

Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Grefrath

- Endbericht im Entwurf -



Auftragnehmer

Stadt + Handel

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR
Huckarder Str. 12 Hirschstr. 89
44147 Dortmund 76137 Karlsruhe

Tel. 0 231. 8 62 68 90 Tel. 0721.14512262
Fax. 0 231. 8 62 68 91 Fax. 0721.14512263
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Verfasser:

Dipl.-Ing. Ralf M. Beckmann
Dipl.-Ing. Sabrina Trela

Dortmund, Juni 2010

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

Inhalt

Inhalt	i
Abkürzungsverzeichnis	iii
1 Einführung und Ergebnisübersicht	1
2 Rechtliche Rahmenvorgaben	4
2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes	4
2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	5
2.3 Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben	9
3 Methodik	12
4 Markt- und Standortanalyse	16
4.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	16
4.2 Angebotsanalyse	19
4.3 Nachfrageanalyse	22
4.3.1 Kaufkraft, Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich	22
4.4 Analyse und Bewertung der wesentlichen Einzelhandelsstandorte in Grefrath	27
4.4.1 Standortmerkmale der Ortsmitte Grefrath	27
4.4.2 Merkmale des Standortbereichs Ortsmitte Oedt	37
4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Grefrath	39
4.6 Standortmerkmale des Sonderstandorts Gewerbegebiet Pastoratshof	42
4.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Grefrath	45
5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	47
5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	47
5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen	47
5.1.2 Methodik und Berechnung	48
5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Grefrath	54
5.2 Die übergeordnete Entwicklungszielstellung für Grefrath	57
6 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept	59
6.1 Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath	59
6.1.1 Städtebaulich-funktionale Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für die Ortsmitte Grefrath	61

6.1.2	Räumliche Entwicklungsszenarien und übergeordnete Entwicklungsziele für die Ortsmitte Grefrath	63
6.1.3	Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte Grefrath	67
6.2	Empfehlungen für den Standortbereich Ortsmitte Oedt	69
6.3	Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgungsstruktur	69
6.3.1	Exkurs: Nahversorgungsläden als Alternative zu Supermarkt und Discounter	80
6.4	Empfehlungen für den ergänzenden Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof	81
6.5	Die Sortimentsliste für Grefrath	87
6.6	Ansiedlungsleitsätze für Grefrath	94
7	Schlusswort	100
	Anhang	I
	Literatur- und Quellenverzeichnis	I
	Glossar	III

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BID	Business Improvement District
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
EW.....	Einwohner
FOC.....	Factory-Outlet-Center
GEP	Gebietsentwicklungsplan
ggf.....	gegebenenfalls
GPK.....	Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
i. d. R.	in der Regel
inkl.....	inklusive
ISG.....	Immobilien- und Standortgemeinschaft
i. S. v.....	im Sinne von
km	Kilometer
LEP NRW	Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen
LEPro NRW.....	Landesentwicklungsprogramm NRW
m ²	Quadratmeter
max.....	maximal
min.	minimal
Mio.	Millionen
MIV	motorisierter Individualverkehr
niL.....	städtebaulich nicht integrierte Lage
NuG.....	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS.....	Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
rd.....	rund
siL	sonstige städtebaulich integrierte Lage
u. a.....	unter anderem
UEC	Urban Entertainment Center
VGH.....	Verwaltungsgerichtshof
vgl.....	vergleiche
VKF.....	Verkaufsfläche
WZ.....	Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes

ZVB..... zentraler Versorgungsbereich

z. T..... zum Teil

z. Z..... zur Zeit

1 Einführung und Ergebnisübersicht

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandel in der Gemeinde Grefrath zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmenseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem die stetig veränderten Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Die Gemeinde Grefrath beabsichtigt mit dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts die Weiterentwicklung der gesamtgemeindlichen Zentren- und Einzelhandelsstruktur auch weiterhin auf eine entsprechend tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die Leitfunktion des Einzelhandels die Vitalität und Attraktivität der Ortsmitte stabilisieren bzw. ausbauen. Andererseits werden konkrete Entwicklungsziele auch für die weiteren Standortbereiche in Grefrath definiert. Und nicht zuletzt soll durch die Gesamtkonzeption eine funktionierende, wohnortnahe Grundversorgung gesichert und ggf. verbessert werden.

Um eine solch ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende fortgeschriebene Einzelhandelskonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandelskonzept jedoch auch Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften, die Einzelhändler und Handelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertreter, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept zunächst der aktuelle Zustand der Grefrather Einzelhandelsstruktur für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Die Analyse legt folgende Standortstärken, aber auch gewisse Handlungsbedarfe zur Einzelhandelsstruktur offen:

Stärken und Potenziale der Einzelhandelsstruktur in Grefrath:

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner liegt in Grefrath über dem Bundesdurchschnitt.
- Zwar geht der Einzugsbereich der Gemeinde Grefrath nahezu nicht über die angrenzenden Gemeinden hinaus und auch die Zentralität von 75% zeigt einen gewissen Kaufkraftabfluss, dennoch ist dies hinsichtlich der zentralörtlichen Wettbewerbsposi-

tion eines Grundzentrums keine schlechte Ausgangslage, die auch mittel- bis langfristig stabilisiert werden muss.

- Die Ortsmitte Grefrath vereint innerhalb der Gemeinde die höchste Vielfalt an Einzelhandelsbetrieben und stellt so für die Kunden zunächst einen wichtigen Anziehungspunkt dar.
- Die wohnortnahe Grundversorgung ist in den Ortsteilen Grefrath und Mülhausen umfassend gegeben.

Schwächen, Restriktionen und Handlungsbedarf in Grefrath:

- Hinsichtlich des Umsatz-Kaufkraft-Verhältnisses (Zentralität) sind besonders starke Abflüsse in den typischerweise zentrenrelevanten Sortimentsgruppen wie Bekleidung oder Schuhe/ Lederwaren zu verzeichnen, wobei diese für vergleichbare Grundzentren nicht unüblich sind.
- Die Betriebsgrößenstruktur in der Ortsmitte ist überwiegend durch Kleinteiligkeit geprägt, über 80% der Betriebe verfügen über Verkaufsflächen kleiner 200 m². Dementsprechend fehlen Magnetbetriebe, die die Kunden in die Ortsmitte ziehen.
- Die Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Lagen stellen vorwiegend aufgrund der nicht unerheblichen Verkaufsflächenanteile mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine starke Konkurrenz für die wohnortnahe Grundversorgung und die Entwicklung der Ortsmitte dar.
- Im Ortsteil Oedt ist kein Lebensmittelanbieter vorhanden, so dass es dort an einem umfassenden Angebot im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel mangelt.

Ausgehend von der analytischen Zustandsbewertung werden zukünftige absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume für alle Warengruppen aufgezeigt. Auf dieser Basis werden in diesem Einzelhandelskonzept zur Sicherung und zur Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Grefrath folgende übergeordnete, gesamtgemeindliche Entwicklungszielstellungen in Bezug zum vorliegenden Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der BBE sowie auch konsequent zum Regionalen Einzelhandelskonzept für den Kreis Viersen hergeleitet:

1. Stärkung der Ortsmitte Grefrath, gleichzeitig negative Auswirkungen auf die ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung vermeiden.
2. Entwicklung einer ortsteilspezifisch angepassten Nahversorgungsstruktur: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen, gleichzeitig negative Auswirkungen auf das Zentrum vermeiden.
3. Weiterentwicklung ergänzender Standorte: Bereitstellung von Flächen für den großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, gleichzeitig negative Auswirkungen auf die Ortsmitte und die Nahversorgung vermeiden.

In Verbindung mit diesen Zielstellungen werden konkrete Empfehlungen zur gesamtgemeindlichen Standortstruktur des Einzelhandels in Grefrath entwickelt. Gleichzeitig werden zudem die Grefrather Liste zentrenrelevanter Sortimente fortgeschrieben („Grefrather Sortimentsliste“). Wesentliches Element dieses Einzelhandelskonzeptes sind nicht zuletzt die sogenannten Ansiedlungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Gemeindeentwicklung sind die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern auch abschließend in einem Arbeitskreis mit Teilnehmern des Einzelhandels- und Dienstleistungsverbands Krefeld-Kempen-Viersen e. V. sowie des Kreises Viersen erörtert worden. Auf diese Weise ist im Erarbeitungsprozess sichergestellt worden, dass eine breite Vielzahl relevanter Aspekte in die Bearbeitung einfließt und die besonderen Belange auch der Grefrather Wirtschaftsakteure Berücksichtigung finden.

Die Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes soll als politisch gestützter Fachbeitrag¹ eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Gemeindeentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden.

¹ Im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB; wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzeptes ist u. a. der politische Beschluss dieses Konzeptes.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Für die ortsansässige Bevölkerung wie auch die Besucher einer Kommune haben im Allgemeinen insbesondere die Zentren ganz besondere Funktionen: sie bieten Versorgungsmöglichkeiten, Bildungs- und Kulturangebote sowie Dienstleistungen in einer hohen Dichte mit einer Vielzahl von Koppelungsmöglichkeiten und in einem atmosphärischen Umfeld an. Viele private und öffentliche Investitionen haben über Jahre dazu beigetragen, diese Attraktivität der Zentren – funktionell wie städtebaulich – zu erhalten und zu steigern.

Es besteht ein großes öffentliches wie auch privates Interesse an der Funktionsfähigkeit und der Nutzungsvielfalt der Zentren in einer Kommune. Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden daher die Abgrenzung und der Schutz der sog. zentralen Versorgungsbereiche vertieft erörtert (Kapitel 2.2). Auch die darauf zielende Sortimentsliste (Kapitel 6.5) sowie ergänzende landes- und regionalplanerischer Vorgaben (Kapitel 2.3) werden nachfolgend skizziert.

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes

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

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

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind die Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des Landesentwicklungsprogrammes Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW) in der aktuellen Fassung, des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen sowie der aktuellen Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie neuerdings auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-

Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

Die Innenstädte, die Nebenzentren und die Nahversorgungszentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEPro NRW. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Grefrath bildet die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Neue Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die letzte Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB), und das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Die im Juni 2007 beschlossene Änderung des Landesentwicklungsprogramms NRW (LEPro NRW) sah als strikt zu beachtendes Ziel der Landesplanung vor, dass bestimmte großflächige Einzelhandelsbetriebe nur noch in zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Nebenzentren) angesiedelt werden dürfen. Zugleich wurden verschiedene Voraussetzungen an diese zentralen Versorgungsbereiche formuliert (vgl. § 24 a Abs. 1 und 2 LEPro NRW). Mit den Urteilen zum EOC Ochtrup² wurde die Zielqualität dieser Regelungen aufgehoben; demzufolge sollten die aktuellen Inhalte des § 24 a bis zu einer etwaigen Neufassung des LEPro nunmehr als sog. Grundsatz der Raumordnung im Rahmen der Bauleitplanung berücksichtigt werden.

² Vgl. VerfGH NRW, Urteil 18/08 vom 26.08.2009 sowie OVG NRW, Urteil 10 A 1676/08 vom 30.09.2009.

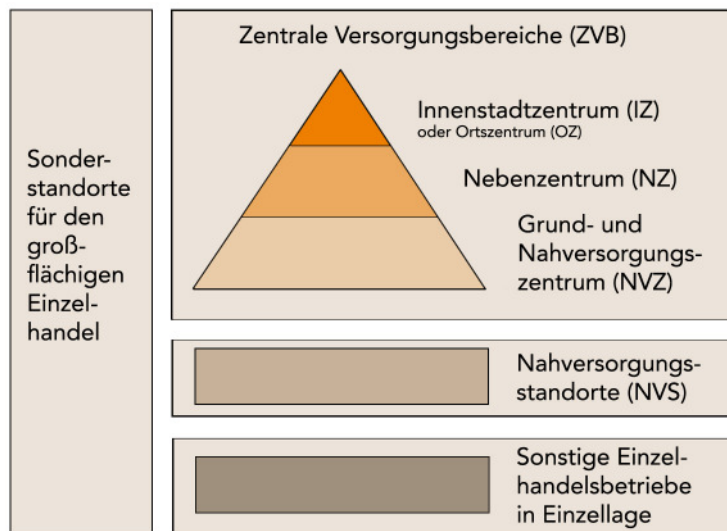
Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

Das Landesentwicklungsprogramm NRW regelt die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels. § 24 a LEPro NRW verlangt von den Kommunen eine räumliche und funktionale Festlegung der Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche und legt Kriterien zur Abgrenzung fest. Haupt- oder Nebenzentren sollen sich neben ihrer Wohnfunktion durch „ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs und eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“ auszeichnen.³

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich je nach Größe und Struktur einer Kommune in der Regel ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (vgl. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortssystem.

³ Landesentwicklungsprogramm NRW § 24 a Absatz 2.

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)⁴



Quelle: eigene Darstellung

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandels- und Zentrenkonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.⁵

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge beim Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.⁶

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

⁴ In der Gemeinde Grefrath wird nur die Ortsmitte Grefrath als zentraler Versorgungsbereich definiert. Aufgrund dessen sind die Ebenen der Nebenzentren und Grund- und Nahversorgungszentren in diesem Bericht nicht zu berücksichtigen.

⁵ Vgl. Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

⁶ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

Tabelle 1: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Aspekte des Einzelhandels:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, ▪ aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional), ▪ Vermeidung des ggf. mit der Ausweisung als ZVB einhergehenden einzelbetrieblichen Schutzes vor Konkurrenz, i. d. R. durch Nachweis mehrerer Einzelhandelsbetriebe mit konkurrierendem oder sich ergänzendem Sortiment.
Sonstige Aspekte:
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), ▪ städtebauliche Gestaltung und Dichte, historische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes, ▪ integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebietes, ▪ verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, ▪ ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Quelle: eigene Darstellung

In diesem Einzelhandelskonzept werden Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte ergänzend untersucht. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des in Grefrath vorhandenen zentralen Versorgungsbereichs werden auch Leerstände von Ladenlokalen sowie erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.⁷

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren nä-

⁷ Das Bundesverwaltungsgericht hat jüngst die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist: vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007.

her untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.⁸

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten,
- oder wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden können (etwa aufgrund noch nicht vorliegender Entwicklungsplanungen).⁹

2.3 Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben

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

Landesentwicklungsprogramm NRW 2007

Der Landtag des Landes Nordrhein-Westfalen hat in seiner Sitzung vom 13.06.2007 eine Änderung des LEPro NRW verabschiedet, wodurch die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben präziser als bisher gesteuert werden sollte. Zielsetzung ist die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits und der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung andererseits.

⁸ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

⁹ Für den letztgenannten Fall wird empfohlen, die parzellenscharfe Abgrenzung letztlich in einem Planverfahren zur Bebauung der Entwicklungsfläche vorzunehmen.

Zur Erreichung dieser Ziele greift die Novellierung des LEPro NRW den 2004 neu ins BauGB aufgenommenen und zuvor schon in § 11 Abs. 3 BauNVO verankerten Begriff der zentralen Versorgungsbereiche auf.¹⁰

Zukünftig sollen Einzelhandelsbetriebe, die von § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden und sofern sie ein zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen, dem LEPro zufolge nur noch in zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein.¹¹ Des Weiteren beinhaltet das LEPro NRW folgende Aussagen, die bei der weitergehenden Bearbeitung des Einzelhandelskonzepts Grefrath berücksichtigt werden:

- Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente durch eine Gemeinde sind die zentrenrelevanten Leitsortimente nach der Anlage des LEPro NRW zu berücksichtigen.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem (Kern-)Sortiment können außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente max. 10% der Verkaufsfläche, maximal jedoch nicht mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche, aufweist.
- Weitergehende Bestimmungen des LEPro NRW befassen sich u. a. mit einer Vermutungsregel zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben und mit Einzelhandel in raumbedeutsamen Großeinrichtungen.

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Gemeinde Grefrath relevante Regionalplan ist der Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf (GEP 99) aus dem Jahr 2000¹². Dieser beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts zugrunde zu legen sind:

„Gebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung dürfen nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen geplant werden. Ein Vorhaben entspricht der zentralörtlichen Versorgungsfunktion, wenn die Kaufkraftbindung der zu erwartenden Nutzung den Versorgungsbereich des Standortes nicht wesentlich überschreitet. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten, sind

¹⁰ Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereiches vgl. auch Kapitel 2.2. Wie bereits oben erwähnt, wurde mit den Urteilen zum EOC Ochtrup (vgl. VerFGH NRW, Urteil 18/08 vom 26.08.2009 sowie OVG NRW, Urteil 10 A 1676/08 vom 30.09.2009) die Zielqualität des LEPro NRW aufgehoben; demzufolge sollten die aktuellen Inhalte des § 24 a bis zu einer etwaigen Neufassung des LEPro nunmehr als sog. Grundsatz der Raumordnung im Rahmen der Bauleitplanung berücksichtigt werden.

¹¹ vgl. § 24 a LEPro NRW.

¹² Vgl. Bezirksregierung Düsseldorf 2000; aktualisiert Oktober 2009.

den bauleitplanerisch dargestellten Siedlungsschwerpunkten räumlich und funktional zuzuordnen“ (Ziffer 1.2 Allgemeine Siedlungsbereiche Ziel 4 GEP 99)¹³.

Rahmenvorgaben durch das Regionale Einzelhandelskonzept für den Kreis Viersen

Ziel des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für den Kreis Viersen ist es, die Attraktivität und die Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten zu erhalten und – wo möglich – diese zu steigern. Zu diesem Zweck sollen die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im „Regionalen Konsens“ diskutiert und abgestimmt werden.

Rahmenvorgaben durch den Einzelhandelserlass

Der Einzelhandelserlass NRW dient den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO und soll für Investitionswillige, Grundstückseigentümer sowie den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen. Er konkretisiert die Regelungen des BauGB, der BauNVO, des LEPro NRW sowie der Regionalpläne.

Zielsetzung des Einzelhandelserlasses NRW ist, die Zentren als Arbeits-, Handels- und Wohnstandorte konsequent zu stärken, um für alle Bevölkerungsgruppen eine flächendeckende und wohnungsnahе Versorgung auf möglichst kurzen Wegen zu gewährleisten. Dazu konkretisiert er die Kernvorschrift § 24a LEPro NRW (Kern- und Sondergebiete im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur noch in zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden).

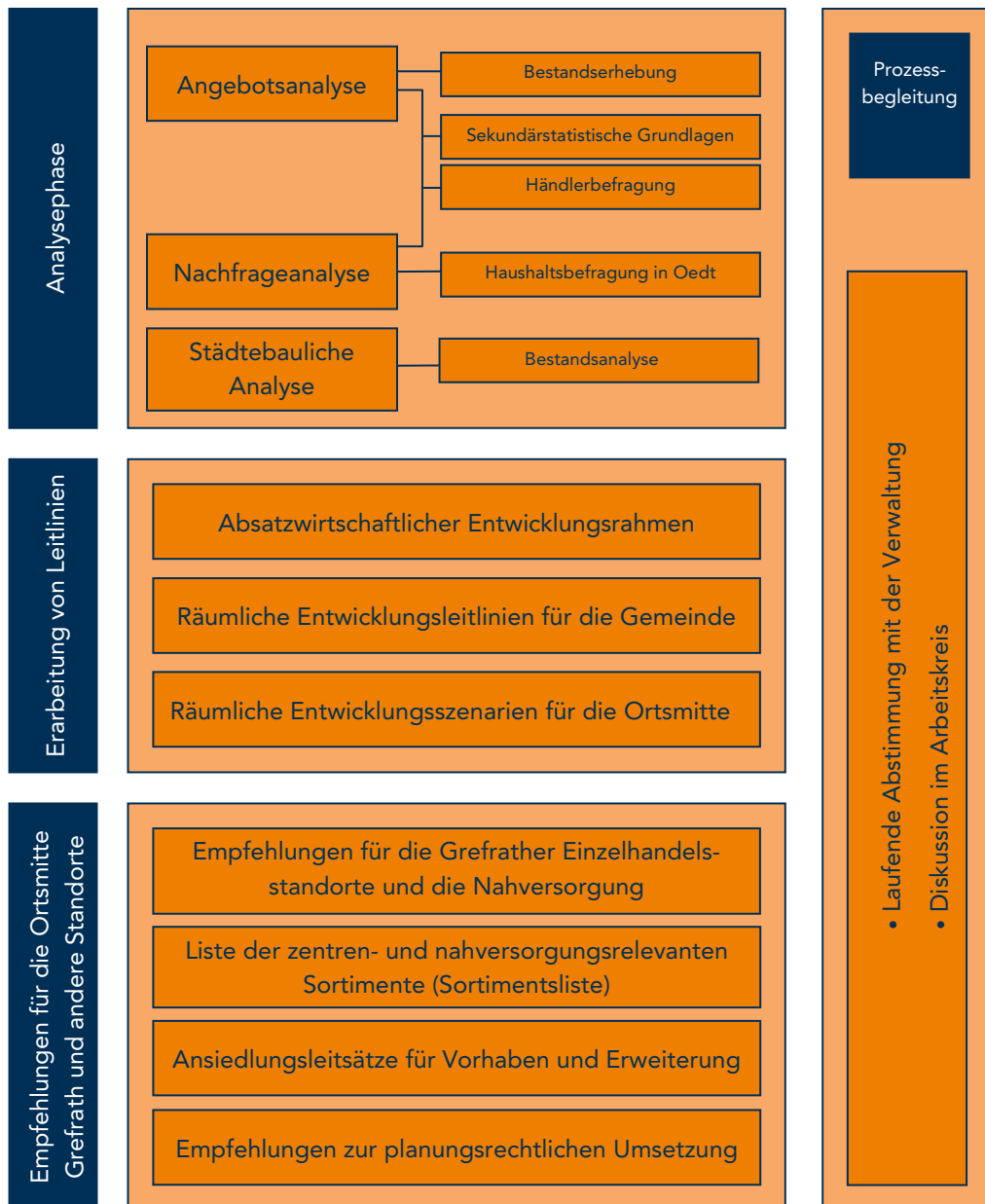
Der Einzelhandelserlass NRW betont die entscheidende Rolle der Gemeinde bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. So unterstützen gemeindliche Einzelhandelskonzepte sowie deren planungsrechtliche Umsetzung durch Bauleitpläne die Entwicklung der Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche beinhaltet dies auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten und sonstigen Sonderstandorte (u. a. Großeinrichtungen gem. § 24a LEPro NRW) sowie die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente.

¹³ Vgl. Bezirksregierung Düsseldorf 2000; aktualisiert Oktober 2009: S. 11.

3 Methodik

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

Abbildung 2: Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept



Quelle: eigene Darstellung

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Tabelle 2: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

	Bestandserhebung	Händlerbefragung	Haushaltsbefragung
Daten- grundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Befragung durch Stadt + Handel	Befragung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut
Zeitraum	8. KW 2010	8./ 9. KW 2010	8. KW 2010
Methode	flächendeckende Vollerhebung	flächendeckende schriftliche Befragung (n= 20)	telefonische Befragung (n = 80)
Inhalt	Standortdaten VKF und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe städtebauliche Analyse/ zentrenergänzende Funktionen	Umsatzverteilung auf Umlandkommunen Angebotslücken Standortbewertungen	Nahversorgungsentwicklung in Oedt Nutzung und Bewertung des Nahversorgungsangebots (inkl. Wochenmärkte)

Quelle: eigene Darstellung

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Gemeinde Grefrath flächendeckend durchgeführt worden; es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

Die vom Büro Stadt + Handel durchgeführte Bestandserhebung aktualisiert und ergänzt die teils bereits vorliegenden Daten im Hinblick auf zwei zentrale Messgrößen: Zum einen werden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels. Zum anderen werden die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter detailliert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts¹⁴ vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurden außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs sowie die Öffnungszeiten in zentralen Bereichen erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Bestandsanalyse Städtebau

Für die Ortsmitte Grefrath erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen werden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der Grefrather Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs bildet das Kernstück zukünftiger sortimentsspezifischer räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

¹⁴ Vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005.

Händlerbefragung

Die Befragung der Einzelhändler ist für das kommunale Einzelhandelskonzept der Gemeinde Grefrath von besonderer Bedeutung. Anhand der Befragung werden Informationen gewonnen, die allein durch die Bestandsaufnahme nicht ermittelt werden können. Die Befragungsbögen wurden flächendeckend im Gemeindegebiet Grefraths verteilt. Die Fragebögen waren halbstandardisiert und fragten sowohl betriebsbezogene Daten als auch Einschätzungen zur Qualität der Einzelhandelsstruktur und Angebotsqualität in der Ortsmitte Grefrath ab. Somit wurden neben statistischen Kenngrößen wie Gründungsjahr des Betriebs, Anzahl der Mitarbeiter oder Umsatzzahlen vorwiegend qualitative Bewertungen der Einzelhändler ermittelt. Die Informationen wurden vertraulich behandelt und für die weitere Verarbeitung im Hinblick auf die Betriebsnamen anonymisiert¹⁵.

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 80 Bürgern im Ortsteil Oedt geführt. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt.

Die Befragung dient dazu, die Bewertungen der Kunden zum bestehenden Nahversorgungsangebot im Ortsteil Oedt zu ermitteln. Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach nahversorgungsrelevanten Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme gezogen werden.

Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurden die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts anschließend in einem Arbeitskreis diskutiert. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelskonzept einfließen. Vertreter folgender Institutionen nahmen auf Einladung der Gemeinde Grefrath teil¹⁶:

- Einzelhandels- und Dienstleistungsverband Krefeld-Kempen-Viersen e. V.
- Kreis Viersen

¹⁵ Es fand ein Rücklauf von 20 Bögen statt, so dass die Aussagen der Einzelhändler lediglich als Tendenzangabe gelten können.

¹⁶ Neben den teilgenommenen Institutionen war auch die Industrie- und Handelskammer Mittlerer Niederrhein eingeladen, welche aus terminlichen Gründen nicht am Arbeitskreis teilnehmen konnte.

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Konzepts für die Ortsmitte, die Nahversorgung und ergänzende Standorte wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus der flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Grefrath. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

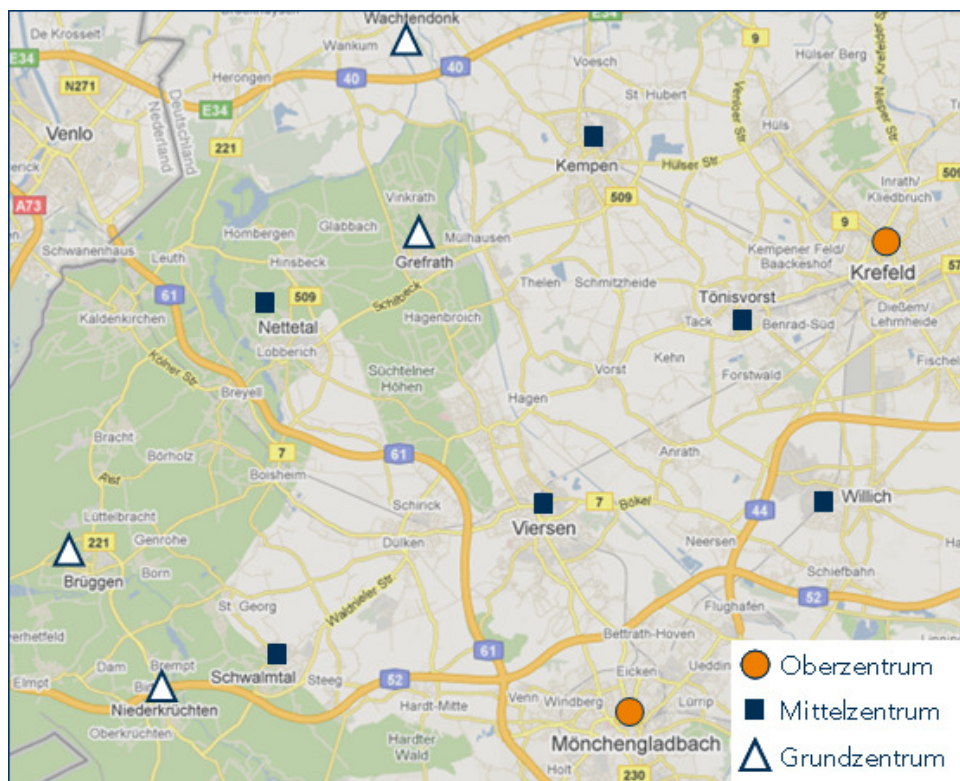
4.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt. Weitere angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends, wie etwa die Bevölkerungsprognose und die Entwicklung der Kaufkraftgrößen, werden in Kapitel 5.1 näher erläutert.

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Das Grundzentrum Grefrath liegt nördlich im Kreis Viersen umgeben von den Mittelzentren Kempen, Tönisvorst, Viersen und Nettetal. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Mönchengladbach und Krefeld in rund 20 km Entfernung.

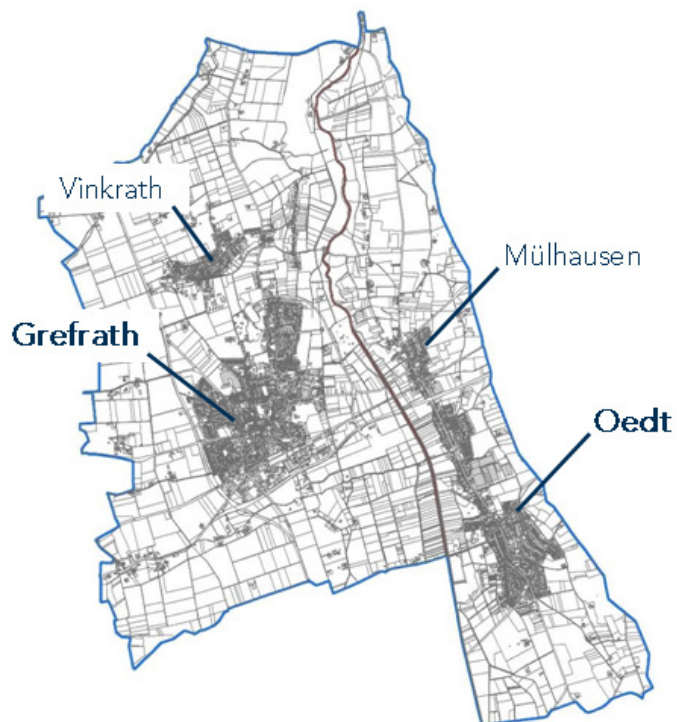
Abbildung 4: Lage in der Region



Quelle: eigene Darstellung Stadt + Handel 2010; Kartengrundlage: © Google-Grafiken © 2010 Terra-Metrics, Kartendaten © 2010 PPWK Teleatlas.

Die Gemeinde Grefrath setzt sich aus den vier Ortsteilen Grefrath, Oedt, Vinkrath und Mülhausen zusammen. Die Niers trennt das Siedlungsgebiet in Nord-Süd-Richtung, so dass zwei getrennte kompakte Siedlungskörper (Grefrath/ Vinkrath und Mülhausen/ Oedt) innerhalb Grefraths bestehen.

Abbildung 5: Ortsteile Grefraths



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath

Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Grefraths 15.636 Einwohner¹⁷, davon leben rund 50% der Einwohner im Ortsteil Grefrath. Die Bevölkerung im Ortsteil Oedt nimmt rund 30% ein, während Vinkrath und Mülhausen nur eine untergeordnete Stellung mit 12% bzw. 8% einnehmen (vgl. folgende Tabelle). Der am weitesten von der Ortsmitte entfernte Ortsteil ist Oedt und liegt in vier bis fünf Kilometern Distanz.

¹⁷ Vgl. Gemeinde Grefrath (Stand der Daten: 31.12.2008).

Tabelle 3: Die Bevölkerungsverteilung in Grefrath

Ortsteil	Einwohner	Anteil in%
Grefrath	7.834	50%
Oedt	4.605	30%
Vinkrath	1.950	12%
Mülhausen	1.247	8%
Summe	15.636	100%

Quelle: Gemeinde Grefrath: Einwohnerstatistik, Stand 31.12.2008

Verkehrsinfrastruktur

Neben der Anbindung an die Nachbarstädte Kempen und Nettetal über die B509, ist Grefrath über verschiedene Bundesstraßen an die Autobahnen des Ballungsraums Rhein-Ruhr angebunden. Die A40 und die A61 stellen dabei die nächstgelegenen Anschlüsse dar.

Grefrath ist durch die Busliniennetze des Busverkehr Rheinland, der Verkehrsbetriebe Mönchengladbach und der Städtischen Werke Krefeld angebunden. Ein direkter Anschluss an das Netz der Deutschen Bahn existiert in Grefrath nicht, der nächstgelegene Bahnhof befindet sich in Kempen.

Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Die Gemeinde Grefrath ist geprägt durch ihre ländliche Lage im Ballungsraum Rhein-Ruhr mit einem starken Wettbewerbsumfeld durch die angrenzenden Mittelzentren sowie die rund 20 Kilometer entfernt liegenden Oberzentren Krefeld und Mönchengladbach.

Die verkehrliche Anbindung Grefraths ist durch die nahe liegenden Autobahnanschlüsse sowie die vorhandenen ÖPNV-Einrichtungen gut gegeben, das bestehende Gerüst fördert die Ausrichtung auf die Nachbarstädte und Oberzentren.

Grefrath ist siedlungsstrukturell durch die Trennung durch die Niers geprägt. Es ergeben sich zwei voneinander abgetrennt Siedlungskörper mit je zwei Ortsteilen. Den Schwerpunkt bildet der Bereich westlich der Niers, in dem rund 62% der Bevölkerung ansässig sind.

4.2 Angebotsanalyse

Die insgesamt 102 Betriebe in Grefrath verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 24.040 m². Die Anzahl der erfassten Betriebe ist gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2005 (BBE 2006) nahezu unverändert geblieben (vgl. folgende Tabelle).¹⁸

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Grefrath

	Grefrath	Oedt	Mülhausen	Vinkrath
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe*	72 (69)	23 (28)	5 (3)	2 (0)
Anteil gesamtgemeindlich	71% (69%)	23% (28%)	5% (3%)	2% (0%)
Verkaufsfläche in m²*	21.060 (17.480)	1.940 (2.430)	970 (910)	< 100 (0)
Anteil gesamtgemeindlich	88% (84%)	8% (12%)	4% (4%)	< 1% (0%)

Quellen: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; VKF-Angaben gerundet; *ohne Leerstand; Angaben in Klammern: BBE 2006, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath; Abweichungen in der Summe ergeben sich durch Rundungen

Bundesweit stehen jedem Einwohner im Schnitt 1,46 m² VKF zur Verfügung.¹⁹ In Grefrath beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche je Einwohner auf einen Wert von 1,54m² und liegt somit leicht über dem Durchschnitt.

Betrachtet man die städtebauliche Lage der Betriebe, ergibt sich folgendes Bild:

¹⁸ Verkaufsflächenabweichungen gegenüber den vorausgegangenen Untersuchungen können aus Betriebsverlagerungen und -aufgaben, aber auch aus Betriebsverkleinerungen bzw. -vergrößerungen oder -zusammenschlüssen resultieren. Veränderungen lassen sich ebenso auf zwischenzeitlich geänderte höchstgerichtliche Anforderungen an die Verkaufsflächendefinition durch das Bundesverwaltungsgericht zurückführen (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005). Abweichungen gegenüber Drittgutachten können nach Einschätzung der Verfasser zudem durch methodische Erhebungsunterschiede begründet werden – so werden durch Stadt + Handel regelmäßig auch Apotheken und Tankstellenshops sowie im Rahmen der genannten höchstgerichtlichen Anforderungen etwa die Vorkassenzonen voll erfasst.

¹⁹ Vgl. website HDE 2010.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Lagebereichen

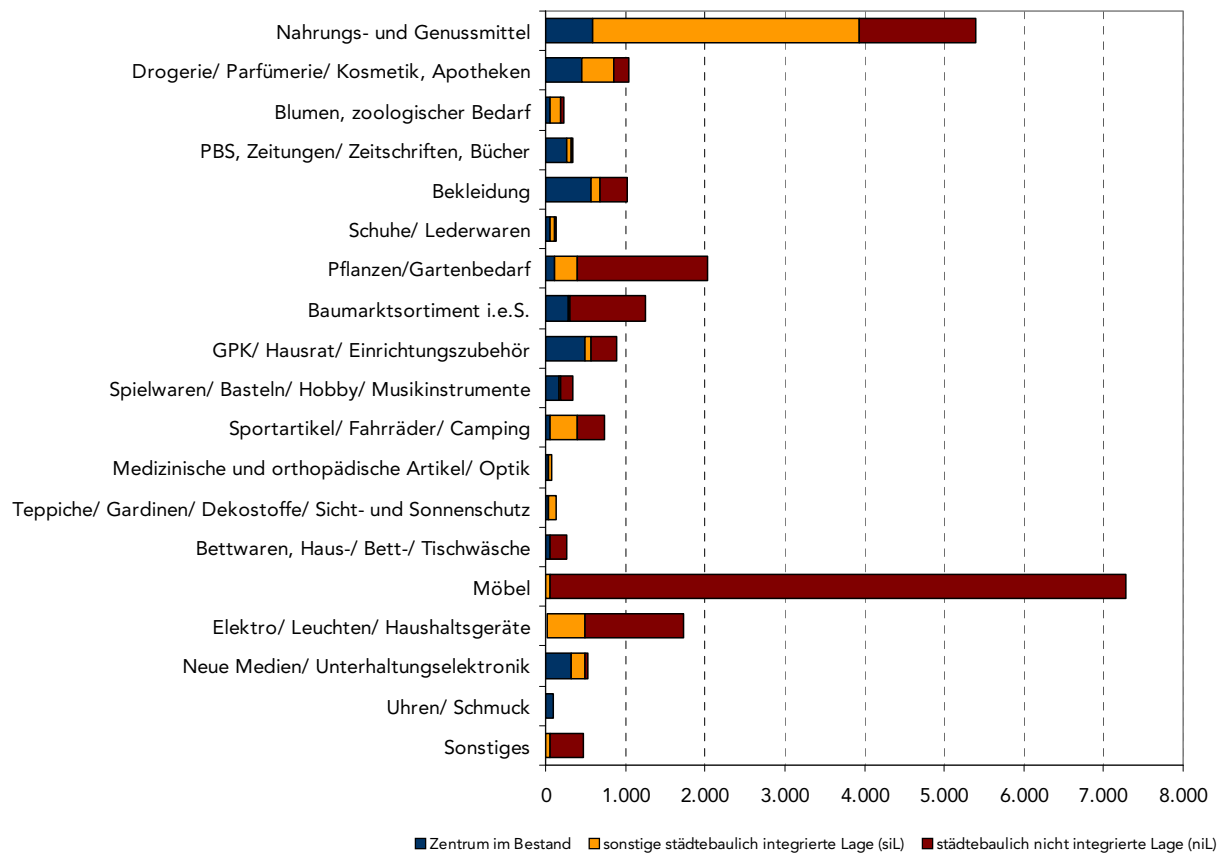
	Zentrum im Bestand	sonstige städtebaulich integrierte Lagen	städtebaulich nicht integrierte Lagen
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe*	36	47	19
Anteil gesamtgemeindlich	35%	46%	19%
Verkaufsfläche in m ² *	3.650	5.760	14.630
Anteil gesamtgemeindlich	15%	24%	61%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen gerundet; Abweichungen in den Summen ergeben sich aus Rundungen

Das vielfältigste Einzelhandelsangebot ist mit 47 Betrieben in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen zu finden. Das Zentrum (36) und die städtebaulich nicht integrierten Lagen (19) verfügen über eine kleinere Anzahl an Ladeneinheiten. Die Verkaufsflächenanteile der Grefrather Lagebereiche gestalten sich gemessen an der Anzahl der Betriebe jedoch nicht proportional. Den höchsten Verkaufsflächenanteil nehmen die städtebaulich nicht integrierten Lagen ein, hier befinden sich überwiegend großflächige Betriebe. Das städtebaulich-funktionale Zentrum kann einen Anteil an der Grefrather Verkaufsfläche von 15% ausmachen.

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenbestandes nach Warengruppen und Lagen (vgl. nachfolgende Abbildung) fällt insbesondere die starke Ausprägung der Sortimentsgruppe Möbel auf, gefolgt von den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel (NuG), Pflanzen/ Gartenbedarf, Elektro; Leuchten und Haushaltsgeräte sowie Baumarktsortiment. Die höchsten Verkaufsflächenanteile sind dabei in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt, hier fallen insbesondere die Möbelmärkte des Betreibers Wehnen sowie Sonja's Gartenhaus ins Gewicht.

Abbildung 3: Einzelhandelsbestand (VKF) nach Warengruppen und Lagen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010.

Insgesamt wird ein Ungleichgewicht in der Verteilung der Verkaufsfläche deutlich. Die Standorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen, die im Idealfall das Angebot der Ortsmitte durch Sortimentsgruppen ergänzen sollten, die dort nicht sinnvoll untergebracht werden können (z. B. Möbel), weisen in Grefrath den Großteil der Verkaufsfläche auf. An diesen Standorten werden allerdings ebenfalls Sortimente angeboten, die wie Nahrungs- und Genussmittel zu den Zentren prägenden Sortimenten zählen (vgl. obige Abbildung). Auch Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat/ Einrichtungszubehör, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte und Neue Medien (Unterhaltungselektronik/ PC/ Telekommunikation) erreichen in den städtebaulich nicht integrierten Lagen hohe Verkaufsflächenanteile. Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf deutliche Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Gemeindegebietes zwischen der Ortsmitte und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen hin. Vor dem Hintergrund einer unmittelbaren Lage zu weiteren Mittelzentren und Oberzentren ist zugleich auch auf regionaler Ebene von einem starken Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte auszugehen.

4.3 Nachfrageanalyse

Neben den angebotsseitigen Rahmenbedingungen sind auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE zurückgegriffen.

Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Grefrath durch die Kunden.

4.3.1 Kaufkraft, Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich

Grefrath verfügt gemäß BBE über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rund 5.290 € je Einwohner und Jahr. Gegenüber dem Bundesdurchschnitt von 5.020 € weist Grefrath daher eine um rund 5 Prozentpunkte erhöhte Kaufkraft auf.

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²⁰ im Grefrather Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Grefrath spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Grefrath und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Grefrather Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs (Ortsmitte, Gewerbegebiet, Streulage etc.).

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtgemeindlicher Einzelhandelsumsatz von rund 60,7 Mio. € brutto je Jahr ermitteln. Gut die Hälfte dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rund ein Sechstel des Umsatzes entfällt auf mittelfristige Bedarfsgüter und rund ein Viertel auf die langfristigen Bedarfsgüter.

²⁰ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtgemeindlich eine Zentralität von 75%.²¹ Gegenüber dem Erhebungszeitraum 2005 (Zentralität: 75%) ist demnach keine Steigerung des Zentralitätskennwertes zu verzeichnen.²²

Tabelle 6: Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Grefrath

Warengruppen	VKF (m ²)	Umsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Zentralität	VKF (m ²) / Ew
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	5.390	26,8	31,9	84%	0,34
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	1.050	4,3	4,9	87%	0,07
Blumen, zoologischer Bedarf	230	0,8	1,1	67%	0,01
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	340	1,6	3,2	50%	0,02
kurzfristiger Bedarfsbereich	7.010	33,4	41,2	81%	0,45
Bekleidung	1.030	3,1	7,6	41%	0,07
Schuhe/Lederwaren	130	0,4	1,8	21%	0,01
Pflanzen/Gartenbedarf	2.040	1,3	1,2	112%	0,13
Baumarktsortiment i.e.S.	1.260	2,1	7,4	28%	0,08
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	900	1,2	1,2	106%	0,06
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	330	0,9	1,8	48%	0,02
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	750	1,3	1,3	101%	0,05
mittelfristiger Bedarfsbereich	6.440	10,4	22,3	47%	0,41
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	70	0,3	1,2	24%	0,004
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	150	0,3	1,0	32%	0,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	270	0,5	0,9	50%	0,02
Möbel	7.280	8,0	4,7	172%	0,47
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	1.720	3,4	2,1	162%	0,11
Neue Medien	530	3,1	6,0	52%	0,03
Uhren/Schmuck	100	0,5	0,9	63%	0,01
Sonstiges	470	0,8	0,7	114%	0,03
langfristiger Bedarfsbereich	10.590	16,9	17,4	98%	0,68
Gesamt	24.040	60,7	80,8	75%	1,54

Quelle: VKF = Verkaufsfläche; Berechnung Stadt + Handel 2010; Kaufkraftzahlen BBE 2008; Werte gerundet

Grefrath kann im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 81% erreichen. Auch in den übrigen Bedarfsgruppen sind im Saldo leichte bis starke Kaufkraftabflüsse zu verzeich-

²¹ Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100% ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100% ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

²² Vgl. BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath.

nen. Im mittelfristigen Bedarfsbereich werden Zentralitäten zwischen 21% (Schuhe/ Lederwaren) und 112% (Pflanzen/ Gartenbedarf) erzielt. Die Kaufkraftzu- und -abflüsse gestalten sich somit innerhalb ihrer Bedarfsgruppeneinteilung sehr unterschiedlich. Insgesamt wird eine Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich von 47% erreicht. Im langfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralitätskennziffer bei 98%.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage u. a. zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen und werden im Kapitel 5.1 daher vertieft wieder aufgegriffen.

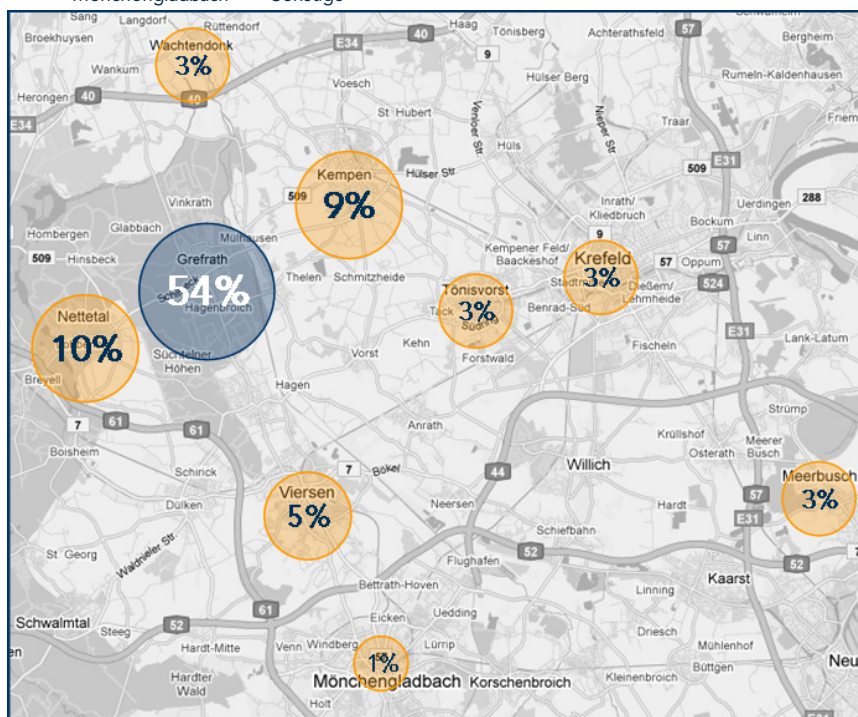
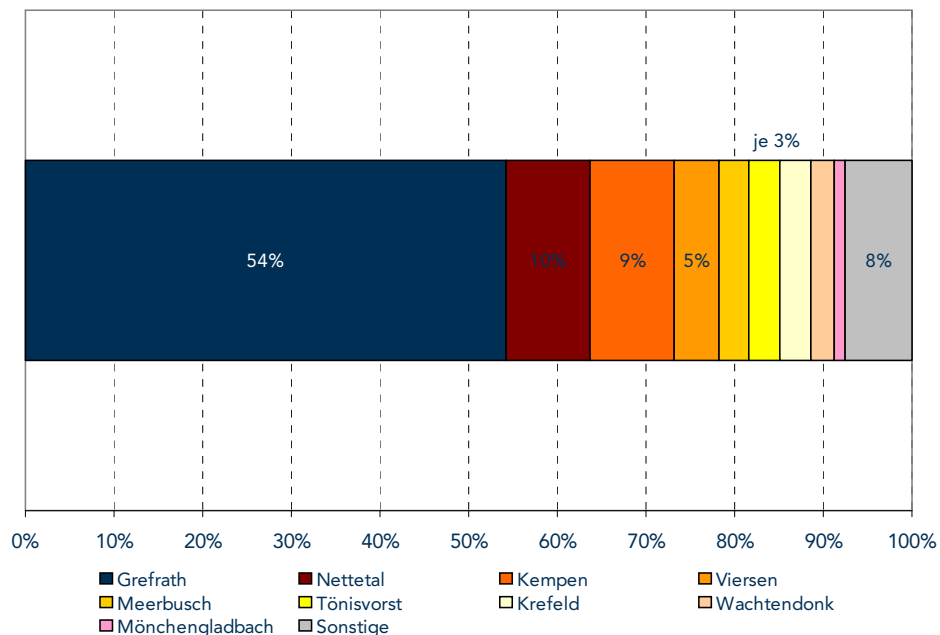
Kundenherkunft und Einzugsbereich von Grefrath

Im direkten Umfeld der Gemeinde Grefrath sind keine Kommunen ausgewiesen, die sich auf Grefrath orientieren könnten. Alle Nachbarstädte sind entweder Mittelzentren oder gar Oberzentren.²³ Grundsätzlich ist also davon auszugehen, dass alle Nachbarkommunen die Bedürfnisse ihrer Bürger jeweils selber abdecken.

Die flächendeckend durchgeführte Händlerbefragung zeigt, dass sich über die Hälfte des Umsatzes aus Grefrath generiert. Aus den Mittelzentren Kempen und Nettetal kommen 10% bzw. 9% der Kunden.

²³ Vgl. LEP NRW 1995.

Abbildung 4: Kundenherkunft Grefraths



Quelle: Händlerbefragung 02/2010 (vier Händler machen zu dieser Frage keine Angaben); eigene Darstellung auf Grundlage ©Google-Grafiken ©2010 Terra-Metrics, Kartendaten ©2010 PPWK Teatlas

Insgesamt wird deutlich, dass Grefrath über einen Einzugsbereich verfügt, der über die angrenzenden Kommunen nahezu nicht hinausgeht.

Branchenspezifische Besonderheiten und/ oder besondere Einkaufsqualitäten können in Einzelfällen jedoch dennoch zu überörtlichen Verflechtungen und damit zu Kaufkraftzuflüssen führen. Zu solchen Besonderheiten zählen

- Sortimente bzw. Branchen, die in Nachbarkommunen nicht oder nur in geringem Umfang angesiedelt sind,
- bestimmte Betriebstypen, sofern sie in den Nachbarstädten unterrepräsentiert sind (z.B. Möbel-Warenhäuser, Elektro-Warenhäuser, usw.),
- ortsspezifische städtebauliche Qualitäten (Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte, Erlebniswert der Stadtstruktur).

Sofern solche Besonderheiten für die weiteren Analyse- und Empfehlungsbausteine relevant sind, werden sie nachfolgend gesondert hervorgehoben.

4.4 Analyse und Bewertung der wesentlichen Einzelhandelsstandorte in Grefrath

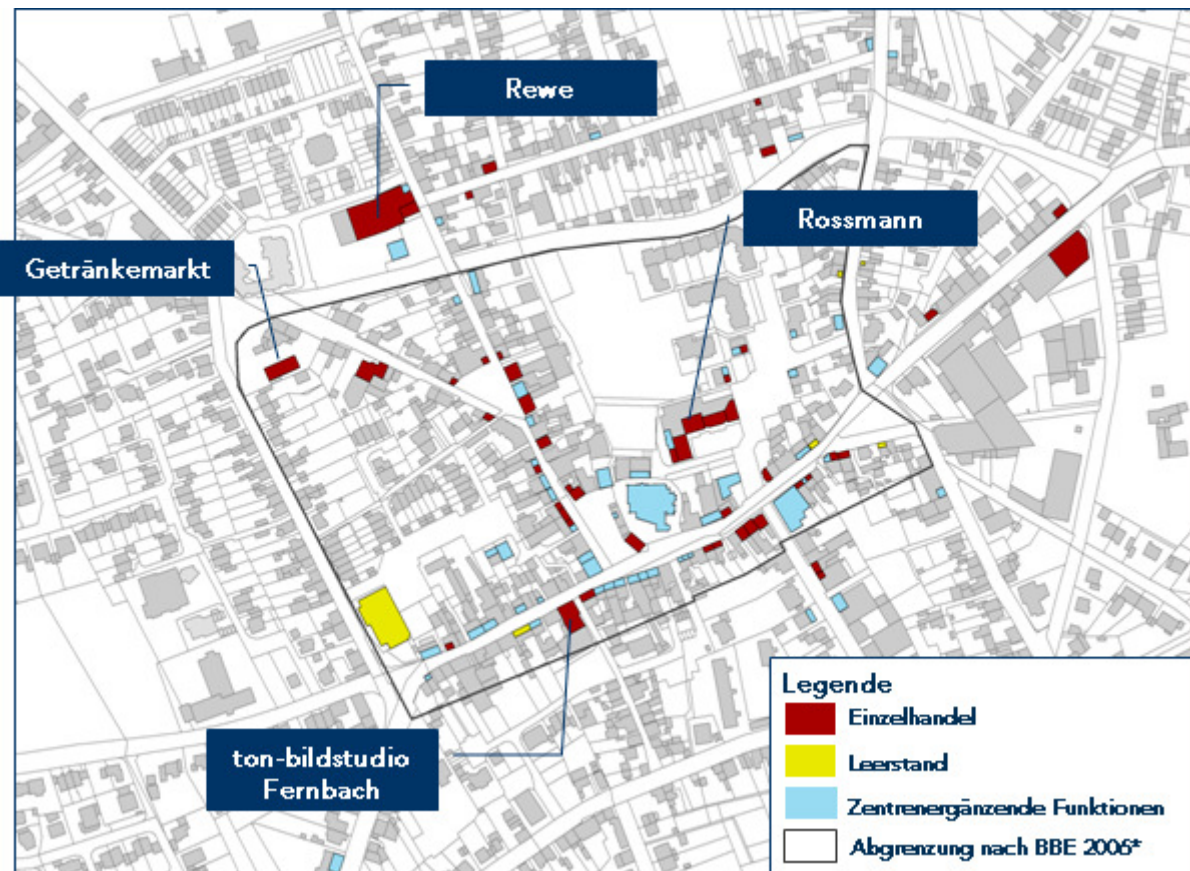
In der nachfolgenden städtebaulichen Analyse werden die relevanten Einzelhandelsstandorte hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Grefrath einbezogen. Wichtiger Bestandteil der Analyse ist die Definition des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte Grefrath – und zwar zunächst bezogen auf den *vorhandenen* Bestand. An späterer Stelle werden – nach der Erörterung der übergeordneten Entwicklungsziele für den Einzelhandel – zusätzlich zielorientierte Empfehlungen für die *künftige Weiterentwicklung* des Zentrums wie auch der sonstigen Standorte vorgestellt (vgl. Kapitel 6).

4.4.1 Standortmerkmale der Ortsmitte Grefrath

Die Ortsmitte, im Westen des Gemeindegebiets gelegen, ist mit einem Anteil von rund 35% aller Einzelhandelsbetriebe und 15% der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche gemessen an der Anzahl der Betriebe der agglomerierte Einkaufsschwerpunkt im Gemeindegebiet. Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen erstreckt sie sich überwiegend entlang der Hohen Straße, des Marktplatzes und des Deverdonks und wird von den Straßen Schulstraße, Schanzenstraße sowie Stadionstraße begrenzt²⁴. Städtebaulich weist sie die typischen Zentrenmerkmale der städtebaulichen Dichte und Nutzungsmischung auf.

²⁴ Das Zentrum Ortsmitte Grefrath im Bestand entspricht der Abgrenzung aus dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath der BBE 2006.

Abbildung 5: Ortsmitte Grefrath (Bestandsstruktur)



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath; * BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath

Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebotes

In der Ortsmitte Grefrath sind 36 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Durch diese Ausstattung bietet die Ortsmitte insgesamt nur eine eher geringe Angebotsvielfalt, da einzelne Warengruppen im Zentrum nicht oder nur als Randsortiment angeboten werden. Dazu zählen unter anderem die Warengruppen Pflanzen/ Gartenbedarf, Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Möbel und Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte. Die größte Angebotsvielfalt ist in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung (je sechs Betriebe) vorzufinden.

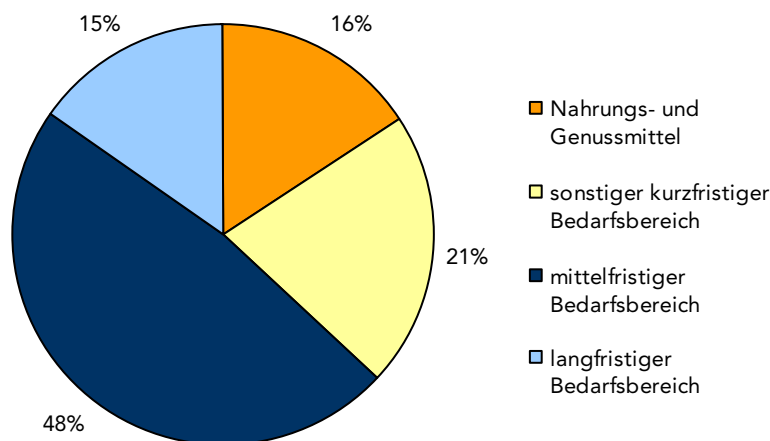
Angebotschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes in der Ortsmitte liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rund 580 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Bekleidung in der Ortsmitte eine Verkaufsfläche von rund 570 m².

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird neben Bekleidung insbe-

sondere durch die Branchen Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör, Baumarktsortiment i. e. S. und Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente gebildet. Aber auch Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs werden zu rund 37% der Gesamtverkaufsfläche angeboten. Der langfristige Bedarfsbereich mit einem Anteil von rund 15% an der Verkaufsfläche der Ortsmitte Grefrath (ca. 560 m²) wird durch die Warengruppe Neue Medien/ Unterhaltungselektronik geprägt.

Abbildung 6: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche in der Ortsmitte Grefrath



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010

Magnetbetriebe und Kundenläufe

Der Betrieb Anstötz stellt innerhalb der Ortsmitte Grefrath den per Verkaufsfläche größten Betrieb dar. Der Verkaufsfläche nach hervorzuheben sind weiterhin der Drogeriefachmarkt Rossmann, das Fachgeschäft Witzel am Markt mit der Hauptwarengruppe Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente sowie das ton-bildstudio fernbach (Neue Medien/ Unterhaltungselektronik).

Tabelle 7: Die größten Einzelhandelsbetriebe in der Ortsmitte Grefrath

Betriebsname	Hauptsortiment
Anstötz	GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör
Rossmann	Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik
Witzel	Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente
ton-bildstudio fernbach	Neue Medien/ Unterhaltungselektronik

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010

Die Magnetbetriebe, auch wenn sie z. T. weit unter der Großflächigkeit liegen, sind wesentliche Frequenzbringer für die Ortsmitte als Ganzes. Ihnen kommt im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu, wengleich die Ausstattung der Ortsmitte mit Handelsmagneten in Teilbereichen (westliche Hohe Straße

und/ oder in noch handelsseitig gering entwickelten Bereichen zwischen diesen „Ästen“) sowie auch hinsichtlich der Größe der Magnete (bisher nur ein Betrieb mit über 600 m² VKF) verbessert werden könnte.

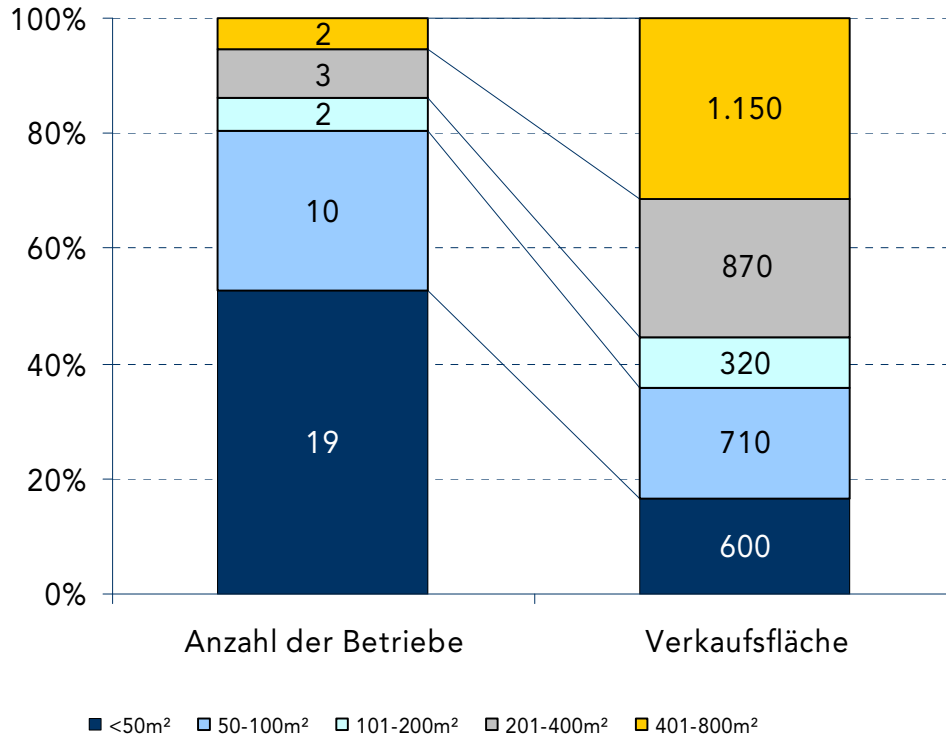
Eine räumliche Bündelung dieser größten Betriebe kann nicht festgestellt werden. Die disperse Verteilung dieser Betriebe fördert die Kundenläufe innerhalb der Ortsmitte, vorwiegend zwischen der Wankumer Straße, dem Deversdonk, dem Marktplatz und der Hohen Straße (mit Ausnahme des westlichen Bereichs).

Platzsituationen innerhalb der Ortsmitte existieren auf dem Marktplatz sowie am Deversdonk. Hier mangelt es jedoch zum Teil an Aufenthaltsqualität, da diese Bereiche teilweise als Parkplatzflächen genutzt werden und nur eine geringe Anzahl an Sitzmöglichkeiten vorhanden ist.

Verkaufsflächenstruktur

86% der Einzelhandelsbetriebe in der Ortsmitte verfügen über Ladengrößen von bis zu 200 m² Verkaufsfläche zusammen. Mittlere Betriebe (201 m² bis 400 m² Verkaufsfläche) sind in der Ortsmitte Grefraths mit insgesamt nur 8% vertreten, große Betriebe (über 400 m² Verkaufsfläche) mit lediglich 6%.

Abbildung 7: Verkaufsflächenstruktur der Ortsmitte



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/ 2010; Verkaufsflächen gerundet

Die Kleinteiligkeit (bzw. anders ausgedrückt Feingliedrigkeit) ist prinzipiell positiv zu bewerten, da sie auf gleicher Fläche zu einer größeren Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt führt und daher aus Kundensicht einen überaus abwechslungsreichen Einkauf ermöglicht. Insofern ergänzt die Vielfalt der kleinen Fachgeschäfte städtebaulich-funktional die Bedeutung der größeren Magnetbetriebe für die Funktionalität der Ortsmitte.

Aus der Kleinteiligkeit ergibt sich ein Problem für die Ortsmitte-Gesamtattraktivität erst dann, wenn

- den kleinen Fachgeschäften zu wenige große Anbieter gegenüberstehen oder die großen Magnetbetriebe gänzlich fehlen,
- eine räumliche Unausgewogenheit von großen bzw. kleinen Ladeneinheiten vorherrscht, so dass sich attraktive Kundenläufe nicht optimal entwickeln können,
- etwa aufgrund einer kleinteiligen historischen Bausubstanz bzw. Parzellenstruktur keine Ansiedlungsflächen für größere ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen²⁵,
- oder wenn aufgrund der je Laden zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche insgesamt zwar eine breite, nicht aber eine tiefe Sortimentsstruktur angeboten werden kann.

Diesen Problemen steht die Grefrather Ortsmitte in hohem Maße gegenüber.

Trotz der unstrittig erkennbaren Leitfunktion des Einzelhandels ist der analytische Blick ergänzend auf die weiteren Zentrenfunktionen in der Ortsmitte zu richten, wenn die Struktur und die Funktionsweise des Zentrums vollständig dargestellt und bewertet werden soll: die großen wie auch kleineren Dienstleistungseinrichtungen, Banken sowie die Gastronomie- und Freizeitangebote übernehmen neben dem Einzelhandel selbst – wie oben bereits dargestellt – zusätzlich Magnetfunktionen. Nicht zuletzt fungieren auch die größeren Stellplatzanlagen als Frequenzbringer, die Kunden in die Ortsmitte leiten oder wieder abreisen lassen.

Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität eines Zentrums. Daher beziehen die Ziele der Landesplanung hinsichtlich der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche öffentliche und private Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen in die Bewertung der Nutzungsdichte und -vielfalt ein.²⁶

²⁵ Auch nicht unter Berücksichtigung der Möglichkeit, Verkaufsflächen benachbarter Gebäude zusammenzulegen, vertikal (in die Höhe und in die Untergeschosse) und horizontal (auf rückwärtige oder andere benachbarte Bereiche) neue Geschossflächen zu gewinnen oder durch Nutzungsverlagerung und Neustrukturierung von Arealen neue Einzelhandelsflächen zu gewinnen.

²⁶ Vgl. § 24 a LEPro NRW.

In Grefrath wurden neben 36 Einzelhandelsbetrieben ferner 45 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen allein in Erdgeschosslage in der Ortsmitte kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Schneidereien und wellnesorientierten Angeboten zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote.

Ladenleerstand und Trading-down-Effekte

In der Ortsmitte standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt vier Ladenlokale leer. Die durchschnittliche Größe der leer stehenden Ladenlokale beträgt rund 200 m².²⁷ Bezogen auf die Ortsmitte ergibt sich hier eine Leerstandsquote von rund 10% an allen verfügbaren Ladenlokalen²⁸.

Zwei dieser Leerstände befinden sich im westlichen Bereich der Hohen Straße, dort ist auch der größte Leerstand (ehemaliger Penny-Markt) vorzufinden. Zwei weitere kleinere Leerstände befinden sich im Bereich des Berger Platzes, fallen jedoch aufgrund ihrer geringen Größe nur marginal ins Auge.

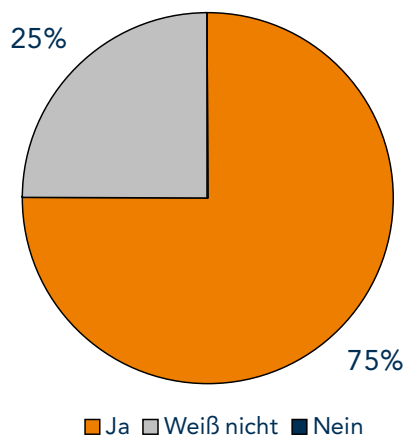
Standortbewertungen aus Sicht der Einzelhändler

Die flächendeckend durchgeführte Händlerbefragung zeigt neben Ergebnissen zu Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art. Diese qualitativen Einschätzungen der Befragten runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisser Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Grefrath ab.

²⁷ Die Größenermittlung ist bei leer stehenden und daher nicht begehbaren Ladenlokalen nur durch Inaugenscheinnahme von außen möglich. Daher sind die Größenangaben als Annäherungswerte zu verstehen.

²⁸ Alle verfügbaren Ladenlokale entsprechen den einzelhandelsgenutzten Betrieben plus der momentan leerstehenden Ladenlokale.

Abbildung 8: Vermisste Angebote in der Ortsmitte Grefrath



Quelle: Händlerbefragung Stadt + Handel 02/2010; Frage: „Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie beim Einkauf in Grefrath-Ortsmitte vermissen?“

Es zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Befragungsteilnehmer Artikel oder Angebote in der Ortsmitte Grefraths vermisst (75%) und mit der vorhandenen Angebotsituation daher nicht zufrieden ist. Welche Angebote im Detail vermisst werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

Tabelle 8: Vermisste Angebote in der Ortsmitte Grefrath im Detail

Vermisste Angebote	Antworten (in%)
Bekleidung	47%
Schuhe	33%
Lebensmittel	7%

Quelle: Händlerbefragung Stadt + Handel 02/2010; Frage: „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich; Antworten beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

Zu den vermissten Artikeln zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Bekleidung, die von knapp 47% der Befragten, die etwas vermissen, genannt wird. Mit geringem Abstand folgt der Wunsch nach Schuhen (33%) und Lebensmitteln (7%). Besonders die Nachfrage nach Schuhen fällt hier aus fachgutachterlicher Sicht insbesondere ins Auge und unterstreicht das mangelnde Angebot in diesem Bereich.

Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, ein bestimmter Zielgruppenbezug wie etwa Junge Mode/ Mode für Senioren, sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shoppingerlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich daher nicht

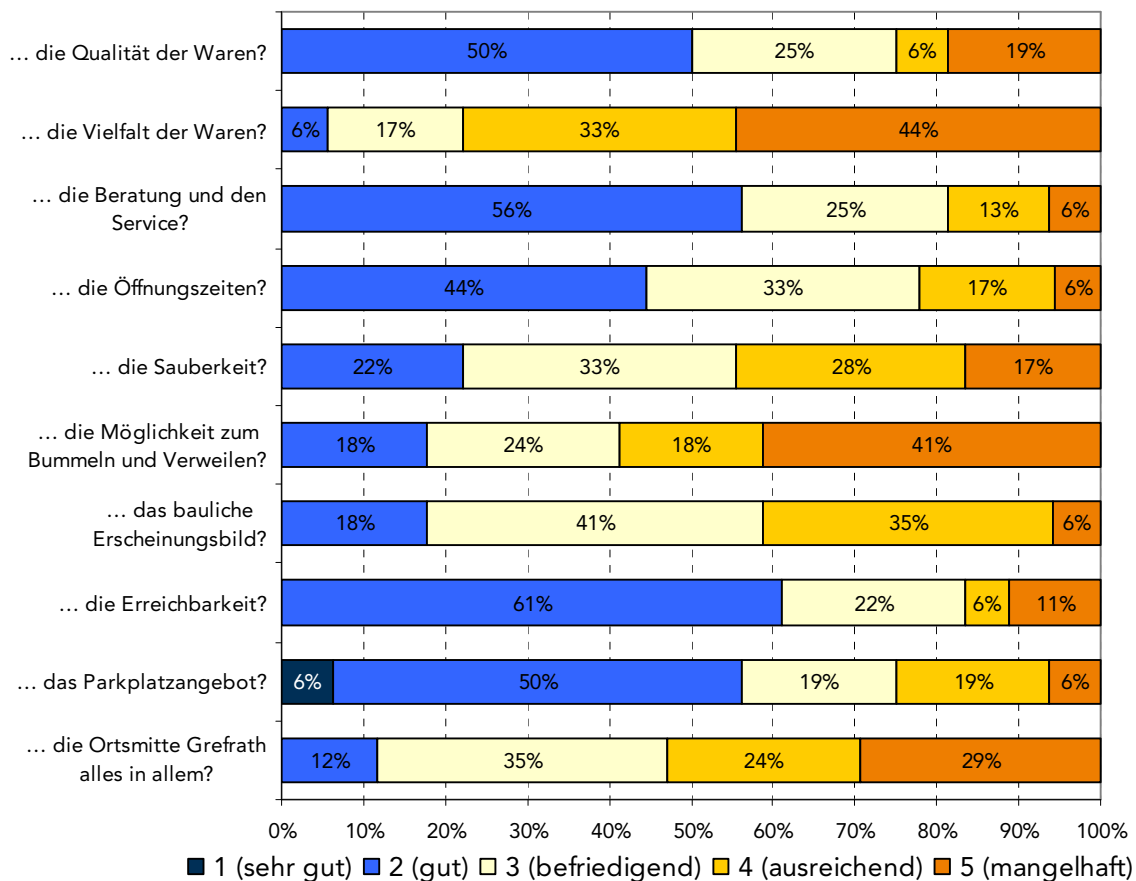
unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale (solche Ansiedlungspotenziale werden erst in Kapitel 5.1 näher untersucht). Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen somit einen ersten Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungspotenziale dar, die im Weiteren auch hinsichtlich der Höhe der Nennungen näher überprüft werden müssen.

Im Folgenden soll ein genauerer Blick auf die Ortsmitte Grefrath geworfen werden. Die Attraktivität der Ortsmitte wird unter anderem durch folgende Faktoren aus Kundensicht mitbestimmt:

- die Zufriedenheit mit der Vielfalt und Qualität des Warenangebotes
- der „Bummelfaktor“
- das Parkplatzangebot

Schlussendlich sollten die Händler auch ihre Gesamtzufriedenheit mit der Ortsmitte bewerten.

Abbildung 9: Bewertung der Ortsmitte aus Händlersicht



Quelle: Händlerbefragung 02/2010; „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“; „keine Angabe“ entfallen

Die Abbildung verdeutlicht die Einstellungen der Grefrather Händler zu ihrer Ortsmitte²⁹.

Die Qualität der Waren in der Ortsmitte Grefrath wird von 50% der Befragten als gut bewertet. Auf die Frage, ob das Warenangebot vielfältig ist, antworten die Grefrather recht eindeutig. Rund 6% zufriedene Kunden stehen 77% unzufriedenen Kunden gegenüber.

Als weiterer Attraktivitätsfaktor wird für die Ortsmitte mit dem „Bummelfaktor“ abgefragt, inwieweit die Ortsmitte zum Bummeln und Verweilen einlädt. Nur eine ansprechend gestaltete Ortsmitte lädt Kunden ein, dort über eine längere Zeit zu verweilen. Auch der Aspekt einer hinreichenden Nutzungsmischung aus Einzelhandel und beispielsweise Gastronomie kann indirekt über diese Frage erfasst werden. Nur 18% stimmen der Aussage, inwiefern die Ortsmitte zum Verweilen und Bummeln einlädt, mit „gut“ zu. 59% der Händler geben diesem Aspekt eine negative Bewertung.

Rund 56% der Respondenten sind mit dem Parkplatzangebot der Ortsmitte überwiegend zufrieden. Knapp 25% äußern sich eher negativ zur Parkplatzsituation. Im Saldo setzt sich die Zufriedenheit durch, wenngleich aus den unzufriedenen Stimmen Handlungserfordernis zur Verbesserung der Situation für die eher unzufriedenen Kunden erkennbar wird.

Zusammenfassend nach einem Gesamturteil befragt, äußern sich die befragten Haushalte bezüglich der Ortsmitte mehrheitlich (53%) unzufrieden. Es kristallisiert sich insgesamt also eine deutliche negative Kundenunzufriedenheit heraus, die in den Teilaspekten Warenvielfalt, Sauberkeit, der Möglichkeit zum Bummeln und Verweilen sowie dem baulichen Erscheinungsbild noch stark erhöht werden könnte.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung der Ortsmitte Grefrath

Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für die Ortsmitte von Grefrath folgende Stärken festhalten:

- ein hohes Standortgewicht gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe,
- die Händler bewerten die Qualität der Waren, die Beratung und den Service sowie die Erreichbarkeit und das Parkplatzangebot als durchaus positiv.

Gleichzeitig lassen sich einige Handlungsansätze erkennen:

- Die Verkaufsflächenstruktur in der Ortsmitte ist sehr kleinteilig, ebenso verfügen die Betriebe derzeit nur über Verkaufsflächengrößen, die unter der Grenze der Großflächigkeit liegen und nur begrenzt Magnetfunktion entwickeln können,
- zwar sind die Leerstände insgesamt aus Kundensicht nicht als problematisch wahrzunehmen, dennoch wirkt der westliche Bereich der Hohen Straße durch mangelnde Einzelhandelsnutzungen und den vorhandenen Leerstand des ehemaligen Penny-Marktes für Kunden nicht attraktiv,

²⁹ Als positive Bewertungen werden hierbei die Schulnoten 1 (sehr gut) und 2 (gut) zusammengefasst, als negative Bewertungen die Schulnoten 4 (ausreichend) und 5 (mangelhaft).

- die Aufenthaltsqualität in städtebaulich hervorzuhebendem Bereich am Marktplatz / am Deversdonk sollte weiter erhöht werden,
- die Vielfalt der Waren, die Sauberkeit, die Möglichkeit zum Bummeln und Verweilen werden von den Händlern als ausbaufähig bewertet. Auch das Gesamturteil zeigt eine überwiegend negative Bewertung.

Handlungsbedarfe für die künftige strategische Weiterentwicklung ergeben sich zudem bereits daraus, dass die genannten positiven Standortfaktoren im Einzelnen wie in der Summe für die Zukunft gesichert werden sollten.

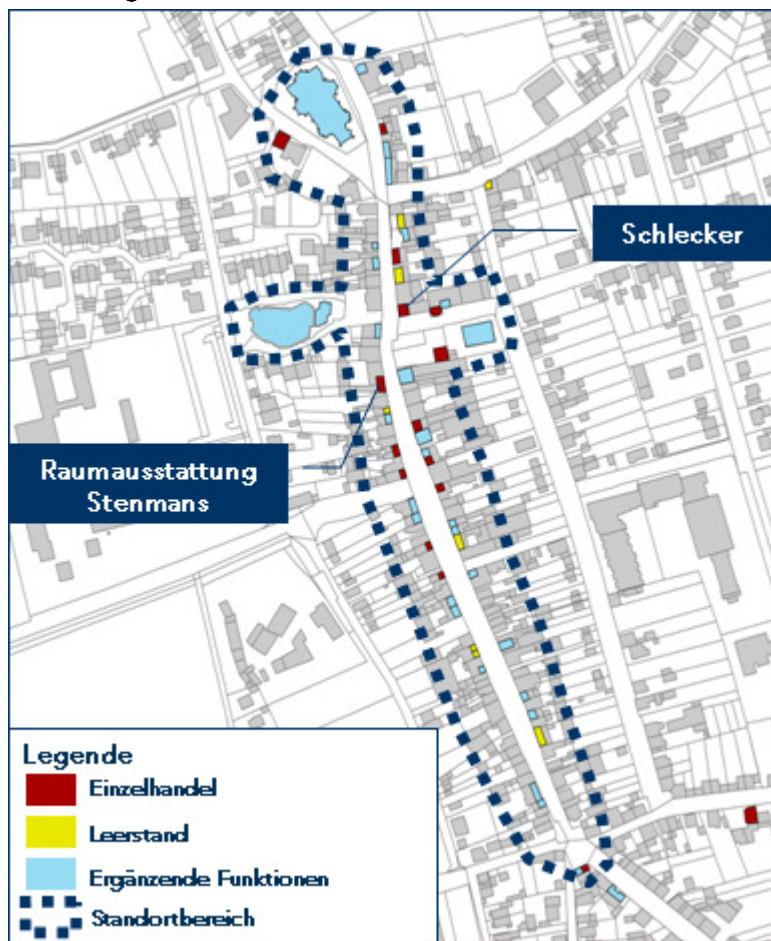
Trotz der überwiegend positiven Bewertungen aus Kundensicht wie aus fachgutachterlicher Sicht ergibt sich Handlungsbedarf auch aufgrund der Tatsache, dass die Nachbarstädte und Standorte in nicht integrierten Lagen aktiv ihre örtlichen Standorte weiterentwickeln. Stillstand würde daher für die Ortsmitte Rückschritt bedeuten. Im Einzelnen wird daher in den folgenden Kapiteln dargestellt,

- welche Ansiedlungspotenziale erkennbar sind und wo diese mikroräumlich mit den größtmöglichen Synergieeffekten für die Ortsmitte angesiedelt werden könnten,
- wie die Struktur der Magnetbetriebe für die Zukunft weiterzuentwickeln ist,
- wie mikroräumliche Lagen (und auch einzelne Immobilien) in ihrer Attraktivität gesichert oder auch gesteigert werden können.

4.4.2 Merkmale des Standortbereichs Ortsmitte Oedt

Der Ortsteil Oedt liegt östlich der Niers, rund vier Kilometer von der Ortsmitte entfernt. Der Kern dieses eigenständigen Siedlungsbereichs erstreckt sich entlang der Hochstraße sowie der Johann-Fruhen-Straße und wird durch den Kirchplatz im Norden sowie das Ober-tor im Süden begrenzt. Hier befinden sich neben der Kirche auch der Wochenmarkt und zahlreiche Einzelhandelsbetriebe. Zudem sind Gastronomiebetriebe hier angesiedelt.

Abbildung 10: Standortbereich Ortsmitte Oedt (Bestandsstruktur)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath

In der Ortsmitte Oedt sind 14 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die über einen Verkaufsflächenanteil von rund 4% am gesamtgemeindlichen Einzelhandelsbestand in Grefrath verfügen. Des Weiteren befinden sich in der Ortsmitte 28 Nutzungseinheiten von ergänzenden Funktionen in Erdgeschosslage.

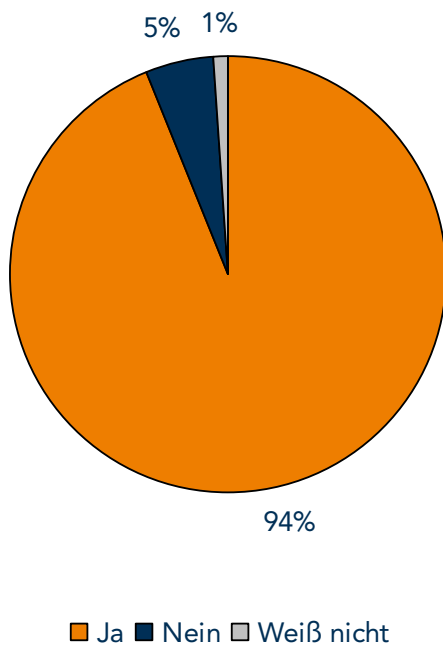
Die größten Betriebe im Standortbereich sind der Drogeriefachmarkt Schlecker und das Fahrradfachgeschäft Kellermann.

Am Niedertor herrscht eine Platzsituation vor, die jedoch durch eine geringe Aufenthaltsqualität geprägt ist. Auch im weiteren Verlauf der Hochstraße ist keine hohe Gestaltungsqualität erkennbar. Der südliche Bereich der Hochstraße ist von Leerstandstendenzen geprägt, insgesamt befinden sich im Standortbereich sieben leerstehende Ladenlokale.

Standortbewertungen Oedt aus Sicht der Kunden

In der durchgeführten Haushaltsbefragung wurden die Oedter Haushalte zur vorhandenen Einzelhandelssituation in Oedt befragt und sollten benennen, welche Sortimente sie im Ortsteil Oedt vermissen³⁰.

Abbildung 11: Vermisste Artikel in der Ortsmitte Oedt



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2010; Frage: „Gibt es Artikel, die Sie beim Einkauf in Oedt vermissen?“

Nahezu alle Befragten vermissen Artikel in Oedt (94%). Hier wird eine hohe Unzufriedenheit mit der Angebotssituation ersichtlich. Welche Angebote im Detail vermisst werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

³⁰ Hintergrund der Befragung ist zu ermitteln, inwiefern sich der Wegfall des ehemaligen Lebensmittelsupermarktes Spar An der Kleinbahn auf die Angebotsstruktur des Ortsteils Oedts und die damit verbundene Zufriedenheit der Kunden ausgewirkt hat.

Tabelle 9: Vermisste Angebote in Grefrath-Oedt im Detail

Vermisste Angebote	Antworten (in%)
Nahrungs- und Genussmittel	77%
Bekleidung	15%
Allgemein größeres Angebot	15%
Getränke	11%
Discounter	8%

Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2010; Frage: „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich; Antworten beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

Zu den vermissten Artikeln zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel, die von knapp 77% der Befragten, die etwas vermissen, genannt wird. Mit Abstand folgen der Wunsch nach Bekleidung (15%), einem allgemein größeren Angebot (15%), Getränken (11%) und einem Discounter (8%).

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Standortbereichs Ortsmitte Oedt

Besonders vor dem Hintergrund konkurrierender Standorte, insbesondere der Ortsmitte Grefrath, des Gewerbegebiets Pastoratshof sowie auch weiterer Standorte in den Umlandkommunen wird deutlich, dass die Ortsmitte Oedt nur über ein geringes Standortgewicht und eine geringe Attraktivität für den Kunden verfügt. Ebenso vermissen die Kunden Angebote, vor allem Nahrungs- und Genussmittel. Dies unterstreicht, dass das Angebot in diesem Bereich rudimentär ist. Empfehlungen für den Standortbereich werden in Kapitel 6.2 gegeben.

4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Grefrath

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Grefrath vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung flächendeckend in den Wohngebieten gewährleistet wird.

Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine entwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung – und dies nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in Ballungsräumen und Großstädten.

In diesem Leistungsbaustein wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegbrechen könnten. Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandelskonzeptes werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Grefrath zusammengefasst (vgl. Kapitel 6.3).

Gesamtgemeindliche Angebotsdaten zur Nahversorgung

Die Gemeinde Grefrath verfügt über eine nahezu durchschnittliche quantitative Ausstattung im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. So liegt z.B. die Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,34 m² Verkaufsfläche leicht unter dem Bundesdurchschnitt von rund 0,39 m² (vgl. folgende Tabelle). Die Zentralitätskennziffer von 84% verdeutlicht, dass Grefrath über das Gemeindegebiet hinaus keine weitere Versorgungsfunktion für das Umland einnimmt, im Gegenteil fließt Kaufkraft aus der Gemeinde in andere Kommunen ab.

Tabelle 10: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Grefrath gesamt

Einwohner	15.636
Verkausflächenausstattung NuG	5.390 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,34 m ² VKF/EW (im Bundesschnitt 0,39 m ²)
Jahresumsatz NuG	rund 27 Mio. €
Zentralitätskennziffer NuG	84%

Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Grefrath (Stand: 31.12.2008); Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2009, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

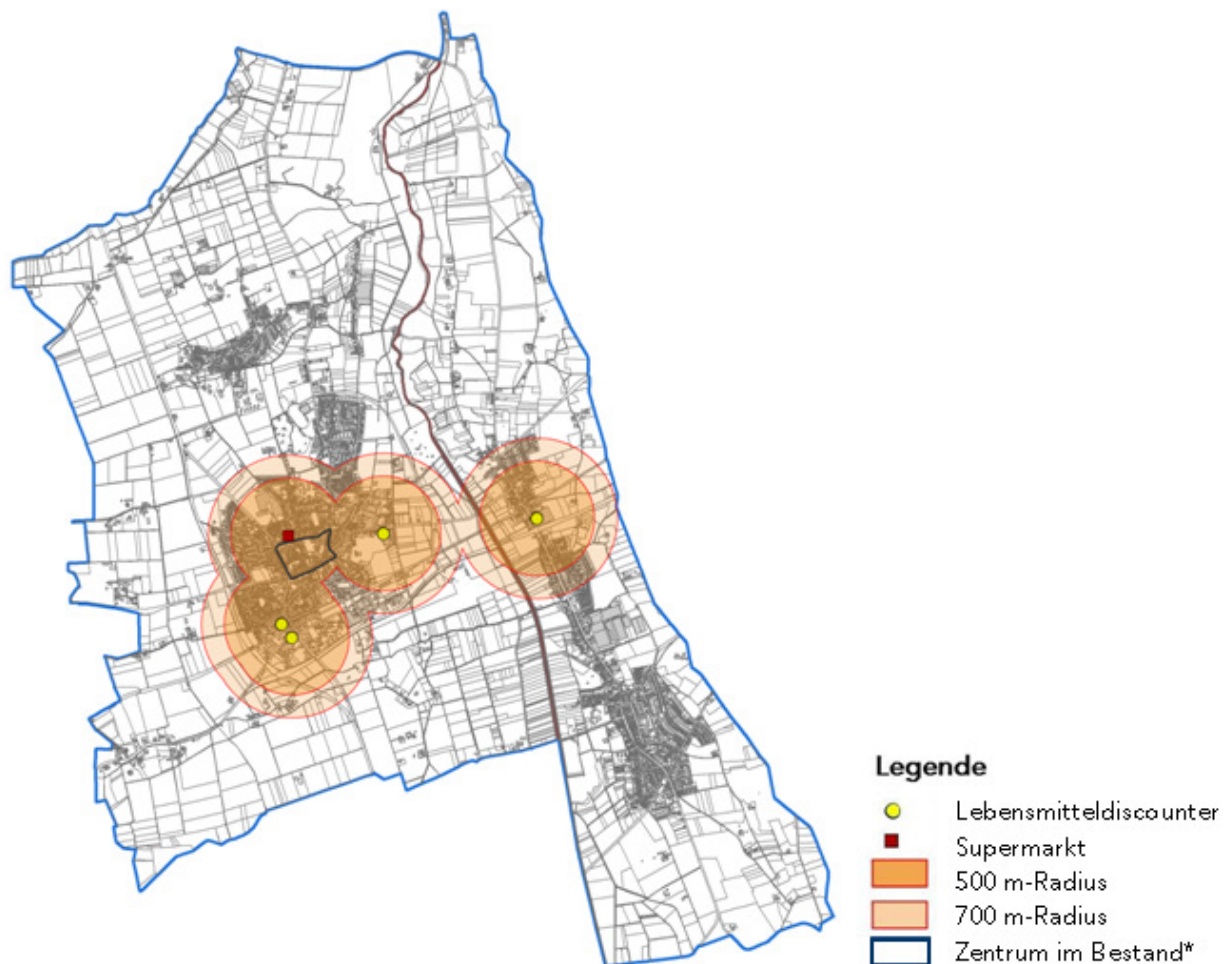
Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittel-Nahversorgung für das Gemeindegebiet von Grefrath.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit Radien von 500 m und 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden

Nahversorgung ausgegangen werden.³¹ In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Nachstehende Abbildung gibt einen Überblick die gesamtgemeindliche Nahversorgungsstruktur in Grefrath.

Abbildung 12: Die Nahversorgungsstruktur im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath; * BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath

Es wird deutlich, dass einige Siedlungsbereiche, v. a. die Ortsteile Vinkrath und Oedt, nicht mit in bis zu ca. 10 Minuten fußläufig erreichbare Anbieter aus dem Bereich der Nahrungs- und Genussmittel ausgestattet sind. Auf diese Thematik wird ortsteilbezogen im Kapitel 6.3 detaillierter eingegangen.

³¹ Eine Luftlinienentfernung von 500 bis 700 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 bis 1.000 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 bis 15 Gehminuten entspricht, vgl. hierzu Einzelhandelserlass NRW 1996: Nr. 2.3.1.

4.6 Standortmerkmale des Sonderstandorts Gewerbegebiet Pastoratshof

Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes ist ein weiterer Einzelhandelsstandort in städtebaulich nicht integrierter Lage zu berücksichtigen, da dieser in der gesamtgemeindlichen Perspektive eine Bedeutung für das aktuelle und das potenzielle Nahversorgungsgerüst und als Ergänzungsstandort zum Zentrum aufweist. Dieser Standort ist der Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof.

Allgemein kann von Sonderstandorten dann gesprochen werden, wenn sie

- nicht über die Ausstattungs- und Strukturmerkmale von zentralen Versorgungsbereichen verfügen,
- überwiegend durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt sind,
- überwiegend nicht in Wohnsiedlungsbereiche unmittelbar eingebettet sind,
- ganz überwiegend für den autoorientierten Großeinkauf genutzt werden ,
- nicht primär der Versorgung ihres Nahbereichs dienen, sondern wenn ihre Angebotsstruktur insbesondere auf größere Gemeindebereiche oder gar die gesamtgemeindliche oder überörtliche Versorgung ausgerichtet ist.

Der Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof (Einzelhandelsanbieter u. a.: Möbel Wehnen, Elektro Engels, Aldi Süd) liegt im Süden des Ortsteils Grefrath direkt an der B509 innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets. Die Entfernung zur Ortsmitte beträgt etwa 1 km.

Abbildung 13: Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof



Quelle: eigene Aufnahmen

Die insgesamt elf Einzelhandelsbetriebe machen eine Gesamtverkaufsfläche von rund 12.210 m² aus. Den qua Fläche größten Betrieb stellt der Möbelfachmarkt SB-Möbel Wehnen dar, gefolgt von den anderen Fachmärkten des Betreibers Wehnen. Diese Frequenzbringer werden durch weitere großflächige Betriebe angebotsseitig ergänzt (u. a. zwei Lebensmitteldiscounter). Zusätzlich runden kleinere Geschäfte das Angebot ab.

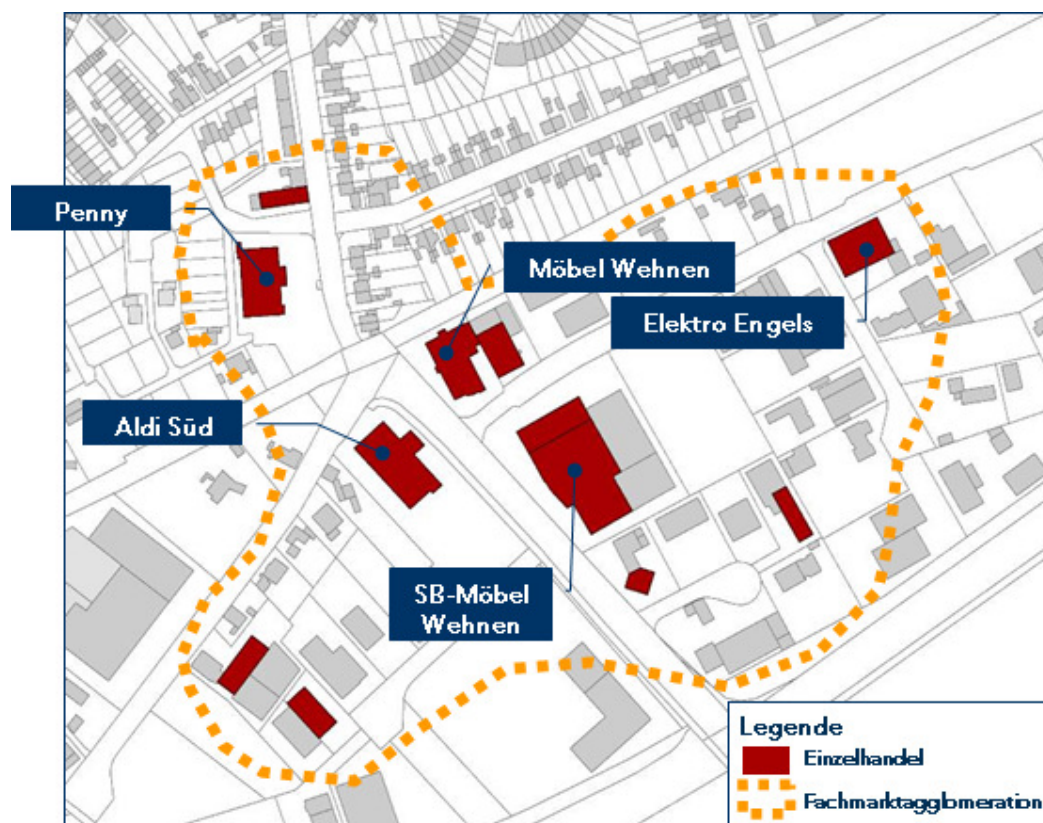
Tabelle 11: Einzelhandelsrelevante Daten zum Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof

	Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof
Anzahl Einzelhandelsbetriebe	11
Anteil gesamtgemeindlich	rd. 11%
Verkaufsfläche [m ²]	12.210
Anteil gesamtgemeindlich	rd. 50%

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 02/2010

Das Einzelhandelsangebot am Standort ist mit rund 50% der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche der wichtigste Angebotsschwerpunkt im gesamten Standortgefüge. Mit dieser Größenordnung ist das Einzelhandelsangebot mehr als dreimal so groß wie dasjenige der Ortsmitte.

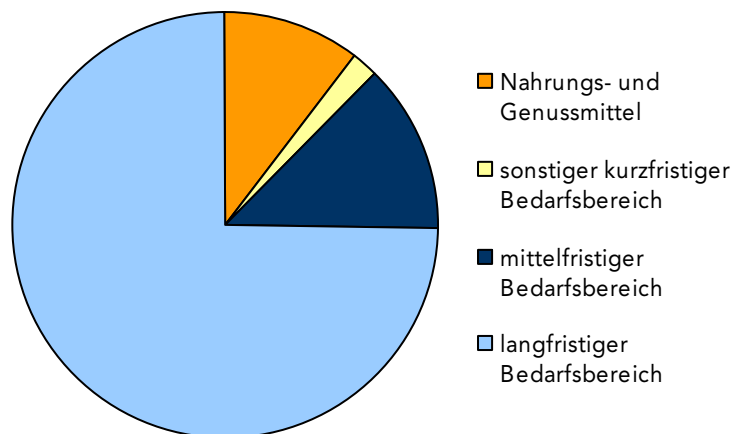
Abbildung 14: Heutiger Einzelhandelsbestand am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath

Der größte Teil des Warenangebots generiert sich aus Gütern des langfristigen Bedarfs. Ein Viertel wird aus Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs generiert, Nahrungs- und Genussmittel haben am Standort einen Verkaufsflächenanteil von rund 10%.

Abbildung 15: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010

Eine Spezialisierung des Einzelhandelsangebots ist auf die Branchen Baumarktsortiment i. e. S. und Möbel (je drei Betriebe) erkennbar. Des Weiteren sind aber auch Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektro/ Leuchten/ Haushaltesgeräte (je zwei Betriebe) im Hauptsortiment der Betriebe nachzuweisen.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Sonderstandorts Gewerbegebiet Pastoratshof

Allein aufgrund seiner Verkaufsflächengröße ist der Sonderstandort der wichtigste Einzelhandelsstandort im gesamten Gemeindegebiet, wenngleich die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe höchst begrenzt ist. Aus Kundensicht ergibt sich dennoch eine erhebliche Standortattraktivität bereits durch die möglichen Koppelungseinkäufe sowie durch die gute Verkehrserschließung für Pkw-Nutzer.

Durch das Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln sowie übrigen zentrentypischen Sortimenten in nicht geringer Größenordnung ist der Standort als ernstzunehmende Konkurrenz für die Ortsmitte zu werten.

In der Zielperspektive zur weiteren Entwicklung dieses Standorts (hierzu Näheres in Kapitel 5.3) ist zu erörtern, welche räumlichen Entwicklungspotenziale dieser Standort (noch) aufweist und wie die Sortimentsstruktur im Sinne eines ausgewogenen gesamtgemeindlichen Standortkonzepts gewinnbringender aufgestellt werden könnte.

4.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelsituation in Grefrath

Die derzeitige Einzelhandelsituation in Grefrath kann je nach Sortimentsbereich und je nach Standort unterschiedlich bewertet werden. Daher fällt auch der erkennbare Handlungsbedarf entsprechend differenziert aus, wobei für das Konzept (vgl. Kapitel 6) auf Abhängigkeiten, die zwischen den einzelnen Stellgrößen und Einflussfaktoren bestehen, hingewiesen wird.

Zu den für den Einzelhandel in Grefrath wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Die Kaufkraftkennziffer in Grefrath liegt fünf Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.
- Grefrath liegt ländlich geprägt in einem ansonsten siedlungsstrukturell stark verflochtenen Raum mit einer starken Wettbewerbssituation durch die Oberzentren (insbesondere Krefeld und Mönchengladbach).
- Grefrath ist geprägt durch ein zweigeteiltes Siedlungsgebiet, in dem immerhin rund 50% der Einwohner im Hauptsiedlungskörper Ortsteil Grefrath wohnen, aber weitere 50% auf drei weitere Siedlungsbereiche verteilt sind.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 102 Einzelhandelsbetrieben sind über 35% im zentralen Versorgungsbereich der Ortsmitte angesiedelt, wodurch sich eine starke Einzelhandelsausstattung in der Ortsmitte ergibt.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 75% ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation und eines vergleichsweise kleinen Einzugsbereichs als überaus hoch zu bewerten.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur die Ortsmitte, sondern auch die städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen über ein deutliches Standortgewicht – und zwar gemessen an den Verkaufsflächen: dort liegen zwar nur 19% der Einzelhandelsbetriebe, diese verfügen aber über 61% der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche.
- Auch üblicherweise zentrenprägende Sortimente erreichen in diesen nicht integrierten Lagen hohe Verkaufsflächenanteile, was sich hemmend auf die Entwicklungschancen des Zentrums auswirkt.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur der Ortsmitte ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten, könnte allerdings hinsichtlich der Ausstattung mit starken Magneten und ihrer mikroräumlichen Lage ebenso ausgebaut werden wie hinsichtlich der Kun-

denläufe, die bislang Rundläufe oder abwechslungsreiche Diagonalverbindungen nur begrenzt zulassen.

- Die Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist in einigen Siedlungsbereichen, vor allem im Ortsteil Oedt, deutlich ausbaufähig.

Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Grefraths für die Zukunft gesichert und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund einer aktiven überörtlichen Konkurrenz gerade in den benachbarten Mittelzentren, die ihr Angebot ständig fortentwickelt.

Andererseits sollten praxisnahe und marktgerechte Optimierungslösungen für diejenigen Aspekte entwickelt werden, die eher kritischer zu bewerten sind. Solche Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen dieses Konzepts sowohl in städtebaulicher Sicht als auch funktional abgebildet.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen sowie übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in Grefrath zu erarbeiten.

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen in Form von nach Branchen kumulierten Verkaufsflächenangaben aufbereitet.

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

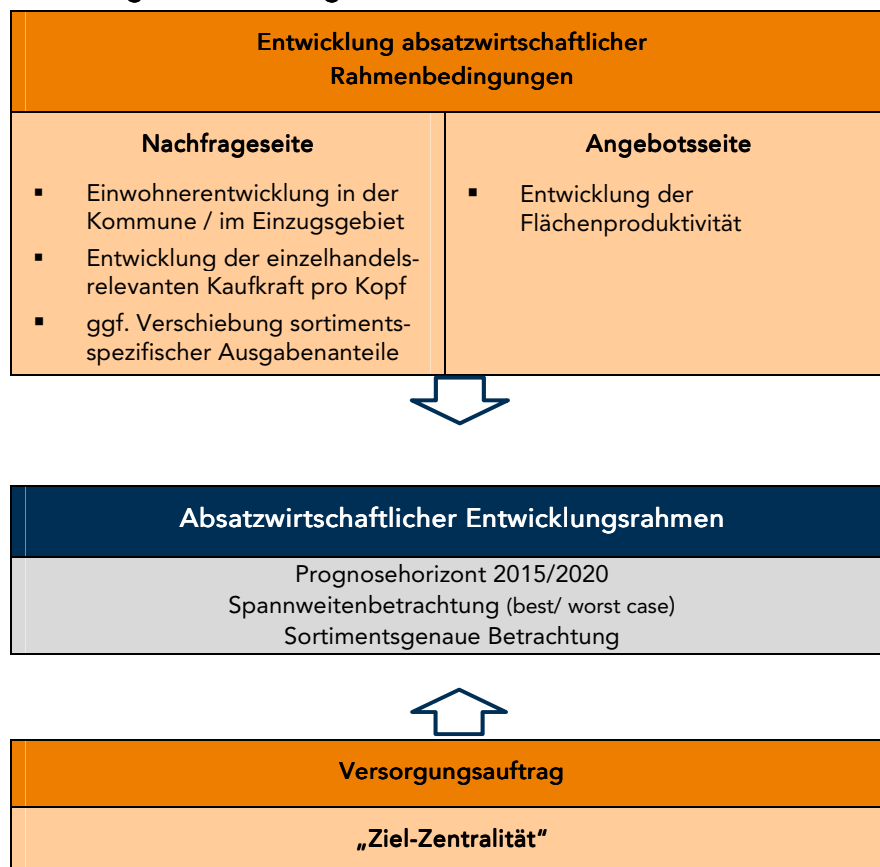
- Er kann und soll aufgrund seines naturgegeben mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“ (etwa als oberer Grenzwert), sondern vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Grefrath korrespondieren und wenn sie an entwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den Rahmen des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einfügen, können das städtebaulich präferierte Zentrum und sonstige Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung entwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

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

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitigen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Grefrath werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt:

Abbildung 16: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: eigene Darstellung

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten

zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als sogenannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Durch die Darstellung von sowohl zeitlichen und inhaltlichen angebots- und nachfrageseitigen Spannweiten (obere und untere Variante) wird ein Korridor eröffnet, der ein Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der notwendigen Flexibilität – unter Berücksichtigung sich im Zeitverlauf verändernder, teilweise auch konkretisierender angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

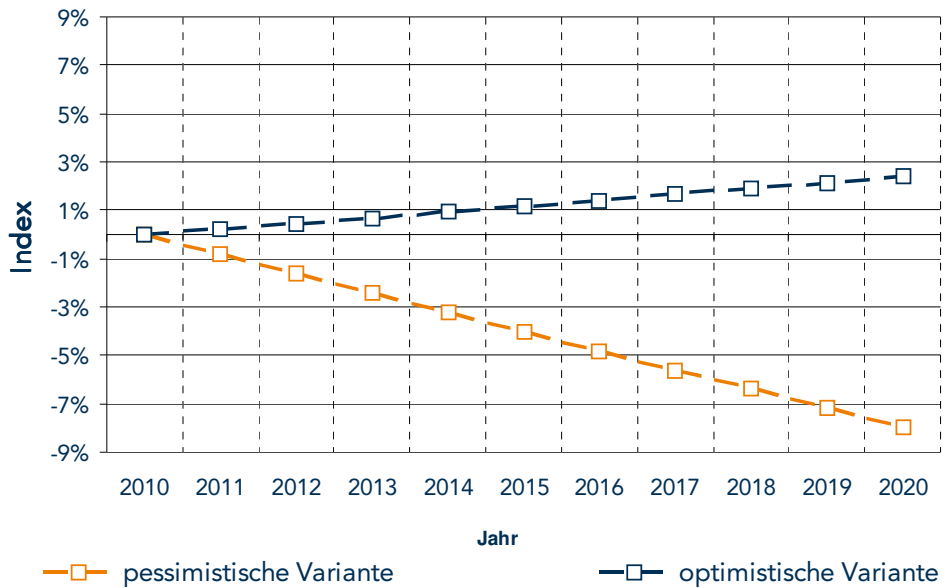
Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des Entwicklungsrahmens einzeln erörtert.

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen Kaufkraft in Grefrath wird die vorhandene Bevölkerungsvorausberechnung des Kreises Viersen zugrunde gelegt. Diese Bevölkerungsprognose umfasst zwei Entwicklungsvarianten, die hier übernommen werden: im Ergebnis berücksichtigt die optimistische Variante eine Zunahme der Bevölkerungszahl bis 2020 um rund 2,5%. In der pessimistischen Variante geht die Bevölkerungszahl um rund 8% gegenüber dem Ausgangswert zurück.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher insgesamt geringe bis keine Impulse für die künftige Kaufkraft zu erwarten.

Abbildung 17: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Grefrath

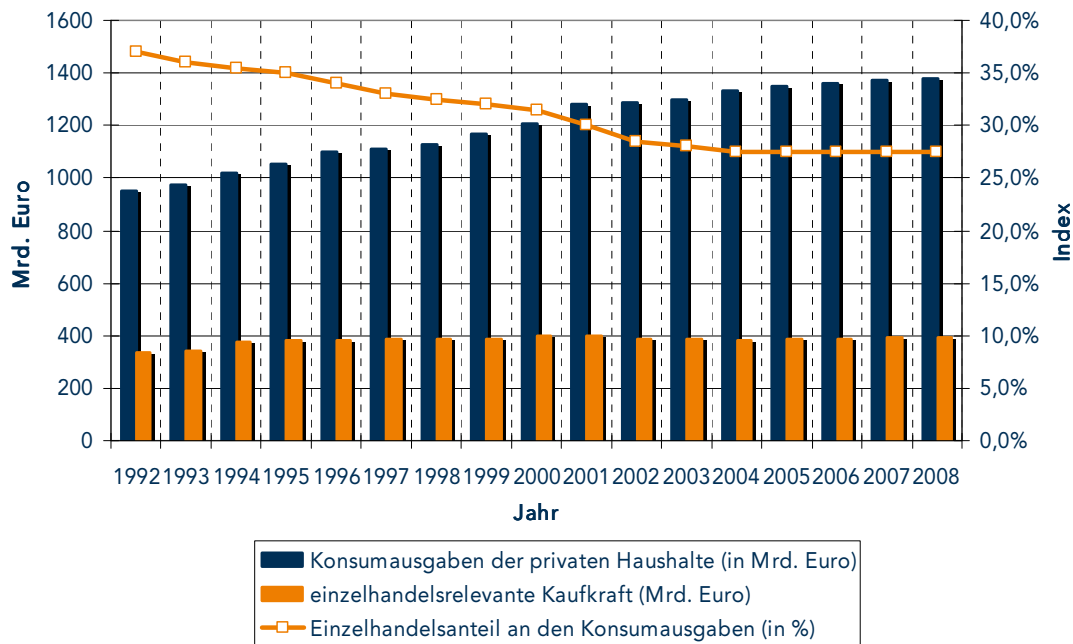


Quelle: LDS NRW im Auftrag des Kreises Viersen

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 45% (425 Mrd. Euro) auf rund 1.375 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 350 bis 380 Mrd. Euro je Jahr. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 1992 noch bei 37%, während er 2008 nach stetigem Rückgang in den vergangenen Jahren nur noch rund 27% ausmacht.

Abbildung 18: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft



Quelle: Hahn-Gruppe 2008; WABE-Institut 2007

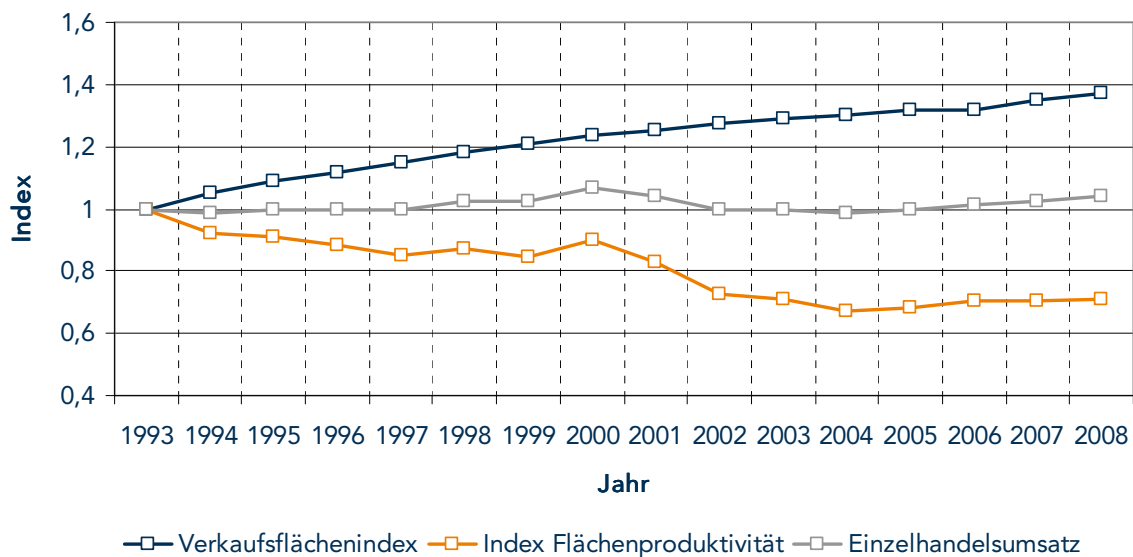
In der Summe stagnieren somit die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben³² seit Jahren. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts der aktuellen unsicheren konjunkturellen Lage für den Einzelhandel und dessen einzelne Branchen nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird im Folgenden dennoch von einer Stagnation der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben pro Kopf ausgegangen.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 1993 bis 2008 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

³² Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf einen zusätzlichen absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Abbildung 19: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2008



Quelle: Hahn-Gruppe 2008; WABE-Institut 2007

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und zum Teil abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Versorgungsauftrag: Ziel-Zentralitäten

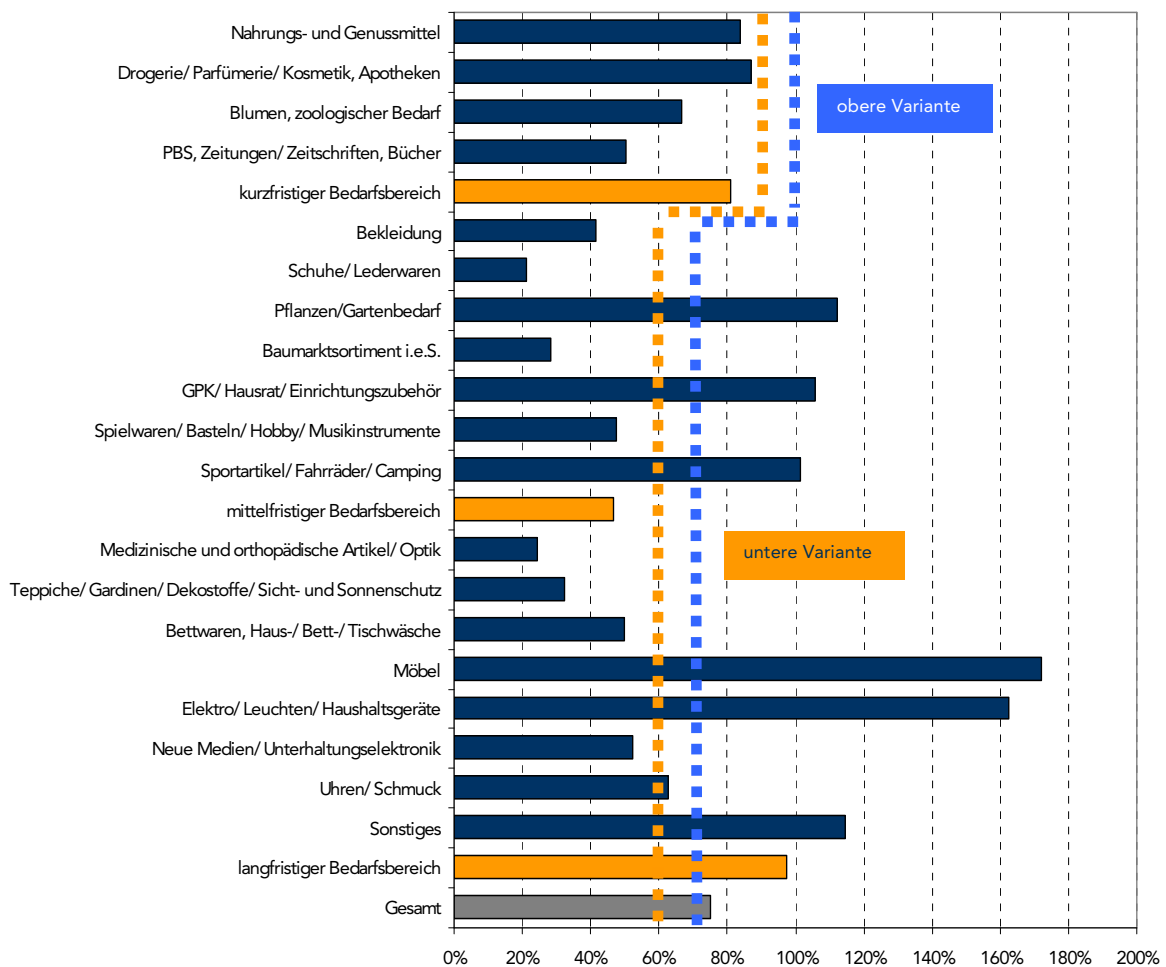
Die heutige Einzelhandelszentralität von Greifath beträgt 75% (vgl. Kapitel 4.3.1). Hieraus erwachsen für einige der Warengruppen Erweiterungsspielräume bis zur jeweiligen Ziel-Zentralität (vgl. folgende Abbildung; Ziel-Zentralitäten als gestrichelte Orientierungslinien).

Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Ziel-Zentralität von 90% bzw. in der oberen Variante 100% entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren Kaufkraft nahezu vollständig zur Verfügung gestellt werden sollen.

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs soll in Greifath künftig ebenfalls mindestens eine Ziel-Zentralität von 60% bzw. 70% in der oberen Variante angelegt werden. Eine höhere Ziel-Zentralität wäre mittel- und langfristige zwar wünschenswert, kann

aber aktuell aufgrund der besonders schwierigen Wettbewerbssituation mit den Nachbarkommunen und Oberzentren nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden. Gleichwohl resultieren bereits aus dieser Ziel-Zentralität Entwicklungsbedarf für einige Warengruppen.

Abbildung 20: Zentralitäten nach Sortimentsgruppen und die Ziel-Zentralität



Quelle: eigene Annahmen auf Basis der ermittelten Zentralitätswerte

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Grefrath

Die nachstehende Tabelle zeigt den künftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen differenziert nach Warengruppen. Die Prognose ergibt sich aus den oben dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen und den Ziel-Zentralitäten.

Tabelle 12: Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Grefrath

Warengruppe	2015		2020	
	v	Δ	v	Δ
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	500	1.500	500	1.700
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	0	300	0	300
Blumen, zoologischer Bedarf	100	200	100	200
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	400	600	400	600
kurzfristiger Bedarfsbereich	1.000	2.600	1.000	2.800
Bekleidung	700	1.100	700	1.200
Schuhe/Lederwaren	400	500	400	500
Pflanzen/Gartenbedarf*	*	*	*	*
Baumarktsortiment i.e.S.*	*	*	*	*
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	0	100	0	100
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	200	100	200
Sportartikel/Fahrräder/Camping	0	0	0	100
mittelfristiger Bedarfsbereich	1.200	1.900	1.200	2.100
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	100	100	100	100
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	100	200	100	200
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	100	200	100	200
Möbel*	*	*	*	*
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	0	100	0	100
Medien	100	200	100	300
Uhren/Schmuck	0	0	0	0
Sonstiges	0	0	0	0
langfristiger Bedarfsbereich	400	800	400	900
Gesamt	2.600	5.300	2.600	5.800

Quelle: eigene Berechnungen; v= untere Variante; Δ = obere Variante; *momentan Arrondierungsspielraum für bestehende Betriebe; Ausbau dieser Sortimentsgruppen unterliegt den derzeit marktüblichen Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber und deren Umsetzbarkeit im gemeindlichen Standortgefüge

Die Ermittlung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume ergibt folgendes Potenzial für die Perspektive bis 2015: Es bestehen rechnerische Entwicklungsspielräume in einer Größenordnung von rund 2.600 m². Diese Größenordnung entspricht etwa 11% der aktuell vorhandenen Gesamtverkaufsfläche in Grefrath. Der Schwerpunkt des Entwicklungsrahmens liegt im Bereich mittelfristiger Bedarfsgüter, dort insbesondere bei den Branchen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren.

Für Grefrath bedeuten diese Prognoseergebnisse,

- dass die Versorgungsfunktion Grefraths in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden kann,

- dass in den Warengruppen ohne einen nennenswerten quantitativen Entwicklungsrahmen neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu),
- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die Grefrather Standortstruktur einerseits oder die wohnortnahe Grundversorgung andererseits resultiert,
- und dass angesichts des teils begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im entwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell müssen diese Ansiedlungsspielräume stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotenzial entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht zu berücksichtigende Marktfaktoren³³ zugrunde; diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“ etwa als oberer oder als unterer Grenzwert darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die die absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspielräume überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtgemeindlichen Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Grefrath korrespondieren und wenn sie an entwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Beispielhaft werden im Folgenden die rechnerischen Entwicklungsrahmen für einige Warengruppen mit den zu erwartenden Entwicklungen erläutert.

Nahrungs- und Genussmittel

In dieser Warengruppe ist ein gewisser, wenn auch begrenzter absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen zum Ausbau der Nahversorgung vorhanden. Die Summen (im Mittel bis 2015 und 2020 etwa 500 bis 1.600 m² VKF) entsprechen etwa dem sortimentsbezogenen Flächenbedarf von einem bis zwei mittelgroßen Lebensmittelmarkt/ -märkten und/ oder einer begrenzten Anzahl von Betriebserweiterungen. Nähere Empfehlungen zur Verbesserung der Nahversorgungsstruktur werden in Kapitel 6.3 vorgestellt.

³³ Stellung im regionalen Wettbewerb, Positionierung gegenüber Mitbewerbern etc.

Üblicherweise zentrenrelevante Sortimentsgruppen

Im Bereich typischerweise zentrenprägender Warengruppen besteht ein Entwicklungsrahmen für eine nennenswerte Erweiterung des Angebotes von rund 2.200 m² VKF allein bis 2015 und rund 2.500 m² bis 2020 in der jeweils optimistischen Berechnungsvariante (vgl. auch nachfolgende Tabelle). Im Hinblick auf das Ziel der Stärkung der Ortsmitte ist es empfehlenswert, diese Ansiedlungspotenziale künftig schwerpunktmäßig zum dortigen Angebotsausbau zu nutzen.

An dieser Stelle soll explizit hervorgehoben werden, dass der ermittelte Entwicklungsrahmen gerade dann, wenn der Standort entwicklungspolitisch optimal ist³⁴, überschritten werden kann zugunsten einer positiven Gesamtentwicklung des Standortes, insbesondere der Ortsmitte Grefrath. Grenzen ergeben sich in solchen Fällen aber ggf. aus landesplanerischen und städtebaurechtlichen Zielvorgaben, namentlich dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen. Die erarbeiteten Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kapitel 6.6) berücksichtigen diese standortbezogene Regelungsempfehlung.

Tabelle 13: Entwicklungsrahmen für üblicherweise zentrenrelevante Sortimente

Warengruppe	Oberer Verkaufsflächenrahmen bis 2015	Oberer Verkaufsflächenrahmen bis 2020
Bekleidung	1.100 m ²	1.200 m ²
Schuhe/ Lederwaren	500 m ²	500 m ²
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	100 m ²	100 m ²
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	200 m ²	200 m ²
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	0 m ²	100 m ²
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	100 m ²	100 m ²
Medien	200 m ²	300 m ²
Summe	2.200 m²	2.500 m²

Quelle: eigene Berechnung auf Basis des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens

Auch die Verhandlungsposition der jeweiligen Akteure sowie die Prozessgestaltung während eines gesamten Ansiedlungsverfahrens sind von entscheidender Bedeutung für ein städtebaulich und nutzungsstrukturell für die Gemeinde bestmögliches Ergebnis.

³⁴ Dies trifft hinsichtlich der Ortsmitte uneingeschränkt zu, wenngleich dort zwischen einzelnen mikroräumlichen Lagemerkmalen deutlich unterschieden werden sollte.

5.2 Die übergeordnete Entwicklungszielstellung für Grefrath

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Gemeinde Grefrath bestmöglich entsprechende Zielperspektive soll in Bezug auf das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der BBE (2008) sowie das Regionale Einzelhandelskonzept für den Kreis Viersen eine Kombination aus drei übergeordneten Zielen, verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden. In Grefrath sollen zukünftig folgende übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung verfolgt werden:

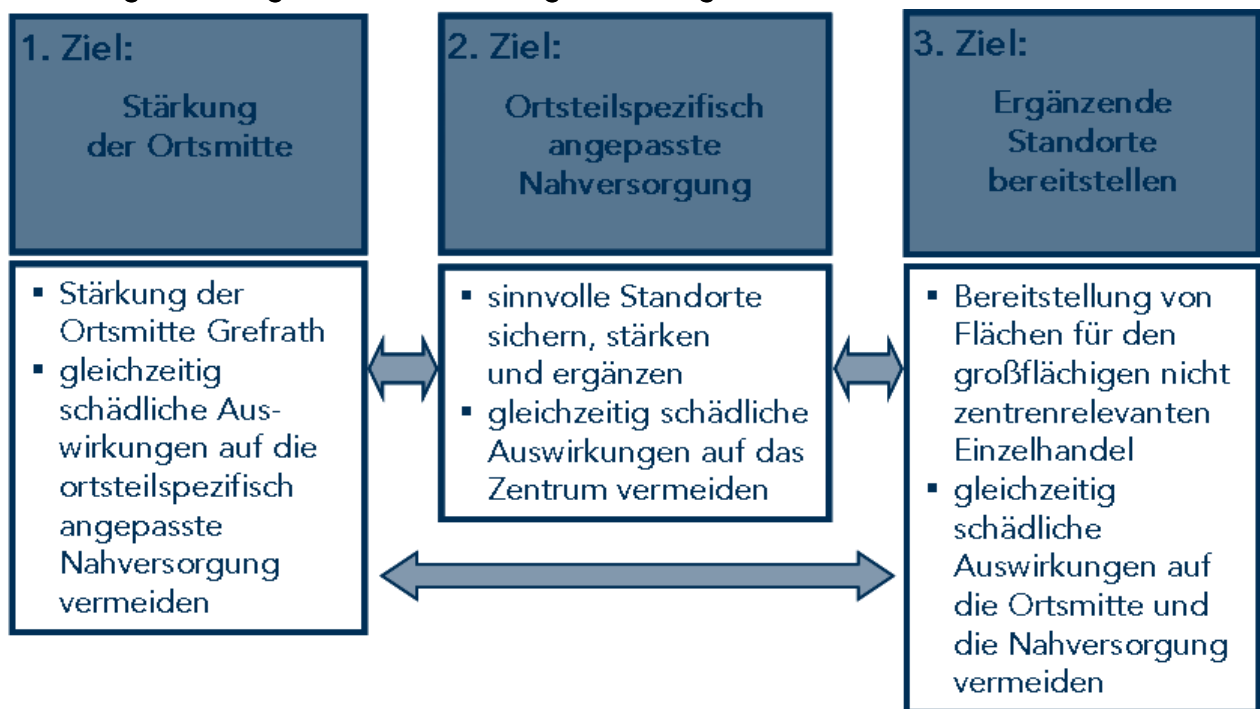
1. Stärkung der Ortsmitte: Erhaltung und Stärkung der Ortsmitte Grefrath, gleichzeitig Vermeidung negativer Auswirkungen auf die ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung,
2. Ortssteilspezifisch angepasste Nahversorgung: bestmögliche Sicherung, Stärkung und Ergänzung der Nahversorgung an sinnvollen Standorten, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums zu beeinträchtigen,
3. Ergänzende Standorte weiterentwickeln: Bereitstellung ergänzender für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwischen diesen je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kapitel 6.5). Des Weiteren muss auch das räumlich-funktionale Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept auf diese übergeordnete Entwicklungszielstellung näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 6.6 erfolgt.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Entwicklungszielstellung: im Fokus der Entwicklung steht die Ortsmitte Grefrath, die gesichert und gestärkt werden soll.

Abbildung 21: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Grefrath



Quelle: eigene Darstellung

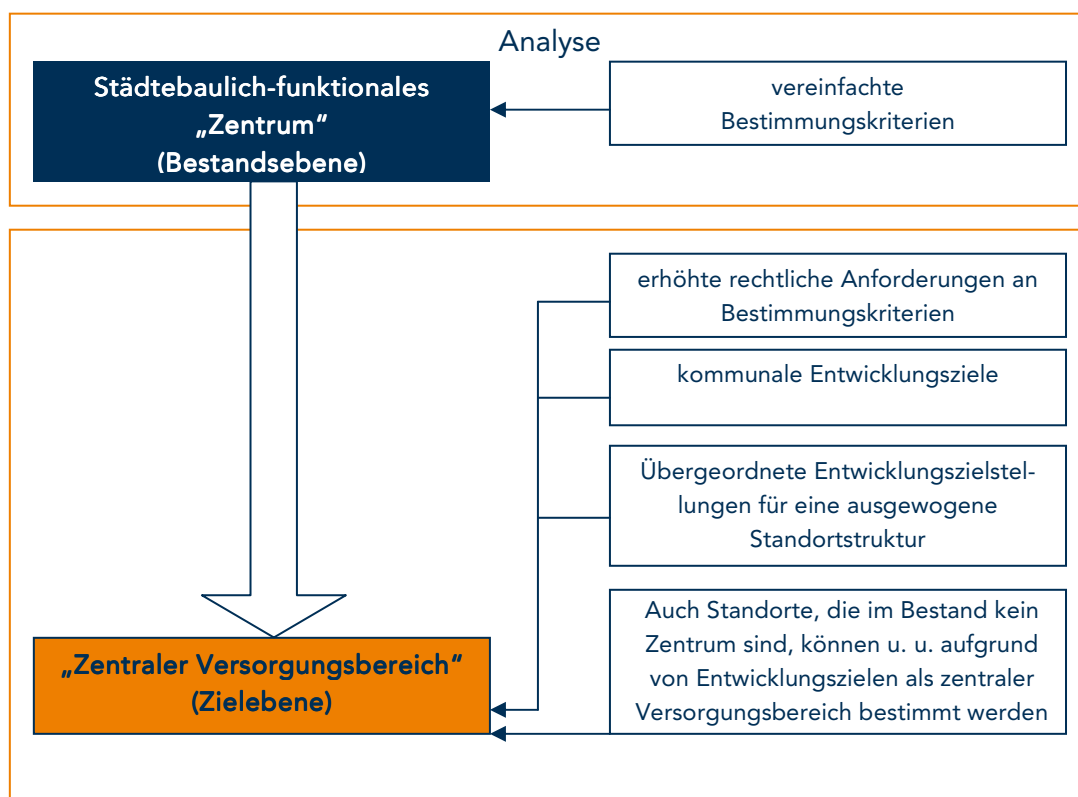
6 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert werden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Dieses sind neben Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath, für den Standortbereich Ortsmitte Oedt, für den Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof, der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Grefrather Liste“) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze.

6.1 Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath

Wesentlicher Bestandteil der konzeptionellen Bausteine ist die räumliche und funktionale Festlegung des zu empfehlenden künftigen Zentrums als sog. zentraler Versorgungsbereich. Die hierbei zugrunde zu legenden Festlegungskriterien werden in Kapitel 2.2 detailliert vorgestellt. Die folgende Grafik veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Standort-Bestandsstruktur hinaus geht.

Abbildung 22: Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren



Quelle: eigene Darstellung

In Grefrath wird die Ortsmitte Grefrath als einziger zentraler Versorgungsbereich definiert. Obschon weitere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen lassen, weisen sie nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten, etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich oder die Funktion als Sonderstandort für bestimmte großflächige Einzelhandelsvorhaben (vgl. hierzu Kapitel 6.4).

Die Ortsmitte ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet von Grefrath. Als städtebauliches Zentrum der regionalplanerisch als Grundzentrum ausgewiesenen Kommune soll es (wie bisher) auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt auch um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen; er trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei, unterstützt auch durch das Wohnen, durch die angemessene Verkehrsstruktur sowie nicht zuletzt Bildungseinrichtungen und Freizeitangebote. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Gemeinde soll die Ortsmitte somit nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Gemeinde fördern.

6.1.1 Städtebaulich-funktionale Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für die Ortsmitte Grefrath

Zur Gewährleistung dieser Leitfunktion sollte die beschriebene Einzelhandelsbestandsstruktur (vgl. Kapitel 4.4.1) erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für die Ortsmitte in allen städtebaulichen und entwicklungspolitischen Planungen der Gemeinde Grefrath, die einen Bezug zur Ortsmitte aufweisen, berücksichtigt werden.

Tabelle 14: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für die Ortsmitte Grefrath

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt ▪ Ergänzung der Pol bildenden Struktur und der inneren Kundenläufe durch Ansiedlung eines oder mehrerer neuer Magnetbetriebe ▪ Sicherung und Stärkung der bestehenden Vielfalt der kleineren Fachgeschäfte und Spezialangebote ▪ Stärkung der für die Gesamtfunktionalität der Ortsmitte bedeutenden Nahversorgungsfunktion ▪ Attraktivierung des öffentlichen und privaten Raums

Quelle: eigene Darstellung

Hierzu werden folgende Empfehlungen im Detail formuliert:

1. Sicherung der vorhandenen Branchen- und Betriebsvielfalt auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der Ortsmitte resultieren könnten.
2. Erweiterung und Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben aller Art und Größe im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze I und II
3. Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote auch in Warengruppen, in denen die Ansiedlungspotenziale nur begrenzt sind. Ein Ausbau ist vor allem in den folgenden Warengruppen zu empfehlen:

Tabelle 15: Ergänzung des Branchenmixes und der Betriebstypenvielfalt

Warengruppe	2015		2020		Ortsmitte		Grefrath gesamt		Ergänzung des Betriebstypenmixes
	v	Δ	v	Δ	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	500	1.500	500	1.700	6	580	34	5.390	√
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	0	300	0	300	4	450	7	1.050	
Blumen, zoologischer Bedarf	100	200	100	200	2	50	9	230	
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	400	600	400	600	3	270	3	340	
Bekleidung	700	1.100	700	1.200	6	570	8	1.030	√
Schuhe/Lederwaren	400	500	400	500	1	50	3	130	√
Pflanzen/Gartenbedarf*	*	*	*	*	0	110	2	2.040	
Baumarktsortiment i.e.S.*	*	*	*	*	2	290	5	1.260	
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	0	100	0	100	2	490	3	900	
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	100	200	100	200	1	180	2	330	
Sportartikel/Fahrräder/Camping	0	0	0	100	1	50	4	750	√
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	100	100	100	100	1	30	2	70	
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	100	200	100	200	1	40	2	150	
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	100	200	100	200	0	50	0	270	√
Möbel*	*	*	*	*	0	0	4	7.280	
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	0	100	0	100	0	20	3	1.720	√
Medien	100	200	100	300	3	330	6	530	
Uhren/Schmuck	0	0	0	0	3	90	3	100	
Sonstiges	0	0	0	0	0	0	2	470	
Gesamt	4.200	8.000	4.200	8.900	36	3.650	102	24.040	

Quelle: eigene Berechnungen; v= untere Variante; Δ = obere Variante; * momentan Arrondierungsspielraum für bestehende Betriebe; Ausbau dieser Sortimentsgruppen unterliegt den derzeit marktüblichen Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber und deren Umsetzbarkeit im gemeindlichen Standortgefüge

4. Integration des in Randlage bereits ansässigen Lebensmittelmarktes in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs zur Stärkung der Nahversorgungsfunktion der Ortsmitte sowie Sicherung dieses Standorts unter Berücksichtigung marktgängiger Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber ggf. durch Erweiterung der Verkaufsfläche.
5. Attraktivierung des privaten und öffentlichen Raums durch einheitlichere Fassaden- und Schaufenstergestaltung, regelmäßige Gebäudepflege, eine Gestaltungssatzung sowie z. B. Durchführung von Schaufensterworkshops mit den ansässigen Einzelhändlern.
6. Schaffung von Kernöffnungszeiten, um Verlässlichkeit bei den Kunden zu generieren.
7. Ggf. Einrichtung eines Citymanagements, welches u. a. die Interessen der Akteure der Ortsmitte bündelt und vertritt sowie den Standort aktiv weiterentwickelt und vermarktet.

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungszielstellung für Grefrath zu berücksichtigen, dass diesbezügliche Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf die Struktur der wohnungsnahen Versorgung führen. Die Ansiedlungsleitsätze berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung (vgl. Kapitel 6.6).

6.1.2 Räumliche Entwicklungsszenarien und übergeordnete Entwicklungsziele für die Ortsmitte Grefrath

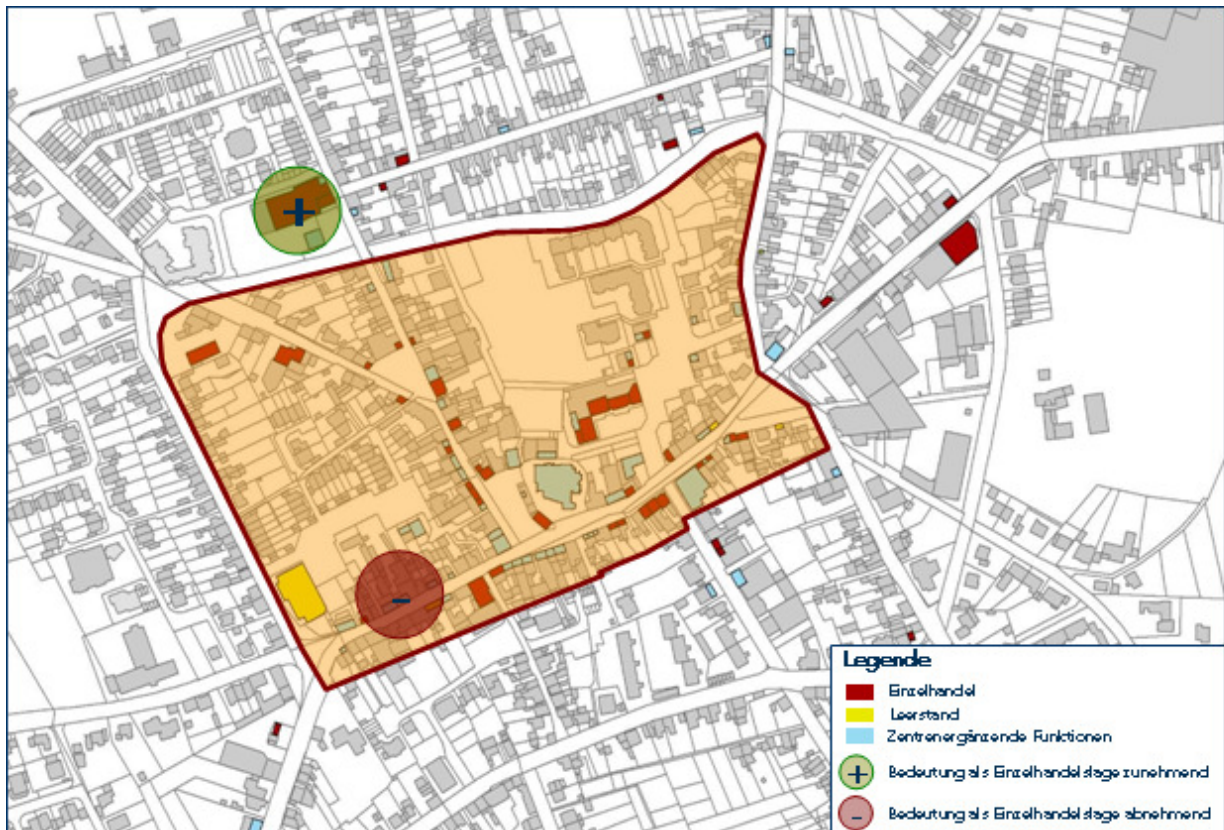
Die Ermittlung von Auswirkungen auf die Einzelhandelsstruktur mithilfe von Szenarien für die künftige Entwicklung des Einzelhandels in der Ortsmitte von Grefrath stellt einen zentralen Baustein des Einzelhandelskonzepts bei der Erarbeitung der Zielebene dar. Die Szenarien basieren auf unterschiedlichen planerischen Annahmen und werden hinsichtlich der mit ihnen verbundenen Chancen und Risiken auf die Entwicklung der Ortsmitte beschrieben. Durch die Szenarien werden Auswirkungen aufgezeigt, die durch die Ansiedlung, den Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsansiedlungen entstehen können. Auf diese Weise wird eine wichtige Grundlage für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsmitte unter Einbeziehung der Entwicklungsperspektiven geschaffen.

Neben der Betrachtung des Status Quo in Grefrath werden zwei Erweiterungsoptionen der Ortsmitte analysiert und ihre Auswirkungen auf den Bestand veranschaulicht. Schlussendlich erfolgt eine Kurzbewertung des jeweiligen Szenarios.

Szenario 1: Status Quo

„Was passiert, wenn nichts passiert?“. Dieses Szenario zeigt die Auswirkungen auf, wenn kein Impuls für eine neue Entwicklung in der Ortsmitte gegeben wird. Es werden keine ergänzenden Potenzialflächen ausgewiesen und auch innerhalb des aus dem Bestand abgegrenzten Zentrums erfolgt keine Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben. Ohne einen Impuls stagniert die Entwicklung der Ortsmitte, es ist zu erwarten, dass die bestehenden Einkaufslagen in ihrer Funktion tendenziell geschwächt werden, da der Wettbewerb außerhalb Grefraths zunimmt

Abbildung 23: Szenario 1 – Status Quo



Quelle: eigene Darstellung

Vor allem die Randbereiche der Ortsmitte verzeichnen auf lange Sicht einen Bedeutungs-rückgang (insbesondere die ohnehin bereits geschwächte westliche Hohe Straße), da kein neuer Entwicklungsimpuls in das Zentrum gegeben wird. Der bestehende Lebensmittelsupermarkt außerhalb des Zentrums festigt seine Position durch die geringe Nahversorgungsausstattung im Zentrum.

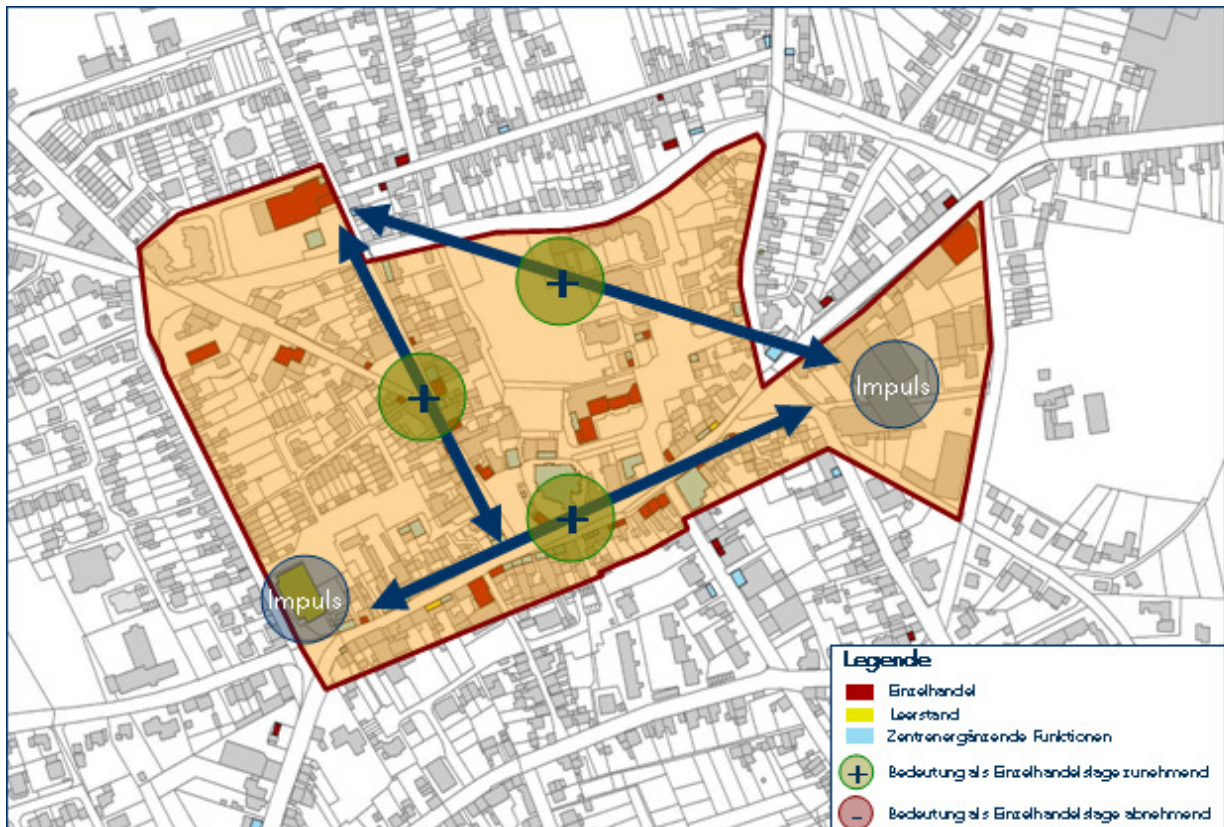
Kurzbewertung dieses Szenarios

Insgesamt ist dieses Szenario nicht zu empfehlen. Aufgrund der aktuellen Trends im Einzelhandel sowie der starken Konkurrenz der angrenzenden Mittelzentren, den Oberzentren Krefeld und Mönchengladbach sowie Standorten in den Niederlanden (v. a. Venlo) kann davon ausgegangen werden, dass bei mangelndem Entwicklungsimpuls die gesamte Ortsmitte Grefraths einen sukzessiven Attraktivitäts- und Bedeutungsverlust erleidet.

Szenario 2: Schaffung eines Versorgungsdreiecks

Dieses Szenario basiert auf der Annahme, dass im Zentrum Ortsmitte Grefrath am westlichen Endpunkt der Hohen Straße sowie östlich des Berger Platzes auf dem Gelände des ehemaligen Getränkehersteller Mäurers Magnetbetriebe angesiedelt werden.

Abbildung 24: Szenario 2 – „Schaffung eines Versorgungsdreiecks“



Quelle: eigene Darstellung

Durch die Ansiedlung von impulserzeugenden Betrieben an entgegen gesetzten Standorten kommt es zu einer Gegenpolbildung innerhalb des Zentrums, so dass die Frequenzen auf der Hohen Straße gestärkt werden, wovon auch die kleinteiligen Betriebe profitieren. Die Integration des Nahversorgers ist Voraussetzung für den Ausbau des Standortes, so dass das Zentrum auch im Norden gestärkt wird. Des Weiteren kann der Standort des Supermarktes so von der Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche profitieren.

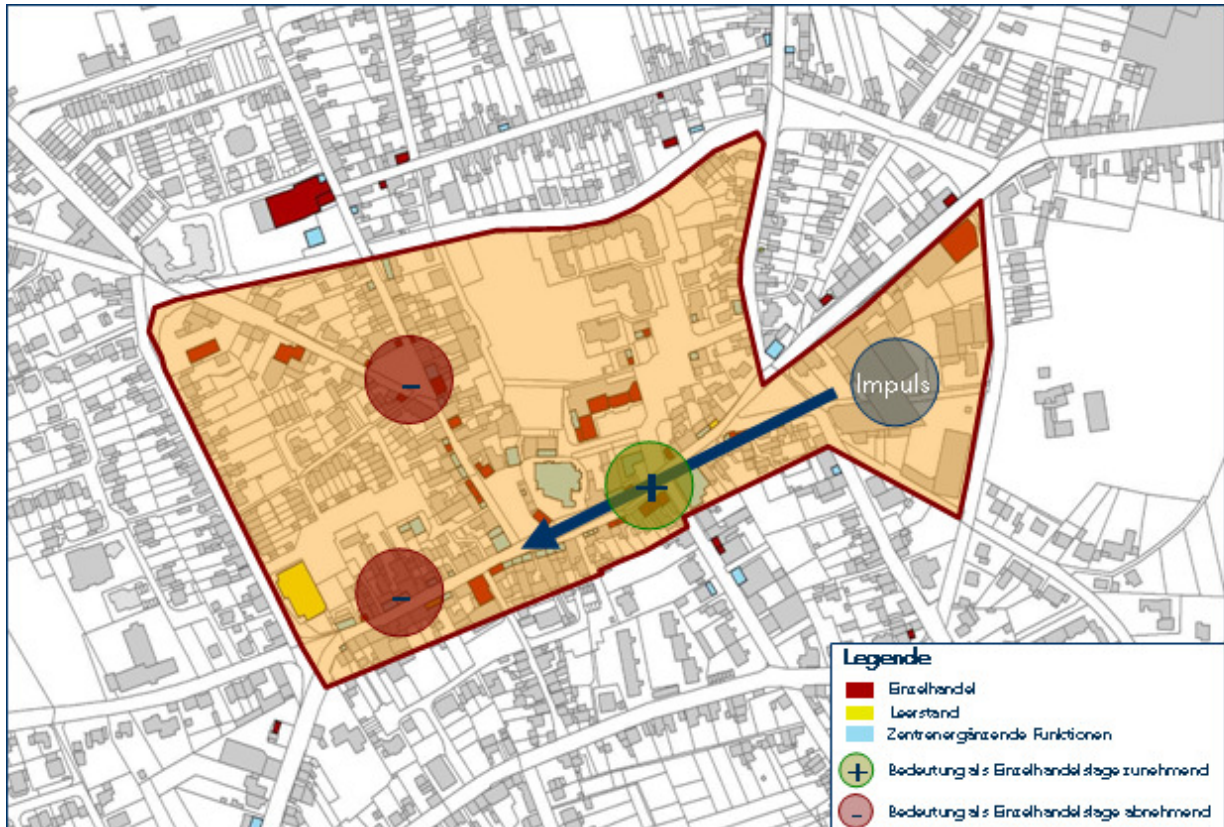
Kurzbewertung dieses Szenarios

Durch die Umsetzung dieses Szenarios würde das Zentrum als Ganzes gestärkt werden, da die neuen Impulse ein Dreieck schaffen würden, das die Frequenzen innerhalb des gesamten Zentrums stärkt und bindet. Somit ist dieses Szenario unter bestimmten Voraussetzungen (siehe Kapitel 6.1.1 und 6.1.3) zu empfehlen.

Szenario 3: Erweiterung der Ortsmitte nach Osten

Eine Erweiterung des Zentrums steht, ähnlich wie in Szenario 2, im Mittelpunkt der räumlichen Entwicklung dieses Szenarios. Allerdings steht hier lediglich die Entwicklung der Fläche östlich des Berger Platzes im Vordergrund.

Abbildung 25: Szenario 3 – Erweiterung der Ortsmitte nach Osten



Quelle: eigene Darstellung

Durch die Ansiedlung von Magnetbetrieben auf dem ehemaligen Gelände des Getränkeherstellers Mäurers wird die östliche Hohe Straße durch Frequenzen gestärkt. Allerdings erfährt die ohnehin geschwächte westliche Hohe Straße keinen Entwicklungsimpuls und erleidet einen Bedeutungsrückgang.

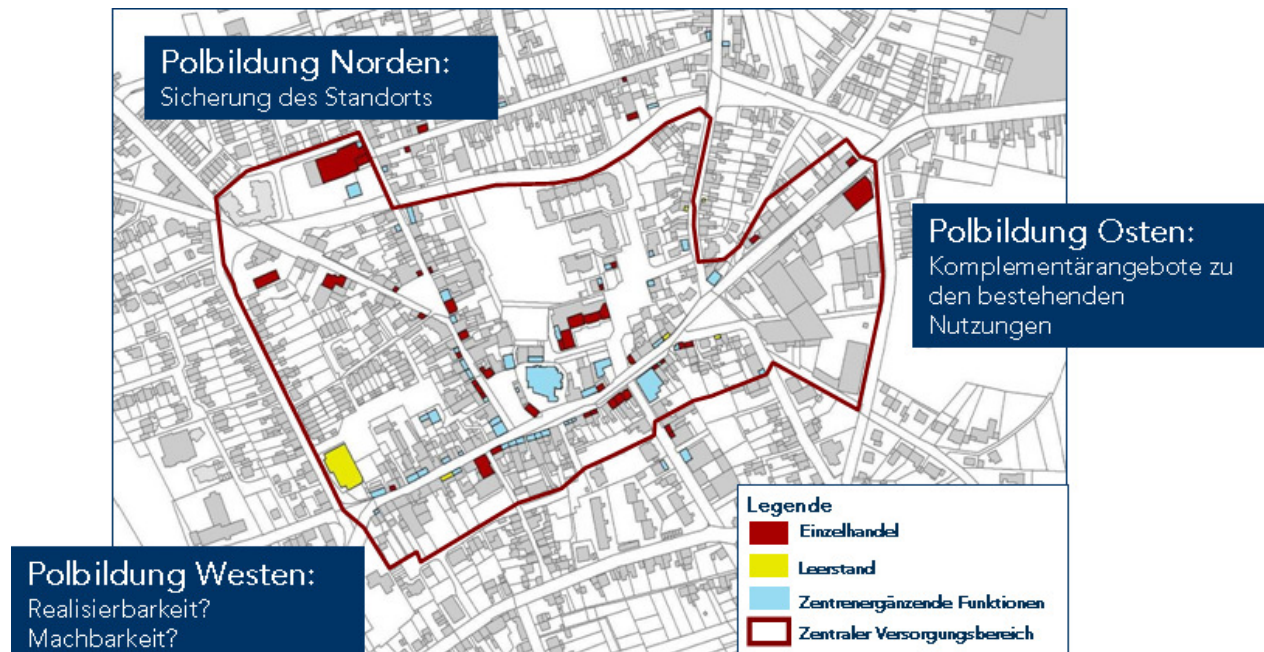
Kurzbewertung dieses Szenarios

Durch den Entwicklungsimpuls wird die östliche Ortsmitte gestärkt. Jedoch ist keine Stärkung des westlichen Bereichs zu erwarten, so dass dieses Szenario nur bedingt empfohlen wird.

6.1.3 Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte Grefrath

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung der Ortsmitte als zentraler Versorgungsbereich erforderlich. Diese wird in der folgenden Abbildung dargestellt.

Abbildung 26: Räumliche Festlegung der Ortsmitte Grefrath als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage Gemeinde Grefrath

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath umfasst somit neben der Abgrenzung des städtebaulich-funktionalen Zentrums im Bestand weitere Bereiche.

Es ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kapitel 2.2) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

- Im Süden ist entlang der Hohen Straße der gesamte dicht bebaute Bereich bis einschließlich des Kreuzungsbereichs der Bahnstraße mit dem Heudonk in den zentralen Versorgungsbereich eingeschlossen.
- Im Osten ist der Bereich zwischen Heudonk, Umstraße und Mühlhausener Straße in den zentralen Versorgungsbereich integriert. Zwar überwiegt in diesem Bereich aktuell keine Einzelhandelsnutzung, doch aufgrund der Zielperspektive und einer möglichen Ansiedlung von neuen Magnetbetrieben auf dieser Fläche wird der Bereich mit in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Die weitere östliche Abgrenzung verläuft entlang der Stadionstraße und endet im Bereich der Schanzenstraße.

- Im Norden erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich südlich der Schanzenstraße bis zur Kreuzung mit der Schulstraße. Ebenfalls integriert ist hier der Standort des bestehenden Supermarkts sowie des entstehenden Gesundheitszentrums zwischen der Neustraße und An der Plüschweberei.
- Im Westen erfährt der zentrale Versorgungsbereich durch die Schulstraße eine Begrenzung.

Handlungsleitfaden für die Anbindung der Fläche östlich des Berger Platzes an die bestehende Ortsmitte

Die Fläche östlich des Berger Platzes wird in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs integriert, um Optionen für die Neuansiedlung vorwiegend größerer Einzelhandelsbetriebe zu schaffen, die nicht in die durch hohe städtebauliche Dichte geprägte Struktur der Ortsmitte zu integrieren sind. Um eine möglichst hohe Kopplung zu den bestehenden Einkaufslagen zu schaffen, gilt es folgende Aspekte zu berücksichtigen:

- Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt analog zu in Kapitel 6.1.1 gegebenen Handlungsempfehlungen für die Ortsmitte Grefrath, vgl. dazu Tabelle 15.Tabelle 1
 - Durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote (auch in Warengruppen, in denen der Entwicklungsrahmen nur begrenzt ist), die teilweise durch ihren Flächenanspruch bisher in der Ortsmitte nicht oder nicht ausreichend vertreten sind, z. B. Bekleidungsfachmärkte und Schuhfachmärkte oder weitere Fachmärkte, z. B. aus dem Bereich Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche,
 - Auch Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten können zur Attraktivitätssteigerung der Ortsmitte Grefrath beitragen,
 - Eine Kleinteiligkeit der Betriebe, wie sie bereits in der Ortsmitte vorhanden ist, gilt es zu vermeiden.
- Städtebaulich-funktionale Anbindung der Fläche östlich des Berger Platzes
 - Fußläufige Wegestrecken begleitend durch Einzelhandelsnutzungen als „Trittsteine“ attraktivieren/ gestalten,
 - Fußgängerfreundliche Straßenquerungen einrichten, so dass eine barrierefreie Anbindung für Fußgänger und Radfahrer geschaffen wird,
 - Bei neuen Betriebsansiedlungen auf eine „Öffnung“ der Betriebe zur Ortsmitte und eine ansprechende städtebauliche Gestaltung achten.
- Nutzung bauplanungsrechtlicher Aspekte
 - Steuerung der Sortimente und Verkaufsflächen im Bebauungsplan,

- Festsetzung der städtebaulichen Gestalt.

Durch Berücksichtigung dieser Aspekte ist es möglich, die gesamte Ortsmitte durch die Integration eines neuentstehenden Fachmarktstandortes zu stärken und Synergien zwischen beiden Bereichen zu erzielen.

6.2 Empfehlungen für den Standortbereich Ortsmitte Oedt

Der Standortbereich Ortsmitte Oedt verfügt über eine geringe Bündelung an Einzelhandelsbetrieben und nur einen untergeordneten Anteil am gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenbestand. Aufgrund dessen wird hier keine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich empfohlen, da sich keine städtebauliche Rechtfertigung herleiten lässt und durch die geringe Anzahl an Betrieben ein Schutz dieser Betriebe vor Konkurrenz vermutet werden könnte³⁵.

Im Ortsteil Oedt ist daher von höchster Priorität, die bestehenden Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs zu sichern und ggf. durch Neuansiedlungen auszubauen. Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Oedt erfolgen im folgenden Kapitel.

6.3 Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgungsstruktur

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wird in Kapitel 4.5 analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in den Ortsteilen Grefraths ausgesprochen.

In Teilbereichen des Gemeindegebiets sind Ergänzungsmaßnahmen sinnvoll, die nachfolgend näher beschrieben werden. Hierbei wird Bezug genommen auf die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume für nahversorgungsrelevante Sortimente.

Handlungsprioritäten

Da das Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente nicht unbegrenzt ist, und da mit zunehmendem Überschreiten der ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtgemeindliche oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Gemeinde Grefrath aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

1. Das Ansiedlungspotenzial sollte genutzt werden, um den bestehenden Lebensmittelmarkt im zentralen Versorgungsbereich nachfrage- und zeitgemäß auszubauen,

³⁵ Das Städtebaurecht legitimiert nicht zu solchen Eingriffen in den Wettbewerb. Es darf gestützt auf das BauGB keinen individuellen „Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz“ geben; demnach ist i. d. R. Voraussetzung für die Mindestausstattung von zentralen Versorgungsbereichen, „dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind“ (OVG Münster, Urteil vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

sofern der Markt im Einzelnen nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen entspricht. Hierdurch kann gewährleistet werden, dass die Funktionalität des zentralen Versorgungsbereichs stabilisiert wird.

2. Künftige Neuansiedlungen sollten zur Behebung der identifizierten Ausstattungsdizite im Ortsteil Oedt genutzt werden.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kapitel 6.6); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des Zentrums als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Grefrath

Im Ortsteil Grefrath sind vier Lebensmittelmärkte vorhanden (ein Supermarkt, drei Lebensmitteldiscounter), welche eine über dem Bundesdurchschnitt quantitative Verkaufsflächenausstattung gewährleisten (vgl. nachstehende Tabelle). Alle Lebensmittelmärkte liegen außerhalb des Zentrums Ortsmitte Grefrath im Bestand in zum Teil städtebaulich nicht integrierten Lagen (Lebensmitteldiscounter Penny und Aldi Süd im Gewerbegebiet Pastoratshof).

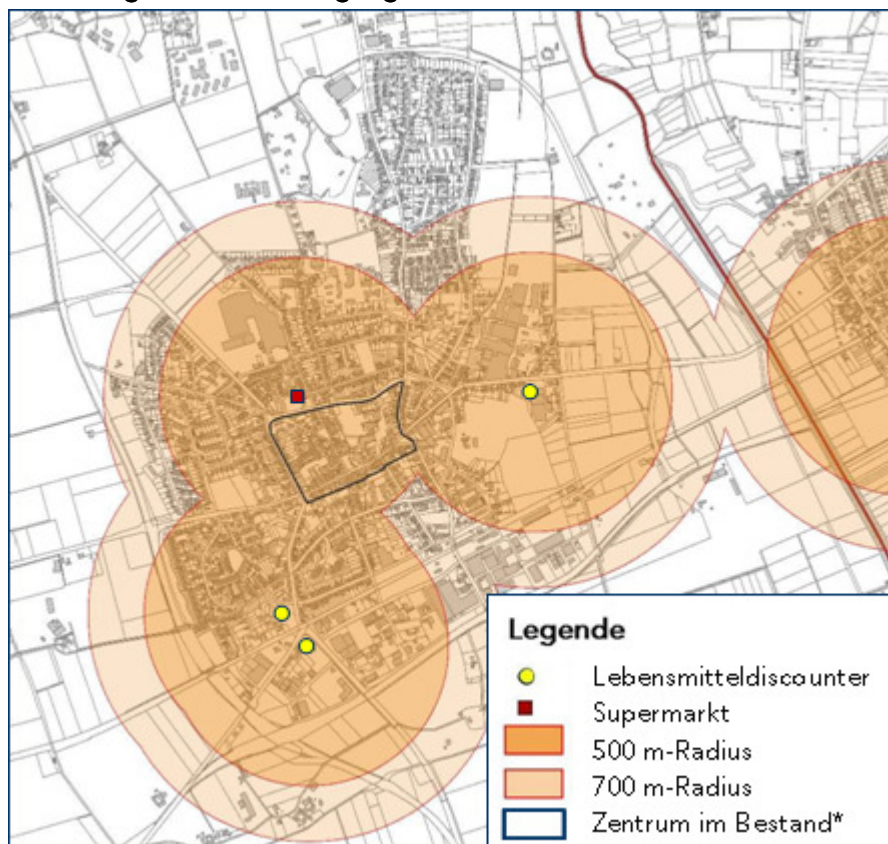
Tabelle 16: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Grefrath

Einwohner im Ortsteil	7.834
Verkaufsflächenausstattung NuG	4.270 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,55 m ² VKF/EW <small>(im Bundesschnitt 0,39 m²)</small>
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	122%

Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Grefrath (Stand: 31.12.2008); Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2009, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Hinsichtlich der qualitativen Ausstattung ist festzustellen, dass der vorhandene Betriebstypenmix sehr discountorientiert ist. Dennoch ist eine weitestgehend gute Versorgung der Bevölkerung gegeben, unterversorgte Bereiche sind lediglich im Norden des Ortsteils zu ermitteln.

Abbildung 27: Nahversorgungsstruktur Ortsteil Grefrath



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath; * BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath

Empfehlungen für die Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Grefrath

Die Nahversorgung ist im Ortsteil Grefrath weitestgehend gut gegeben. Aufgrund dessen ist aus fachgutachterlicher Sicht zu empfehlen, dass der vorhandene Bestand in der Ortsmitte Grefrath gesichert wird. Zu diesem Zweck sollte dem Betreiber ermöglicht werden, die vorhandene Verkaufsfläche zu erweitern und die Standortrahmenbedingungen (z. B. durch eine bessere Andienung) zu optimieren, um auch zukünftig die hohe Frequenzwirkung eines Lebensmittelsupermarktes für die Ortsmitte zu gewährleisten. Bei einer möglichen Verlagerung des Lebensmitteldiscounters Plus in die Ortsmitte sollte gewährleistet werden, dass keine Nachnutzung am Altstandort stattfindet, um städtebaulich besser integrierte Standorte zu präferieren.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Oedt

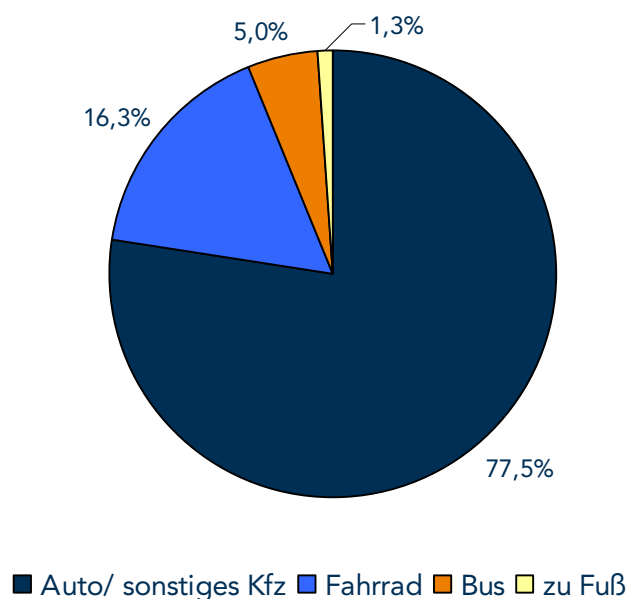
Aufgrund der spezifischen Situation im Ortsteil Oedt (Wegfall des Versorgers) wurde eine telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgungssituation im Ortsteil Oedt durchgeführt. Inhalte waren unter anderem die Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren, vermisste Sortimente, Einkaufsorte nahversorgungsrele-

vanter Sortimente sowie die Bewertung des vorhandenen Nahversorgungsangebots. Die Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt:

Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren im Ortsteil Oedt

Für den Einkauf von Lebensmitteln im Ortsteil Oedt nutzen rund 78 % der befragten Haushalte das Auto bzw. sonstige Kfz. Das Fahrrad wird von rund 16% als am häufigsten benutztes Verkehrsmittel genannt. Rund 5% der Befragten nutzen den Bus, nur rund 1% sucht die Lebensmittelbetriebe im Ortsteil Oedt zu Fuß auf. Die Kennziffern zeigen somit, dass ein hoher Anteil der Befragten den Versorgungseinkauf motorisiert erledigt. Dennoch erledigt knapp ein Viertel der Befragten ihren Einkauf aktiv ohne PKW, so dass die Bedeutung der wohnortnahen Versorgung mehr in den Vordergrund rückt, was es in der folgenden Analyse zu berücksichtigen gilt.

Abbildung 28: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln im Ortsteil Oedt



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgungssituation im Ortsteil Oedt i. A. von Stadt + Handel 02/2010; n = 80; Frage: „Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren?“

Vermisste Sortimente im Ortsteil Oedt

94% der befragten Haushalte vermissen Sortimente in Oedt. Das meist genannte Sortiment, das vermisst wird, sind mit rund 80% Nahrungs- und Genussmittel. Gefolgt wird dies von Bekleidung und einem allgemein größeren Angebot (je 15%). Noch 11% nennen Getränke, 8% der Befragten, die etwas vermissen, wünschen sich einen Discounter.

Tabelle 17: Vermisste Angebote im Ortsteil Oedt

Vermisste Angebote	Antworten
Nahrungs- und Genussmittel	77%
Bekleidung	15%
Allgemein größeres Angebot	15%
Getränke	11%
Discounter	8%

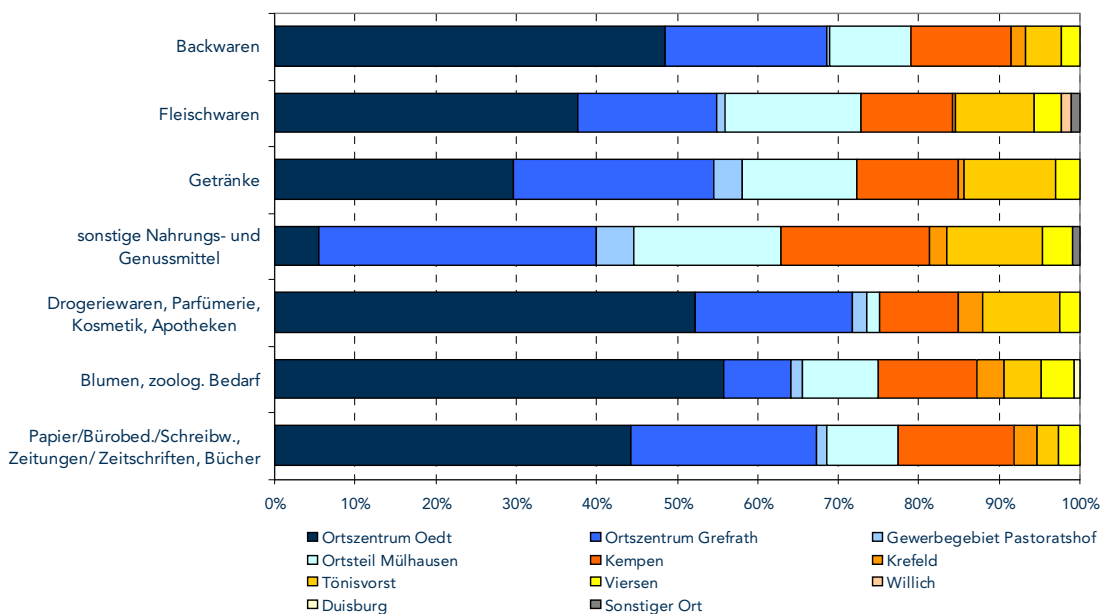
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgungssituation im Ortsteil Oedt i. A. von Stadt + Handel 02/2010; n = 80; „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich; Antworten beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

Auch hier zeigt sich die hohe Nachfrage nach insbesondere nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Einkaufsorientierung im Ortsteil Oedt

Die Haushaltsbefragung liefert Daten zur sog. Einkaufsorientierung und somit Annäherungswerte für die Kaufkraftbindung³⁶ (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 29: Einkaufsorientierung in Oedt



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung zur Nahversorgungssituation im Ortsteil Oedt i. A. von Stadt + Handel 02/2010; n = 80

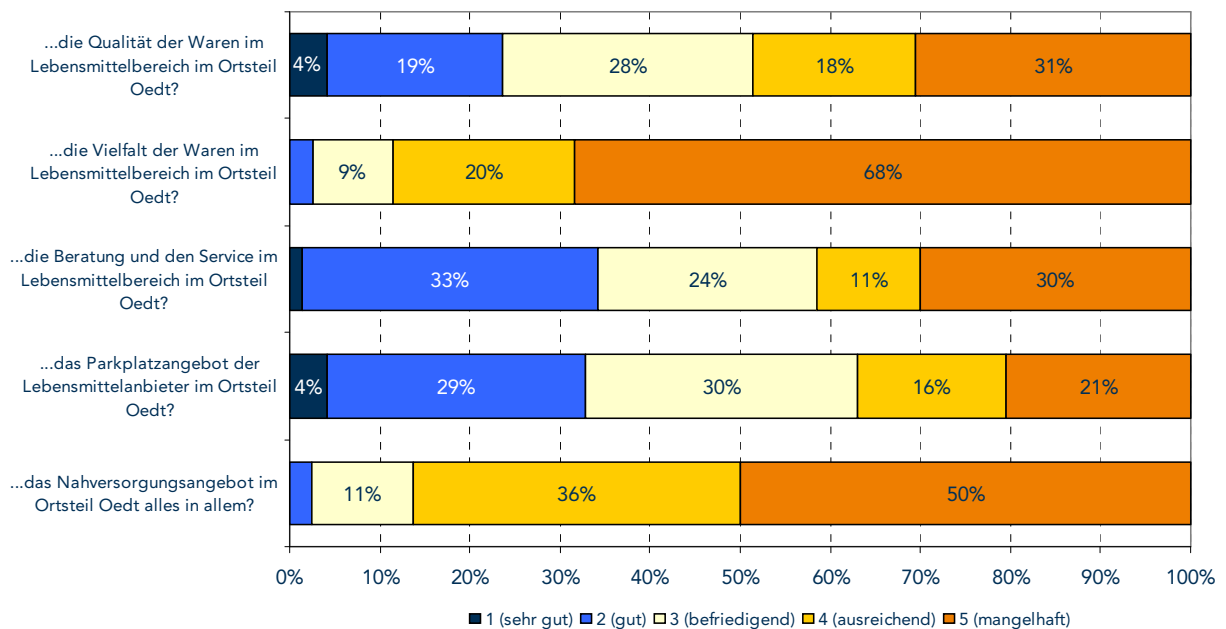
³⁶ Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der örtlichen Kaufkraft, die in Grefrath durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft werden kann. Der Kaufkraftabfluss stellt umgekehrt den Kaufkraftanteil der Grefrather Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten (z. B. Nachbargemeinden) gebunden wird. Beide Größen lassen wichtige Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu.

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass ein großer Teil der Oedter Kaufkraft in andere Orte fließt, vorwiegend in das Ortszentrum Grefrath, nach Mülhausen, aber auch zu großen Teilen nach Kempen, Tönisvorst und Viersen. Insbesondere sonstige Nahrungs- und Genussmittel werden außerhalb Oedts eingekauft, da innerhalb des Ortsteils dementsprechende Anbieter fehlen.

Bewertung des in Oedt vorhandenen Lebensmittelangebots

Die Haushalte wurden gefragt, wie Sie verschiedene Aspekte des vorhandenen Lebensmittelangebots im Ortsteil Oedt bewerten. Das Ergebnis ist in folgender Abbildung ablesbar:

Abbildung 30: Bewertung des in Oedt vorhandenen Lebensmittelangebots



Quelle: Haushaltsbefragung zur Nahversorgungssituation im Ortsteil Oedt i. A. von Stadt + Handel 02/2010; n = 80

Es wird deutlich, dass das bestehende Angebot alles in allem vorwiegend als ausreichend bis mangelhaft bewertet wird. Die Qualität der Waren im Lebensmittelbereich im Ortsteil Oedt wird lediglich zu 23% als sehr gut und gut bewertet. Die Vielfalt der Waren erhält lediglich 3% positive Äußerungen. Dahingegen sind die Beratung und der Service im Lebensmittelbereich wie auch das vorhandene Parkplatzangebot mit je rund 35% als durchschnittlich zu sehen.

Aus der Haushaltsbefragung wird deutlich, dass der überwiegende Anteil der Befragten starken Handlungsbedarf hinsichtlich der Vielfalt der angebotenen Waren sieht.

Quantitative und räumliche Ausstattung des Ortsteils Oedt

Innerhalb Oedts sind keine Lebensmittelanbieter mit einer Verkaufsfläche größer 400 m² angesiedelt. Dementsprechend ergeben sich stark unterdurchschnittliche Ausstattungskennziffern.

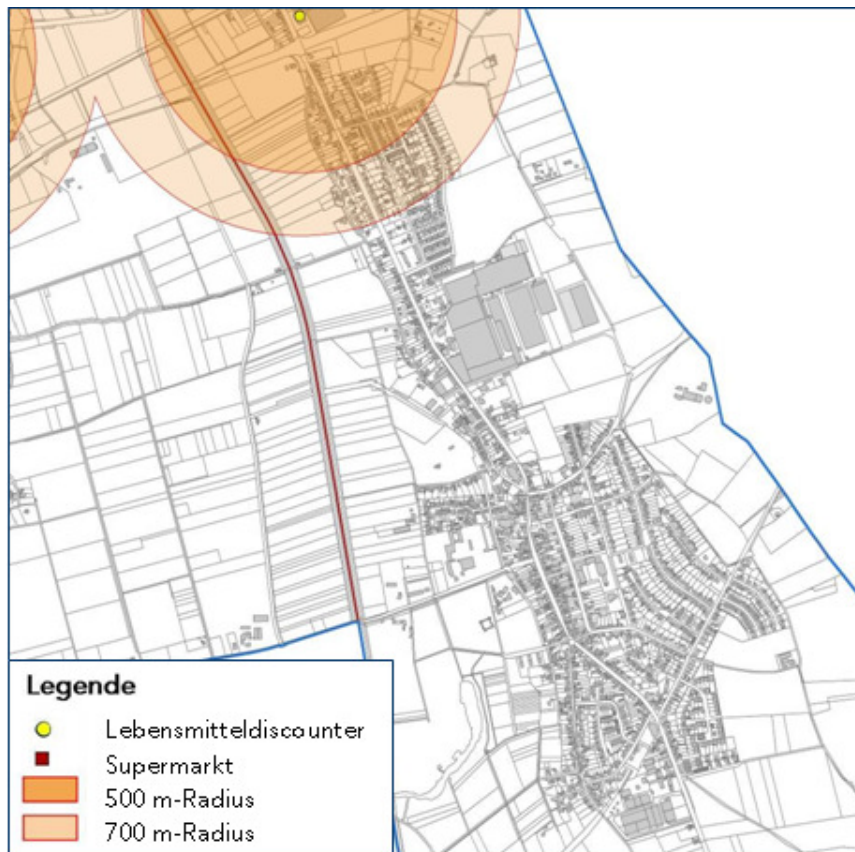
Tabelle 18: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Oedt

Einwohner im Ortsteil	4.605
Verkausflächenausstattung NuG	420 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,09 m ² VKF/EW <small>(im Bundesschnitt 0,39 m²)</small>
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	26%

Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Grefrath (Stand: 31.12.2008); Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 02/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2009, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Durch die fehlenden größeren Anbieter aus dem nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich, ergibt sich im Ortsteil Oedt eine Unterversorgung, die die rund 4.600 Einwohner betrifft.

Abbildung 31: Nahversorgungsstruktur Ortsteil Oedt



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath

Empfehlungen für die Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Oedt

Aufgrund der vorhandenen Defizite im Bereich der fußläufigen Versorgung im Ortsteil Oedt wird im Folgenden die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes absatzwirtschaftlich aufgezeigt. Im Ortsteil Oedt leben 4.605 Einwohner, die über eine Kaufkraft von rund 9,4 Mio. € verfügen. 2,4 Mio. € werden davon in Oedt gebunden, der überwiegende Teil von 7 Mio. € fließt dementsprechend rechnerisch ab. Insofern ist hinsichtlich der vor Ort vorhandenen Kaufkraft die Ansiedlung sowohl eines Lebensmittelsupermarktes als auch eines Lebensmitteldiscounters rechnerisch tragfähig. Folgende Tabelle gibt einen Überblick über die gängigen Flächenproduktivitäten der Betriebstypen und den dementsprechend zu erwartenden Umsatz.

Tabelle 19: Tragfähigkeit eines Lebensmitteldiscounters bzw. Lebensmittelsupermarktes im Ortsteil Oedt

Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters	
Ausgangsgröße (Annahme)	800 m ²
Flächenproduktivitäten Lebensmitteldiscounter in Spannweiten*	3.800 €/ m ² - 8.000 €/m ²
Voraussichtlicher Umsatz	3,0 Mio. € - 6,4 Mio. €
Voraussichtlicher Umsatz NuG (75%)	2,3 Mio. € - 4,8 Mio. €
Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarkts	
Ausgangsgröße (Annahme)	1.200 m ²
Flächenproduktivitäten Lebensmitteldiscounter in Spannweiten*	3.700 €/ m ² - 4.300 €/m ²
Voraussichtlicher Umsatz	4,4 Mio. € - 5,2 Mio. €
Voraussichtlicher Umsatz NuG (80%)	3,6 Mio. € - 4,1 Mio. €

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis EHI 2009/ 2010

Aufgrund der geringen sortimentspezifischen Zentralität von Oedt von 26% und den starken Abflüssen in den Ortsteil Mülhausen sowie andere Kommunen, ist eine Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Ortsteil Oedt unter bestimmten Voraussetzungen, die im Folgenden erläutert werden, vor diesem absatzwirtschaftlichen Hintergrund empfehlenswert.

Die vorhandenen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume sollen gemäß der Ansiedlungsleitsätze vorwiegend für die Arrondierung und Neuansiedlung von Lebensmittelanbietern in der Ortsmitte genutzt werden. Nachrangig jedoch gilt es, die Defizite im Bereich der fußläufig erreichbaren Nahversorgung im Ortsteil Oedt zu beheben und dafür einen geeigneten Standort zu ermitteln. Folgende Prioritäten der Ansiedlung gilt es dabei zu beachten:

1. Ansiedlung im Siedlungskern, insbesondere im Bereich zwischen Tönisvorster Straße und An der Kleinbahn, zur Stärkung der dort vorhandenen kleinteiligen Strukturen
2. Ansiedlung in räumlicher Nähe und in städtebaulich-funktionalen Zusammenhang zum Siedlungskern, so dass eine unmittelbare Kopplungsmöglichkeit zu den vorhandenen kleinteiligen Strukturen geschaffen wird; ggf. Umstrukturierung von ehem. gewerblich genutzten Flächen an der Johannes-Girmes-Straße, z. B. des ehemaligen Fabrikgeländes in dessen südwestlichen Bereich.

Nachgeordnet, falls eine Ansiedlung innerhalb der priorisierten Flächen nicht möglich ist oder kein Betreiber gefunden werden kann, ist über alternative Versorgungsmöglichkeiten wie Nahversorgungsläden (siehe Exkurs) oder Versorgungswagen zur Sicherstellung der Versorgung der Oedter Bevölkerung nachzudenken.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Vinkrath

Im Ortsteil Vinkrath mangelt an größeren Lebensmittelanbietern. Insofern sind auch hier unterdurchschnittliche Ausstattungskennziffern festzustellen.

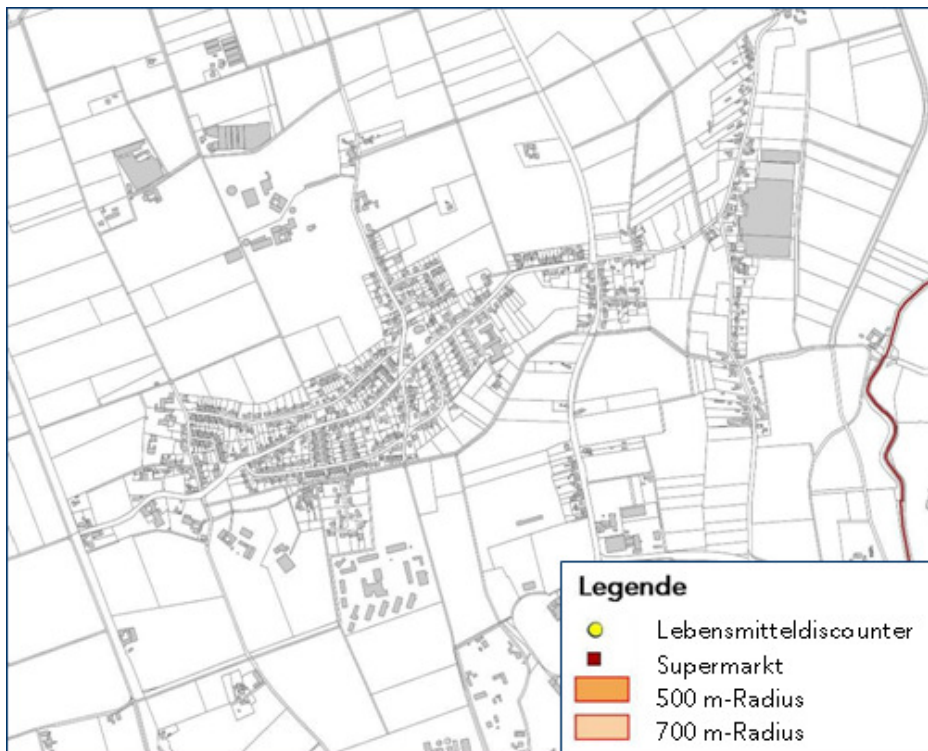
Tabelle 20: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Vinkrath

Einwohner im Ortsteil	1.950
Verkaufsflächenausstattung NuG	50 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,03 m ² VKF/EW (im Bundesschnitt 0,39 m ²)
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	8%

Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Grefrath (Stand: 31.12.2008); Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2009, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Aufgrund der fehlenden Anbieter in Vinkrath verfügen die knapp 2.000 Einwohner über keine fußläufig erreichbare Nahversorgungsmöglichkeit.

Abbildung 32: Nahversorgungsstruktur Ortsteil Vinkrath



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath; * BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath

Empfehlungen für die Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Vinkrath

In Vinkrath sind keine Anbieter aus dem Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter mit einer Verkaufsfläche größer 400 m² vorzufinden. Aufgrund der geringen Einwohnerzahl von rund 2.000 Einwohnern, der Verkehrslage sowie der örtlichen und überörtlichen Wettbewerbssituation ist aus fachgutachterlicher Sicht die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes voraussichtlich nicht tragfähig und somit auch nicht realistisch.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Mülhausen

Der ansässige Lebensmitteldiscounter im Ortsteil Mülhausen führt zu weit überdurchschnittlichen Ausstattungskennwerten. So liegt die Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,52 m² weit über dem Bundesdurchschnitt und die Zentralität deutet auf Kaufkraftzuflüsse aus anderen Ortsteilen³⁷ oder Kommunen hin.

Tabelle 21: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Mülhausen

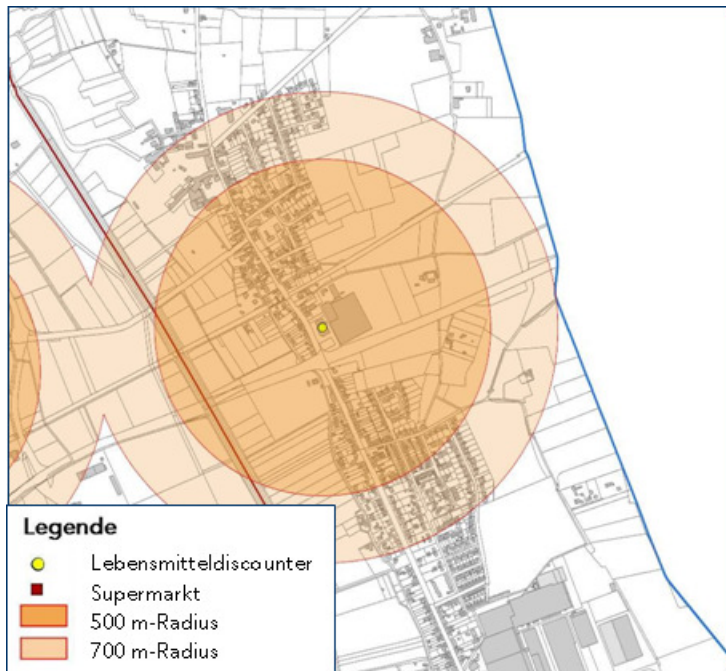
Einwohner im Ortsteil	1.247
Verkaufsflächenausstattung NuG	650 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,52 m ² VKF/EW <small>(im Bundesschnitt 0,39 m²)</small>
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	133%

Quelle: Einwohnerdaten der Gemeinde Grefrath (Stand: 31.12.2008); Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 02/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2009, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Aufgrund des vorhandenen Lebensmittelanbieters sind die Siedlungsbereiche im Ortsteil Mülhausen nahezu vollständig mit fußläufig erreichbaren Angeboten der Nahversorgung versorgt. Dies veranschaulicht folgendes Bild:

³⁷ Insbesondere aus dem Ortsteil Oedt, siehe Abbildung 29.

Abbildung 33: Nahversorgungsstruktur Ortsteil Mülhausen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath; * BBE 2006: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath

Empfehlungen für die Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Mülhausen

Im Ortsteil Mülhausen ist kein stadtplanerischer Handlungsbedarf hinsichtlich Neuansiedlungen im Lebensmittelbereich gegeben. Jedoch sollte der bestehende Lebensmittelmarkt in seinem Bestand gesichert werden, um auch weiterhin die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfsbereichs zu gewährleisten. Jedoch sollte in Hinblick auf die möglichen Entwicklungsperspektiven im Ortsteil Oedt hier kein Ausbau der Verkaufsflächen erfolgen.

6.3.1 Exkurs: Nahversorgungsläden als Alternative zu Supermarkt und Discounter

Die Nahversorgungsanalyse zeigt, dass nicht alle Siedlungsbereiche über eine wohnortnahe Grundversorgung mit Lebensmitteln und anderen Waren des kurzfristigen Bedarfs verfügen. Schon ab einer Mantelbevölkerung von etwa 1.500 Einwohnern³⁸ kann die Betriebsform „Nahversorgungsladen“ eine Alternative zu den klassischen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels (Supermärkte oder Discounter) darstellen und zur Schließung von Versorgungslücken beitragen.

³⁸ Verschiedene Anbieter sehen erst ab einer Einwohnerzahl von bis zu 2.500 Einwohnern im unmittelbaren Einzugsbereich die Grenze für einen wirtschaftlichen Betrieb. In jedem Fall ist neben der vorhandenen Einwohnerzahl auch die Stärke des Konkurrenzangebotes im Umfeld des geplanten Standortes zu berücksichtigen.

Nahversorgungsläden sind i. d. R. kleinflächige Lebensmittelanbieter mit einer Verkaufsfächenausstattung im Schwerpunkt zwischen 150 m² und 400 m², bei Franchisekonzepten auch bis zu 800 m², die häufig folgende weitere Charakteristika und Funktionen aufweisen:

- Nutzungskopplungen mit verschiedenen einzelhandelsnahen Dienstleistungen, sozialen, kulturellen und gastronomischen Einrichtungen (z.B. Bank- oder Postdienstleistungen, Reinigungsannahme, soziale Beratungsstelle, Café etc.),
- hohe Servicequalität, hoher Anteil regionaler Produkte und hohe Flexibilität in Bezug auf die Kundenwünsche,
- meist höheres Preisniveau als in Supermärkten und Discountern,
- überdurchschnittliche Einsatzbereitschaft und Engagement des Betreibers.

Es existieren verschiedene Betreibermodelle für Nahversorgungsläden:

- standardisierte Nahversorgungsläden, wie z.B. Kleinflächenkonzepte nach dem Franchiseprinzip (Franchisegeber: Handels- und Großhandelsunternehmen),
- selbstständige, unabhängig von Großhandelsunternehmen und Franchisegebern geführte Kleinläden,
- Integrationsmärkte, deren Hauptzweck neben der Nahversorgung die Integration verschiedener benachteiligter Bevölkerungsgruppen in den Arbeitsmarkt und in die Gesellschaft ist. Träger sind hier karitative und soziale Einrichtungen.

Bei Nahversorgungsläden besteht eine enge Verwandtschaft mit Convenience-Geschäften wie Kiosken und Tankstellenshops, welche sich ebenfalls durch einen hohen Anteil von vorgefertigten und verbrauchsfertigen Gütern sowie durch flexible Öffnungszeiten auszeichnen.³⁹

6.4 Empfehlungen für den ergänzenden Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof

Neben dem zentralen Versorgungsbereich oder den Einzelstandorten des Einzelhandels besteht in Grefrath eine weitere Einzelhandelsagglomerationen mit einem deutlichen Standortgewicht (vgl. zur Bestandsanalyse und -bewertung dieses Standortes Kapitel 4.6). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für den Sonderstandort grundsätzlich sowie im einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtgemeindlichen Standortbalance zu formulieren sind.

³⁹ Weitergehende Informationen zu Nahversorgungsläden und anderen auch nicht stationären Versorgungsmöglichkeiten: vgl. Beckmann/Nyhues et al. (2007): Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin oder www.nahversorgungstag.de

Übergeordnete Zielstellungen zum ergänzenden Sonderstandort

Im Sinne dieser gesamtgemeindlichen Standortbalance und der übergeordneten Zielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Grefrath (vgl. Kapitel 5.2) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung des Sonderstandorts verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den *großflächigen* Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Zentreinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die in der Ortsmitte räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die das Zentrum wie auch die Nahversorgungsstruktur in den Wohngebieten in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung solcher Sonderstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumliche klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenden Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden können, was insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugute kommen wird.

Eine Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Für Grefrath wird aufgrund der vorgenannten Aspekte ein Sonderstandort empfohlen, der dauerhaft spezifische Versorgungsfunktionen – wie nachstehend näher beschrieben – übernehmen soll: der Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof.

Der empfohlene Sonderstandort sollte im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 6.6) und dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zur Erweiterung oder Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.

Tabelle 22: Empfohlene gesamtgemeindliche Standortprioritäten für den nicht zentren- und nicht nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

großflächige Betriebe	kleinflächige Betriebe
<ol style="list-style-type: none"> 1. primär am dafür empfohlenen Sonderstandort, 2. ergänzend mögliche Ansiedlungsoptionen in der Ortsmitte (oder unmittelbar räumlich daran angrenzend) prüfen, 3. in stadtplanerisch begründeten Ausnahmen ggf. an weiteren Standorten (vgl. Ansiedlungsleitsatz 4), sofern dort planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig und sofern Konflikte gegenüber sonstigen standort-suchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. primär gebündelt am dafür empfohlenen Sonderstandort, 2. ergänzend mögliche Ansiedlungsoptionen in der Ortsmitte (oder unmittelbar räumlich daran angrenzend) prüfen, 3. nachrangig ggf. auch an weiteren Standorten im Gemeindegebiet, sofern dort planungsrechtlich sowie landesplanerisch im Einzelfall zulässig und sofern Konflikte gegenüber sonstigen standort-suchenden Gewerbe- und Handwerksbetrieben minimiert werden können.

Quelle: eigene Darstellung

Auch Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevantem Sortiment trägt im Allgemeinen zur Angebotsverbesserung im Zentrum bei. Die obige Tabelle enthält daher den Hinweis, ergänzend zu Ansiedlungen an den Sonderstandorten stets auch zu prüfen, inwieweit eine Ansiedlung alternativ auch in der Ortsmitte durchgeführt werden könnte.

Empfehlungen für die funktionale Weiterentwicklung des Sonderstandorts Gewerbegebiet Pastoratshof

Der Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof ist gemessen an der Verkaufsfläche die größte Einzelhandelsagglomeration in Grefrath. Hinsichtlich seiner guten Verkehrsanbindung für den Pkw-Verkehr ist er durch die überörtliche und örtliche Verkehrsfunktion der umgebenden Straßen gut ausgestattet. Der Standort ist heute bereits durch Angebote aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen geprägt. Diese Standorteigenschaften sollten als positive Entwicklungsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung genutzt werden.

Auch wenn bereits Einzelhandelsangebote aus den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen vorhanden sind, so stehen anteilig andere Sortimentsbereiche dennoch in deutlicher Konkurrenz zur Ortsmitte. Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereichs gewährleistet werden kann, sollte der

Verkaufsflächenanteil für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente daher auf den Status Quo begrenzt bleiben und mittel- bis langfristig reduziert werden.

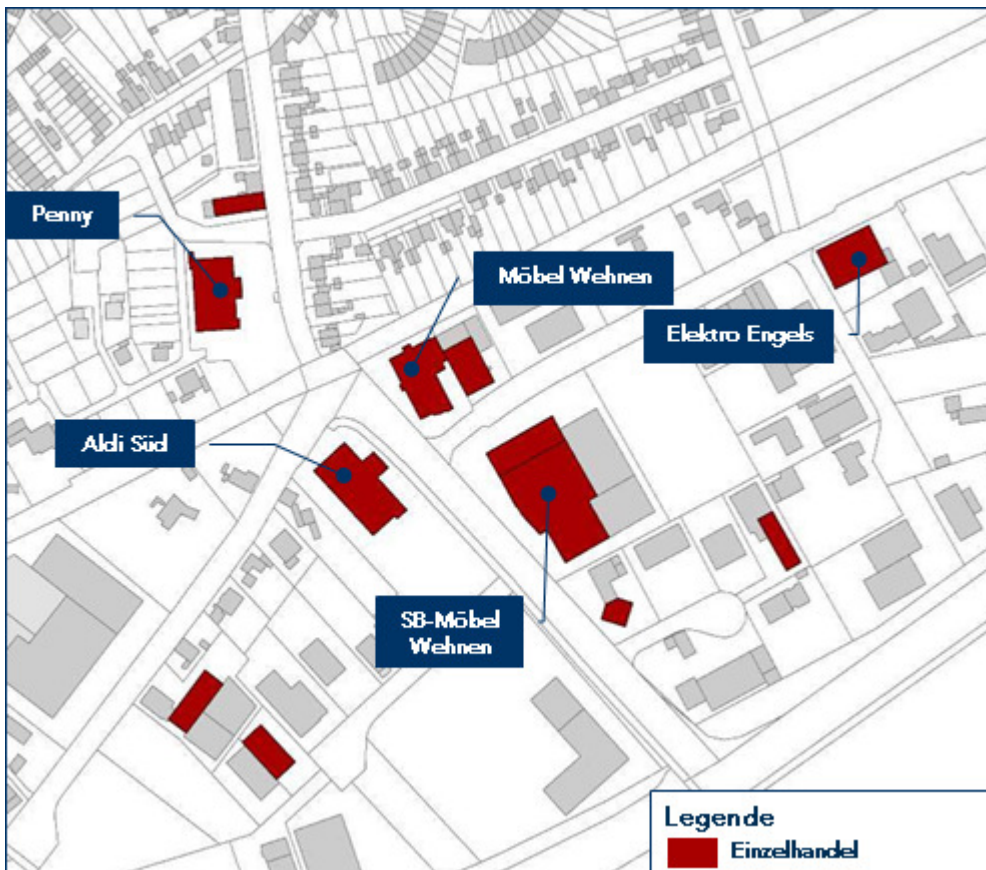
Neue Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen künftig primär nur noch in der Ortsmitte stattfinden. Neue Einzelhandelsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollten künftig ebenfalls nur noch in der Ortsmitte oder an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebiets angesiedelt werden (vgl. Ansiedlungsleitsätze in Kapitel 5.5). Somit verbleiben für den Sonderstandort folgende wesentliche und zugleich nicht unbedeutende Standortfunktionen: Er soll dauerhaft Standort sein

- für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment
- auch für den kleinflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

Empfehlungen zur räumlichen Ausprägung

Beim Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof ist keine eindeutige räumliche Abgrenzung vor allem gegenüber den übrigen gewerblich genutzten Bereichen erkennbar. Erweiterungsflächen sind nicht unmittelbar erkennbar, daher ist die Tendenz des Vordringens in die benachbarten, bisher vorrangig rein gewerblich genutzten Bereiche nicht auszuschließen.

Abbildung 34: Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010; Kartengrundlage: Gemeinde Grefrath

Zugunsten der nicht einzelhandelsbezogenen gewerblichen Grundstücksangebote und somit zum Schutz der produzierenden Betriebe bzw. des ansässigen Handwerks⁴⁰ sollte daher eine weitere Ausdehnung des Einzelhandels, durch den tendenziell deutlich höhere Grundstückswerte erzielt werden würden, vermieden werden. Hierzu sollte eine eindeutige räumliche Festlegung des Sonderstandortes im Detail insbesondere bauleitplanerisch vorgenommen werden.

Dessen ungeachtet sollten mittel- bis langfristig neue Ansiedlungsflächen im oder unmittelbar am Sonderstandort ausgelotet werden.⁴¹ Ansiedlungspotenzial kann ggf. auch dadurch erreicht werden, wenn Anbieter am Sonderstandort an andere Standorte innerhalb des Gemeindegebietes umsiedeln und hierdurch Grundstücke oder Ladenimmobilien neu verfügbar werden. Eine Überplanung des Standortes und eine auf die empfohlenen Funktionen und spezifischen Sortimente zugeschnittene Bauleitplanung sollte hierzu flankierend eingesetzt werden.

⁴⁰ Ist im Rahmen der bauleitplanerischen Bezugnahme ggf. gesondert darzustellen.

⁴¹ Etwa im Rahmen eines Standort-Entwicklungskonzepts.

Tabelle 23: Zusammengefasste Entwicklungsempfehlungen Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof

Entwicklungsziel	Umsetzungsempfehlung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Primäre Funktion: Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentren- und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bündelung und Steuerung der Einzelhandelsbetriebe durch Angebotsplanung am Zielstandort und entsprechendem Ausschluss jenseits dieser Zielstandorte
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergänzende Funktion: Standort für kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentren- und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insofern auch bauplanungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof unter Anwendung der Leitsätze sowie unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flankierend: Wahrung der Entwicklungschancen der benachbarten Areale für Handwerks- und Gewerbebetriebe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Minimierung des Preisdrucks auf die benachbarten Areale durch deutliche räumliche Begrenzung der Einzelhandelsareale, etwa in Form eines städtebaulichen Konzepts und insbesondere durch Bauleitplanung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flankierend: keine Erhöhung der sonstigen Standortattraktivität zulasten der Ortsmitte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bauplanungsrechtlicher Ausschluss weiterer einzelhandelsnaher Dienstleistungen und gastronomischer Angebote

Quelle: eigene Darstellung

6.5 Die Sortimentsliste für Grefrath

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

Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde *sortimentspezifisch* und *abschließend* darzulegen, welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentsliste sprechen.⁴²

Als rechtliche Vorgaben sind der Einzelhandelserlass NRW 2008 und das Landesentwicklungsprogramm (LEPro NRW) heranzuziehen. Das LEPro enthält zu § 24a Abs. 2 eine Anlage mit „zentrenrelevanten Leitsortimenten“, die in der Bauleitplanung bzw. sonstigen kommunalen Planungen aufgegriffen werden sollten. Der Einzelhandelserlass führt hierzu aus,

- dass ein reiner Verweis auf die Anlage der Leitsortimente im LEPro nicht ausreicht, sondern dass eine aus der Örtlichkeit begründete individuelle Betrachtung erforderlich ist,
- dass nahversorgungsrelevante Sortimente in der Regel zugleich als zentrenrelevant zu bewerten sind,
- und dass die Leitsortimente des LEPro mit der Erstellung einer ortsspezifischen Liste hinsichtlich detaillierter Warengruppen- bzw. Sortimentsbezeichnungen näher konkretisiert werden können.⁴³

⁴² Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster, Urteil 7A D 92/99.NE vom 03.06.2002, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg, Urteil 8 S 1848/04 vom 02.05.2005.

⁴³ Vgl. Einzelhandelserlass NRW 2008: Ziffer 2.5.

Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.⁴⁴ Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch zu erreichen sein sollte.

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

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch zentrenrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

⁴⁴ Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

Tabelle 24: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

<p>Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen, ▪ die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken, ▪ die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen, ▪ die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind, ▪ die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können, ▪ die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten. <p>Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen, ▪ die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestandes auch außerhalb zentraler Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.
<p>Nicht zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die zentrale Lagen nicht prägen, ▪ die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: eigene Darstellung

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen und der methodischen Herleitung sowie unter Berücksichtigung der bereits vorhandenen Sortimentsliste aus dem Jahre 2008⁴⁵ ergibt sich die folgende zu empfehlende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in Grefrath als sog. „Grefrather Liste“, die im Wesentlichen die Empfehlungen aus dem Jahre 2008 fortführt und nur in wenigen Aspekten, aufgrund der entwickelten Zielperspektive in der Ortsmitte, von diesen abweicht.

⁴⁵ BBE 2008: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath.

Tabelle 25: Sortimentsliste für die Gemeinde Grefrath („Grefrather Liste“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ⁴⁶	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
(Schnitt-) Blumen	Aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Bürobedarf/ -einrichtung	47.62.2 47.41 aus 47.59.1	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software Einzelhandel mit Wohnmöbeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Büromöbeln wie Schreibtischen, Drehstühlen o. ä.)
Computer (PC-Hardware und - Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/ Porzellan/ Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (darunter NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)

⁴⁶ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

Hausrat	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien/ Gardinen	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen) Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.)
Kinderwagen	aus 52.44.6 ⁴⁷	Einzelhandel mit Kinderwagen (in Verkaufsräumen)
Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Leuchten/ Lampen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Medizinische und orthopädische Geräte	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Parfümerie	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Angelbedarf; inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel, Anglerbedarf und Boote)
Telekommunikationsartikel	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Uhren/ Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck

⁴⁷ Artikelnummer nach WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2003.

Unterhaltungselektronik	47.43 47.63	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)
Zeitungen/ Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ⁴⁸	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
Drogerie, Kosmetik	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflege-mitteln
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Tierfutter	aus 47.76.2	Einzelhandel mit Futtermitteln für Haustiere

⁴⁸ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ⁴⁹	Bezeichnung nach WZ 2008
Nicht zentrenrelevante Sortimente		
Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne	47.52	<i>Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)</i>
	aus 47.53	<i>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)</i>
	aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)</i>
	aus 47.78.9	<i>Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)</i>
Bettwaren	aus 47.51	<i>Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)</i>
Boote	aus 47.64.2	<i>Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (NUR: Boote)</i>
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)</i>
	aus 47.52.1	<i>Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)</i>
Kfz-Zubehör	45.32 45.40	<i>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradtteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder)</i>
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1	<i>Einzelhandel mit Wohnmöbeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Büromöbeln wie Schreibtischen, Drehstühlen, o. ä.) Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</i>
Pflanzen/ Samen	47.76.1	<i>Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)</i>
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	<i>Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)</i>
Waffen/ Jagdbedarf/ Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	<i>Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)</i>

⁴⁹ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

Sonstiger Einzelhandel, anderweitig nicht genannt	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus: Einzelhandel mit Non-Food-Waren anderweitig nicht genannt)
---	-------------	--

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2010

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.⁵⁰ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.6 Ansiedlungsleitsätze für Grefrath

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

Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele untereinander:

1. Stärkung der Ortsmitte: Erhaltung und Stärkung der Ortsmitte Grefrath, gleichzeitig Vermeidung negativer Auswirkungen auf die ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung,
2. Ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung: bestmögliche Sicherung, Stärkung und Ergänzung der Nahversorgung an sinnvollen Standorten, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums zu beeinträchtigen,
3. Ergänzende Standorte weiterentwickeln: Bereitstellung ergänzender für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, das künftige räumlich-funktionale Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept sowie nicht zuletzt die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

⁵⁰ Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

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

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Grefrather Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Grefrath ansässiger Einzelhandelsbetriebe.⁵¹

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur),
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen,
- Verkaufsflächenumfang,
- Haupt- und Randsortimenten.

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

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Grefrath empfohlen:

⁵¹ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Grefrath, insbesondere der Ortsmitte.

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment primär im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath

- In der Ortsmitte unbegrenzt⁵²

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen zukünftig primär im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath zulässig sein. Damit kann die Ortsmitte in ihrer Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber der Ortsmitte sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen in der Ortsmitte nur als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für die Ortsmitte daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Ortsmitte um einen entwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Zusätzlich zu den vorgenannten Regelungen können kleinere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in städtebaulich integrierten Lagen in begrenztem Maße zulässig sein. Der empfohlene Bezug auf die Versorgungsaufgabe „des engeren Gebietes“⁵³ zielt darauf, dass an diesen Standorten keine Fachmärkte entstehen, die gegenüber der Ortsmitte zu einem zu großen Gewicht der sonstigen integrierten Lagen führen würde. Demzufolge zielt diese Regelung auf die Zulässigkeit kleiner Fachgeschäfte, die bereits heute in Grefrath in dieser begrenzten Größenordnung vorhanden sind.

Leitsatz II: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment im zentralen Versorgungsbereich und zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten im Ortsteil Oedt.

- Im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath unter Berücksichtigung der städtebaulichen Ziele gemäß Kapitel 6.1.367, sofern negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtungsverbot).
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an sonstigen integrierten Standorten im Ortsteil Oedt zur Versorgung des Gebietes, sofern negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtungsverbot).

⁵² Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

⁵³ Der Gebietsbegriff ist hierbei nicht gleichbedeutend mit den funktional zugeordneten Ortsteilen gem. LEPro, sondern mit dem Gebietsbegriff der BauNVO (vgl. zur Zulässigkeit von Betrieben in Baugebieten nach BauNVO u.a. Kuschnerus 2007, Rn. 192-194)

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen haben, sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär nur im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Grefrath selbst angesiedelt werden.

Im Rahmen des Beeinträchtigungsverbots gelten in erster Linie die Vermutungsregeln des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie des § 24a Abs. 2 LEPro NRW. Darüber hinaus gehende Größenordnungen sind im begründeten atypischen Einzelfall nach Vorlage einer städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungsuntersuchung empfehlenswert.⁵⁴

Detaillierte Entwicklungsempfehlungen zur Nahversorgungsstruktur werden ergänzend in Kapitel 6.3 formuliert.

Leitsatz III: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel primär am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof, ergänzend dazu in der Ortsmitte.

Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen primär am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof angesiedelt werden, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken. Ergänzend dazu sollen großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel zur Angebotsbereicherung in der Ortsmitte (oder unmittelbar daran angrenzend) angesiedelt werden.

Nicht großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen prinzipiell an allen in Frage kommenden Standorten im Gemeindegebiet zugelassen werden, wobei zugunsten der oben genannten Faktoren ebenfalls die Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich (hier: in der Ortsmitte oder unmittelbar angrenzend zu dieser) sowie eine Standortbündelung am Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof nahe zu legen ist.

Entwicklungsempfehlungen zum Sonderstandort Gewerbegebiet Pastoratshof werden zudem in Kapitel 6.4 formuliert.

⁵⁴ Mindestinhalte einer solchen Verträglichkeitsuntersuchung: Nachvollziehbare Benennung der Eingangsgrößen der Untersuchung (u. a. Angaben zu sortimentspezifischen VKF-Daten und zur prognostizierten, in Spannweiten angegebenen Flächenproduktivität des geplanten Vorhabens), Ermittlung des Einzugsbereichs, ggf. Berücksichtigung von betriebstypologischen Besonderheiten, Ermittlung der Umsatzumverteilung in Spannweiten und bezogen auf einzelne betroffene städtebaulich und landesplanerisch relevante Standorte (u. a. zentrale Versorgungsbereiche), ggf. Berücksichtigung der vorhandenen Stärken und Schwächen der betroffenen Standorte, Gesamtbewertung des geplanten Vorhabens unter Bezug auf die städtebaulichen und landesplanerischen Gesetzesvorgaben.

Leitsatz IV: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment begrenzt zulässig.

- Bis zu max. 10% der VKF eines Vorhabens, jedoch max. 2.500 m² VKF gem. LEPro NRW⁵⁵
- In der Ortsmitte keine Beschränkung des zentrenrelevanten Randsortimentes⁵⁶

Zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht ergänzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen.

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereichs, der Ortsmitte Grefrath, sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dessen. Um den zentralen Versorgungsbereich vor diesen gemäß der Grefrather Entwicklungszielstellungen unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits des zentralen Versorgungsbereichs in begrenztem Umfang zugelassen werden.

Diese Begrenzung soll gem. LEPro NRW bei 10% der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 2.500 m² Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentspezifischen Angebotsstruktur im zentralen Versorgungsbereich ergibt, sollen Verkaufsflächenbegrenzungen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall⁵⁷ ggf. auch unterhalb der genannten Grenzen vorgenommen werden.

Zudem soll stets eine deutliche *Zuordnung* des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment zu Möbeln, Zooartikel als Randsortiment im Gartenmarkt, nicht jedoch z. B. Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits des zentralen Versorgungsbereichs vermieden.

⁵⁵ Im Einzelfall ist der Nachweis zu erbringen, dass die Teilverkaufsflächengröße einzelner oder mehrerer zentrenrelevanter Randsortimente zu keinen negativen Auswirkungen führen.

⁵⁶ Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

⁵⁷ Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *in der Ortsmitte* sollen regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern Grundsatz I gewahrt bleibt.

Nicht zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment sollen ebenfalls regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses Einzelhandelskonzeptes eingehalten werden (u. a. strategischer Einsatz auch nicht zentrenrelevanter Sortimente zur Stärkung der Ortsmitte, Standortbündelung, Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs).

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden oder weiterverarbeitenden Betrieben.

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden („Handwerkerprivileg“), wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- wenn eine Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschritten wird.

Die Zulässigkeit von Verkaufsstellen an landwirtschaftlichen Betrieben bemisst sich im Übrigen nach §§ 35 bzw. 201 BauGB.

Zwischenfazit zu den Ansiedlungsleitsätzen

In der Zusammenschau der aus den Grefrather Entwicklungszielstellungen abgeleiteten Differenzierung innerhalb der Leitsätze ergibt sich ein Bewertungsinstrument für spezifizierte Einzelhandelsvorhaben sowie ein Anwendungsrahmen für die Bauleitplanung, und zwar bezogen auch auf die in den Empfehlungen gekennzeichneten Standortziele. In der konsequenten Anwendung ergeben sich für geplante Einzelhandelsvorhaben je nach Sortiments- und Größenstruktur empfohlene oder abzulehnende Standorte.

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

7 Schlusswort

Die Gemeinde Grefrath verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über Potenziale für die Stärkung der Ortsmitte sowie Optionen zur Verbesserung der Nahversorgungsstrukturen. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet durch und im konstruktiven Austausch mit der Verwaltung und durch den einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsszenarien und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss dieses Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann.

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

Anhang

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

BBE (2006): Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Grefrath. Köln

BBE (2008): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2008. Köln

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

Beckmann, Ralf / Böcker, Mone / Lindemann, Maik / Nyhues, Jens (2007): Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin

EHI Retail Institute (2005): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2005/2006. Köln

EHI Retail Institute (2006): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2006/2007. Köln

EHI Retail Institute (2007): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2007/2008. Köln

EHI Retail Institute (2008): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des internationalen Handels. Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz Ausgabe 2008/2009. Köln

Gemeinde Grefrath: Einwohnerzahlen der Gemeinde Grefrath nach Ortsteilen (Stand: 31.12.2008)

Hahn-Immobilien (2006): Real Estate Report 06. Ohne Ort

Hahn-Gruppe (2008): Real Estate Report Germany 2008/2009. Bergisch Gladbach

IfH Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (2005): Branchendokumentation zum Betriebsvergleich Einzelhandel. Köln

Immobilien Zeitung (2008): Ausgabe 19/2008. Wiesbaden

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

LDS NRW: Bevölkerungsprognose des Kreises Viersen 2003 – 2020

Lebensmittelzeitung (2007): Ausgabe Nr. 13

Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen (1995): Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf (zitiert als LEP NRW)

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

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2006. Berlin

Sonstige Quellen

Website HDE 2010: www.einzelhandel.de; abgerufen am 15.04.2010

Website Statistisches Bundesamt (Destatis), abgerufen 28.09.2007: www.destatis.de

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsschienen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100%) oder abfließt (< 100%). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft)

Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public-Private-Partnership-Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von trading-down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie in der Regel nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, die im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, in der Regel mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit ca. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittsortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikladen) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion

und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist in der Regel nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsläden, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m²

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen

Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 - 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 - 13%.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist in der Regel innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50%) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 - 75% bei der Fläche (35 - 50% des Umsatzes).

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern.

Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsoriment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reicht in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentraler Versorgungsbereich einzuordnen.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Stadtteilzentrum (STZ)/ Ortsteilzentrum (OTZ)

Zum Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum zählen diejenigen sonstigen zentralen Bereiche einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besatz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das STZ/OTZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein STZ/OTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein Stadtteil- oder Ortsteilzentrum ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m², wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Trading down Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz in der Regel als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (ca. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60%; Umsatz 20 - 40%.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Frisör, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50% aus.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z.B.

nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100% beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100% beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.