



Berlin Forchheim Hannover
Köln Leipzig Lübeck München
Ried (A) Stuttgart

Einzelhandelskonzept für die Stadt Willich (Fortschreibung 2018/19)

CIMA Beratung + Management GmbH
Goethestraße 2 50858 Köln
T 02234-92965-17
F 02234-92965-18
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Bearbeitung
Gudula Böckenholt

Köln, 31. Januar 2019

Nutzungs- und Urheberrechte

Der Auftraggeber kann den vorliegenden Projektbericht innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

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

Inhalt

1	Einführung	7
1.1	Anlass und Aufgabenstellung	7
1.2	Projektansatz	8
1.3	Methodik	8
2	Trends im Einzelhandel	10
2.1	Allgemeine Trends im Einzelhandel	10
2.2	Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache	13
2.3	Entwicklung der Betriebsformen	17
2.4	Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	20
3	Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten	22
3.1	Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen	22
3.2	Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen	23
3.3	Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte	28
4	Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandelsstandortes Willich	29
4.1	Lage, Einwohnerstruktur und verkehrliche Anbindung	29
4.2	Sozioökonomische Strukturdaten	30
5	Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Willich	32
5.1	Methodik der Erhebung	32
5.2	Vorhandener Einzelhandelsbesatz (Gesamtstadt)	33
5.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Willicher Stadtgebiet	34
5.4	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Willich	36
5.5	Kennziffern des Willicher Einzelhandels	38
5.6	Nahversorgungssituation in der Stadt Willich	39
5.7	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Willich	43
6	Nachfragesituation	46
6.1	Ergebnisse der Kundenwohnorterberhebung	46
6.2	Abgrenzung des Marktgebietes	47
6.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	48
6.4	Einzelhandelszentralität nach Warengruppen	49
6.5	Zusammenfassende Darstellung der wesentlichen Einzelhandelskennziffern	53
7	Zentrenkonzept für die Stadt Willich	54
7.1	Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Willich	54

7.2	Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs	55
7.3	Zentrale Versorgungsbereiche im Willicher Stadtgebiet	57
7.3.1	Hauptzentrum	57
7.3.2	Stadtteilzentren	58
7.3.3	Nahversorgungszentren	58
7.4	Sonstige Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet	58
7.4.1	Solitäre Nahversorgungsstandorte	58
7.4.2	Sonder- und Fachmarktstandorte	59
7.5	Übersicht Zentren- und Standortstruktur 2018	60
7.5.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Willich (Hauptzentrum)	61
7.5.2	Stadtteilzentrum Schiefbahn	64
7.5.3	Stadtteilzentrum Anrath	66
7.5.4	Nahversorgungszentrum Neersen	69
7.5.5	Nahversorgungszentrum Wekeln	71
7.5.6	Nahversorgungszentren Bahnstraße und Am Güterbahnhof	72
8	Willicher Sortimentsliste	76
8.1	Vorbemerkung	76
8.2	Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente	76
8.3	Zur Ableitung der Willicher Sortimentsliste	79
9	Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Willich	81
9.1	Übergeordnete Empfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Willich	81
9.2	Standortbezogene Steuerungsempfehlungen	83
9.2.1	Hauptzentrum Innenstadt	83
9.2.2	Stadtteilzentren Schiefbahn und Anrath	84
9.2.3	Nahversorgungszentren	84
9.2.4	Solitäre Nahversorgungsstandorte	85
9.2.5	Sonder- und Fachmarktstandorte	85
9.2.6	Sonstige nicht integrierte Lagen und Gewerbegebiete	86
10	Beteiligungsverfahren und förmliche Beschlüsse	88
11	Fazit	89

Abbildungen

Abb. 1: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels	10
Abb. 2: Marktwachstum online und offline (lt. HDE)	11
Abb. 3: Kundenbindung nach Branchen Stationär/ Online und Stadtgröße	12
Abb. 4: Warenpräsentation und Inszenierung Galeries Lafayette Paris	14
Abb. 5: Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter “REWE to go”	15
Abb. 6: Modernes Bäckerei Konzept: Baker D. Chirico, Melbourne	15
Abb. 7: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 (nominal in %)	19
Abb. 8: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten (Discounter, Vollsortimenter)	21
Abb. 9: Einwohner (Hauptwohnsitze) nach Stadtteilen	29
Abb. 10: Lage der Stadt Willich und Zentralörtliche Gliederung	30
Abb. 11: Sozioökonomische Strukturdaten	31
Abb. 12: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Stadt Willich	33
Abb. 13: Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen und Stadtbezirken	35
Abb. 14: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbestandes in Willich nach Stadtteilen	35
Abb. 15: Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen (in m ² VKF)	36
Abb. 16: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Willicher Stadtgebiet (Anzahl der Betriebe)	37
Abb. 17: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Willicher Stadtgebiet (Verkaufsfläche der Betriebe)	37
Abb. 18: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung	38
Abb. 19: Nahversorgungsstruktur in Willich (700 m-Nahversorgungsradien)	40
Abb. 20: Verkaufsflächendichte je Einwohner nach Stadtteilen	41
Abb. 21: Nahversorgungsstruktur in Willicher Stadtteilen	42
Abb. 22: Übersicht Verkaufsflächenentwicklung nach Warengruppen 2008 – 2017	44
Abb. 23: Übersicht Entwicklung Kenndaten Einzelhandel 2008 – 2017	45
Abb. 24: Ergebnisse der Kundenwohnorterhebung	47
Abb. 25: Marktgebiet des Willicher Einzelhandels	48
Abb. 26: Nachfragepotenzial für den stationären Einzelhandel im der Stadt Willich	49
Abb. 27: Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Handelszentralitäten in Willich	50
Abb. 28: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten in Willich	52
Abb. 29: Übersicht der einzelhandelsrelevanten Strukturdaten der Stadt Willich	53
Abb. 30: Merkmale von Fachmarktstandorten des großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels	60
Abb. 31: Übersicht Zentrenstruktur Stadt Willich	60
Abb. 32: Räumliche Verteilung der Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet	61
Abb. 33: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Willich (Hauptzentrum)	62
Abb. 34: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Schiefbahn	65

Abb. 35: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Anrath	67
Abb. 36: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Neersen	70
Abb. 37: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Wekeln	71
Abb. 38: Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren Bahnstraße und Am Güterbahnhof	73
Abb. 39: Verkaufsflächenanteile nach Lagen	78
Abb. 40: Willicher Sortimentsliste 2018	80

1 Einführung

1.1 Anlass und Aufgabenstellung

Als Entscheidungsgrundlage zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Willich diente bislang die Fortschreibung / Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2010.

Seitdem sind sowohl auf der gesetzlichen Ebene – u. a. durch das Inkrafttreten des neuen Landesentwicklungsplans NRW im Februar 2017 – als auch in der Struktur des örtlichen Einzelhandels der Stadt Willich Veränderungen eingetreten. Der generelle Strukturwandel im Einzelhandel, der u. a. auch durch steigende Umsätze des Onlinehandels zum Ausdruck kommt, hat auch Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Willich. Da zudem aktuelle Anfragen zur Erweiterung bzw. Neuerrichtung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben vorliegen, hat die Stadt Willich die CIMA Beratung + Management GmbH im August 2017 mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Die Inhalte leiten sich zum einen aus der Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte als städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1, Abs. 11 BauGB ab. Wird das vorliegende Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Willich als städtebauliches Entwicklungskonzept förmlich beschlossen, sind die darin formulierten Zielsetzungen bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen. Der Gesetzgeber hat den Kommunen hierbei umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des (großflächigen) Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung sind u. a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Darüber hinaus soll das Einzelhandelskonzept für die Stadt Willich auch ein Entwicklungskonzept für den örtlichen Einzelhandel darstellen, indem es die räumlichen und strukturellen Perspektiven für die ansässigen Unternehmen aufzeigt. Das Konzept soll sowohl Verwaltung und Politik, aber auch den örtlichen Unternehmern als Standortbestimmung und Orientierungsleitfaden für anstehende Entscheidungen dienen.

Die Untersuchung behandelt insbesondere die nachfolgenden Fragestellungen:

- Welche Strukturmerkmale kennzeichnen den Einzelhandelsbesatz innerhalb der Stadt Willich?
- Wie sind der Geschäftsbesatz und die räumlichen Strukturen in den Willicher Geschäftszentren zu bewerten?
- Welche Einzelhandelsangebote können in den Stadtteilen und den Zentralen Versorgungsbereichen dauerhaft vorgehalten werden? Welche Standorte kommen für Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen aus gutachterlicher Sicht in Betracht?
- Erfüllen die im bisherigen Zentrenkonzept dargestellten Zentren heute noch die rechtlichen Anforderungen an die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche?
- Welche Warengruppen sind in der Willicher Sortimentsliste als zentrenrelevante, welche als nicht zentrenrelevante Sortimente einzustufen? Ist die vorhandene Liste nach den veränderten Vorgaben auf Landesebene noch aktuell?

- Welche planungsrechtlichen Empfehlungen zum Umgang mit zukünftigen Ansiedlungsanfragen bzw. zu den einzelhandelsrelevanten Festsetzungen in Bebauungsplänen können gegeben werden?
- Wie kann die Entwicklung des Einzelhandels in den Geschäftszentren gezielt gefördert werden?

1.2 Projektansatz

Die von der cima erstellten kommunalen Einzelhandelskonzepte beruhen auf folgendem allgemeinen Verständnis derartiger Konzepte:

- **Das kommunale Einzelhandelskonzept ist mittel- und langfristiger Orientierungsleitfaden für Politik, Verwaltung und Unternehmen:** Wohin kann sich der Einzelhandel in der Stadt Willich zukünftig entwickeln? Welche Fehlentwicklungen sollten vermieden werden?
- **Das kommunale Einzelhandelskonzept ist Handlungskonzept für die Kommune:** Wie können die Rahmenbedingungen des Einzelhandels verbessert werden? Welche Möglichkeiten gibt es zur Stärkung der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung? Welche Standorte sind für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gutachterlich zu befürworten?
- **Das kommunale Einzelhandelskonzept ist Fachgutachten und Arbeitshilfe für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung:** Wie sind die Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet begründet abzugrenzen? Welche Sortimente sind als nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant einzustufen? Wie sollte mit Ansiedlungsgesuchen großflächiger Einzelhandelsbetriebe umgegangen werden?

Ein Einzelhandelskonzept erfordert daher zum einen eine intensive Auseinandersetzung mit den ökonomischen Strukturen und Entwicklungen des Handels; zum anderen sind aber auch stadtentwicklungspolitische Fragestellungen zu beachten. Die cima gehört zu den wenigen bundesweit tätigen Einzelhandelsgutachtern und verfügt über das erforderliche Fachwissen und die notwendigen Erfahrungen auch für komplexe Fragestellungen.

1.3 Methodik

Das vorliegende Einzelhandelskonzept baut auf den folgenden Arbeitsschritten auf:

- Durchführung einer Angebots- und Nachfrageanalyse, u. a. durch eine Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes im gesamten Willicher Stadtgebiet im Oktober/ November 2017 und der Ermittlung des aktuellen Kaufkraftpotenzials.
- Durchführung von Kundenwohnerhebungen in verschiedenen Einzelhandels- (und Dienstleistungs-) Betrieben im Stadtgebiet von Willich zur Abgrenzung des Marktgebietes im November 2017.
- Überprüfung und Neuabgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche auf Grundlage einer Bewertung des aktuellen Einzelhandelsbesatzes, der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen und der aktuellen städtebaulichen Zielvorstellungen.
- Überprüfung und Anpassung der Willicher Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente, auch unter Berücksichtigung der veränderten Rechtsgrundlage auf Landesebene.

- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zum Umgang mit zukünftigen Ansiedlungsanfragen bzw. mit einzelhandelsrelevanten Festsetzungen in Bebauungsplänen.

Die Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes erfolgte im Zeitraum Oktober 2017 – Dezember 2018. Während der Bearbeitungszeit fand ein ständiger Austausch zwischen der Stadt Willich und dem Auftragnehmer statt. Begleitet wurde die Erarbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes durch einen projektbezogenen Arbeitskreis mit Vertretern aus u. a. Politik, Einzelhandel, Verwaltung, IHK und Einzelhandelsverband.

2 Trends im Einzelhandel

2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

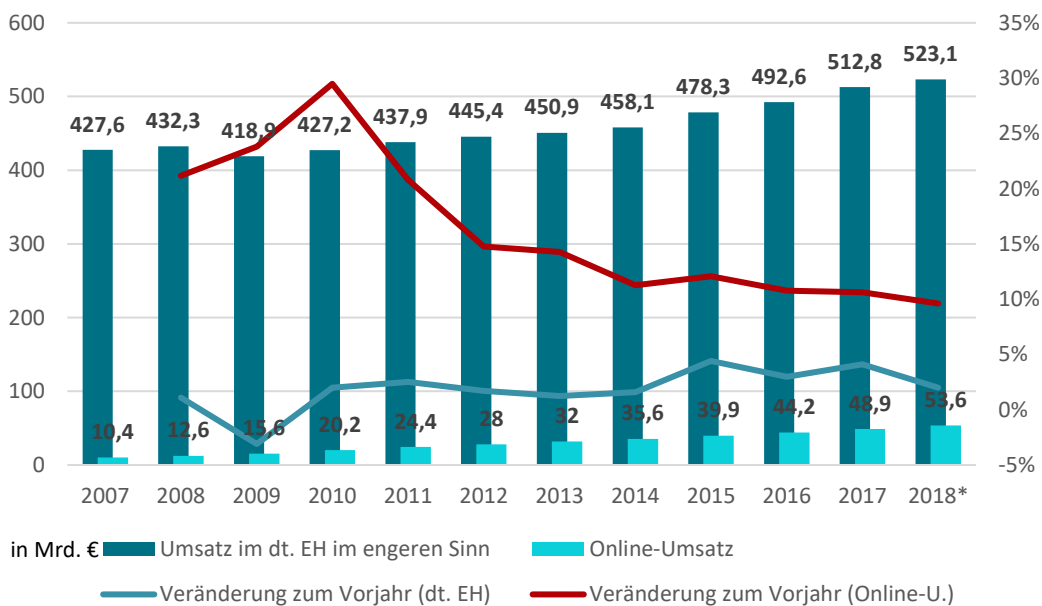
Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert. Die Bevölkerung wird in Deutschland trotz Zuwanderung langfristig zurückgehen und auf diese Weise auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

Bei nur leicht wachsendem Gesamtumsatz ist der Handel vor allem durch einen starken **Verdrängungswettbewerb** gekennzeichnet.

Der Preis (Discountorientierung, Stichwort „Geiz ist geil“) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben. Trotz der wieder zunehmenden Qualitätsorientierung und der aktuell steigenden privaten Verbrauchsausgaben (gute Arbeitsmarktlage und steigende Gehälter) bleibt der Kaufpreis auf Verbraucherseite immer noch ein wichtiger Aspekt der Kaufentscheidung.

Weit wichtiger für die aktuelle und zukünftige Entwicklung und den damit verbundenen Strukturwandel innerhalb der Handelslandschaft ist die Zunahme des **Online-Handels**. Durch diese Entwicklung steht der mittelständische Handel nicht nur regionalen Wettbewerbern, sondern darüber hinaus nationaler oder sogar internationaler Konkurrenz gegenüber. Laut einer Studie des IFH Köln kaufen durchschnittlich rund 20 % der Befragten online.

Abb. 1: Umsätze des Einzelhandels und Online-Handels



Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE), 2018, cima-Bearbeitung 2018
* Prognose

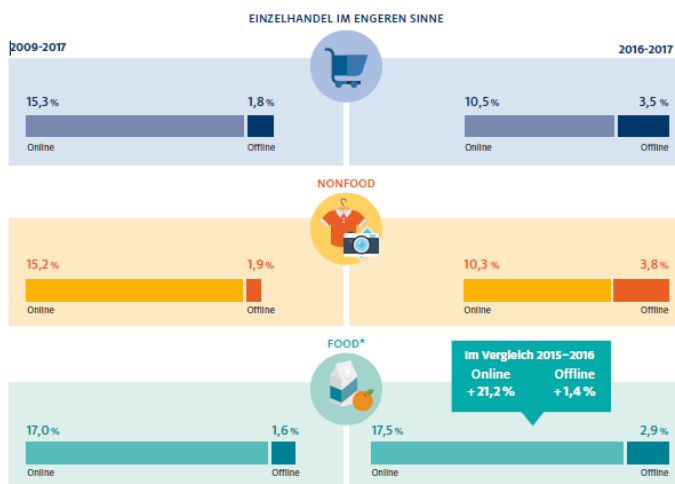
Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kraftfahrzeughandel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken, Daten ohne Umsatzsteuer

Der E-Commerce verzeichnet daher seit Jahren ein stetiges Umsatzwachstum, wenngleich auch die Wachstumsraten in den letzten Jahren deutlich gesunken sind. Lagen diese z. B. im Jahr 2010 noch bei fast 30 %, sind in den letzten beiden Jahren Veränderungen zum Vorjahr in Höhe von 10 bis 11 % zu verzeichnen.

Je nach Untersuchungsdesign variieren die Angaben und Prognosen zum Umsatz des Online-Handels: Laut Statistischem Bundesamt und HDE lag der Umsatz des Online-Handels im Jahr 2017 bei 48,9 Mrd. Euro. Für das Jahr 2018 wird ein Umsatz von 53,6 Mrd. Euro prognostiziert. Damit entfallen lt. Prognose für das Jahr 2018 rund 10 % des Umsatzes im deutschen Einzelhandel auf den Online-Umsatz. Im Jahr 2010 waren es noch knapp 5 %. Die größten Umsatzanteile innerhalb des Online-Segments entfallen dabei aktuell auf Consumer Electronics und Elektrogeräte¹ (ca. 25 %), Fashion und Accessoires² (ca. 25 %) sowie Freizeit- und Hobbyartikel³ (ca. 15 %).¹ Mittlerweile werden knapp 29 % des Umsatzes bei Consumer Electronics und Elektrogeräten online getätigt; Werte über 20 % erreichen zudem die Warengruppen Fashion & Accessoires (26 %), Freizeit & Hobby (24 %) sowie Büro und Schreibwaren (22 %). Demgegenüber liegt der Anteil bei den „Fast Movement Consumer Goods“⁴ lediglich bei 2 %.

Das Marktwachstum im Einzelhandel insgesamt hat lt. HDE in den letzten acht Jahren vor allem beim Online-Handel stattgefunden (vgl. Abb. 2). Zuletzt zeichnet sich aber eine Abschwächung der Veränderungen ab: Während das durchschnittliche prozentuale Wachstum zwischen 2009 und 2017 beim Online-Handel noch bei 15,3 % - und beim Offline-Handel bei 1,8 % - lag, wuchs der Online-Handel zwischen 2016 und 2017 noch um 10,5 %; der Offline-Handel konnte sein Wachstum jedoch auf 3,5 % ausbauen.⁵

Abb. 2: Marktwachstum online und offline (lt. HDE)



* Lebensmittel inkl. Getränke, ohne Tabakwaren;
 Offlinewachstum inkl. Tabakwaren 2009-2017: 1,5%, 2016 - 2017: 3,0%

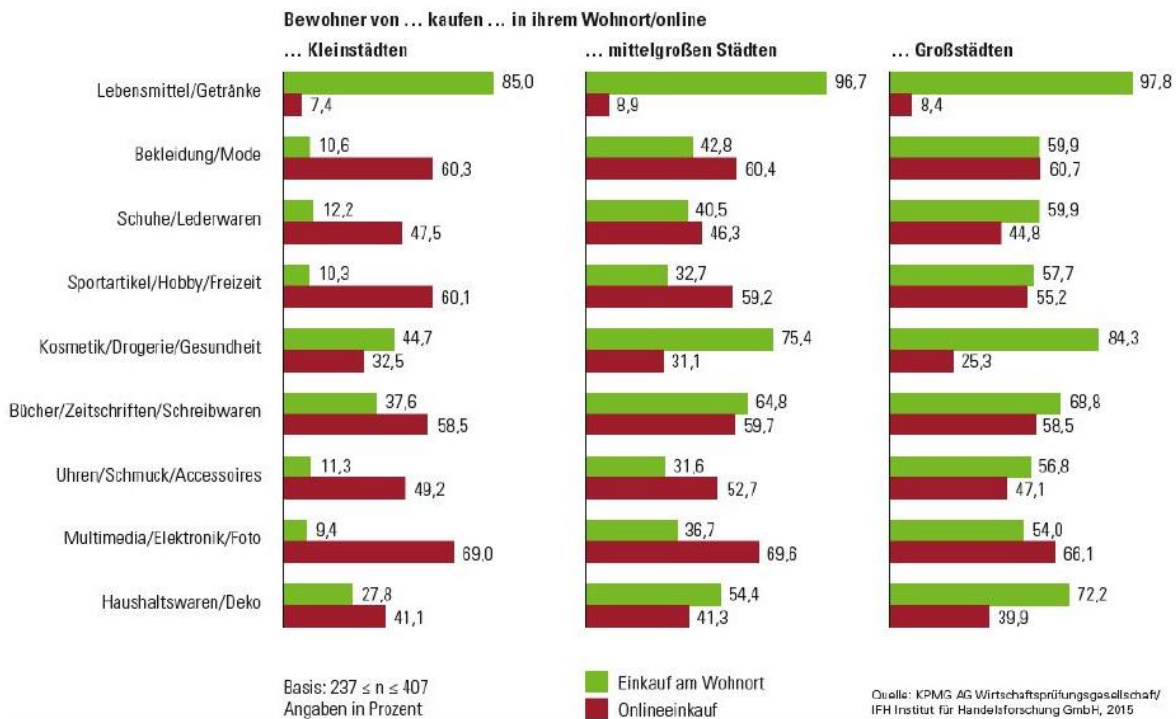
Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE), 2018, cima-Bearbeitung 2018
 * Prognose

1 Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik, elektrische Haushaltsgeräte, bespielte Ton- und Bildträgern, Foto und optische Erzeugnisse
 2 Bekleidung, Schuhe, Lederwaren
 3 Musikinstrumente, Musikalien, Bücher, Fahrräder, Sport- und Campingartikel, Spielwaren
 4 FMCG: Lebensmittel inkl. Getränke, Tabakwaren, Drogeriewaren
 5 vgl. HDE Handelsverband Deutschland: Handel digital – Online Monitor 2018; IFH Köln

Zwischen 2007 und 2017 verzeichnete der Einzelhandel insgesamt ein Umsatzwachstum von 85,2 Mrd. € (knapp 20 %) auf insgesamt 512,8 Mrd. €; für das Jahr 2018 wird ein Wert von 523,1 Mrd. € prognostiziert.

In Bezug auf die Kundenbindung variieren die Verhältnisse zwischen den einzelnen Branchen und nach Stadtgröße deutlich. Eine Befragung der Kundenbindung in verschiedenen Branchen des IFH Köln kam zu dem Ergebnis, dass bei Waren des täglichen Bedarfs, wie Lebensmittel sowie Kosmetik/ Drogerie/ Gesundheit in allen Stadtgrößen klar der Einkauf vor Ort überwiegt. Hier bleibt abzuwarten, wie sich der Trend mit Online-Angeboten und Lieferservice von Lebensmitteln weiterentwickelt. Auch im Segment Bücher/ Zeitschriften/ Schreibwaren gaben die Befragten in mittelgroßen Städten und Großstädten dem stationäre Handel eine größere Bedeutung. Die Branche Multimedia/ Elektronik/ Foto hat ihren Schwerpunkt naturgemäß beim Online-Handel.

Abb. 3: Kundenbindung nach Branchen Stationär/ Online und Stadtgröße



Quelle: IFH Köln; KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Branchenreport Online Handel 2015

Interessant sind festzustellende unterschiedliche Bewertungen der Einkaufspräferenzen nach Stadtgröße. So erhält in Kleinstädten der Online-Handel in der Wahrnehmung der Kunden ein deutlich höheres Gewicht als in Mittel- und Großstädten, welche über entsprechend umfangreiche Einzelhandelsangebote verfügen.

Aktuelle Trends zeigen zunehmende Verzahnungen von offline- und online- Vertriebsformen (Multi-Channeling). Mittlerweile kommt es – insbesondere in Großstädten – auch zunehmend zu Ansiedlungen ursprünglicher Online-Pure-Player in Innenstädten. Neben den Gefahren, die der Online-Handel im Verdrängungswettbewerb für den stationären Handel darstellt, sind somit auch Potenziale auszumachen, die es zu nutzen gilt. Die Chancen des ergänzenden Online-Handels sollten daher auch in Willich zukünftig eine wichtige Rolle bei der Profilierung und Positionierung als Einkaufsstandort spielen.

2.2 Veränderte Kundenansprüche, veränderte Kundenansprache

Sowohl Kunden als auch Einzelhändler reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und der Konsument als solches wird für den Einzelhandel zunehmend „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten des Verbrauchers beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Anbietern und Einkaufsstätten.

Die Ansprüche der Konsumenten steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinausgehend soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seinen Mehrwert darstellt und kommuniziert, was nur im direkten Kontakt möglich ist. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und dem Berater vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität/ Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Verbraucher beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Online-Handel.

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um den hybriden Kunden anzusprechen.

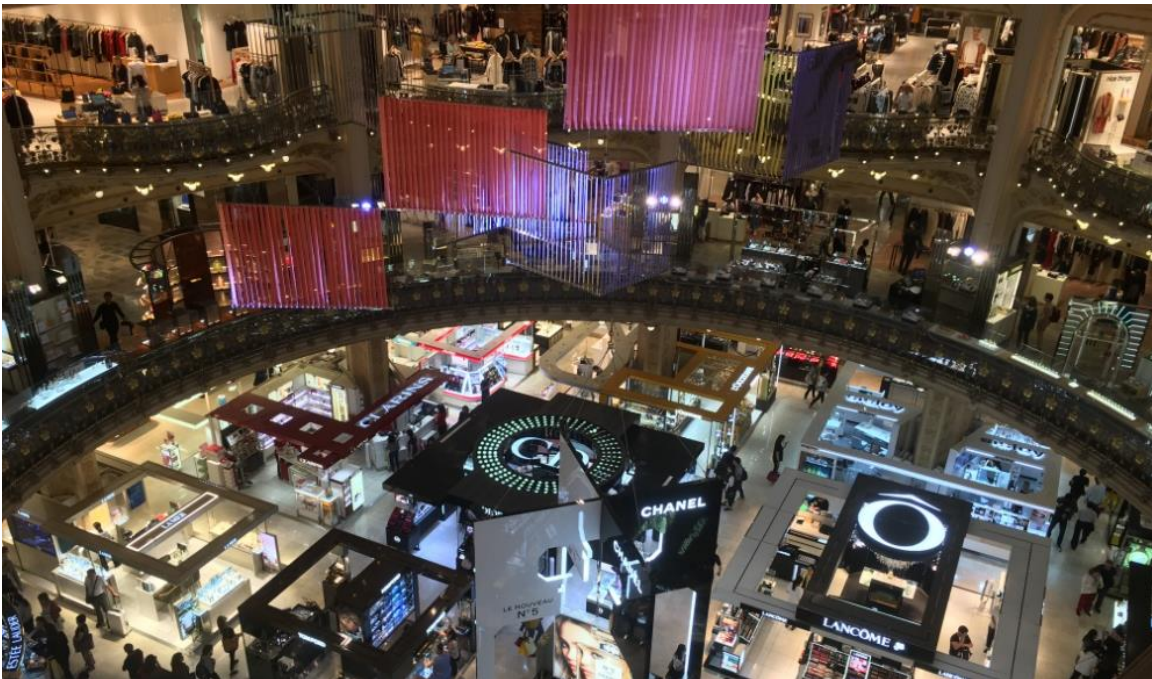
Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für den Kunden von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um Kunden in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten gegenüber dem Kunden kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die ansprechende Inszenierung beschränkt sich dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation, auch der Online Auftritt bzw. Broschüren stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch eine gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung gegenüber Wettbewerbern zu erreichen. Dies kann beispielsweise durch eine spezielle Betriebshistorie oder durch bestimmte Spezialisierungen (Sortiment, Personal, Service etc.) erfolgen. Es gilt, ein Bild in den Köpfen der Konsumenten zu hinterlassen.

Abb. 4: Warenpräsentation und Inszenierung Galeries Lafayette Paris



Quelle: cima (2018)

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kunden sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich zum Beispiel durch das individuelle und passgenaue Angebot in Frischetheken (zum schnellen Verzehr, direkt zum Mitnehmen). Ebenso findet sich das Prinzip Convenience in der Ladengestaltung, z. B. in Form von Kinderspielecken, Sitzmöglichkeiten etc. Ein Beispiel für reinen Convenience Fokus bietet die Kette „Das Kochhaus“. Hier werden portionierte Lebensmittel mit Rezeptvorschlag angeboten.

Abb. 5: Einrichtung „Das Kochhaus“ und Convenience-Anbieter „REWE to go“



Quelle: cima (2018)

Flagship-Stores

In den „Vorzeigeläden“ der jeweiligen Handels- oder Dienstleistungsunternehmen geht es weniger um den Umsatz, als um die Präsenz in den A-Lagen der Weltmetropolen. Ziel ist es, durch Exklusivität die Bekanntmachung der Marke bspw. bei Touristen voranzutreiben, weshalb in „Flaggschiffäden“ weder interaktive noch individuelle Elemente fehlen dürfen. Häufig werden die neuesten Produkte und Entwicklungen zunächst nur in Flagship-Stores präsentiert.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Offline-Handel. Denn durch die große Konkurrenz sind kleine Einzelhandelsbetriebe zur Handlung gezwungen. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie glaubwürdiges Auftreten kann hier von Vorteil sein. Kunden legen dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung. Warenpräsentation und Ladendesign können dabei auch puristischer anmuten.

Abb. 6: Modernes Bäckerei Konzept: Baker D. Chirico, Melbourne



Quelle: Peter Benetta, www.broadsheet.com.au, 2015

Mono-Label Store

Als Mono-Label Stores werden Geschäfte bezeichnet, die auf ihrer Verkaufsfläche ausschließlich Produkte einer Marke verkaufen. War dieser Trend schon seit längerem in der Modebranche etabliert, so sind nun Firmen verschiedener anderer Branchen mit aufgesprungen. Der zentrale Vorteil dieser Läden liegt in der Nähe zwischen Verkäufer/ Unternehmen und Endverbraucher. Aufgrund dieser engen Bindung kann schneller auf Vorlieben, Trends und Gewohnheiten der Kunden reagiert werden. An den guten bis sehr guten Standorten der Großstädte nimmt das Platzangebot rapide ab. Mono-Label Stores können eine Antwort des Einzelhandels auf dieses Problem darstellen. Statt der großen Markenvielfalt in Multi-Label Stores wird hier eher eine kleinere Auswahl an Waren in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern angeboten.

Cross-Selling

Dem Kunden werden Zusatzangebote bereit, welche die Kundenbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/ Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten durch bekannte Elektro-Fachmärkte. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranlassen von Kursen zur Bedienung der erworbenen Geräte einschließlich der installierten Software umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Online-Handel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das Verbraucherverhalten ist aber die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Einerseits verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und die damit einhergehenden Vorteile für den Kunden die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel. Kunden möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal als Händler zu bedienen, sondern möglichst alle Kanäle zu nutzen und (gleichzeitig) zu bedienen. Der Kunde kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen mehreren Vertriebskanälen wählen, z. B. zwischen Online-Shop, Katalog oder stationärem Handel. Beim Cross-Channeling kann der Kunde während des Einkaufes zwischen den Kanälen wechseln, z. B. das Produkt online bestellen und stationär im Geschäft abholen.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Händlern eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research online, purchase offline (Suche Online – Kaufe Offline) – eine Chance für den stationären, mittelständischen Handel vor Ort. Essentiell für den stationären Händler ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital vom Kunden aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus bieten Unternehmen Dienste für Händler, um sich digital zu positionieren und insbesondere bei re-

gionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbieter von lokalen und nationalen Online Marktplätzen (bspw. Atalanda, yatego) als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister (Google Ad Words, Google My Business etc.) erfolgen. Ferner bieten Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter und Youtube die Möglichkeit, Produkte, Aktionen etc. zu bewerben.

Mit der wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird der stationäre Handel immer häufiger zum reinen Ausstellungsraum: Beim „Showrooming“ informieren sich die Interessenten im Laden, kaufen anschließend aber online. Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren. Ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben und Kontakt mit dem Produkt und einer persönlichen Beratung sowie die vorgelagerte Informationsmöglichkeit und anschließende Bestellmöglichkeit im Netz. Im Idealfall gelingt es dem stationären Händler, dass der Kunde am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

2.3 Entwicklung der Betriebsformen

Bei den Betriebsformen führen die Rahmenbedingungen zu einer Fortsetzung des Wandels und einer weiteren Polarisierung und Positionierung. Folgende wesentliche Muster sind dabei marktbestimmend:

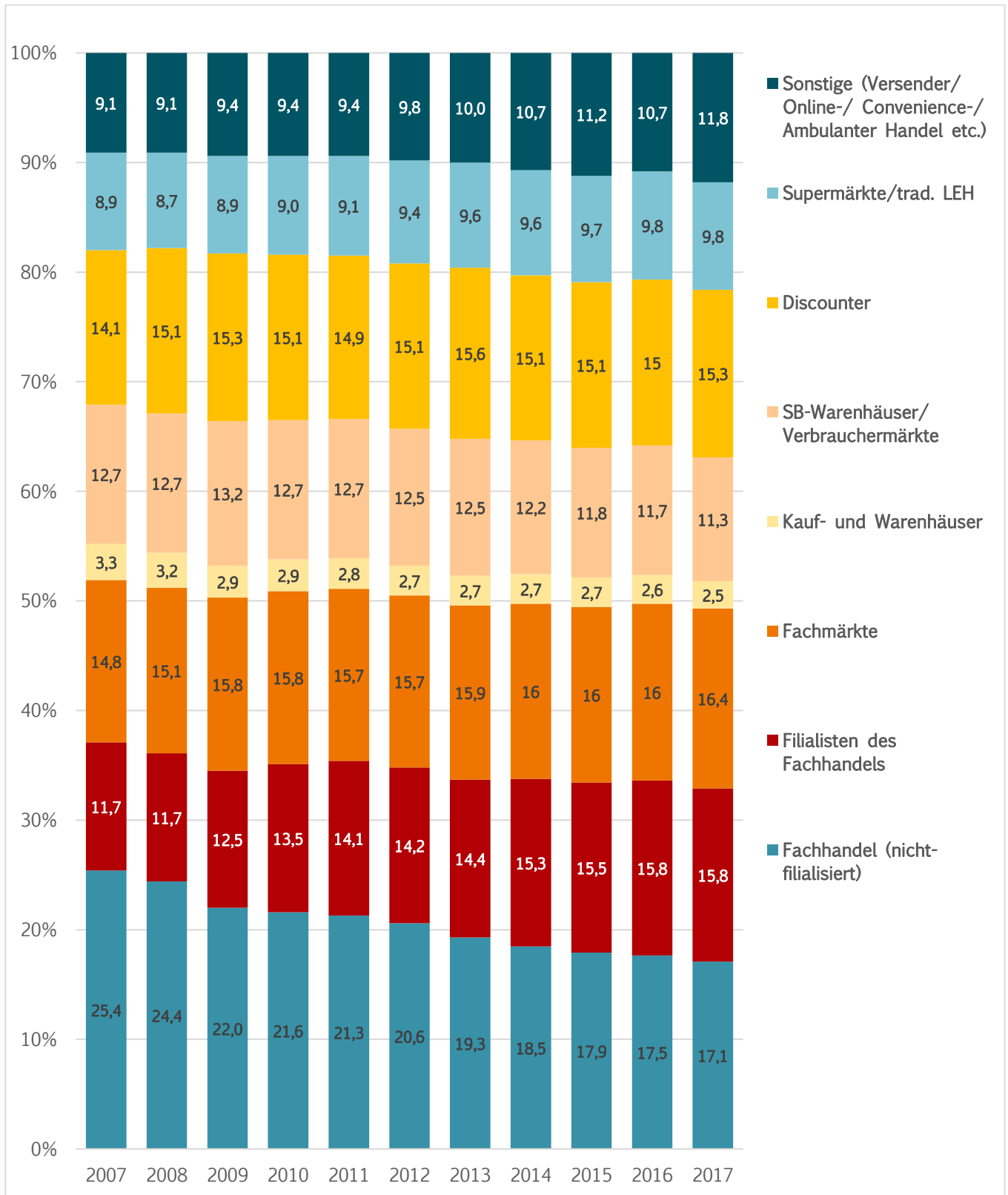
- Konkurrenz- und Kostendruck im Einzelhandel steigen. Die Flächenproduktivität sinkt.
- Weitere Spreizung zwischen discount- und premiumorientierten Angebotsformen. Die Profilierung der Anbieter wird weiter geschärft.
- Die Konzentration auf Anbieterseite schreitet weiter voran. Der Marktanteil von Unternehmen mit mehr als 2,5 Mrd. € Jahresumsatz steigt mittelfristig auf 85 %.
- Die Präsentation von Marken und Labels wird immer wichtiger. Monolabel-Stores sind bis in die Ebene der Mittelzentren auf dem Vormarsch. In größeren Städten repräsentieren sog. Flagship-Stores an wenigen Standorten das Prestige der Marke.
- Traditionelle Fachgeschäfte mit unklarem Profil und Multimarkenimage oder klassische Kaufhäuser verlieren weitere Marktanteile. Hersteller verlieren ihre Vertriebspartner und entwickeln eigene Handels- und Vertriebsnetze.
- Nicht kooperierender Fachhandel wird künftig ohne Marktbedeutung sein. Der moderne Facheinzelhändler ist gleichzeitig Franchisenehmer der verschiedensten Anbieter in seiner Stadt oder Region. Einkaufskooperationen sind das Mindestmaß an Verbund.
- Viele Filialisten sind nach dem Top-down-Prinzip in ihrer Expansionsstrategie mittlerweile bei den Klein- und Mittelstädten angekommen. Immobilien-Experten sind sich einig, dass eine Mischung aus bekannten Marken und Labels (Filialisten) mit individuellen, lokalen Fachgeschäften der Schlüssel für einen attraktiven Innenstadt-Einzelhandel ist.
- Untersuchungen zeigen, dass die Modebranche der Top-Indikator für eine attraktive Kundenbewertung der Innenstadt ist. Je vollständiger das Markenportfolio, desto mehr unterschiedliche Zielgruppen können angesprochen werden.
- Trading-up: Neue Qualitätsorientierung im Lebensmitteleinzelhandel bringt angepasste, neue Konzepte (spezialisierte Konzepte für verdichtete Großstadtlagen, Fachmarktzentrum oder ländliche Strukturen), Aufwertung im Ladenbau (größerer Platzbedarf) und auf Serviceebene (Convenience, Ausbau des Ready-to-eat-Angebots), neue Angebotsphilosophie

phien (gesunde, regionale Lebensmittel). Größe alleine ist nicht mehr entscheidend. SB-Warenhäuser wachsen künftig nur noch langsam. Dafür folgen die Anbieter der zunehmenden Überalterung mit einer Dezentralisierungsstrategie.

- Auch die Lebensmitteldiscounter entwickeln sich über neue Sortimentsstrategien (zunehmende Etablierung von Markensortimenten, zunehmende Frischekompetenz und qualitative Aufwertung der Sortimente und des Ladendesigns, Convenienceprodukte etc.) und neue Konzepte im Ladenbau oder der Warenpräsentation weiter und nähern sich den Supermärkten in diesen Punkten an.
- Neue Konzepte im Segment Non-Food-Fachmärkte werden auch zukünftig für eine anhaltende Flächennachfrage sorgen. Alte Konzepte müssen in naher Zukunft revitalisiert werden oder scheiden wieder aus dem Markt aus.
- Mit der aufgezeigten Flächenentwicklung geht eine Betriebstypenentwicklung einher, die durch einen andauernden Rückgang der Fachhandelsquote und eine Zunahme der Fachmärkte gekennzeichnet ist. Die Fachmärkte stoßen dabei in immer neue Bereiche vor und setzen so als „Category Killer“ spezialisierte Fachhandelssparten unter Druck (z. B. MediaSaturn im Bereich Elektro, Fressnapf im Bereich Zoobedarf).
- Weitere ausländische Anbieter werden versuchen den deutschen Markt zu erschließen (Deutschland ist als Europas größter Einzelhandelsmarkt für internationale Händler attraktiv), z. B. Primark als sehr erfolgreiches Textil-Discount Konzept.
- Trend zur Vertikalisierung: Anbieter beherrschen die gesamte Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Einzelhandel (z. B. Eigenmarken-Anbieter wie H & M). Handelsmarken nehmen zu (store branding).
- Shopping mit Ambiente: Der Trend zum Erlebnishandel bleibt ungebrochen. Shopping-Center-Standards haben am Markt keine Chance mehr. Moderne Einkaufswelten, ob gewachsen oder geplant, müssen trotz aller Markengleichheit unverwechselbar sein und die Kunden auch emotional ansprechen (z. B. Themen-Center).
- Factory-Outlet-Center (Fabrikverkaufs-Zentren) werden, trotz anhaltender Beliebtheit, aufgrund der strengen Genehmigungspraxis für Vorhaben außerhalb gewachsener Zentren kein dichtes Netz von Standorten bilden können, aufgrund dessen werden andere Konzepte wie bspw. Inner-City-Outlet Bad Münstereifel umgesetzt.
- Versandhändler in neuer Form mit einer Multi-Channel-Strategie (Versandkatalog und Onlinehandel und stationärer Handel) werden sich weiter etablieren.
- Der Online-Lebensmittelhandel befindet sich momentan in der Pionierphase und wird über die nächsten Jahre weitere Marktanteile gewinnen. Die Konzepte reichen dabei von Online Shops der etablierten Lebensmittelhändler (z. B. Edeka 24, Rewe Online) bis zu neuen, reinen Online-Anbietern wie allyouneedfresh.de, hellofresh.de oder Amazon Fresh.

Faktisch bedeuten diese Entwicklungstrends einen anhaltend hohen Verdrängungsdruck auf innerörtliche Einkaufslagen sowie integrierte Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen.

Abb. 7: Marktanteile nach Vertriebsformen 2007 – 2017 (nominal in %)



Quelle: IFH Retail Consultants 2018; cima-Bearbeitung 2018

2.4 Exkurs: Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe und Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird im zunehmenden Maße wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkt-Agglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarktes erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt. Eines der wesentlichen Probleme für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 bis 1.700 m² Verkaufsfläche. Bei Neuansiedlungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen die Händler Kompromisse eingehen und verspielen auf den häufig zu kleinen Flächen ihren wichtigsten Trumpf gegenüber den Discountern: eine ansprechende Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer verbesserten Warenpräsentation, neuen Service- und Angebotsbausteinen und in signifikanten Prozessveränderungen zu sehen:

- Die Ansprüche der Verbraucher an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Kundenservice zur Verfügung hat.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde bei vielen aktuellen Supermärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So zum Beispiel die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden.
- Weitere Serviceelemente, wie z. B. Selbstbackautomaten für frische Backwaren oder Getränkespender benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. Obst sowie anderer „Ready-to-eat“ Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst aufgeschnitten und abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.
- Großzügigere Verkehrswege tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abb. 8: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten (Discounter, Vollsortimenter)



Quelle: cima (2018)

Grundsätzlich gilt für zukünftige Vorhaben, dass Standortgemeinschaften branchengleicher wie branchenungleicher Betriebe Agglomerationsvorteile bieten, welche die Attraktivität und damit die Akzeptanz eines Nahversorgungsstandortes nachhaltig steigern können. Sie kommen auch dem Wunsch der Verbraucher nach einem „one-stop-shopping“ entgegen. Ein **idealtypisches Nahversorgungskonzept** in diesem Sinne könnte demnach einen Vollsortimenter und Discounter als Ankerbetriebe beinhalten, die entweder unmittelbar am Standort oder im weiteren Umfeld durch verschiedene Spezialisten (Bio-Markt, Obst, Feinkost, internationale Spezialitäten) und Lebensmittel-Handwerker (Bäcker, Metzger) sowie einen Drogeriemarkt und weitere Branchen des kurzfristigen Bedarfsbereiches ergänzt werden.

Bei aller Standardisierung kann jedoch je nach Standorttyp und Kundenstruktur der optimale, zielgruppenorientierte Angebotsmix sehr unterschiedlich sein: In Siedlungen mit hoher Sensibilität für Bio-Produkte haben sich etwa Bio-Supermärkte als „neue Form“ des Vollsortimenters bereits bewährt. Die sog. Soft-Discounter (z. B. Netto, Penny) haben dagegen in stark verdichteten Gebieten und Bereichen mit niedrigerem Kaufkraftniveau erfolgreich die Funktion eines Nahversorgers übernommen. Bei diesen Betriebstypen gewinnt jedoch aufgrund der beschränkten Auswahl das individuelle Zusatzangebot im Umfeld an Bedeutung (Bäcker, Metzger, Obst, Gemüse etc.).

Aus städtischer Sicht ist zu hinzuzufügen, dass eine kundenorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen ist zu prüfen, ob geeignete Nahversorgungsstrukturen vorliegen oder weitere Angebote in den Stadtraum integriert werden sollten, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Dabei ist eine Abstimmung auf die Größe der zu versorgenden Wohnbereiche sowie die bestehenden Nahversorgungsstrukturen maßgeblich, um eine insgesamt städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliche Angebotsituation vorhalten zu können.

3 Zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten

3.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung des Einzelhandels stellt ein Gestaltungsfeld kommunaler Entwicklungsplanung dar. Sie ist maßgeblich durch die in Art. 28 GG verankerte Selbstverwaltung der Gemeinden⁶ abgesichert. Die konkreten räumlichen, funktionalen und strukturellen Steuerungsmechanismen leiten sich aus den Befugnissen des Bau- und Planungsrechtes ab. Dieses bewegt sich in seinen Regelungen zwischen den rahmensetzenden Bedingungen der kommunalen Selbstverwaltung und den strikten Schutzbedürfnissen des privaten Eigentums, wie in Art. 14 GG festgelegt.⁷ Die maßgeblichen rechtlichen Instrumente sind dabei das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO). Die dort verankerten Steuerungsempfehlungen haben Bezug zur Raumordnung auf bundesstaatlicher Ebene (Raumordnungsgesetz – ROG) sowie den jeweiligen Landesplanungsgesetzen. Einzelne Bundesländer haben darüber hinaus Einzelhandelserlasse mit weiteren ausführenden Bestimmungen in Kraft gesetzt.

Das grundgesetzliche Schutzgut des „privaten Eigentums“ hat maßgeblichen Anteil, dass aus der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland per se nicht auf eine konkrete Steuerung des Einzelhandels zu schließen ist. Lediglich in den Grundsätzen zur Raumordnung (§ 2 ROG) lassen sich indirekt Steuerungsanlässe hinsichtlich des Einzelhandels ableiten, in dem die Schutzbedürftigkeit von Zentrenlagen und eine Orientierung der Versorgung der Bevölkerung am Zentrale-Orte-Prinzip formuliert wird. Im § 2 Abs. 3 Satz (2) und (3) ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“

Sowohl aus § 1 Abs. 6 (4) BauGB (Abwägungsgebot), als auch § 2 Abs. 2 BauGB (nachbarliches Abstimmungsgebot) kann das Erfordernis zur Ausweisung von bzw. die Auseinandersetzung mit faktischen Zentralen Versorgungsbereichen abgeleitet werden.

Das Abwägungsgebot nach § 1 Abs. 6 (4) BauGB fordert, dass *„die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“* bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus verweist das Abstimmungsgebot bei der Bewertung von Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels (Planvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO) auf eine

⁶ Art. 28 Abs. 2: Den Gemeinden muss das Recht gewährleistet sein, alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft im Rahmen der Gesetze in eigener Verantwortung zu regeln [...]. Die Gewährleistung der Selbstverwaltung umfasst auch die Grundlagen der finanziellen Eigenverantwortung; zu diesen Grundlagen gehört eine den Gemeinden mit Hebesatzrecht zustehende wirtschaftskraftbezogene Steuerquelle.

⁷ Art. 14: (1) Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt. (2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. (3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder aufgrund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt [...].

Abstimmung von Planungen zwischen Gemeinden und den ihnen durch die Raumordnung zugewiesenen Funktionen:

„Die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden sind aufeinander abzustimmen. Dabei können sich die Gemeinden auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen.“

Kommunen können hier nur agieren, wenn sie Bezug auf im Rahmen eines Konzeptes abgegrenzte oder faktische Zentrale Versorgungsbereiche nehmen.

Der Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen vom 22.09.2008⁸ empfiehlt den Städten und Gemeinden durch städtebauliche Konzepte, insbesondere kommunale Einzelhandelskonzepte, Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.

Die Notwendigkeit einer Einzelhandelskonzeption für Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen erschließt sich außerdem unmittelbar aus dem in seiner Gesamtfassung am 08.02.2017 in Kraft getretenen Landesentwicklungsplan NRW.⁹ Die darin formulierten Ziele bzw. Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels enthalten Steuerungsempfehlungen, die den Grundsatz der Raumordnung aus dem § 2 ROG zur „Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als Zentrale Versorgungsbereiche“ ausfüllen. Sie sind nunmehr grundsätzlich im Kontext regionaler und kommunaler Planungen zu beachten.

Nachrichtlich werden nachfolgend alle Ziele und Grundsätze dokumentiert. Die entsprechende Formulierung der Ziele und Grundsätze des LEP NRW sind kursiv gedruckt.

3.2 Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen

Die Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelsnutzungen setzt die Übereinstimmung mit den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung und Landesplanung voraus, die im Landesentwicklungsplan NRW (Kapitel 6.5) formuliert sind:

Ziel 6.5-1: Standorte des großflächigen Einzelhandels nur 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.

Mit diesem Ziel sollen die Gestaltungsspielräume für eine ressourcenschonende Flächennutzung abgesichert werden. Eigentlich für gewerbliche Nutzung vorgesehene Standortareale sollen sich nicht schleichend zu Einzelhandelsagglomerationen entwickeln. Damit werden auch die Entwicklungsspielräume für Industrie und Gewerbe abgesichert bzw. erhalten.

⁸ vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13.

⁹ Aktuell wird ein Änderungsverfahren für den LEP NRW durchgeführt (Beteiligungsphase bis 15.07.2018, derzeit Auswertung der Stellungnahmen).

Ziel 6.5-1 formuliert eindeutig, dass die Gebietstypen Kern- und Sondergebiete grundsätzlich nur an im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesenen Standorten dargestellt und festgesetzt werden dürfen.¹⁰

Ziel 6.5-2: Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kern- und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur

- *in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrieren 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 1¹¹ und*
- *weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten 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.*

In Ziel 6.5-2 erfolgt die Zuweisung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO in Zentralen Versorgungsbereichen. Darüber hinaus wird für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Sortiment eine Ausnahmeregel definiert. Diese Vorhaben können auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden, wenn die in der Zielfassung beschriebenen Rahmenbedingungen erfüllt sind.

¹⁰ Ziel 6.5-1: Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

¹¹ Anlage 1 des LEP NRW weist folgende Sortimente als zentrenrelevant aus: Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe; Sportartikel (ohne Teilsortimente, Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten); Uhren, Schmuck sowie die gleichzeitig nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Siehe hierzu auch den Abschnitt zur Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste im vorliegenden Gutachten.

Somit können kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzepte zusätzlich zu Zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte ausweisen. Dabei sind auch bereits existierende Standorte außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen zu berücksichtigen. Für neue Standorte ist jeweils die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen. Ausdrücklich wird hier ein Gestaltungsspielraum für Städte mit kleinparzellierter Struktur bestehender Zentraler Versorgungsbereiche oder mit historischen Ortskernen definiert. Die Ausnahmeregel dürfte überwiegend im ländlichen Raum Anwendung finden.

Ziel 6.5-3: Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Eine grobe Erstprüfung, ob eine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche gegeben sein könnte, stellt die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relation dar. Dabei wird die warengruppenspezifische Umsatzerwartung eines Projektvorhabens dem warengruppenspezifischen Nachfragevolumen im relevanten Einzugsbereich (Stadtgebiet oder Stadtteil) gegenübergestellt. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation deutlich unter 100, kann häufig von einer verträglichen Dimensionierung eines Projektvorhabens ausgegangen werden, die die Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt. Es wird darauf hingewiesen, dass es sich dabei lediglich um eine grobe Erstprüfung handeln sollte.

Vertiefend ist der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit über ökonomische Modellrechnungen zu warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen zu erbringen, die durch die Ansiedlung eines Projektvorhabens ausgelöst werden.

Grundsatz 6.5-4: Nicht zentrenrelevante Sortimente - Dimensionierung

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

Grundsatz 6.5-4 fordert die maßstäbliche Dimensionierung auch von Betriebstypen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ein. Die Regelungen treffen insbesondere Baufachmärkte und Möbelhäuser. Der Umsatz der jeweiligen nicht zentrenrelevanten Sortimente soll das sortimentspezifische Nachfragevolumen der Standortkommune nicht überschreiten. Bezugnehmend auf die definierte Verträglichkeitsschwelle sind die potenziellen Verkaufsflächenobergrenzen zu formulieren.

Ziel 6.5-5: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, 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.

Das Ziel 6.5-5 enthält den Prüfauftrag für Ansiedlungsvorhaben mit großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment in Bezug auf die Stadt- und Regionalver-

träglichkeit des zentrenrelevanten Randsortiments. Dieser Anteil darf 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten. Darüber hinaus sind nur zentrenrelevante Sortimente zulässig, die tatsächlich in einem Zusammenhang mit dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment als Randsortiment stehen.

Grundsatz 6.5-6: 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.

Der Grundsatz 6.5-6 enthält die Empfehlung, dass das zentrenrelevante Randsortiment innerhalb von großflächigen Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment 2.500 m² nicht überschreiten soll. Die Orientierung an diesem Richtwert kann im Kontext der Diskussion der möglichen wesentlichen Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche erörtert werden.

Ziel 6.5-7: Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 zulässige Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.“

Im Erläuterungstext des Landesentwicklungsplanes NRW zu Ziel 6.5-7 wird auf die Bewertung einer geringfügigen Erweiterung genauer eingegangen. Dort heißt es:

*„Die Entscheidung, was "geringfügig" ist, ist vom Einzelfall abhängig. Neben dem wichtigsten Kriterium der **fehlenden wesentlichen Beeinträchtigung** ist bei der Beurteilung auch darauf zu achten, dass die Erweiterung **im Verhältnis angemessen** ist.“*

Ziel 6.5-7 führt in den meisten Kommunen zu Planungserfordernissen. Das landesplanerische Ziel fordert die Begrenzung von Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen. Rückbau steht in jedem Fall vor einer Weiterentwicklung. In den meisten Städten und Gemeinden sind hier Bauleitpläne anzupassen oder neu aufzustellen.

Im Rahmen des Bestandsschutzes sollen „geringfügige Erweiterungen“ zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit zulässig sein. Da die genaue Dimensionierung einer solchen Erweiterung nicht pauschal festgelegt werden kann, ist diese im Rahmen einer gutachterlichen Bewertung auf Grundlage bestimmter Prüfkriterien (u. a. Bestandsgröße, Marktbedeutung vor und nach einer Erweiterung, städtebauliche Verträglichkeit) im Einzelfall zu ermitteln.

Werden im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes oder diesem zu zuordnenden ergänzenden gutachterlichen Stellungnahmen Erweiterungen in Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels zugelassen bzw. empfohlen, so ist der Nachweis zu erbringen, dass keine wesentliche Beeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche erfolgt.

Ebenso zu identifizieren sind in kommunalen Einzelhandelskonzepten Ansätze und Gefährdungspotenziale durch etablierte oder in Ansätzen vorhandene Einzelhandelsagglomerationen. Diese können sich auch durch eine Agglomeration von Betrieben mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit entwickeln. Solche Agglomerationsansätze dürften teilweise eine ähnliche Sogwirkung entwickeln wie Standortagglomerationen des großflächigen Einzelhandels und somit ebenfalls eine potenzielle Gefährdung der Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereiche darstellen.

Ziel 6.5-8: Vermeidung von Agglomerationen

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 zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

In diesem Zusammenhang wird auf folgende Erläuterungen im LEP zu o. g. Ziel verwiesen: „Eine Einzelhandelsagglomeration im Sinne von Ziel 6.5-8 liegt vor, wenn mehrere selbstständige, auch je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und davon raumordnerische Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO wie bei einem Einkaufszentrum oder einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb ausgehen bzw. ausgehen können. [...] Wann konkret die in Gestalt des "Entgegenwirkens" begründete Handlungspflicht einsetzt, liegt zu einem gewissen Grad im Ermessen der planenden Gemeinde. Sie kann gegen die Entstehung von Einzelhandelsagglomerationen frühzeitig Vorsorge betreiben oder derartigen Entwicklungen auf einer späteren Stufe begegnen.“

Grundsatz 6.5-9: Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

Der Grundsatz 6.5-9 des des LEP NRW fordert das Einstellen von Regionalen Einzelhandelskonzepten in die Abwägung bei Aufstellung und Änderung von Regionalplänen. Für die Fortschreibung von kommunalen Einzelhandelskonzepten mit beschlossenen regionalen Einzelhandelskonzepten bedeutet dies die Berücksichtigung der in der Region vereinbarten ‚Spielregeln‘ zur Einzelhandelssteuerung.

Ziel 6.5-10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne

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 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Ziel 6.5-10 bindet die Ziele bzw. Grundsätze 6.5-1 bis 6.5-8 auch an Vorhabenbezogene Bebauungspläne, sofern nicht von der strikten Bindung der Regelungen an einen Durchführungsvertrag (§ 12 Absatz 3a Satz 1) Gebrauch gemacht wird.

3.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte

Die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche ist ein Kerninhalt kommunaler Einzelhandelskonzepte. Aus den Gestaltungsspielräumen der Bauleitplanung, den Vorgaben der Landesplanung und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen lassen sich insgesamt folgende Aufgaben zur Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ableiten¹²:

- Aufbereitung des relevanten Tatsachenmaterials (Beschreibung der Gemeinde als Einzelhandelsstandort auch im Hinblick auf landes- und regionalplanerische Vorgaben, Ermittlung des konkreten Bestandes, Untersuchung der Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf potenzielle Standorte und Erweiterungen, Kundenpotenzial im Einzugsbereich sowie zu erwartende generelle Entwicklungen im Einzugsbereich)
- Entwicklung konzeptioneller Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur (Lage, Ausdehnung und Funktion Zentraler Versorgungsbereiche, Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen und Nahversorgungsstandorte)¹³
- Ermittlungen und Vorschläge für eine ortstypische Sortimentsliste¹⁴

Kommunale Einzelhandelskonzepte gehören zu den sonstigen städtebaulichen Konzepten gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und haben hierdurch gewichtigen Belang in der Abwägung. Einzelhandelskonzepte sind jedoch nicht rechtlich bindend, auch wenn sie von den Kommunalparlamenten mit Mehrheit beschlossen wurden. Das heißt, dass „[...] aus einer mangelnden Bindung von Zentrenkonzepten folgt, dass ihre Vorgaben im Rahmen der Abwägung aller städtebaulich erheblichen Belange zurückgestellt werden können [...]“¹⁵

Wird jedoch ein in sich schlüssiges, nachvollziehbares Einzelhandelskonzept einer Bebauungsplanung zugrunde gelegt, so bedarf es keiner weiteren differenzierten Betrachtung.¹⁶

Kommunale Einzelhandelskonzepte verlieren an Abwägungsrelevanz, je häufiger sie durchbrochen werden. Grundsätzlich geht aus der fehlenden rechtlichen Bindung hervor, dass sie durchbrochen werden dürfen. Konkret heißt es im BVerwG-Urteil vom 26.03.2009 (4 C 16.07):

„Das Ausmaß der Durchbrechungen eines städtebaulichen Konzeptes bestimmt unabhängig von ihrer städtebaulichen Rechtfertigung des Gewichts, das dem Konzept in der Abwägung zukommt: Je häufiger und umfangreicher das Konzept bereits durchbrochen worden ist, desto geringer ist sein Gewicht als Belang der Standortpolitik.“¹⁷

¹² Die nachfolgende Auflistung dokumentiert U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 239. Außerdem wird Bezug genommen auf vhw-Skript: Die Steuerung des Einzelhandels durch Landes- und Regionalplanung, kommunale Planung und interkommunale Kooperation, Hrsg. Olaf Bischopink und Ulrich Kuschnerus, Münster 2011, S. 11. Es besteht unmittelbarer Bezug zu BVerwG, Urte. V. 17.12.2009 – 4 C 1.08 und BVerwG, Beschluss vom 12.09.2009 – 4 B 5.09.

¹³ Zur Problematik der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche siehe entsprechenden Abschnitt im vorliegenden Gutachten

¹⁴ Zur konkreten Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste siehe Kapitel 9 im vorliegenden Gutachten

¹⁵ BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 – 4 C 16.07

¹⁶ BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 – 4 C 21.07

¹⁷ BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 – 4 C 16.07

4 Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandelsstandortes Willich

4.1 Lage, Einwohnerstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Willich ist mittlere kreisangehörige Stadt des Kreises Viersen und erfüllt nach der Landesplanung die Funktion eines Mittelzentrums. Die dem Regierungsbezirk Düsseldorf zugehörige Stadt erstreckt sich über eine Gesamtfläche von rd. 67,8 km², auf der insgesamt 51.744 Einwohner¹⁸ leben. Sie verteilen sich auf die vier Stadtteile Willich, Anrath, Neersen und Schiefbahn (vgl. Abb. 9). Den Einwohnerschwerpunkt bildet die Kernstadt Willich (Alt-Willich) mit rd. 44 % der Einwohner (22.863), in den Stadtteilen Schiefbahn und Anrath wohnen jeweils zwischen 11.300 und 11.400 Einwohner (22 %). Sehr dörflich strukturiert ist Neersen mit 6.178 Einwohnern (ca. 12 %).

Abb. 9: Einwohner (Hauptwohnsitze) nach Stadtteilen

Gemeinde	Einwohner absolut	Einwohner in %
Willich	22.863	44,2%
Schiefbahn	11.366	22,0%
Anrath	11.337	21,9%
Neersen	6.178	11,9%
Gesamt	51.744	100%

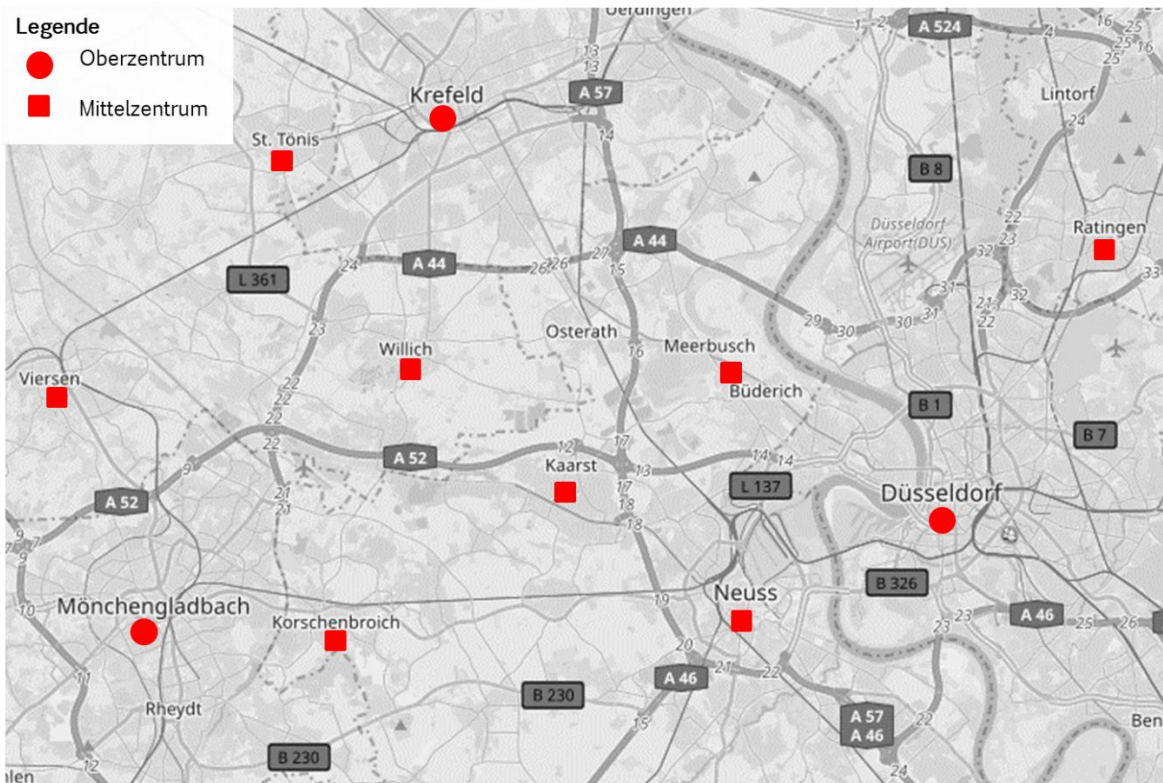
Quelle: Stadt Willich, Stand 31.07.2017

Als Mittelzentrum übernimmt die Stadt Willich die raumordnerische Aufgabe der Versorgung mit Waren, Dienstleistungen und Infrastrukturangeboten, die über die Grundversorgung hinausgehen. Dies umfasst bspw. Güter des periodischen Bedarfs, aber auch Einrichtungen wie weiterführende Schulen, Fachärzte oder kulturelle Angebote.

Angrenzend an Willich befinden sich fünf weitere Mittelzentren, nämlich Tönisvorst im Nordwesten, Meerbusch und Kaarst im (Süd-)Osten, Korschenbroich im Süden und Viersen im Westen. Das polyzentrisch strukturierte Willich liegt zudem eingebettet in das Städtedreieck der drei Oberzentren Krefeld (rd. 12 km), Mönchengladbach (rd. 15 km) und Düsseldorf (rd. 25 km). Die Stadtrandgebiete der kreisfreien Städte Krefeld und Mönchengladbach grenzen direkt an Willich (vgl. Abb. 10). Damit wird deutlich, dass die Stadt auf dem Einzelhandelssektor großen Wettbewerbswirkungen in der Region ausgesetzt ist; die Versorgungsfunktionen sind daher in erster Linie auf die örtliche Wohnbevölkerung ausgerichtet.

¹⁸ Quelle: Stadt Willich, Einwohner nach Hauptwohnsitz, Stand 31.07.2017

Abb. 10: Lage der Stadt Willich und Zentralörtliche Gliederung



Quelle: LEP NRW 2017, cima-Darstellung 2018

Verkehrlich ist Willich sehr gut an das überregionale Straßennetz angebunden. Willich ist von einem Autobahnring umgeben: Entlang der nördlichen Stadtgrenze sowie in nord-südlicher Richtung durch das Stadtgebiet verläuft die Trasse der Autobahn A 44, welche im südlichen Stadtgebiet an die das (südliche) Stadtgebiet passierende A 52 (Mönchengladbach – Düsseldorf) knüpft. Im weiteren Verlauf ist die A 44 im Osten an die A 57 (Nijmegen – Köln) und die A 3 (Oberhausen – Frankfurt) angebunden; auch die A 52 knüpft an die A 57. Insgesamt ist damit eine sehr gute regionale Anbindung gewährleistet. Darüber hinaus wird auch über die Bundesstraße 57 (Krefeld – Mönchengladbach) eine Verbindung zu den umliegenden Städten hergestellt. Die Anbindung der Stadtteile erfolgt durch Landes- und Kreisstraßen.

An den regionalen Schienenverkehr ist Willich über den Bahnhof in Anrath angebunden; hier fährt die Rhein-Niers-Bahn (Mönchengladbach – Krefeld/ Duisburg). Weitere ehemals vorhandene Bahnhöfe/ Bahnlinien innerhalb des Stadtgebietes wurden eingestellt. Weiterhin existiert ein Buslinienetz für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), das durch drei Verkehrsunternehmen – Stadtwerke Krefeld, NEW mobil und Busverkehr Rheinland – bedient wird. Dieses Angebot wird durch den Bürgerbus (Anrath, Willich) ergänzt.

4.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Die soziodemographischen Rahmenbedingungen des Einzelhandels in der Stadt Willich werden durch die nachfolgend aufgeführten Strukturdaten charakterisiert:

Abb. 11: Sozioökonomische Strukturdaten

Indikatoren		Stadt Willich	Kreis Viersen	NRW
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2012	50.663	295.448	17.554.329
	31.12.2017	51.179	298.733	17.912.134
	+/- in % 2012-2017	1,0	1,1	2,0
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Arbeitsort)	31.12.2012	14.686	81.685	6.211.971
	31.12.2017	16.482	89.519	6.819.700
	+/- in % 2012-2017	12,2	9,6	9,8
Einpendler	2012	13.026	65.256	4.290.130
Auspendler	2012	16.863	90.102	4.195.037
	Saldo	-3.837	-24.846	95.093
Einpendler	2016	13.705	70.933	4.647.800
Auspendler	2016	17.564	95.572	4.553.923
	Saldo	-3.859	-24.639	93.877
Arbeitslosenquote am Stichtag	31.12.2012	-	7,8 %	8,8 %
	31.12.2017	-	6,7 %	7,6 %
	30.06.2018	-	6,4 %	7,3 %

Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen; Bundesagentur für Arbeit, cima-Zusammenstellung (2018)

- In den letzten fünf Jahren war in der Stadt Willich – ähnlich wie im Kreis Viersen – ein leichtes Bevölkerungswachstum von 1,0 % zu verzeichnen. Im Land Nordrhein-Westfalen lag der Anstieg im Vergleichszeitraum 2012 - 2017 bei 2,0 %; die Zuwächse sind u. a. auf die Zuwanderungen von Flüchtlingen zurückzuführen.
- Im Dezember 2017 waren in der Stadt Willich insgesamt 16.482 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort tätig. Für den Zeitraum 2012 – 2017 ist dabei eine deutlich positive Beschäftigtenentwicklung zu beobachten. Mit einem Anstieg der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten um rund 12 % wird der Zuwachs auf Kreis- und Landesebene (zwischen 9,6 und 9,8 %) noch übertroffen.
- Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit standen im Jahr 2016¹⁹ 13.705 Einpendlern in Willich 17.564 Auspendler gegenüber; damit weist die Stadt Willich ein negatives Pendlersaldo auf, was auf regionale Verflechtungen hinweist.
- Die regionale Arbeitslosenquote liegt im Kreis Viersen aktuell bei 6,4 % und ist in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken. Dabei liegt sie jeweils rund einen Prozentpunkt unterhalb der Landesquote.

In der Gesamtschau der sozioökonomischen Rahmendaten ist die Stadt Willich durch eine positive Entwicklung zu charakterisieren.

¹⁹ Aktuellere Zahlen wurden noch nicht veröffentlicht.

5 Angebotssituation des Einzelhandelsstandortes Willich

5.1 Methodik der Erhebung

Im Oktober und November 2017 erfolgte eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe innerhalb des gesamten Willicher Stadtgebietes, u. a. nach Standort, Verkaufsfläche, Branche und Betriebstyp. Die cima verwendet für die Bestandsaufnahme einen eigenen Schlüssel, der 31 Branchen umfasst. Um eine möglichst genaue Sortimentsverteilung zu ermitteln, erfolgte die Zuordnung nicht nur nach dem Hauptsortiment der Betriebe, sondern auch innerhalb der Betriebe nach ggf. vorhandenen Rand-/ Teilsortimenten. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird der Einzelhandelsbestand im Folgenden in einer Übersicht mit 14 Hauptwarengruppen dargestellt.

Als Verkaufsflächen wurden grundsätzlich alle Flächen aufgenommen, die den Kunden zugänglich bzw. vom Kunden einsehbar sind und auf denen der Verkauf üblicherweise abgewickelt wird. Diese Definition ist auf das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24. November 2005 zurückzuführen, nach dem alle Flächen zu berücksichtigen sind, die dem Verkauf der Ware förderlich sind. Neben den Vorkassenzonen, Windfängen und Leergutrückgaben sind dies die Flächenanteile hinter den Bedienungstheken in Lebensmittelvollsortimentern und Metzgereien und Bäckereien. Dagegen werden Lagerflächen, Personalräume oder Warenauslagen im öffentlichen Raum, ebenso wie die Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren, nicht berücksichtigt.

Neben einer Aufnahme der Einzelhandelsbetriebe ist – v. a. für die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche sowie deren funktionale Bewertung – die Erfassung ergänzender innenstadttypischer Nutzungen von Bedeutung. Die Erhebung dieser Betriebe erfolgte innerhalb der ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche im Willicher Stadtgebiet. Als ergänzende Nutzungen wurden u. a. folgende Kategorien aufgenommen:

- Dienstleistungen (z. B.: Friseure, Reisebüros, Ärzte, Reinigungen)
- Gastronomie/ Hotellerie
- Freizeit/ Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Sonstiges Gewerbe/ Handwerk

Die einzelhandelsnahen Dienstleistungen und die weiteren genannten Funktionen generieren einen zusätzlichen Nutzen für das Einkaufserlebnis, da sie die Funktionsvielfalt und -dichte in Zentren erhöhen. Einige Dienstleistungsbranchen profitieren von den vorhandenen Passantenfrequenzen des Einzelhandels oder sind gar von ihnen abhängig, andere generieren durch eigene Zielkundschaft eine zusätzliche Belebung. Um die Zentralen Versorgungsbereiche sowie deren Bestand und Entwicklung z. B. hinsichtlich möglicher Trading-Down-Ansätze einschätzen zu können, wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme neben den genannten ergänzenden Nutzungen auch sog. Vergnügungsstätten (v. a. Wettbüros und Spielhallen) und Leerstände aufgenommen.

5.2 Vorhandener Einzelhandelsbesatz (Gesamtstadt)

Im Rahmen der Vollerhebung des Einzelhandels in der Stadt Willich wurden insgesamt 230 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 42.770 m² erhoben. Insgesamt erwirtschaften die Einzelhandelsbetriebe im Willicher Stadtgebiet einen jährlichen Einzelhandelsumsatz von rd. 142,5 Mio. € (brutto). In der nachfolgenden Tabelle werden die strukturellen Ergebnisse hinsichtlich Betriebszahl, Verkaufsfläche und Umsatz, differenziert nach übergeordneten Warengruppen, zusammengefasst.

Abb. 12: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen in der Stadt Willich

cima Warengruppe	Anzahl Betriebe*	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	78	15.140	77,0
Gesundheits- und Körperpflege	15	2.610	13,6
Schnittblumen, Zeitschriften	12	1.210	3,7
täglicher Bedarf insgesamt	105	18.960	94,3
Bekleidung, Wäsche	37	3.495	9,9
Schuhe, Lederwaren	5	1.315	2,8
Uhren, Schmuck, med.-orthop. Bedarf	18	650	3,4
Persönlicher Bedarf insgesamt	60	5.460	16,1
Bücher, Schreibwaren	8	1.150	4,5
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, Computer	11	1.345	6,1
Medien, Technik insgesamt	19	2.495	10,6
Sportartikel, Fahrräder	4	320	0,8
Spielwaren, Hobbybedarf, Zooartikel	5	1.890	4,9
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	9	2.210	5,7
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	9	2.360	4,7
Heimtextilien, Möbel, Antiquitäten	7	1.120	2,1
Eisenwaren, Baumarktartikel	8	875	1,0
Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche, Kfz-Zubehör	6	730	1,7
Pflanzen, Gartenbedarf	7	8.560	6,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf	21	10.165	9,0
Einzelhandel insgesamt	230	42.770	142,5

* Zuordnung nach Hauptsortiment

** Bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte, Teilflächen von Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Warengruppen zugeordnet

Quelle: CIMA Beratung + Management GmbH, Datenstand: 11/ 2017

Folgende zentrale Ergebnisse der Einzelhandelsbestandserhebung sind festzuhalten:

- Rund 46 % aller im Willicher Stadtgebiet erhobenen Einzelhandelsbetriebe (105) sind in ihrem Kernsortiment dem periodischen Bedarf zuzuordnen. Der in diesen Betrieben erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt etwa 66 % des gesamtstädtischen Umsatzes. V. a. die sog. nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren, welche häufig mehrmals pro Woche eingekauft werden, spiegeln die hohe Versorgungsbedeutung dieser Sortimente im Willicher Stadtgebiet wider.
- Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel umfasst insgesamt 78 Betriebe, eine Verkaufsfläche von 15.140 m² und einen Umsatz von 77,0 Mio. €. Flächengrößter Anbieter ist der REWE-Markt in der Willicher Innenstadt. Insgesamt entfallen etwa 35 % der Gesamtverkaufsfläche und mehr als die Hälfte des gesamten Willicher Einzelhandelsumsatzes auf diese Warengruppe.
- In den Sortimenten Bekleidung, Wäsche sowie Schuhe und Lederwaren, die typische Innenstadtleitsortimente darstellen, sind in Willich in der Summe 42 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 4.810 m² vorhanden. Die Bedeutung dieser Sortimente auf gesamtstädtischer Ebene ist mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 11 % jedoch noch ausbaufähig. Aktuell gibt es keinen großflächigen Anbieter dieser Warengruppe im Willicher Stadtgebiet. Verhältnismäßig umfangreich ist das Angebot im Bereich Uhren/Schmuck und medizinisch-orthopädischer Bedarf, das im Stadtgebiet in 18 Betrieben schwerpunktmäßig angeboten wird.
- Des Weiteren kann die Warengruppe Medien und Technik größere Flächen- und Umsatzanteile (ca. 6 % Flächen- und ca. 7 % Umsatzanteil) im Willicher Stadtgebiet generieren. Allerdings handelt es sich dabei in erster Linie um klein- und mittelgroße Anbieter, ein großflächiger Elektronikfachmarkt existiert zwar nicht, Angebotsschwerpunkte bilden jedoch insbesondere zwei Anbieter in Gewerbegebiet Münchheide (HIFI) und an der Bahnstraße (weiße Ware).
- Ähnlich große Verkaufsflächenangebote (ca. 2.200 bis 2.400 m² VKF) weisen die Sparten Spiel, Sport, Hobby sowie Glas, Porzellan, Keramik und Haurat auf. Während das Angebot bei Möbeln und Heimtextilien mit insgesamt 1.120 m² überschaubar ist, bildet die Sparte Baumarkt und Garten mit über 10.100 m² VKF einen weiteren Verkaufsflächenschwerpunkt. Ein Großteil der Fläche entfällt dabei auf das Segment Pflanzen und Gartenbedarf, welches durch z. T. flächenintensivere Angebotsformen in Form von mehreren Pflanzenmärkten gekennzeichnet ist; ein klassischer großer Baumarkt existiert nicht. In den Segmenten Baumarkt und Gartenbedarf liegen die Umsatzleistungen je m² Verkaufsfläche (sog. Flächenproduktivität) naturgemäß z. T. deutlich unterhalb der meisten innenstadttypischen und/ oder nahversorgungsrelevanten Warengruppen.

Die Berechnung der Umsätze erfolgte auf Basis von Flächenproduktivitäten (Brutto-Umsatz je m² Verkaufsfläche p. a.) für die insgesamt 31 Einzelbranchen gemäß cima-Systematik. Die Flächenproduktivitäten basieren auf deutschlandweiten Durchschnittswerten, die im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten an die örtliche Situation nach bestem Wissen angepasst wurden.

5.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Willicher Stadtgebiet

Bei der Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels im Willicher Stadtgebiet – differenziert nach den vier Stadtteilen – zeigt sich, dass der Stadtteil Willich innerhalb des Stadtgebietes den deutlichen Einzelhandelsschwerpunkt bildet; knapp die Hälfte (rd. 47 %) der Einzelhandelsbetriebe sind im Stadtteil Willich ansässig.

aller Einzelhandelsbetriebe und rd. 50 % der Verkaufsfläche sind dem Stadtteil Willich zugeordnet. Die hier ansässigen Betriebe erwirtschaften dementsprechend auch den höchsten Umsatzanteil von rd. 55 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Neben der Willicher Innenstadt sind dem Stadtteil die (Nah-)Versorgungsangebote an den Standorten Bahnstraße, Am Güterbahnhof, Gewerbegebiet Münchheide und Wekeln zugeordnet.

Abb. 13: Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen und Stadtbezirken

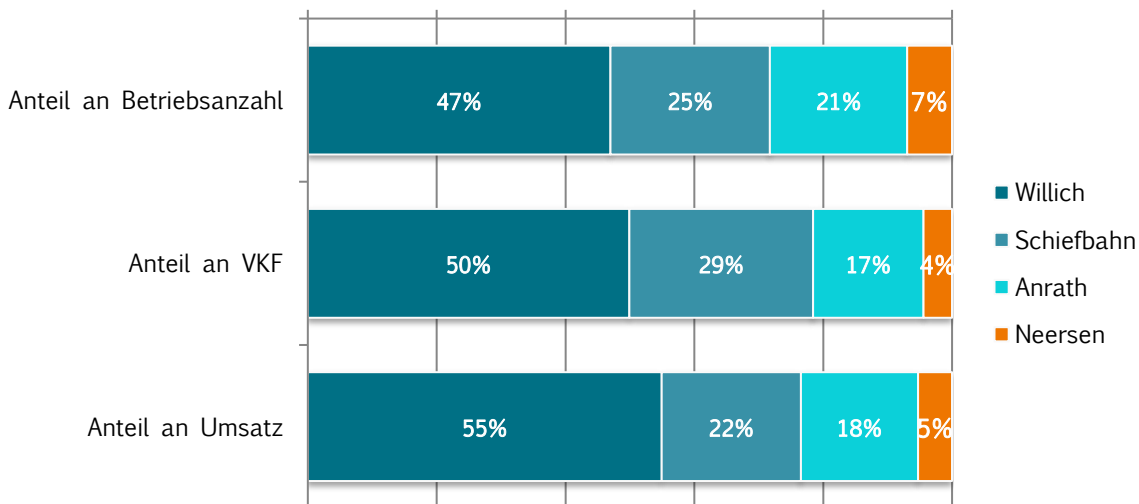
Stadtteil	Anzahl Betriebe*	Verkaufsfläche in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Stadtteil Willich	108	21.340	78,3
Stadtteil Schiefbahn	57	12.205	30,8
Stadtteil Anrath	49	7.330	25,9
Stadtteil Neersen	16	1.895	7,5
Einzelhandel insgesamt	230	42.770	142,5

* Zuordnung nach Hauptsortiment

** Bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte, Teilflächen von Mehrbranchenbetrieben wurden den jeweiligen Warengruppen zugeordnet

Quelle: cima (2018)

Abb. 14: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsbestandes in Willich nach Stadtteilen



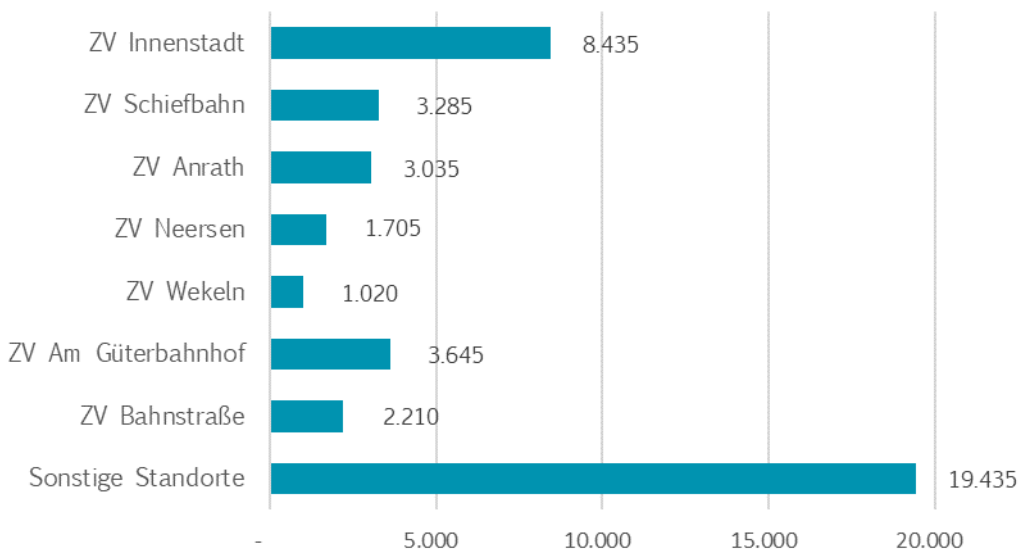
Quelle: cima (2018)

Die Stadtteile Schiefbahn und Anrath stellen ebenfalls wichtige Versorgungsstandorte dar; dies kommt in Anteilen zwischen 17 und 21 % der Einzelhandelsausstattung zum Ausdruck. Neben den Angeboten in den Stadtteilzentren sind hier weitere Anbieter an dezentralen Standorten zu nennen, dazu zählen beispielsweise Pflanzenmärkte oder auch einzelne an Solitärstandorten platzierte Disountmärkte.

Eine deutlich geringere Versorgungsbedeutung kommt dem Stadtteil Neersen zu; die Angebote beschränken sich – bis auf einzelne kleinstrukturierte Anbieter in Streulagen – auf das Nahversorgungszentrum in der Ortsmitte von Neersen.

In Bezug auf die Zuordnung der Betriebe und Verkaufsflächen zu den integrierten Lagen (Zentrale Versorgungsbereiche, vgl. Kap. 7) ist zu konstatieren, dass mit 67 % der Betriebe und 55 % der Verkaufsfläche der Großteil des Willicher Einzelhandelsbestands innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche gelegen ist. Die Innenstadt verfügt mit 8.435 m² Verkaufsfläche bzw. 20 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche über die größte Verkaufsflächenkonzentration unter den Zentralen Lagen. In Schiefbahn, Anrath und am Standort Am Güterbahnhof sind jeweils zwischen 7 und 9 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen verortet. Deutlich geringe Versorgungsbedeutungen weisen die Zentralen Versorgungsbereiche Bahnstraße, Neersen und Wekeln auf. Den sonstigen Standorten innerhalb der Stadt Willich sind 33 % der Betriebe, aber 45 % der Verkaufsfläche zugeordnet. Dies zeigt, dass dort i. d. R. größere Betriebseinheiten (z. B. flächenintensive Pflanzenmärkte, aber auch bspw. Lebensmittelmärkte) zu finden sind.

Abb. 15: Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen (in m² VKF)

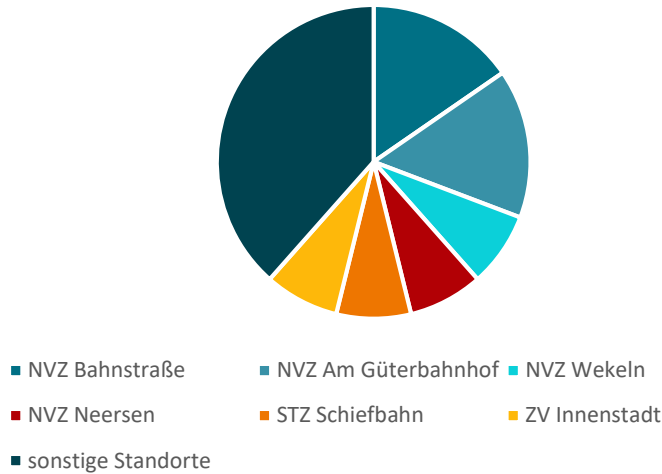


Quelle: cima (2018)

5.4 Großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Willich

Innerhalb des Willicher Stadtgebietes weisen insgesamt 13 Betriebe (ca. 6 % der Einzelhandelsbetriebe) Verkaufsflächen von mindestens 800 m² auf. Im Sinne der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes sind diese Anbieter damit als großflächige Einzelhandelsbetriebe zu klassifizieren. Auf die großflächigen Einzelhandelsbetriebe entfallen rd. 19.960 m² bzw. rd. 47 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie ein gesamtstädtischer Umsatzanteil in Höhe von rd. 58,5 Mio. € (bzw. ca. 41 %).

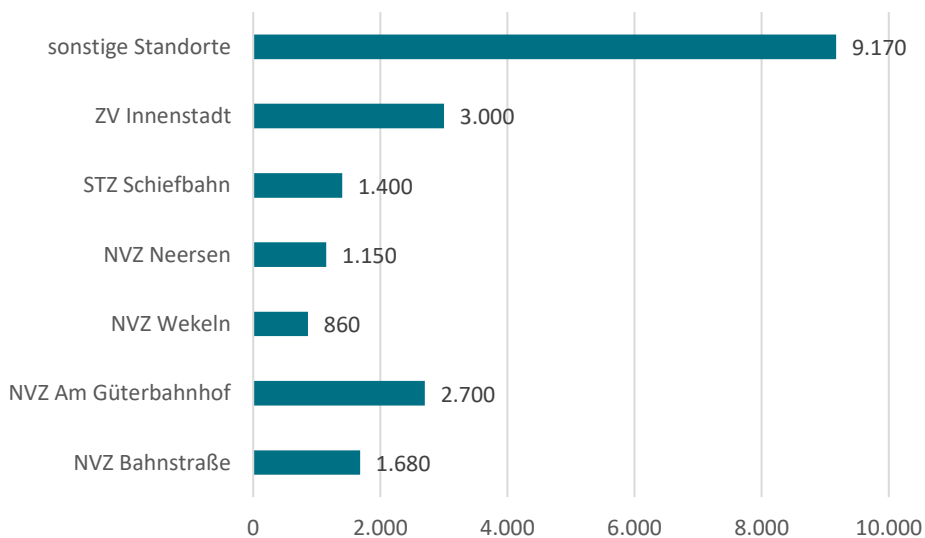
Abb. 16: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Willicher Stadtgebiet (Anzahl der Betriebe)



Quelle: cima (2018)

In Abhängigkeit der geführten Sortimente sind großflächige Betriebseinheiten für die Schaffung einer Grundfrequenz von besonderer Bedeutung. Im Hinblick auf die durch solche Anbieter ausgelösten Verbundeffekte ist darauf hinzuweisen, dass sich gegenwärtig acht großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Willich innerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen befinden. Davon ist jedoch nur ein großflächiger Betrieb der Innenstadt zugeordnet, jeweils zwei liegen in den Nahversorgungszentren Bahnstraße und Am Güterbahnhof und jeweils ein großflächiger Betrieb ist dem Stadtteilzentrum Schiefbahn sowie den Nahversorgungszentren Neersen und Wekeln zugeordnet. Im Stadtteilzentrum Anrath fehlt bislang ein großflächiger Magnetbetrieb.

Abb. 17: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe im Willicher Stadtgebiet (Verkaufsfläche der Betriebe)



Quelle: cima (2018)

Differenziert nach einzelnen Warengruppen sind neun bzw. 69 % aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (v. a. Discounter, Supermärkte) zuzuordnen. Bei den anderen großflächigen Betrieben handelt es sich um Märkte der Sparte Pflanzen und Gartenbedarf. Somit ist gegenwärtig bspw. kein großflächiger Markt in dem zentrenprägenden Sortiment Bekleidung ansässig.

5.5 Kennziffern des Willicher Einzelhandels

Der Indexwert Verkaufsfläche/ Einwohner ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl einer Kommune setzt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,44 m² Verkaufsfläche/ Einwohner.²⁰ Für die Stadt Willich ergibt sich auf der Grundlage der angeführten Bestandsdaten ein Index von 0,83 m² Verkaufsfläche je Einwohner (vgl. Abb. 18).

Abb. 18: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung

cima Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Indexwert (VKF/ Ew.)
täglicher Bedarf insgesamt	18.960	0,37
Nahrungs- und Genussmittel	15.140	0,29
Gesundheits- und Körperpflege	2.610	0,05
Schnittblumen, Zeitschriften	1.210	0,02
Persönlicher Bedarf insgesamt	5.460	0,11
Bekleidung, Wäsche	3.495	0,07
Schuhe, Lederwaren	1.315	0,03
Uhren, Schmuck, med.-orth. Bedarf	650	0,01
Medien, Technik insgesamt	2.495	0,05
Bücher, Schreibwaren	1.150	0,02
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, Computer	1.345	0,03
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2.210	0,04
Sportartikel, Fahrräder	320	0,01
Spielwaren, Hobbybedarf, Zooartikel	1.890	0,04
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2.360	0,05
Heimtextilien, Möbel, Antiquitäten	1.120	0,02
Baummarktartikel, Gartenbedarf	10.165	0,20
Eisenwaren, Baummarktartikel	875	0,02
Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche, Kfz-Zubehör	730	0,01
Pflanzen, Gartenbedarf	8.560	0,17
Einzelhandel insgesamt	42.770	0,83

Quelle: cima (2018)

²⁰ Quelle Verkaufsflächendichte: GfK Geomarketing 2017

Im Bundesvergleich weist die Stadt Willich somit eine deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung über alle Warengruppen des Einzelhandels auf.

Für die Beurteilung der Nahversorgungsqualität in der Stadt Willich liefert der Index Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (NuG) je Einwohner wichtige Hinweise: Aus gutachterlicher Sicht ist bei einem Index zwischen 0,35 - 0,45 m² NuG Verkaufsfläche je Einwohner davon auszugehen, dass aus quantitativer Sicht eine gute bzw. befriedigende Versorgungssituation besteht. Für die Stadt Willich ergibt sich insgesamt ein Wert von 0,29 m² NuG Verkaufsfläche je Einwohner. Dieser Indexwert deutet auch in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf eine leicht unterdurchschnittliche Versorgung in Willich hin.

5.6 Nahversorgungssituation in der Stadt Willich

Eine der wesentlichen übergeordneten Zielsetzungen der Willicher Einzelhandelsentwicklung ist die Sicherung und Weiterentwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung für die Bürger in der Gesamtstadt Willich.

Unter Nahversorgung wird die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs, aber auch ergänzenden Dienstleistungsangeboten (z. B. Banken, Post, Friseur) verstanden. Diese sollte möglichst wohnortnah erfolgen. Da die Versorgung mit Lebensmitteln den wichtigsten Baustein der wohnortnahen Versorgung darstellt, wird im folgenden Nahversorgungskonzept der konzeptionelle Schwerpunkt auf die Lebensmittelbranche gelegt.

Neben zahlreichen kleineren Lebensmittelangeboten (u. a. Bäcker, Metzger), die für die umliegende Wohnbevölkerung oft eine sehr bedeutende kleinteilige Grundversorgungsfunktion übernehmen, stellen die klassischen Lebensmittelmärkte/ Systemanbieter (Discounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser) i. d. R. die Hauptträger einer umfassenden Nahversorgung dar. Der nachfolgenden Abbildung ist die übergeordnete Versorgungsstruktur im Lebensmittelbereich²¹ zu entnehmen. Um die räumliche Abdeckung der Versorgung im Stadtgebiet aufzuzeigen, sind darüber hinaus schematisch fußläufige Einzugsbereiche mit einem Radius von 700 m um die Lebensmittelmärkte dargestellt. Der 700 m-Radius ist dabei als Durchschnittswert zu verstehen, für weniger mobile Kunden sind kürzere Distanzen anzusetzen.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger in Willich verdeutlicht, dass für weite Teile der Willicher Siedlungsflächen eine fußläufige Nahversorgungsstruktur vorgehalten werden kann. Lediglich in einzelnen Teilbereichen (u. a. in den kleineren Siedlungseinheiten wie Unterbruch, Knickelsdorf, Niederheide oder Vennheide) sind die fußläufigen Distanzen zu den nächstgelegenen Lebensmittelmärkten größer als 700 m. Aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials in diesen Siedlungsbereichen sind die Chancen zur Etablierung eines Nahversorgungsangebotes jedoch als gering zu bewerten, da das erforderliche Marktpotenzial zur Etablierung eines umfassenden Lebensmittelangebotes nicht erreicht wird. Die Einwohner sind demnach darauf angewiesen, die Versorgungsstandorte mit dem Pkw oder öffentlichen Verkehrsmitteln anzufahren.

²¹ Die Darstellung umfasst alle Lebensmittelbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 400 m².

Abb. 19: Nahversorgungsstruktur in Willich (700 m-Nahversorgungsradien)



Quelle: cima 2018

Aus der alleinigen Betrachtung der Versorgungsbereiche der Lebensmittelmärkte im Willicher Stadtgebiet lassen sich keine abschließenden Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Sicherung bzw. einen angemessenen Ausbau der örtlichen Nahversorgungsstruktur ableiten. Zum einen lässt die Betrachtung der Nahversorgungsradien keinen Rückschluss auf die Qualität der jeweiligen Versorgungseinrichtung zu, zum anderen bleiben bei dieser Betrachtungsweise auch städtebauliche Zäsuren (z. B. Bahntrassen, Hauptverkehrsstraßen) oder naturräumliche Gegebenheiten unberücksichtigt.

Derzeit sind beide gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Discounter, Vollsortimenter) mehrfach im Stadtgebiet vorhanden. Die Märkte werden durch eine Vielzahl von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) ergänzt. Vier Vollsortimenter und neun Discounter bilden die Grundstruktur der Nahversorgung in Willich, sodass der Discountbereich stärker ausgeprägt ist. Darüber hinaus gibt es drei Getränkemärkte. Die Anbieter sind z. T. in den Ortszentren, z. T. an Nahversorgungsstandorten und z. T. in Gewerbegebietslagen platziert. Der größte Vollsortimenter (REWE) fungiert als Magnetbetrieb innerhalb der Innenstadt von Willich. Der Betriebstyp des SB-Warenhauses ist in der Stadt Willich derzeit nicht ansässig.

Ergänzend dazu sind im Stadtgebiet zahlreiche Anbieter des Landhandwerks (Metzgereien, Bäckereien) sowie Hofläden, Spezialanbieter (z. B. Obst-/ Gemüseläden) und Kioske ansässig. Drogeriewaren werden v. a. durch die Fachanbieter ROSSMANN (Ortszentrum Anrath) und DM (Standort Bahnstraße/ Am Güterbahnhof) vorgehalten. Darüber hinaus sind zwölf Apotheken im Stadtgebiet zu finden.

Trotz der überwiegend angemessenen räumlichen Netzabdeckung durch größere Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet weisen mehrere Betriebe objektseitige Defizite auf, v. a. im Hin-

blick auf die aktuelle Verkaufsflächendimensionierung und die damit zusammenhängende Möglichkeit einer zeitgemäßen Warenpräsentation. Zur Sicherung der Versorgungsfunktion im Stadtgebiet sollten alle bestehenden Lebensmittelmärkte im Hinblick auf Konkurrenzfähigkeit und Versorgungsfunktion regelmäßig überprüft werden.

Als Indikatoren für eine noch ausbaufähige Nahversorgungssituation können zudem der mit einem Wert von 65 unterdurchschnittliche NuG-Zentralitätswert sowie der nur mäßige Index von 0,29 m² NuG/ Ew. angesehen werden.

Abb. 20: Verkaufsflächendichte je Einwohner nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner (abs.)	VKF Nahrungs- und Genussmittel (in m ²)	VKF Nahrungs- und Genussmittel/ Einwohner (in m ² / Ew.)
Willich	22.863	8.210	0,36
Schiefbahn	11.366	3.420	0,30
Anrath	11.337	2.310	0,20
Neersen	6.178	1.200	0,19
insgesamt	51.744	15.140	0,29

Quelle: Städtische Bevölkerungsstatistik, Stadt Willich, Stand 31.07.2017, cima Einzelhandelserhebung 2017

Die stadtteilbezogene Auswertung der Nahversorgungsausstattung je Einwohner zeigt deutliche Unterschiede. Im Vergleich der Stadtteile weist der Stadtteil Alt-Willich mit einer Ausstattung von 0,36 m² Verkaufsfläche mit Nahrungs- und Genussmitteln die größte und damit noch durchschnittliche Ausstattung auf. In Schiefbahn werden 0,30 m², in Anrath und Neersen nur 0,20 bzw. 0,19 m² erreicht. Damit sind für die Stadtteile Anrath und Neersen die größten Defizite ablesbar.

Während in Neersen aufgrund des begrenzten Einwohnerpotenzials und der örtlichen Gegebenheiten wenig Potenzial für weitere Nahversorgungsmärkte gesehen wird – hier sollte ein hohes Augenmerk auf die Sicherung des EDEKA-Marktes im Ortszentrum gelegt werden –, sollten in Anrath Entwicklungspotenziale zur Ansiedlung eines Vollsortimenters im Stadtteilzentrum ausgenutzt werden. Im gesamten Stadtgebiet sollten zudem siedlungsintegriert gelegene, kleinere Anbieter in Bezug auf Erweiterungsoptionen überprüft werden.

In Bezug auf eine mögliche Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Stadtteil Anrath sind folgende wirtschaftliche Rahmenbedingungen vorgegeben: Das Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsegment im Stadtteil Anrath (ca. 11.350 Einwohner) liegt bei rd. 25,9 Mio. €. Für einen Lebensmittelmarkt ist bei einer Kaufkraftbindung in Höhe von 20 – 25 % der verfügbaren Kaufkraft ein Umsatzpotenzial von 5,2 bis 6,5 Mio. € im Lebensmittelsegment abzuleiten. Bei Ansatz einer Flächenproduktivität von rd. 4.000 € je m² Verkaufsfläche ergibt sich eine Verkaufsfläche von rd. 1.300 – 1.600 m² im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Zzgl. der festen Randsortimente (u. a. Drogeriewaren, Tierfutter) könnte ein Lebensmittelmarkt (Vollsortimenter) mit einer Gesamtverkaufsfläche in einer Größenordnung von 1.500 bis 1.900 m² als standortangemessen für die Versorgung des Bereiches Anrath dargestellt werden.

Abb. 21: Nahversorgungsstruktur in Willicher Stadtteilen



Willich:

- gute Versorgung durch den großen REWE-Markt im Zentrum
- ergänzend Edeka und Norma (Bahnstraße)
- moderner Lidl-Markt (Am Güterbahnhof)
- Aldi und Netto (außerhalb) und Netto in Wekeln
- die Anbieter weisen z. T. unterdurchschnittliche VKF auf, bei kleineren Märkten in integrierten Lagen sollten Erweiterungsmöglichkeiten geprüft werden

Schiefbahn:

- moderner Edeka-Markt im Zentrum
- ergänzend Aldi und Netto in (teil-) integrierten Lagen
- die Anbieter weisen z. T. unterdurchschnittliche VKF auf

Anrath:

- Netto im Ortszentrum sichert die Nahversorgung und fungiert gleichzeitig als Magnetbetrieb
- Aldi (in Kombination mit GM) außerhalb
- derzeit ist kein Vollsortimenter etabliert
- Anbieter weisen unterdurchschnittliche VKF auf
- eine städtebaulich verträgliche Erweiterung der Versorgungsangebote ist wünschenswert

Neersen:

- Edeka im Ortszentrum als Vollsortimenter ist positiv zu werten
- derzeit sind keine weiteren Lebensmittelmärkte vorhanden
- die Sicherung des Betriebes ist sehr wichtig

Quelle: cima Einzelhandelserhebung 2017

Aufbauend auf den angeführten Analyseergebnissen kommt die cima zu folgenden Empfehlungen für ein stabiles Nahversorgungsangebot in Willich:

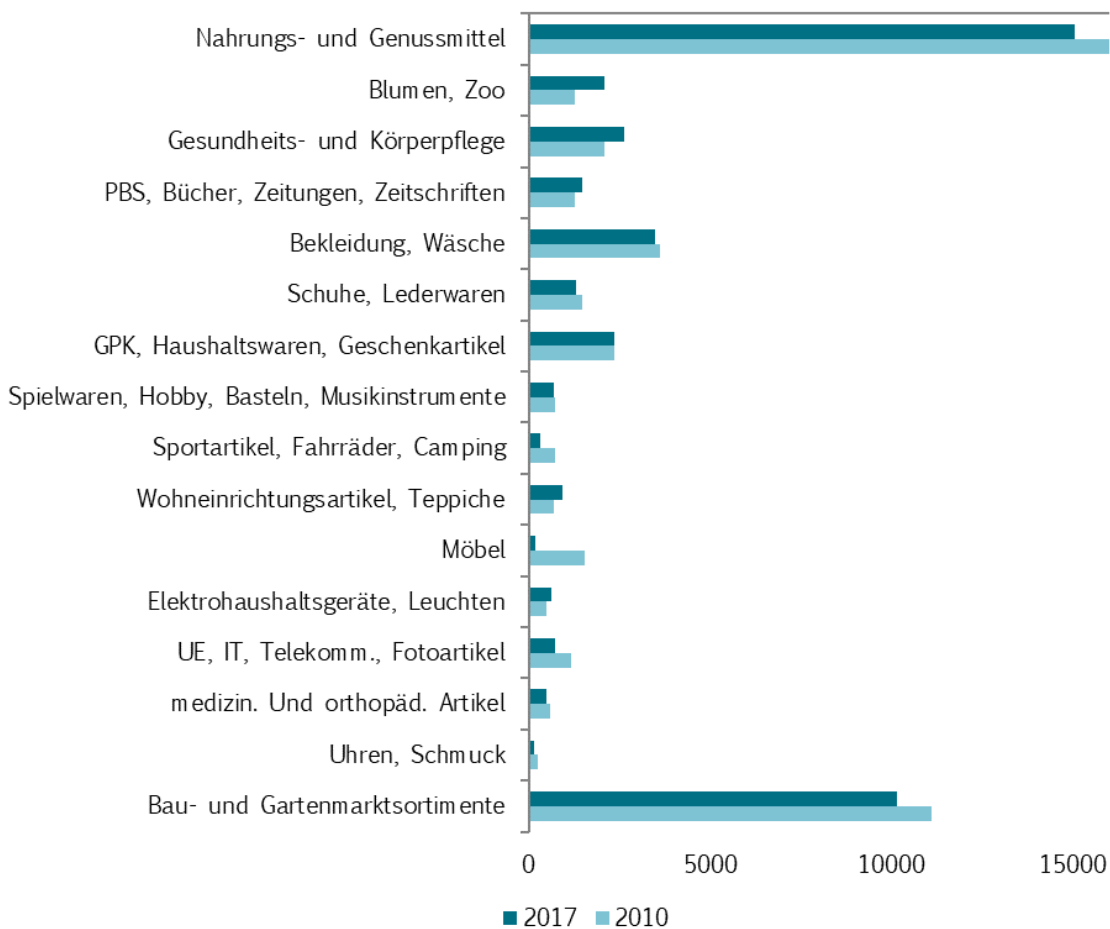
- Aus planungsrechtlicher Sicht genießen die Anbieter innerhalb der dargestellten Zentralen Versorgungsbereiche einen besonderen Schutzanspruch (siehe Kapitel 7).
- Die vorhandenen Lebensmittelmärkte außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche erfüllen darüber hinaus wichtige Versorgungsfunktionen im Stadtgebiet und sind entsprechend der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Bestand zu sichern und ggf. weiterzuentwickeln (siehe dazu auch Kapitel 3).
- Bislang kleinflächige Anbieter sind im Hinblick auf deren Anpassungsmöglichkeiten an aktuelle Markterfordernisse zu überprüfen.
- Bisher im Stadtgebiet nicht repräsentierte Angebotsformen (z. B. Biomarkt) können im Sinne einer Ergänzung des bestehenden Angebotes sinnvoll sein.

5.7 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Willich

Im Jahr 2008 wurde letztmals eine gesamtstädtische Verkaufsflächenerhebung im Willicher Stadtgebiet durchgeführt, so dass eine vergleichende Betrachtung der Bestandsdaten der Jahre 2008 und 2017 möglich ist. Aufgrund der z. T. veränderten Branchen- und Erhebungssystematik gegenüber der Einzelhandelserhebung aus dem Jahr 2008 ist die Vergleichbarkeit der Daten jedoch nicht in allen Sortimenten eindeutig darstellbar. Folgende Entwicklungen sind zu erkennen:

- Zuwächse sind in den Sparten Blumen und Zoo, Gesundheit und Körperpflege, Papier, Büro- und Schreibwaren, Heimtextilien und Elektrowaren feststellbar. Hier ist z. B. auf die Schließung der ehemals vier in Willich ansässigen Schlecker-Märkte und die Ansiedlungen der Drogeriefachmärkte DM Am Güterbahnhof und ROSSMANN in Anrath hinzuweisen. Auch der FRESSNAPF-Zoofachmarkt am Standort Stahlwerk Becker ist hinzugekommen, ebenso wie die GLÜCKSPILZ-Geschäfte.
- Demgegenüber haben sich andere Branchen rückläufig entwickelt. Wenngleich im Lebensmittelbereich positive Entwicklungen, wie z. B. die Ansiedlung des neuen EDEKA-Marktes in Schiefbahn, zu verzeichnen sind, ist die Gesamtfläche in diesem Bereich insgesamt rückläufig. Waren im Jahr 2008 noch 102 Lebensmittelbetriebe ansässig, waren es im Jahr 2017 nur noch 78 mit dem Schwerpunkt bei Lebensmitteln bzw. 89 mit einem Lebensmittelsortiment insgesamt. Hier haben viele kleine Betriebe geschlossen, die durchschnittliche Betriebsgröße ist damit angestiegen. Zudem ist eine Verlagerung zum Discountsegment festzustellen. Waren im Jahr 2008 noch sechs Supermärkte, sieben Discounter und ein Verbrauchermarkt etabliert, sind gegenwärtig nur noch vier Supermärkte und ein Verbrauchermarkt, dafür aber neun Discounter im Stadtgebiet platziert. Dies ist u. a. auf die Schließung der KAISERS-Märkte und eine teilweise Umwandlung in NETTO-Discountmärkte zurückzuführen.
- Größere Verkaufsflächenrückgänge sind darüber hinaus bei Möbeln sowie im Bereich Bau- und Heimwerkerartikel festzustellen, dies resultiert im Wesentlichen aus Schließungen mehrerer Betriebe.

Abb. 22: Übersicht Verkaufsflächenentwicklung nach Warengruppen 2008 – 2017



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebungen 2010 (Junker und Kruse) und 2017 (cima), cima-Zusammenstellung 2017

Für das Willicher Stadtgebiet kann über einen Zeitraum von gut 11 Jahren ein Rückgang der Betriebszahlen um 23 % bei einem gleichzeitigen Rückgang der Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet um 6 % festgestellt werden. Dabei handelt es sich um eine bundesweit zu beobachtende Entwicklung. Die nachfolgend aufgezählten wesentlichen Ursachen dieses Trends sind auch in der Stadt Willich zu beobachten:

- Rückzug des inhabergeführten Facheinzelhandels (u. a. wegen ungeklärter Nachfolge, zunehmender Wettbewerbsdruck)
- Nachnutzung von Einzelhandelsflächen durch Dienstleistungs- oder Gastronomiebetriebe
- Neuansiedlungen erfolgen häufig in Form flächenintensiver Fachmarktnutzungen
- Wegbrechen lokaler Versorgungsangebote (z. B. Schlecker, Ladenhandwerksbetriebe)

Neben ständig fortlaufender Veränderungsprozesse im Einzelhandel sind die positiven Flächenentwicklungen in der Stadt Willich u. a. auf Ansiedlungen an den Standorten Am Güterbahnhof (Willich) sowie Linsellesstraße (Schiefbahn) zurückzuführen. In den letzten Jahren konnten somit bereits einige positive Entwicklungen angestoßen werden. Bestehende Entwicklungsstandorte (v. a. in den Zentralen Versorgungsbereichen von Willich und Anrath) bieten nun die Möglichkeit eines weiteren zielgerichteten Ausbaus der Versorgungsstrukturen. Vor diesem Hintergrund sollte die Stabilisierung der Zentralität in Kombination mit ei-

ner nachhaltigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung Ziel des kommunalen Handelns in Willich sein. Insbesondere können dazu Entwicklungen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadtteile beitragen.

Abb. 23: Übersicht Entwicklung Kenndaten Einzelhandel 2008 – 2017

	2008	2017	Veränderungen 2008 – 2017	
			in %	Tendenz
Anzahl der Betriebe	297	230	- 23	↓
Verkaufsfläche in m ²	45.340	42.770	- 6	↓
Ø - Verkaufsfläche je Betrieb in m ²	153	186	+ 22	↑
Umsatz in Mio. €* [*]	145,1	142,5	- 2	↓
Einwohner im Stadtgebiet	52.770	51.745	- 2	↓
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	0,86	0,83	- 3	↓
Verkaufsfläche je Einwohner bei Nahrungs- und Genussmittel in m ²	0,30	0,29	- 3	↓
Zentralität	51	48	- 6	↓

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebungen 2008 (Junker und Kruse) und 2017 (cima), cima-Zusammenstellung 2018

6 Nachfragesituation

Als Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Willich wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Einwohner den Handelsstandort Willich regelmäßig aufsuchen. Das Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Willich
- Branchenmix
- Anziehungskraft und Attraktivität ansässiger (Groß-)Betriebe
- Nähe zu Konkurrenzorten
- Angebot an Wettbewerbsstandorten
- Überschneidungen der Marktgebiete mit den Marktgebieten anderer Mittel- und Oberzentren in der Region
- Verteilung der Bevölkerung im Raum
- Verkehrsinfrastruktur
- Pendlerbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt)

Zur Ermittlung des Einzugsgebietes des Einzelhandelsstandortes Willich wurde mit Beteiligung des örtlichen Einzelhandels im November 2017 eine Kundenwohnorterhebung durchgeführt. Mittels eines vorgefertigten Erhebungsbogens wurden in den beteiligten Betrieben in einem Zeitraum von ca. zwei Wochen die Kundenherkunftsorte erfasst. Die Ergebnisse werden nachfolgend dargestellt.

6.1 Ergebnisse der Kundenwohnorterhebung

An der Kundenwohnorterhebung beteiligten sich insgesamt 17 Betriebe; die Daten sind daher als Orientierungswerte zu bewerten. Von den insgesamt 3.482 erfassten Kunden kamen 91,5 % aus Willich; 7,2 % der Kunden stammten aus den Umlandkommunen.

Im Stadtteil Willich sind – entsprechend des größeren Angebotes – die höchsten Auswärtsanteile zu konstatieren. 18,5 % der erfassten Kunden kamen hier nicht aus dem Stadtgebiet. Jedoch sind mit den einzelnen Umlandkommunen jeweils nur begrenzte Verflechtungen auszumachen; die Kundenanteile liegen zwischen 1,5 und 3,8 %.²² In den anderen Stadtteilen Schiefbahn, Anrath und Neersen wurden Anteile auswärtiger Kunden zwischen 6,9 und 7,5 % ermittelt, sodass diese noch stärker als Versorgungsstandorte für die ortsansässige Bevölkerung fungieren. Zuwächse aus dem Umland beziehen sich dabei jeweils auf direkt angrenzende Umlandkommunen und variieren somit je nach Stadtteil innerhalb des Stadtgebiet von Willich. So kamen z. B. rd. 3,4 % der in Anrath gezählten Kunden aus

²² Meerbusch: 3,8 %; Krefeld: 3,5 %; Kaarst: 2,5 %; Korschenbroich: 2,3 %, Tönisvorst: 1,5 %

dem Tönisvorster Stadtteil Vorst, während die auswärtigen Kunden in Neersen eher aus dem Mönchengladbacher oder dem Viersener Stadtgebiet stammten.

Abb. 24: Ergebnisse der Kundenwohnortenerhebung

	Willich	Schiefbahn	Anrath	Neersen	Stadtgebiet
Anzahl der teilnehmenden Betriebe	5	7	< 5	< 5	17
Erfasste Kunden insgesamt	400	944	1.327	811	3.482
Anteil der Kunden aus Willich (in %)	81,5	92,6	93,1	92,5	91,5
Anteil der Kunden aus dem eigenen Stadtteil (in %)	69,0	78,2	86,2	73,4	-
Anteil der Kunden aus dem restlichen Stadtgebiet (in %)	12,5	14,4	6,9	19,1	-
Anteil der Kunden aus Umlandkommunen (in %)	14,5	5,3	6,6	6,9	7,2
Anteil sonstiger Kunden (in %)	4,0	2,1	0,4	0,6	1,3
Anteil auswärtiger Kunden insgesamt	18,5	7,4	6,9	7,5	8,5

Quelle: cima-Auswertung der Ergebnisse der im November 2017 durchgeführten Kundenwohnortenerhebung (2018)

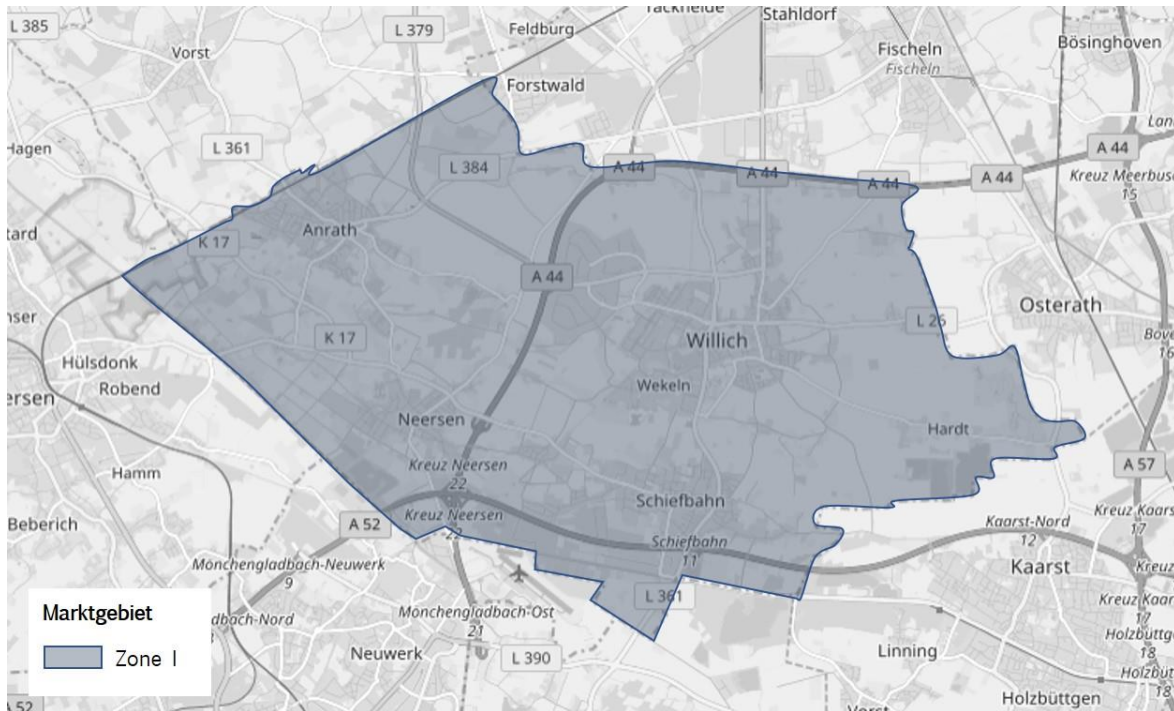
6.2 Abgrenzung des Marktgebietes

Bei der Abgrenzung des Marktgebietes des Willicher Einzelhandels ist zu berücksichtigen, dass nicht alle Betriebe gleich stark in das Marktgebiet ausstrahlen. Die größte Anziehungskraft und Wirkung geht vom Willicher Zentrum aus, da hier die meisten Betriebe innerhalb des Stadtgebietes konzentriert sind. Auch einzelne Standorte, wie z. B. die Betriebe am Standort Am Güterbahnhof oder am Standort Stahlwerk Becker beispielsweise strahlen stärker in das Umland aus.

Auf Grundlage der durchgeführten Kundenwohnortenerhebung sowie der Vor-Ort-Erhebungen ist festzuhalten, dass sich die Versorgungsbedeutung des Willicher Einzelhandels im Wesentlichen auf das eigene Stadtgebiet selbst bezieht. Es bestehen zwar gewisse Kundenbeziehungen mit den Umlandkommunen, diese sind angesichts der begrenzten Intensität jedoch als Streuumsätze einzuordnen. Dies liegt in der polyzentrischen Struktur der Stadt Willich in Verbindung mit der Nachbarschaft zu größeren Versorgungsstandorten bzw. Einkaufsschwerpunkten in der Region begründet. Eine stärkere Ausdehnung des Willicher Marktgebietes in das Umland wird somit durch die mittel- und oberzentralen Handelsstrukturen der Umlandstädte begrenzt.

Im Kerneinzugsgebiet des Willicher Einzelhandels leben somit 51.744 Einwohner.²³ Es ist davon auszugehen, dass über das Einzugsgebiet hinaus auch begrenzte Verflechtungen zu weiteren Kommunen/ Ortsteilen vorliegen, ohne dass die Einkaufsintensität die Zuordnung zum Einzugsgebiet erlauben würde. Umsätze von Kunden aus diesen Gebieten werden als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

Abb. 25: Marktgebiet des Willicher Einzelhandels



Quelle: cima (2018); Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (2018)

6.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Das Kaufkraftpotenzial des Willicher Einzelhandels ergibt sich im Wesentlichen aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des eigenen Stadtgebietes.

Die Berechnung des Nachfragepotenzials²⁴ erfolgt auf der Basis der gemeindegrenzen Einwohnerzahl und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer²⁵. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im stationären Einzelhandel von 5.366 € (Bund) für das Jahr 2018 zugrunde gelegt, der mit Hilfe des örtlichen Kaufkraftkoeffizienten an das Niveau der Stadt Willich angepasst wurde. Der Kaufkraftkoeffizient der Stadt Willich liegt mit einem Wert von 106,6 sichtbar über dem Bundesdurchschnitt (= 100). Der einzelhandelsrelevante Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Stadt Willich entspricht damit ca. 5.720 €/ Jahr.

²³ Stadt Willich, a.a.O.

²⁴ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung im Marktgebiet, die dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

²⁵ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2018

Abb. 26: Nachfragepotenzial für den stationären Einzelhandel im der Stadt Willich

cima Warengruppe	Kaufkraft in Mio. €
täglicher Bedarf insgesamt	146,7
Nahrungs- und Genussmittel	118,3
Gesundheits- und Körperpflege	23,7
Schnittblumen, Zeitschriften	4,7
persönlicher Bedarf insgesamt	49,2
Bekleidung, Wäsche	27,1
Schuhe, Lederwaren	8,9
Uhren, Schmuck, med.-orth. Bedarf	13,2
Medien, Technik insgesamt	31,1
Bücher, Schreibwaren	5,8
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto	25,3
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	16,5
Sportartikel, Fahrräder	9,8
Spielwaren	3,0
Hobbybedarf, Zooartikel	3,7
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	4,6
Einrichtungsbedarf	22,1
Möbel, Antiquitäten	18,3
Heimtextilien	3,8
Baummarktartikel, Gartenbedarf	25,8
Summe	296,0

Quelle: cima (2018)

Insgesamt kann das dem stationären Einzelhandel zugrunde liegende Nachfragepotenzial der Willicher Wohnbevölkerung auf rund 296,0 Mio. € beziffert werden. Davon entfallen etwa 146,7 Mio. € – knapp die Hälfte – auf den täglichen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf rd. 149,3 Mio. €.

6.4 Einzelhandelszentralität nach Warengruppen

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Zur Berechnung der Einzelhandelszentralität für die Stadt Willich gilt die folgende Formel: Einzelhandelszentralität = Einzelhandelsumsatz in der Stadt Willich (in Mio. €) *100/ Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet Willich (in Mio. €). Nachfolgende Abbildung zeigt den Umsatz, das Kaufkraftpotenzial und sich daraus ergebende Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Willich

Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird vor allem durch die

Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Abb. 27: Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Handelszentralitäten in Willich

cima Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Kaufkraftpo- tenzial in Mio. €	Handels- zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	77,0	118,3	65
Gesundheits- und Körperpflege	13,6	23,7	57
Schnittblumen, Zeitschriften	3,7	4,7	78
täglicher Bedarf insgesamt	94,3	146,7	64
Bekleidung, Wäsche	9,9	27,1	37
Schuhe, Lederwaren	2,8	8,9	32
Uhren, Schmuck, med.-orthop. Bedarf	3,4	13,2	26
Persönlicher Bedarf insgesamt	16,1	49,2	33
Bücher, Schreibwaren	4,5	5,8	77
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, Computer	6,1	25,3	24
Medien, Technik insgesamt	10,6	31,1	34
Sportartikel, Fahrräder	0,8	9,8	8
Spielwaren, Hobbybedarf, Zooartikel	4,9	6,7	73
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	5,7	16,5	35
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	4,7	4,6	102
Heimtextilien, Möbel, Antiquitäten	2,1	22,1	10
Baumarktartikel, Gartenbedarf	9,0	25,8	35
Einzelhandel insgesamt	142,5	296,0	48

Quelle: cima (2018)

In Willich steht einem Einzelhandelsumsatz von 142,5 Mio. € eine lokale Einzelhandelskaufkraft von 296,0 Mio. € gegenüber. Über alle Sortimente hinweg wird hier eine Einzelhandelszentralität von 48 erreicht. Der Willicher Einzelhandel erwirtschaftet demnach einen um 52 % niedrigeren Umsatz als von den einheimischen Kunden im Einzelhandel jährlich ausgegeben wird.

Die Handelszentralität von insgesamt 48 über alle Warengruppen zeigt auf, dass der örtliche Einzelhandel in Willich die Kaufkraft im Stadtgebiet nur bedingt binden kann. Denn per Saldo fließt mehr als die Hälfte der örtlichen Kaufkraft ins Umland ab. Der starke Kaufkraftabfluss weist teilweise auf strukturelle Schwächen im Einzelhandel hin, ist aber auch durch die Größe der Stadt mit ihrer polyzentrischen Struktur – mehrerer kleine bis mittelgroße Stadtteilzentren prägen die Einzelhandelssituation – sowie die Nähe zu den größeren Wettbewerbsstandorten in der Umgebung (v. a. zu den Oberzentren Krefeld, Düsseldorf und Mönchengladbach) zu erklären.

Als unterdurchschnittlich ist jedoch die in den Branchen des täglichen Bedarfs ermittelte Zentralität von 64 zu bewerten, zumal gerade bei den kurzfristigen Bedarfsgütern auch kleinere Städte oftmals Zentralitätswerte von 90 und mehr erreichen. In der Branche Nah-

rungs-/ Genussmittel (NuG), für die mit 118,3 Mio. € etwa 40 % der gesamtstädtischen Kaufkraft zur Verfügung stehen, können in Willich jedoch gegenwärtig lediglich 77,0 Mio. € an Umsatz erzielt werden, was einer Handelszentralität von 65 entspricht. Trotz der bestehenden Lebensmittelmärkte und einer insgesamt angemessenen Netzabdeckung mit Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels im Stadtgebiet kommt es damit auch bei der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu deutlichen Kaufkraftabflüssen. Dies ist u. a. auf teilweise unterdurchschnittlich große Markteinheiten in Willich i. V. m. nahegelegenen SB-Warenhäusern der Nachbarstädte (u. a. REAL-SB-Warenhäuser in Tönisvorst, Viersen und Krefeld) zurückzuführen, die aus dem Stadtgebiet von Willich recht gut erreichbar sind. Auch vor dem Hintergrund der insgesamt unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet ist ein gezielter Ausbau in diesem Segment grundsätzlich zu befürworten, um eine bessere Ausstattung und damit eine Steigerung der Kaufkraftbindung zu erreichen. Dabei sind Erweiterungen und Modernisierungen bestehender Betriebe an integrierten Standorten im Stadtgebiet im Sinne einer Optimierung des bestehenden Versorgungsnetzes der Vorzug gegenüber Neuansiedlungen zu geben. Aber auch diese sind möglich, sofern eine städtebauliche Verträglichkeit bescheinigt werden kann.

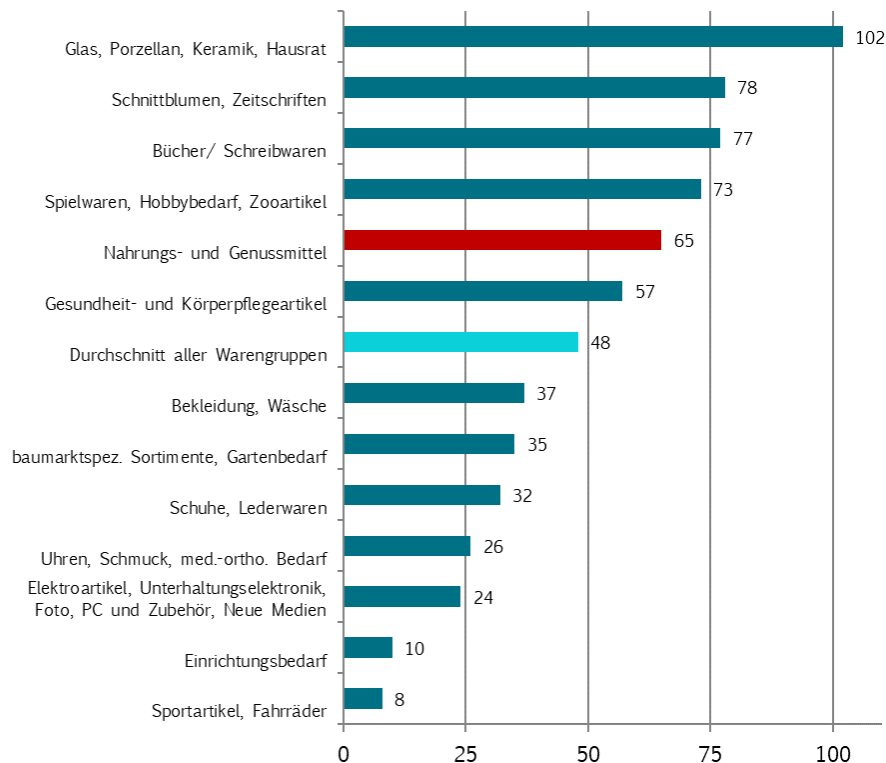
Die Zentralitätswerte der anderen Warengruppen sind folgendermaßen einzuschätzen:

- Die Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege umfasst u. a. das Angebot von Apotheken, Drogeriemärkten und Parfümerien. Mit zwei Drogeriefachmärkten (DM und ROSSMANN), einer Parfümerie und zwölf Apotheken verfügt die Stadt insgesamt schon über ein recht differenziertes Angebot, das zudem über Randsortimente von bspw. Lebensmittelmärkten bedient wird. Der Zentralitätswert von 57 lässt jedoch auch in diesem Segment noch Potenzial für z. B. einen weiteren Drogeriefachmarkt in der Innenstadt von Willich – die bestehenden Anbieter sind im Zentrum von Anrath und am Standort Am Güterbahnhof etabliert – erkennen. Die Ausstattung mit Apotheken ist als durchschnittlich zu bewerten: Bundesweit kommen 24 Apotheken auf 100.000 Einwohner, in Willich wären es demnach bei rund 51.750 Einwohnern 12,4 Apotheken.
- Die Sortimente des persönlichen Bedarfs, zu dem v. a. Bekleidung, Schuhe und Uhren/Schmuck zählen, erreichen mit einer Zentralität von 33 einen mittelmäßigen Wert. Kaufkraft wird durch insgesamt 37 Bekleidungsgeschäfte in Willich gebunden, die jedoch im Durchschnitt nur 94 m² Verkaufsfläche aufweisen. So finden sich neben einigen mittelgroßen Betrieben viele kleinteilige Anbieter. Positiv wirkt sich der große Anteil inhabergeführter Geschäfte aus.

Die auf Schuhe bezogene Kaufkraft wird von DEICHMANN sowie einzelnen inhabergeführten Betrieben in der Innenstadt sowie dem im Gewerbegebiet Münchheide ansässigen SCHUHPALAST gebunden. In Bezug auf die Sortimente Uhren und Schmuck wird das Angebot ebenfalls durch eine Reihe von inhabergeführten Betrieben geprägt. Eine Steigerung der Kaufkraftbindung im zentrenprägenden persönlichen Bedarf wäre durch die Arrondierung weiterer Anbieter sowie die Ansiedlung eines oder mehrerer Magnetbetriebe möglich. Aufgrund der starken Konkurrenz zu den Angeboten in den benachbarten Oberzentren wird jedoch die Kaufkraftbindung nur begrenzt ausbaubar sein.

- Recht gute Zentralitätswerte (77) werden bei Büchern und Schreibwaren erreicht; dies ist auf ein gutes und qualitätsorientiertes Angebot zurückzuführen. Demgegenüber erscheint die Warengruppe Elektrowaren noch unterrepräsentiert, sodass hier nur geringe Zentralitäten von 24 erreicht werden.

Abb. 28: Warengruppenspezifische Handelszentralitäten in Willich



Quelle: cima (2018)

- Während die Willicher Sportartikel und Fahrräder in starkem Maße in umliegenden größeren Städten einkaufen, kann im Segment Spielwaren (ERREN) und Zooartikel (v. a. RAIFFEISEN, FRESSNAPF) eine recht hohe Zentralität von 71 bzw. 77 erreicht werden.
- Im Segment Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat verfügt die Stadt Willich über das Angebot von preisorientierten Fachmärkten (z. B. KODI) und das Randsortiment von Pflanzenmärkten hinaus über einige überwiegend kleinstrukturierte Fachgeschäfte. Insgesamt kann mit diesem Geschäftsbesatz die höchste Zentralität der Warengruppen (102) erzielt werden.
- Während die Zentralität bei Heimtextilien – u. a. bedingt durch den Anbieter DÄNISCHES BETTENLAGER – mit 44 etwas höher ausfällt, liegt im Segment Möbel aufgrund der sehr geringen Angebote eine nur geringe Kaufkraftbindung vor, sodass beim Einrichtungsbedarf insgesamt nur eine Zentralität von 10 erreicht wird. Beim Möbelkauf ist grundsätzlich eine starke regionale Ausrichtung vorgegeben.
- Bei den Bau-/ Gartenmarktsortimenten ist eine hohe Ausstattung mit Pflanzenmärkten standortprägend, sodass in diesem Teilsortiment eine hohe Kaufkraftbindung vorliegt. Baumarktspezifische Angebote beschränken sich jedoch im Wesentlichen auf Teilsortimente (z. B. Fliesen). Da in Willich derzeit kein Bau- und Heimwerkermarkt etabliert ist, fließt die diesbezügliche Kaufkraft im Wesentlichen zu Anbietern im Umland, z. B. zum GLOBUS nach Meerbusch oder zum OBI nach Viersen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Stadt Willich auf gesamtstädtischer Ebene einen hohen Anteil der Kaufkraft aus dem Stadtgebiet in die umliegenden Städte abgibt. Im Vergleich zur letzten Einzelhandelsuntersuchung (Fortschreibung Einzelhandels- und Zen-

trenkonzept für die Stadt Willich 2010, Junker und Kruse) ist die Handelszentralität auf gesamtstädtischer Ebene von 51 auf 48 geringfügig gesunken. Das Angebot des Willicher Einzelhandels ist somit im Wesentlichen auf die Ortsbevölkerung ausgerichtet, wird dabei jedoch von den starken Ausstrahlungseffekten der umgebenden Mittel- und Oberzentren beeinflusst.

Angesichts der gegebenen Rahmenbedingungen – polyzentrische Struktur, Zunahme des Online-Handels, demographische Entwicklungen, Konkurrenzbeziehungen zum Umland – sollte die Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet von Willich in erste Linie auf eine Bestandssicherung ausgerichtet werden. Durch moderate Arrondierungen, Qualitätssicherungen (Erweiterungen/ Modernisierungen) bei bestehenden Betrieben sowie eine optimale Ausnutzung der bestehenden Entwicklungsflächen in den Stadtteilzentren kann es jedoch gelingen, die Kaufkraftbindung in den nächsten Jahren – insbesondere für den täglichen Bedarf – zu steigern.

6.5 Zusammenfassende Darstellung der wesentlichen Einzelhandelskennziffern

Die nachfolgende Abbildung fasst die wesentlichen Kennwerte zur Charakterisierung des Willicher Einzelhandels noch einmal übersichtartig zusammen. Zwar liegt im Vergleich zur Stadtgröße nur ein begrenztes Einzelhandelsangebot vor, die überdurchschnittliche Kaufkraft gibt jedoch positive Rahmenbedingungen vor.

Abb. 29: Übersicht der einzelhandelsrelevanten Strukturdaten der Stadt Willich

Stadt Willich	
Einwohner (Stand: 31.07.2017)	51.744
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2018)	106,6
Nachfragepotenzial (in Mio. €)	296,0
Einzelhandelbetriebe (Anzahl)	230
Verkaufsfläche (in m ²)	42.770
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ² / Einwohner)	
▪ alle Warengruppen	0,83
▪ in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	0,29
Einzelhandelsumsatz (in Mio. €)	142,5
Flächenproduktivität (in €/ m ²)	3.332
Zentralität	48

Quelle: cima (2018)

7 Zentrenkonzept für die Stadt Willich

7.1 Ziele der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Willich

Zur Einordnung der nachfolgenden Empfehlungen in den stadtentwicklungspolitischen Kontext ist es zunächst notwendig, die wesentlichen Aufgaben eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes herauszustellen.

Der Einzelhandel hat für den Städtebau und die Stadtentwicklung einer Kommune eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion der Ortszentren bei, sodass diese ihren Aufgaben im Gesamtgefüge der Kommune als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und als identifikationsbildender Bereich gerecht werden können. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen so wichtig. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund des anhaltenden Strukturwandels im Handel.

Zu berücksichtigen ist ferner, dass grundsätzlich alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Stadt Willich kann nur die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den ihr zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn anderenfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder der Funktions- bzw. Entwicklungsfähigkeit Zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

Vor dem Hintergrund der aktuellen landesplanerischen und der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen sowie der Ergebnisse der eigenen Situationsanalyse wird der Stadt Willich empfohlen, sich im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Willich an den nachfolgend aufgeführten zentralen Zielsetzungen zu orientieren:

- Festigung und ggf. Erhöhung der **Kaufkraftbindung im Stadtgebiet**, insbesondere beim täglichen Bedarf, aber auch bei zentrenrelevanten Sortimenten
- **Stärkung des Hauptzentrums der Innenstadt** als zentraler Einkaufsschwerpunkt innerhalb des Stadtgebietes, gezielte Entwicklung der vorhandenen Potenzialflächen
- **Funktionsstärkung der Stadtteilzentren** zur Sicherung und Weiterentwicklung des jeweiligen Versorgungsauftrages für die Stadtteile
- **Erhalt und Stärkung der Nahversorgungszentren** zur Sicherung einer weitgehend flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet
- **Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung** an städtebaulich integrierten Versorgungsstandorten
- **Ausschluss von zentrenrelevanten Einzelhandelsnutzungen in nicht-integrierten Lagen**
- planungsrechtliche **Steuerung des großflächigen Einzelhandels** im gesamten Stadtgebiet

Aufbauend auf diesen Zielvorstellungen kann der Einzelhandel einen wichtigen Beitrag zu einer raumordnerisch, stadtplanerisch, städtebaulich und zugleich wirtschaftlich wünschenswerten Gesamtentwicklung der Stadt Willich leisten, u. a. sind zu nennen:

- Einfügen der Stadt Willich in das bestehende System der **zentralen Orte** mit der im Rahmen des LEP NRW formulierten Zentrenhierarchie
- Förderung der Stadt Willich auch als attraktiver Wohnstandort
- geordnete Weiterentwicklung der **Siedlungsstruktur**
- Schaffung geeigneter **Rahmenbedingungen und Planungssicherheit** für die wirtschaftliche Entwicklung vorhandener Betriebe.

7.2 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ erfuhr insbesondere mit der Novellierung des Baugesetzbuches und der Einführung des **§ 34, Abs. 3 BauGB** in das Baurecht einen erheblichen Bedeutungszuwachs. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im so genannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches findet sich darüber hinaus in weiteren (Schutz-)Normen wieder. So weist **§ 11 Abs. 3 BauNVO** großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzungen festgesetzten Sondergebieten zu.

Nach den Aussagen des **§ 2 Abs. 2 BauGB** haben Gemeinden im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden, als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen die Möglichkeit, sich auf „Auswirkungen auf ihre Zentralen Versorgungsbereiche“ zu berufen.

§ 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht es den Gemeinden, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile im Sinne von **§ 34 BauGB** „zur Erhaltung oder Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten nach **§ 34 Abs. 1 und Abs. 2 BauGB** zulässigen baulichen Nutzungen zu steuern.

Ergänzend ist zudem auf die Aussagen des **§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB** hinzuweisen, wonach bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere auch die „Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen sind.

Was „Zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Das Bundesverwaltungsgericht verwendet eine Definition des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich“, die bereits in zahlreichen Urteilen und Beschlüssen zitiert wurde und daher als allgemeingültig gelten kann:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener

Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zu kommt. 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. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein“.²⁶

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche:

- Die Rechtsprechung hat klargestellt, dass eine Stadt mehrere Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.²⁷
- Ein Zentraler Versorgungsbereich muss einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken. Er setzt zudem eine integrierte Lage voraus. Isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bilden keinen Zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.²⁸
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.²⁹ Im Rahmen der nachfolgenden Zentrenabgrenzung wird dieser Aspekt berücksichtigt.

Für die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche sind die nachfolgend aufgeführten funktionalen und städtebaulichen Kriterien zu beachten:

- Vielfalt und Umfang der Angebote
- Einzelhandelsdichte
- Nutzungsmix mit ergänzenden zentrenprägenden Nutzungsarten
- integrierte Lage
- verkehrliche Erreichbarkeit
- bauliche Struktur
- Erlebbarkeit und Gestaltung des öffentlichen Raumes
- heutige und geplante Versorgungsfunktion

²⁶ BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08

²⁷ Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

²⁸ BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08

²⁹ Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

- städtebauliche Planungen der Kommune.

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich somit durch ein **gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen** (u. a. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die **städtebaulich und funktional eine Einheit** bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines Zentralen Versorgungsbereiches ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

Eindeutig nicht als Zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die **bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe** (z. B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

7.3 Zentrale Versorgungsbereiche im Willicher Stadtgebiet

Innerhalb des Willicher Stadtgebietes lassen sich unter Berücksichtigung der tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten die folgenden Typen Zentraler Versorgungsbereiche ableiten:

7.3.1 Hauptzentrum

Ein Hauptzentrum (i. d. R. die Innenstadt) übernimmt gesamtstädtische und z. T. regionale Versorgungsfunktionen mit Waren aller Art, zugleich auch die Aufgaben der Nahversorgung für die Anwohner der Innenstadt.

Grundsätzlich gelten im Hauptzentrum einer Kommune keine Sortiments- oder Verkaufsflächenbegrenzungen, sofern sie nicht zu einer Beeinträchtigung anderer Zentraler Versorgungsbereiche in der jeweiligen Kommune oder einer Nachbarkommune bzw. der wohnungsnahen Versorgung führt. Damit sind in einem Hauptzentrum alle Betriebe mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zulässig. Grundsätzlich sind auch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in Zentralen Versorgungsbereichen zulässig. In der Regel wird die Unterbringung dieser Anbieter (z. B. Gartencenter, Baumarkt) aber aus städtebaulichen und verkehrlichen Gründen nicht erfolgen.

- **In der Stadt Willich ist der Innenstadtbereich von Alt-Willich als Hauptzentrum zu klassifizieren. Die dortigen Versorgungseinrichtungen übernehmen gesamtstädtische (und begrenzt überörtliche) Versorgungsfunktionen.**

7.3.2 Stadtteilzentren

Ein Stadtteilzentrum (häufig auch als Neben- oder Stadtbezirkszentrum bezeichnet) dient überwiegend der Nahversorgung des Stadtteils oder Stadtbezirks, darüber hinaus aber auch der Grundversorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die in einem Stadtteilzentrum zulässigen Betriebe richten sich in Art und Umfang nach der Funktion des Zentrums. Eine Gefährdung anderer Zentren innerhalb und außerhalb des Stadtgebietes ist auszuschließen. Hieraus folgt, dass ein Stadtteilzentrum entsprechend seiner Versorgungsfunktion auch über großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten verfügen kann. Gerade in größeren Städten übernehmen die Stadtteilzentren häufig wichtige Versorgungsaufgaben für einwohnerstarke Stadtteile oder ganze Stadtbezirke, die einen entsprechenden Geschäftsbesatz erforderlich machen.

- Mit den beiden Stadtteilzentren Schiefbahn und Anrath verfügt die Stadt Willich über zwei weitere Zentrale Versorgungsbereiche, deren Versorgungsbedeutung aufgrund der vorhandenen Ausstattung zentrenprägender Nutzungen bereits deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht. Der Versorgungsbereich dieser beiden Zentralen Versorgungsbereiche umfasst im Wesentlichen den jeweiligen Stadtteil.

7.3.3 Nahversorgungszentren

Ein Nahversorgungszentrum dient i. d. R. der Versorgung der Bürger des Ortsteils/ Quartiers mit Gütern des täglichen Bedarfs; ein leistungsfähiger Lebensmittelanbieter (Discounter oder Supermarkt) ist vorhanden oder geplant sowie mindestens ein Betrieb des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei, Metzgerei). Ergänzend findet sich meist ein weiteres Angebot des täglichen Bedarfs (Drogerie, Apotheke etc.) sowie nahversorgungsbezogene Dienstleistungen (z. B. Reinigung). Hingegen sind im mittel- und langfristigen Bedarf nur einzelne Angebote mit geringer Tiefe und Breite vorhanden oder fehlen häufig gänzlich. In Nahversorgungszentren sind damit grundsätzlich auch in begrenztem Umfang zentrenrelevante Sortimente zuzulassen, um die Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen.

- Innerhalb des Willicher Stadtgebietes können unter Berücksichtigung der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse neben dem innerstädtischen Hauptzentrum und den beiden Stadtteilzentren vier weitere Zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Nahversorgungszentrums abgegrenzt werden. Dies sind neben den Nahversorgungszentren Neersen und Wekeln die Standorte Bahnstraße sowie Am Güterbahnhof.

7.4 Sonstige Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet

Im Rahmen von Zentren- und Standortkonzepten sind solche Standortlagen des Einzelhandels zu berücksichtigen, die aufgrund einer fehlenden Funktionseinheit aus Einzelhandel und weiteren ergänzenden zentrenprägenden Nutzungen und/ oder einer fehlenden bzw. nur gering ausgeprägten städtebaulichen Qualität im Standortumfeld nicht als Zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. einschlägigen Rechtsvorschriften eingestuft werden.

7.4.1 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Dazu zählen innerhalb des Willicher Stadtgebietes ergänzende **solitäre Nahversorgungsstandorte**. Diese sollen v. a. der Versorgung der Bürger im Nahbereich mit Gütern des täg-

lichen Bedarfs dienen und in Ergänzung zu den Zentralen Versorgungsbereichen eine möglichst flächendeckende Nahversorgungsstruktur im Stadtgebiet sicherstellen. Sie sind daher auch im Rahmen der Weiterentwicklung der örtlichen Nahversorgung zu berücksichtigen. Es handelt sich dabei um Lebensmittelanbieter (Discounter oder Supermarkt) mit zum Teil angeschlossenem Backshop oder Metzgerei. Die Zulässigkeit eines großflächigen Lebensmittelbetriebes außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereiches ist nur unter bestimmten Voraussetzungen³⁰ planungsrechtlich zulässig.

Bei den solitären Nahversorgungsstandorten ist zu differenzieren in

- **Nahversorgungsbetriebe**, die sich durch einen **räumlichen Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen** auszeichnen, für die sie wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen können. Wohngebietsintegriert gelegen ist der ALDI am Standort Langebendstraße im Stadtteil Schiefbahn. Einen teilweisen Wohngebietsanschluss weisen die Märkte, NETTO, Krefelder Straße im Stadtteil in Alt-Willich sowie ALDI (mit DURSTY), Jakobs-Krebs-Straße im Stadtteil Anrath auf.
- **Nahversorgungsbetriebe**, die **in einem gewerblichen Umfeld** gelegen sind und daher auf Autokunden ausgerichtet sind. Solche Standortkriterien weisen in Willich folgende Märkte auf:
 - TRINGKUT, Moltkestraße, Alt-Willich
 - NETTO, Linsellesstraße, Schiefbahn
 - DURSTY, Am Nordkanal, Schiefbahn.

7.4.2 Sonder- und Fachmarktstandorte

Darüber hinaus existieren in Willich Standorte des großflächigen Einzelhandels mit einem nahversorgungsrelevanten Angebotsschwerpunkt, die an ehemals gewerblich genutzten Bereichen entwickelt wurden. Es handelt es sich dabei um überwiegend autokundenorientierte Versorgungsstandorte, die trotz ihrer Versorgungsbedeutung sowie der deutlich über den eigenen Nahbereich hinausgehenden Einzugsgebiete keine Zentralen Versorgungsbereiche i. S. d. Rechtsprechung darstellen. Im Gegensatz zu den solitären Nahversorgungsstandorten verfügen Sonderstandorte der Nahversorgung über eine Angebotsmasse (v. a. im Bereich der Nahversorgung) die bereits deutlich über eine Versorgung des Nahbereiches hinausgeht. Zu dieser Kategorie ist in Willich der Standortverbund von ALDI und FRESSNAPF am Gewerbegebietsstandort Stahlwerk Becker einzustufen.

Zusätzlich können in Kommunen vorhandene und befürwortete Standorte des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentren- oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten als „Fachmarktstandorte ohne zentren- oder nahversorgungsrelevante Kernsortimente“ dargestellt werden. Die räumliche Konzentration solcher Betriebe (z. B. Baumarkt, Tierfutterfachmarkt, Möbelmarkt) ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten (u. a. Bündelung von Verkehrsströmen, Flächenverbrauch) grundsätzlich zu empfehlen. Solche Standorte sind wie in Abbildung 30 aufgeführt zu charakterisieren.

In der Stadt Willich sind Einzelhandelskonzentrationen an gewerblichen Standorten im Sinne von Fachmarkttagglomerationen in diesem Ausmaß aktuell nicht vorhanden. Zu nennen sind jedoch einzelne (solitäre) Fachmarktstandorte in gewerblichen Lagen, dazu zählen:

³⁰ Der LEP NRW – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel – führt in Ziel 2 die zwingend zu erfüllenden Kriterien zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche auf (vgl. Kap. 3.).

- Gartencenter/ -märkte in den Stadtteilen Anrath und Schiefbahn
- ein Schuhfachmarkt im Gewerbegebiet Münchheide
- ein Fachmarkt für Bodenbeläge im Stadtteil Anrath

Abb. 30: Merkmale von Fachmarktstandorten des großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels

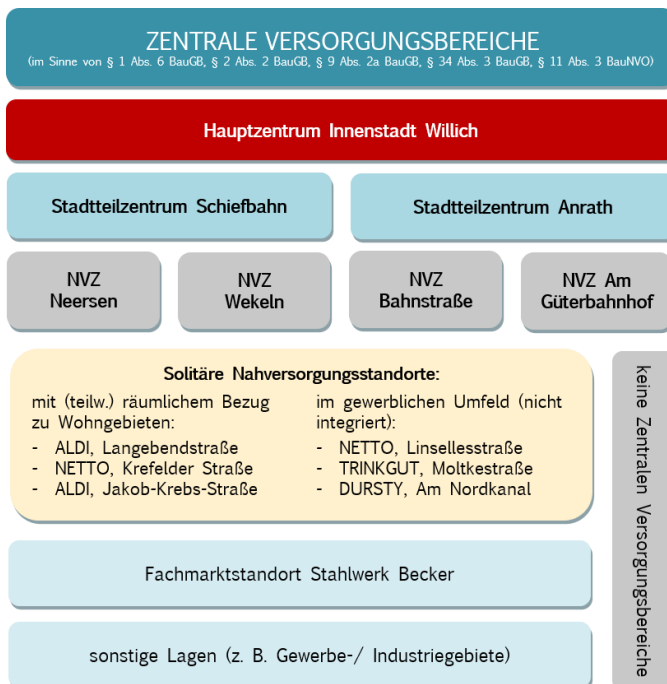
Versorgungsfunktion	Versorgung der Gesamtstadt und z. T. der Region mit nicht-zentrenrelevanten und nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Warenangebot	Standortspezifisches Angebot aller Bedarfsstufen, meist Schwerpunkt bei Waren des langfristigen Bedarfs, nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente nur als Randsortimente
Ergänzende Funktionen	Meist nicht vorhanden, wenn überhaupt, dann nur einzelne Dienstleistungen (Geldautomaten, Tankstelle, Waschstraße)
Städtebau	In der Regel ohne bzw. mit geringen städtebaulichen Gestaltungselementen
Lage	Bevorzugung von autoorientierten Standorten

Quelle: cima (2018)

7.5 Übersicht Zentren- und Standortstruktur 2018

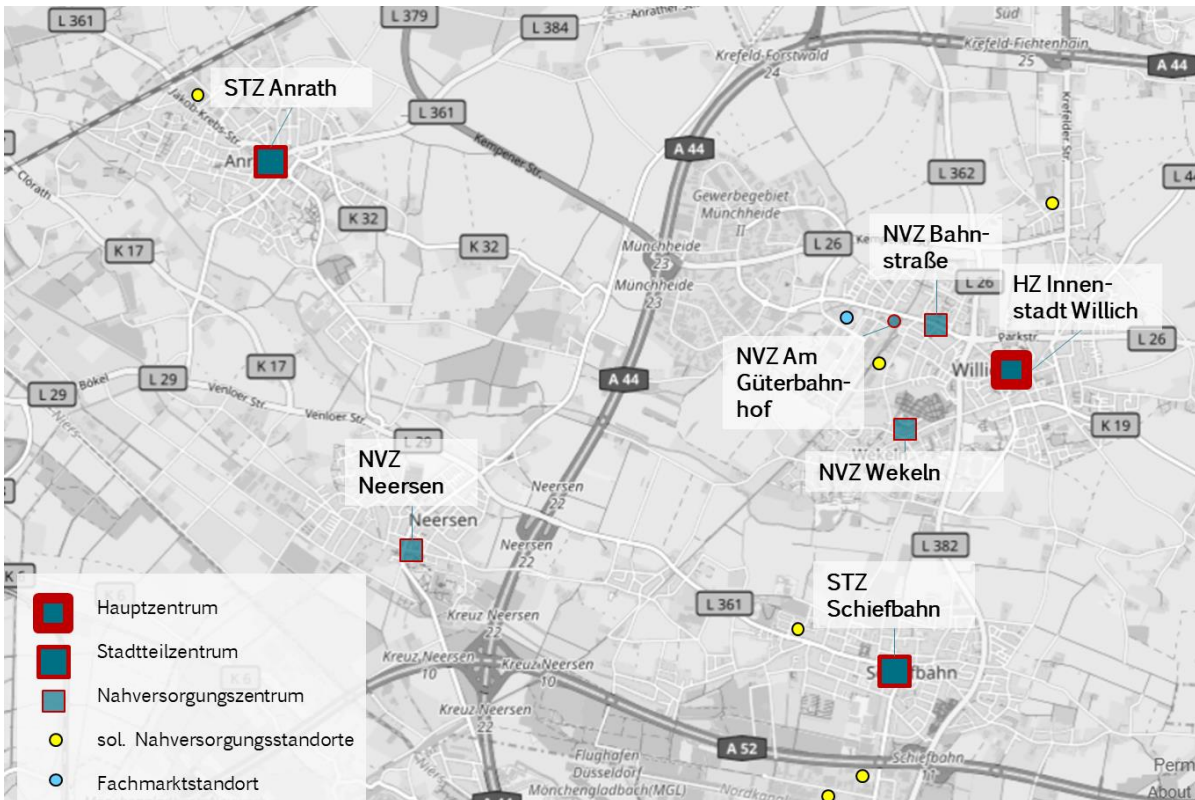
Aufbauend auf den zuvor dargestellten Kriterien und ausgehend von den vorhandenen Einzelhandelsstrukturen sind die nachfolgend dargestellten Zentralen Versorgungsbereiche und weiteren Standortlagen im Willicher Stadtgebiet festzuhalten.

Abb. 31: Übersicht Zentrenstruktur Stadt Willich



Quelle: cima (2018)

Abb. 32: Räumliche Verteilung der Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet



Quelle: cima (2018); Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (2018)

Die einzelnen Zentralen Versorgungsbereiche werden in den folgenden Kapiteln detailliert dargestellt und im Hinblick auf die derzeitige Versorgungssituation bewertet. Darüber hinaus werden Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche als Einzelhandelsstandorte gegeben. Die Darstellung der jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche erfolgt in Form sog. Zentrensteckbriefe.

7.5.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Willich (Hauptzentrum)



Der Zentrale Versorgungsbereich der Willicher Innenstadt bildet das Hauptzentrum des Mittelzentrums Willich; er ist folgendermaßen zu charakterisieren:

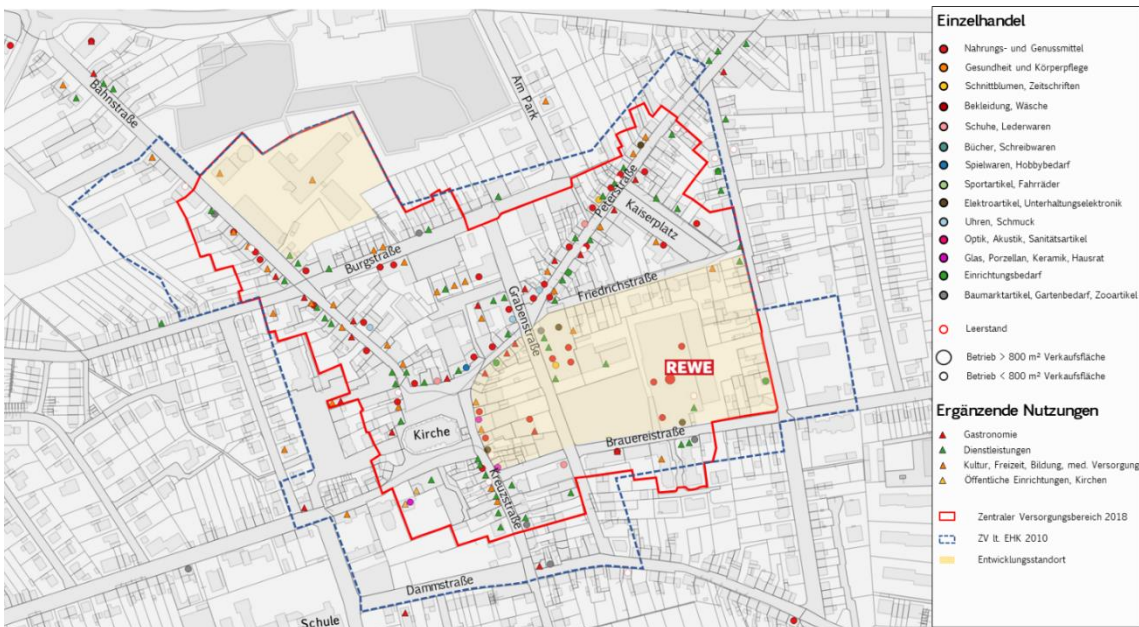
Kurzcharakteristik

- Der Zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt Willich erstreckt sich auf den Markt mit den sternförmig auf diesen zulaufenden Straßen Peterstraße, Bahnhofstraße, Kreuzstraße und Hülsdonkstraße. Weitere Nutzungen sind entlang der von dort abzweigenden Straßen Friedrichstraße, Brauereistraße, Burgstraße, Kaiserplatz sowie der Graben-

straße etabliert; letztere verbindet Burgstraße und Brauereistraße miteinander. Der Zentrale Versorgungsbereich endet im Norden in Höhe des ehemaligen Krankenhausesgeländes, er verläuft Richtung Osten in etwa entlang der Burgstraße, nördlich des Kaiserplatzes und wird im Osten durch die Martin-Rieffert-Straße begrenzt. Im Süden verläuft die Grenze des Zentralen Versorgungsbereiches südlich der Brauereistraße, im Westen rückwärtig zur Kirche und zur Bahnstraße.

- Aufgrund der vielen Querachsen sind vielfältige Querverbindungs-möglichkeiten gegeben, was grundsätzlich positiv zu bewerten ist. Insgesamt erstreckt sich der Zentrale Versorgungsbereich über eine Länge von 450 Metern in West-Ost- bzw. rund 400 Metern in Nord-Süd-Richtung, sodass ein für die Ortsgröße von (Alt-) Willich verhältnismäßig großer Versorgungsbereich abzugrenzen ist.

Abb. 33: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Willich (Hauptzentrum)



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

- Innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt sind zwei sog. Entwicklungsstandorte gelegen, auf denen neben Schaffung von Wohnraum u. a. auch Ergänzungsmöglichkeiten für den Einzelhandel geplant sind. Es handelt sich um den Standort der ehemaligen Hannen-Brauerei (ca. 2,8 ha) sowie den Standort des ehemaligen Katharinen-Hospitals (ca. 1,5 ha). Für beide Standorte wurden anknüpfend an die Ergebnisse des 2012 beschlossenen Integrierten Handlungskonzeptes (InHK) städtebauliche Wettbewerbe durchgeführt, für die nun die Siegerentwürfe vorliegen. Die nächsten Schritte sind die Entwurfsausarbeitung, z. T. Eigentümergespräche und die Bebauungsplanaufstellung.
- Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2010 wurden Randbereiche, die im Wesentlichen durch Wohnnutzungen geprägt sind und auch in den nächsten Jahren keine einzelhandels- und/ oder dienstleistungsbezogene Nutzung erwarten lassen, aus dem Zentralen Versorgungsbereich herausgenommen. Dazu zählen Standorte nördlich der Dammstraße, östlich der Domstraße sowie zwischen Mühlenstraße und Bahnstraße, zwischen Peterstraße und Martin-Rieffert-Straße sowie zwischen Martin-Rieffert-Straße und Osterather Straße. Darüber hinaus ergibt sich durch die i. d. R. parzellenscharfe Ab-

grenzung im Vergleich zu der im Jahr 2010 stärker schematischen Abgrenzung eine kleinteiligere Grenzziehung.

- Die Verkaufsfläche innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt umfasst 8.435 m², sie ist auf 60 Betriebe verteilt. Flächenstärkster und einziger großflächiger Betrieb ist der REWE-Markt mit ca. 3.000 m² VKF, er erfüllt wesentliche Magnetfunktionen für den innerstädtischen Einzelhandel.

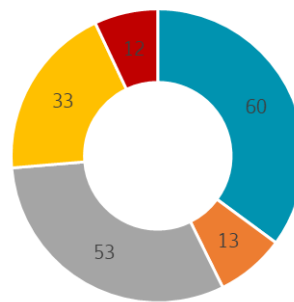
Einzelhandelsbestand im Hauptzentrum Willich

Warengruppe	Anzahl Betriebe*	VKF in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	12	2.600	12,8
Gesundheits- und Körperpflege, Schnittblumen, Zeitschriften	7	695	2,7
Periodischer Bedarf insgesamt	19	3.295	15,5
Persönlicher Bedarf (Bekleidung, Schuhe, Sanitätswaren, Lederwaren, Optik, Uhren, Schmuck)	23	2.205	6,4
Medien, Technik, Spiel, Sport, Hobby	6	1.405	5,1
Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat, Einrichtungsbedarf	7	1.360	2,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	5	170	0,2
Aperiodischer Bedarf insgesamt	41	5.140	14,0
Einzelhandel insgesamt	60	8.435	29,5

* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt

** nach Teilsortimenten bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte

- Im ZV Innenstadt wurden insgesamt 171 Betriebe erfasst, davon 60 Einzelhandelsbetriebe, 99 ergänzende Versorgungseinrichtungen (Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen, gastronomische Betriebe) und 12 Leerstände.
- Die Leerstandsquote liegt damit bei 7,1 %.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

Standortprägende Betriebe im Hauptzentrum Willich

- REWE
- ERREN SCHREIBWAREN
- DEICHMANN
- DÄNISCHES BETTENLAGER
- KODI
- TAKKO
- WILLICHER BUCHHANDLUNG

Versorgungsgebiet

Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt Willich umfasst das gesamte Stadtgebiet mit seinen rd. 51.750 Einwohnern.

Handlungsempfehlungen

In Bezug auf die Weiterentwicklung der Innenstadt sind zunächst die Sicherung der bestehenden Versorgungseinrichtungen sowie die Arrondierung innerhalb vorhandener Einkaufslagen zu empfehlen.

Positive Entwicklungsmöglichkeiten bieten die beiden Entwicklungsstandorte, auf die ein hohes Augenmerk gelegt werden sollte. Durch eine Stärkung der Wohnfunktion an diesen Standorten können mittelfristig neue Potenziale – möglichst auch in Bezug auf den Einzelhandelsstandort der Innenstadt – geschaffen werden. Die Standorte bieten zudem die Chance, neue Einzelhandelsflächen zu platzieren; Ausbaubedarf besteht u. a. in den Sortimenten Drogeriewaren, Bio-Lebensmittel, Bekleidung, und Elektrowaren. Dabei gilt es, die an diesen Standorten geplanten Einzelhandelsflächen (insbesondere im Falle größerer (Magnet-)Betriebe) optimal an den bestehenden Einzelhandelsbesatz anzubinden, um Synergieeffekte für die bestehenden Betriebe hervorrufen zu können.

Die Planungen sollten auch auf eine Stärkung der Laufwegebeziehungen zwischen den beiden Entwicklungsstandorten zielen, damit die vielfach kleinstrukturierten Betriebe entlang der Achsen Bahnstraße/ Markt/ Kreuzstraße/ Brauereistraße bzw. Bahnstraße/ Markt/ Peterstraße/ Grabenstraße von erhöhten Kundenfrequenzen profitieren können.

7.5.2 Stadtteilzentrum Schiefbahn

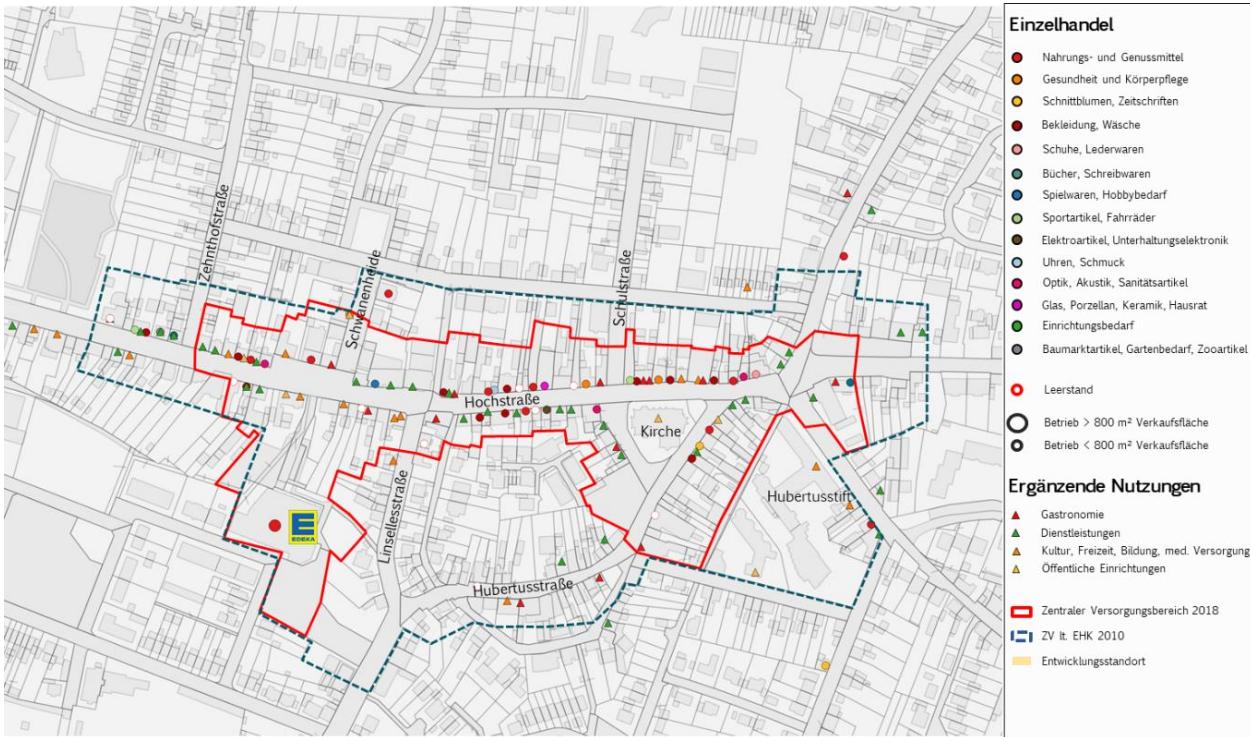


Kurzcharakteristik

- Der Zentrale Versorgungsbereich Schiefbahn ist als Stadtteilzentrum zu definieren.
- Er ist im Wesentlichen durch eine Bandstruktur entlang der Hochstraße – zwischen den Abzweigen Zehnhofstraße im Westen und östlich der Abzweige Willicher Straße/ Königsheide im Osten – zu beschreiben. Richtung Süden umfasst er zudem den Bereich des neu geschaffenen EDEKA-Marktes an der Linsellesstraße sowie den südlich der Kirche gelegenen Standortbereich (Hubertusplatz/ Hubertusstraße). Mit Ausnahme der Straßen Hubertusplatz/ Hubertusstraße im Süden sind an den von der Hochstraße abzweigenden Seitenstraßen (z. B. Schwanenheide) nur sehr wenige Anbieter platziert.
- Auch der ZV Schiefbahn wurde gegenüber 2010 enger gefasst, da die Randlagen (westliche Hochstraße, Linsellesstraße, westliche Hubertusstraße, südlicher Wallgraben sowie westlicher Abschnitt der Straße Tupsheide) aktuell allenfalls durch Streubesatz geprägt sind.

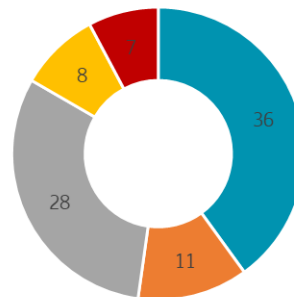
- Die Längenausdehnung beträgt nun rund 500 Meter, die Nord-Süd-Ausdehnung liegt zwischen 100 und 250 Meter. Damit ist für ein Stadtteilzentrum der Größenordnung von Schiefbahn bereits eine hohe Längenausdehnung vorgegeben.

Abb. 34: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Schiefbahn



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

- Im ZV Schiefbahn wurden insgesamt 90 Betriebe erfasst, davon 36 Einzelhandelsbetriebe, 47 ergänzende Nutzungen und sieben Leerstände.
- Die Leerstandsquote liegt bei 7,8 %.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

- Als Magnetbetrieb innerhalb des ZV Schiefbahn fungiert der großflächige EDEKA-Markt. Darüber hinaus sind neben einem mittelgroßen BOTEX Sonderposten-Markt überwiegend kleinstrukturierte Einzelhandelsbetriebe ansässig; insgesamt sind im Zentralen Versorgungsbereich Schiefbahn 3.285 m² Verkaufsfläche verortet.

Einzelhandelsbestand im Stadtteilzentrum Schiefbahn

Warengruppe	Anzahl Betriebe*	VKF in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.415	7,8
Gesundheits- und Körperpflege, Schnittblumen, Zeitschriften	6	270	1,2
Periodischer Bedarf insgesamt	15	1.685	9,0
Persönlicher Bedarf (Bekleidung, Schuhe, Sanitätswaren, Lederwaren, Optik, Uhren, Schmuck)	16	910	2,8
Sonstige Sortimente (Medien, Technik, Spiel, Sport, Hobby, Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat, Einrichtungsbedarf, Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel)	5	690	1,6
Aperiodischer Bedarf insgesamt	21	1.600	4,4
Einzelhandel insgesamt	36	3.285	13,4

* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt

** nach Teilsortimenten bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte

Standortprägende Betriebe im Stadtteilzentrum Schiefbahn

- EDEKA
- BOTEX

Versorgungsgebiet

Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Schiefbahn umfasst im Wesentlichen den Stadtteil Schiefbahn mit den dort lebenden gut 11.350 Einwohnern.

Handlungsempfehlungen

Aktuell ist innerhalb des Stadtteilzentrums Schiefbahn kein Entwicklungsstandort vorhanden, sodass die Stärkung der bestehenden Anbieter sowie die Wiederbelegung der Leerstände – diese sind z. T. nur nach baulichen Veränderungen realistisch – im Vordergrund der weiteren Stadtteilentwicklungsplanung stehen sollten.

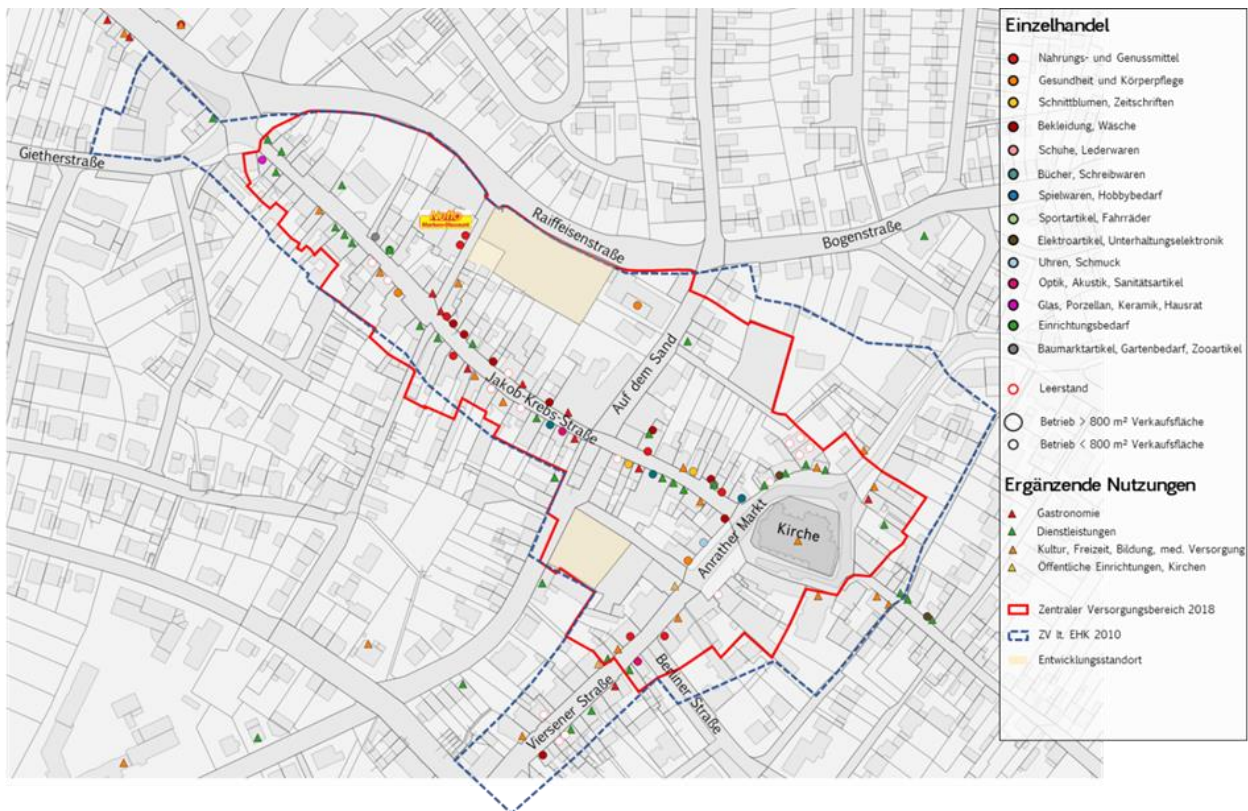
7.5.3 Stadtteilzentrum Anrath



Kurzcharakteristik

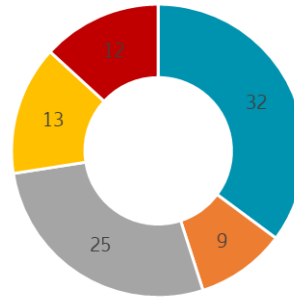
- In Anrath ist ein Stadtteilzentrum abzugrenzen, das vorrangig durch Angebote entlang der Jakob-Krebs-Straße – bis zum Abzweig Gietherstraße im Nordwesten –, inkl. der nördlich abzweigenden Straßen De-Mülder-Gasse und Auf dem Sand, geprägt wird. Der ZV wird ergänzt durch den Bereich Anrather Markt/ Kirchplatz sowie den nördlichen Abschnitt der Viersener Straße.
- Gegenüber 2010 werden die mittlere Viersener Straße, ein ehemaliger Entwicklungsbe- reich jenseits der Gietherstraße sowie Flächen nordöstlich des Kirchplatzes aufgrund fehlender Nutzungskonzentrationen nicht mehr einbezogen. Trotz der engeren Abgren- zung ist auch das Stadtteilzentrum Anrath noch durch eine verhältnismäßig hohe Län- genausdehnung von rund 480 Metern (Nordwest-Südost) bzw. rd. 250 Metern (Nord- Süd) gekennzeichnet.

Abb. 35: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Anrath



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

- Der ZV Anrath umfasst insgesamt 91 Betriebe, davon 32 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 3.035 m², 47 sonstige Versorgungseinrichtungen und 12 Leerstände.
- Damit weist der ZV Anrath eine verhältnismäßig hohe Leerstandsquote von 13,2 % auf.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

Einzelhandelsbestand im Stadtteilzentrum Anrath

Warengruppe	Anzahl Betriebe*	VKF in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	9	835	5,1
Gesundheits- und Körperpflege, Schnittblumen, Zeitschriften	4	565	3,4
Periodischer Bedarf insgesamt	13	1.400	8,5
Persönlicher Bedarf (Bekleidung, Schuhe, Sanitärwaren, Lederwaren, Optik, Uhren, Schmuck)	11	885	2,9
Sonstige Sortimente (Medien, Technik, Spiel, Sport, Hobby, Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat, Einrichtungsbedarf, Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel)	8	750	2,4
Aperiodischer Bedarf insgesamt	19	1.635	5,3
Einzelhandel insgesamt	32	3.035	13,8

* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt
 ** nach Teilsortimenten bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte

- Im ZV sind aktuell keine großflächigen Anbieter vorhanden, jedoch fungieren v. a. der Lebensmittelmarkt NETTO sowie der Drogeriemarkt ROSSMANN sowie zwei mittelgroße Anbieter (Kaufhaus und Herrenausstatter) als Frequenzbringer für eine Reihe von kleinstrukturierten Anbietern.

Standortprägende Betriebe im Stadtteilzentrum Anrath

- NETTO
- ROSSMANN
- KAUFHAUS MEWA

Versorgungsgebiet

Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Stadtteilzentrum Anrath umfasst im Wesentlichen den Stadtteil Anrath mit den dort lebenden knapp 11.350 Einwohnern.

Handlungsempfehlungen

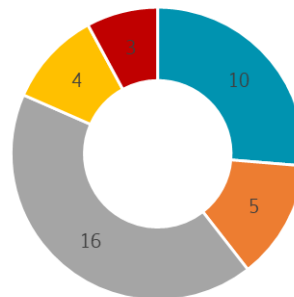
Eine hohe Priorität der Weiterentwicklung des Stadtteilzentrums liegt auf der Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters innerhalb des ZV. Zu diesem Zwecke wurde ein Entwicklungsstandort südlich der Raiffeisenstraße (Abzweig De-Mülder-Gasse) ausgewiesen. Gelingt es, diesen durch einen Vollsortimenter zu belegen, könnte der Zentrale Versorgungsbereich – bei optimierter Anbindung an den bestehenden Besatz – deutlich aufgewertet bzw. gestärkt werden. Dies kann u. a. der Sicherung bestehender Anbieter und einer Wiederbelegung leerstehender Flächen dienen. Der im Bereich Franz-von-Kempen-Straße/ Allee gelegene, ebenfalls als mögliche Entwicklungsfläche ausgewiesene Platz, könnte angesichts der derzeit auflockernden Platzgestaltung allenfalls mittel- bis langfristig als Ergänzungsfläche dienen.

7.5.4 Nahversorgungszentrum Neersen



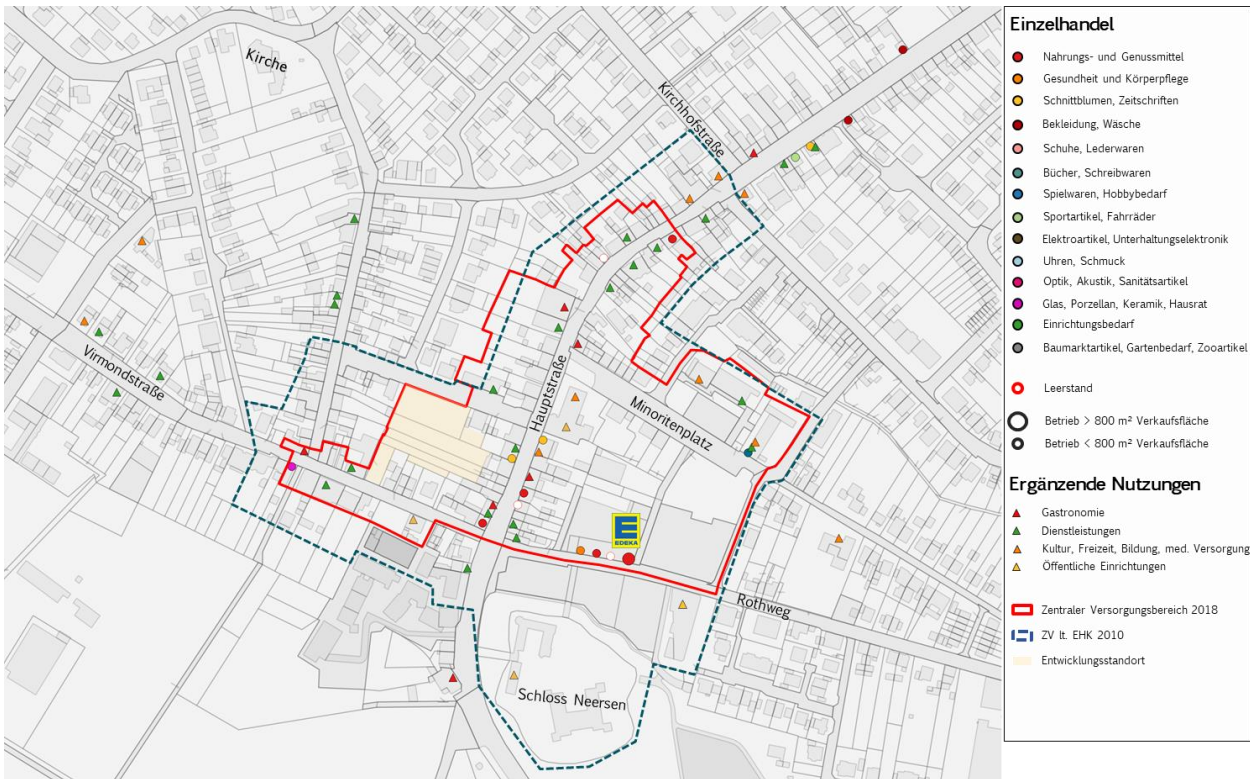
Kurzcharakteristik

- Der Zentrale Versorgungsbereich Neersen ist als Nahversorgungszentrum ausgelegt und erstreckt sich entlang der beiden Straßenzüge Rothweg/ Virmondstraße sowie der abzweigenden Hauptstraße; auch der parallel zum Rothweg verlaufende Minoritenplatz ist Teil des Nahversorgungszentrums.
- Zentraler Anbieter ist ein EDEKA-Markt; bei den übrigen Anbietern handelt es sich überwiegend um kleinstrukturierte Betriebe mit einem nahversorgungsrelevanten Sortiment. Insgesamt umfasst das Nahversorgungszentrum 1.615 m² Verkaufsfläche.
- Im Nahversorgungszentrum sind aktuell 38 Betriebe etabliert. Dazu zählen zehn Einzelhandelsbetriebe, 25 ergänzende Versorgungseinrichtungen (u. a. Post, Banken, gastronomische und weitere dienstleistungsbezogene Einrichtungen) sowie drei Leerstände.
- Damit liegt die Leerstandsquote bei 7,9 %.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

Abb. 36: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Neersen



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

Einzelhandelsbestand im Nahversorgungszentrum Neersen

Warengruppe	Anzahl Betriebe*	VKF in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	5	1.160	5,5
Sonstige Sortimente	5	545	1,5
Einzelhandel insgesamt	10	1.705	7,0

* Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt
 ** nach Teilsortimenten bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte

Standortprägende Betriebe im Stadtteilzentrum Neersen

- EDEKA

Versorgungsgebiet

Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Neersen umfasst im Wesentlichen den Stadtteil Neersen mit den dort lebenden knapp 6.200 Einwohnern.

Handlungsempfehlungen

Im rückwärtigen Bereich zwischen Hauptstraße und Virmondstraße ist eine Entwicklungsfläche auszuweisen, die bei möglichen Ansiedlungswünschen möglichst mit direkter Zuwegung über die Hauptstraße ggf. überplant werden könnte. Der Fokus der Weiterent-

wicklung sollte jedoch in erster Linie auf die Bestandssicherung der vorhandenen Anbieter gelegt werden.

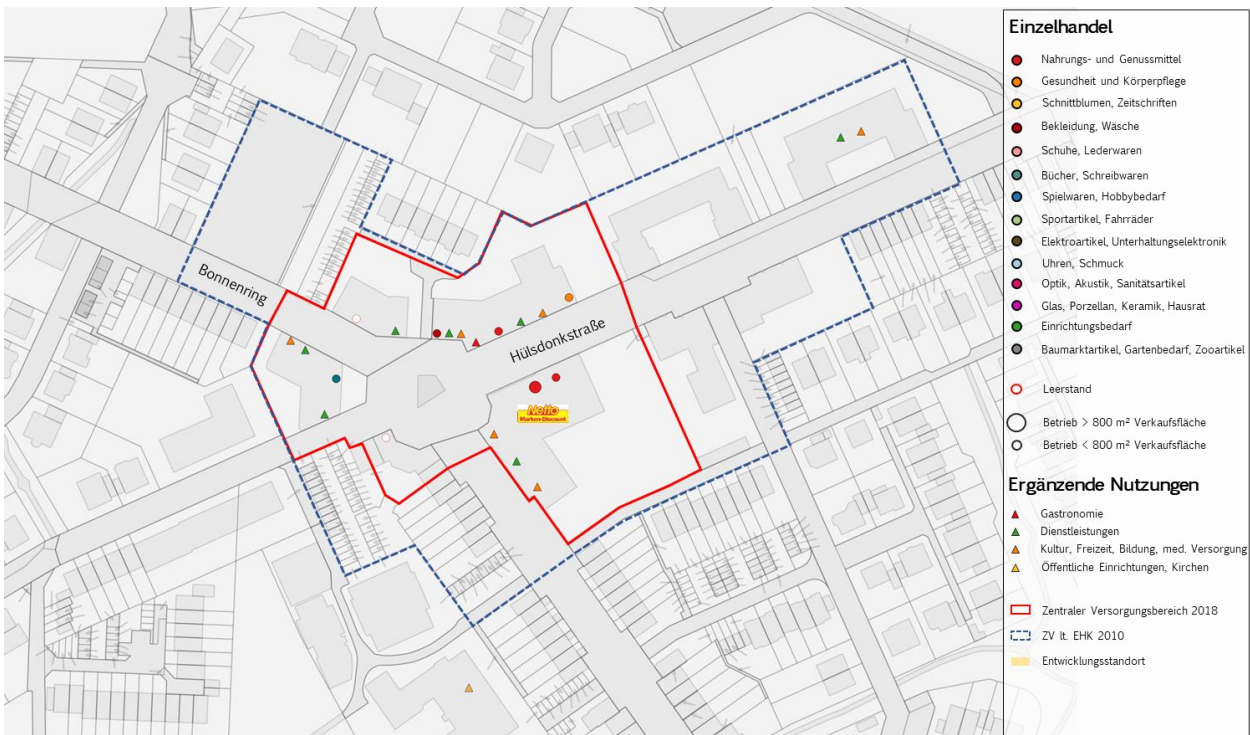
7.5.5 Nahversorgungszentrum Wekeln



Kurzcharakteristik

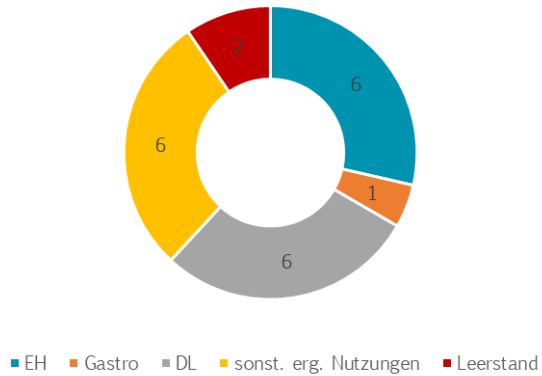
- Der Zentrale Versorgungsbereich Wekeln stellt ein um den Kreisverkehr Bonnenring/ Hülendonkstraße arrondiertes Nahversorgungszentrum dar, das durch einen NETTO-Lebensmittelmarkt und einige ergänzende, vorrangig nahversorgungsbezogene Anbieter geprägt wird.
- Angrenzende Bereiche wurden aufgrund kaum vorhandener Anbieter aus der Abgrenzung des ZV (2010) herausgenommen, sodass nun eine geringe Längenausdehnung von rund 100 bis 150 Metern in Nord-Süd- bzw. West-Ost-Richtung erreicht wird.

Abb. 37: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Wekeln



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

- Den Einkaufsschwerpunkt bildet der NETTO-Markt. Das Nahversorgungsangebot wird durch zwei Bäckereien, eine Apotheke ergänzt. Zum Zeitpunkt der Erhebungen waren noch ein kleines Bekleidungsgeschäft sowie ein Betrieb mit dem Verkaufsschwerpunkt Bücher, Schreibwaren und Deko-Artikel etabliert.³¹
- Im ZV Wekeln wurden 21 Anbieter erfasst, die sich aus sechs Einzelhandelsbetrieben (rd. 1.020 m² Verkaufsfläche) und 13 ergänzenden Einrichtungen (u. a. Ärzte, Musikschule, Familienzentrum) zusammensetzen.
- Zwei Lokale standen zum Erhebungszeitraum leer; dies entspricht einer Leerstandsquote von 9,5 %.



Standortprägende Betriebe im Stadtteilzentrum Wekeln

- NETTO

Versorgungsgebiet

- Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Wekeln umfasst im Wesentlichen Wekeln als südlichen Teilbereich des Stadtteils Willich. Genaue Einwohnerdaten liegen nicht vor.

Handlungsempfehlungen

Für die Zukunft ist eine Sicherung des kompakten Nahversorgungszentrums erstrebenswert. Wesentliche Ergänzungen sind aktuell nicht zu erwarten.

7.5.6 Nahversorgungszentren Bahnstraße und Am Güterbahnhof

Wurde im Einzelhandelskonzept 2010 noch ein Nahversorgungsbereich Bahnstraße ausgewiesen, der sich über rund 620 Meter erstreckte, berücksichtigt die Fortschreibung 2018 nun zwei Bereiche, die durch unterschiedliche Betriebsstrukturen bzw. z. T. Sortimentsausrichtungen geprägt sind.

Hintergrund der „Teilung“ des Standortbereiches ist die rückläufige Entwicklung der Einzelhandelsbedeutung des mittleren Abschnitts der Bahnstraße. Waren hier zum Zeitpunkt der Erstellung des letzten Einzelhandelskonzeptes noch acht Einzelhandelsanbieter ansässig, sind nun noch drei Kleinstanbieter vorhanden, während sich der Anteil sonstiger/ dienstleistungsbezogener Nutzungen erhöht hat. Aus gutachterlicher Sicht ist der Abschnitt nunmehr durch Streubesatz geprägt. Die Bildung eines funktionalen Zusammenhangs zwischen den beiden Versorgungsschwerpunkten wird durch die hohe Längenausdehnung und den geringen Besatz in diesem Teilbereich erschwert, sodass eine Zusammenfassung der Ver-

³¹ Aus Datenschutzgründen ist eine detailliertere Darstellung der Nutzungsstruktur leider nicht möglich.

sorgungsbereiche nicht zu empfehlen ist, solange keine Optionen zur Stärkung dieses Straßenabschnitts als Versorgungsstandort gegeben sind.³²

Abb. 38: Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren Bahnstraße und Am Güterbahnhof



Quelle: Kartengrundlage: Stadt Willich, cima Bearbeitung 2018

Nahversorgungszentrum Am Güterbahnhof



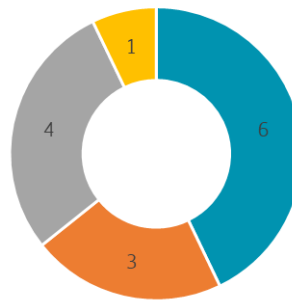
Kurzcharakteristik

- Den größeren dieser beiden Nahversorgungszentren bildet der Standort Am Güterbahnhof, der durch die großflächigen Märkte LIDL und RAIFFEISEN sowie einen mittelgroßen

³² Dazu zählen z. B. Neustrukturierungen und Neuansiedlungen größerer Märkte (z. B. in Form von Abriss und Neubau). Nach Auskunft der Stadtverwaltung liegen derzeit keine entsprechenden Planungen vor; sollten sich mittel- bis langfristig derartige Optionen ergeben, ist eine Anpassung in Richtung eines zusammenhängenden Zentralen Versorgungsbereiches denkbar.

DM-Drogeriefachmarkt geprägt und durch eine Bäckerei und zwei Bekleidungsgeschäfte ergänzt wird.

- Der Standort ist aufgrund der modernen Anlagengestaltung stärker auf Pkw-Kunden ausgerichtet, ist jedoch in die bestehenden Siedlungsstrukturen eingebunden und an gewachsene Versorgungseinrichtungen angeschlossen.
- Es handelt sich um einen kompakten Standort mit einer geringen Längenausdehnung von knapp 200 Metern in West-Ost- bzw. knapp 250 Metern in Nord-Süd-Richtung.
- Insgesamt sind sechs Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.645 m² und acht ergänzende Anbieter (u. a. Sportstudio, Hotel/Restaurant, ärztliche Einrichtung) etabliert³³.
- Leerstände waren zum Erhebungszeitpunkt nicht vorhanden.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

Standortprägende Betriebe im Nahversorgungszentrum Am Güterbahnhof

- LIDL
- DM
- RAIFFEISEN-Markt

Versorgungsgebiet

- Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Am Güterbahnhof bezieht sich auf den Stadtteil Willich mit gut 22.850 Einwohnern.

Handlungsempfehlungen

Es wird empfohlen, das Nahversorgungszentrum im Bestand zu sichern. Erweiterungen sind bis auf eine für den Baumarkt vorgesehene Ergänzungsfläche nicht zu empfehlen.

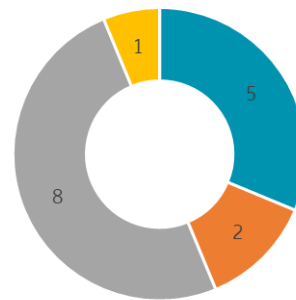
Nahversorgungszentrum Bahnstraße



³³ Aus Datenschutzgründen ist eine detailliertere Darstellung der Nutzungsstruktur leider nicht möglich.

Kurzcharakteristik

- Weiter östlich des Nahversorgungszentrums Am Güterbahnhof befindet sich das Nahversorgungszentrum Bahnstraße, welches aufgrund der Entfernung zum Standort Am Güterbahnhof und des im Wesentlichen durch ergänzende (Dienstleistungs-)Einrichtungen geprägten Abschnitts zwischen den beiden Versorgungslagen als „eigenständiger“ Bereich abgegrenzt wird.
- Das Nahversorgungszentrum Bahnstraße erstreckt sich auf rd. 240 Meter entlang der Bahnstraße – mit einer „Ausbuchtung“ in südlicher Richtung östlich der Krusestraße, wo der zentrale Nahversorger EDEKA ansässig ist. Hier ist eine Längenausdehnung in nord-südlicher Richtung von rd. 130 Metern auszumachen.
- Im ZV Bahnstraße ist zudem ein NORMA-Lebensmittelmart vorhanden, sodass ein Großteil der insgesamt vorhandenen Verkaufsfläche im Nahversorgungszentrum (2.210 m²) auf Nahrungs- und Genussmittel entfällt. Darüber hinaus wird das Nahversorgungszentrum durch ein mittelgroßes Elektrogeräte-Geschäft geprägt. Als ergänzende Nutzungen sind eine Bäckerei und ein Kiosk zu nennen.³⁴
- Insgesamt sind dem Standort 20 Betriebe zuzuordnen. Dabei entfällt der Großteil mit 15 Betrieben auf sonstige Versorgungseinrichtungen (u. a. Ärzte, gastronomische Einrichtungen, Friseure, Schlüsseldienst, Wettbüro, Restaurant), aktuell sind nur fünf Einzelhandelsbetriebe etabliert.
- Ein Leerstand existierte zum Erhebungszeitpunkt nicht.



■ EH ■ Gastro ■ DL ■ sonst. erg. Nutzungen ■ Leerstand

Standortprägende Betriebe im Nahversorgungszentrum Bahnstraße

- EDEKA
- NORMA
- ELEKTRO HOLZLEITNER

Versorgungsgebiet

- Das Versorgungsgebiet des Zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Bahnstraße bezieht sich auf den westlichen Teil des Stadtteils Willich. Genaue Einwohnerzahlen liegen leider nicht vor.

Handlungsempfehlungen

Auch bei diesem Nahversorgungsstandort sollte ein hohes Augenmerk auf die Bestandssicherung gelegt werden. Mögliche Erweiterungsoptionen der ansässigen, derzeit nur knapp großflächigen Lebensmittelmärkte am Bestandsstandort sollten im Sinne der Bestandssicherung geprüft werden.

³⁴ Aus Datenschutzgründen ist eine detailliertere Darstellung der Nutzungsstruktur leider nicht möglich.

8 Willicher Sortimentsliste

8.1 Vorbemerkung

Im Rahmen der Herleitung einer Sortimentsliste für die Stadt Willich sind die aktuellen landesplanerischen Vorgaben zu berücksichtigen. Grundsätzlich gilt, dass ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LEP NRW oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z. B. sogenannte „Kölner Liste“) im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht ausreicht und rechtsfehlerhaft ist.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und baurechtliche Festsetzungen sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.³⁵

Die nachfolgend ausgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Willich. Sie ist aus den aktuellen, örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Willich dient dem Schutz und der Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Die damit verbundene Einzelhandelssteuerung soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

8.2 Kriterien zur Bestimmung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Fortschreibung der Sortimentsliste für die Stadt Willich soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Stadt bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Stadtverwaltung geprägt sein. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:

Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in der Innenstadt angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Als Beispiele sind hierbei öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Bürgerbüro etc.) oder auch konsumnahe Dienstleistungsbetriebe (u. a. Banken, Frisöre, Reisebüros, Gastronomiebetriebe) zu verstehen.

³⁵ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

Beratungsintensität:

Die Angebotsformen der Haupteinkaufslagen umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufserlebnis bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen Zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.

Frequenzbringer:

Je nach Stadtgröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer für eine Innenstadt. In Mittelzentren wie der Stadt Willich dienen vornehmlich die etablierten Nahversorger sowie größere Filialunternehmen als Frequenzbringer.

Einfacher Warentransport:

Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

Aktueller Bestand:

Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes im Stadtgebiet sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.

Abbildung 39 gibt einen Überblick über die derzeitige räumliche Verteilung der Warengruppen im Willicher Stadtgebiet.

Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:

Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen der Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen Zentralen Versorgungsbereich.

Die Flächenverfügbarkeit im innerstädtischen Zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der Innenstadt zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines Zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt.

Planungswille der Stadt:

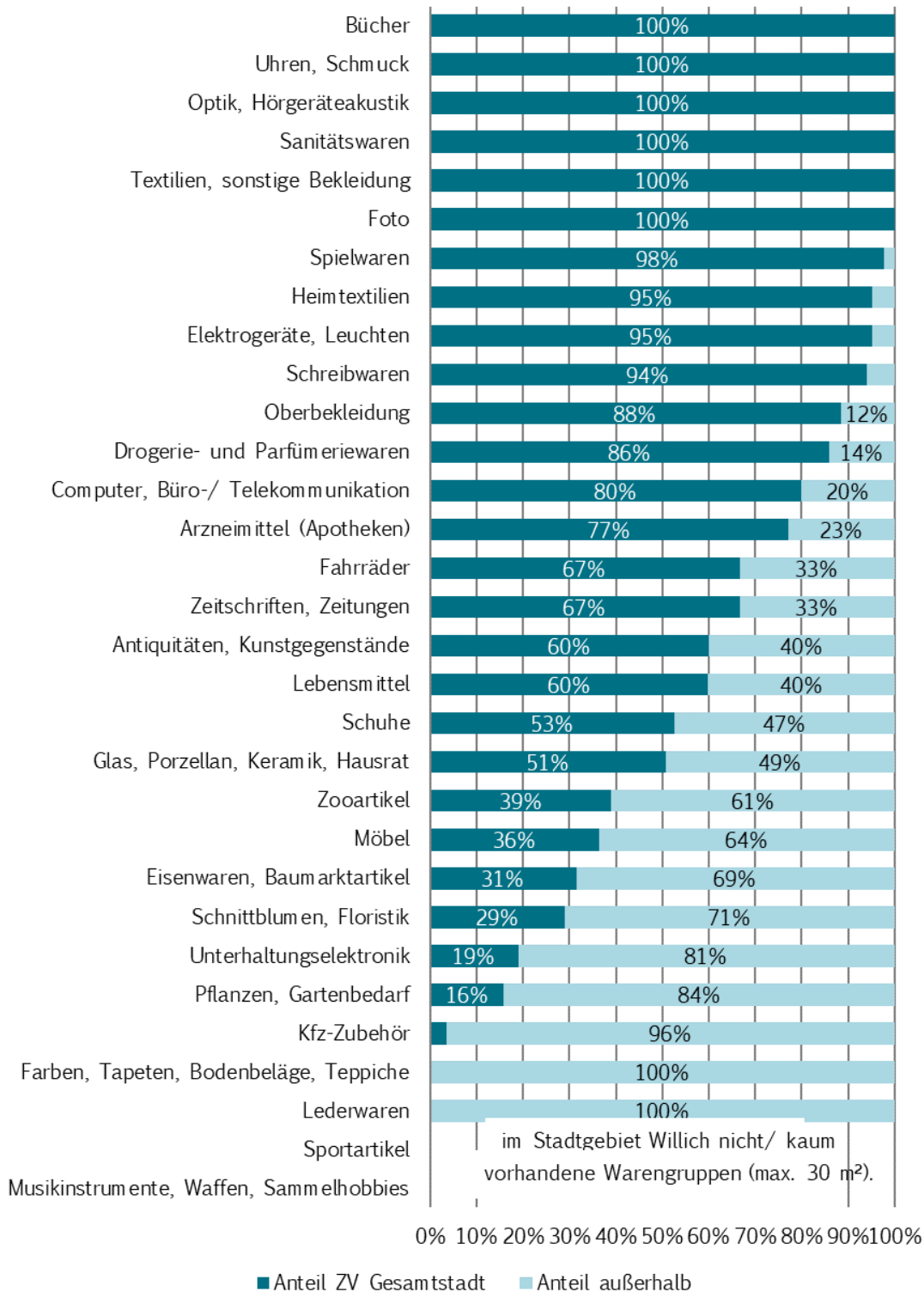
Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt kann dabei Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben. Der Kommune sind hierfür im Rahmen der Selbstverwaltung weitreichende Kompetenzen zugesagt. Die Planungshoheit wird insoweit bestärkt. Die Herleitung und Begründung einer ortsspezifischen Sortimentsliste muss allerdings mit Bezug auf die aufgeführten Abwägungsmerkmale erfolgen.

Rechtliche Rahmenbedingungen:

Der Verordnungsgeber hat im aktuellen Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen eine Sortimentsliste formuliert, welche einen verbindlichen Kern zentrenrelevanter Sortimente darstellt. Diese Sortimente wurden im Rahmen der Aktualisierung des Landesentwicklungs-

planes auf Grundlage einer landesweiten Analyse der Verteilung der Sortimente nach Lagen innerhalb und außerhalb der Nordrhein-Westfälischen Innenstädte ermittelt und festgelegt.

Abb. 39: Verkaufsflächenanteile nach Lagen



Quelle: cima (2018)

8.3 Zur Ableitung der Willicher Sortimentsliste

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Synergieeffekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in Zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden.

Nicht zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und
- überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden.

Zudem weisen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität auf.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Willich (2010) enthielt bereits eine derartige Sortimentsliste, die im Rahmen der Überprüfung weitgehend bestätigt werden konnte. In wenigen Fällen werden eine Anpassung an zwischenzeitlich erfolgte Veränderungen der Rechtslage auf Landesebene (LEP NRW) sowie eine Vereinfachung der Sortimentsliste vorgeschlagen. Folgende Veränderungen werden vorgenommen:

- z. T. Anpassungen der Bezeichnung einzelner Sortimente (z. B. Backwaren und Fleischwaren sind in Nahrungs- und Genussmitteln enthalten)
- Kosmetikartikel (bislang nahversorgungsrelevant) werden jetzt den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet
- Angler- und Jagdartikel sowie Elektrogroßgeräte (weiße Ware) (bislang zentrenrelevant) werden jetzt den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (=> Anpassung an den LEP)
- Verzicht auf den Begriff Geschenkartikel (zur Vermeidung definitorischer Unklarheiten)

Im Unterschied zur Sortimentsliste des LEP NRW werden in der nachfolgenden Sortimentsliste auch die nicht zentrenrelevanten Sortimente aufgeführt. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter. Sie ist im Gegensatz zur Liste der zentrenrelevanten Sortimente nicht abschließend und kann um weitere Sortimente er-

gänzt werden. Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden.

Zusammenfassend wird der Stadt Willich die nachfolgende aktualisierte „Willicher Sortimentsliste 2018“ empfohlen.

Abb. 40: Willicher Sortimentsliste 2018

Nahversorgungsrelevante Sortimente (abschließende Liste)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ▪ Reformwaren ▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel ▪ Schnittblumen ▪ Zeitungen und Zeitschriften
Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Liste)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel ▪ Bekleidung, Wäsche und sonstige Textilien ▪ Schuhe ▪ Lederwaren, Koffer und Taschen ▪ medizinische und orthopädische Artikel (ohne pharmazeutische Artikel und Arzneimittel) ▪ optische und akustische Artikel ▪ Uhren, Schmuck ▪ Bücher ▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf ▪ Sport- und Freizeitartikel (außer Camping-, Angel-, Jagd- und Reitartikel sowie Großgeräte), Sportbekleidung und -schuhe ▪ Spielwaren und Bastelartikel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat ▪ Haus- und Heimtextilien (u. a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör) ▪ Medien (Unterhaltungselektronik, Tonträger, Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör) ▪ Fotoartikel ▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Kleingeräte) ▪ Fahrräder und Fahrradzubehör ▪ Musikalien, Nähbedarf, Briefmarken und vergleichbare Hobbyartikel ▪ Lampen und Leuchten ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, sonstiges Einrichtungszubehör
Nicht-nahversorgungs- und nicht-zentrenrelevante Sortimente (nicht-abschließende Liste)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte, Camping-, Angel-, Jagd- und Reitartikel ▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“) ▪ baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge) ▪ Farben und Lacke, Tapeten ▪ Teppiche und Bodenbeläge 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Kinderwagen, ohne Fahrräder) ▪ gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße) ▪ Möbel (einschl. Küchen) ▪ Büromöbel ▪ Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse ▪ Tiere und zoologische Artikel ▪ Tiernahrung

Quelle: cima (2018)

9 Handlungsempfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Willich

9.1 Übergeordnete Empfehlungen zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Willich

Zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigung, empfiehlt die cima die nachfolgend aufgeführten Handlungsempfehlungen zur Steuerung des Willicher Einzelhandels:

Handlungsempfehlung 1:

Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Biomärkte, Drogeriefachmärkte etc.) sind vorrangig auf die Zentralen Versorgungsbereiche im Willicher Stadtgebiet zu lenken. Die jeweiligen Verkaufsflächenobergrenzen solcher Betriebe (Neuansiedlung oder Erweiterung in die Großflächigkeit) sind anhand des tatsächlichen Versorgungsauftrages des jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiches abzuleiten. Darüber hinaus ist sicherzustellen, dass die Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit sonstiger Zentraler Versorgungsbereiche infolge der Realisierung eines solchen Vorhabens nicht negativ beeinträchtigt wird (Einzelfallprüfung).

Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können ausnahmsweise auch an städtebaulich integrierten Standorten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche zulässig sein. Diese dürfen jedoch nur dann realisiert werden, wenn aus siedlungsstrukturellen und städtebaulichen Gründen eine Entwicklung innerhalb eines Zentralen Versorgungsbereiches nicht möglich ist, die Ansiedlung oder Erweiterung der Verbesserung der wohnortnahen Versorgung dient und Zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktion bzw. Entwicklungsfähigkeit nicht negativ beeinträchtigt werden. Solche städtebaulich integrierte Standortlagen zeichnen sich durch eine unmittelbare siedlungsräumliche Einbindung in die umliegende Wohnbebauung und ein ausreichend hohes Bevölkerungspotenzial im fußläufigen Nahbereich aus.

Handlungsempfehlung 2:

Der Zentrale Versorgungsbereich der Willicher Innenstadt genießt als Hauptzentrum mit gesamtstädtischem Versorgungsauftrag Entwicklungspriorität. Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist konsequent auf Standorte innerhalb des Willicher Hauptzentrums zu lenken. Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Kernsortiment können darüber hinaus auch in den Stadtteilzentren angesiedelt werden.

Entsprechend der jeweiligen Versorgungsfunktion ist in den Zentralen Versorgungsbereichen außerhalb der Innenstadt (Stadtteil- und Nahversorgungszentren) die Etablierung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, entsprechende Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben sollten sich jedoch vor dem Hintergrund der dem Hauptzentrum untergeordneten Versorgungsaufträge auf Betriebsgrößen beschränken, die der Versorgung der Bevölkerung im zugewiesenen Versorgungsgebiet entsprechen.

Auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche kann die Ansiedlung von kleinflächigen Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich sein (z. B. in Ortslagen). Dabei ist jedoch zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten mit i. d. R. ergänzendem Versorgungscharakter (z. B. Blumenladen) und bereits größeren fachmarktorientierten Angeboten (z. B. Bekleidungs- oder Schuhfachmarkt), die i. d. R. Verkaufsflächen ab ca. 400 m² aufweisen. Der Entwicklung an siedlungsräumlich nicht integrierten Standortagglomerationen ist entgegenzuwirken.

Handlungsempfehlung 3:

An Fachmarktstandorten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sollte die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten planerisch ausgeschlossen werden. Diese Standortbereiche sollten auch zukünftig Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorbehalten werden.

Bereits bestehende Betriebe mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten genießen Bestandsschutz. Im Rahmen des Bestandsschutzes sind geringfügige Erweiterungen zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit möglich. Der genaue Umfang solcher Erweiterungsmaßnahmen kann grundsätzlich nur im Rahmen einer Bewertung des konkreten Einzelfalls ermittelt und dargestellt werden.

Handlungsempfehlung 4:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind vorrangig auf bestehende Fachmarktstandorte zu lenken. Auch innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche sind solche Vorhaben grundsätzlich möglich, aus städtebaulicher Sicht wird vor dem Hintergrund der fehlenden Zentrenrelevanz sowie des Flächenverbrauches von Ansiedlungen von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche abgeraten.

Handlungsempfehlung 5:

Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Randsortimente³⁶ auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken. Es wird empfohlen, im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Randsortimentsflächen zu bewerten. Dadurch kann sichergestellt werden, dass diese nicht ausschließlich durch ein einziges Sortiment belegt werden und dadurch mögliche Beeinträchtigungen städtebaulich schutzwürdiger Strukturen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche abgewendet werden.

Handlungsempfehlung 6:

Grundsätzlich ist bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsnutzungen (oder der Erweiterung bestehender Betriebe in die Großflächigkeit) nachzuweisen, dass die Funktions- und die Entwicklungsfähigkeit der Zentralen Versorgungsbereiche im Willicher Stadtgebiet und den betroffenen Umlandkommunen (bei regionalbedeutsamen Einzelhandelsvorhaben) nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Dieser Grundsatz ist nicht als Wettbewerbsschutz, sondern als Absicherung einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugunsten der verbrauchernahen Versorgungsstrukturen zu verstehen.

³⁶ Als Randsortimente sind solche Waren zu verstehen, die das Kernsortiment ergänzen und eine gewisse funktionale Beziehung zu den Waren des Kernsortimentes aufweisen. Darüber muss das Angebot der Randsortimente hinsichtlich des Umfangs (bezogen auf den Verkaufsflächenanteil) und der Wichtigkeit (bezogen auf den Umsatzanteil) deutlich gegenüber dem Kernsortiment untergeordnet sein (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

9.2 Standortbezogene Steuerungsempfehlungen

Aufbauend auf den zuvor dargestellten Grundsätzen zur Einzelhandelsentwicklung der Zentren- und Standortstruktur werden nachfolgend konkrete Ansiedlungs- und Steuerungsempfehlungen für die verschiedenen Standortlagen im Willicher Stadtgebiet ausgesprochen.

Grundsätzlich sind bei der Realisierung/ Planung neuer Vorhaben/ Verkaufsflächen innerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche folgenden Punkte zu berücksichtigen:

- qualitativ und quantitativ ansprechende Angebotsstruktur des Vorhabens
- sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote
- attraktive Anbindung an die bestehende Hauptgeschäftslage
- ansprechende, zeitgemäße Gestaltung

9.2.1 Hauptzentrum Innenstadt

Der Zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt ist der übergeordnete Einzelhandelsstandort im Willicher Stadtgebiet. Seine gesamtstädtische Bedeutung soll zukünftig weiter gestärkt und nachhaltig ausgebaut werden. Die Innenstadt sollte auch zukünftig den Schwerpunkt der Einzelhandelsentwicklung, v. a. im Bereich des zentrenrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet, bilden. Für die Willicher Innenstadt kann mit Blick auf die zum Teil niedrigen Zentralitätskennziffern einiger Sortimente ein weiterer Ausbaubedarf des Einzelhandels in mehreren Branchen dargestellt werden (dazu zählen z. B. Drogeriewaren, Bio-Lebensmittel, Bekleidung, Elektrowaren). Dabei gilt es, die Potenzialflächen an den beiden Entwicklungsstandorten ehemaliges Brauereigelände und Krankenhaus optimal auszunutzen und – unter Darstellung einer bestmöglichen Verknüpfung zu den bestehenden Einzelhandelsbetrieben – auch neue Einkaufsmagnete zu schaffen, zumal die Willicher Innenstadt bislang über keinen großflächigen Markt im zentrenrelevanten Sortiment verfügt.

Zur Verdichtung des Einzelhandelsbesatzes innerhalb des Hauptzentrums ist zudem die Nachnutzung derzeit leerstehender Immobilien anzustreben. Dies kann auch den Abriss bestehender Bausubstanz zugunsten zeitgemäßer Handelsimmobilien bedeuten³⁷, solange dadurch der Denkmalschutz und das prägende Stadtbild nicht beeinträchtigt werden.

Für den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gelten **grundsätzlich keine Ansiedlungsbeschränkungen** hinsichtlich Flächendimensionierung und Sortimentszusammensetzung. Die städtebauliche Verträglichkeit vorausgesetzt (ggf. ist für großflächige Planvorhaben eine Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich), sind sowohl zentren- und nahversorgungsrelevante und sogar nicht zentrenrelevante Neuansiedlungen zulässig. Aus Gründen einer nachhaltigen Flächenentwicklung in der Innenstadt werden großflächige Ansiedlungsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten innerhalb des Hauptzentrums aus städtebaulichen Gründen (hoher Flächenbedarf, geringe Kopplungsbeziehungen zu sonstigen Innenstadtnutzungen) jedoch nicht empfohlen.

Für bestehende Einzelhandelsbetriebe gilt es, die vorhandenen Flächen im Innenstadtzentrum optimal zu präsentieren und dadurch die Attraktivität der Innenstadt als Handelsstandort zu erhöhen. Bei der Realisierung neuer Vorhaben/ Verkaufsflächen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollten die folgenden Punkte berücksichtigt werden:

³⁷ Z. B. Zusammenlegung von zwei angrenzenden kleinen Ladenlokalen, Schaffung von ebenerdigen Zugängen etc.

- qualitativ und quantitativ ansprechende Angebotsstruktur des Vorhabens
- sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote
- Nischenangebote, ergänzende Serviceleistungen, „storytelling“
- attraktive Anbindung an weitere Handels- und Dienstleistungseinrichtungen (Schaffung von Kopplungsbeziehungen)
- ansprechende, zeitgemäße Gestaltung, Warenpräsentation sowie werbliche Darstellung im Internet.

9.2.2 Stadtteilzentren Schiefbahn und Anrath

Die Stadtteilzentren Schiefbahn und Anrath sind im Wesentlichen auf die Versorgung der Bevölkerung in den jeweiligen Stadtteilen ausgerichtet. Sie haben einen stärkeren Bezug auf nahversorgungsrelevante Sortimente, grundsätzlich bestehen jedoch im nicht großflächigen Bereich keine Verkaufsflächen- oder Sortimentsbeschränkungen.

Aufgrund des im Vergleich zum Hauptzentrum untergeordneten Versorgungsauftrags der Stadtteilzentren sollte bei der Entwicklung großflächiger Handelseinrichtungen berücksichtigt werden, dass solche Betriebe, die ein gesamtstädtisches oder sogar regionales Einzugsgebiet aufweisen, vorrangig auf das Willicher Hauptzentrum zu lenken sind.

Großflächige Einzelhandelsnutzungen, welche dem zugewiesenen Versorgungsauftrag für den jeweiligen Stadtteil gerecht werden, sind bei Einhaltung der landesplanerischen Vorgaben (v. a. fehlende Beeinträchtigung sonst. Zentraler Versorgungsbereiche) in den Stadtteilzentren zulässig. Insbesondere für den Stadtteil Anrath ist die Ansiedlung eines Vollsortimenters innerhalb des Stadtteilzentrums wünschenswert. Die Planungen am Entwicklungsstandort Raiffeisenstraße/ De-Mülder-Gasse sollten zielgerichtet umgesetzt werden.

Darüber hinaus sollte in den Stadtteilzentren ein Fokus auf eine Diversifizierung bestehender Angebote gelegt werden. Ziel sollte die Wiederbelegung bestehender Leerstände sein. Einzelne Maßnahmen, wie werbliche Aktivitäten, Veranstaltungen, ein zielgerichtetes Leerstandsmanagement, aber auch die Stärkung der Kommunikation bei Sensibilisierung der Eigentümer, Einzelhändler und Kunden für aktuelle Einzelhandelsentwicklungen und ihren Einfluss darauf, können zur Stärkung der Stadtteilzentren beitragen.

9.2.3 Nahversorgungszentren

Die Nahversorgungszentren Neersen, Wekeln, Bahnstraße und Am Güterbahnhof sollen vorrangig die Aufgabe der Nahversorgung für die wohnortnahe Bevölkerung in den jeweiligen Stadtteilen sicherstellen. Das Einzelhandelskonzept sieht hierfür folgende Regelungen vor:

Nahversorgungsrelevante Kernsortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege) klein- und großflächig möglich: Ziel soll der Erhalt und die Stärkung tragfähiger Nahversorgungsstrukturen für die wohnortnahe Bevölkerung sein. Dies schließt auch eine bedarfsgerechte Verkaufsflächenentwicklung ansässiger Lebensmittelmärkte ein. Der Umfang der Verkaufsflächen für nahversorgungsrelevante Sortimente soll an der örtlichen Nachfrage ausgerichtet sein. Für Ansiedlungen von großflächigen Formaten ist eine Verträglichkeit gegenüber den übrigen Zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet nachzuweisen.

Neuansiedlung zentrenrelevanter Kernsortimente kleinflächig zulässig (entsprechend der Versorgungsfunktion): Im Sinne einer wachsenden Funktionsmischung innerhalb der Nahver-

sorgungszentren ist eine Arrondierung mit zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten auch hier vorstellbar. Diese sollten jedoch weder mit dem Zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt in Konkurrenz treten, noch den Charakter des Nahversorgungszentrums dominieren. Zulässig sind daher nur kleinflächige Betriebe, die vom Umfang her auf eine Versorgung des Einzugsbereiches des jeweiligen Nahversorgungszentrums ausgerichtet sind (z. B. Schreibwarengeschäft, Buchhandlung).

Neuansiedlung nicht-zentrenrelevanter Kernsortimente kleinflächig zulässig (entsprechend der Versorgungsfunktion): Auch nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe sollten den Charakter der Nahversorgungszentren nicht beeinträchtigen, sondern allenfalls eine arrondierende Funktion für den Nahversorgungseinzelhandel übernehmen. Zulässig sind daher nur kleinflächige Betriebe, die vom Umfang her auf eine Versorgung des entsprechenden Versorgungsgebietes ausgerichtet sein sollten.

9.2.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Solitäre Nahversorgungslagen können auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein, wenn sich die Standorte in integrierten Wohn- und Mischgebieten befinden und dort eine Versorgungsfunktion für ansonsten unterversorgte Bereiche im Stadtgebiet übernehmen können. Auch außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche soll die Nahversorgung in den bestehenden solitären Nahversorgungsstandorten gesichert und gestärkt werden.

Die Neuansiedlung oder Erweiterung von (großflächigen) Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen kann nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise zulässig sein, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

- Der Standort weist ein dichtes Wohnumfeld auf (Nahversorgungsfunktion!), möglichst mit ÖPNV-Anbindung,
- ein vorhabenbezogenes Gutachten weist die Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche sowie den Gebietsversorgungscharakter nach und
- es liegt ein Nachweis der Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in dem betreffenden Gebiet vor.

Die an den eher gewerblich strukturierten Standorten vorhandenen Einzelhandelsbetriebe können in ihrem Bestand planungsrechtlich gesichert werden. Ein weiterer Ausbau oder die Neuansiedlung zusätzlicher Betriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten ist jedoch auszuschließen. Um eine möglichst flächendeckende und verbrauchernahe Nahversorgungsstruktur im Willicher Stadtgebiet zu fördern, sollte ein Ausbau der Versorgungsbedeutung solcher Standorte verhindert werden.

Keine Neuansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche: Zentrenrelevante Betriebe sind den Zentralen Versorgungsbereichen (vornehmlich dem Hauptzentrum sowie den Stadtteilzentren) vorbehalten.

9.2.5 Sonder- und Fachmarktstandorte

Für zentrenrelevante Kernsortimente gilt die Regelung, dass deren Ansiedlung im Hauptsortiment ausschließlich in den Zentralen Versorgungsbereichen (vornehmlich im Hauptzentrum und den Stadtteilzentren, in begrenztem Umfang auch in den Nahversorgungszentren) erfolgen soll. Daraus ergibt sich, dass großflächige Einzelhandelsansiedlungen an (potenziellen) Fachmarktstandorten eine Fokussierung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente haben

sollten. Zum Schutz der Einzelhandelsstrukturen in den Zentralen Versorgungsbereichen gelten für die (potenziellen) Fachmarkt-Standorte bei der Ausweisung neuer Sondergebiete folgende Ansiedlungsregeln:

- Ansiedlungsvorhaben für großflächige und nicht-zentrenrelevante Kernsortimente im Hauptsortiment sollten prioritär auf Fachmarktstandorte fokussiert sein, um dort möglichst eine Konzentration entsprechender Angebote zu erreichen. Auf diese Weise können sie eine größere Strahlkraft entfalten als einzelne, über das Stadtgebiet verstreute Fachmärkte.
- Nicht zulässig sind großflächige Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, da es sich bei den Fachmarktstandorten um städtebaulich nicht integrierte Standorte handelt.
- Innerhalb der Fachmarktstandorte befinden sich gegenwärtig z. T. großflächige Einzelhandelsnutzungen mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Kernsortimenten. Bestehende Betriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten genießen Bestandsschutz. Diesen Betrieben ist zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit³⁸ eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit i. S. d. LEP NRW einzuräumen.
- Bei Neuansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist darauf zu achten, dass innenstadt- und nahversorgungsrelevante Randsortimente maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen (siehe dazu auch Grundsatz 6.5.5 LEP NRW).

9.2.6 Sonstige nicht integrierte Lagen und Gewerbegebiete

Zur Stärkung und Verdichtung der Zentrenstruktur sollen zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente in der Stadt Willich entsprechend der jeweiligen Versorgungsfunktion den Zentralen Versorgungsbereichen vorbehalten sein. Nicht-zentrenrelevante Sortimente im Kernsortiment sind prioritär an (potenziellen) Fachmarktstandorten zu bündeln.

Daraus ergeben sich die folgenden restriktiven Ansiedlungsregelungen für Gewerbegebiete und sonstige nicht-integrierte Standorte im Willicher Stadtgebiet:

- In Gewerbegebieten ohne bisherigen handelsseitigen Einfluss ist grundsätzlich kein Einzelhandel zulässig. Diese Gebiete sollen ihrer primären Funktion entsprechend der Unterbringung von gewerblichen Betrieben vorbehalten bleiben. Um die Flächenpreise für Gewerbebetriebe auf einem angemessenen Niveau halten zu können, sollen Gewerbegebiete in Willich daher grundsätzlich von Einzelhandelsnutzungen freigehalten werden. Ausnahmsweise zulässig in Gewerbegebieten ist der sog. Annexhandel, bei dem es sich um den Verkauf von vor Ort hergestellten oder weiterverarbeiteten Produkten im räumlichen Zusammenhang der Betriebsstätte ansässiger Produktionsbetriebe handelt. Die Regelungen zum Annexhandel müssen in den entsprechenden Bebauungsplänen hinreichend bestimmt sein.³⁹

³⁸ Der Umfang einer geringfügigen Erweiterung stellt keine allgemeingültige Größenordnung dar, sondern ist aus der Untersuchung des jeweiligen Einzelfalls abzuleiten.

³⁹ Aus der Begründung des Bebauungsplanes muss für den Annexhandel eine Verkaufsflächenobergrenze erkennbar sein. Hier wird die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes, jedoch nur bis zu einer maximalen Verkaufsfläche von 100 m²) empfohlen.

- An sonstigen nicht-integrierten Standorten (außerhalb von Gewerbegebieten) sind Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten generell auszuschließen. Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind an sonstigen nicht integrierten Standorten ausnahmsweise zulässig, sofern innerhalb bestehender Fachmarktstandorte nachweislich keine Ansiedlung möglich ist und aus städtebaulichen Gründen eine integrierte Lage planerisch nicht gewollt ist bzw. verzichtbar erscheint (bspw. hohes Verkehrsaufkommen, großer Flächenbedarf, keine positiven Agglomerationseffekte). Es muss ein Nachweis vorliegen, dass wesentliche Beeinträchtigungen der ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche im Hinblick auf deren Funktions- und Entwicklungsfähigkeit ausgeschlossen werden können (ggf. Einzelfallprüfung erforderlich). Der Verkaufsflächenanteil zentren- und nahversorgungsrelevanter Randsortimente ist entsprechend der zuvor dargestellten Handlungsempfehlungen und der landesplanerischen Zielsetzung auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen.

10 Beteiligungsverfahren und förmliche Beschlüsse

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass das vorliegende Einzelhandelskonzept vom Rat der Stadt Willich als städtebauliches Entwicklungskonzept förmlich beschlossen werden muss, damit es als Grundlage für zukünftige Bauleitverfahren und Ansiedlungsentscheidungen dienen kann.

Im Einzelnen sind folgende Schritte zu empfehlen:

- Durchführung eines geeigneten Beteiligungsverfahrens der Nachbarkommunen, der relevanten Träger öffentlicher Belange und der Öffentlichkeit
- Förmlicher Beschluss des Willicher Einzelhandelskonzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1, Abs. 6, Nr. 11 BauGB durch den Rat der Stadt Willich
- Förmlicher Beschluss der Zentralen Versorgungsbereiche in der vorgeschlagenen räumlichen Abgrenzung durch den Rat der Stadt Willich
- Förmlicher Beschluss der Willicher Sortimentsliste in der vorgeschlagenen Fassung durch den Rat der Stadt Willich

Unabhängig von diesen Empfehlungen zur Umsetzung des planungsrechtlichen Teils des Einzelhandelskonzeptes sind die Vorschläge zur Weiterentwicklung der Willicher Zentrenstruktur durch aktives Handeln von Politik, Verwaltung und Unternehmen aufzugreifen.

11 Fazit

Aufgabe des vorliegenden Einzelhandelsgutachtens ist es, unter Berücksichtigung eingetretener Veränderungen sowohl auf der gesetzlichen Ebene (Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen) als auch in der Struktur des örtlichen Einzelhandels der Stadt Willich, ein neues Einzelhandelskonzept für das gesamte Stadtgebiet zu erarbeiten; gleichzeitig sollte es einen Orientierungsleitfaden für zukünftige Entscheidungen im Rahmen der Bauleitplanung liefern.

Politik und Verwaltung können die nötigen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Willich schaffen. Hierzu zählen v. a. die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im Willicher Stadtgebiet, die städtebauliche Attraktivierung der Zentralen Versorgungsbereiche sowie die planungsrechtliche Steuerung des großflächigen Einzelhandels auch außerhalb der Zentren in Willich.

In der Stadt Willich sind grundsätzlich positive Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung als Einzelhandelsstandort gegeben. So verfügt jeder Stadtteil über einen Zentralen Versorgungsbereich. Der Großteil der Einzelhandelsbestandes insgesamt, aber auch der (großflächigen) Lebensmittelmärkte liegt innerhalb dieser Zentralen Versorgungsbereiche, sodass diese dort Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Einzelhandel übernehmen können. In den größeren Zentren besteht zudem ein recht differenziertes Einzelhandelsangebot (z. B. Metzgereien, Buchläden, Herrenausstatter, Optik, Uhren/ Schmuck).

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes und die Bewertung der Entwicklungspotenziale haben gezeigt, dass bestehende Versorgungsdefizite in der Vergangenheit schon zum Teil behoben werden konnten. Ziel der weiteren Stadtentwicklung sollte es sein, die Zentralen Versorgungsbereiche in den nächsten Jahren zu sichern, städtebaulich verträglich weiterzuentwickeln und dadurch noch bestehende Versorgungsdefizite gezielt abzubauen. Die bestehenden Entwicklungsflächen in den Zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Anrath (aber auch Am Güterbahnhof und Neersen) liefern hierfür geeignete Voraussetzungen. Es wird darauf ankommen, diese gegebenen positiven Rahmenbedingungen optimal auszunutzen. Neben möglichen Neuansiedlungen wird es in Willich jedoch ebenso wichtig sein, vorhandene Defizite bestehender Handelsbetriebe gezielt abzubauen.

Mit der Überprüfung des Zentren- und Standortkonzeptes sowie der überarbeiteten Willicher Sortimentsliste wird die Rechtssicherheit des Einzelhandelskonzeptes durch den Bezug auf fortgeschriebene Bestandsdaten, die Einbeziehung der aktuellen Ziele der Stadtentwicklung sowie die Berücksichtigung der aktuellen landesplanerischen Vorgaben sichergestellt.