

Konzept ^{12/2022}

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes
für die Gemeinde Marienheide



Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhrer Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer HRB
33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Gemeinde Marienheide

Das Rathaus
Hauptstraße 20
51709 Marienheide

VERFASSER

**Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Jens Nußbaum, M. A.
Katharina Ruhr, M. Sc.**
Dortmund, 01.12.2022

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Föhrer Stadtplaner GmbH bedient sich für Zuarbeiten und insbesondere empirische Dienstleistungen wie Erhebungen, Befragungen und Zählungen bei der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Gesellschafter: Ralf M. Beckmann und Marc Föhrer, Höder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) als Nachunternehmer.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	4
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	6
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	6
2.2	Raumordnerische Regelungen	7
3	Methodik	10
4	Markt- und Standortanalyse	12
4.1	Trends im Einzelhandel	12
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	19
4.3	Gesamtgemeindliche Nachfrageanalyse	21
4.4	Gesamtgemeindliche Angebotsanalyse	25
4.5	Städtebauliche Analyse	30
4.6	Nahversorgungsanalyse	37
4.7	Zwischenfazit	44
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	48
5.1	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Marienheide	48
5.2	Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven	49
6	Einzelhandelskonzept für Marienheide	59
6.1	Zentrenkonzept	59
6.2	Nahversorgungskonzept	69
6.3	Sortimentsliste	75
6.4	Steuerungsleitsätze	81
6.5	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	85
7	Schlusswort	91

Die Einzelhandelssituation hat sich in der Gemeinde Marienheide in den vergangenen Jahren deutlich verändert. Die Ansiedlung des großflächigen Lebensmittelmarktes Hit im südlichen Bereich des Ortskerns sowie damit verbundene weitere Einzelhandelsentwicklungen im Bereich des Bahnhofes waren für einen Wandel der Einzelhandelsstruktur in der Gemeinde verantwortlich. Neue Angebote konnten verlorengegangene Frequenzen der vergangenen Jahre für den Ortskern zurückgewinnen. Mit den Entwicklungen im Bahnhofsumfeld veränderten sich jedoch auch die Lauflagen innerhalb des Ortskerns. Wesentliche Magnetbetriebe befinden sich nun im südlichen Bereich. Die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe im historischen Ortskern stehen daher neben den allgemein erkennbaren Trends im Einzelhandel, wie beispielsweise der zunehmenden Konkurrenz durch den Online-Handel, auch vor der Herausforderung geringerer Passantenfrequenzen. Daher gilt es, eine planerische Perspektive für den historischen Ortskern zu formulieren und sowohl auf einen räumlich-funktionalen als auch städtebaulichen Zusammenhang zwischen dem historischen Ortskern und den neuen Entwicklungen in südlichen Bereich, rund um den Bahnhof, hinzuwirken.

Während die Nahversorgungsangebote im Ortskern die Versorgung nördlicher Gemeindegebiete sicherstellen, übernehmen insbesondere die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen am Standortbereich Schemmen in Rodt eine Versorgungsfunktion für südliche Siedlungsbereiche der Gemeinde. Es zeigt sich, dass die Gemeinde Marienheide aufgrund der dargestellten Standortbereiche in die beiden **Betrachtungsräume Nord und Süd** aufzuteilen ist. Vor diesem Hintergrund wird insbesondere im Kontext der Nahversorgungskonzeption untersucht, wie eine qualitative, quantitative und räumliche Nahversorgungssituation im gesamten Gemeindegebiet sichergestellt werden kann.

Darüber hinaus sind auch bundesweit erkennbare Dynamiken im Einzelhandel in den Strukturen in Marienheide zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Grundzentren wie Marienheide in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite. Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen zudem landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen, aktueller (u. A. EuGH-Urteil zur Dienstleistungsrichtlinie¹) Rechtsprechung und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Im Jahr 2012 wurde ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Marienheide aufgestellt. Angesichts der oben beschriebenen Dynamik im Einzelhan-

¹ vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

del wird nach nunmehr acht Jahren die Notwendigkeit gesehen, das Einzelhandelskonzept fortzuschreiben. Die Gemeinde Marienheide beabsichtigt daher, die Weiterentwicklung der gesamtgemeindlichen Zentren- und Standortstruktur auf eine entsprechend tragfähige, städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels stabilisiert bzw. ausgebaut und dadurch die Vitalität und Attraktivität der Versorgungsstandorte gesichert werden. Nicht zuletzt wird durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und optimiert. Dabei werden die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Formulierung von konkreten Entwicklungszielen für den Ortskern unter der Berücksichtigung der Einzelhandelsagglomeration im Bereich rund um den Bahnhof,
- Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur in beiden Teilräumen von Marienheide,
- Einbindung der Bürger und Händler in den Gesamtprozess, um dezidierte Einschätzungen aus Kunden- und Anbietersicht zu erhalten.

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Marienheide zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandelskonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Marienheide Berücksichtigung finden.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen. Dabei beachtet das Einzelhandelskonzept auch die **aktuelle Rechtsprechung zur Dienstleistungsrichtlinie des Europäischen Gerichtshofes**.² Diese sieht vor, dass die Wettbewerbsfreiheit des Einzelhandels nicht in unangemessenem Maße beschränkt werden darf. Entsprechend gibt das vorliegende Konzept Leitlinien für die Entwicklungen im Einzelhandel und von Standortbereichen vor, welche auf städtebaulichen Begründungen (z. B. Schutz zentraler Versorgungsbereiche) aufgebaut sind und somit die Entwicklungen in einem **erforderlichen, verhältnismäßigen** und **nicht diskriminierendem** Maße lenken sollen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Stadtteil- oder Nahversorgungszentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische und städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung³. Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung

² vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

³ Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.⁴

Darüber hinaus gewährleistet das vorliegende Einzelhandelskonzept eine Konformität zu den Zielen und Grundsätzen der Landes- und Regionalplanung.

Das Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesplanerische Vorgaben

Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in der Beschlussfassung vom 06.08.2019 finden sich folgende Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Marienheide Beachtung bzw. Berücksichtigung finden:

- **[6.5-1 Z] Standorte des großflächigen Einzelhandels in allgemeinen Siedlungsbereichen:** „Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.“

[6.5-2 Z] Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen: „Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.“

Zentrenrelevant sind die Sortimente gemäß Anlage 1 und weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

⁴ Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden."

- **[6.5-3 Z] Beeinträchtungsverbot:** „Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“
- **[6.5.4 G] Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche:** „Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.“
- **[6.5-5 Z] Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente:** „Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.“
- **[6.5-6 G] Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente:** „Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.“
- **[6.5-7 Z] Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel:** „Abweichend von den Festlegungen 1 bis 6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht,

wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.“

- **[6.5-8 Z] Einzelhandelsagglomerationen:** „Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.“
- **[6.5-9 G] Regionale Einzelhandelskonzepte:** „Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.“
- **[6.5-10 Z] Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung:** „Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP NRW in der Beschlussfassung vom 06.08.2019 erarbeitet.

Regionalplanerische Rahmenvorgaben

Der Oberbergische Kreis liegt im Regierungsbezirk Köln. Die für Marienheide relevanten regionalplanerischen Vorgaben finden sich im Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Region Köln (GEP Region Köln). Der im Mai 2001 bekanntgemachte Regionalplan beinhaltet folgendes regionalplanerisches Ziel, welches bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes zu berücksichtigen ist:

„Definition der Allgemeinen Siedlungsbereiche (ASB) Ziel 1: Die Einzelhandelsentwicklung auf die Allgemeinen Siedlungsbereiche konzentrieren!“

In der Bauleitplanung dürfen Sondergebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen geplant werden.“⁵

⁵ Bezirksregierung Köln (2013): Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Region Köln, S. 14.

3

Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

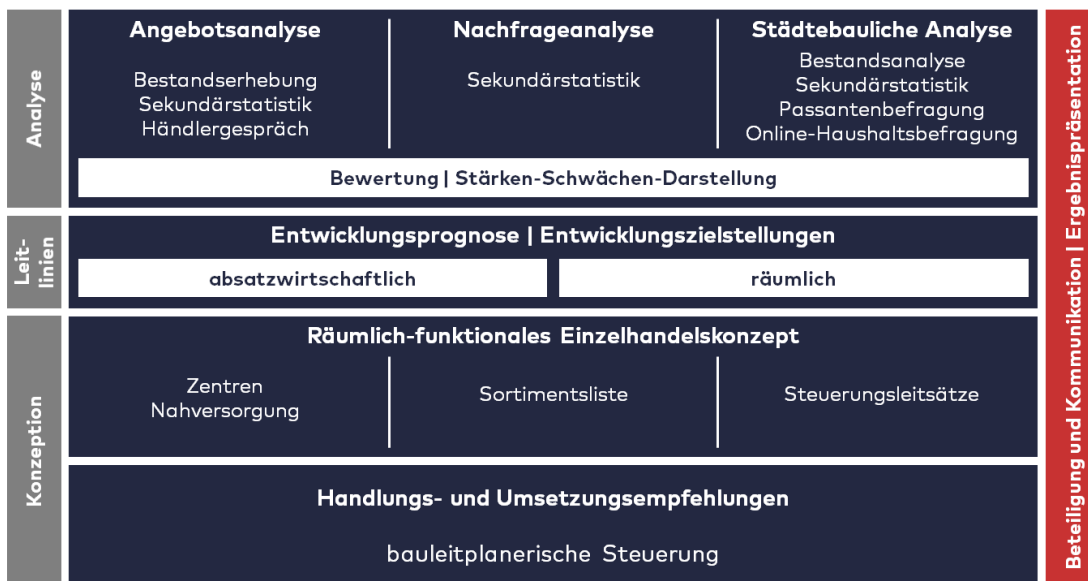


Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentsspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestands- erhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	06/2020	Flächendeckende Vollerhebung	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergän- zende Funktionen, Leerstände
Passanten- und Online- Haushalts- befragung	Befragung durch Stadt + Handel	07-08/2020	Passantenbefragung vor Ort Haushaltsbefragung Online	Einschätzungen zum Einzelhandels- standort, Stärken/Schwächen-Analyse Standortbewertungen
Sekundär- statistische Analysen	Kaufkraftzah- len IFH Retail Consultants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis bran- chen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Un- ternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	
Händlerge- spräch	Händlerge- spräch	08/2020	Händlergespräch vor Ort ⁶	Einschätzungen zum Einzelhan- delsstandort aus Händlersicht; Stärken/Schwächen- Analyse Standortbewertungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

⁶ Teilnehmer: Vertreter der örtlichen Händlerschaft. Den Teilnehmenden des Händlergespräches sei für ihr Mit-
wirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Marienheide. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends resultierenden Herausforderungen für die Gemeinde Marienheide als Grundzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit⁷, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.⁸ Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.⁹ Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeu-

⁷ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

⁸ 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

⁹ 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

tung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumenten-seite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Kommunen wie Marienheide so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmittel sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos (von links nach rechts) © M-SUR/Fotolia, pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, pixabay.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte „one-stop-shopping“ begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben, da Barrieren wie Anfahrt oder ein geringes Angebot wegfallen.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: **Erlebniseinkauf** (*lifestyle shopping*), **Bequemlichkeitseinkauf** (*convenience shopping*), **Preiseinkauf** (*discount shopping*) und **Schnäppcheneinkauf** (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen (siehe Abbildung 3).

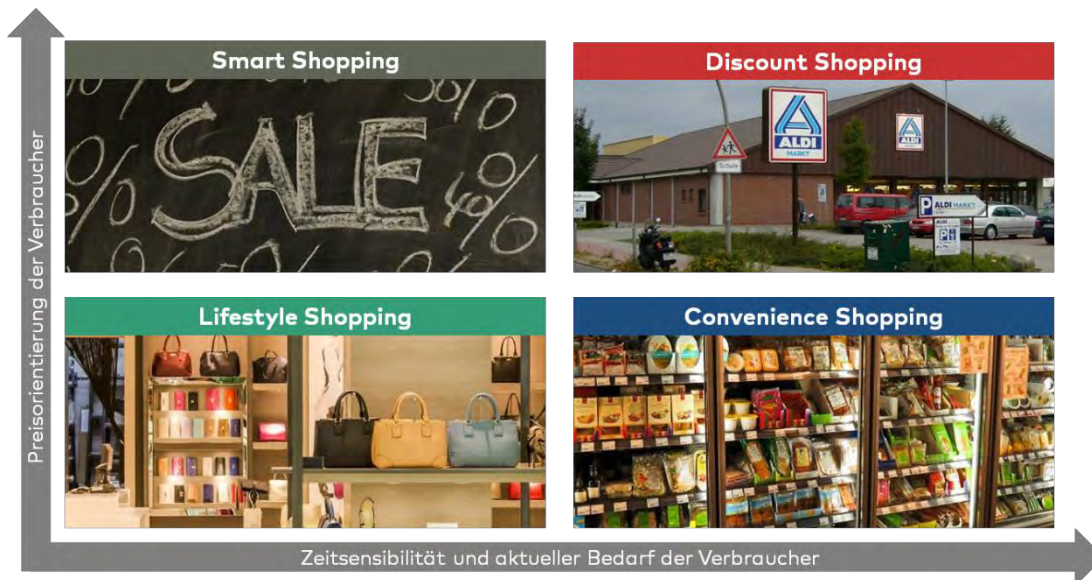


Abbildung 3: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel, pixabay.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck. **Gerade in Gemeinden wie Marienheide beschränkt sich daher die Entwicklungsdynamik auf discountorientierte Angebote (z. B. Lebensmitteldiscounter, Tedi, Kodi, Kik, Action) sowie Supermärkte mit z. T. auch höherpreisigen Angebotssegmenten.**

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – besonders deutlich wird dies insbesondere in Klein- und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel (siehe Abbildung 4).

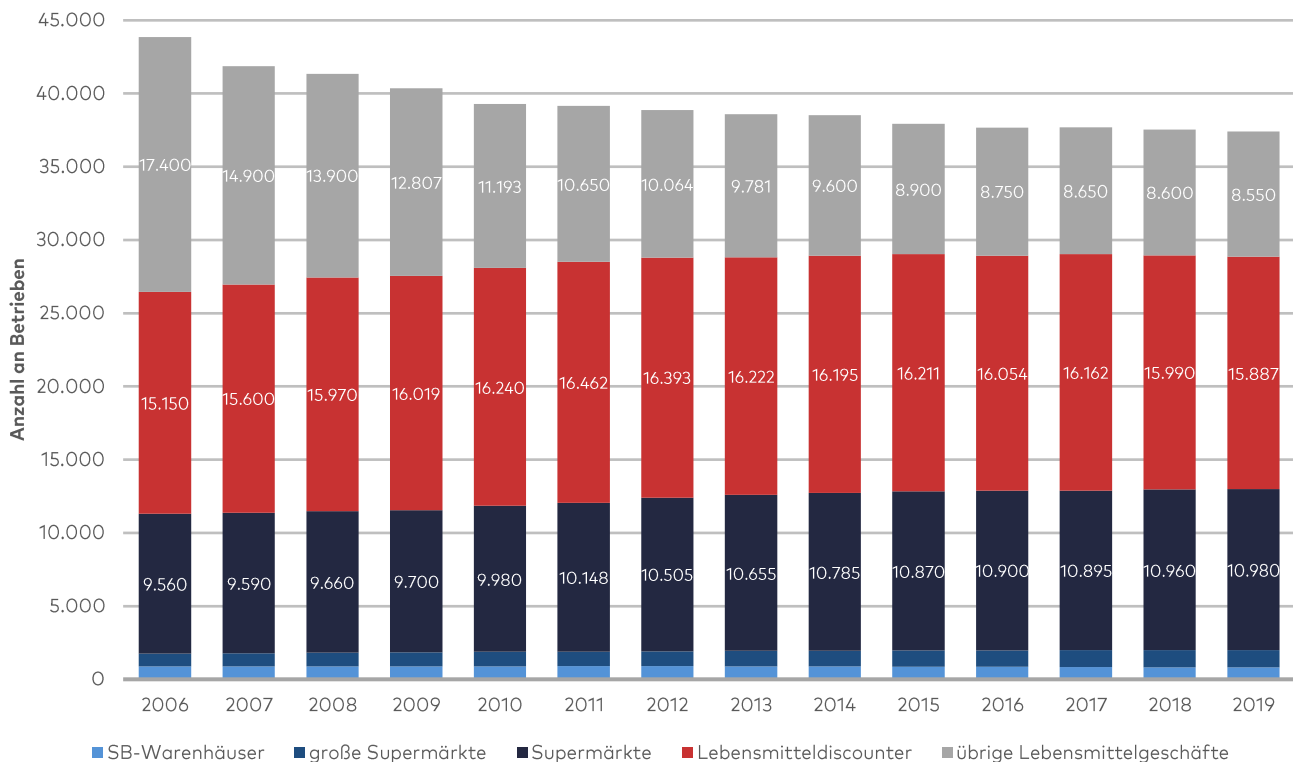


Abbildung 4: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen sowie einer steigenden Sortimentsbreite und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen) ergibt.¹⁰ Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metropolfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen¹¹ (siehe Abbildung 5). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen As-

¹⁰ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

¹¹ Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

pekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Marktkonzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Parkplatzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.



Abbildung 5: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Wandel der Betriebsformen: Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewandel profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmitteldiscounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Warenspektrum. Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die

weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.¹² Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langen Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümerseitigen Erwartungen an die Miethöhe und den weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche jedoch zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

Neue Handelsformen und -formate: Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK¹³/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zu meist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2020 bei rd. 63,0 Mio. Euro (rd. 11,3 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 6). Es sind allerdings sortimentsspezifisch große Unterschiede festzustellen.

¹² In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

¹³ GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

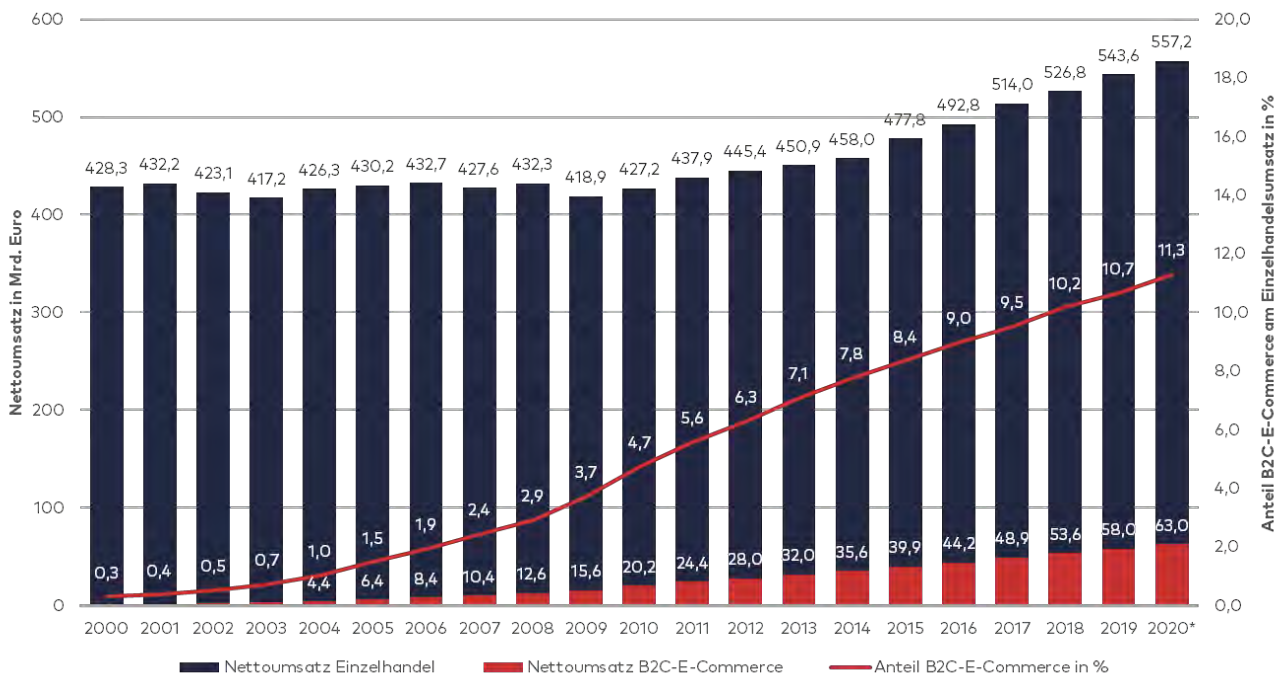


Abbildung 6: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist¹⁴, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mir rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen¹⁵ (siehe dazu auch Kapitel 4.1.1). Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. **Für Gemeinden wie Marienheide werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des qualifizierten Grundbedarfs ergeben.** Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien).

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Im Folgenden werden die relevanten siedlungsräumlichen Faktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur vorgestellt. Eine Darstellung weiterer relevanter angebots- und nachfrageseitiger Parameter folgt in den Kapiteln 4.3 bis 4.6.

¹⁴ Unterhaltungselektronik rd. 25,7 %, Fashion & Accessoires rd. 23,5 %, Freizeit & Hobby rd. 22,9 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,8 % (vgl. HDE/IFH 2017).

¹⁵ Vgl. HDE/IFH 2017.

SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion

Grundzentrum

Nächstgelegene Mittelzentren (Pkw-Fahrzeit)

Gummersbach (13 min)
Meinerzhagen (14 min)
Wipperfürth (16 min)
Engelskirchen (18 min)
Radevormwald (28 min)

Nächstgelegene Oberzentren (Pkw-Fahrzeit)

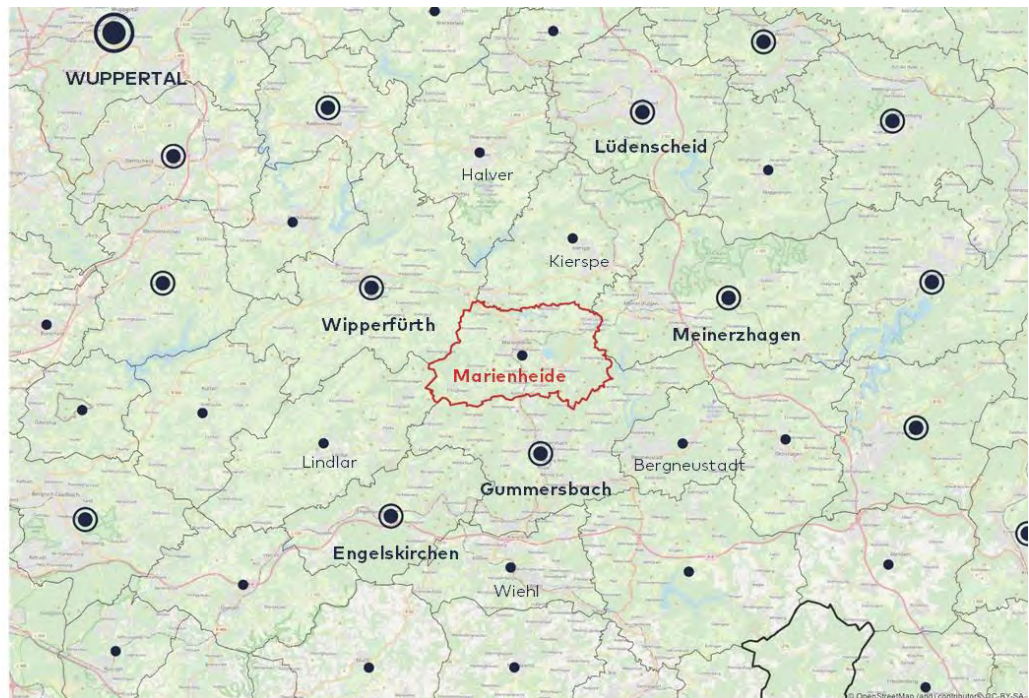
Siegen (46 min)
Hagen (46 min)
Wuppertal (55 min)
Dortmund (55 min)
Bonn (56 min)
Köln (58 min)

Zentralörtliche Funktion

-  Oberzentrum
-  Mittelzentrum
-  Grundzentrum

Administrative Grenzen

-  Untersuchungskommune
-  Kommune
-  Bundesland



Siedlungsstrukturelle Kennwerte Gesamtgemeinde

Einwohner	13.522
Relative Einwohnerentwicklung bis 2025	- 0,5 %

Einwohner nach Ortsteilen

Marienheide	3.688 (27 %)
Griemeringhausen	2.167 (16 %)
Rodt/Müllenbach/Kalsbach	2.649 (20 %)
Kempershöhe/Lingese/Dannenberg	2.500 (18 %)
Gimborn/Kotthausen	2.518 (19 %)

Verkehrliche Anbindung

Motorisierter Individualverkehr	Gute verkehrliche Anbindung an die nächstgelegenen zentralen Orte über die B 256 sowie die B 237
Öffentlicher Personennahverkehr	Anbindung an das Regionalbahnnetz (u. a. Köln) sowie an das Buslinien-netz (u. a. Gummersbach)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: IT.NRW Stand: 31.12.2019; Einwohnerprognose: IT.NRW; Zentralörtliche Funktionen: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.3 GESAMTGEMEINDLICHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die folgenden Tabellen stellen die sozioökonomischen Rahmendaten der Gemeinde Marienheide im Verlauf der letzten Jahre im Vergleich zum Oberbergischen Kreis dar. Aus den Daten lassen sich wichtige Rückschlüsse zum Versorgungsgebiet von Marienheide und den daraus resultierenden Kaufkraftströmen ziehen.

Tabelle 2: Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Marienheide

Marienheide	2017	2018	2019	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	3.659	3.940	3.921	7,2 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	5.257	5.385	5.362	2,0 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	2.432 (66 %)	2.635 (67 %)	2.613 (67 %)	7,4 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	4.030 (77 %)	4.081 (76 %)	4.055 (76 %)	0,6 %
Pendlersaldo	-1.598	-1.446	-1.442	+156

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Stichtag: 30.06.).

Tabelle 3: Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Oberbergischen Kreises

Oberbergischer Kreis	2017	2018	2019	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	103.052	106.086	105.880	2,7 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	106.060	108.731	109.632	3,4 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistische Ämter des Bundes und der Länder (Stichtag: 30.06.).

Sowohl die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Arbeitsort als auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Wohnort ist in Marienheide im Untersuchungszeitraum gestiegen. Dabei ist die prozentuale Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Arbeitsort in Marienheide höher. Die wirtschaftliche Entwicklung in Marienheide ist damit als leicht überdurchschnittlich zu bezeichnen. Das absinkende negative Pendlersaldo von Marienheide deutet darüber hinaus darauf hin, dass die Bedeutung von Marienheide als Arbeitsort in den letzten Jahren leicht zugenommen hat. Die Mobilität der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist – bezogen auf die Pendlerzahlen – relativ hoch, was sowohl an der Ein- als auch an der Auspendlerquote mit rd. 67 % bzw. rd. 76 % zu erkennen ist.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Gemeinde Marienheide verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 85,2 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 6.298 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.423 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	32,8	2.423
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	4,8	357
Blumen, zoologischer Bedarf	1,5	113
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2,2	166
Kurzfristiger Bedarfsbereich	41,4	3.059
Bekleidung	7,0	516
Schuhe/Lederwaren	2,0	149
Pflanzen/Gartenbedarf	1,4	107
Baumarktsortiment i. e. S.	6,5	480
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	1,0	72
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	1,8	131
Sportartikel/Fahrräder/Camping	2,0	150
Mittelfristiger Bedarfsbereich	21,7	1.605
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	2,0	150
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	0,9	66
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	0,8	58
Möbel	4,4	328
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	2,5	188
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	5,2	383
Uhren/Schmuck	0,9	70
Sonstiges	5,3	391
Langfristiger Bedarfsbereich	22,1	1.634
Gesamt	85,2	6.298

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁶ beträgt in Marienheide rd. 98 und liegt damit sowohl leicht unter dem Durchschnitt von Nordrhein-Westfalen (rd. 99) als auch unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Die angrenzenden Nachbarkommunen weisen ebenfalls unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern auf. Ausnahmen bilden die Kommunen Meinerzhagen und Lindlar mit leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffern (siehe Abbildung 7).

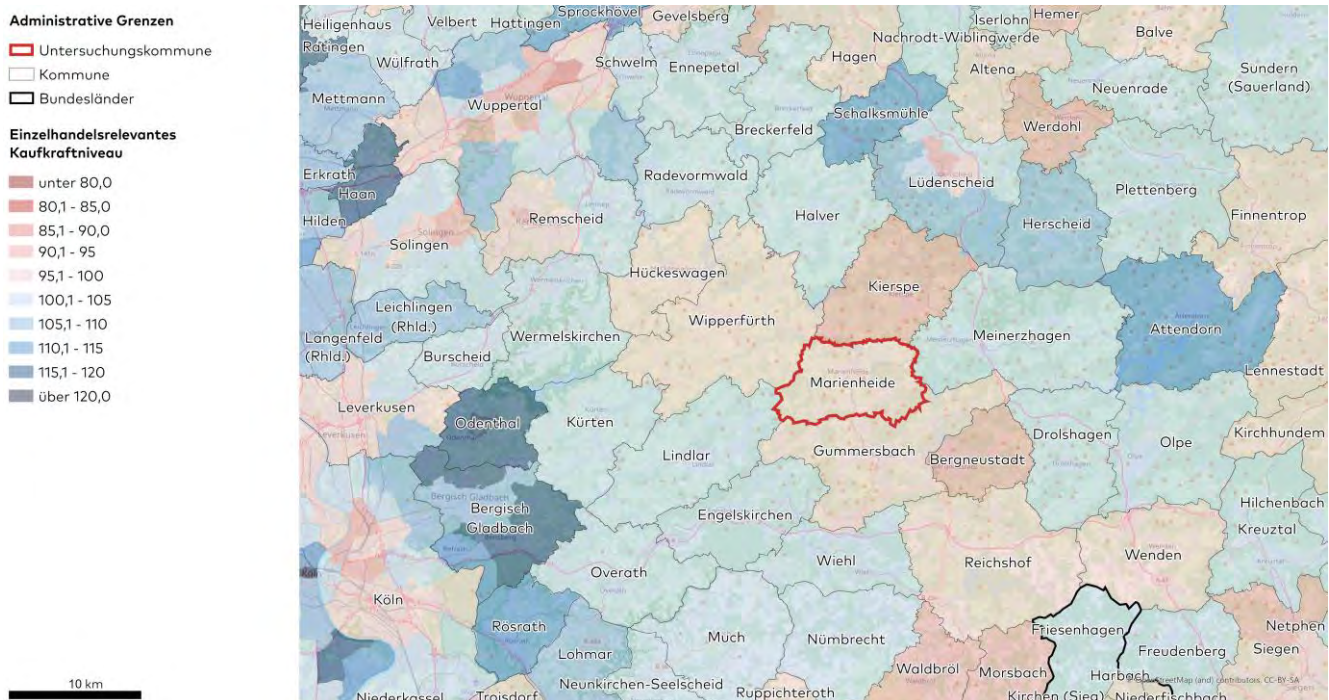


Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Marienheide und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

Einzugsgebiet der Gemeinde Marienheide

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statisches Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der betrachteten Gemeinde stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb und Abflüsse von innerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bereich ist als Ferneinzugsgebiet zu definieren, aus welchem mit Streuumsätzen¹⁷ zu rechnen ist. Dieses Gebiet ist nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und die Einflüsse von Konkurrenzstandorten deutlich überwiegen. Eine wesentliche empirische Grundlage für die Abgrenzung des Einzugsgebietes ist die Nennung der Kundenherkunft der befragten Haushalte und Passanten im Rahmen der Online-Haushaltsbefragung sowie der Passantenbefragung.

Neben den Ergebnissen der Online-Haushaltsbefragung und der Passantenbefragung haben bei der **Abgrenzung des Einzugsgebietes** von Marienheide insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

¹⁶ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

¹⁷ diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug

- die Attraktivität und Anziehungskraft der Bestandsstrukturen in Marienheide (u. a. Branchen, Betreiber, Größen, Standorteigenschaften)
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Umfeld
- die sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Marienheide im Vergleich zum engeren und weiteren Umfeld (insb. Bedeutung als Arbeitsort)
- die verkehrlichen, topografischen und naturräumlichen Gegebenheiten im engeren und weiteren Umfeld
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung im engeren und näheren Umfeld
- die Versorgungsfunktion von Marienheide
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte kann für die Gemeinde Marienheide das in Abbildung 8 dargestellte Einzugsgebiet abgegrenzt werden.

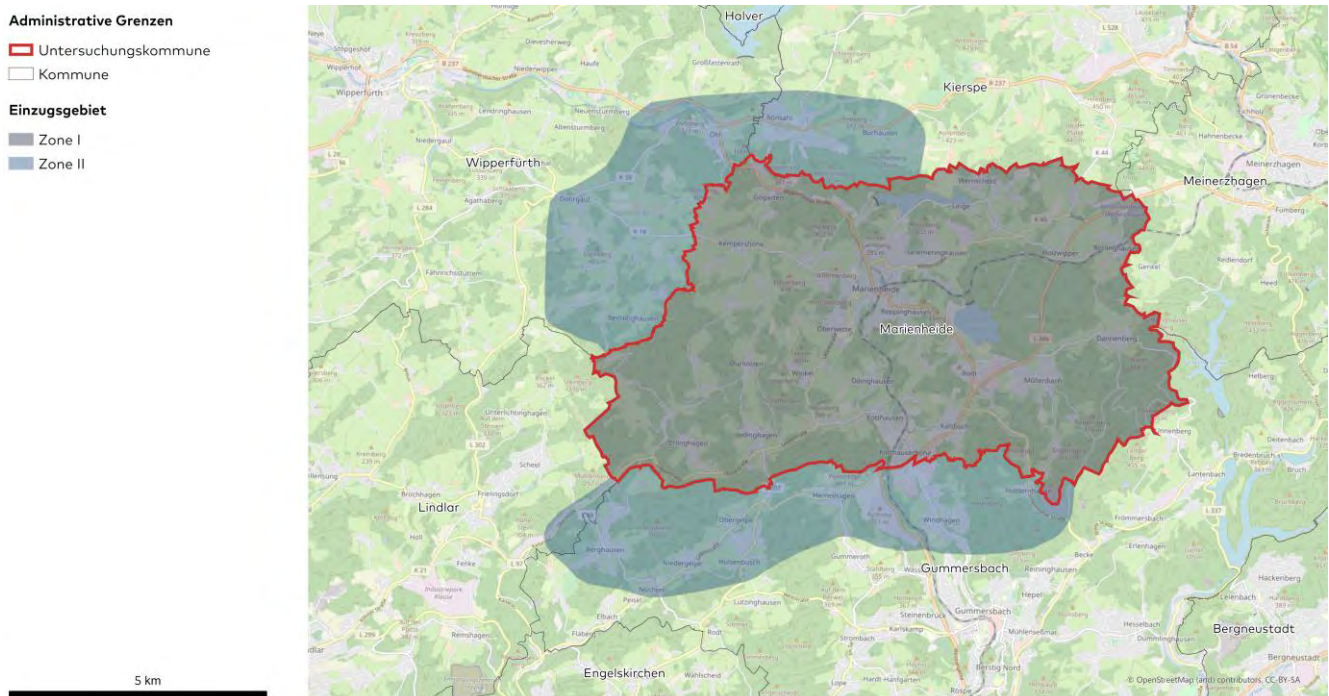


Abbildung 8: Einzugsgebiet der Gemeinde Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil des Einzelhandelsumsatzes in Marienheide überwiegend aus dem aufgezeigten Einzugsgebiet generiert wird. Dabei ist eine Differenzierung des Einzugsgebietes in mehrere Zonen zielführend.

Zone I umfasst überwiegend das Gemeindegebiet von Marienheide. Es ist davon auszugehen, dass der ganz überwiegende Teil des Einzelhandelsumsatzes von Marienheide aus diesem Gebiet generiert wird.

Zone II umfasst die nördlich und südlich angrenzenden Siedlungsbereiche der Städte Kierspe, Wipperfürth und Gummersbach. Aus diesen Siedlungsbereichen ist insbesondere aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit mit Einkaufsfahrten in relevanter Zahl nach Marienheide zu rechnen.

4.4 GESAMTGEMEINDLICHE ANGEBOTSANALYSE

Im Gemeindegebiet von Marienheide wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (06/2020) insgesamt 43 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.100 m² verfügen (siehe Tabelle 5). Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Marienheide mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,81 m² je Einwohner deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,50 m² VKF/Einwohner¹⁸) liegt. Die Vergleichszahlen aus dem Jahr 2012 verdeutlichen, dass in Marienheide die bundesweiten Trends (siehe dazu Kapitel 4.1) erkennbar sind. Trotz einem Rückgang der Betriebsanzahl ist die Gesamtverkaufsfläche gestiegen.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in Marienheide

Strukturdaten	Erhebung 06/2020
Einwohner	13.522
Anzahl der Betriebe	43
Gesamtverkaufsfläche in m ²	11.100
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,81

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Einwohner: IT.NRW (Stand: 31.12.2019); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Marienheide Einzelhandelsbetriebe mit rd. 69 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 45 % im ZVB Ortskern, rd. 24 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 31 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 9 stellt die in Marienheide erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

¹⁸ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

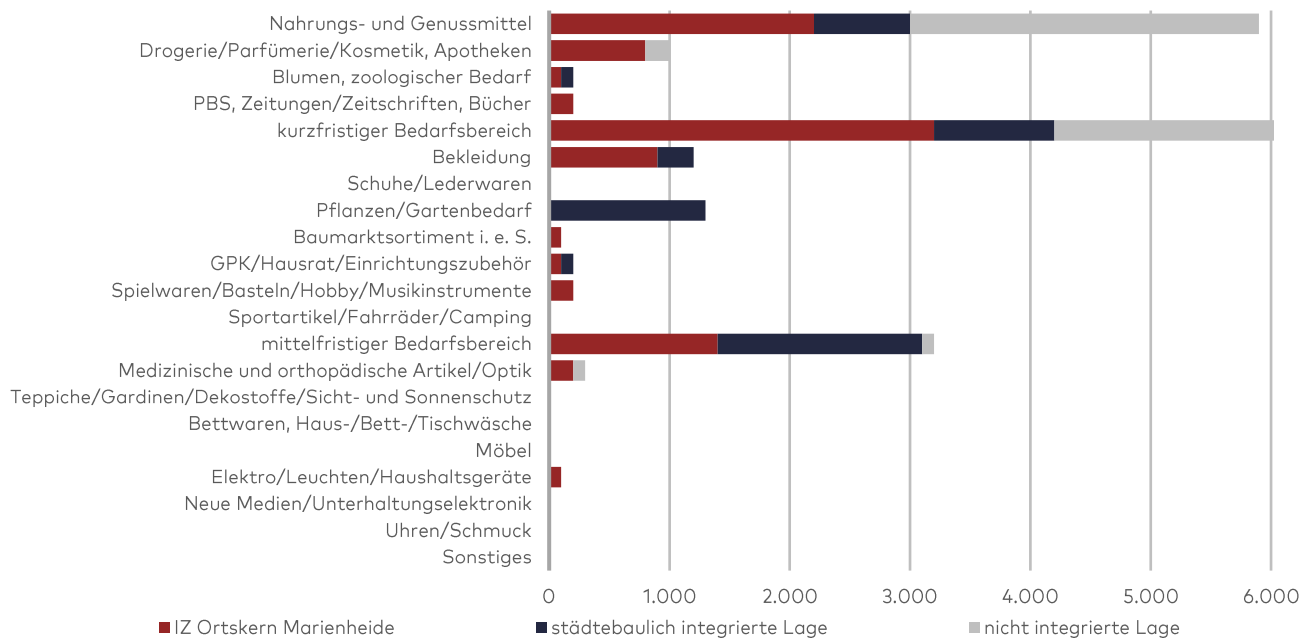


Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Marienheide nach Warengruppen und Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; ZVB-Abgrenzung: Dr. Jansen GmbH 2012; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

- Das Einzelhandelsangebot in Marienheide ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche als unterdurchschnittlich für ein Grundzentrum zu bewerten.
- Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellt den deutlich größten Anteil der Verkaufsfläche in Marienheide. Dies begründet sich v. a. durch mehrere großflächige Betreiber in diesem Sortimentsbereich (Hit, Netto, Aldi, Rewe, Lidl).
- Die Sortimente Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Bekleidung sowie Pflanzen/Gartenbedarf weisen ebenfalls hohe Verkaufsflächenanteile auf. Dies ist v. a. durch den Drogeriemarkt Rossmann, KiK, Dein Outfit sowie die Gärtnerei Müller und Landmotors zu begründen.
- In den weiteren Sortimentsbereichen finden sich nur wenige Verkaufsflächen in Marienheide. Die wenigen vorhandenen Verkaufsflächen sind überwiegend auf den ZVB Ortskern konzentriert.
- Die prägenden Sortimente im ZVB Ortskern sind Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken sowie Bekleidung.
- An Standorten in städtebaulich z. T. nicht integrierter Lage werden in hohem Maße auch Waren aus dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel angeboten. Dies ist vornehmlich auf das Angebot von Rewe, Lidl und Aldi im südlichen Gemeindegebieten zurückzuführen, die sich in städtebaulich nicht integrierter Lage befinden.

Benchmarking: Gesamtgemeindliche Kennwerte

Im Folgenden werden die gesamtgemeindlichen Kennwerte der Gemeinde Marienheide mit Daten vergleichbarer Kommunen im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 6). Bei der Auswahl der Vergleichskommunen wurden

u. a. die räumliche Nähe, die Einwohnerzahl, die zentralörtliche Funktion sowie das Bundesland berücksichtigt.

Tabelle 6: Gesamtgemeindliche Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	Marienheide	Kierspe	Halver	Altena	Kürten
Veröffentlichungsjahr	2020	2019	2020	2013	2015
Einwohner	13.522	16.210	16.641	18.485	19.761
Anzahl der Betriebe Gesamtstadt/ Gesamtgemeinde	43	104	92	88	72
Gesamtverkaufsfläche in m ²	11.100	24.210	24.300	19.030	14.810
Verkaufsflächenausstat- tung in m ² je Einwohner	0,81	1,49	1,46	1,02	0,75

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Einwohner: Gemeinde Marienheide: (Stand 31.12.2019). Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich als unterdurchschnittlich bewertete Verkaufsflächenausstattung. Auch im Verhältnis zu den Benchmarkkommunen verfügt Marienheide weitestgehend über weniger Betriebe, eine geringere Gesamtverkaufsfläche sowie eine geringere Verkaufsfläche je Einwohner als die vergleichbaren Kommunen.

Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze¹⁹ im Einzelhandel von Marienheide basiert auf allgemeinen und für die Gemeinde Marienheide spezifizierten angebots- und nachfrageseitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung dienen Stadt + Handel vorliegende **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter**. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden abschließend mit **nachfrageseitigen Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.3) plausibilisiert. Dazu zählen insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft

¹⁹ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

- Durch **vertiefende primärstatistische Erhebungen** (hier: Online-Haushaltsbefragung, Passantenbefragung, Händlergespräch) sind konkretisierende Einschätzungen zum Einkaufsverhalten und zu Kaufkraftströmen innerhalb von Marienheide sowie innerhalb des engeren und weiteren Umfelds möglich.
- Im Rahmen einer Desk-Research werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Marienheide beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.
- Auf Grundlage der oben genannten Punkte sowie den Ergebnissen der primärstatistischen Erhebungen wird ein **Einzugsgebiet** für die Gemeinde Marienheide abgegrenzt, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil von Marienheide stammt.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtgemeindlicher Einzelhandelsumsatz von rd. 42,4 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 85,2 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität²⁰ von rd. 0,50. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Marienheides als Grundzentrum leicht unterdurchschnittlich. Wie Tabelle 7 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Marienheide je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

²⁰ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 7: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Marienheide

Warengruppe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	5.800	27,7	32,8	0,84
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.000	5,5	4,8	1,14
Blumen, zoologischer Bedarf	200	0,7	1,5	0,44
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	200	0,9	2,2	0,39
Kurzfristiger Bedarfsbereich	7.300	34,7	41,4	0,84
Bekleidung	1.200	2,4	7,0	0,35
Schuhe/Lederwaren	< 100	< 0,5	2,0	0,01
Pflanzen/Gartenbedarf	1.400	1,1	1,4	0,73
Baummarktsortiment i. e. S.	100	< 0,5	6,5	0,04
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	200	< 0,5	1,0	0,42
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	200	0,5	1,8	0,27
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	< 100	< 0,5	2,0	0,01
Mittelfristiger Bedarfsbereich	3.100	4,7	21,7	0,22
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	200	1,6	2,0	0,78
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	< 100	< 0,5	0,9	0,01
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	< 100	< 0,5	0,8	0,05
Möbel	< 100	< 0,5	4,4	0,01
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	100	0,7	2,5	0,27
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	< 100	0,6	5,2	0,11
Uhren/Schmuck	< 100	< 0,5	0,9	0,01
Sonstiges	100	< 0,5	5,3	0,01
Langfristiger Bedarfsbereich	500	3,0	22,1	0,14
Gesamt	11.000	42,4	85,2	0,50

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In der Warengruppe Drogeriewaren/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit einer Zentralität von 1,14 Kaufkraftzuflüsse aus dem Umfeld von Marienheide generiert werden. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird demgegenüber nicht die gesamte zur Verfügung stehende Kaufkraft durch die vorhandenen Betriebe gebunden, sodass hier Kaufkraft aus Marienheide abfließt. Dies zeigt sich

in einer Zentralität von 0,84. Marienheide erfüllt somit den grundzentralen Versorgungsauftrag aktuell nur eingeschränkt. (siehe Tabelle 7).

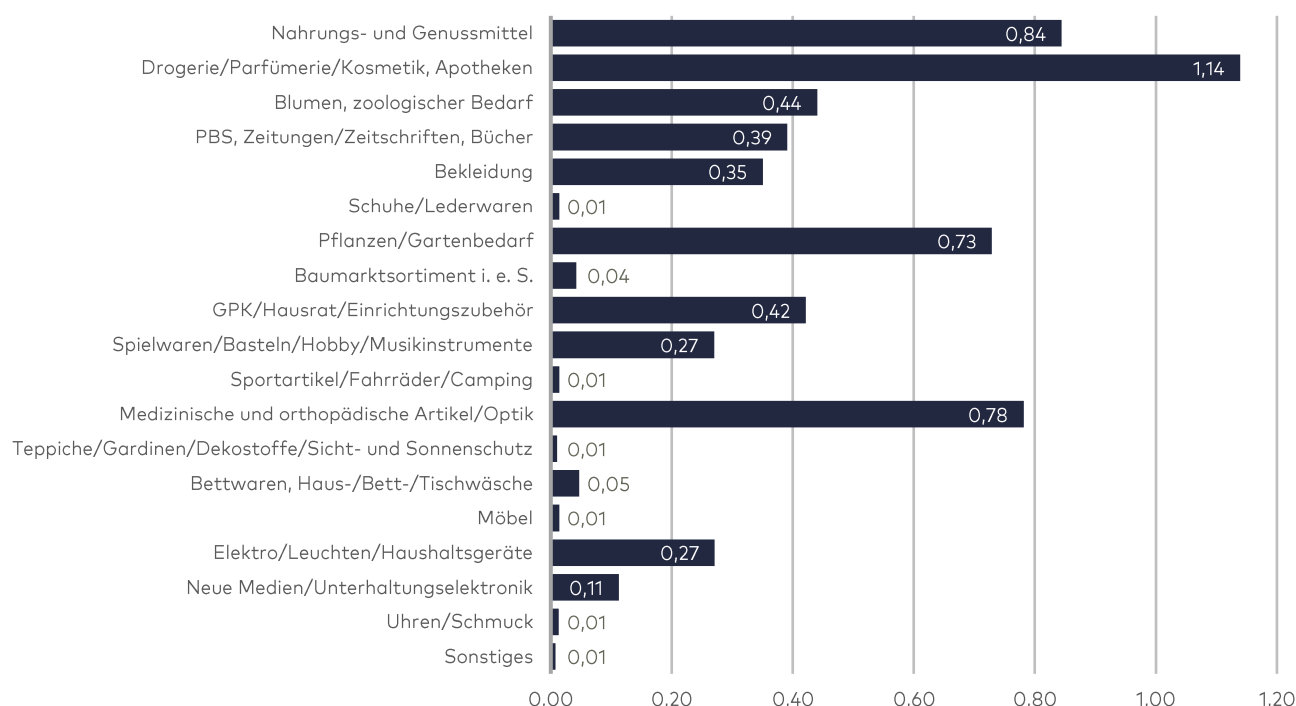


Abbildung 10: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Marienheide

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches weist Marienheide hingegen mit rd. 0,22 und rd. 0,14 deutlich niedrigere Zentralitäten auf, die für ein Grundzentrum und vor dem Hintergrund der in Kapitel 4.1 skizzierten Rahmenbedingungen unterdurchschnittlich sind. Dies begründet sich durch geringe Angebotsstrukturen in vielen Sortimentsbereichen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches. Die höchsten Zentralitätswerte werden in den Warengruppen Pflanzen/Gartenbedarf (rd. 0,73) und Medizinische und orthopädische Artikel/Optik (rd. 0,78) erreicht und sind auf entsprechend ausgeprägte Angebotsstrukturen (u. a. mehrere Fachgeschäfte, Sanitätshaus) zurückzuführen. In der Zusammenschau ist die Gesamtverkaufsfläche in Marienheide für ein Grundzentrum als leicht unterdurchschnittlich zu beurteilen.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Marienheide aus dem Jahr 2012 können neben dem dort festgelegten ZVB Ortskern keine weiteren strukturprägenden Standortbereiche in Marienheide identifiziert werden. Der Zentrale Versorgungsbereich aus dem Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Marienheide aus dem Jahr 2012 wird im Folgenden hinsichtlich seiner städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert. In die Analyse fließen dabei ebenfalls die Ergebnisse des Händlergesprächs, der Passantenbefragung sowie der Online-Haushaltsbefragung mit ein.

ZVB ORTSKERN MARIENHEIDE

Räumliche Analyse

Versorgungsgebiet

Gemeinde Marienheide

Administrative Grenzen

□ Kommune

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

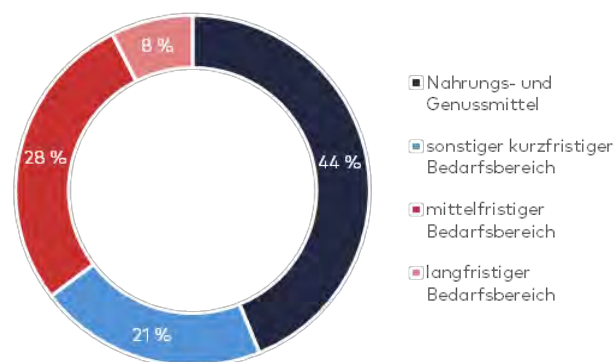
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

□ ZVB-Abgrenzung EHK 2012



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtgemeinde)

13.522

Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	25	58 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	5.000	45 %
Anzahl der Leerstände**	11	30%
Zentrenergänzende Funktionen	41	-

Magnetbetriebe

Hit, Rossmann

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Einwohner: IT.NRW (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Gemeinde Marienheide; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtgemeinde; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB ORTSKERN MARIENHEIDE

Räumliche Integration



Zentrale Lage im Hauptort der Gemeinde Marienheide; erstreckt sich entlang der Hauptverkehrsstraße Hauptstraße; Bahnhofstraße als Fortsatz des Zentrums in südlicher Richtung; Nutzungsumfeld durch Wohngebäude geprägt; städtebaulich in umgebene Struktur eingebettet

Verkehrliche Erreichbarkeit



Äußere Anbindung über die Hauptstraße (B 256) in nördlicher und südlicher Richtung; Leppestraße und Bahnhofstraße als wichtige Straßen mit Erschließungsfunktion innerhalb des Zentrums; Hauptstraße als befahrbare Haupteinkaufslage mit straßenbegleitendem Parken; Parkanlagen am Heier Platz als wichtige Stellplatzflächen für das gesamte Zentrum; Bahnhof als wichtiger ÖPNV-Knotenpunkt innerhalb des Zentrums für Bahn und Bus; Fußwege führen entlang der Straßen; Optimierungsmöglichkeiten bei der Wegeführung, Beschilderung und Abstellmöglichkeiten für Radfahrer

Versorgungsfunktion



Wichtige Nahversorgungsfunktion für nördliche Gemeindegebiete, eingeschränkte Versorgungsfunktion insb. durch geringe Verkaufsflächenausstattung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich für die Gesamtgemeinde; hohes funktionales Gewicht (45 % der Gesamtverkaufsfläche; 58% der Betriebe) in Bezug auf Gesamtgemeinde; hohes städtebauliches Gewicht durch städtebauliche Einbindung und Nutzungsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Wohnen

Einzelhandelsbesatz



Hit und Rossmann wichtige Nahversorger mit Magnetfunktion; höchste Einzelhandelsdichte entlang Hauptstraße; hohe Anzahl an leerstehenden Ladenlokalen im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Leppestraße; kaum filialisierter Einzelhandel; inhabergeführte Fachgeschäfte mit differenziertem Warenangebot in unterschiedlichen Sortimentsbereichen: südlicher Bereich der Bahnhofstraße mit höchster Frequenz durch Nahversorgungsfunktion; Kundenläufe in weitere Lagebereiche jedoch durch fehlenden Besatz entlang der Verbindungsstraßen eingeschränkt; Nahversorger mit modernem Marktauftritt

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Großflächiger Lebensmittelmarkt sowie Drogeriefachmarkt als Ankerpunkte im südlichen Bereich des Zentrums; Angebotsfokus im weiteren kurzfristigen Bedarfsbereich entlang der Hauptstraße; Fokus eher auf inhabergeführten Einzelhandel; inhabergeführte Fachgeschäfte meist mit langer Tradition am Standort; geringe Angebotsstruktur im mittel- und langfristigen Bedarf; eher generalisierte Angebotsstruktur ohne speziellen Angebotsfokus

Zentrenergänzende Funktionen



Breiter Angebotsmix im gesamten Zentrum; gute Ausstattung mit zentrenergänzenden Funktionen als wichtige Frequenzbringer für das Zentrum abseits des Einzelhandels; breites Angebot an medizinischen Einrichtungen und Dienstleistungen (z.B. Fahrschulen, Friseure)

Städtebauliche Struktur



Wechselnde Topographie im gesamten Zentrum; Standortbereich der Nahversorger im südlichen Bereich inkl. der Stellplatzanlagen eher funktional; Zentrum mit starker Nord-Süd-Ausdehnung; klare Fassung des Raumes durch Raumkanten entlang der Straßenzüge; fehlende Ausbildung einer Knochenstruktur; überwiegend feinkörnige Bebauung; Heier Platz als zentraler Platz im Zentrum mit städtebaulichem Optimierungspotenzial

Städtebauliches Erscheinungsbild



Überwiegend einheitliches Stadtbild mit vornehmlich zwei- bis dreigeschossigen Gebäuden in Reihenbebauung entlang der Straßen; Heier Platz mit Potenzial für städtebauliche Aufwertung; Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre durch MIV im Zentrum eingeschränkt, straßenbegleitendes Parken jedoch auch wichtiger Frequenzbringer; prägnante Leerstände im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Leppestraße

Markante Entwicklungen seit 2012



Entwicklung der südlichen Flächen der Bahnhofsstraße; Ansiedlung der Nahversorgungsstrukturen; Umgestaltung des Bahnhofsumfeldes

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Ortskern Marienheide mit wichtiger Versorgungsfunktion für die nördlichen Gemeindeteile im kurzfristigen Bedarfsbereich; insgesamt geringe Einzelhandelsausstattung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich; prägnante Leerstände in zentraler Lage bieten Potenziale zur Entwicklung; fehlende Verknüpfung des südlichen Standortbereiches mit dem historischen Ortskern

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Ergebnisse des Händlergesprächs zum Ortskern

Im Rahmen eines Händlergesprächs wurde mit Akteuren vor Ort über die Situation und die Zukunftsfähigkeit des Ortskerns diskutiert. Die Workshop-Teilnehmenden bewerteten in einer ersten Workshop-Phase verschiedene Aspekte des Ortskerns von Marienheide. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Atmosphäre bzw. die Aufenthaltsqualität, die Gebäudestruktur sowie das Stadtbild des Ortskerns werden negativ bewertet.
- Während die Vielfalt der Waren/Geschäfte von den Händlern als mittelmäßig eingestuft wird, werden beim gastronomischen und kulturellen Angebot teils deutliche Mängel wahrgenommen.
- Die Erreichbarkeit mit dem PKW/das Parkplatzangebot wird sehr unterschiedlich eingeschätzt. Die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wird hingegen als eher positiv beurteilt.
- Die Qualität der Waren/Geschäfte, die Öffnungszeiten und das Dienstleistungsangebot bewerten die Händler positiv.
- Die Möglichkeiten zum Bummeln/Verweilen werden überwiegend negativ eingeschätzt.
- Die Verkehrssituation als Fußgänger wird sehr unterschiedlich beurteilt. Im Vergleich zur Verkehrssituation als Fußgänger wird die Situation der Radfahrer durchschnittlich schlechter bewertet.
- Die Themen Sauberkeit und Sicherheit werden eher negativ bewertet.
- Insgesamt schätzen die Händler die Situation im Ortskern von Marienheide als mittelmäßig bis eher negativ ein.

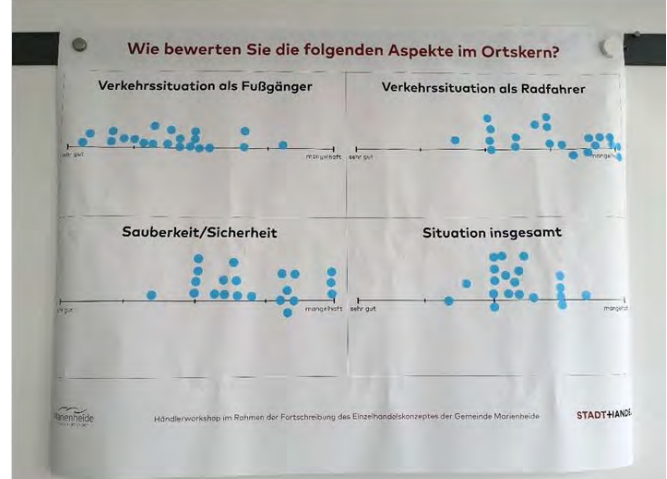
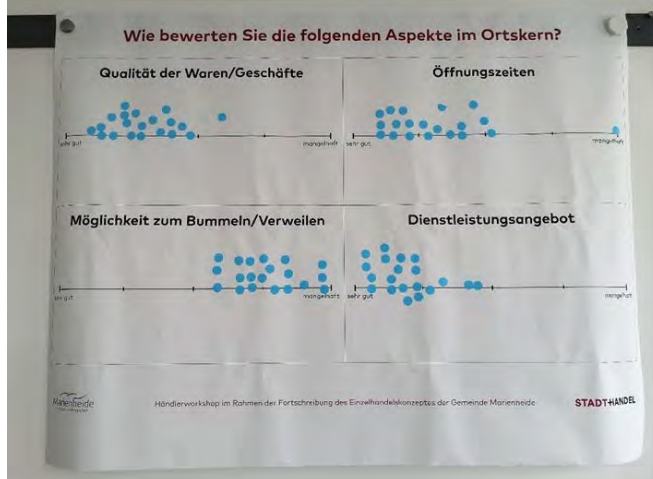
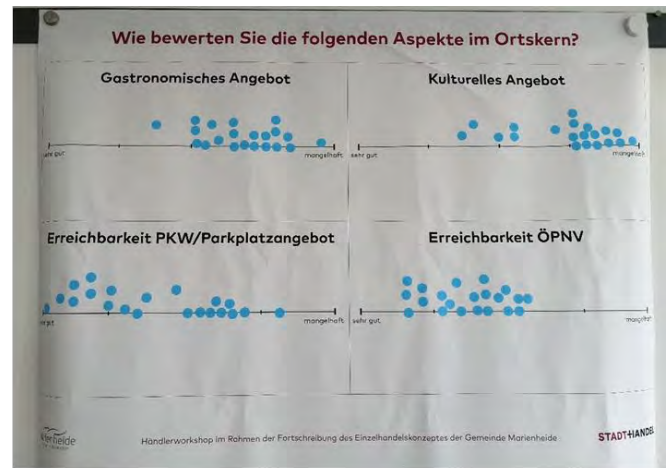
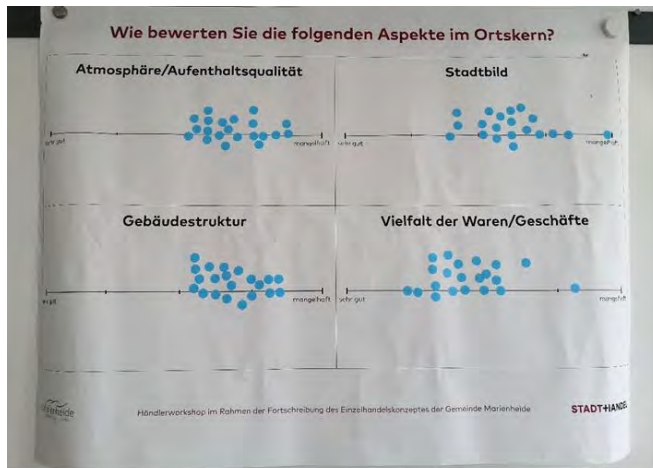


Abbildung 11: Bewertung des Ortskerns

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Für die gemeinsame Entwicklung von Maßnahmen zur positiven Stärkung des Einzelhandelsstandorts Marienheide, berichteten die Händler von zu erwartenden Veränderungen im eigenen Betrieb. Dabei wurden folgende Entwicklungen benannt:

- Beratung und Service werden wichtiger
- Gegenläufiger Trend: stationärer Einzelhandel steigt gegenüber Online-Handel
- Service muss weiter verbessert werden
- Qualitätssteigerung, Flächenwachstum ist nicht die Lösung
- Spezialisierung wird als Chance wahrgenommen
- Trendwende: Qualität statt Quantität
- Es existieren zurzeit die drei grundsätzlichen Herausforderungen Corona, Baustelle und Parkplätze
- Online-Handel stellt eine starke Konkurrenz für die Einzelhändler dar
- Kleiner Handel muss sich durch Beratung profilieren
- Eigene Online-Präsenz wird gefordert
- Lieferservice wird gut angenommen
- Parkplatzmangel als Problem

Ausgehend von den Stärken und Schwächen des Ortskerns von Marienheide haben die Händler folgende Maßnahmen zur Stärkung des Ortskerns erarbeitet:

- Parkplatzkonzept erstellen, weniger Kontrolle

- Leerstände beseitigen
- Radwege und Beschilderungen
- Erholungsgebiete stärken
- Sitzgelegenheiten bei den Geschäften
- Mehr Werbung für den Ort
- Zügige Durchführung der Umbaumaßnahmen an den Kreisverkehren
- Berücksichtigung von Ladezonen für Geschäfte
- Verkehr im Ortskern muss „gebremst“ werden
- Die Einzelhändler müssen die Möglichkeit haben, mehr Ausstellungsfläche vor ihren Geschäften zu schaffen
- Die Gelben Säcke sollten nicht Tage vor der Abholung auf die Gehwege gestellt werden, für Besucher ist das nicht ansprechend
- Es gibt leider immer wieder Autofahrer, die an der Hauptstraße deutlich zu schnell fahren
- Verschönerung der vorhandenen Gehwege
- Attraktivierung des oberen Ortskerns (Verweilmöglichkeiten)
- Ausbau des gastronomischen Angebots
- Verbesserung der Pflege und Sauberkeit im öffentlichen Raum
- „Knochenbildung“ zwischen dem Bahnhofsbereich und dem Heier Platz
- Ansiedlung von verwaltungsnahen Dienstleistungen, Pflegeangeboten oder medizinischer Versorgung am Heier Platz
- Möglichkeiten von Wohnbebauung im Zentrumsumfeld prüfen

Als wichtigste Maßnahmen wurden von den Händlern „Parkplätze und Konzept“, „Leerstände beseitigen“ und „Radwege und Beschilderungen“ bewertet. Die Ergebnisse des Händlergesprächs sind in die städtebauliche Analyse des Ortskerns eingeflossen.

Ergebnisse der Befragungen

Sowohl die Online-Haushaltsbefragung als auch die Passantenbefragung unterstützen die Ergebnisse des Händlergesprächs. Der Ortskern wird insgesamt als wenig attraktiv wahrgenommen. Insbesondere die Warenvelfalt, die Verweilqualität und das Veranstaltungsangebot weisen Defizite auf. Als positiv werden hingegen das Dienstleistungsangebot sowie die Öffnungszeiten bewertet.

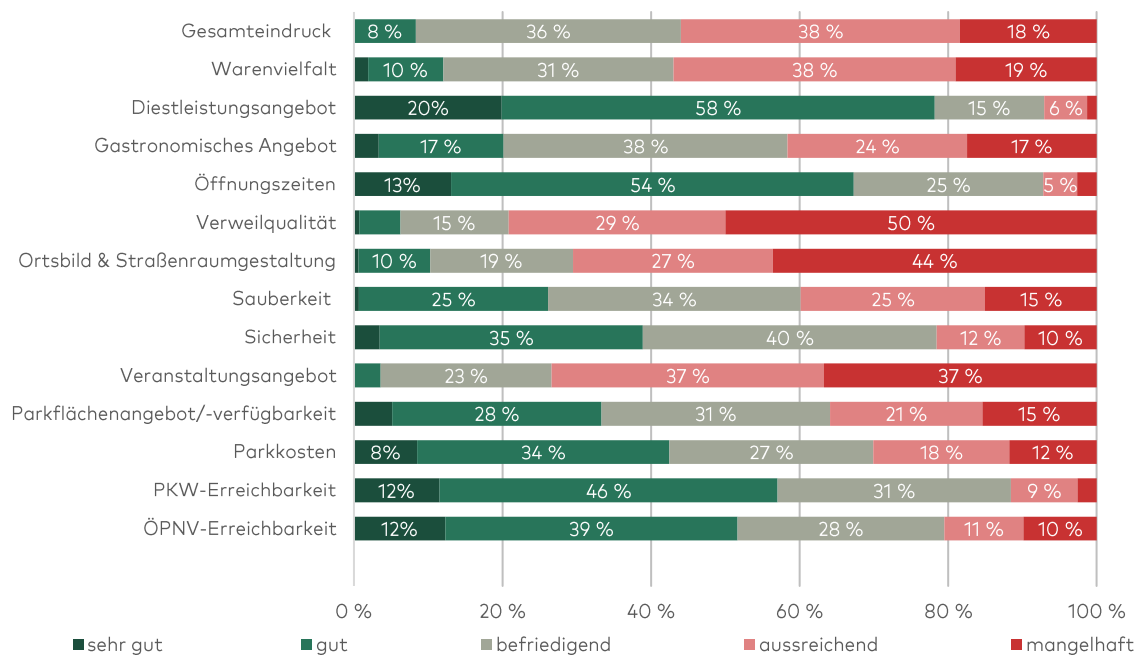


Abbildung 12: Bewertung des Ortskerns gemäß Online-Haushaltsbefragung

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 07-08/2020, n=173.

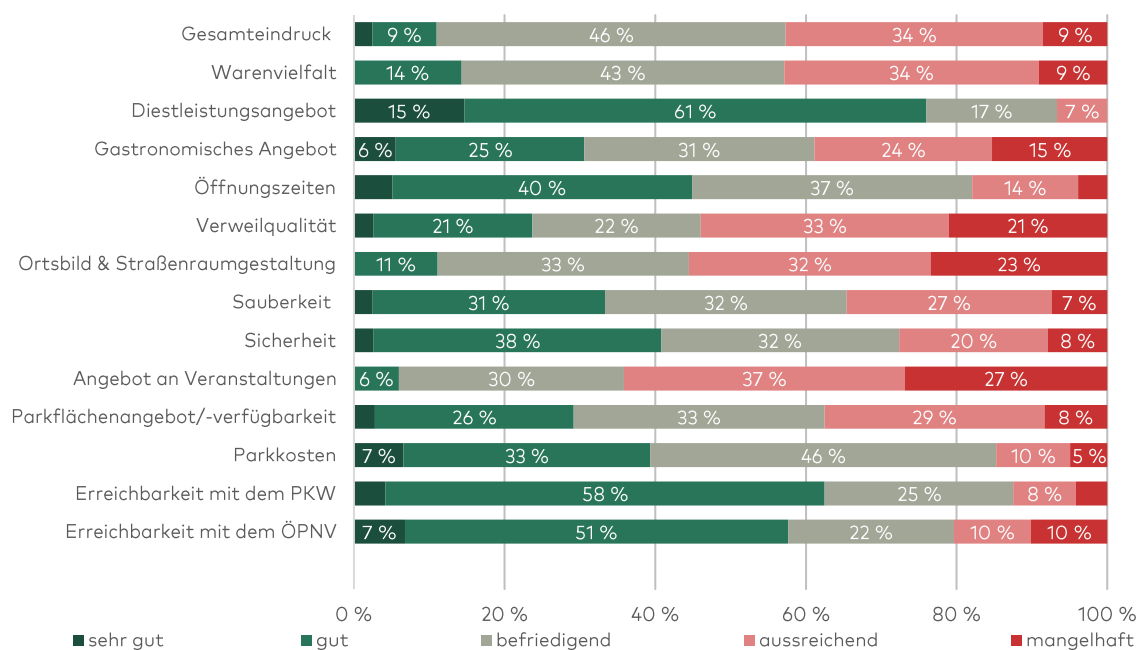


Abbildung 13: Bewertung des Ortskerns gemäß Passantenbefragung

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 07/2020; n= 82.

Der Hauptbesuchsgrund des Ortskerns ist für die Teilnehmer der Passantenbefragung das Einkaufen sowie das vorhandene Dienstleistungsangebot (siehe Abbildung 14). Rund 2/3 der Befragten besucht den Ortskern mehrmals in der Woche. Die Online-Haushaltsbefragung ergab, dass Sortimente wie Möbel oder Sportartikel/Fahrräder beinahe ausschließlich außerhalb der Gemeinde eingekauft werden, während die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheke mehrheitlich in Marienheide erworben werden.

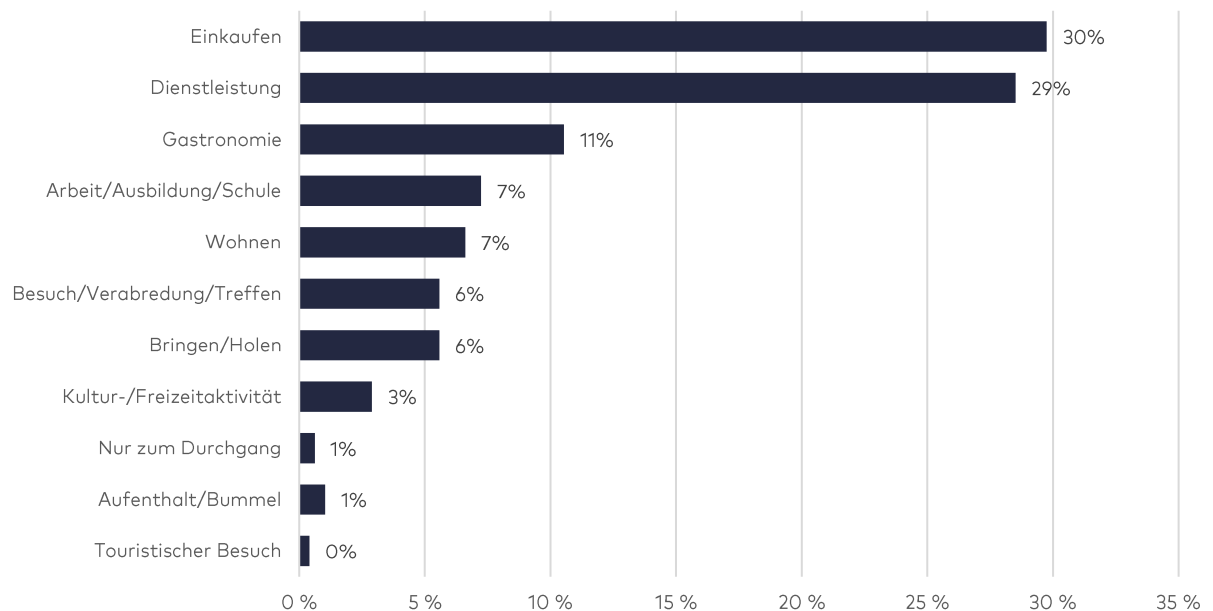


Abbildung 14: Besuchsgrund des Ortskerns gemäß Passantenbefragung

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 07/2020; n= 82.

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger, wird die Nahversorgungsstruktur von Marienheide im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **räumlich**, **quantitativ** und **qualitativ** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Räumliche Nahversorgungssituation in Marienheide

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, wird eine Gehzeit von rd. 10 min als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 15). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten deutlich jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

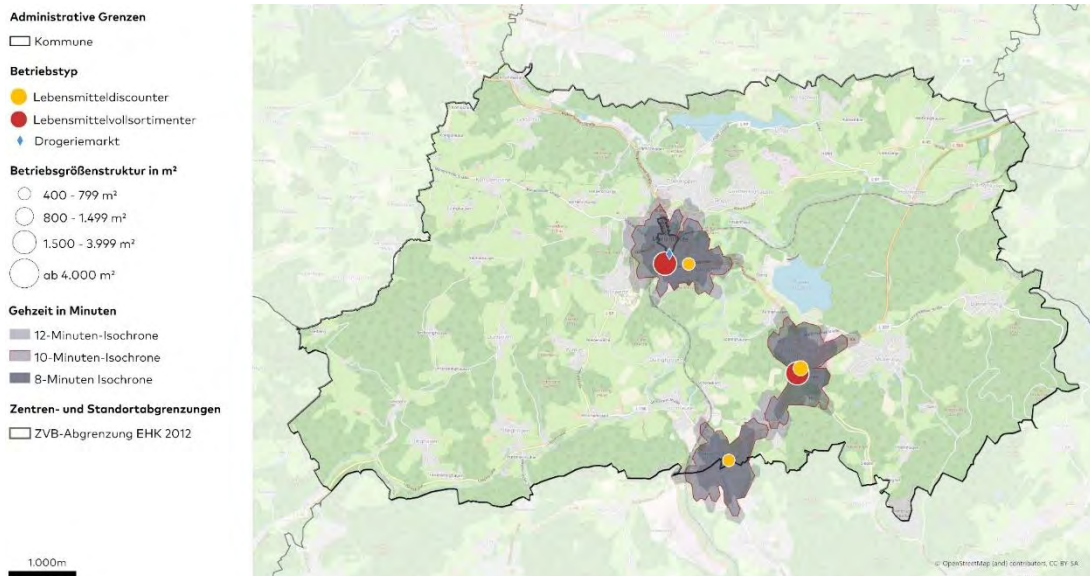


Abbildung 15: Räumliche Nahversorgungssituation von Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

Abbildung 15 verdeutlicht, dass sich die Nahversorgungsanbieter im Wesentlichen auf drei Standortbereiche konzentrieren. Neben den Angeboten im Kernort, finden sich zwei Anbieter (Lebensmittelvollsortimenter und -discounter) im Ortsteil Rott sowie ein Lebensmitteldiscounter in Kotthausenhöhe. Insgesamt lässt sich die Nahversorgungssituation in der Gemeinde Marienheide aufgrund der räumlichen und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen in zwei Betrachtungsräume (Nord/Süd) einteilen (siehe Abbildung 16). Es ist davon auszugehen, dass die Lebensmittelmärkte (neben ihrer Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung in direkter Umgebung) vorwiegend eine Versorgungsfunktion für die jeweils zugeordneten Siedlungsbereichen (Nord: Hit, Netto; Süd: Rewe, Lidl, Aldi) übernehmen.

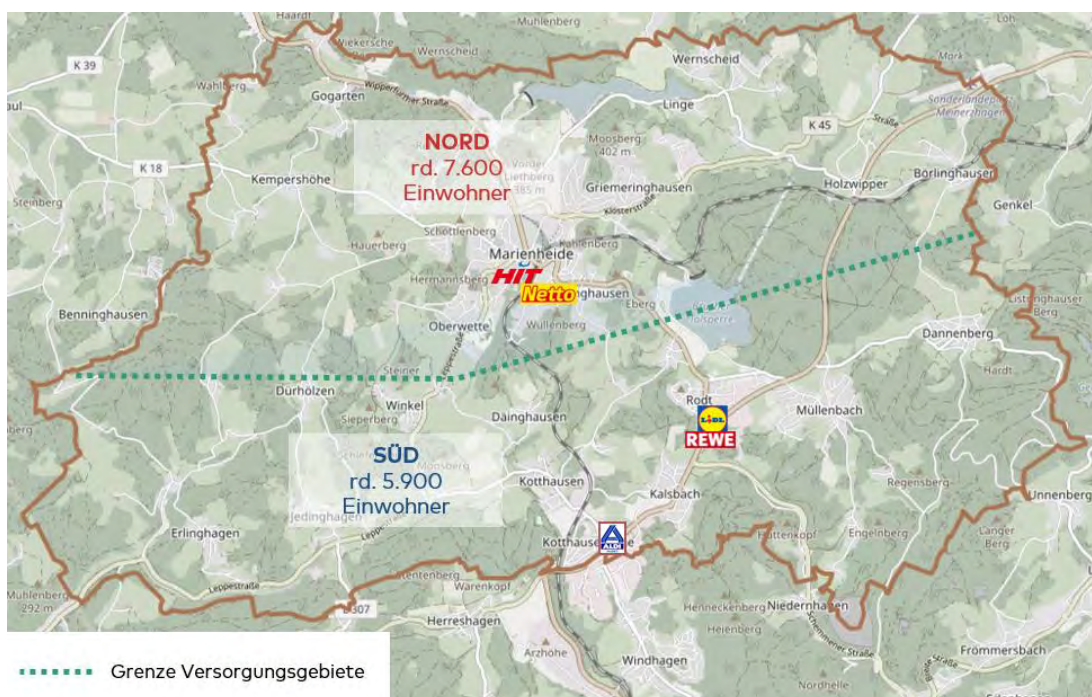


Abbildung 16: Abgrenzung der Versorgungsgebiete

Quelle: Eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die Nahversorgungssituation stellt sich im nördlichen Betrachtungsraum der Gemeinde Marienheide so dar, dass mit Hit ein Lebensmittelvollsortimenter im Zentralen Versorgungsbereich sowie mit Netto ein Lebensmitteldiscounter außerhalb des ZVB Ortskern verortet ist (siehe Abbildung 17). Nur wenige Siedlungsrandbereiche des Kernortes liegen außerhalb der dargestellten Nahversorgungsradien der bestehenden Lebensmittelmärkte. Aufgrund der geringen Einwohnerpotenziale in den nicht fußläufig versorgten Siedlungsbereichen ist eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgung mit Standardkonzepten der Nahversorgung eher unwahrscheinlich.

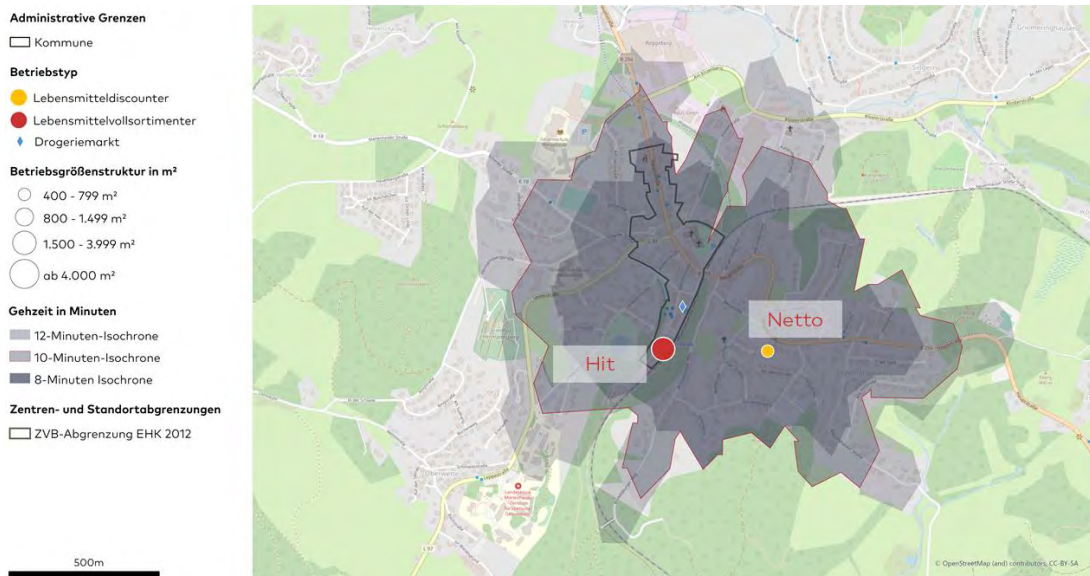


Abbildung 17: Räumliche Nahversorgungssituation im Kernort

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

In den südlichen Gemeindeteilen stellt sich die Nahversorgungssituation ebenfalls als überwiegend flächendeckend dar (siehe Abbildung 18). Auch hier befinden sich nur wenige Siedlungsrandbereiche außerhalb der dargestellten Nahversorgungsradien der bestehenden Lebensmittelmärkte. Die fußläufig unterversorgten Siedlungsbereiche verfügen jedoch ebenfalls über geringe Einwohnerpotenziale, weshalb Standardkonzepte der Nahversorgung wahrscheinlich nicht zu einer Verbesserung der räumlichen Nahversorgung beitragen können. Mit dem Kopplungsstandort Schemmen im Ortsteil Rodt und den dort verorteten Märkten Rewe und Lidl verfügen die südlichen Ortsteile sowohl über einen Lebensmittelvollsortimenter als auch einen Lebensmitteldiscounter. Neben dem Standortbereich Schemmen befindet sich im südlichen Ortsteil Kotthäuserhöhe ein Aldi-Lebensmitteldiscounter.

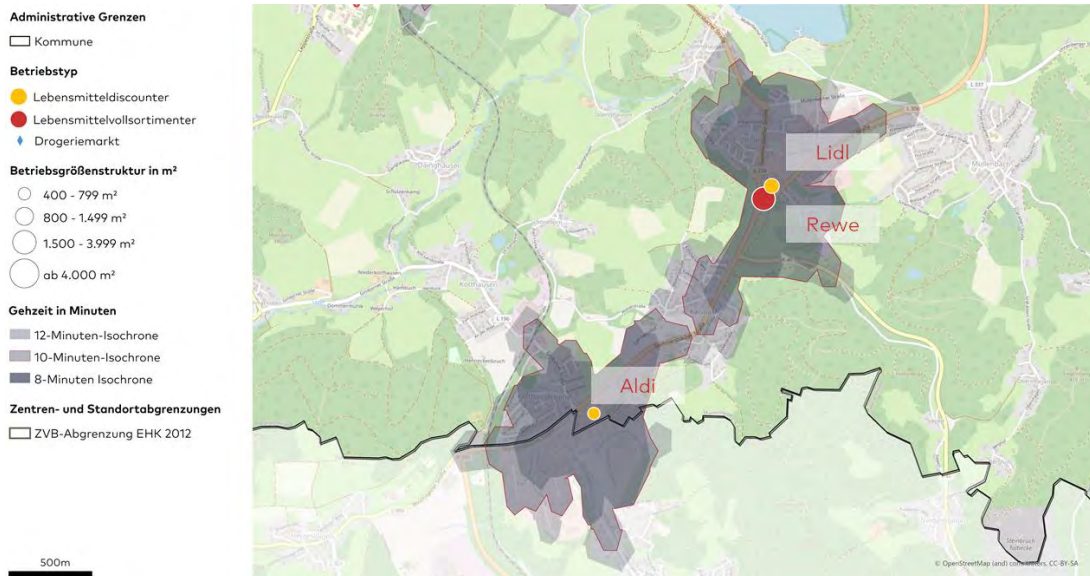


Abbildung 18: Räumliche Nahversorgungssituation in den südlichen Ortsteilen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

In der Zusammenschau lässt sich sagen, dass hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation in Marienheide **kein wesentliches Optimierungspotenzial** zu erkennen ist: Nur wenige Siedlungsbereiche liegen außerhalb der dargestellten Nahversorgungsradien der bestehenden Lebensmittelmärkte. Eine Verbesserung der räumlichen Nahversorgung ist wegen der geringen Einwohnerpotenziale in den nicht fußläufig versorgten Siedlungsbereichen mit Standardkonzepten der Nahversorgung eher unwahrscheinlich. Es ist daher zu erwarten, dass diese dezentral gelegenen Siedlungsbereiche durch die bestehenden Angebote sowie Angebote in den angrenzenden Kommunen mitversorgt werden. Sollten in Zukunft dennoch Ansiedlungsbestrebungen geäußert werden, sollten diese proaktiv begleitet werden. Dabei gilt es jedoch die Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstruktur (auch in den Nachbarkommunen) im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu beurteilen.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Marienheide

Marienheide weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 5.800 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 1.000 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken²¹ auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,43 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,08 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Gemeinde Marienheide im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 0,41 m² je Einwohner²² und im Bereich der Drogeriewaren von rd. 0,08 m² je Einwohner²³ auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts.

Die Zentralitäten von rd. 0,84 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,14 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel dennoch nicht vollständig im eigenen Gemeindegebiet gebunden werden kann. Obwohl die quantitative Nahversorgungssituation

²¹ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

²² Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

²³ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

mit einer durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung je Einwohner als angemessen zu bewerten ist, sind Kaufkraftabflüsse festzustellen. Dies ist insbesondere auf die qualitative Ausstattung der vorhandenen Betriebe sowie das Fehlen eines Verbrauchermarktes zurückzuführen. Im Bereich Drogeriewaren können Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland verzeichnet werden. Tabelle 8 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

Tabelle 8: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Marienheide

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner (inkl. Entwicklung bis 2025)	13.522 (- 0,5 %)					
Sortimentsspezifische Verkaufsfläche in m²	5.800			1.000		
Verkaufsflächenausstattung in m² je Einwohner	0,43			0,08		
Sortimentsspezifische Zentralität	0,84			1,14		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	37 % ZVB	14 % siL	49 % niL	74 % ZVB	4 % siL	21 % niL
Betriebstypenmix	2x 3x	Lebensmittelsupermarkt Lebensmitteldiscounter		1x 2x	Drogeriefachmarkt sonstige Drogeriewarengeschäfte	
Quantitative Nahversorgungssituation						
Qualitative Nahversorgungssituation						

Quelle: Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Einwohner: Stadt IT.NRW (Stand: 31.12.2019); ZVB-Abgrenzung: Dr. Jansen GmbH 2012; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet).

Insgesamt sind im Gemeindegebiet fünf strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind drei Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei weiteren zwei Betrieben handelt es sich um Supermärkte. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Marienheide hinsichtlich des Betriebstypenmixes als ausgewogen zu bewerten. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich (siehe dazu Abbildung 19), die mit rd. 0,27 m² je Einwohner für Lebensmittelvollsortimenter und mit rd. 0,17 m² je Einwohner für Lebensmitteldiscounter leicht über dem Bundesdurchschnitt (Lebensmittelvollsortimenter: rd. 0,25 m² je Einwohner, Lebensmitteldiscounter: rd. 0,16 m² je Einwohner) liegt.²⁴

²⁴ Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

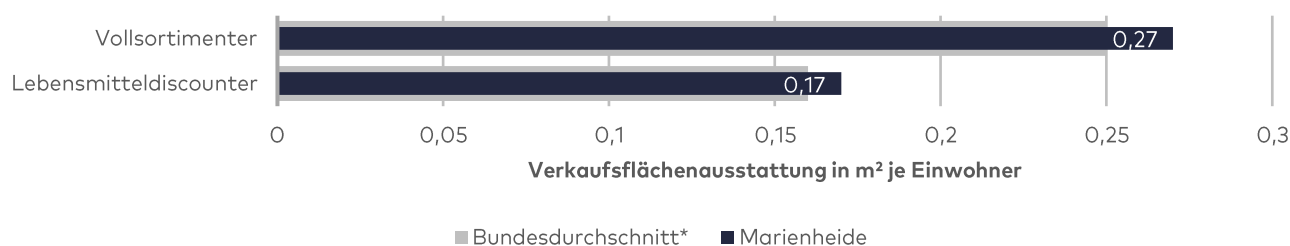


Abbildung 19: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 06/2020, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Betrachtung der Marktauftritte der einzelnen Betriebe weist hingegen Optimierungsbefürfnisse bei nahezu allen Märkten auf. Die beiden Märkte im Ortsteil Rodt befinden sich in städtebaulich nicht integrierter Lage und weisen insbesondere im Marktauftritt Optimierungspotenziale auf. Insbesondere der Lidl-Markt entspricht mit seiner aktuellen Verkaufsfläche nicht den Anforderungen marktgängiger Lebensmitteldiscounter. Darüber hinaus entsprechen auch der Netto im Hauptort sowie der Aldi-Markt in Kotthäuserhöhe mit ihren Verkaufsflächen sowie ihren aktuellen Marktauftritten nicht den Anforderungen marktgängiger Lebensmittelmärkte. Der Hit-Markt im Hauptort weist kein wesentliches Optimierungspotenzial auf.

Bei einem Vergleich der nahversorgungsrelevanten Kennziffern der beiden Betrachtungsräume lässt sich feststellen, dass sich die quantitative Ausstattung in den beiden Betrachtungsräumen unterscheidet und der nördliche Bereich schlechter aufgestellt ist (siehe Tabelle 9). Dies zeigt sich insbesondere in der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Bei der Betrachtung nach Betriebstypen wird deutlich, dass der nördliche Betrachtungsraum mit 0,07 m² Verkaufsfläche je Einwohner über ein Defizit im discountorientierten Segment verfügt (Lebensmitteldiscounter: rd. 0,16 m² je Einwohner).²⁵

²⁵ Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

Tabelle 9: Überblick Nahversorgungsanalyse

Ausstattungsmerkmal	Betrachtungsraum Nord	Betrachtungsraum Süd
Einwohner	7.600	5.900
Verkaufsfläche NuG in m²	2.400	2.800
Verkaufsflächenausstattung NuG in m² je Einwohner	0,32	0,47
Verkaufsflächenausstattung vollsortimentiert in m² je Einwohner	0,24	0,24
Verkaufsflächenausstattung discountorientiert in m² je Einwohner	0,07	0,24
Betriebstypenmix	1x Lebensmittelsupermarkt 1x Lebensmitteldiscounter	1x Lebensmittelsupermarkt 2x Lebensmitteldiscounter

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Einwohner: IT.NRW Stand: 31.12.2019; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch einen Drogeriefachmarkt im Ortskern sichergestellt. Zwei weitere Einzelhandelsbetriebe mit einem entsprechenden Hauptsortiment sind Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Marienheide vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die **quantitative** Nahversorgungssituation in Marienheide ist bei einer **gesamtgemeindlichen** Betrachtung als **angemessen** zu bezeichnen. Die Ausstattung stellt sich jedoch in den beiden **Betrachtungsräumen differenziert** dar. Der nördliche Gemeindebereich weist insbesondere im discountorientierten Segment Defizite auf. Die qualitative Nahversorgungssituation im Sortimentsbereich **Drogeriewaren** ist aufgrund des modernen Marktauftritts des Drogeriemarktes im Ortskern als **angemessen** zu bewerten. Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** bietet die qualitative Nahversorgungssituation hingegen **Optimierungspotenzial** hinsichtlich des Marktauftritts einzelner Betriebe. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der räumlichen, quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 6.2.

Benchmarking: Nahversorgungsrelevante Kennwerte

Im Folgenden werden die nahversorgungsrelevanten Kennwerte der Gemeinde Marienheide mit Daten vergleichbarer Kommunen im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 10).

Tabelle 10: Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	Marienheide	Kierspe	Halver	Altena	Kürten
Veröffentlichungsjahr	2020	2019	2020	2013	2015
Einwohner	13.522	16.210	16.641	18.485	19.761
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m²	5.800	6.680	6.520	7.320	7.440
Verkaufsfläche Drogeriewaren in m²	1.000	1.895	1.270	625	780
Verkaufsflächenausstattung NuG in m² je Einwohner	0,43	0,41	0,38	0,39	0,38
Verkaufsflächenausstattung Drog in m² je Einwohner	0,08	0,11	0,07	0,03	0,04

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich bereits als überdurchschnittlich bewertete Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Insbesondere im Vergleich zu Halver, Altena und Kürten verfügt Marienheide über mehr Verkaufsfläche je Einwohner. Im Sortimentsbereich Drogeriewaren zeigt der Vergleich mit anderen Kommunen die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Marienheide. Während sich die Verkaufsflächenausstattung im Sortimentsbereich Drogeriewaren in den Kommunen Halver, Altena und Kürten als unterdurchschnittlich darstellt, liegt allein Kierspe sowohl über dem Bundesdurchschnitt als auch über der Verkaufsflächenausstattung von Marienheide.

Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der räumlichen, quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 6.2.

4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtgemeindlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in Marienheide dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Gemeinde Marienheide übernimmt als **Grundzentrum** die Versorgungsfunktion für 13.522 Einwohner im eigenen Gemeindegebiet.
- Die Gemeinde Marienheide ist siedlungsräumlich im Wesentlichen durch einen **Hauptort** und dem zweiten **Siedlungsschwerpunkt Rodt/Müllenbach** sowie **mehrere kleinere Ortsteile** gekennzeichnet. Damit konzentriert sich die Bevölkerung überwiegend auf den Hauptort Marienheide.
- Die Gemeinde Marienheide befindet sich im Oberbergischen Kreis und ist von mehreren Grundzentren sowie Mittelzentren (u. a. Gummersbach, Meinerzhagen, Wipperfürth) in direkter Nachbarschaft umgeben. Die nächsten Oberzentren sind Köln und Wuppertal in rd. 45-50 min Pkw-Fahrtzeit. Weitere Oberzentren wie Dortmund, Bonn und Köln sind innerhalb von rd. 60 min erreichbar. In Verbindung mit der guten verkehrlichen

Erreichbarkeit über die B 256 sowie die B 237 ist von einem **starken Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

Gesamtgemeindliche Nachfragesituation

- Mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffer von rd. 98** liegt die Gemeinde Marienheide sowohl leicht unter dem Durchschnitt von Nordrhein-Westfalen (rd. 99) als auch unter dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Das **Einzugsgebiet** von Marienheide umfasst im Wesentlichen die Gemeinde Marienheide selbst (Zone I). In nördlicher und südlicher Richtung umfasst das Einzugsgebiet darüber hinaus angrenzende Siedlungsbereich der Städte Kierspe, Wipperfürth und Gummersbach (Zone II).

Gesamtgemeindliche Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 0,81 m² je Einwohner deutlich **unter dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,50 m² je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe in Marienheide befinden sich **überwiegend in städtebaulich integrierter Lage**. Rund 31 % der Verkaufsflächen sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Dies ist insbesondere auf die großformatigen Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel außerhalb des Hauptortes zurückzuführen.
- Das Einzelhandelsangebot in Marienheide ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche als **unterdurchschnittlich** für ein Grundzentrum zu bewerten.
- Die **Einzelhandelszentralität** von rd. 0,50 ist als **leicht unterdurchschnittlich** anzusehen, sie fällt jedoch nach Warengruppe sehr differenziert aus.
- In der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit einer Zentralität von 1,14 **Kaufkraftzuflüsse** aus den umliegenden Siedlungsbereichen festgestellt werden. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden mit einer Zentralität von 0,84 **Kaufkraftabflüsse** verzeichnet.
- Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 0,22 bzw. rd. 0,14 ebenfalls **deutliche Kaufkraftabflüsse** zu verzeichnen.

Städtebauliche Analyse

- Im ZVB Ortskern Marienheide sind insgesamt **25 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 58 % aller Betriebe in Marienheide) mit einer Verkaufsfläche von **rd. 5.000 m²** (rd. 45 % der Gesamtverkaufsfläche in Marienheide) angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **41 zentrenergänzende Funktionen** verortet, sodass sich der Ortskern für Marienheide als größter **strukturprägender Standortbereich** beschreiben lässt.
- Der ZVB Ortskern ist im Wesentlichen geprägt durch den Standortbereich in Bahnhofsnähe mit den Nahversorgern Hit und Rossmann als Magnetbetriebe. Im nördlichen Bereich existiert kein Magnetbetrieb.
- Aufgrund eines nur schwach ausgeprägten städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen dem historischen Ortskern und der Einzelhandelsagglomeration im Bahnhofsbereich, ist von einer **schwach ausgeprägten Synergiewirkung** auszugehen.

- Stadtstrukturell prägend für den ZVB Ortskern von Marienheide ist die **stark befahrene B 256** und die damit verbundene gute Erreichbarkeit für den MIV und ÖPNV. Aus der hohen Verkehrsbelastung ergeben sich wiederum Einschränkungen bzgl. der Wegeführung (Barrierewirkung) und Aufenthaltsqualität im Bereich des ZVB Ortskern Marienheide.
- Die **Leerstandquote** im ZVB Ortskern ist mit rd. 32 % als hoch zu beurteilen. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich dabei auf prägnante Lagen.
- Aus den empirischen Beteiligungsformaten ergab sich, dass der ZVB Ortskern primär zum Einkaufen der Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Elektro/Haushaltsgeräte und Optik sowie für Dienstleistungen aufgesucht wird. Der überwiegende Teil der Befragten besucht den Ortskern üblicherweise mehrmals in der Woche. Schwächen des Ortskerns liegen aus Sicht der Befragten in dem Gesamteindruck und der Aufenthaltsqualität.

Nahversorgungssituation

- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Marienheide **kein wesentliches Optimierungspotenzial** zu erkennen. Zwar befinden sich in einigen Siedlungsbereichen keine strukturprägenden Nahversorgungsanbieter, weshalb hier keine wohnortnahe Versorgung sichergestellt werden kann, allerdings verfügt auch keiner der Siedlungsbereiche über eine ausreichende Mantelbevölkerung zur Ansiedlung gängiger Betriebstypen.
- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Gemeinde Marienheide mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,43 m² je Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,08 m² je Einwohner im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als **angemessen** zu bezeichnen. Die Ausstattung stellt sich jedoch in den beiden **Betrachtungsräumen differenziert** dar, sodass der nördliche Gemeindebereich im discounterorientierten Segment Defizite aufweist.
- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmarkt) als insgesamt **diversifiziert und somit als attraktiv** zu bewerten. Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** bietet die qualitative Nahversorgungssituation hingegen **Optimierungspotenzial** hinsichtlich des Marktauftritts einzelner Betriebe.

Handlungsbedarf ergibt sich darüber hinaus für die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Marienheide auf der einen Seite und der Sicherung des Ortskerns als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Gemeinde auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und geänderten Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Marienheide und die daraus resultierenden absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven zu erarbeiten.

5.1 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR MARIENHEIDE

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Gemeinde Marienheide bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

1. **Stärkung der Gesamtgemeinde:** Sicherung und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Gemeinde Marienheide.
2. **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches:** Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Marienheide durch Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen, ohne dabei schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung auszuüben.
3. **Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Gewährleistung einer ausgewogenen wohnortnahen Grundversorgung im nördlichen und südlichen Gemeindegebiet durch eine Sicherung und Stärkung sinnvoller Standorte bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Ortskern.

Abbildung 20 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Marienheide.

1. Ziel Stärkung der Gesamtgemeinde	2. Ziel Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches	3. Ziel Sicherung und Stärkung der Nahversorgung
▪ Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion ▪ Erhöhung der Einkaufsqualität ▪ Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale ▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität	▪ Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Marienheide durch Ergänzung des Angebotes und Etablierung leistungsfähiger Strukturen ▪ Bündelung von Nahversorgungsangeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für den zentralen Versorgungsbereich ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden	▪ Ausgewogene Nahversorgungsstrukturen für den nördlichen und südlichen Siedlungsbereich ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermeiden

Abbildung 20: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

5.2 ABSATZWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN

Die Ableitung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Es werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.2.1 Vorbemerkung zu den ermittelten Entwicklungsperspektiven

Die nachfolgend vorgestellten Entwicklungsperspektiven sind im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient der **Ermittlung möglicher Entwicklungsperspektiven** auf der Basis zukünftigen angebots- und nachfrageseitigen Entwicklung. Die Betrachtung stellt somit **keine „Grenze der Entwicklung“** dar. Sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.
- Insbesondere im Zusammenhang mit dem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs in der Sache Visser/Appingedam²⁶ sollen die hier aufgezeigten Entwicklungsperspektiven **keinen abschließenden Begründungszusammenhang** für die Beurteilung von Einzelhandelsentwicklungen liefern, sondern eine erste Einschätzung bezüglich der **Auswirkungsintensität neuer Entwicklungen** bieten. Diese sind zwingend hinsichtlich ihrer jeweiligen städtebaulichen Wirkungen **im Einzelfall** zu untersuchen.
- Geringe oder fehlende Entwicklungsperspektiven stellen somit **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar, sondern sind im Rahmen einer späteren **standortbezogenen und städtebaulichen Gesamtabwägung** zu berücksichtigen. Insbesondere Entwicklungen in den zentralen Versorgungsbereichen sind unter Beachtung landesplanerischer und städtebaulicher Ziele und Grundsätze sowie der Zielstellungen des Zentren- und Nahversorgungskonzeptes zu befürworten.
- Werden über diese Entwicklungsperspektive hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass die hier beschriebene Entwicklungsperspektive im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen sind. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die Erfüllung der Entwicklungsperspektive zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

²⁶ vgl. Appingedam-Urteil (EuGH 2018/44 zur Auslegung der Dienstleistungsrichtlinie – EuGH 2006/123)

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Gemeinde Marienheide gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.2.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose der zukünftigen Verkaufsflächenentwicklung die vergangenen, gegenwärtigen und prognostizierten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie die versorgungsstrukturellen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Marienheide werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt.

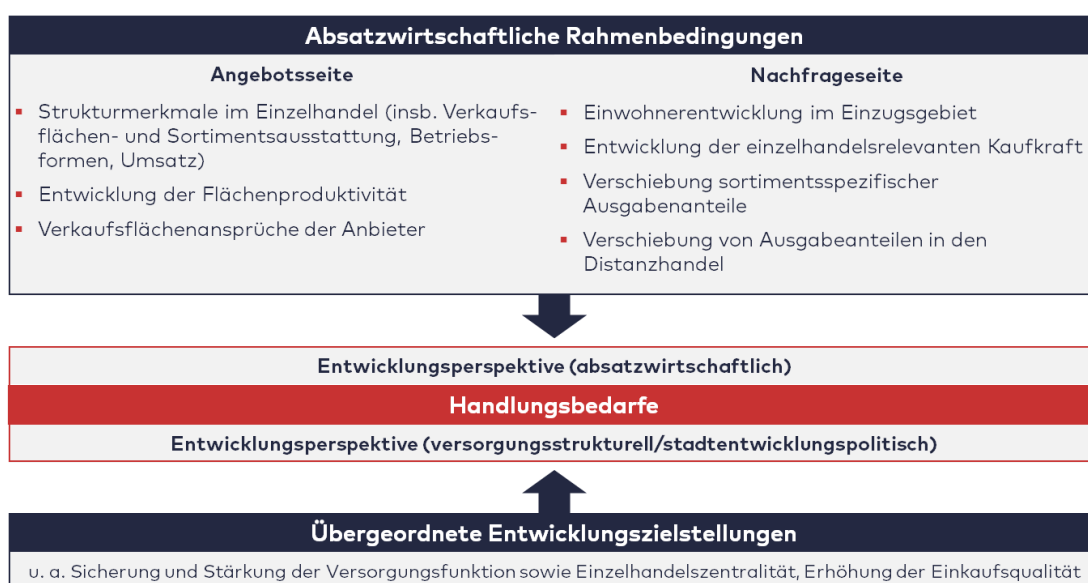


Abbildung 21: Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen sind mögliche versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der zukünftige Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Landes- und Regionalplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren z. B. breit gefächerte Einzelhandelsangebote auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die wohnstandortnahe Versorgung mit dem qualifizierten Grundbedarf zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird mit den stadtentwicklungspolitischen Zielstellungen der Kommune abgeglichen und als Zielperspektive für die Gemeinde Marienheide aufgegriffen.

Die absatzwirtschaftliche Entwicklungsprognose wird für einen Zeitraum von fünf Jahren ermittelt, um realistische Eingangsparameter zu verwenden und die Möglichkeit von Scheingenauigkeiten zu minimieren. Im Folgenden werden daher die Eingangsgrößen für das **Prognosejahr 2025** einzeln erläutert.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Marienheide werden Prognosedaten des Landesbetriebs IT.NRW zu Grunde gelegt. Die kleinräumige Bevölkerungsprognose des Landesamtes berücksichtigt eine konstante Bevölkerungsentwicklung bis zum Prognosejahr 2025.

Auch unter Berücksichtigung des zunehmend höheren Anteils älterer Menschen sind aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung insgesamt keine Impulse, aber auch keine deutlichen Einbußen im Hinblick auf das künftige einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial zu erwarten.

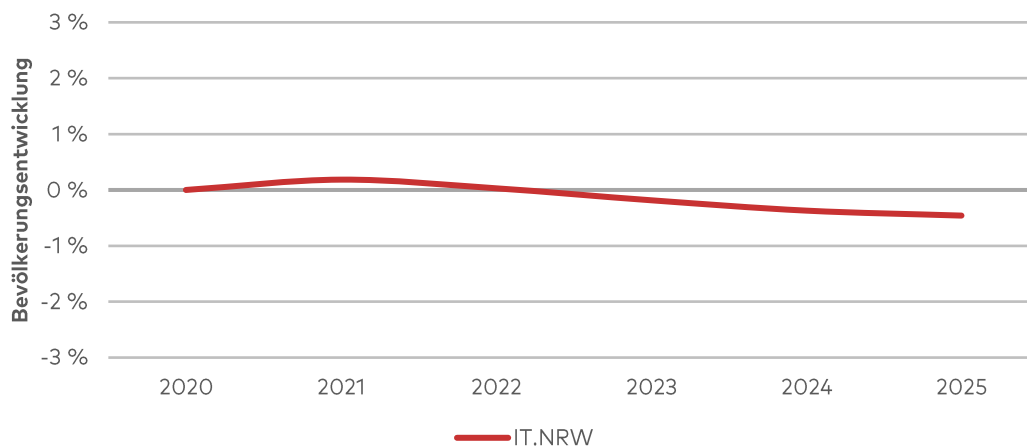


Abbildung 22: Einwohnerprognose für Marienheide

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Einwohnerprognose: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro liegen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % in den letzten fünf Jahren. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 18 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 3 %. Der spürbar gestiegene Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln, hohen Umsatzsteigerungen im Online-Handel und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Einzelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

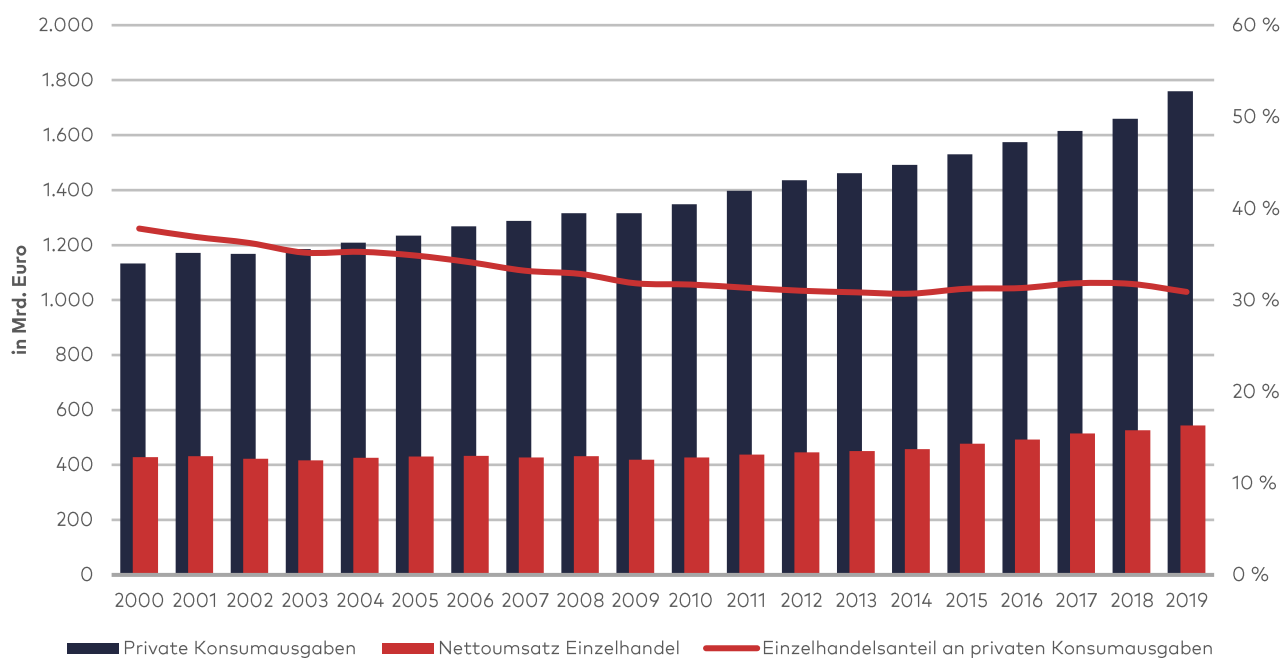


Abbildung 23: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede: Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

In der Zeit von 2000 bis 2014 war bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben zu beobachten. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm. Das Verkaufsflächenwachstum hat sich in den letzten Jahren allerdings abgeschwächt. Eine Fortsetzung des Trends zum Verkaufsflächenwachstum ist nicht zuletzt aufgrund der dynamischen Entwicklung des Online-Handels (s. u.) unwahrscheinlich. Der stationäre Einzelhandelsumsatz (und damit auch die Flächenproduktivität) ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und z. T. umgekehrt.

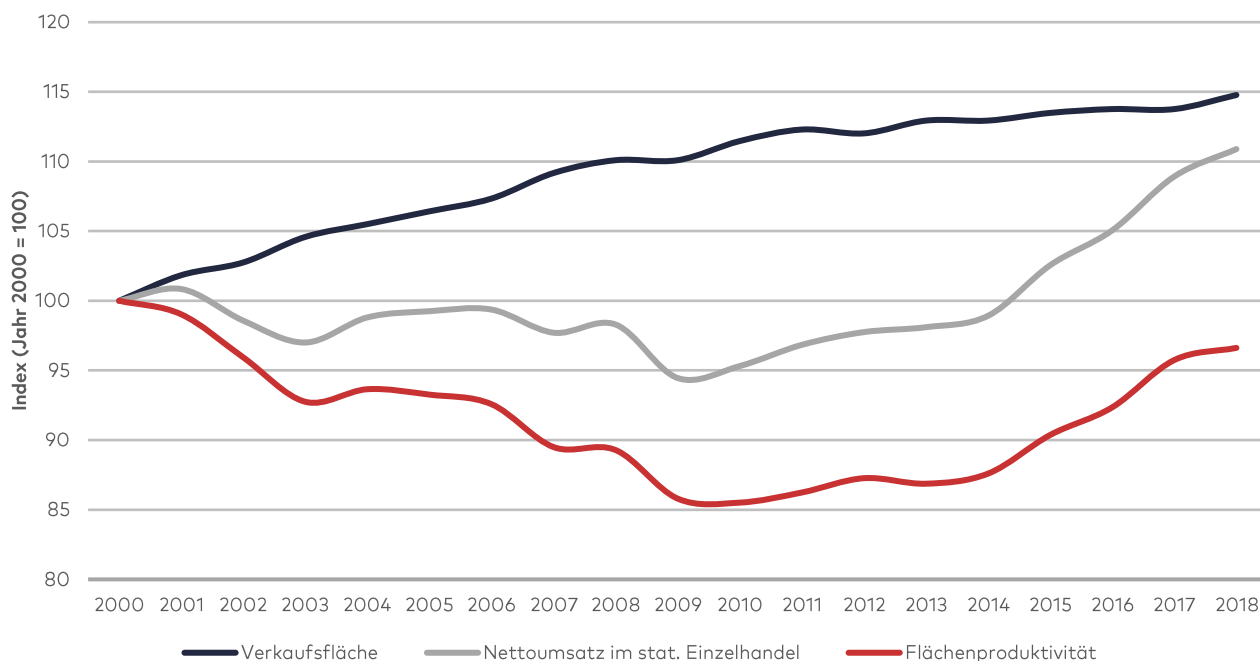


Abbildung 24: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Zukünftig kann daher von deutlichen Unterschieden bei der Entwicklung der Raumleistung ausgegangen werden. Dabei sind selbst in der gleichen Warengruppe je nach Betreiber gegensätzlichen Entwicklungen zu konstatieren.

Entwicklung des Online-Handels

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre stetig angewachsen ist. So wird für das Jahr 2020 im Online-Segment ein Einzelhandelsumsatz von rd. 63,0 Mio. Euro (rd. 11,3 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes) prognostiziert.

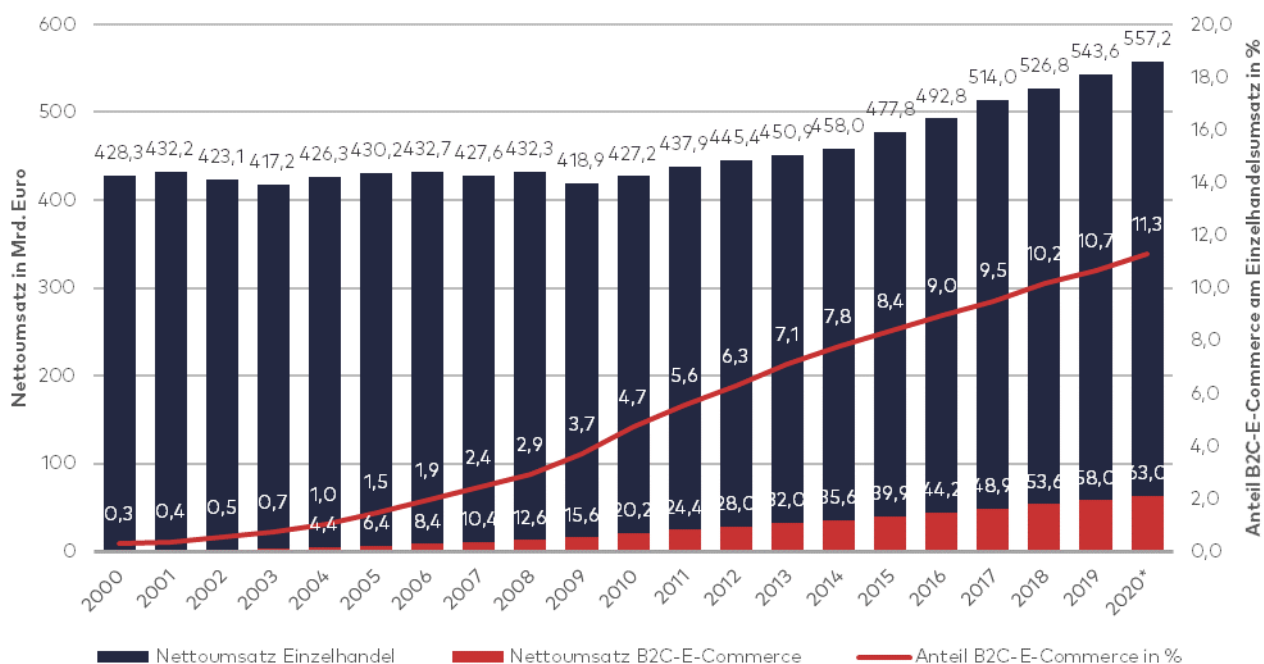


Abbildung 25: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Der Anteil ist sortimentspezifisch allerdings deutlich unterschiedlich ausgeprägt. Insbesondere in den Warengruppen Papier/Büro/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/Unterhaltungselektronik nimmt der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz im Einzelhandel stetig zu. Damit sind vor allem zentrenrelevante Sortimente und im besonderen Maße innerstädtische Leitsortimente betroffen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen davon aus, dass der Online-Anteil im Jahr 2025 je nach Sortiment zwischen rd. 6,7 % und rd. 40,2 % liegen wird. Es ist davon auszugehen, dass die im Zuge der COVID-19-Pandemie auferlegten Kontaktbeschränkungen und Geschäftsschließungen in der Tendenz zu einem deutlichen Wachstumsimpuls des Online-Handels führen werden.

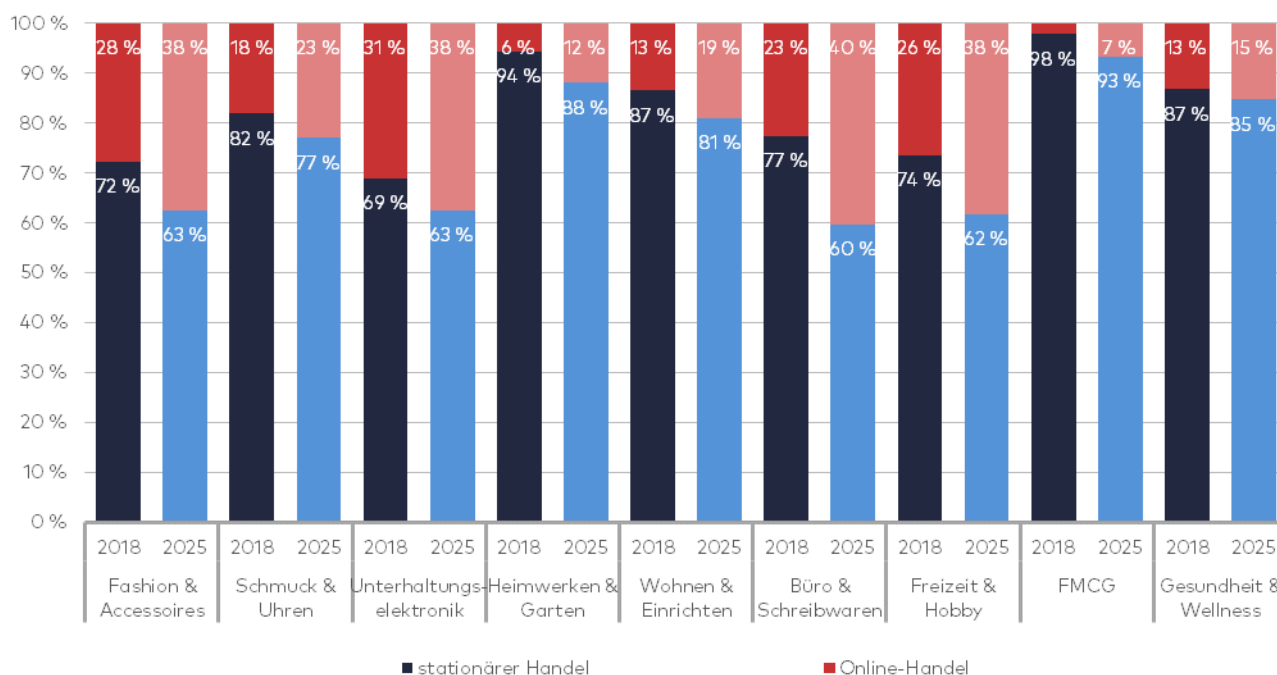


Abbildung 26: Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2018 und 2025 (Prognose)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), IFH Retail Consultants GmbH 2019, BBSR 2019; Prognose: BBE/elaboratum; FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren).

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven

Die heutige Einzelhandelszentralität der Gemeinde Marienheide beträgt rd. 0,50, wobei jedoch sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsperspektiven im Rahmen von Ansiedlungen oder Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben.

Demnach ist für alle Sortimente des täglichen Bedarfsbereiches (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) aus fachgutachterlicher Sicht eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität von 1,00 stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Grundzentrum plausibel. Diese Sortimente sollen grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweiligen vor Ort verfügbaren Kaufkraft, im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung vollständig zur Verfügung gestellt werden.

Für die Mehrzahl der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird eine versorgungsstrukturelle Perspektive der Zentralität zwischen 0,30 und 0,20 als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet. Eine darüber hinaus gehende Perspektive kann aufgrund des landesplanerischen Versorgungsauftrages als Grundzentrum, der leistungsstarken Mittelzentren im engeren und der attraktiven Oberzentren im weiteren Umfeld sowie des geänderten Konsumverhaltens der Verbraucher nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

Aus der dargestellten warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektive (siehe Abbildung 27) ergeben sich gewisse Handlungsbedarfe für die Mehrheit der Warengruppen.

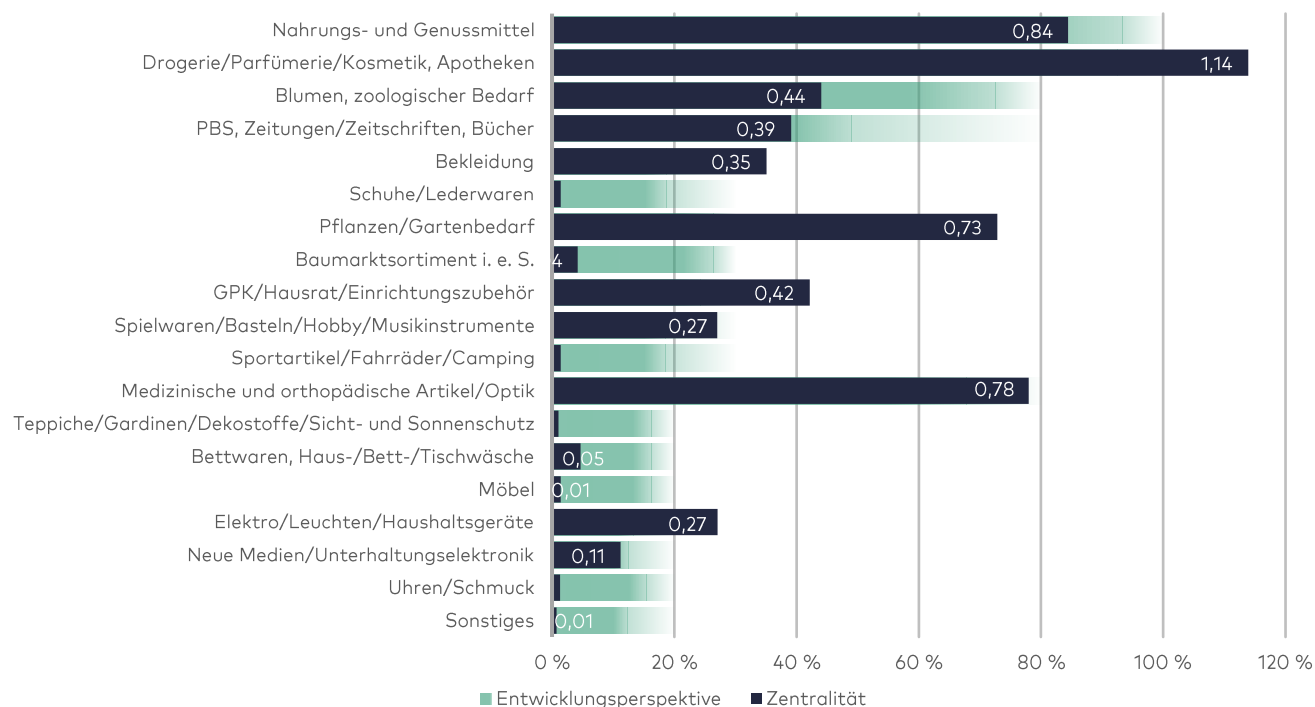


Abbildung 27: Warenspezifische Entwicklungsperspektive

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Für die Gemeinde Marienheide ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Entwicklungsperspektiven v. a. in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Blumen, zoologischer Bedarf sowie

PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher des kurzfristigen Bedarfsbereiches. Darüber hinaus ergeben sich im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich in vielen Sortimenten Entwicklungsperspektiven.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht der zur Entwicklung der warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektive zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 11 zu entnehmen.

Tabelle 11: Relevanten Rahmenbedingungen für die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven von Marienheide

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Marienheide bis 2025
Demografische Entwicklung		konstante Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung der Flächenproduktivität		insgesamt zunehmend, jedoch mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Online-Handel		konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentsspezifischen Unterschieden
Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse		sortimentsspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des den qualifizierten Grundbedarf umfassenden Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.2.3 Handlungsbedarfe für die Einzelhandelsentwicklung in Marienheide

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Gemeinde Marienheide bis 2025 warengruppenspezifische Entwicklungsperspektiven, die in der Tabelle 12 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 12: Warengruppenspezifische Handlungsbedarfe für die Gemeinde Marienheide 2025

Warengruppe	Handlungsbedarf	Entwicklungsmöglichkeiten & Zielstellung
Nahrungs- und Genussmittel	■ ■ ■	Potenzial für die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes; Verbesserungspotenzial im Marktauftritt einzelner Betriebe
Drogerie, Parfümerie & Kosmetik	□ □ □	Erhalt und Sicherung der Bestandsbetriebe
sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich	■ □ □	rechnerisches Potenzial für die Ansiedlung von Fachgeschäften in den Bereichen Blumen, zoologischer Bedarf, PBS, Zeitungen/Zeitschriften und Bücher
Fashion & Accessoires	■ □ □	rechnerisches Potenzial für die Ansiedlung eines Schuhfachgeschäftes (Verkaufsflächenpotenzial entspricht jedoch nicht den marktgängigen Standortrahmenbedingungen der Filialisten)
Heimwerken & Garten	□ □ □	Erhalt und Sicherung der Bestandsbetriebe; Arrondierung des Baumarktsortiments in den bestehenden Betrieben
Freizeit & Hobby	□ □ □	rechnerisches Potenzial für die Ansiedlung eines Fachgeschäftes im Sortimentsbereich Sportartikel/Fahrräder/Camping (Verkaufsflächenpotenzial entspricht jedoch nicht den marktgängigen Standortrahmenbedingungen der Filialisten)
Gesundheit & Wellness	■ □ □	Etablierung eines kleinen Fachgeschäftes im Ortskern zur Bereitstellung entsprechender Angebote vor dem Hintergrund des demographischen Wandels
Wohnen & Einrichten	□ □ □	Ergänzung des Angebotes durch ein kleineres Sanitätshaus, um auch zukünftig eine flächendeckende, wohnortnahe Versorgung sicher zu stellen
Elektronik & Haushaltsgeräte	□ □ □	Erhalt und Sicherung der Bestandsbetriebe mit entsprechenden Sortimenten im Randsortiment
Uhren & Schmuck	□ □ □	Erhalt und Sicherung der bestehenden Elektrofachmärkte

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■ ■ ■ = hoher Handlungsbedarf vorhanden; □ □ □ = geringer Handlungsbedarf vorhanden.

Die Ermittlung der warenspezifischen Entwicklungsperspektiven verdeutlicht Entwicklungsspielräume in verschiedenen Warengruppen. Für Marienheide bedeuten die Prognoseergebnisse zu den warengruppenspezifischen Entwicklungsperspektiven, dass

- die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion von Marienheide in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,
- in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotenzial neue Angebote und Verkaufsflächen mit höherer Wahrscheinlichkeit durch stärkere Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern allerdings nur bedingt zu),
- bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungspotenziale sowie bei Realisierung von Einzelhandelsvorhaben an nicht konzeptkonformen Standorten ein gemeindeentwicklungspolitisch nicht zielführender Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich von Marienheide einerseits und die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert und

- bei Warengruppen mit begrenzten Entwicklungspotenzialen die Standortfrage im gemeindeentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Darüber hinaus legen Handelsunternehmen generell für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht berücksichtigte Marktfaktoren zugrunde. Diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die von den hier ermittelten Entwicklungsperspektiven ggf. abweichen und städtebaulich nicht zwangsläufig verträglich sind.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“ darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die das absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenzial überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtgemeindlichen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Marienheide korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Einzelhandelskonzept für Marienheide

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Gemeinde Marienheide entwickelt.

6.1 ZENTRENKONZEPT

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden in Kapitel 4.5 detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung Zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Gemeindegebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung Zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 28). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Gemeindegebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

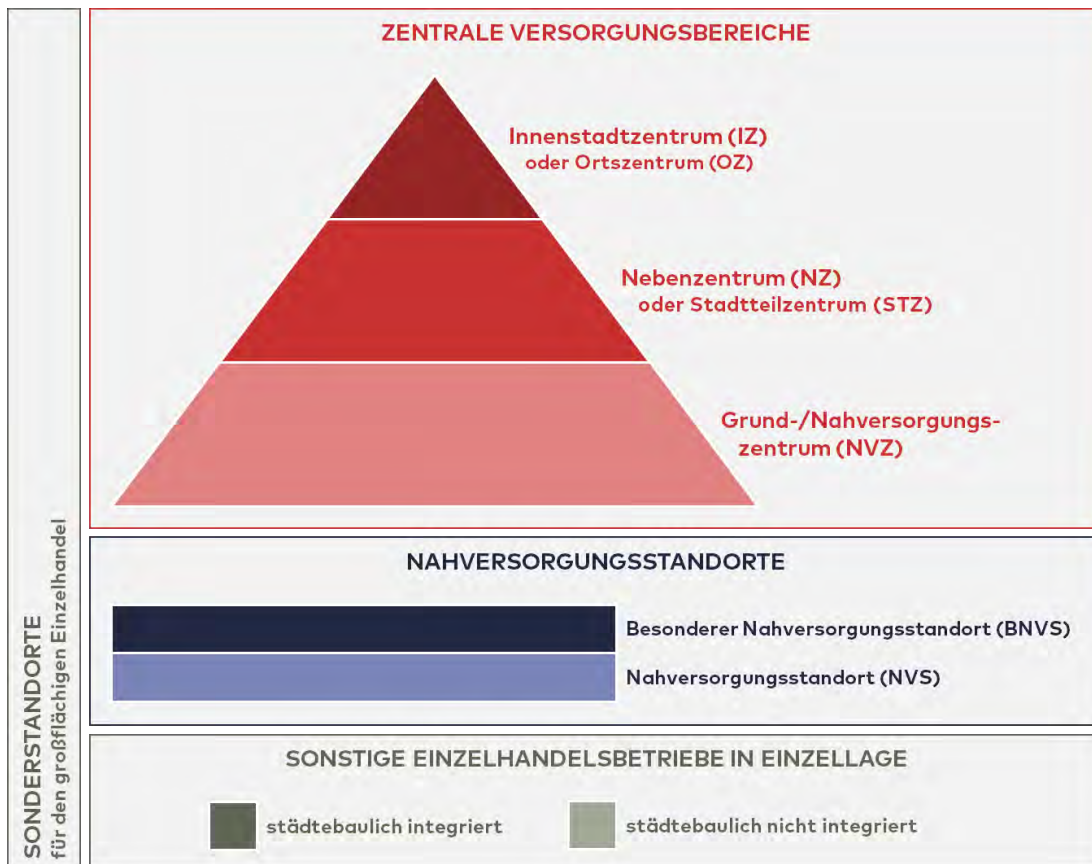


Abbildung 28: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentren typen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:²⁷

- 1. Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
- 2. Nebenzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
- 3. Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

²⁷ Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.²⁸

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²⁹

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.³⁰

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.³¹

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.³²

²⁸ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

²⁹ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³⁰ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

³¹ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³² Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und sind somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen.³³

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 29 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

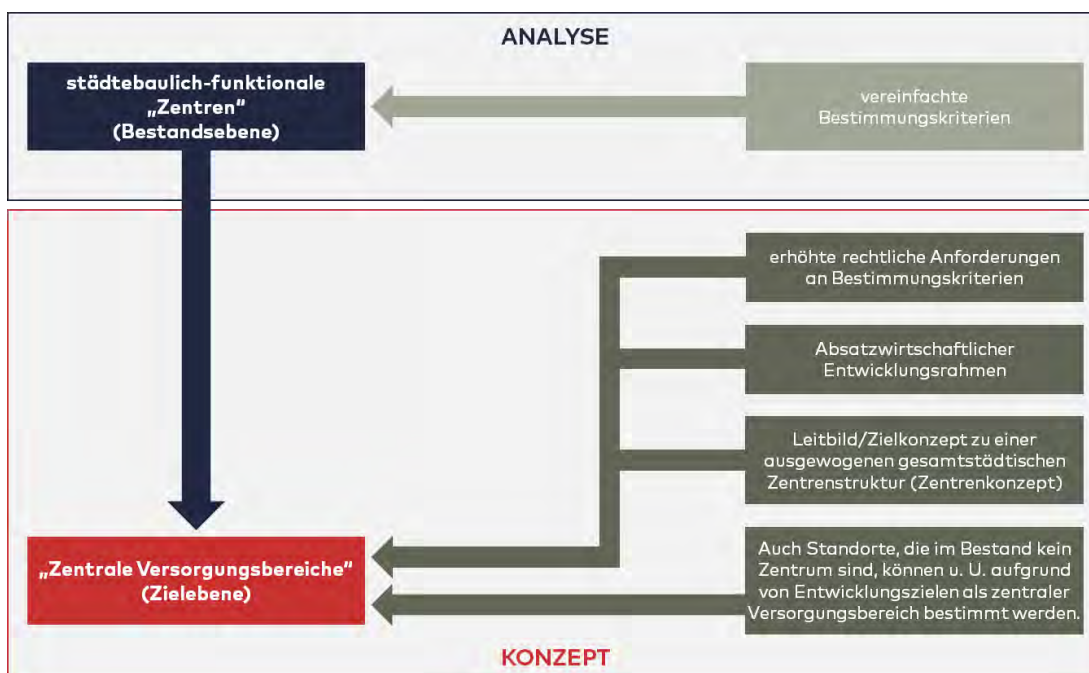


Abbildung 29: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

³³ Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, Stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

6.1.2 Zentrenstruktur von Marienheide

Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Marienheide aus dem Jahr 2012 definiert mit dem ZVB Ortskern einen zentralen Versorgungsbereich innerhalb des Gemeindegebietes von Marienheide. Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (siehe Kapitel 4.5) und den Untersuchungsergebnissen hinsichtlich der dargestellten Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche, wird im Rahmen des vorliegenden Konzeptes für Marienheide der ZVB Ortskern aus dem Jahr 2012 fortgeschrieben.

Darüber hinaus lassen zwar mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standortkategorien definiert (siehe Kapitel 6.2).

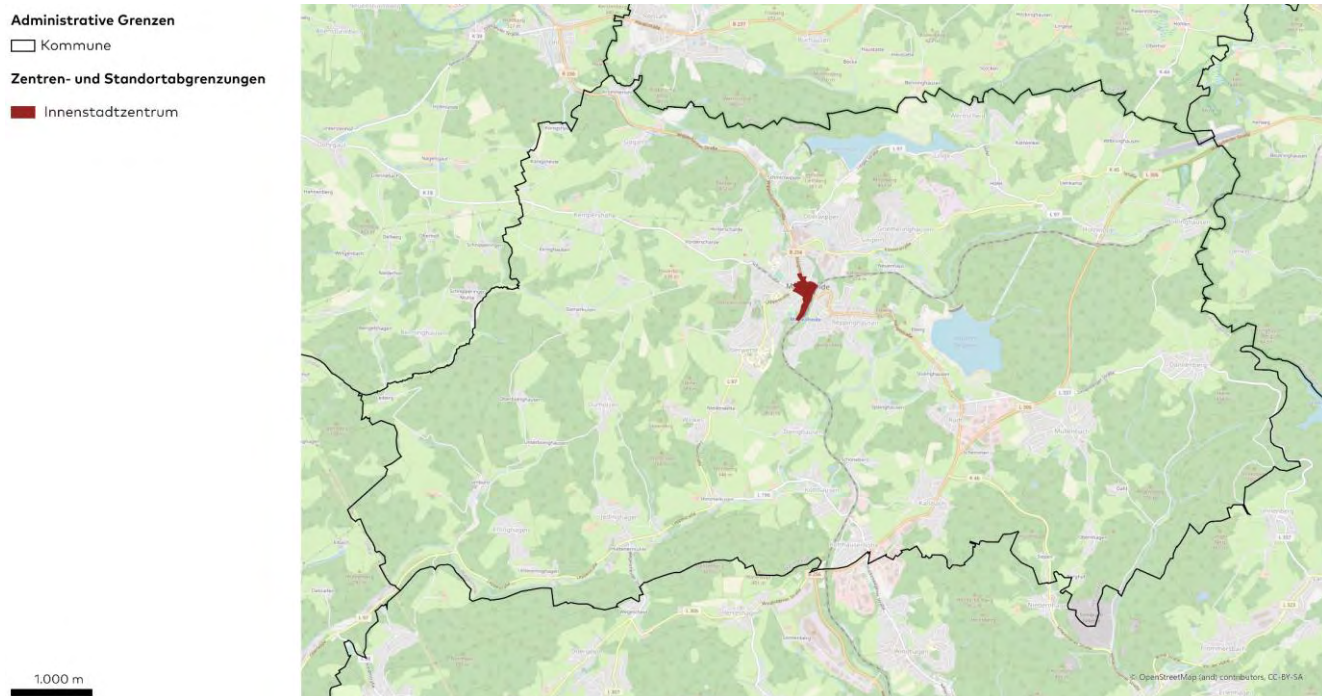


Abbildung 30: Zentrenstruktur in Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

6.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Marienheide

Der ZVB Ortskern Marienheide ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Gemeinde. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z.B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

Räumliche Ausprägung

Der ZVB Ortskern Marienheide umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an den vorhandenen Bestandsstrukturen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielstellungen für die Gemeinde Marienheide. Die Abgrenzung aus dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 hat sich insgesamt bewährt.

Es ergibt sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (siehe Kapitel 6.1.1) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches:

- Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen, erstreckt sich der ZVB Ortskern entlang der Haupt- und der Bahnhofstraße. Außerdem umfasst der ZVB Teile der Leppestraße.
- In Abstimmung mit der Gemeindeverwaltung wird aufgrund fehlender Einzelhandelsnutzungen eine Einkürzung des ZVB Ortskern in nördlicher und westlicher Richtung vorgenommen. Der aktualisierte nördliche Abschluss

des ZVB Ortskern ergibt sich daher auf Höhe der Hauptstraße 28. In westlicher Richtung umfasst der ZVB Ortskern den Marktplatz sowie die angrenzende Bebauung.

- In südlicher Richtung umfasst die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches die Flächen des Lebensmittelmarktes Hit an der Bahnhofstraße.
- Im Westen erstreckt sich der ZVB Ortskern bis zur Bahnlinie.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 31 für den ZVB Ortskern Marienheide dargestellt.

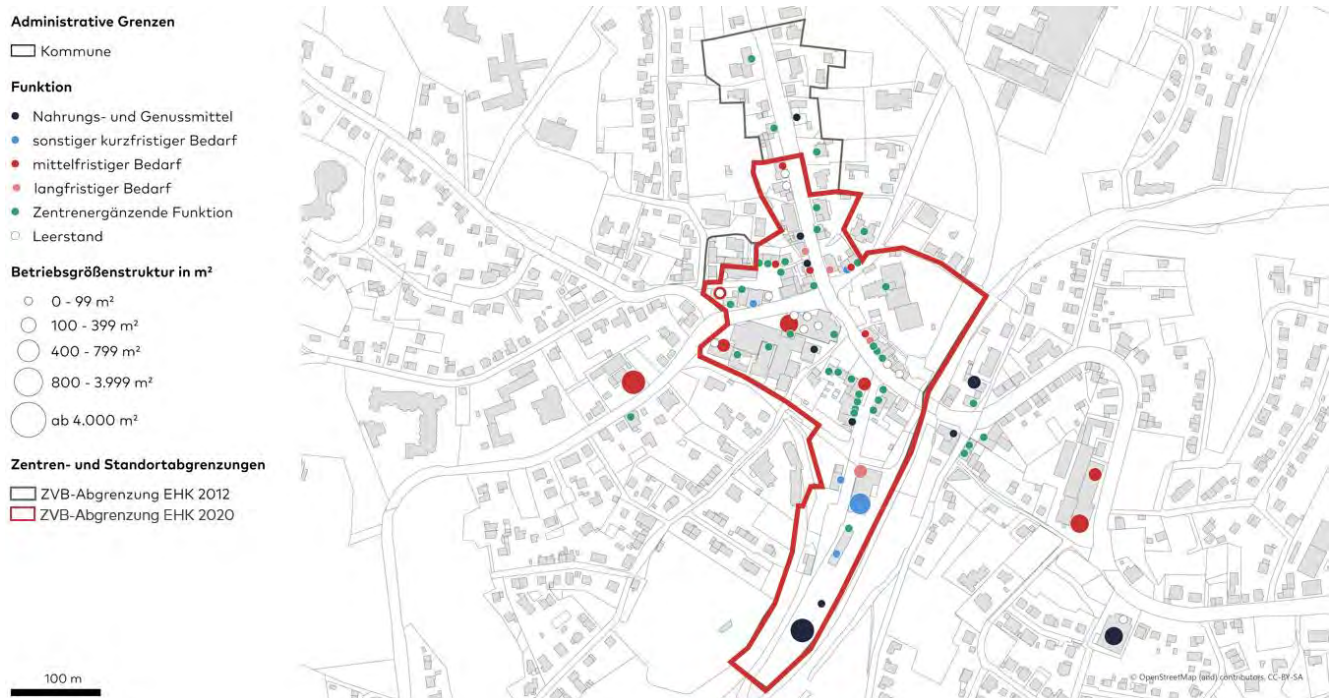


Abbildung 31: Räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: Gemeinde Marienheide.

Die nachfolgende Tabelle stellt die Einzelhandelsstruktur im Ortskern nach der aktualisierten räumlichen Zentrenabgrenzung dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsstrukturelle Kenndaten nach aktueller ZVB-Abgrenzung

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe (anteilig bezogen auf Gesamtgemeinde)	25	58 %
Gesamtverkaufsfläche in m² (anteilig bezogen auf Gesamtgemeinde)	5.000	45 %
Anzahl der Leerstände (anteilig bezogen auf Standortbereich)	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	38	-

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Potenzialflächen

Die weitestgehend geschlossenen Strukturen im Ortskern Marienheide bieten in begrenztem Maße Potenzialflächen, die ggf. zur Etablierung von Einzelhandelsstrukturen geeignet sind (siehe Abbildung 32).

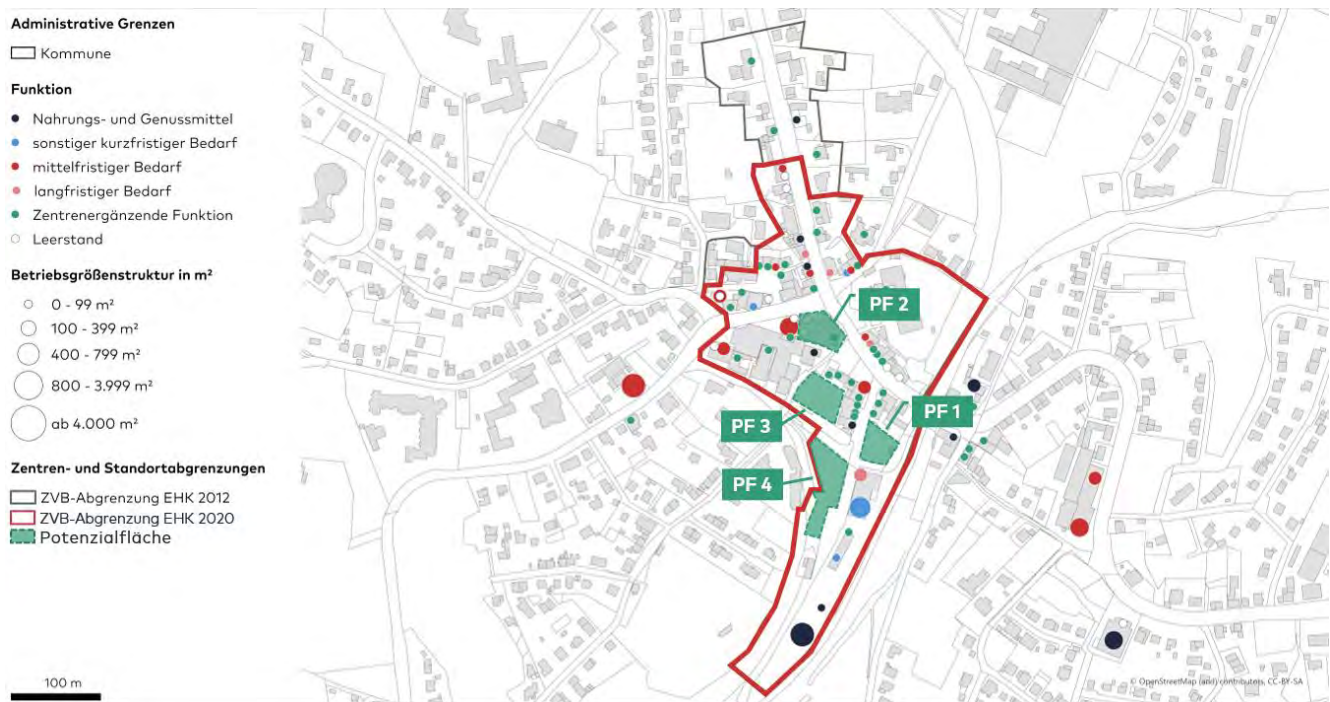


Abbildung 32: Potenzialflächen im Ortskern Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: Gemeinde Marienheide.

Es erfolgt eine Kurzbewertung der einzelnen Potenzialflächen im ZVB Ortskern Marienheide in Bezug auf ihre Standorteignung und ihren städtebaulich-funktionalen Beitrag zur Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches:

- **Potenzialfläche 1** ist eine rd. 1.600 m² große Freifläche im Kreuzungsbereich der Bahnhofstraße und Am Wasserturm. Die Fläche liegt im Kern des Zentralen Versorgungsbereiches und bietet Potenzial für einen Fachmarkt unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.
- **Potenzialfläche 2** umfasst einen nebeneinanderliegenden, kleinteiligen Leerstand im Kreuzungsbereich der Hauptstraße und der Leppestraße. Durch die Lage im Zentralen Versorgungsbereich gibt es Potenzial für die Ansiedlung eines Fachmarkts unterhalb der Großflächigkeit, für gastronomische Nutzungen, Dienstleistungen oder soziale Einrichtungen.
- **Potenzialfläche 3** ist eine rd. 2.000 m² große Baulücke auf der nördlichen Straßenseite der Straße Zur Alten Post. Sie befindet sich im Kern des Zentralen Versorgungsbereiches und bietet Potenzial für einen Fachmarkt unterhalb der Großflächigkeit.
- **Potenzialfläche 4** ist eine rd. 4.500 m² große Fläche an der westlichen Seite der Bahnhofsstraße. Auch diese Fläche befindet sich im Kern des Zentralen Versorgungsbereiches und könnte als Standort für einen Fachmarkt oberhalb der Großflächigkeit fungieren.

Weitere Potenzialflächen sind im Ortskern Marienheide in Form von leerstehenden oder mindergenutzten Ladenlokalen verfügbar. Des Weiteren sollte bei leerstehenden Ladenlokalen eruiert werden, inwieweit eine Zusammenlegung mit angrenzenden Geschäftseinheiten möglich ist, um so marktagäquate, größere Verkaufsflächeneinheiten zu schaffen.

Als Beispiel für eine erfolgreiche Flächenzusammenlegung sei auf zwei in der nachfolgenden Abbildung dargestellten Projekte aus der Stadt Plauen verwiesen. Dort sind jeweils zwei zuvor getrennte Ladenflächen zusammengelegt worden,

sodass ein zusammenhängendes größeres Ladenlokal entstanden ist. Ersichtlich wird, dass eine Flächenzusammenlegung sowohl von nebeneinander als auch hintereinander gelegenen Verkaufsräumen erfolgen kann. In Marienheide bieten sich insbesondere Immobilien in der Hauptstraße für diese Maßnahme an.

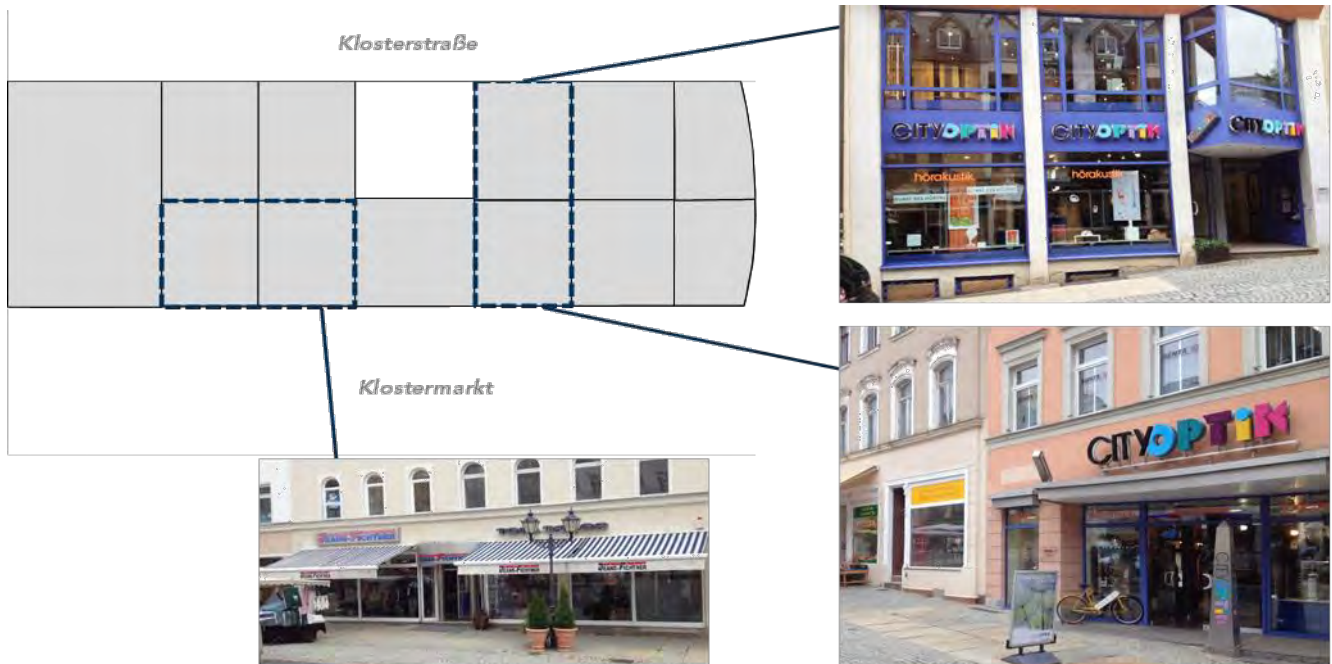


Abbildung 33: Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen

Quelle: Darstellung und Fotos Stadt + Handel.

Innere Organisation

Der Ortskern von Marienheide ist kein homogenes Gebilde, sondern kann in verschiedene Bereiche differenziert werden. Zur inneren Gliederung des Zentralen Versorgungsbereiches werden der historische Ortskern und der Nahversorgungsbereich im südlichen Bereich im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt anhand der baulichen und handelsprägenden Struktur.

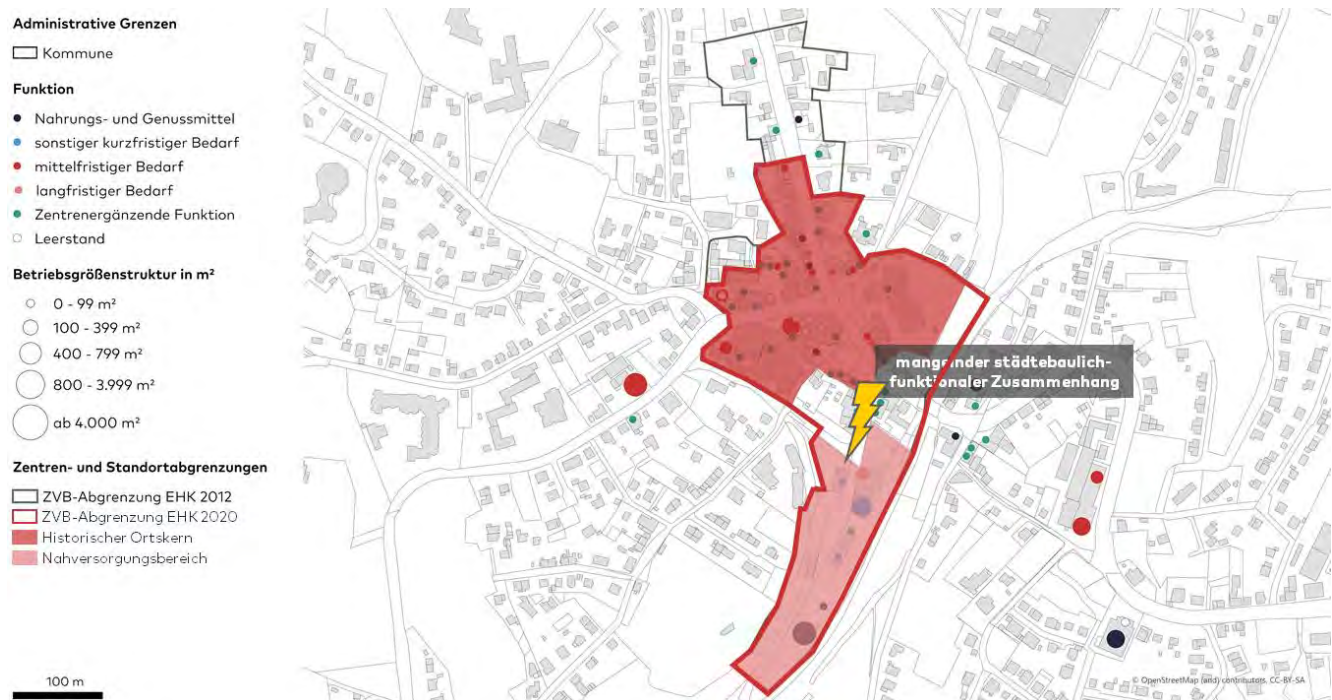


Abbildung 34: Innere Organisation des ZVB Ortskern Marienheide

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: Gemeinde Marienheide.

Der **historische Ortskern** der Gemeinde Marienheide erstreckt sich im Wesentlichen um den Kreuzungsbereich der Haupt- und Leppestraße und schließt angrenzende Flächen im nördlichen Bereich des ZVB Ortskern mit ein. Der historische Ortskern ist durch eine Bündelung von kleinflächigen Einzelhandelsnutzungen und frequenzsteigernde bzw. frequenzabhängige Nutzungen geprägt. Die Lage weist einen hohen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang (u.a. mit hoher Handelsdichte und dichter Bebauung) auf.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: HISTORISCHER ORTSKERN

- Fokusbereich für Ansiedlungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment
- Sicherung und Stärkung der bestehenden Einzelhandelsfunktion
- Aufwertung und Entwicklung des Kreuzungsbereiches Hauptstraße/Leppestraße als zentralen Ankerpunkt
- Stärkung der Vielfalt der inhabergeführten Fachgeschäfte
- sofern möglich: Ansiedlung von Ankernutzungen (auch jenseits des Einzelhandels) und Aktivierung von Leerständen
- Erhaltung und Stärkung der zentrenergänzenden Funktionen und der Funktionsvielfalt
- Schaffung eines städtebaulichen und funktionalen Zusammenhangs zum Nahversorgungsbereich
- **Zielperspektive:** Schwerpunktraum für klassische Handelsnutzungen, Nutzung des Potenzials der vorhandenen Leerstände

Der **Nahversorgungsbereich** des Ortskerns Marienheide befindet sich südlich des historischen Ortskerns und erstreckt sich entlang der Bahnhofstraße. Der Nahversorgungsbereich umfasst den Bereich rund um den Bahnhof sowie insbesondere auch die Einzelhandelsagglomeration im südlichen Bereich des ZVB Ortskern mit dem Hit-Markt und dem Rossmann-Drogeriemarkt. Die Lage ist durch einen hohen Anteil an nahversorgungsrelevanten Angeboten und einen schwachen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang (u.a. geringere Handelsdichte, ggf. weniger dichte Bebauung) geprägt. Der Nahversorgungsbereich unterscheidet sich insbesondere aufgrund der Angebotsstruktur und des Städtebaus vom historischen Ortskern.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: NAHVERSORGBEREICH

- Erhalt und Stärkung der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe im nahversorgungsrelevanten Bereich
- Erhaltung und Stärkung der zentrenergänzenden Funktionen und Funktionsvielfalt
- Schaffung eines städtebaulichen und funktionalen Zusammenhangs zum historischen Ortskern
- **Zielperspektive:** Fokusbereich für nahversorgungsrelevante Angebote

Allgemeine Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion des ZVB Ortskern Marienheide für die Gesamtgemeinde ist vor allem die Sicherung und Weiterentwicklung im Sinne einer grundzentralen Versorgungsfunktion eine künftige Herausforderung, aus welcher nachfolgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele abgeleitet werden. Diese sollen

in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Gemeinde Marienheide, die einen Bezug zum Ortskern aufweisen, berücksichtigt werden. Ausgewählte Entwicklungsziele werden anschließend durch vertiefende, beispielhafte Anregungen und Hinweise ergänzt.

ENTWICKLUNGSZIELE ORTSKERN MARIENHEIDE

- Fortschreibung des Ortskerns als zentralen Versorgungsstandort für die Gemeinde Marienheide mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern
- Nutzung der vorhandenen Potenzialflächen zur Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters eines Fachgeschäftes im kurzfristigen Bedarfsbereich, eines Sanitätshauses oder handelsfremden Nutzungen zur Attraktivierung des Ortskerns (bspw. zentrenergänzende Funktionen)
- Kleinräumige Verlagerungen zur Attraktivierung der Haupt- und der Bahnhofstraße
- Verbesserung des funktionalen und städtebaulichen Zusammenhangs zwischen dem südlichen Bereich und dem historischen Ortskern
- Städtebauliche Aufwertung des Heier Platzes

6.2 NAHVERSORGUNGSKONZEPT

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Marienheide ausgesprochen.

6.2.1 Nahversorgungsstandorte

Neben dem zentralen Versorgungsbereich wird in Marienheide die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die rechtlichen Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Gemeinde Marienheide dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen der Gemeinde Marienheide. Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Der Standort muss städtebaulich integriert sein:** Der Standort muss im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung stehen bzw. soll idealerweise größtenteils von Wohnbebauung umgeben sein. Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren). Bei einer bauleitplanerisch gesicherte Realisation der städtebaulichen Integration gilt dieses Kriterium ebenfalls als erfüllt.
- **Der Standort soll in das Netz des ÖPNV eingebunden sein:** Der Standort soll innerhalb eines 300 m-Radius zu einem regelmäßig frequentierten Haltepunkt des ÖPNV liegen. Mindestens soll sich der Standort innerhalb eines 600 m-Radius zu einem regelmäßig frequentierten Haltepunkt befinden. Von einer regelmäßigen Anbindung kann bei einer mind. einstündigen Taktung über einen Zeitraum von sechs Stunden ausgegangen werden.
- **Der Standort soll nicht zu stark in die Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche eingreifen:** Zentrale Versorgungsbereiche sind die primären Standortbereiche zur Sicherung der Nahversorgung. Nahversorgungsstandorte sichern nachgeordnet die wohnortnahe Versorgung von Siedlungsbereichen, die (auch perspektivisch) nicht ausreichend durch zentrale Versorgungsbereiche versorgt werden. Diese Funktion ist bei einer zu großen Nähe von Nahversorgungsstandorten an zentrale Versorgungsbereiche i. d. R. nicht erfüllt. Darüber hinaus können bei einer zu großen Nähe städtebaulich negative Wechselwirkungen zwischen Betrieben an Nahversorgungsstandorten und Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen nicht ausgeschlossen werden. Daher sollen Nahversorgungsstandorte i. d. R. in mindestens 600 m fußläufiger Distanz zu strukturprägenden Lebensmittelmärkten und Potenzialflächen in zentralen Versorgungsbereichen liegen.
- **Der Standort soll wesentlich zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung beitragen:** Das Kriterium ist als erfüllt anzusehen, wenn der Standort die Nahversorgung als Ganzes verbessert bzw. sichert. Dabei muss ein überwiegender Teil folgender Teilkriterien erfüllt sein:
 - Sicherung/Optimierung der **räumlichen Nahversorgung:** Ein nicht unerheblicher Anteil der Bevölkerung im fußläufigen Nahbereich des Standortes soll insb. durch diesen Standort versorgt werden.
 - Sicherung/Optimierung der **quantitativen Nahversorgung:** Der (Vorhaben-)Betrieb am Standort soll zur Verbesserung einer unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung oder Zentralität im Stadtteil beitragen.
 - Sicherung/Optimierung der **qualitativen Nahversorgung:** Der (Vorhaben-)Betrieb am Standort soll zur Verbesserung des Betriebstypenmixes, z. B. bei fehlendem oder nicht marktgängigem Lebensmittelvollsortimenter, bzw. zum Erhalt attraktiver Nahversorgungsstrukturen im Stadtteil beitragen.

Nahversorgungsstandorte in Marienheide

Im Rahmen der Konzeptfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Marienheide werden Nahversorgungsstandorte im Gemeindegebiet identifiziert und ausgewiesen. Dabei handelt es sich um Ansiedlungen von strukturprägenden bzw. großflächigen Lebensmittelmärkten, die zum Teil durch kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzende Funktionen ergänzt werden. Die solitären Nahversorgungsstandorte übernehmen neben dem zentralen Versorgungsbereich eine wichtige Funktion im Rahmen der wohnortnahen Grundversorgung.

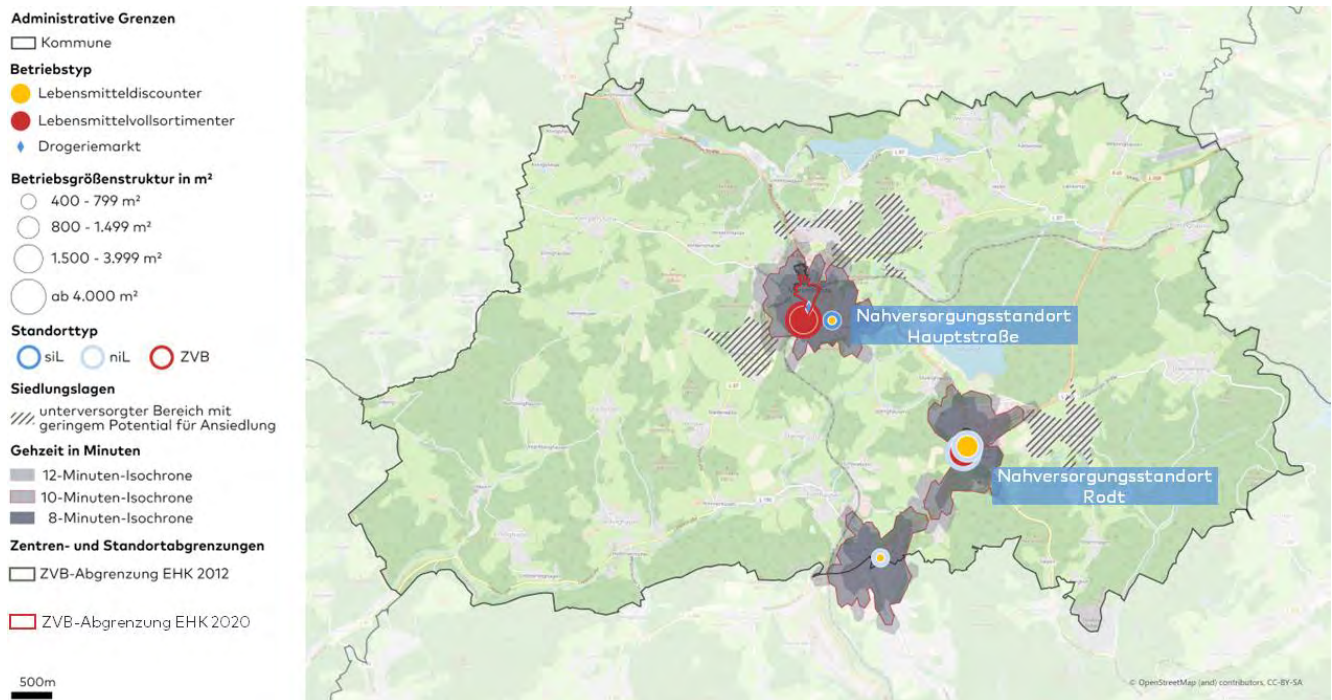


Abbildung 35: Standortkonzept Marienheide

Quelle: Eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

ENTWICKLUNGSZIELE FÜR DIE NAHVERSORGUNG IN MARIENHEIDE

- Ausgeglichene Nahversorgungsstrukturen in den beiden Versorgungsräumen (Nord/Süd)
- Ausbau des discountorientierten Segments im Hauptort
- Sicherung und Stärkung der Nahversorgung durch gut erreichbare Standorte im Hauptort und im Ortsteil Rodt
- Fokussierung von Drogeriefachmärkten auf den ZVB Ortskern

Wie bereits in Kapitel 4.6 beschrieben, kann die Gemeinde in einen nördlichen und einen südlichen Betrachtungsraum unterteilt werden. Für die beiden Bereiche ergeben sich differenzierte Standortkonzepte und Entwicklungsziele, auf die im Folgenden näher eingegangen wird.

Betrachtungsraum Nord

Im Hauptort befinden sich ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Drogeriemarkt im Zentralen Versorgungsbereich sowie ein Lebensmitteldiscounter in städtebaulich integrierter Lage. Der Standort des Lebensmitteldiscounters wird im Rahmen der Konzeptfortschreibung als Nahversorgungsstandort definiert, da dieser einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung der östlichen Siedlungsbereiche des Ortskerns übernimmt und langfristig gesichert werden sollte. Insbesondere um dem vorhandene Lebensmitteldiscounter zukünftig Entwicklungsmöglichkeiten zu gewährleisten, wird der Standortbereich konzeptionell gesichert.

Unterversorgte Bereiche mit geringem Potenzial für Ansiedelung befinden sich insbesondere im Nordosten und Südwesten des Ortskerns. Aufgrund der festgestellten Versorgungsdefizite insbesondere im discountorientierten Segment sowie Optimierungspotenzialen im Marktauftritt der vorhandenen Lebensmittelmärkte ergeben sich dezidierte Entwicklungsziele für den Betrachtungsraum Nord.

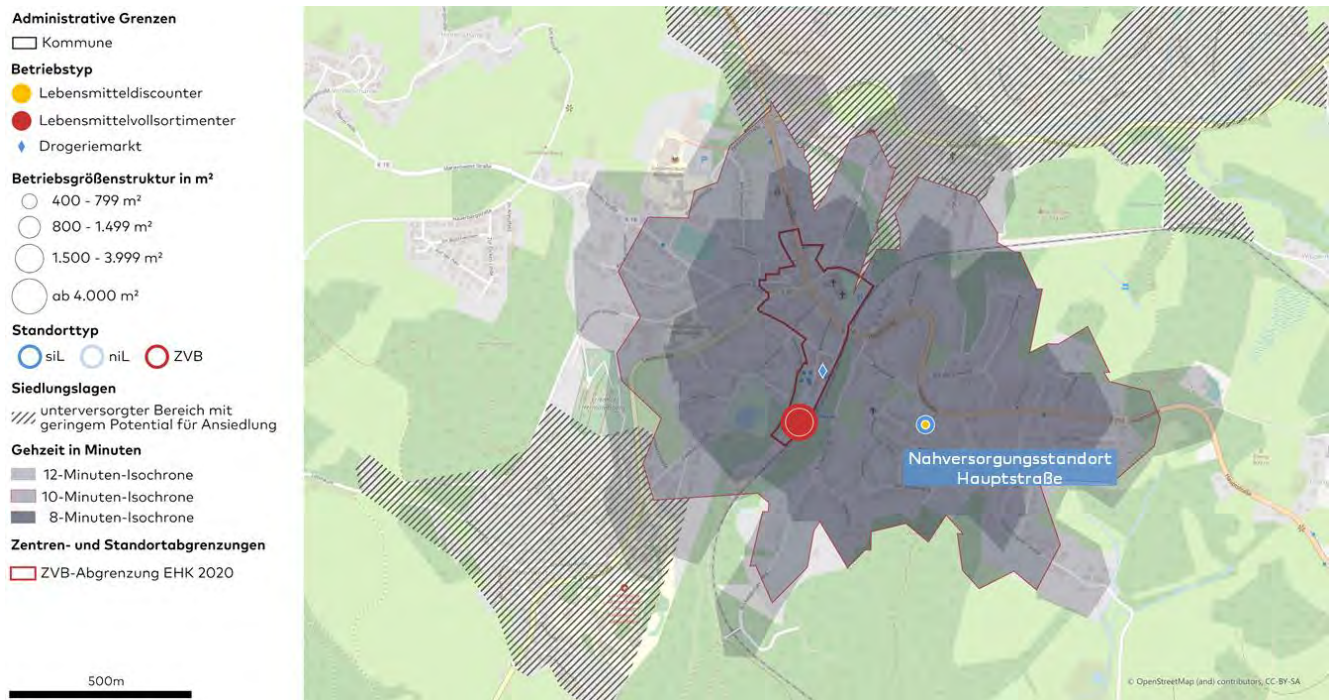


Abbildung 36: Standortkonzept für den Betrachtungsraum Nord

Quelle: Eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

ENTWICKLUNGSZIELE FÜR DIE NAHVERSORGUNG IM BETRACHTUNGSRAUM NORD

- Ausbau des Betriebstypenmix durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit Priorität im ZVB Ortskern
- Sicherung der bestehenden Anbieter
- Positive Begleitung bei Erweiterungsbestrebungen des NETTO-Marktes in marktübliche Dimensionierung
- Keine Ausweisung neuer Einzelhandelsstandorte

Betrachtungsraum Süd

Im südlichen Gemeindegebiet befinden sich am Nahversorgungsstandort Rodt ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter. Zudem ergänzt ein Aldi-Lebensmitteldiscounter in Kotthäuserhöhe das Angebot in den südlichen Siedlungsbereichen. Unterversorgte Bereiche mit geringem Potenzial für Ansiedlung befinden sich insbesondere östlich von Rodt.

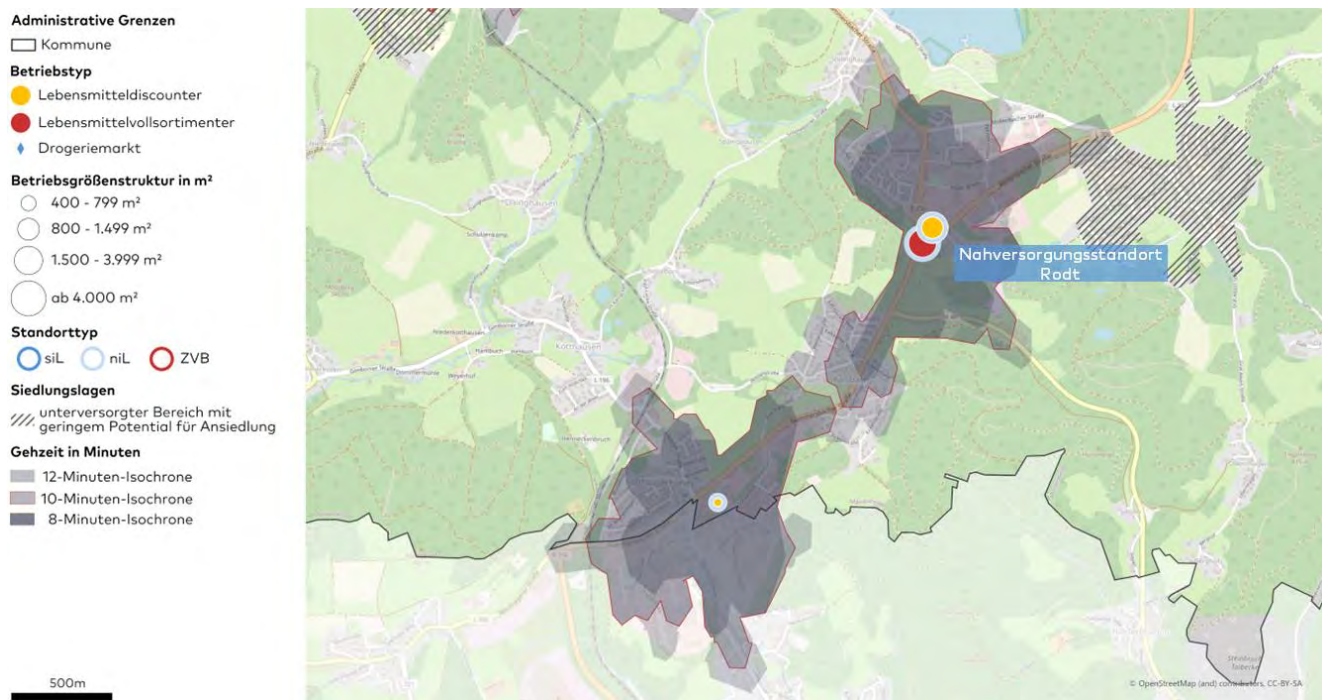


Abbildung 37: Standortkonzept für den Betrachtungsraum Süd

Quelle: Eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 06/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

ENTWICKLUNGSZIELE FÜR DIE NAHVERSORGUNG IM BETRACHTUNGSRaum SÜD

- Sicherung und Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes für südliche Gemeindegebiete primär durch Angebote am Nahversorgungsstandort Rodt, sekundär am Standort Kotthausenhöhe
- Integration des Standortbereiches Rodt in das Wohnumfeld als Kernaufgabe der künftigen Entwicklung
- Städtebauliche Anbindung und Integration des Nahversorgungsstandortes Rodt in Richtung der angrenzenden Wohnbebauung durch Verbesserung der ÖPNV-Erreichbarkeit, der Schaffung attraktiver Fuß- und Radwegeverbindungen und die Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- Bestandssicherung des ALDI-Marktes unterhalb der Großflächigkeitsschwelle (800 m² GVKF)
- Marktgerechte Dimensionierung und Aufstellung der vorhandenen Nahversorgungsbetriebe am Nahversorgungsstandort Rodt zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im südlichen Betrachtungsraum
- Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente
- Verkaufsflächenansiedlungen oder -erweiterungen nur nach vorhabenbezogener absatzwirtschaftlicher Prüfung der Auswirkungen

6.2.2 Handlungsprioritäten

In Marienheide besteht aktuell zusätzliches Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente. Dies kann für die Ansiedlung weiterer Märkte sowie insbesondere für die zukunftsfähige Aufstellung der Bestandsmärkte genutzt werden.

Da bei einem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale gesamtgemeindliche oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Gemeinde Marienheide aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN MARIENHEIDE

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf den zentralen Versorgungsbereich

- Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Nahversorgungsstandorte sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte
- Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung, insbesondere fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmitteldiscounter und Supermärkte (ggf. auch durch Optimierung des Fußwegenetzes)
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgung auszuüben

Ziel 3: Neue Nahversorgungsstandorte müssen die konzeptionellen Kriterien erfüllen

Ziel 4: Restriktiver Umgang mit Nahversorgungsentwicklungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

Sonstige Empfehlungen:

- Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Prüfung der Möglichkeit von Angeboten der Nahversorgung in kleineren Ortsteilen (z. B. mobiler Handel, Dorfladen)

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 6.4), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des zentralen Versorgungsbereiches als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen, die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Empfehlungen für die abgesetzten Ortsteile von Marienheide

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Außerhalb des Hauptortes, beispielsweise im Siedlungsbereich Griemeringhausen oder Kempershöhe, bestanden zur Zeit der Bestandserhebung (06/2020) keine fußläufig erreichbaren, strukturprägenden Nahversorgungsangebote mit einer Verkaufsfläche von mehr als 400 m². Die Ansiedlung eines marktüblichen Lebensmitteldiscounters oder Supermarktes erscheint aufgrund des geringen Einwohnerpotenzials in den einzelnen Ortsteilen auch perspektivisch als unrealistisch.

In Zukunft sollte deshalb der Fokus in diesen Lagen auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- mobiler Handel (Verkaufswagen)

- „gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“)
- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden
- Dorfläden

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative, die Nahversorgung sicherzustellen – entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier, Fleisch) oder mit einem breit gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts“ mit einem vielfältigen Angebotspektrum.

Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ort ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Gemeinsam mit oftmals genossenschaftlich oder durch engagierte, lokale Akteure betriebene Dorfläden bietet diese zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen Multifunktionsladen mit vielfältigen Kopplungsmöglichkeiten (ähnlich zu Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren) zu bieten. Die Bandbreite an Kopplungsmöglichkeiten ist dabei sehr groß und jeweils auf die lokale Nachfrage und zielgruppenspezifische Bedürfnisse anzupassen (z. B. Post/Bank-Service, Wäscherei/Bügelservice, Gastronomie/Mittagstisch, Verwaltungsleistungen, kulturelle/soziale Angebote).

6.3 SORTIMENTSLISTE

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Marienheide als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht.

6.3.1 Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden

sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Im Folgenden werden die im Rahmen der Bestandserhebung erfassten Sortimente hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Prägung untersucht. Dazu wird der Verkaufsflächenanteil je Sortiment nach städtebaulicher Lage dargestellt. Eine überwiegende Verortung der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich Ortskern ist ein Hinweis dafür, dass dieser durch das entsprechende Sortiment strukturell geprägt wird.

Tabelle 13: Städtebauliche Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen in Marienheide

Sortiment	VKF-Anteil innerhalb vom ZVB in %	VKF-Anteil außerhalb vom ZVB in %	Summe in m ²
Augenoptik	100	-	200
Baumarktsortiment i. e. S.*	92	8	150
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	76	24	1.200
Bettwaren	-	-	-
Bücher	-	-	-
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	-	-	-
Computer/-peripherie und -zubehör (PC), Foto, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Zubehör	81	19	100
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	74	26	1.000
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	51	49	150
Elektrogroßgeräte	92	8	50
Elektrokleingeräte	80	20	100
Fahrräder und Zubehör	-	-	-
Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz	-	-	-
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	-	100	500
Glas/Porzellan/Keramik	-	-	-
Haus-/Bett-/Tischwäsche	-	-	-
Haushaltswaren (Hausrat)	64	36	50
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	9	91	50
Kinderwagen	-	-	-
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	100	-	50
Lampen/Leuchten	-	-	-
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	76	24	200
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	-	-	-
Musikinstrumente und Musikalien	-	-	-
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	37	63	5.800
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	100	-	200
Pflanzen/Pflanzartikel	2	98	900
(Schnitt-)Blumen	40	60	50

(Fortsetzung Tabelle 13)

Sortiment	VKF-Anteil innerhalb vom ZVB in %	VKF-Anteil außerhalb vom ZVB in %	Summe in m ²
Schuhe, Lederwaren	-	-	-
Spielwaren	-	-	-
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	-	-	-
Teppiche (Einzelware)	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	-	-	-
Zeitungen/Zeitschriften	52	48	50
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	23	77	100

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 06/2020; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; * umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

Obschon in einigen Sortimenten eine räumlich nicht eindeutige Vorprägung (Verortung der Verkaufsflächen) erkennbar ist, weisen einzelne Sortimente aufgrund der angeführten Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz (Besuchersfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität, Transportfähigkeit) die Voraussetzung zur Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auf. Da diese Sortimente – gemäß den im vorliegenden Zentren- und Nahversorgungskonzept formulierten Zielstellungen – zur Stärkung und Differenzierung der Bestandsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich von wesentlicher Bedeutung sind, werden folgende Sortimente trotz ihrer derzeitigen prozentual höheren Verortung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches als **zentrenrelevant** bzw. **zentren- und nahversorgungsrelevant** definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)
- (Schnitt-)Blumen
- Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere

Außerdem werden aufgrund ihrer positiven Beurteilung der relevanten Kriterien für Zentrenrelevanz (s.o., z.B. Besuchersfrequenz) weitere Sortimente als **zentrenrelevant** definiert, für welche in Marienheide bislang kein, bzw. nur ein geringes, Angebot besteht:

- Bettwaren
- Bücher
- Campingartikel (ohne Campingmöbel)
- Fahrräder und Zubehör
- Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnenschutz
- Glas/Porzellan/Keramik
- Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Haushaltswaren (Hausrat)
- Lampen/Leuchten
- Musikinstrumente und Musikalien
- Schuhe, Lederwaren

- Spielwaren
- Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)
- Uhren/Schmuck
- Waffen/Jagdbedarf/Angeln

Bezüglich der oben aufgeführten Sortimente ist festzuhalten, dass diese regelmäßig in (i. d. R. kleinflächigen) Fachgeschäften angeboten werden. Eine Integration in die Bestandsstrukturen des zentralen Versorgungsbereiches ist möglich, sodass im Rahmen des Versorgungsauftrages insgesamt eine realistische Zielperspektive für die Ansiedlung der Sortimente im zentralen Versorgungsbereich festgestellt werden kann.

Die Sortimente Baumarktsortiment i. e. S. und Elektrogroßgeräte werden trotz der derzeitigen prozentual höchsten Verortung im ZVB Ortskern Marienheide als nicht zentrenrelevant eingestuft, da diese Sortimente i. d. R. keine hohe Kundenfrequenz bewirken, einen überaus hohen Flächenanspruch haben, von Kunden überwiegend mit dem Pkw transportiert werden und aufgrund der Größe und Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden können.

Als weitere Grundlage für die Bewertung der Sortimente nach Zentrenrelevanz findet die bestehende Sortimentsliste aus dem EHK Marienheide 2012 Anwendung.

Die aufgeführten Sortimente sind unter Beachtung der zuvor genannten Beurteilungskriterien entsprechend auch in die Sortimentsliste für Marienheide als zentrenrelevante bzw. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente zu berücksichtigen.

6.3.2 Sortimentsliste für Marienheide

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen, der methodischen Herleitung sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und der dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Marienheide.

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Gemeinde Marienheide (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	Baummarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (inkl. Sport-, Arbeitsschutz und Berufsbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Elektrogroßgeräte
Bettwaren	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	Erotikartikel
Bücher	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	(Schnitt-)Blumen	Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	Zeitungen/Zeitschriften	Kinderwagen
Elektrokleingeräte	Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier OHNE: Lebendige Tiere)	Matratzen
Fahrräder und Zubehör		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/ Sonnenschutz		Pflanzen/Pflanzartikel
Glas/Porzellan/Keramik		Sportgroßgeräte
Haus-/Bett-/Tischwäsche		Teppiche (Einzelware)
Haushaltswaren (Hausrat)		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier OHNE: Zoologischer Bedarf)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		
Lampen/Leuchten		
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		
Musikinstrumente und Musikalien		
Neue Medien/Unterhaltungselektronik		
Parfümerieartikel und Kosmetika		
Schuhe, Lederwaren		
Spielwaren		
Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2012 ergeben sich mit der vorliegenden Fortschreibung somit folgende Änderungen:

- Das Sortiment **Papier/Büroartikel/Schreibwaren** wird als nahversorgungsrelevant eingestuft.
- Differenzierung des Sortiments zoologischer Bedarf in **Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere** (hier OHNE: Lebendige Tiere) (Einstufung als nahversorgungsrelevant) und **Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier OHNE: Zoologischer Bedarf)** (Einstufung als nicht zentrenrelevant).
- Das Sortiment **Bettwaren** wird als zentrenrelevant (bisher nicht zentrenrelevant) eingestuft.
- Zusätzlich wird das Sortiment **Jagdbedarf** in einem Sortiment **Waffen/Jagdbedarf/Angeln** dargestellt (bisher nicht einzeln berücksichtigt),

um den Differenzierungsgrad der Sortimentsliste innerhalb dieser Bereiche in Anbetracht der betrieblichen Realitäten sinnvoll zu erweitern (Einstufung als zentrenrelevant).

- Zusätzliche Darstellung der Sortimente **Erotikartikel** und **Pflanzen/Pflanzartikel** (bisher nicht einzeln berücksichtigt), um den Differenzierungsgrad der Sortimentsliste innerhalb dieser Bereiche in Anbetracht der betrieblichen Realitäten sinnvoll zu erweitern (Einstufung als nicht-zentrenrelevant).

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

6.4 STEUERUNGSLEITSÄTZE

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Marienheide und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

6.4.1 Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenzialen, des künftigen Einzelhandelskonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Marienheide insbesondere zugunsten einer gesamtgemeindlich gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

6.4.2 Steuerungsleitsätze für Marienheide

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Marienheide empfohlen:

Leitsatz I: Einzelhandel mit zentrenrelevantem Hauptsortiment soll auf den Zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden.

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen grundsätzlich nur im zentralen Versorgungsbereich zulässig sein.

- Im **ZVB Ortskern** ohne Verkaufsflächenbegrenzung³⁴, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen. Gleichzeitig wird durch eine Steuerung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber dem Ortskern sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.
- In **sonstigen Lagen** sollen zukünftig keine Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden. Geringfügige Verkaufsflächenerweiterungen können nach Leitsatz IV möglich sein.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven dienen im ZVB Ortskern als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für den Ortskern daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich beim Ortskern um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär im Zentralen Versorgungsbereich und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

Aufgrund der hohen Bedeutung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz im zentralen Versorgungsbereich, sollen Einzelhandelsvorhaben mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment primär im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden:

- Im **ZVB Ortskern** ohne Verkaufsflächenbegrenzung, sofern negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche (auch die der Nachbarkommunen) und auf die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot).

Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung können auch an Nahversorgungsstandorten³⁵ Lebensmittelmärkte sekundär empfohlen werden. Dabei soll (gemäß der übergeordneten Entwicklungszielstellungen) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei die zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen (Beeinträchtigungsverbot). Die Verkaufsflächendimensionierung ist unter Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit herzuleiten.

³⁴ Sofern nicht landesplanerische und/oder städtebauliche Gründe (etwa der Schutz Zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

³⁵ Neben den im Konzept ausgewiesenen (bestandsorientierten) Nahversorgungsstandorten können zukünftig auch weitere Lagen als Nahversorgungsstandort eingestuft werden, sofern sie die konzeptionellen Kriterien eines Nahversorgungsstandortes (siehe dazu auch Kapitel 6.2.1) erfüllen.

Unabhängig davon kann in städtebaulich integrierten Lagen und deutlich nachgeordnet kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form so genannter Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores als Ergänzung zur bestehenden Nahversorgungsstruktur zulässig sein, sofern er der Versorgung des „engeren Gebietes“ dient und die Konzeptkonformität gewahrt wird.

In städtebaulich nicht integrierten Lagen ist zukünftig kein Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorzusehen. Ausnahmsweise können in Gewerbe- und Industriegebieten Tankstellenshops oder Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment kann grundsätzlich im gesamten Gemeindegebiet vorgesehen werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment können grundsätzlich im gesamten Gemeindegebiet vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.

Aus städtebaulichen Gründen ist eine Fokussierung auf den zentralen Versorgungsbereich ratsam, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und eine Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges, auch im Interesse der Standortsicherung für Handwerksbetriebe sowie Betriebe des produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbes, entgegenzuwirken.

Dabei ist außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente³⁶ auf bis zu 10 % je Betrieb zu begrenzen. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.³⁷

Zudem soll stets eine deutliche Zuordnung des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits des zentralen Versorgungsbereiches vermieden.

³⁶ Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

³⁷ Davon ausgenommen sind etwaige Festlegungen im RROP bzw. einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept im Sinne des Ziels 2.3 Ziffer 06b des LROP Niedersachsen.

Leitsatz IV: Bestehenden Einzelhandelsbetrieben kann ausnahmsweise im Sinne des Bestandsschutzes eine einmalige, geringfügige Verkaufsflächenerweiterung innerhalb der Geltungsdauer des Konzeptes gewährt werden.

Im Sinne des Bestandsschutzes soll auch der wirtschaftliche Fortbestand von Einzelhandelsbetrieben gewährleistet werden, die nicht den konzeptionellen Anforderungen entsprechen. Eine solche geringfügige Verkaufsflächenerweiterung kann einmalig innerhalb der Geltungsdauer des Einzelhandelskonzeptes durchgeführt werden und bedarf zusätzlich einer Einzelfallprüfung anhand folgender Anforderungen, um geringfügige Verkaufsflächenanpassungen zu begründen:

- städtebauliche/gemeindeentwicklungspolitische (Ziele/Grundsätze des EHK),
- auswirkungsbezogene (absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen).
- landesplanerische (LEP Nordrhein-Westfalen),
- rechtliche (siehe Urteil OVG NRW vom 08.10.2018, AZ.: 10 D 56/18.NE)
- und betreiberseitige.

Dabei ist eine geringfügige Verkaufsflächenerweiterung primär dazu gedacht, interne Betriebsabläufe zu optimieren oder Modernisierungen durchzuführen. Unter einer geringfügigen Verkaufsflächenerweiterung ist i. d. R. eine Erhöhung der Verkaufsfläche um bis zu 5 % zu verstehen (bei einem angenommenen Fortschreibungsrhythmus von 5 Jahren). Zudem dürfen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die wohnortnahe Grundversorgung entstehen.

Leitsatz V: Ausnahmsweise kann eine Entwicklungsfläche zur Ansiedlung eines einzelhandelsbasierten Vorhabens in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen werden.

Dieser Sachverhalt ist an eine intensive Einzelfallprüfung geknüpft, welche mindestens die folgenden Kriterien enthalten soll und weiterhin durch Ratsbeschluss der Gemeinde Marienheide politisch legitimiert werden muss:

- Für das Einzelhandelsvorhaben stehen im ZVB nachweislich **keine Entwicklungsflächen** zur Verfügung.
- Die Entwicklungsfläche befindet sich in einer **städtebaulich integrierten Lage**.
- Das Einzelhandelsvorhaben ist mit der Einzelhandelsstruktur im ZVB **funktional abgestimmt** (sowohl sortiments- als auch verkaufsflächenbezogen) und **ergänzt/arrondiert** das Angebot im ZVB.
- Die Entwicklungsfläche steht in einem **direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang** mit dem ZVB.
- Die Erweiterung entspricht einer **gemeindeentwicklungspolitisch abgewogenen** Fortentwicklung des ZVB (als Ganzes) und ist abgestimmt mit den **gesamtstädtischen Leitsätzen** zur verkaufsflächen-, standort- und sortimentsbezogenen Fortentwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Marienheide.

Leitsatz VI: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.

Zulässig sind derartige Betriebe, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht und
- eine Verkaufsflächenobergrenze von **max. 800 m²** nicht überschreitet.

Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern sowie im Falle eines Handwerksbetriebs solche Waren, welche der Kunde des jeweiligen Gewerks als **branchenübliches Zubehör** betrachtet oder die im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

In jedem Fall ist eine solche Verkaufsstelle im Rahmen eines Genehmigungsverfahrens als „Fabrik- oder Werksverkauf“ bzw. als „Handwerksbetrieb mit Zubehör“ zu beantragen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den ‚Annexhandel‘ auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind entsprechend sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten (vgl. OVG NRW 10 A 1343/12; OVG NRW 2 D 13/14.NE).

Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des § 35 BauGB.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Gemeinde Marienheide künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

6.5 PLANUNGSRECHTLICHE STEUERUNGS- UND FESTSETZUNGSEMPFEHLUNGEN

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in der Gemeinde Marienheide werden in diesem Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

6.5.1 Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtgemeindlichen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die

entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie „unerwünschte“ Standorte³⁸ bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Das Einzelhandelskonzept dient dabei als Grundlage für die verbindliche Bauleitplanung und erlangt mittels Gemeinderatsbeschluss Wirksamkeit als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Im Folgenden gilt es die Vorgaben der verbindlichen Bauleitplanung mit den Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes und der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche zu harmonisieren.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche gemäß der im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Steuerungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Einzelhandelskonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen.
- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten durch Modifizierung der bestehenden Bebauungspläne im Rahmen der juristischen Möglichkeiten, z.B. durch Anpassung der dort zulässigen Sortimente an die fortgeschriebene Marienheider Sortimentsliste.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel an unerwünschten Standorten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen.
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschten zusätzlichen Ansiedlungspotenziale in den Zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen grundzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Marienheider Liste zentrenrelevanter Sortimente.

In einem abgestuften Verfahren sollte zunächst der Flächennutzungsplan mit den funktionalen und standortbezogenen Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes harmonisiert werden.

In einem nächsten Schritt sollte von der im § 5 Abs. 2 Nr. 2 BauGB verankerten Darstellungsmöglichkeit eines zentralen Versorgungsbereiches im Flächennutzungsplan Gebrauch gemacht werden und hierauf die Abgrenzung des Kerngebietes angepasst werden.

³⁸ „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne des Einzelhandelskonzeptes im Zusammenhang mit den Steuerungsleitsätzen.

Zur Überprüfung der relevanten Bebauungspläne sollte in einer nachgelagerten Untersuchung eine Baurechtsanalyse durchgeführt werden.

In dieser sollte eine planungsrechtliche Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben und deren Vereinbarkeit mit dem geltenden Baurecht erfolgen. Aus den Ergebnissen sollte geschlussfolgert werden, inwieweit bauplanungsrechtliche Anpassungen notwendig sind. Im Einzelnen sollte dabei untersucht werden:

- Notwendigkeit zur Anpassung von Bauleitplänen an Ziele der Raumordnung, Landes- und Regionalplanung
- Berücksichtigung städtebaulicher Vorgaben aus dem vorliegenden Einzelhandelskonzept
- Erarbeitung konkreter textlicher Festsetzungen zur Feinsteuerung des Einzelhandels in GE Gebieten
- Überplanung des unbeplanten Innenbereich insbesondere in Bereichen, die potenziell für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Frage kämen
- Analyse möglicher Vertrauens- und Planungsschäden nach §§ 39ff BauGB
- Wenn nötig: Änderung fehlerhafter Festsetzungen in bestehenden Bebauungsplänen

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen:

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis;
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zu dem zentralen Versorgungsbereich (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot, prägenden Sortimenten und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand usw.);
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll³⁹ (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor);
- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren- und Standortkonzepts dieses Einzelhandelskonzepts;
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. Entwicklungszielen;
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächen-

³⁹ So z. B. die Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte (BauGB-Novelle 2007) bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nach § 9 Abs. 2a BauGB (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11).

größe und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandelskonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzepts⁴⁰ – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus (besonderen) städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen.⁴¹

Die Marienheider Liste zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.⁴²

Sofern Bebauungspläne Standorte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich auf Grund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

⁴⁰ Das Einzelhandelskonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

⁴¹ Z. B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u. a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 22.05.1987 – AZ 4 C 77.84 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07.

⁴² Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

I. Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen zur Art der Nutzung

„Das Baugebiet Name wird festgesetzt als Sondergebiet Zweckbestimmung nach BauNVO.⁴³ In diesem Sondergebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb Betriebstyp (z.B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter usw.) mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von xy m² und dem Hauptsortiment xy (einfügen Benennung gemäß Marienheider Sortimentsliste).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz III:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Marienheider Sortimentsliste) (entweder) auf insgesamt xy % der Gesamtverkaufsfläche (oder) maximal xy m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen wie folgt begrenzt werden:

- Sortiment oder Sortimentsgruppe xy (einfügen: Benennung gemäß Marienheider Sortimentsliste): maximal xy m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen),
- weitere Sortimente analog“
- Sind innerhalb eines Plangebiets mehrere Einzelhandelsbetriebe geplant, deren Verkaufsflächen jeweils vorhabenbezogen begrenzt werden sollen, muss für jeden einzelnen Betrieb ein eigenes Sondergebiet entsprechend dem vorstehenden Festsetzungsvorschlag festgesetzt werden bzw. im Rahmen eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans i.S.d. § 12 BauGB⁴⁴ entsprechende Festsetzungen getroffen werden.

II. Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten (Haupt-) Sortimenten ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen⁴⁵

„Das Baugebiet Name wird festgesetzt als Gebietstyp nach BauNVO. In diesem Gebiet sind zulässig Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem (Haupt-)Sortiment entsprechend der nachstehenden Marienheider Sortimentsliste nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere, der in der Marienheider angeführten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander als (Haupt-) Sortimente anbieten⁴⁶ (*in der Begründung

⁴³ Dieser Gebietstyp sollte ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchststrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

⁴⁴ Für Angebotsbebauungspläne ist die Anwendung von baugebietsbezogenen Verkaufsflächengrenzen auf Grund des sog. „Windhundrennens“ nicht geeignet (vgl. auch hierzu BVerwG Urteil vom 03.04.2008 – AZ 4 CN 3.07).

⁴⁵ Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings eher marginal. Daher dürfte es im Einzelfall in Betracht kommen, einen Kiosk im Wege der Befreiung nach § 31 Abs. 2 BauGB zuzulassen. Es empfiehlt sich, auf diese Möglichkeit im Rahmen der Begründung des Bebauungsplans einzugehen (vgl. Kuschnerus 2007: Rdn. 109 ff. und 460).

⁴⁶ In Form eines (Spezial-)Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.

ist auf die beabsichtigte Stärkung des Zentrums sowie dessen Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. des Einzelhandelskonzeptes einzugehen*) nicht zulässig."

Die Gemeinde Marienheide verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 38).



Abbildung 38: Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandelskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Quartiersmanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im zentralen Versorgungsbereich), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das

Einzelhandelskonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung des Ortskerns bieten, der sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarte Städte und Shopping-Center) sowie dem Online-Handel positionieren sollte.

Die nachfolgende Tabelle stellt verschiedene Maßnahmen und Umsetzungsempfehlungen mit unterschiedlichen Prioritäten, Raumbezügen sowie Adressaten dar. Maßnahmen mit hoher Priorität beziehen sich insbesondere auf den Ortskern und liegen in der Prüfung der vorhandenen Potenzialflächen zur Reaktivierung, dem Corona-Soforthilfeprogramm, der Etablierung/Professionalisierung eines Leerstandsmanagements sowie der Erarbeitung von Offline-Strategien. Über die Erarbeitung von Offline-Strategien kann eine Positionierung und Profilierung des Ortskerns erfolgen, sodass dieser langfristig als attraktiver Einkaufsstandort der Gemeinde Marienheide fungieren kann. Hierbei können insbesondere auch mehrfach im Rahmen der Beteiligungsformate genannte Defizite des Ortskerns (beispielsweise Nutzung des touristischen Potenzials, Verweilqualitäten oder Beschilдерungen) angegangen werden.

Maßnahme	Priorität	Raumbezug	Adressat
Konzeptionelle Steuerung von Vergnügungsstätten zur städtebaulichen Aufwertung des Ortskerns		Gesamtgemeinde	Gemeindeentwicklung
Prüfung der vorhandenen Potenzialflächen zur Reaktivierung		Ortskern	Gemeindeentwicklung
Corona-Soforthilfeprogramm		Ortskern	Gemeindeentwicklung
Etablierung/Professionalisierung eines Leerstandsmanagements		Ortskern	Gemeindeverwaltung/ Immobilieneigentümer
Implementierung eines Quartiersmanagements		Ortskern	Gemeindeverwaltung/ Gewerbetreibende
Erarbeitung von Offline-Strategien zur Positionierung und Profilierung des Ortskerns		Ortskern	Gemeindeverwaltung/ Gewerbetreibende
Bauleitplanerische Steuerung gastronomischer Nutzungen, ggf. durch Gastronomiekonzept		Gesamtgemeinde	Gemeindeentwicklung
Ausgründung einer Immobilien- und Standortgemeinschaft		Ortskern	Gemeindeverwaltung/ Immobilieneigentümer

Abbildung 39: Maßnahmen und Umsetzungsempfehlungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

Dr. Jansen Stadt- und Regionalplanung (2012): Gemeinde Marienheide: Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Köln.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2019): Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2017. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2019): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2019): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

DATENBANKEN

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Landesbetrieb IT.NRW (Hrsg.): Landesdatenbank NRW

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1:	Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes..... 10
Abbildung 2:	Gesellschaftliche Wandlungsprozesse 13
Abbildung 3:	Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster 15
Abbildung 4:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 16
Abbildung 5:	Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten..... 17
Abbildung 6:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 19
Abbildung 7:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Marienheide und Umgebung 23
Abbildung 8:	Einzugsgebiet der Gemeinde Marienheide..... 24
Abbildung 9:	Einzelhandelsbestand in Marienheide nach Warengruppen und Lagebereichen..... 26
Abbildung 10:	Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Marienheide..... 30
Abbildung 11:	Bewertung des Ortskerns 34
Abbildung 12:	Bewertung des Ortskerns gemäß Online- Haushaltsbefragung 36
Abbildung 13:	Bewertung des Ortskerns gemäß Passantenbefragung..... 36
Abbildung 14:	Besuchsgrund des Ortskerns gemäß Passantenbefragung 37
Abbildung 15:	Räumliche Nahversorgungssituation von Marienheide 38
Abbildung 16:	Abgrenzung der Versorgungsgebiete 38
Abbildung 17:	Räumliche Nahversorgungssituation im Kernort..... 39
Abbildung 18:	Räumliche Nahversorgungssituation in den südlichen Ortsteilen..... 40
Abbildung 19:	Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt..... 42
Abbildung 20:	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Marienheide.... 48
Abbildung 21:	Methodik zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsperspektiven 50
Abbildung 22:	Einwohnerprognose für Marienheide 51
Abbildung 23:	Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland.... 52
Abbildung 24:	Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel..... 53
Abbildung 25:	Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz 53

Abbildung 26:	Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2018 und 2025 (Prognose).....	54
Abbildung 27:	Warenspezifische Entwicklungsperspektive.....	55
Abbildung 28:	Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft).....	60
Abbildung 29:	Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen	62
Abbildung 30:	Zentrenstruktur in Marienheide.....	64
Abbildung 31:	Räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Marienheide.....	65
Abbildung 32:	Potenzialflächen im Ortskern Marienheide.....	66
Abbildung 33:	Beispiele für Flächenzusammenlegungen aus der Stadt Plauen.....	67
Abbildung 34:	Innere Organisation des ZVB Ortskern Marienheide	67
Abbildung 35:	Standortkonzept Marienheide.....	71
Abbildung 36:	Standortkonzept für den Betrachtungsraum Nord.....	72
Abbildung 37:	Standortkonzept für den Betrachtungsraum Süd.....	73
Abbildung 38:	Das Einzelhandelskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik	91
Abbildung 39:	Maßnahmen und Umsetzungsempfehlungen.....	92

Tabellenverzeichnis

TABELLE	SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen..... 11
Tabelle 2:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen der Stadt Marienheide.....21
Tabelle 3:	Sozioökonomische Rahmenbedingungen des Oberbergischen Kreises.....21
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen..... 22
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in Marienheide 25
Tabelle 6:	Gesamtgemeindliche Kennwerte im Vergleich..... 27
Tabelle 7:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Marienheide..... 29
Tabelle 8:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Marienheide.....41
Tabelle 9:	Überblick Nahversorgungsanalyse..... 43
Tabelle 10:	Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich 44
Tabelle 11:	Relevanten Rahmenbedingungen für die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven von Marienheide..... 56
Tabelle 12:	Warengruppenspezifische Handlungsbedarfe für die Gemeinde Marienheide 2025..... 57
Tabelle 13:	Städtebauliche Verortung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen in Marienheide 77
Tabelle 14:	Sortimentsliste für die Gemeinde Marienheide (Kurzfassung) 80
Tabelle 15:	Sortimentsliste für die Gemeinde Marienheide (Langfassung) 98

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BVerfGH	Bundesverfassungsge- richtshof
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
Drog	Drogeriewaren
EH	Einzelhandel
EHK	Einzelhandelskonzept
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EW	Einwohner
GVKF	Gesamtverkaufsfläche
LEP	Landesentwicklungsplan
MIV	motorisierter Individualver- kehr
niL	städtebaulich nicht inte- grierte Lage
NuG	Nahrungs- und Genussmit- tel
ÖPNV	öffentlicher Personennah- verkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
siL	städtebaulich integrierte Lage
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbe- reich

Anhang

Tabelle 15: Sortimentsliste für die Gemeinde Marienheide (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (inkl. Sport-, Arbeits- schutz und Berufsbekleidung)	47.71 aus 47.64.2	Einzelhandel mit Bekleidung Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Sportbekleidung)
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Campingartikel (ohne Campingmö- bel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Einrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bil- der/Poster/Bilderrahmen/Kunstge- genstände	aus 47.78.3 aus 47.59.9 aus 47.62.2	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Brief- marken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Möbel) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Ein- zelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren) Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzel- handel mit Postern)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektro- kleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Haushaltswaren (Hausrat)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Ein- zelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Hand- arbeiten sowie Meterware für Beklei- dung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppi- chen und Stickereien)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Ein- zelhandel mit Lampen und Leuchten)
Medizinische und orthopädische Ge- räte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektro- nik	47.41 47.42 47.43 47.63 47.78.2	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Parfümerieartikel und Kosmetika	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NUR: Ein- zelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
Schuhe/Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Sportgroßgeräte)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Ein- zelhandel mit Anglerbedarf)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Parfümerieartikeln und kosmetischen Erzeugnissen)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wasch- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier OHNE: Lebendige Tiere)	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (daraus NUR: Zoologischer Bedarf)
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Matratzen	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Pflanzartikel	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Sportgroßgeräte	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Sportgroßgeräte)
Teppiche (Einzelware)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere (hier OHNE: Zoologischer Bedarf)	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (daraus NUR: Lebendige Tiere)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008;

Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes Gemeinde Marienheide als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; *umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer HRB 33826

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43