-Adenauer-Straße“ im Norden und „Theodor-Heuss-Straße“ im Osten. Zusätzlich hinzu kommt der Bereich des „Herten Forum“ (inkl. des angeschlossenen Parkplatzes) östlich der Innenstadt sowie der südlich davon gelegene Teil der Kaiserstraße bis zu Hausnummer 70. Im südlichen Bereich sind noch die Einzelhandelslagen im Kreuzungsbereich mit der Ewaldstraße hinzu sowie ein kurzer Abschnitt südlich der Kurt-Schumacher-Straße (vgl. Abb. 39 und Abb. 40) mit einzubeziehen.

Die so vorgenommene Abgrenzung umfasst den funktional räumlichen Standortbereich der Hertener Innenstadt. Die sich nach Süden anschließende Ewaldstraße entwickelt sich als Quartierslage.

Die Einbeziehung der östlich an das HERTEN FORUM anschließenden Stellplatzareale und mindergenutzten Flächen bis zur Feldstraße trägt zukünftigen Gestaltungspotenzialen Rechnung.

Abb. 39: Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum); Kartierung Einzelhandel

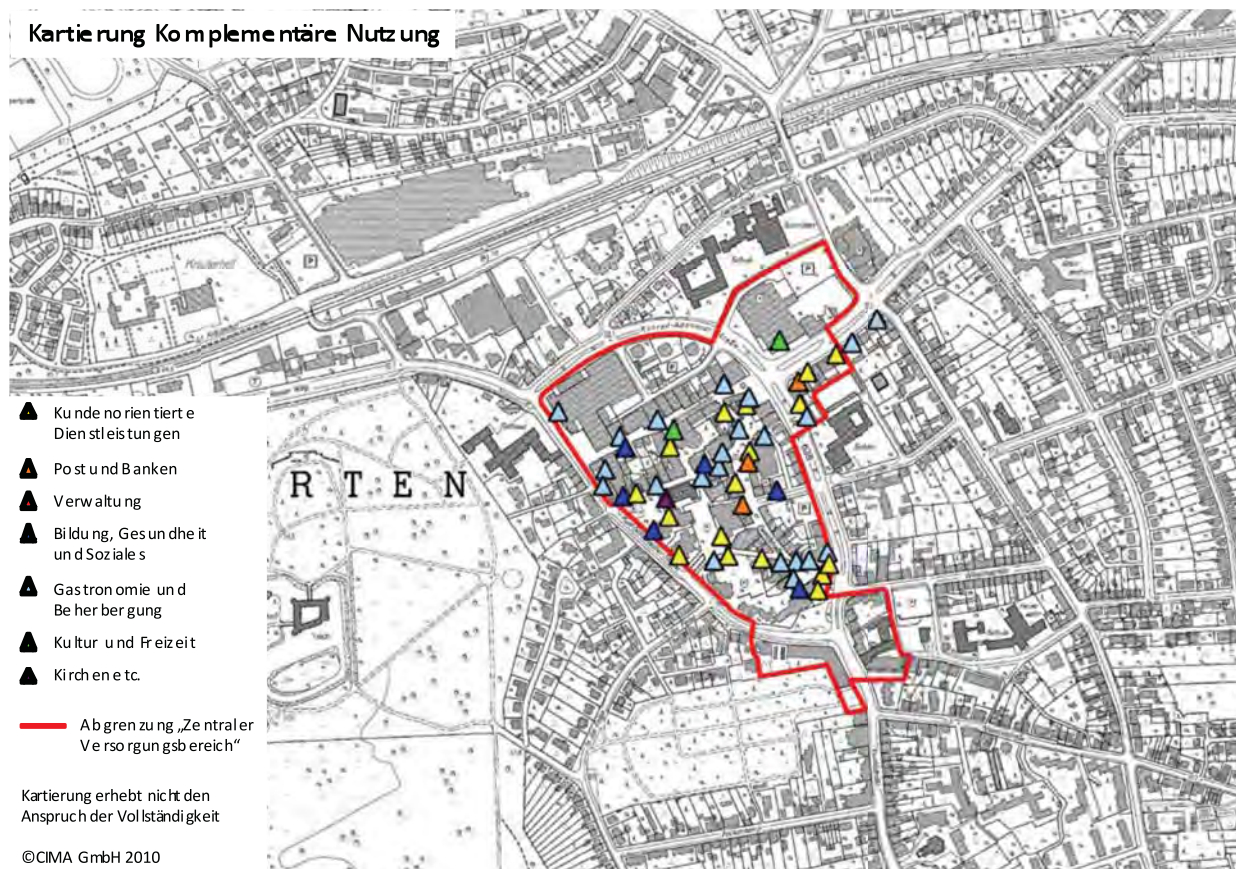
Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum)



- | | | | |
|---|---|-------------------------------------|---|
| ● Nahrungs- und Genussmittel | ■ Optik, Uhren, Schmuck | ● Einrichtungsbedarf | — Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“ |
| ◆ Gesundheits- und Körperpflege | ● Bücher, Schreibwaren | ● Baumarktspezifische Sortimente | |
| ■ Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) | ◆ Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC | ● Betriebe < 800 m ² VKF | |
| ● Bekleidung, Wäsche | ● Spiel, Sport, Hobby | ● Betriebe = 800 m ² VKF | |
| ◆ Schuhe, Lederwaren | ● Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat | ● Leerstand | |
- Kartierung erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit
© CIMA GmbH 2 010

Abb. 40: Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum);
Kartierung komplementärer Nutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Herten, Innenstadt (Hauptzentrum)



7.2.3 Zentraler Versorgungsbereich „Westerholt“

Der Zentrale Versorgungsbereich „Westerholt“ erstreckt sich entlang des Haupteinkaufsbereichs „Bahnhofstraße“ von der Einmündung „Lindenstraße“ im Norden bis zum Kreuzungsbereich mit den Straßen 'Breite Straße', 'Hertener Straße' und Storcksmährstraße“. In den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen sind alle unmittelbar an die Bahnhofstraße und den Einmündungsbereichen der genannten Straßen unmittelbar anliegenden Grundstücksareale. Ebenfalls zum Zentralen Versorgungsbereich gehören die Geschwisterstraße bis zur Einmündung Körnerstraße, sowie eine Potenzialfläche auf der ehemaligen Zeche Westerholt, die westlich an die Bahnhofstraße andockt und zwischen Bahntrasse und Körnerstraße liegt.

In den Zentralen Versorgungsbereich ‚Westerholt‘ einbezogen sind auch die Anliegerareale der südlich an die Bahnhofstraße angrenzenden Schlossstraße und Turmstraße und die östlich angrenzenden Bereiche am Kreuzungsbereich mit den Straßen Breite Straße, Hertener Straße und Storcksmährstraße (vgl. Abb. 41 und Abb. 42).

Die Kartierung des Einzelhandelsbesatzes weist deutlich nach, dass das zusammenhängende Ortszentrum in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen wurde.

Der im Standortbereich des alten Westerholter Bahnhofs etablierte ALDI Lebensmitteldiscounter stellt einen ergänzenden Nahversorgungsstandort zum abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich Westerholt dar.

Abb. 41: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum); Kartierung Einzelhandel

Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum)

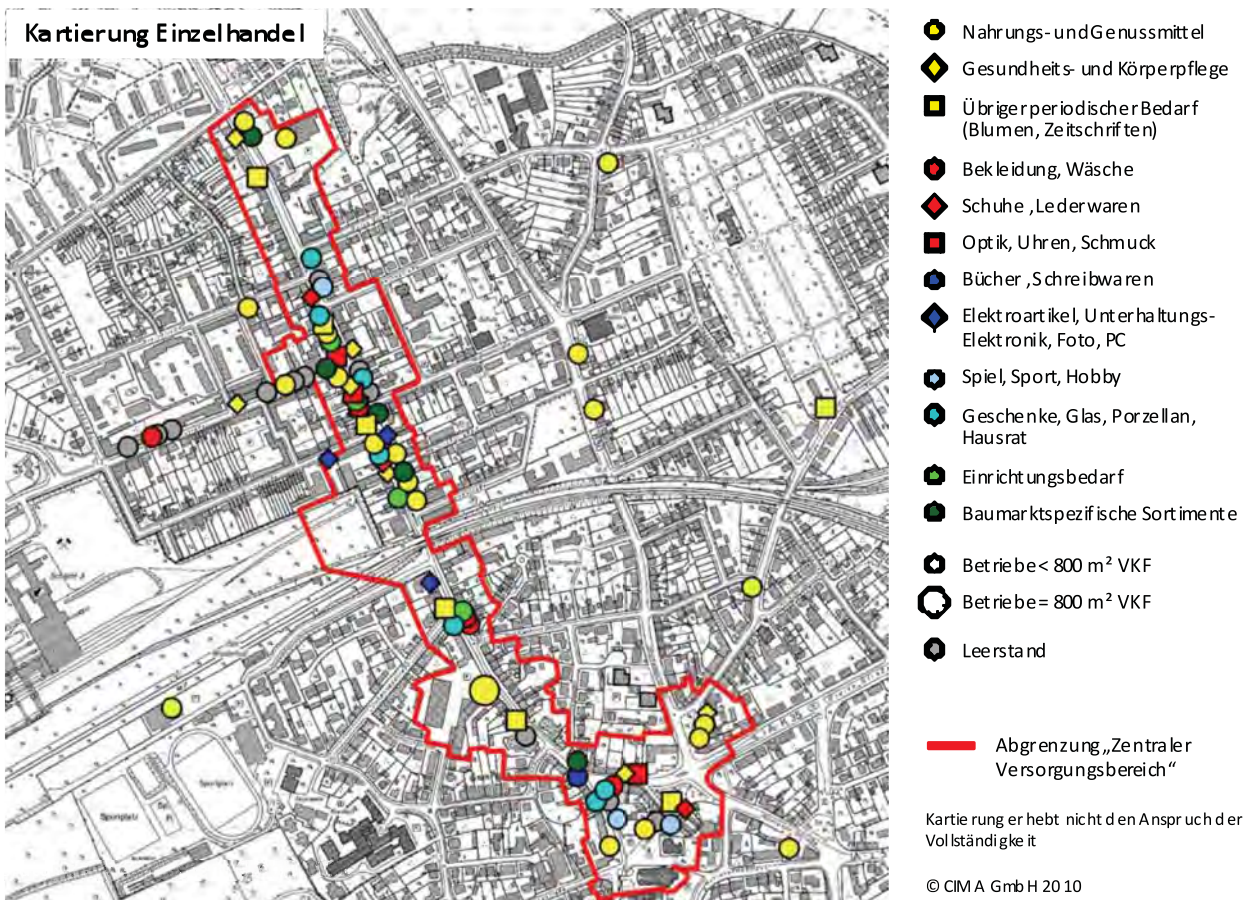
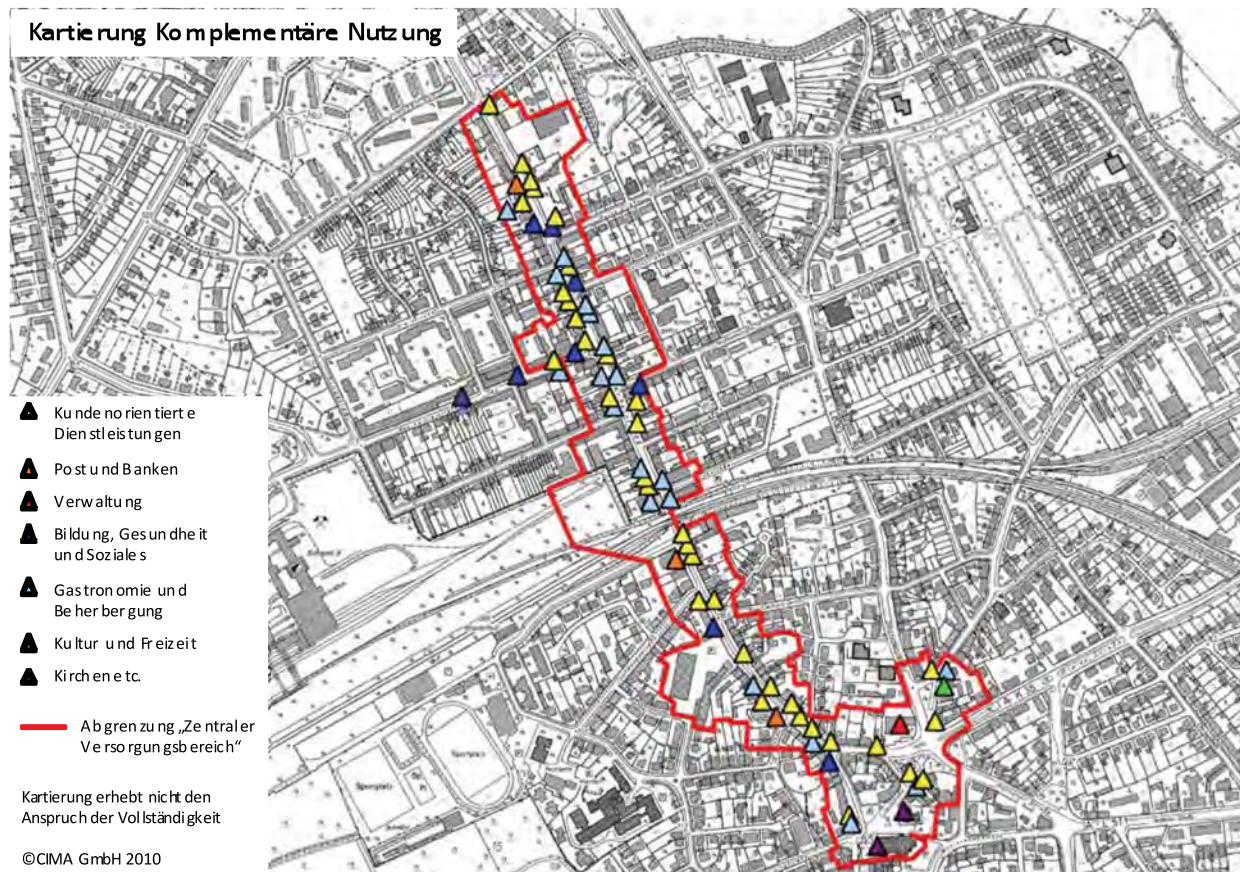


Abb. 42: Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum); Kartierung Komplementärnutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Westerholt (Nebenzentrum)



7.2.4 Zentraler Versorgungsbereich „Disteln“

Der Zentrale Versorgungsbereich Disteln liegt 1,2 km östlich der Innenstadt von Herten. Er übernimmt Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Disteln. Sein Verflechtungsbereich beschränkt sich dementsprechend auf den Stadtteil Disteln. Im Kontext des §24a LEPro NRW ist der Zentrale Versorgungsbereich Disteln als Nahversorgungszentrum auszuweisen.

Somit ist die Etablierung großflächigen Einzelhandels, also Einzelhandel auch oberhalb der Vermutungsgrenze nach § 11 Abs. 3 BauNVO im Segment zentrenrelevanter Sortimente nur im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zulässig. Diese Rahmenbedingungen prägen derzeit den abzugrenzenden Zentralen Versorgungsbereich.

Im Zentralen Versorgungsbereich Disteln sind derzeit ein REWE Frischemarkt (1), ein REWE Getränkemarkt (2), ein PLUS Lebensmitteldiscounter (3), sowie ein ALDI Lebensmitteldiscounter (4) etabliert. Am Standort des bisher etablierten Teppichfachmarktes wird kurzfristig ein LIDL Lebensmitteldiscounter (5) etabliert werden.²⁶ Vor dem Hintergrund des vorliegenden OVG-Urteils war die Ansiedlung dieses zusätzlichen Lebensmitteldiscounters nicht zu versagen. Der schon durch deutliche Kaufkraftzuflüsse geprägte Standortbereich wird nach Realisierung des LIDL Lebensmitteldiscounters durch erhebliche Umsatz-

verlagerungen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs geprägt sein. Die Flächenproduktivitäten der jeweiligen Anbieter dürften deutlich sinken.

Der Zentrale Versorgungsbereich Disteln wird im Segment der Nahversorgung zukünftig durch eine optimale Nahversorgungsstruktur gekennzeichnet sein.

Die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Disteln schließt alle anliegenden Grundstücksareale im Kreuzungsbereich Kaiserstraße / Josefstraße ein. Nach Norden hin wird der Zentrale Versorgungsbereich Disteln durch den PLUS Lebensmitteldiscounter begrenzt. Nördlich des Standortes schließt sich Wohnbebauung und östlich davon ein ausschließlich durch gewerbliche Nutzungen geprägter Standortbereich an.

In östlicher Richtung umfasst der Zentrale Versorgungsbereich alle nördlich an die Kaiserstraße andockenden Grundstücksareale von der Wohn- / Geschäftshausbebauung im unmittelbaren Kreuzungsbereich Kaiserstraße / Josefstraße bis einschließlich des etablierten TOOM-Baufachmarktes (6).

Nördlich der an die Kaiserstraße andockenden Grundstücke besteht eine Zäsur durch die Zechenbrache zwischen den etablierten Einzelhandelsnutzungen und den Haldenflächen.

Der Zentrale Versorgungsbereich umfasst somit den maßgeblich etablierten Einzelhandelsbesatz im Segment der nahversorgungsrelevanten Anbieter. Der TOOM Baufachmarkt am östlichen Rand des Zentralen Versorgungsbereichs wird vor dem Hintergrund einer möglichst rechtssicheren Abgrenzung mit einbezogen, da keine eindeutige städtebauliche Zäsur zwischen dem zukünftigen LIDL-Markt und dem Baufachmarkt begründet werden kann.

²⁶ Die Nummern hinter den Betriebskonzepten dokumentieren deren Standortlage in Abb.43 auf der übernächsten Seite.



Der Standort des TOOM-Baufachmarktes ist baurechtlich so abzusichern, dass auch zukünftig nur Absatzformen des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment etabliert werden können (siehe Abb. 43 bis 45).

Abb. 43: Zur konzeptionellen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs
'Disteln'

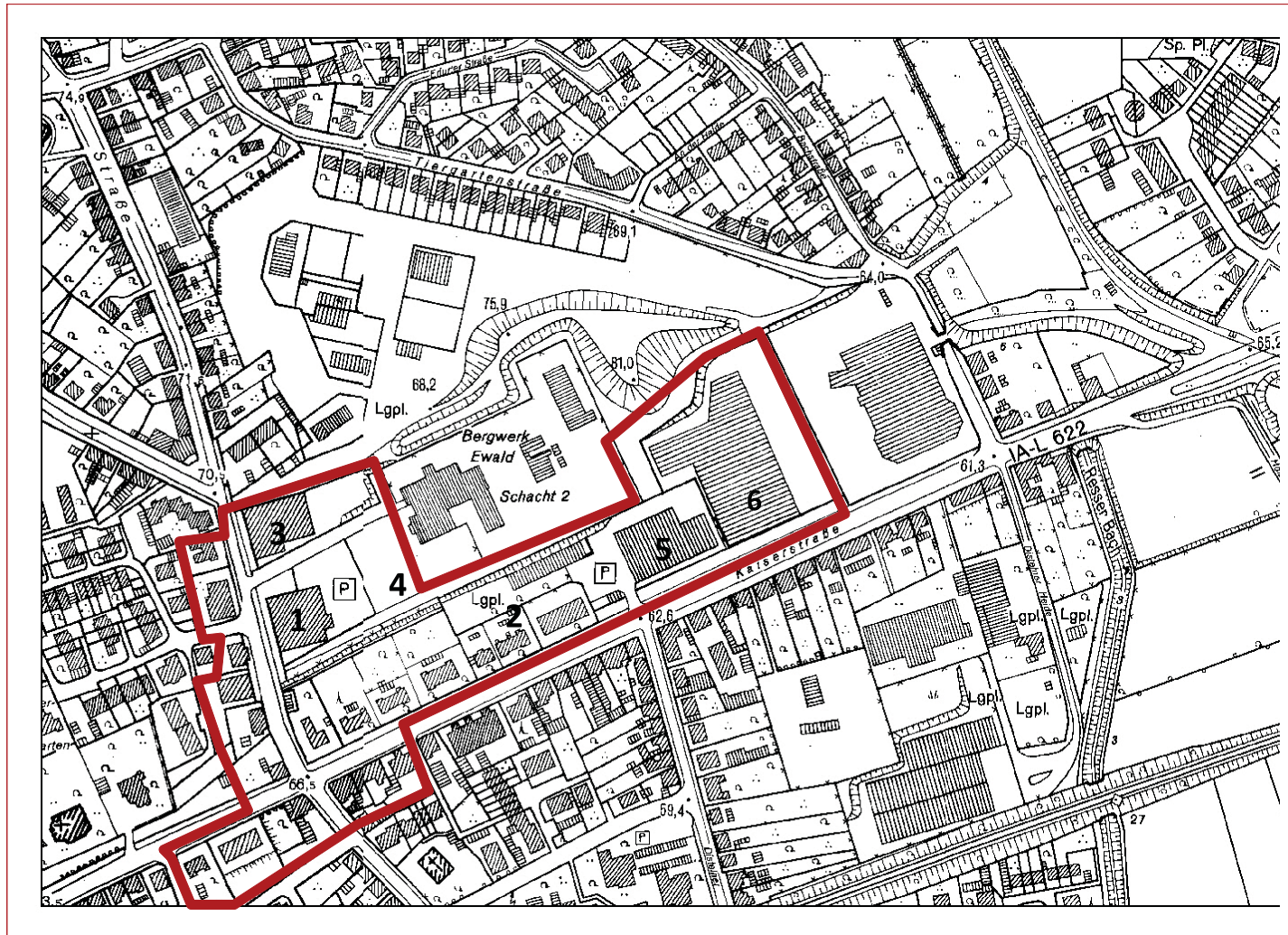
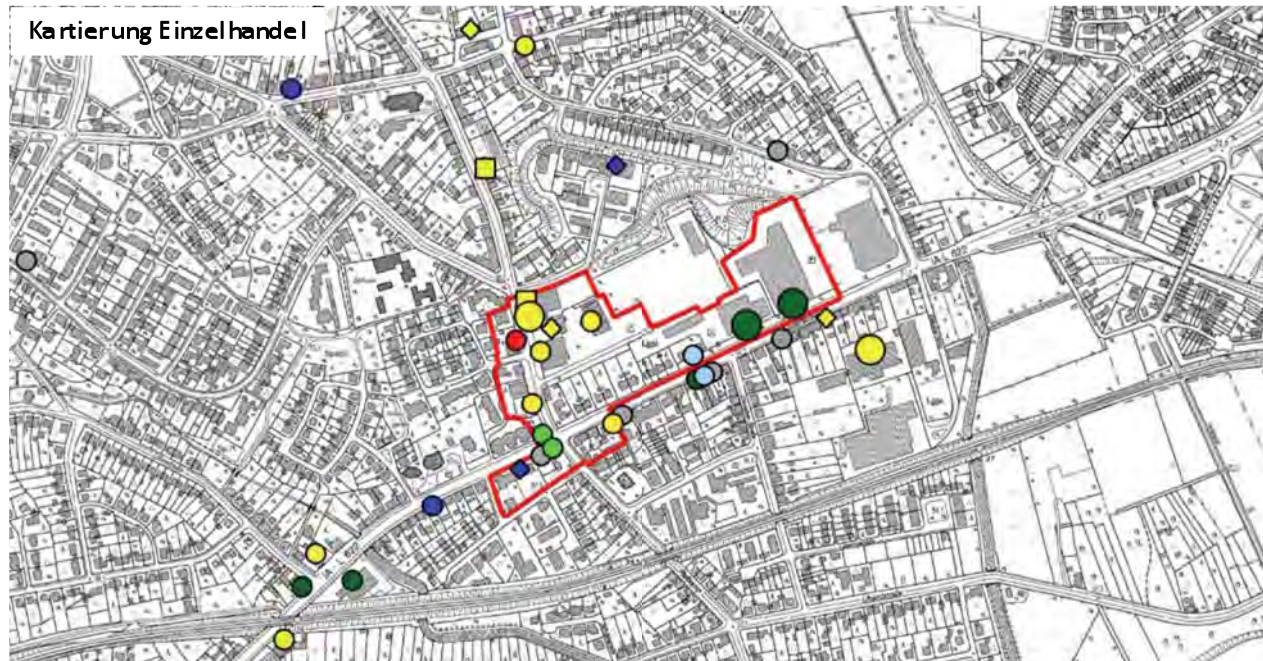


Abb. 44: Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel

Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum)

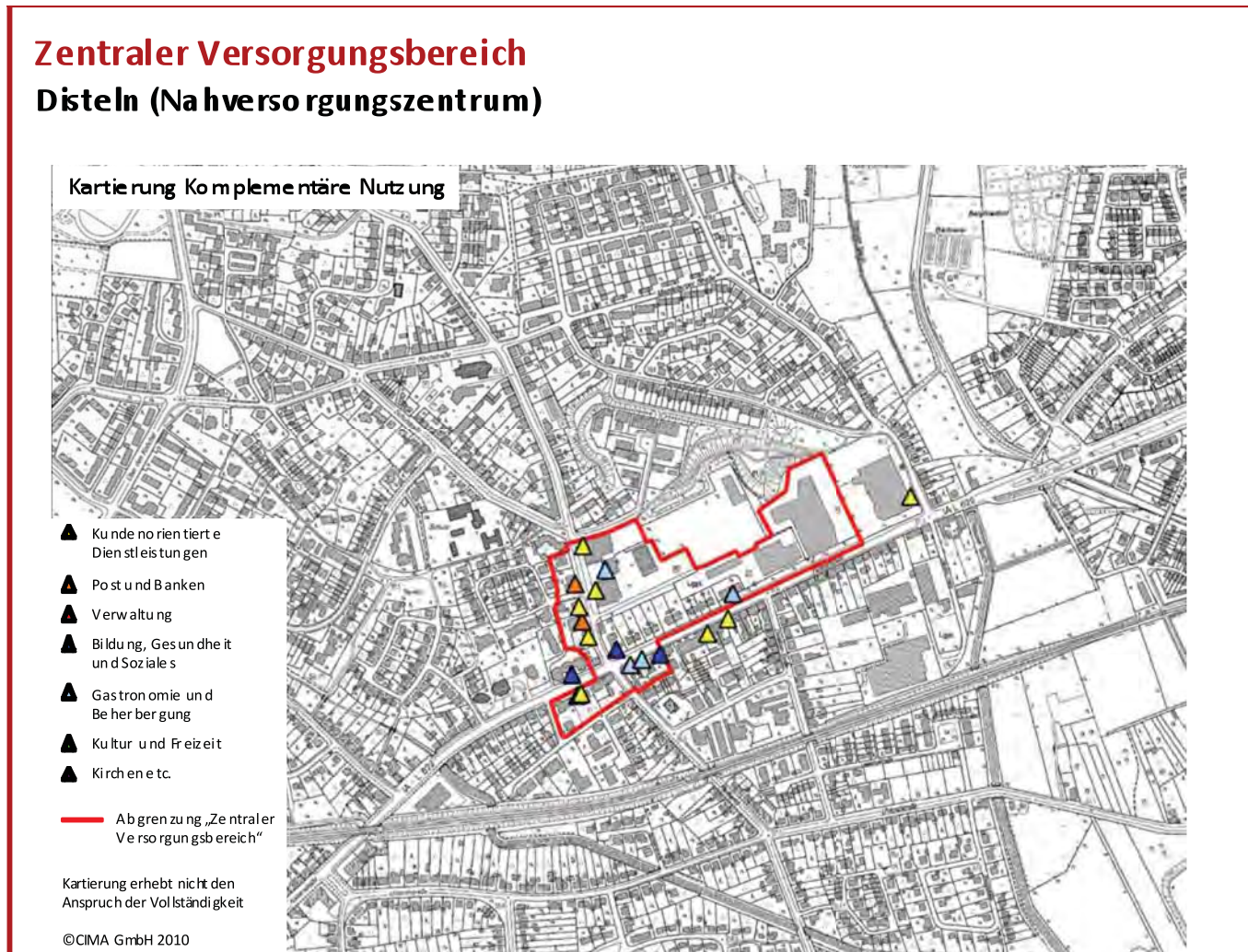


- | | | | |
|---|---|-----------------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | Optik, Uhren, Schmuck | Einrichtungsbedarf | Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“ |
| Gesundheits- und Körperpflege | Bücher, Schreibwaren | Baumarktspezifische Sortimente | |
| Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) | Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC | Betriebe < 800 m ² VKF | |
| Bekleidung, Wäsche | Spiel, Sport, Hobby | Betriebe = 800 m ² VKF | |
| Schuhe, Lederwaren | Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat | Leerstand | |

Kartierung erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit
© CIMA GmbH 2010

Abb. 45: Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum);
Kartierung komplementärer Nutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Disteln (Nahversorgungszentrum)



7.2.5 Zentraler Versorgungsbereich „Langenbochum“

Der Zentrale Versorgungsbereich „Langenbochum“ erstreckt sich entlang der Feldstraße vom neuen LIDL Lebensmitteldiscounter im Südosten bis zur Einmündung „Franzstraße“ im Nordwesten. Alle an die Feldstraße unmittelbar anliegenden Grundstücke sind in den Zentralen Versorgungsbereich mit einbezogen. Zum Zentralen Versorgungsbereich gehört auch die Bebauung entlang der Langenbochumer Straße zwischen Feldstraße und Schlägel- und Eisenstraße. Ebenso gehört der Einzelhandelsbesatz entlang der Schlägel- und Eisen-Straße zwischen Feldstraße und Langenbochumer Straße zum Zentralen Versorgungsbereich. Der Kindergarten nördlich der Schlägel- und Eisen-Straße und östlich der Feldstraße wird in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen (vgl. Abb. 46 und Abb. 47).

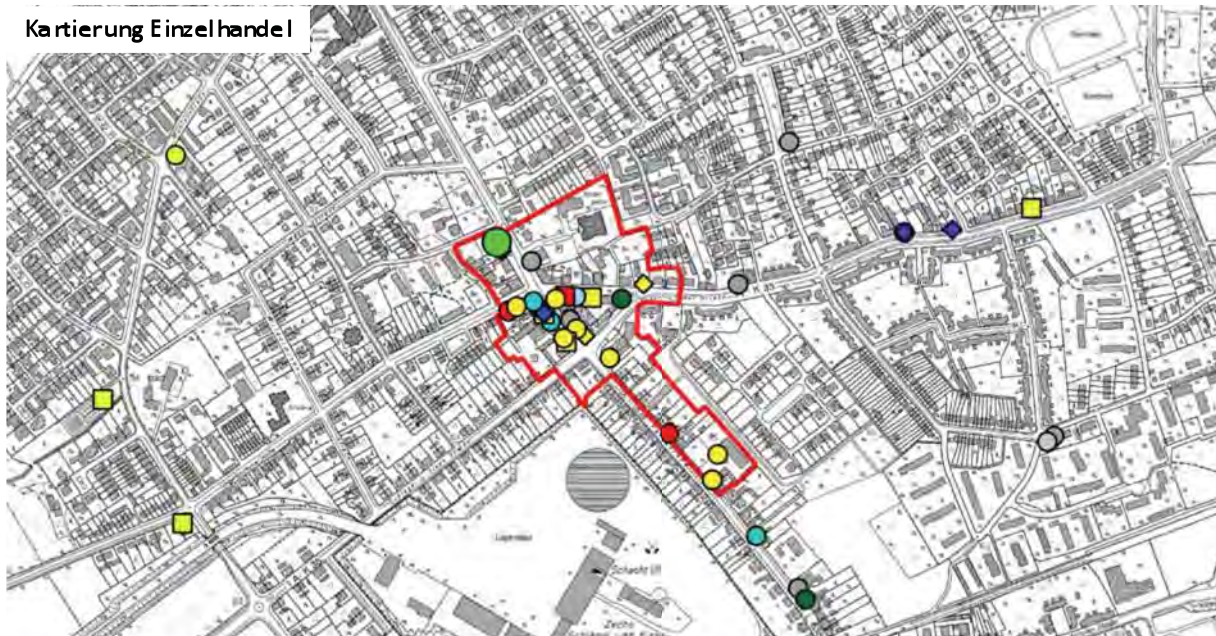
Die nachfolgenden Kartierungen dokumentieren, dass die Ortskernlage umfassend in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen wurde.

Im Vergleich zum bisher vorliegenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 ist der Zentrale Versorgungsbereich ‚Langenbochum‘ deutlich verkleinert worden, da auf eine Einzelhandelsentwicklung auf dem Zechenareal verzichtet wird.

Abb. 46: Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel

Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum)

Kartierung Einzelhandel



















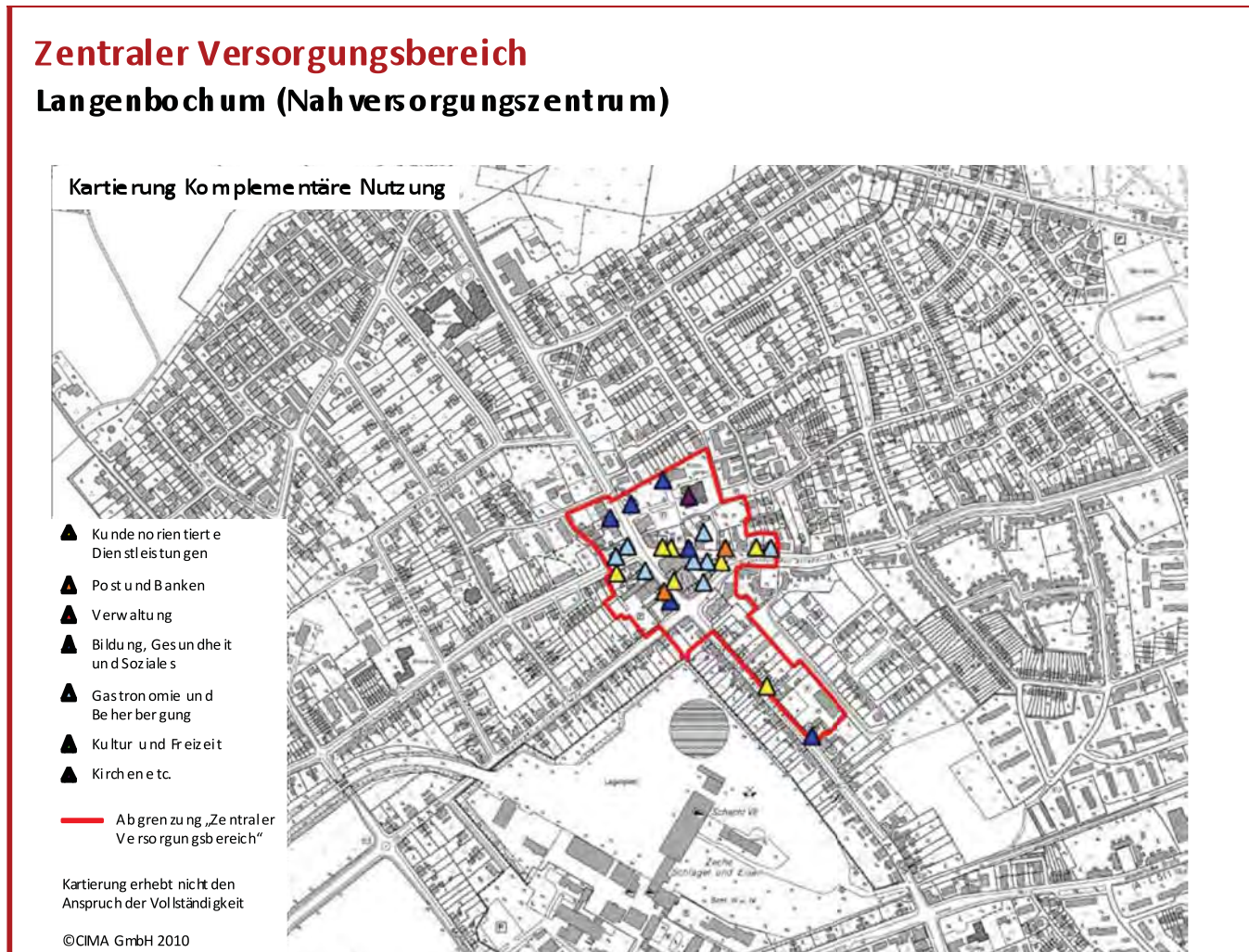
- | | | | |
|---|---|---|---|
|  Nahrungs- und Genussmittel |  Optik, Uhren, Schmuck |  Einrichtungsbedarf |  Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“ |
|  Gesundheits- und Körperpflege |  Bücher, Schreibwaren |  Baumarktspezifische Sortimente | |
|  Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) |  Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC |  Betriebe < 800 m ² VKF | |
|  Bekleidung, Wäsche |  Spiel, Sport, Hobby |  Betriebe = 800 m ² VKF | |
|  Schuhe, Lederwaren |  Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat |  Leerstand | |
- Kartierung erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit
© CIMA GmbH 2010

Abb. 47: Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Langenbochum (Nahversorgungszentrum)



7.2.6 Zentraler Versorgungsbereich „Scherlebeck“

Der Zentrale Versorgungsbereich „Scherlebeck“ erstreckt sich entlang des Haupteinkaufsbereichs „Scherlebecker Straße“ von der Hausnummer 297 im Norden bis zum Standort des neuen ALDI Lebensmitteldiscounters auf dem ehemaligen Zechenareal im Süden. Alle unmittelbar an die Scherlebecker Straße angrenzenden Grundstücksareale sind in den Zentralen Versorgungsbereich mit einbezogen.

Ergänzt wird dieser Bereich um den Einzelhandelsbesatz in der Richterstraße bis zu Einmündung ‚An der Kirche‘ sowie den Anfang der Polsumer Straße bis zur Einmündung ‚Amtsstraße‘ (vgl. Abb. 48 und Abb. 49).

Abb. 48: Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel

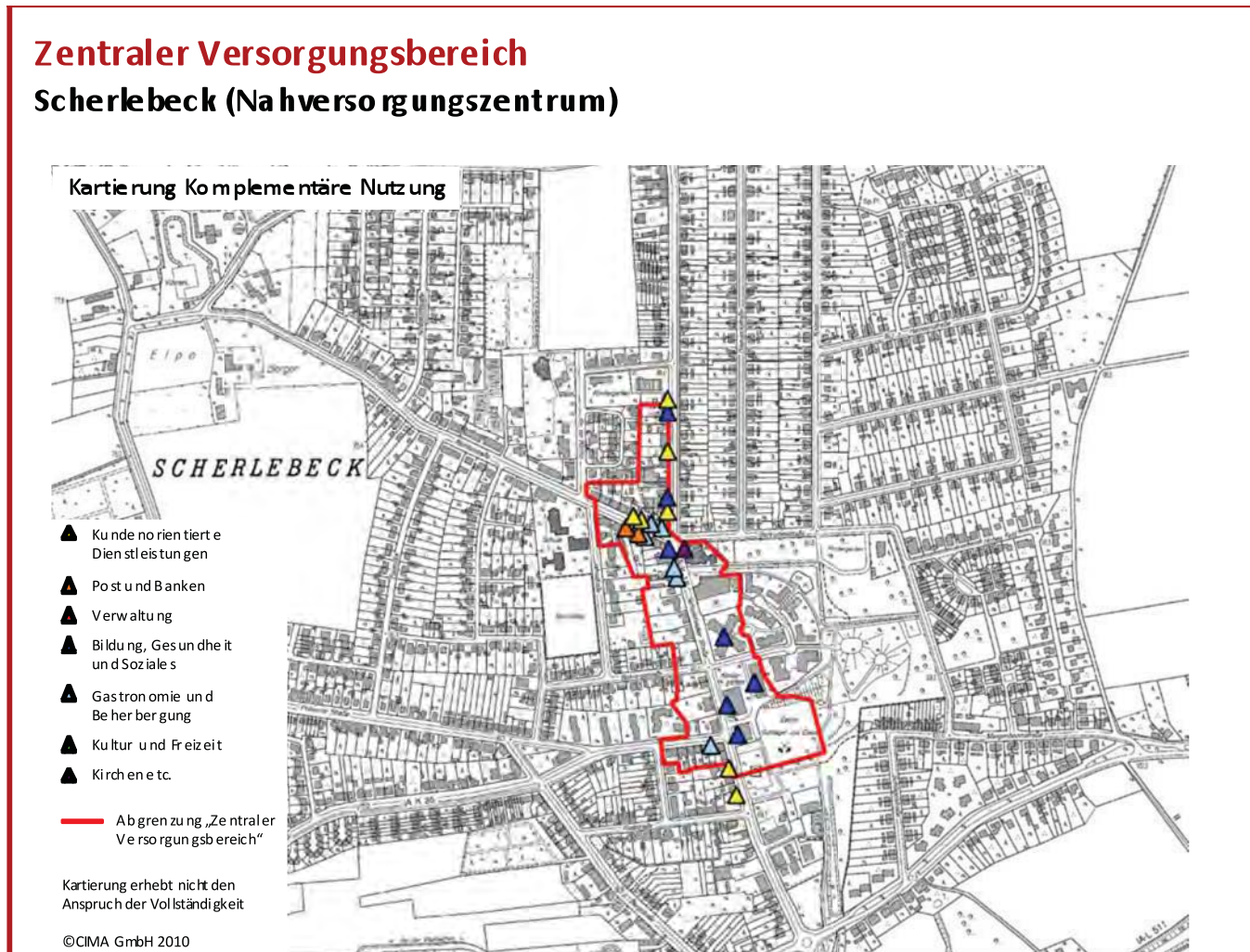
Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum)



- | | | | |
|---|--|-----------------------------------|---|
| Nahrungs- und Genussmittel | Optik, Uhren, Schmuck | Einrichtungsbedarf | Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“ |
| Gesundheits- und Körperpflege | Bücher, Schreibwaren | Baumarktspezifische Sortimente | |
| Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften) | Elektroartikel, Unterhaltungs-Elektronik, Foto, PC | Betriebe < 800 m ² VKF | Kartierung erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit
© CIMA GmbH 2 010 |
| Bekleidung, Wäsche | Spiel, Sport, Hobby | Betriebe = 800 m ² VKF | |
| Schuhe, Lederwaren | Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat | Leerstand | |

Abb. 49: Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Scherlebeck (Nahversorgungszentrum)



7.2.7 Zentraler Versorgungsbereich „Herten-Süd“

Mittelpunkt des Zentralen Versorgungsbereichs „Herten-Süd“ ist der Bereich ‚Süder Markt / Hans-Senkel-Platz‘. Er wird ergänzt um den Einzelhandelsbesatz entlang der Ewaldstraße von der Einmündung ‚Dr.-Löwenstein-Straße‘ im Norden bis zum neuen ALDI Lebensmitteldiscounter im Süden. An der Ewaldstraße sind alle unmittelbar angrenzenden Grundstücksareale in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Außerdem wird der Baublock südwestlich der Herner Straße im Kreuzungsbereich mit der Herner Straße in die Abgrenzung mit einbezogen (vgl. Abb. 50 und Abb. 51).

Standortareale nordöstlich der Herner Straße einschließlich der Freifläche im Kreuzungsbereich der Ewaldstraße gehören nicht zum Zentralen Versorgungsbereich ‚Herten-Süd‘. Sie liegen randlich zur Zentralen Versorgungslage mit nur einem etablierten Einzelhandelsbetrieb. Die kartierten Ladenleerstände signalisieren ebenfalls, dass hier eher eine Randlage anzutreffen ist.

Der abgegrenzte Zentrale Versorgungsbereich ‚Herten-Süd‘ umfasst jene Standortareale die durch die höchsten Passanten- und Besuchsfrequenzen (Anfahrung mittels Pkw) gekennzeichnet sind.

Abb. 50: Zentraler Versorgungsbereich Herten-Süd (Nahversorgungszentrum); Kartierung Einzelhandel

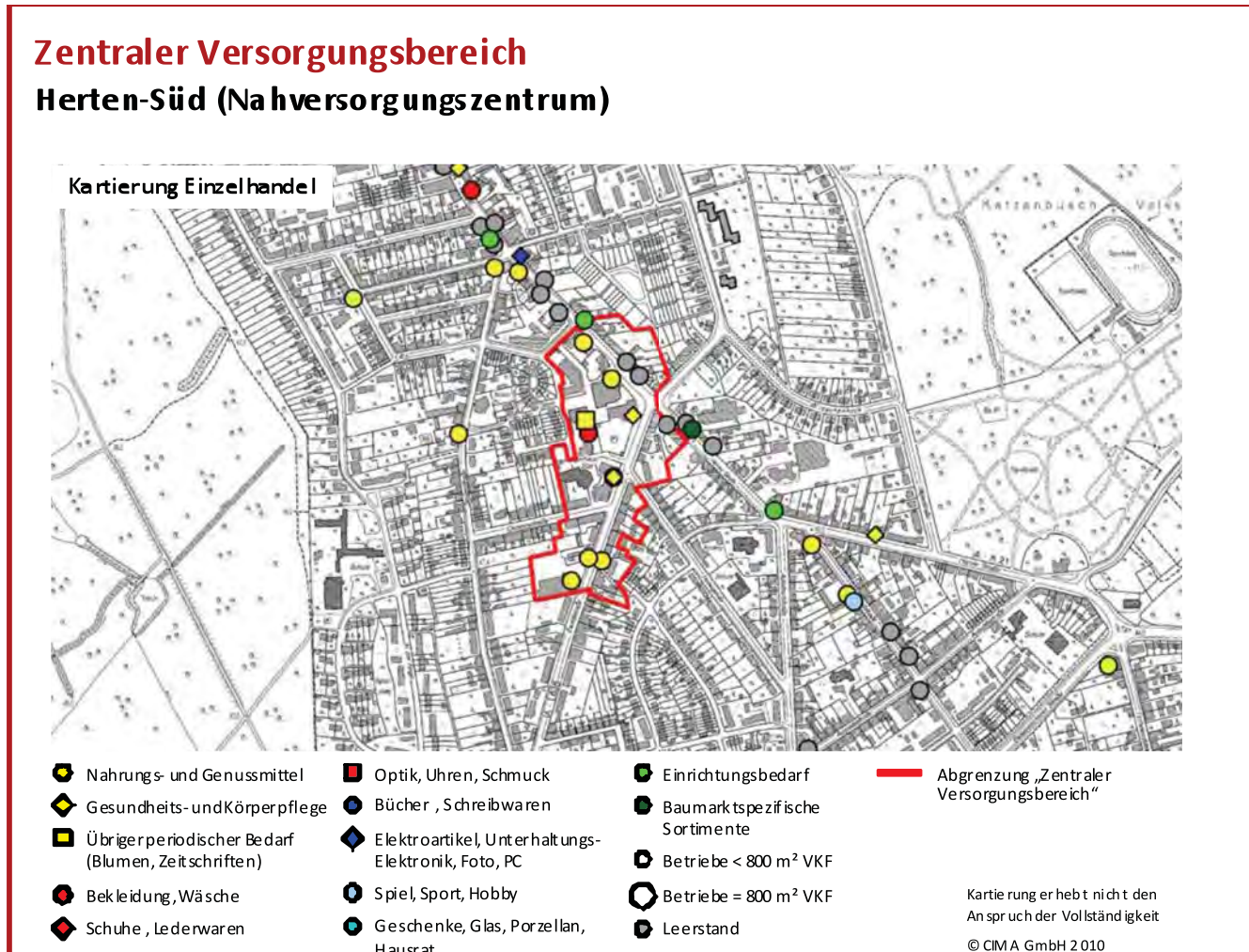
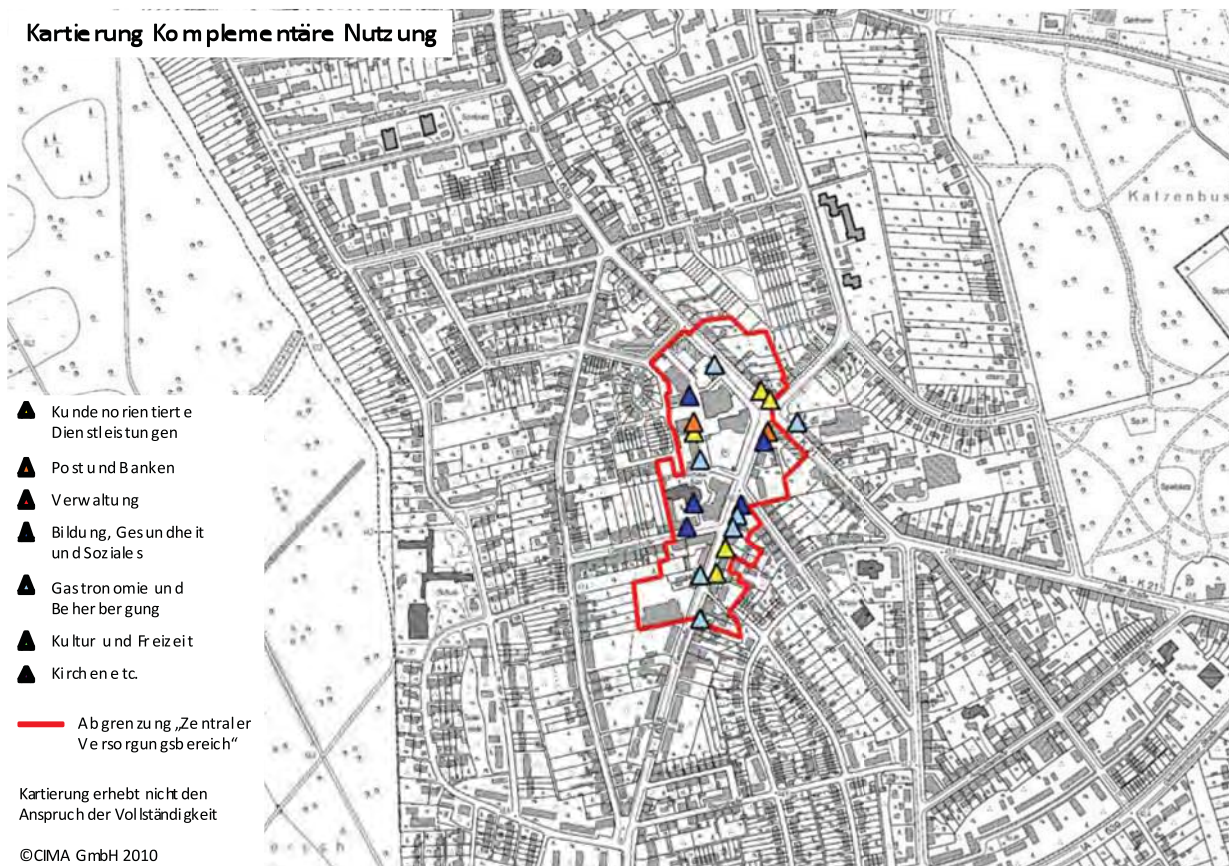


Abb. 51: Zentraler Versorgungsbereich Herten-Süd (Nahversorgungszentrum); Kartierung Komplementäre Nutzungen

Zentraler Versorgungsbereich Herten-Süd (Nahversorgungszentrum)

Kartierung Komplementäre Nutzung



- ▲ Kunde orientierte Dienstleistungen
- ▲ Post und Banken
- ▲ Verwaltung
- ▲ Bildung, Gesundheit und Soziales
- ▲ Gastronomie und Beherbergung
- ▲ Kultur und Freizeit
- ▲ Kirchen etc.

— Abgrenzung „Zentraler Versorgungsbereich“

Kartierung erhebt nicht den Anspruch der Vollständigkeit

©CIMA GmbH 2010

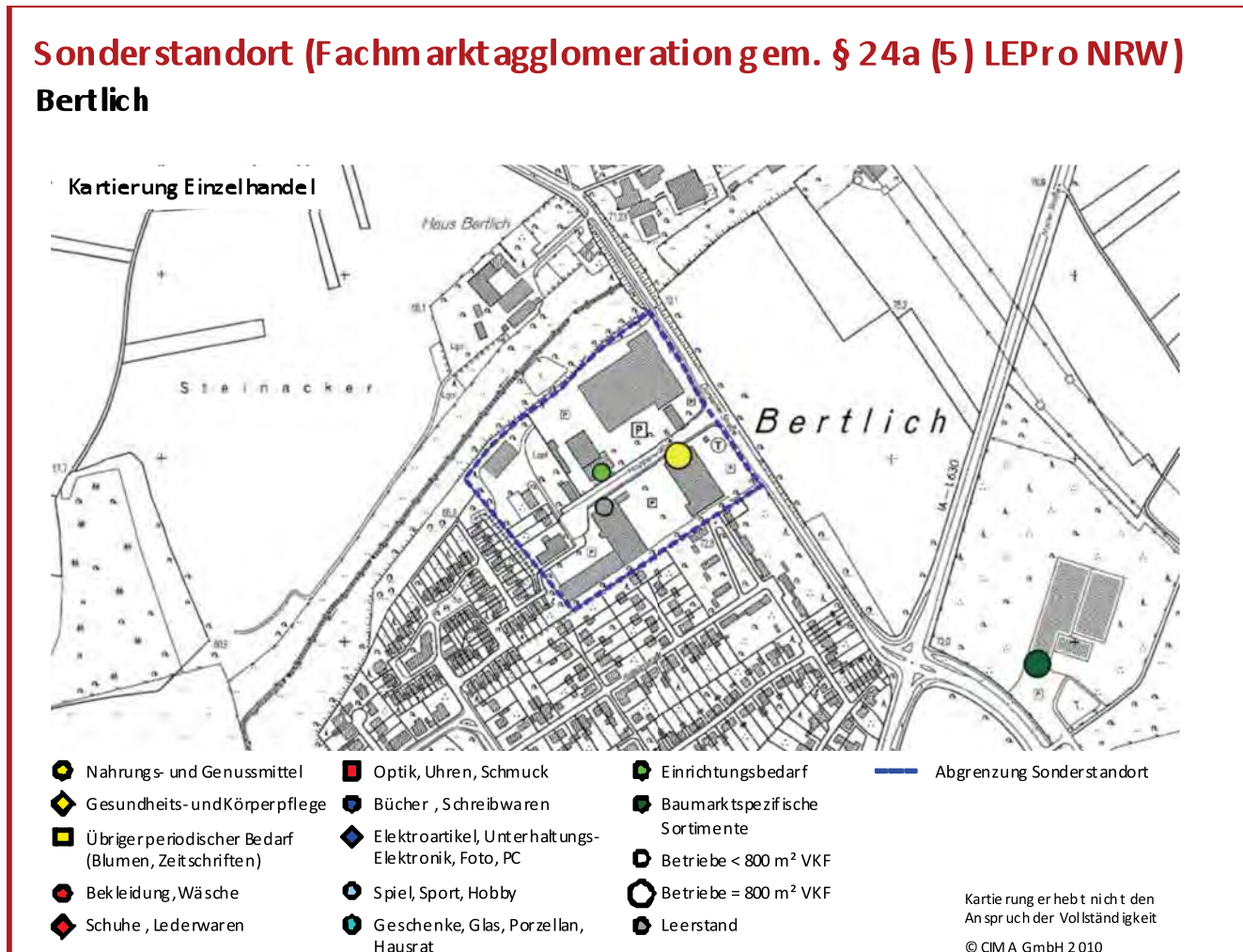
7.2.8 Fachmarkttagglomeration gem. § 24a (5) LEPro NRW: Fachmarkttagglomeration Bertlich

Die Fachmarkttagglomeration ,Bertlich umfasst das Standortareal des REAL SB-Warenhauses und die ihm angegliederten und benachbarten Verkaufsflächen. Der Standort ist als allenfalls teilintegrierte Standortlage mit überörtlicher Versorgungsfunktion zu beschreiben. Der Standort wird überwiegend mit dem Pkw erreicht.

Nach den Kriterien und Anforderungen des § 24a LEPro NRW sowie der Kernaussagen des BVerwG zur Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen kann dieser Standortbereich nicht als Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt werden. Er ist nach § 24a, Satz 5 LEPro NRW als ,Bestandsagglomeration' einzuordnen. Die aktuelle überörtliche Versorgungsfunktion mit großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten wird geduldet. Eine Weiterentwicklung des Standortes mit großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel ist zu vermeiden.

Unabhängig von der Rechtsstellung des § 24a LEPro NRW wird gutachterlich empfohlen, eine Weiterentwicklung des Standortes durch Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment baurechtlich auszuschießen.

Abb. 52: Fachmarkt- / Standortagglomeration ‚Bertlich‘



8 HERTENER LISTE

8.1 Ableitung der Hertener Liste

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Herten sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Lebensmittel (WZ 47.11, WZ 47.2)
- Getränke (WZ 47.11, WZ 47.25)
- Reformwaren (WZ 47.2; WZ 47.29)
- Tabakwaren (WZ 47.11, WZ 47.26)
- Drogerieartikel (WZ 47.75)²⁷
- Hygieneartikel einschließlich haushaltsüblicher Putz- und Reinigungsmittel (WZ 47.75 und WZ 47.74)²⁸
- Apotheken (WZ 47.73)
- Schnittblumen (Teilsegment aus WZ 47.76.1)
- Zeitschriften, Zeitungen (WZ 47.62.1)²⁹

²⁷ Auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

²⁸ Auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

²⁹ Auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischemärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

- Tierfutter für Haustiere (Hund, Katze, Nagetiere, Kanarienvögel) (innerhalb von WZ 47.11 und WZ 47.2)³⁰

Die hier abgegrenzten nahversorgungsrelevanten Sortimente sind den zentrenrelevanten Sortimenten zu zuordnen.

Nach Anlage 1 des § 24a LEPro NRW sind folgende Leitsortimente grundsätzlich als **zentrenrelevant** einzuordnen:

- Bücher, Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren,
- Bekleidung, Schuhe, Lederwaren,
- Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte),
- Foto/Optik
- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren und Einrichtungszubehör (ohne Möbel),
- Uhren/Schmuck,
- Spielwaren/Sportartikel.

In allen hier im Kontext des § 24a LEPro NRW ausgewiesenen Sortimenten liegt in der Innenstadt von Herten entweder ein signifikantes, teilweise auch vielfäl-

³⁰ Als Randsortiment von Frischemärkten und Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

tiges Angebotsniveau durch ortsansässigen Facheinzelhandel und Filialisten vor oder dieses Sortiment wird als strategisch bedeutsam für die weitere Entwicklung der Hertener Innenstadt gehalten.

Die Sortimente **Bücher, Zeitschriften und Bürobedarf** sind zentrenrelevant. In der Hertener Innenstadt ist die Buchhandlung DROSTE, in Westerholt die Buchhandlung LACKMANN ansässig. Das Segment Bürobedarf wird u. a. durch SCHREIBEN & SCHENKEN bedient. Relevant ist auch das SB-Warenhaus KAUF-LAND mit seiner Schreibwarenabteilung.

Für das innerstädtische Kernsortiment **Bekleidung** seien stellvertretend die Firmen PAULSEN, CV, BONITA, ERNSTINGS FAMILY sowie TARA genannt.

Im Segment **Schuhe** seien stellvertretend DEICHMANN und K+K SCHUH-CENTER für Herten-Mitte genannt. In Westerholt sind im Haupteinkaufsbereich die Schuhhäuser WILMSEN und SCHNIEDERS ansässig. Die Warengruppe **Lederwaren** wird z. B. durch LEDERWAREN KUDER bedient.

Das Sortimentsbündel **Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC und Zubehör** ist in der Innenstadt von Herten deutlich unterrepräsentiert. Mit dem Auszug des mittelständischen Anbieters. HÖBRINK hat sich das Angebot weiter ausgedünnt. Lediglich Telekommunikationsanbieter sind derzeit als relevantes Angebot zu nennen. Dennoch bleibt das Segment für eine zukünftige Profilierung der Hertener Innenstadt im Standortwettbewerb strategisches Leitsortiment. Das Segment ,Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC und Zubehör darf nicht als zentrenrelevantes Sortiment aufgegeben werden. Es würde eine Benachteiligung der Hertener City im regionalen Standortwettbewerb manifestieren. Gleiches gilt auch für Herten-Westerholt.

Fotobedarf wird in der Hertener Innenstadt durch die Fachhändler JANSEN und POLLMANN bedient. Zudem ist es Randsortiment in den etablierten Drogeriemärkten (Fotoarbeiten).

Im Segment **Optik/Akustik** sind in der Innenstadt von Herten u.a. die Unternehmen DZENDEL, VOLLEBERG sowie MUES & STERNEMANN ansässig. Das Sortiment ist dementsprechend als zentrenrelevant einzuordnen.

Haus- und Heimtextilien sind in Herten zentrenrelevant, da mit dem Bettenhaus KAPNER ein Kernsortiment dieses Bereichs in der Hertener Innenstadt angeboten wird. Maßgeblicher Anbieter im Segment Stoffe in Westerholt ist STOFFE HARTMANN.

Im Segment **Haushaltswaren** ist das Unternehmen SCHULTE-HULLERN (trotz Rückbau des Segmentes) zu nennen. Außerdem hat das Sortiment Bedeutung im SB-Warenhaus KAUF-LAND. In Westerholt ist insbesondere das Haushaltswarengeschäft REPSCHLAEGER von Bedeutung. Dementsprechend ist das gesamte Segment Glas, Keramik, Porzellan, Geschenkartikel, Hausrat als zentrenrelevant einzuordnen.

Spielwaren sind in der Hertener Innenstadt vor allem als Kernsortiment des Anbieters INTERTOYS zentrenrelevant.

Sportartikel sind mit dem Sportfachhandelsgeschäft ULES INTERSPORT in der Innenstadt von Herten ein maßgebliches Sortiment. Sportbekleidung ist darüber hinaus, wenn auch nur sporadisch, als Randsortiment des Bekleidungs-facheinzelhandels vertreten.

Über die empfohlenen zentrenrelevanten Leitsortimente nach Anlage 1 zum § 24a LEPro NRW hinausgehend sind folgende Sortimente in Herten zentrenrelevant:

- Bastelbedarf
- Parfümerieartikel, Kosmetikartikel
- Sanitätshausartikel
- Sammlerbriefmarken und Numismatikartikel
- Musikalien (im Instrumentenkoffer transportierbare Musikinstrumente, Noten, Bücher)

Das Segment **Bastelbedarf** wird von den ansässigen Unternehmen mit Schwerpunkt im Bereich ‚Schreibwaren‘ und Spielwaren mit abgedeckt und ist dementsprechend als zentrenrelevant einzuordnen.

Parfümerieartikel und Kosmetikartikel sind in der Innenstadt von Herten zentrenrelevant, weil sie u.a. von den Firmen STADTPARFÜMERIE PIEPER, DM und SCHLECKER angeboten werden.

Sanitätshausartikel und medizintechnische Geräte sind in Herten zentrenrelevant, weil mit dem SANITÄTSHAUS EDELMANN ein Unternehmen in der Hertener Innenstadt präsent ist.

Musikalien (im Instrumentenkoffer transportierbare Musikinstrumente, Noten, Bücher), Sammlerbriefmarken und Münzen sind im Zentralen Versorgungsbereich „Westerholt“ vertreten. Es handelt sich aufgrund der spezifischen Nachfrage um zentrenrelevante Sortimente, die in den Haupteinkaufsbereichen der Hertener City oder in Westerholt weiter zu etablieren sind und somit zur Angebotsprofilierung der Standorte beitragen können.

Alle genannten zentrenrelevanten Sortimente dürfen großflächig nur innerhalb der abgegrenzten Hertener Innenstadt (zugleich Zentraler Versorgungsbereich) realisiert werden. Sollten für den Stadtteil Westerholt Anfragen zur Realisierung großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb des abgegrenzten ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ vorliegen, so sollten diese Vorhaben näher geprüft und ggf. auch zugelassen werden, da diese hier als Frequenzbringer das vitale Stadtteilzentrum nachhaltig stabilisieren können.

Die abschließende Liste zentrenrelevanter Sortimente in der Stadt Herten ist in der Abb. 53 dokumentiert.

‚Erotikartikel‘ sowie **‚Waffen, Jagdbedarf‘** sind derzeit in der Innenstadt von Herten nicht vertreten. Vor dem Hintergrund der „Sozialkontrolle“ sollten diese Sortimente den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. ‚Trading Down‘-Prozesse in Gewerbegebieten sollten vermieden werden.

Abb. 53: Liste zentrenrelevanter Sortimente in Herten (abschließend)

- Herrenbekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0)
- Damenbekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0)
- Kinder- und Babybekleidung (entsprechend aus WZ 47.71.0)
- Wäsche (entsprechend aus WZ 47.71)
- Heimtextilien, Bettwaren (entsprechend aus WZ 47.51.0, 47.53.0)
- Meterware für Bekleidung oder Bekleidungszubehör (entsprechend aus WZ 47.51.0)
- Kurzwaren, Handarbeitswaren (entsprechend aus WZ 47.51.0)
- Schuhe (WZ 47.72.1)
- Lederwaren, Reisegepäck (WZ 47.72.2)
- Uhren (entsprechend aus WZ 47.77.0)
- Schmuck (entsprechend aus WZ 47.77.0)
- Modeschmuck (entsprechend aus WZ 47.77.0)
- Schul- und Büroartikel (WZ 47.62.2)
- Bücher (WZ 47.61.1, 47.79.2)
- Hausrat (WZ 47.59.2, WZ 47.59.9)
- Porzellan (entsprechend aus WZ 47.59.2)
- Schneidwaren, Bestecke (entsprechend aus 47.59.9)
- Feinkeramik, Glaswaren (entsprechend aus WZ 47.59.2)
- Geschenkartikel (entsprechend aus WZ 47.59.2, WZ 47.59.9)
- Rundfunkgeräte (entsprechend aus WZ 47.43.0)
- Fernseh- und Phonotechnische Geräte (entsprechend aus 47.43.0)
- Video- und DVD-Geräte (entsprechend aus 47.43.0)
- Digitalkameras (entsprechend aus WZ 47.78.2)
- Optische Geräte (Sehhilfen, Ferngläser, Fotoapparate) (WZ 47.78.2)
- Augenoptiker (WZ 47.78.1)
- Fotoartikel (entsprechend aus WZ 47.78.2)
- Tonträger (entsprechend aus 47.63.0)
- Speichermedien (Disketten, CDs, DVDs) (entsprechend aus 47.63.0)
- Telefone (entsprechend aus WZ 47.42.0)

- PC und Zubehör (Hard- und Software) (WZ 47.41)
- Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte) (WZ 47.54.0)
- Handhabbare Musikinstrumente (noch im Instrumentenkoffer zu Fuß transportierbar) und Musikalien (entsprechend aus WZ 47.59.3)
- Sammlerbriefmarken und Numismatikartikel (entsprechend aus WZ 47.78.3)
- Spielwaren, Bastelbedarf, Modellbau (WZ 47.65.0)
- Sportartikel, Sportkleingeräte (entsprechend aus WZ 47.62.2)
- Sanitätshausartikel, Medizintechnische Geräte (WZ 47.74.0)
- Parfümerie, Kosmetikartikel (entsprechend aus WZ 47.75.0)

Quelle: CIMA GmbH (2010).

Nicht zentrenrelevant sind alle bisher nicht diskutierten und definierten Sortimente. Hierzu zählen:

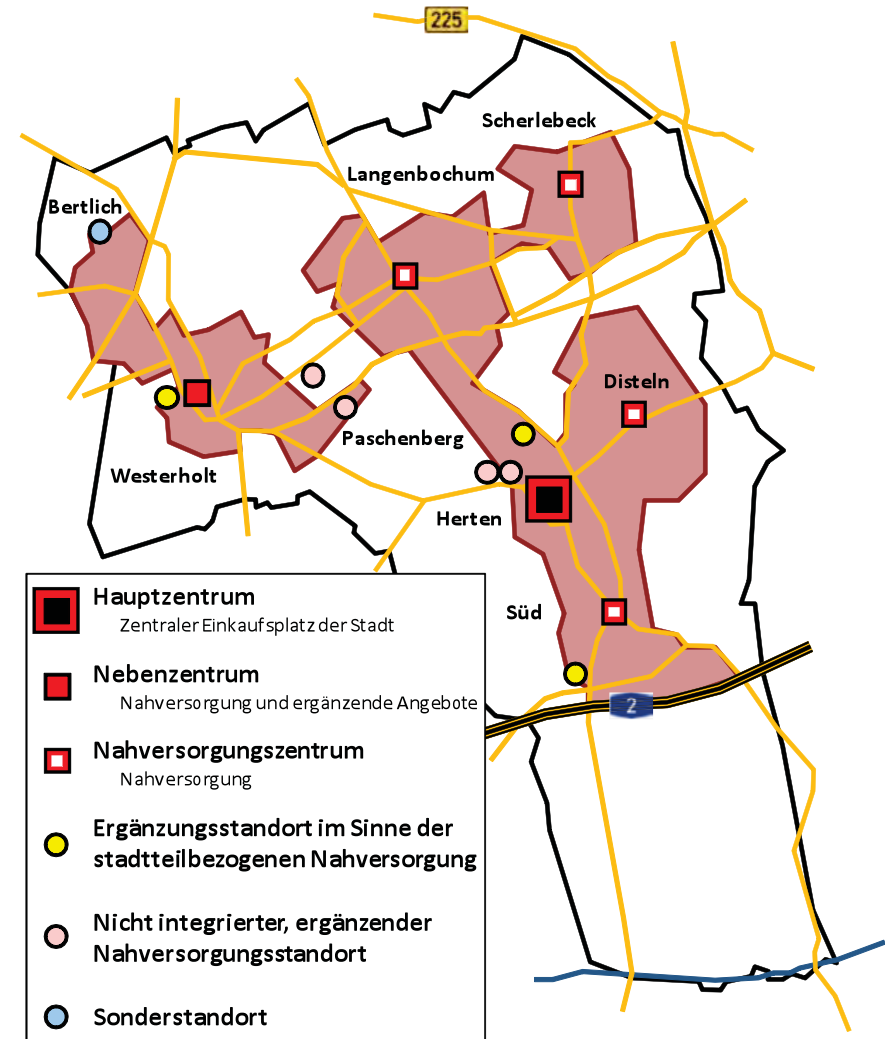
- Möbel, Antiquitäten
- Tapeten
- Bodenbeläge
- Farben, Lacke
- Baustoffe, Baumarktartikel
- Sanitärwaren
- Werkzeuge, Eisenwaren
- Autozubehör, Reifen
- Büromöbel
- Gartenartikel, Pflanzen, Blumen (ohne Schnittblumen), Sämereien
- Campingartikel (Möbel, Grillgeräte, Kocher, Zelte)
- Sportgroßgeräte (Fitnessgeräte, Hometrainer, Ruderbänke etc.)
- Nicht handhabbar transportierbare Musikalien (Musikinstrumente, die nicht mehr mit dem Instrumentenkoffer abtransportiert werden können)
- Babybedarf (sperrige Artikel: Kinderwägen, Bobbycars etc.; Baby- und Kinderbetten, Wickelkommoden)
- Lampen, Leuchten und Leuchtkörper
- Elektrohaushaltsgroßgeräte (Herde / Backöfen, Ceran-Kochfelder, Kühlschränke/Tiefkühltruhen, Geschirrspüler)
- Fahrräder

9 SYNOPTISCHE ZUSAMMENFASSUNG DES EINZELHANDELSKONZEPTE UND MAßGEBLICHE HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Die rechts stehende Abb. 54 fasst die strategischen Stoßrichtungen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes zusammen. Sie dokumentiert

- die Zentrenhierarchie (Hauptzentrum Innenstadt – Nebenzentrum West-erholt – Nahversorgungszentren Disteln, Langenbochum, Scherlebeck und Herten-Süd
- die ergänzenden, Stadtteil integriert und wohnstandortnah liegenden Nahversorgungsstandorte. In der Regel handelt es sich hier um solitär liegende Lebensmitteldiscounter, ggf. ergänzt durch einen Backshop,
- die nicht integrierten Standortlagen de Nahversorgung mit Bestandschutz,
- die Fachmarkt- und Standortagglomeration ‚Bertlich‘

Abb. 54: Einzelhandelskonzept für die Stadt Herten – Synoptische Zusammenfassung



Die zukünftige Einzelhandelsentwicklung sollte sich in Bezug auf Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment ausschließlich auf die Zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren. Mittels baurechtlicher Einzelhandelssteuerung (u.a. vertikale und horizontale Gliederung von Bauleitplänen) sind insbesondere großflächige Standortentwicklungen außerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche auszuschließen. Über eine solche Steuerung können auch Kubaturen ausgeschlossen werden, die eine Ansiedlung von Fachmärkten unterhalb der Großflächigkeit ermöglichen würden.

Vor dem Hintergrund der mittlerweile hervorragenden Nahversorgungssituation im gesamten Stadtgebiet ist zu beachten, dass die Etablierung zusätzlicher Angebote in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ vor allem Verdrängungseffekte im Stadtgebiet auslöst und nicht zu zusätzlicher Kaufkraftbindung führt.

9.1 Handlungsempfehlungen für die Innenstadt

Unter Berücksichtigung des scharfen und sich weiter verschärfenden Standortwettbewerbes muss die Entwicklung des innenstädtischen Einzelhandels absoluten Vorrang genießen. Mit Realisierung der RECKLINGHAUSEN ARCADEN wird sich die Wettbewerbsdruck auf die Hertener Innenstadt weiter verschärfen. Dennoch sieht die CIMA GmbH Gestaltungsspielräume in den Segmenten

- Bekleidung, Wäsche,
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Computer und Zubehör,
- Haushaltswaren (z.B. BUTLERS, WMF)

In der Warengruppe ‚Bekleidung, Wäsche‘ sind mögliche Adressaten einer Akquisition für Herten die Betreiber ‚TK MAX‘ und ‚PRIMARK‘. Dabei wird sich ‚PRIMARK‘ neben den Oberzentren Essen und Dortmund auf die ‚größeren‘ Mittelzentren konzentrieren. Auch ‚C&A‘ wäre mittelfristig wieder in Herten vorstellbar, da der Konzern eine neue ‚Expansionswelle‘ mit seinem ‚Family‘-Konzept angeschoben hat.

Strategische Bedeutung für die Attraktivierung der Innenstadt hat die Revitalisierung des HERTEN FORUMS. Hier könnte auch ein moderner Verbrauchermarkt als Anker fungieren. Dabei muss es sich jedoch um ein bisher in Herten nicht ansässiges Betreiber- und Sortimentsmodell handeln, um überhaupt noch zusätzlich die noch bestehenden Kaufkraftabflüsse zu mobilisieren und ggf. zusätzlich neue Kaufkraft zu binden. Etablierte Betreiberkonzepte führen lediglich zu innerstädtischen Umverteilungseffekten mit erhöhtem Wettbewerbsdruck auf die integrierten Standortlagen.

Das HERTEN FORUM wäre der Standort zur Etablierung eines großflächigen Elektrofachmarktes und eines zusätzlichen leistungsstärkeren Textilanbieters.

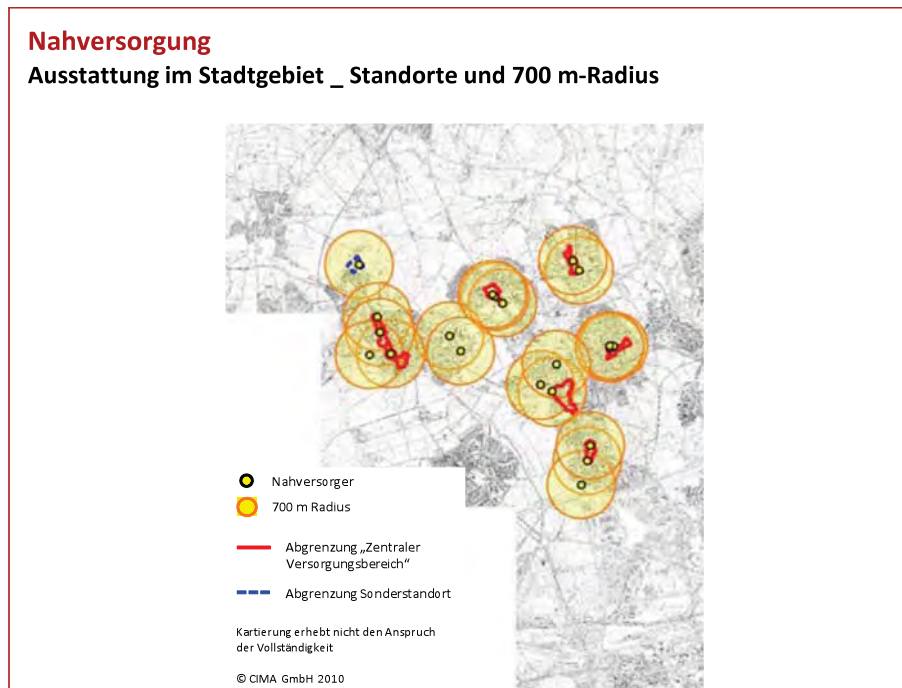
9.2 Handlungsempfehlungen zur Absicherung der Nahversorgung in den Stadtteilen

Außerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche sollten keine Lebensmitteldiscounter oder Frischemärkte etabliert werden. Das derzeitige Versorgungsnetz ist optimiert (siehe auch nachfolgende Abb. 55). Der sich noch etablierende Lebensmitteldiscounter an der Paschenbergstraße lässt sich baurechtlich nicht verhindern.

Weitere Standortentwicklungen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sollten baurechtlich ausgeschlossen werden.

ziale erhalten bleiben. Standortentwicklungen sollten sich jedoch nicht negativ auf die Versorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche ‚Herten-Süd‘ und ‚Herten Innenstadt‘ auswirken.

Abb. 55: Standorte Lebensmittelmärkte und deren 700 m Einzugsbereich



Die Ewaldstraße zwischen dem innenstädtischen Erschließungsring im Norden und dem ‚Bürgerzentrum Süd‘ ist als eine Quartierslage einzuordnen. Hier sollen insbesondere im Kontext der Verdichtung des kleinflächigen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebesatzes grundsätzlich Gestaltungspoten-

9.3 Handlungsempfehlungen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment

Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche innerhalb von ‚Allgemeinen Siedlungsbereichen‘ (ASB) der Regionalplanung möglich. Die potenziellen Standortentwicklungen sind durch entsprechende Sondergebietsausweisungen abzusichern. Der Anteil zentrenrelevanter Kernsortimente sollte 10 % nicht überschreiten. Im Einzelfall, z.B. bei Atypik des Betriebskonzeptes können auch Abweichungen von dieser Empfehlung vorgenommen werden.

10 ANHANG

10.1 Bestimmung des Marktgebiets und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach Huff (siehe nähere Erläuterungen im Glossar) berücksichtigt. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Topographische und verkehrliche Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- Der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich,
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berechnet sich z. B. für die Gemeinde A nach der folgenden Formel:

$$Kk \text{ (Gemeinde A)}/E \text{ (Gemeinde A)} * 100$$

Dabei ist Kk (Gemeinde A) = Kaufkraft der Gemeinde A in ‰ der Gesamtkaufkraft der Bundesrepublik und E (Gemeinde A) = Einwohnerzahl der Gemeinde A in ‰ der Gesamteinwohnerzahl der Bundesrepublik.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von ‚mb research‘, Nürnberg ermittelt. Die CIMA GmbH arbeitet bei der Entwicklung der Kennziffern mit ‚mb research‘ zusammen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Neugeborenen bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgabenermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.288 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2010).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

10.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Zur Erstellung des Einzelhandelskonzepts wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Herten durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage oder Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und Sortimentsbreite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 32 Warengruppen, die in der Abb. dokumentiert sind.

Abb. 56: CIMA-Warengruppen

Periodischer Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel ■ Reformwaren ■ Apotheken ■ Drogerie- und Parfümerieartikel 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sanitätshäuser ■ Schnittblumen ■ Kioske, Zeitschriften
Persönlicher Bedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Bekleidung ■ Wäsche ■ Schuhe 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Akustik, Optik ■ Schmuck, Uhren ■ Koffer, Lederwaren
Medien, Technik	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Bücher ■ Bürobedarf, Schreibwaren ■ Elektrogeräte, Leuchten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unterhaltungselektronik ■ Foto ■ Bürokommunikation, PC
Spiel, Sport, Hobby	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sportartikel ■ Spielwaren ■ Fahrräder 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Musikinstrumente, Sammelhobbies, Waffen
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat 	
Einrichtungsbedarf	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Heimtextilien ■ Möbel 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Antiquitäten, Galerien, weiterer Einrichtungsbedarf
Baumarktspezifisches Sortiment	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Blumen (Großgebäude, Gartenmarktartikel) ■ Zooartikel ■ Baumarktspezifisches Sortiment 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche ■ Kfz-Zubehör

Quelle: CIMA GmbH (2010).

10.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die CIMA GmbH unterscheidet zwischen folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft: Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und kundenserviceorientiert.

Fachmarkt: Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt: Ca. 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter: Meist Betriebsgrößen zwischen 300 m² und 800 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelanzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum: Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, in der Regel kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmitteldiscounter, meist zusammen über 8.000 m² Verkaufsfläche, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt: Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus: Verkaufsfläche von mehr als 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus: In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus: In der Regel Verkaufsflächen von über 1.000 m², breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center: Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in der Regel unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte und Warenhäuser; großes Angebot an Kundenparkplätzen; in der Regel zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center: Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

10.4 Glossar

Handelszentralität: Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu Nachfragevolumen bezogen auf eine definierte räumliche Einheit. Die Handelszentralität wird in Prozent als Messzahl ausgewiesen. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse. Der Umsatz liegt dann über dem Nachfragevolumen. Handelszentralitäten von unter 100 zeigen per Saldo Kaufkraftabflüsse auf: Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt unter dem Nachfragevolumen. Handelszentralitäten werden für Stadtgebiete insgesamt, aber auch für Stadtteile und einzelne Nahversorgungsbereiche ausgewiesen.

Marktaberschöpfung: Verhältnis des Einzelhandelsumsatzes einer Stadt zum Nachfragevolumen im gesamten Einzugsbereich. Die Marktaberschöpfung beschreibt somit den Marktanteil des städtischen Einzelhandels im Einzugsbereich.

Nachfragevolumen: Verfügbares Einkommen für Ausgaben im Einzelhandel. Das Nachfragevolumen berechnet sich aus dem Produkt der warengruppenspezifischen Verbrauchsausgaben je Einwohner und der Einwohnerzahl. Das Ergebnis wird gewichtet mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer der CIMA/BBE in Kooperation mit MB-Research, Nürnberg. Hierdurch werden regionale Einkommensunterschiede nachgezeichnet.

Potenzialreserve: Sie beschreibt Kaufkraft, die zusätzlich von außerhalb des Einzugsbereichs oder durch zusätzliche Bevölkerungspotenziale im Einzelhandel einer Stadt gebunden werden kann. Dies sind Ausgaben von Gästen, Geschäftsreisenden und Touristen sowie seltene Einkäufe von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes. Ebenso fallen Ausgaben von Einwohnern mit Zweitwohnsitz in diese Kategorie. Dies betrifft z. B. im Besonderen Studenten. Die Potenzialreserve wird je nach städtischen Strukturen, ihrem Aufkommen

an Studenten und ihrer Bedeutung als Tourismusdestination mit 2 % bis 8 % des Nachfragevolumens im Einzugsgebiet angesetzt.

Huff-Modell: Das Huff-Modell ist ein ökonometrisches Prognosemodell zur Ermittlung von Kaufkraftströmen. Es berücksichtigt die Attraktivität von Einkaufsorten sowie die Zeitdistanzen zwischen Wohn- und Einkaufsorten. Der Wettbewerb zwischen verschiedenen Zentren und die Distanzen zwischen Wohn- und Einkaufsorten bestimmen die Sogwirkung (Gravitation) einzelner Einkaufsorte. Im Modell können auch besondere Barrieren wie Grenzen, topographische Hindernisse (Bergrücken, Flüsse) oder landsmannschaftlich geprägte Verhaltensmuster berücksichtigt werden. Eine rein mathematische Betrachtung führt immer nur zu einer Annäherung an die Wirklichkeit. Anpassungen sind aufgrund von Befragungen, Expertengesprächen und Standortbewertungen vor Ort vorzunehmen. Entscheidend für das jeweilige Ergebnis sind die Prämissen in Bezug auf das örtliche Konsumentenverhalten und die jeweilige Attraktivität der Einkaufsorte.

Das Huff-Modell dient nicht nur zur Abgrenzung von Einzugsbereichen, sondern ist als Denkmodell auch ein Ansatz zur Ermittlung von Umsatzverlagerungseffekten bei neu in den Markt eintretenden Mitbewerbern. Grundsätzlich sind folgende Prämissen bei der Ermittlung von Umsatzverlagerungseffekten von Bedeutung:

- Gleichartige Betriebskonzepte und Absatzformen stehen intensiver im Wettbewerb als unterschiedliche Absatzformenkonzepte. Somit konkurriert ein SB-Warenhaus zunächst unmittelbar mit benachbarten SB-Warenhausstandorten, ein Lebensmitteldiscounter unmittelbar mit benachbarten Lebensmitteldiscountern.

- Große Unterschiede in den Angebotsqualitäten zwischen den geplanten Vorhaben und dem vorhandenen Einzelhandelsangebot führen schneller zu einem „Rutschbahneffekt“ und somit zu höheren Umsatzverlagerungen. Sie sind geringer, wenn der Abstand in den Angebotsqualitäten deutlich geringer ausgeprägt ist.
- Je besser die regionale Verkehrsanbindung des Projektstandortes, umso größer die Reichweite in die Region. Es bestehen optimale Akquisitionspotenziale.
- Erfolgt eine Projektentwicklung an einem Standort und in einem Segment mit bereits deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland, werden deutlich höhere Umsatzverlagerungen vor Ort generiert, als wenn noch von einem Angebotsdefizit auszugehen wäre.
- Die prognostizierten Umsatzerwartungen der zu diskutierenden Projektvorhaben fußen auf betriebstypen-, firmen- und warengruppenspezifischen Flächenproduktivitäten. Neben Umsatzdaten, die der CIMA GmbH vorliegen, wird der aktuelle Stand der Branchenberichterstattung berücksichtigt. In die Ausweisung konkreter Planumsätze fließen die konkreten Standortbedingungen und die Attraktivität der Projektentwicklung aus der Kopplung mit anderen Absatzformen ein.