



# EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Greven (Fortschreibung)



Untersuchung im Auftrag der Stadt Greven

Junker und Kruse

Juni 2010



# Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greven (Fortschreibung)

## Untersuchung im Auftrag der Stadt Greven

Endbericht

Stefan Kruse

Andrée Lorenzen

Junker und Kruse  
Stadtforschung ■ Planung  
Markt 5 44137 Dortmund  
Tel. 02 31 – 55 78 58-0 Fax 02 31 – 55 78 58-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

Dortmund, Juni 2010



Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung .....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>Methodische Vorgehensweise .....</b>	<b>11</b>
2.1	Angebotsanalyse .....	11
2.2	Nachfrageanalyse .....	15
2.3	Städtebauliche Analyse .....	16
2.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	18
<b>3</b>	<b>Nachfrageseitige Rahmenbedingungen .....</b>	<b>20</b>
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen.....	20
3.2	Einzugsbereich des Grevenener Einzelhandels .....	23
3.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich .....	26
<b>4</b>	<b>Angebotssituation in Greven .....</b>	<b>28</b>
4.1	Einzelhandelsrelevante Kennziffern .....	28
4.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots .....	35
4.3	Die Grevenener Innenstadt.....	41
4.4	Wohnortnahe Grundversorgung in Greven .....	47
4.5	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse .....	52
<b>5</b>	<b>Entwicklungsoptionen des Grevenener Einzelhandels.....</b>	<b>55</b>
<b>6</b>	<b>Leitbild und Zielsetzung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung.....</b>	<b>59</b>
6.1	Übergeordnetes Leitbild der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Greven .....	59
6.2	Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Greven.....	61
6.3	Räumliches Standortmodell .....	65
<b>7</b>	<b>Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Greven.....</b>	<b>69</b>
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche.....	69
7.1.1	Der Zentrale Versorgungsbereich Grevenener Innenstadt.....	73
7.1.2	Das Ortsteilzentrum in Reckenfeld.....	78
7.2	Sonderstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel.....	80
7.3	Standorte zur wohnortnahen Versorgung außerhalb der Zentren.....	81

<b>8</b>	<b>Grevener Sortimentsliste .....</b>	<b>87</b>
<b>9</b>	<b>Umsetzungsempfehlungen .....</b>	<b>97</b>
9.1	„Ansiedlungsregeln“ zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Greven .....	97
9.2	Prüfschema.....	103
	<b>Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe .....</b>	<b>105</b>

## **1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung**

---

Nur wenige Wirtschaftsbereiche zeigen in der jüngeren Vergangenheit derart dynamische Veränderungen wie der Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Durch Unternehmenskonzentrationen, steigende Betriebsgrößen und Verkaufsflächenansprüche sowie eine vorwiegende Ausrichtung am mobilitätsbereiten Autokunden entstanden und entstehen immer noch zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, was in zahlreichen Fällen dazu geführt hat, dass die gewachsenen Innenstädte in ihrer Attraktivität und ökonomischen Funktion an Bedeutung verloren haben und auch das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Regionen Deutschlands erheblich ausgedünnt ist. Während Fachmärkte, Einkaufszentren sowie discountorientierte Vertriebsachsen nach wie vor massiv auf den deutschen Einzelhandelsmarkt drängen, ist parallel dazu ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dies bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

Den betrieblichen/konzernimmanenten Entwicklungen auf Betreiber- bzw. Investorenseite stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- wie auf Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. Auch die Stadt Greven sieht sich vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortanforderungen auf der einen und volkswirtschaftlich/städtebaulich/stadtentwicklungsrelevant motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen auf die spezifische Situation in der Stadt abgestimmten, konstruktiven Umgang mit den erwähnten Strukturentwicklungen zu finden. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kann verhindern, dass die zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere die Grevener Innenstadt als Einzelhandelsstandorte an Bedeutung verlieren und ihrer Versorgungsfunktion nicht mehr gerecht werden können.

Das vorliegende gesamtstädtische Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde als Fortschreibung des im Jahr 1999 erarbeiteten Handlungskonzepts für den Einzelhandel<sup>1</sup> in der Stadt Greven entwickelt. Das Konzept soll sowohl eine fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle Planvorhaben liefern, als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik in die Lage versetzt werden, eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen sowie frühzeitig mögliche

---

<sup>1</sup> Junker und Kruse, Stadtentwicklung Greven, Standortsicherung Einzelhandel – Handlungskonzept für den Einzelhandel (Gutachten im Rahmen der Stadtentwicklung Greven), Dortmund, 1999



Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Grevener Versorgungsstrukturen einschätzen zu können.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) ist in einschlägigen Urteilen des OVG NRW nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 (6) Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 (5) Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>2</sup>

Die Erarbeitung eines entsprechenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Greven ist somit konsequent und vor dem Hintergrund der seit der letzten Bearbeitung eingetretenen veränderten rechtlichen Rahmenbedingungen (Novellierungen des Baugesetzbuches in den Jahren 2004 und 2007), aber auch im Hinblick auf die landesplanerischen Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels in NRW (§ 24a LEPro) sowie in Teilen darauf aufbauender aktueller Rechtsprechungen zahlreicher Obergerichte und auch des Bundesverwaltungsgerichts zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung auch zwingend erforderlich.

Für die aktualisierende Fortschreibung stehen folgende Fragestellungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Wie stellt sich die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation in Greven dar? Welche darüber hinaus gehenden (regionalen) Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind für Greven relevant?
- Welche Stärken und Defizite weist der Einkaufsstandort Greven (differenziert nach Angebots- und Nachfrageseite) auf?
- Wie stellen sich die (aus Einzelhandelssicht relevanten) städtebaulichen Rahmenbedingungen der wesentlichen Grevener Einkaufsbereiche (Hauptgeschäftszentrum Innenstadt, Nahversorgungszentren (wie z.B. Reckenfeld), Sonderstandorte) dar?
- Wie kann die wohnungsnaher Versorgung der Bürger nachhaltig gesichert werden? Wie sind die Nahversorgungsbereiche abzugrenzen und welche Maßnahmen sind zur Aufwertung der Nahversorgungsstandorte insbesondere in den Ortsteilen erforderlich?
- Welche Entwicklungsperspektiven lassen sich für den Einkaufsstandort Greven formulieren?
- Welche Ziele und grundsätzlichen bau- und planungsrechtlichen Strategien sind zur

---

<sup>2</sup> OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt erforderlich?

- Welches räumliche Zentrenmodell braucht die Stadt Greven zur Sicherung und ggf. Stärkung ihrer Versorgungsfunktion? Wie sind die zentralen Versorgungsbereiche in Greven abzugrenzen?
- Welche potenziellen Standorte im Stadtgebiet eignen sich für – auch großflächige – Einzelhandelnutzungen (sowohl unter absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Gesichtspunkten)?

## 2 Methodische Vorgehensweise

---

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greven stützt sich sowohl auf die Ergebnisse primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzepts eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. Zu den primärstatistischen Erhebungen zählen angebotsseitig eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet Grevens sowie eine Kundenherkunftserhebung.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Greven gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE Retail Experts GmbH & Co. KG, Köln.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. §§ 2(2), 9(2a) und 34(3) BauGB sowie § 11(3) BauNVO und § 24a LEPro NRW darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation auf Greven ergibt.

### 2.1 Angebotsanalyse

---

#### Bestandserhebung

Der Analyse der Angebotssituation in Greven liegen Daten aus einer umfassenden Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) im Grevener Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im Juli/August 2009 eine flächendeckende Begehung des gesamten Grevener Stadtgebiets mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels<sup>3</sup> (inkl. Leerstände) durchgeführt.

---

<sup>3</sup> Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel im engeren Sinne auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoffhandel werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet, wohl aber Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen<sup>4</sup> der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen. Unterschieden wurden in diesem Zusammenhang die drei Lagekategorien:

- **Zentrale Bereiche:** Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist insbesondere eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit. Diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO sowie § 24a LEPro NRW.
- **städtebaulich integrierte Lagen:** Dazu zählen Lagen, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Die oft solitär gelegenen Einzelhandelsbetriebe befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen einen unmittelbaren räumlichen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen.
- **städtebaulich nicht-integrierte Lagen:** Als nicht integrierte Lage gelten sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe in peripheren Lagen an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen oder sonstige rein autokundenorientierte Standorte wie Gewerbegebiete.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf der Ebene einzelner Ortsteile von Bedeutung. Insbesondere mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist jedoch eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten eine zentrentragende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst (rund 90 Sortimente und Branchen) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen den der

---

<sup>4</sup> Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

nachfolgend aufgeführten Tabelle 1 zu entnehmenden 17 Hauptbranchen zugeordnet.

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Greven**

Hauptbranchen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
<i>Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe:</i>	
1. Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei-/Konditoreiwaren Metzgerei-/Fleischereiwaren Getränke
2. Blumen/Zoo	Blumen Zoologischer Bedarf
3. Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Drogeriewaren, Körperpflegeartikel Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Parfümerieartikel Reformwaren Apothekenwaren
4. Schreibwaren / Papier / Bücher	Bücher Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitungen / Zeitschriften
<i>Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe:</i>	
5. Bekleidung/Wäsche	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Sonstige Bekleidung und Textilien Wäsche / Miederwaren / Bademoden Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe/Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren / Geschenkartikel	Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren/Hobbyartikel	Spielwaren, Modellbau und Modelleisenbahnen Musikinstrumente und Musikalien Künstler- und Bastelbedarf Babybedarf / Kinderwagen Sammlerbriefmarken, -münzen Pokale / Sportpreise
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung und -schuhe Sportartikel und -geräte Campingartikel (o. Möbel) Fahrräder und Zubehör Waffen, Angler und Jagdbedarf

**Überwiegend langfristige Bedarfsstufe:**

10. Wohnungseinrichtungsbedarf	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Bilderrahmen Bettwaren / Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche
11. Möbel	Möbel allgemein Badmöbel Küchenmöbel Büromöbel Gartenmöbel, Polsterauflagen
12. Elektrohaushaltsgeräte/Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten
13. Elektronik, Multimedia	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte Bild- und Tonträger Videokameras, Fotoapparate und Zubehör Mobiltelefone, Telefone und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
14. Medizinische und orthopädische Artikel	Augenoptik, Hörgeräte, Sanitätsbedarf, Orthopädische Artikel
15. Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Baustoffe, Bauelemente Tapeten, Lacke, Farben Eisenwaren und Beschläge Sanitär- und Installationsbedarf Bodenbeläge, Teppiche (Auslegeware) Werkzeuge, Bau- und Gartengeräte und Zubehör Pflanzen, Sämereien, Gartenbedarf, Pflanzgefäße Kfz- und Motorradzubehör, Kindersitze
17. Sonstiges	Aktionswaren, Erotikartikel, Esoterikartikel
Eigene Zusammenstellung	

Die unter Berücksichtigung der vorstehend erläuterten Kriterien durchgeführte flächen-deckende Vollerhebung des Grevener Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes, als auch auf Ebene einzelner Ortsteile bzw. Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erarbeitenden „Grevener Sortimentsliste“ zwingend geboten.

### **Umsatzberechnung**

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Grevener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Greven. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

## **2.2 Nachfrageanalyse**

---

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung Grevens und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

### **Sekundärstatistische Daten**

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zu Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der BBE, Retail Experts GmbH Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes.

Ergänzend dazu bilden die Literaturanalyse und sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

### **Kundenherkunftserhebung**

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung, welche in Kooperation mit ausgewählten Grevener Einzelhändlern durchgeführt wurde. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche (Montag, 05. Oktober bis Samstag, 10. Oktober 2009) Postleitzahlen-Listen in exemplarisch ausgewählten Ladenlokalen ausgelegt, in denen für den Kassiervorgang zuständige Personen die jeweils zahlenden Kunden nach ihrem Wohnort bzw. der entsprechenden Postleitzahl gefragt haben. Berücksichtigt wurden rund 40 Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen im gesamten Grevener Stadtgebiet, wobei räum-

liche Schwerpunkte in der Grevenener Innenstadt gesetzt wurden. Hierdurch sowie aus der Gegenüberstellung ergibt sich ein realistisches Bild über das derzeitige Einzugsgebiet der Stadt Greven (vgl. Kap. 3.2).

### **2.3 Städtebauliche Analyse**

---

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte Grevens im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Ortsteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden. Im Einzelnen werden folgende Themenfelder zur Beurteilung herangezogen:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Greven. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung<sup>5</sup> keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

---

<sup>5</sup> vgl. dazu u.a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)



### **Definition „Nahversorgung“**

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Schreibwaren/Papier/Bücher sowie Blumen/Zoo gezählt (s.o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel/Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und –vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß von ca. 600 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie *Nahversorgungszentren* oder *Stadtzentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Orts- bzw. Stadtteile einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahen Nahversorgung bezeichnet werden:

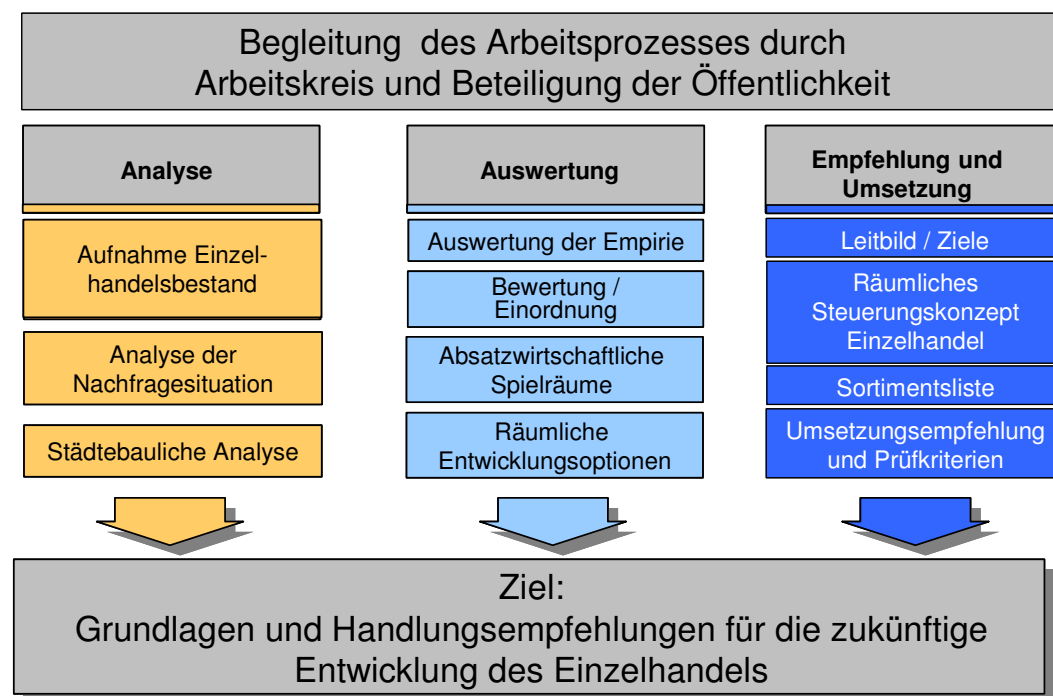
**Tabelle 2: Angebotsbausteine wohnungsnah (Grund-)Versorgung**

<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>&amp;</b>	<b>Dienstleistungen</b>
▪ Back- und Konditoreiwaren		▪ Post
▪ Metzgerei- / Fleischwaren		▪ Bank
▪ Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel		▪ Ärzte
▪ Getränke		▪ Frisör
▪ (Schnitt-)blumen		▪ Lotto/Toto
▪ Tierfutter		▪ Café
▪ Drogerie- und Körperpflegeartikel		▪ Gaststätte
▪ Pharmazeutische Artikel / Apothekenwaren		▪ Reinigung
▪ Schreibwaren, Papier, Zeitschriften, Zeitungen		▪ Reisebüro

Quelle: Eigene Zusammenstellung

## 2.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

**Abbildung 1: Untersuchungsaufbau**



Eigene Darstellung

Zusätzlich zu einer umfassenden Analyse der Angebots- und Nachfragestruktur ist es erforderlich, die Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung auf lokaler Ebene in den Arbeitsprozess einzubinden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Eine konstruktive Fortsetzung der Arbeit im Anschluss an die Untersuchung ist nur zu gewährleisten, wenn der angesprochene Dia-

log bereits während der Strukturuntersuchung beginnt und die Akteure somit Einfluss auf die Fragestellungen nehmen können. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einer breiten Akzeptanz der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Die Zwischenergebnisse der Untersuchung wurden in vier Arbeitskreissitzungen, bestehend aus Vertretern des Gutachterbüros, der Stadtverwaltung Greven und örtlicher Gewerbetreibender sowie öffentlicher Institutionen und Behörden (IHK, Einzelhandelsverband, Handwerkskammer, Bezirksregierung) durch den Gutachter vorgestellt. Es bestand die Möglichkeit, die Ergebnisse zu diskutieren, den lokalen Sachverstand in die Untersuchung mit einzubringen und somit letztendlich eine größere Transparenz der Ergebnisse und ihre Transformation an die entsprechenden Akteure bzw. die Institutionen und Gremien zu gewährleisten.

Allen Mitwirkenden und Diskutanten, ohne deren tatkräftige Hilfe und Unterstützung das Einzelhandels- und Zentrenkonzept in der hier vorliegenden komplexen Form nicht zustande gekommen wäre, sei auch an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

### **3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen**

---

#### **3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen**

---

Zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Greven erfolgt nachstehend eine Übersicht der Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Greven auswirken können.

##### **Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung**

Die rund 35.500 Einwohner<sup>6</sup> zählende Stadt Greven liegt im Norden Nordrhein-Westfalens in der überwiegend ländlich strukturierten Region des westlichen Münsterlandes. Innerhalb des rund 445.000 Einwohner zählenden Kreises Steinfurt nimmt sie die landesplanerische Versorgungsfunktion als Mittelzentrum ein. Aus regionaler Sicht liegt Greven im Spannungsgeflecht zwischen dem unmittelbar südlich angrenzenden Oberzentrum Münster (rd. 275.000 Einwohner) und dem nordöstlich gelegenen Oberzentrum Osnabrück (rd. 163.000 Einwohner, rd. 40 km entfernt). Auch das niederländische Enschede (rd. 155.000 Einwohner, 65 km) ist mit dem PKW in rund einer Stunde Fahrzeit erreichbar. Innerhalb dieses „Dreiecks“ konkurriert Greven als Wirtschaftsstandort vor allem mit nahegelegenen Mittelzentren, wie das nordwestlich angrenzende Emsdetten (rd. 35.000 Einwohner, ca. 12 km entfernt), das nordöstlich liegende Lengerich (rd. 22.000 Einwohner, ca. 23 km entfernt), der Kreisstadt Steinfurt (rd. 34.000 Einwohner, 30 km entfernt) und Rheine, der größten Stadt des Kreises (rd. 76.000 Einwohner, ca. 25 km entfernt). Daneben grenzen die Grundzentren Altenberge (rd. 11.000 EW) und Nordwalde (rd. 10.000 EW) im Westen, Saerbeck (rd. 7.000 Einwohner) im Norden sowie Ladbergen (rd. 6.000 EW), Ostbevern (rd. 11.000 EW) und Telgte (rd. 19.000 EW) im Osten an das Grevenener Stadtgebiet.

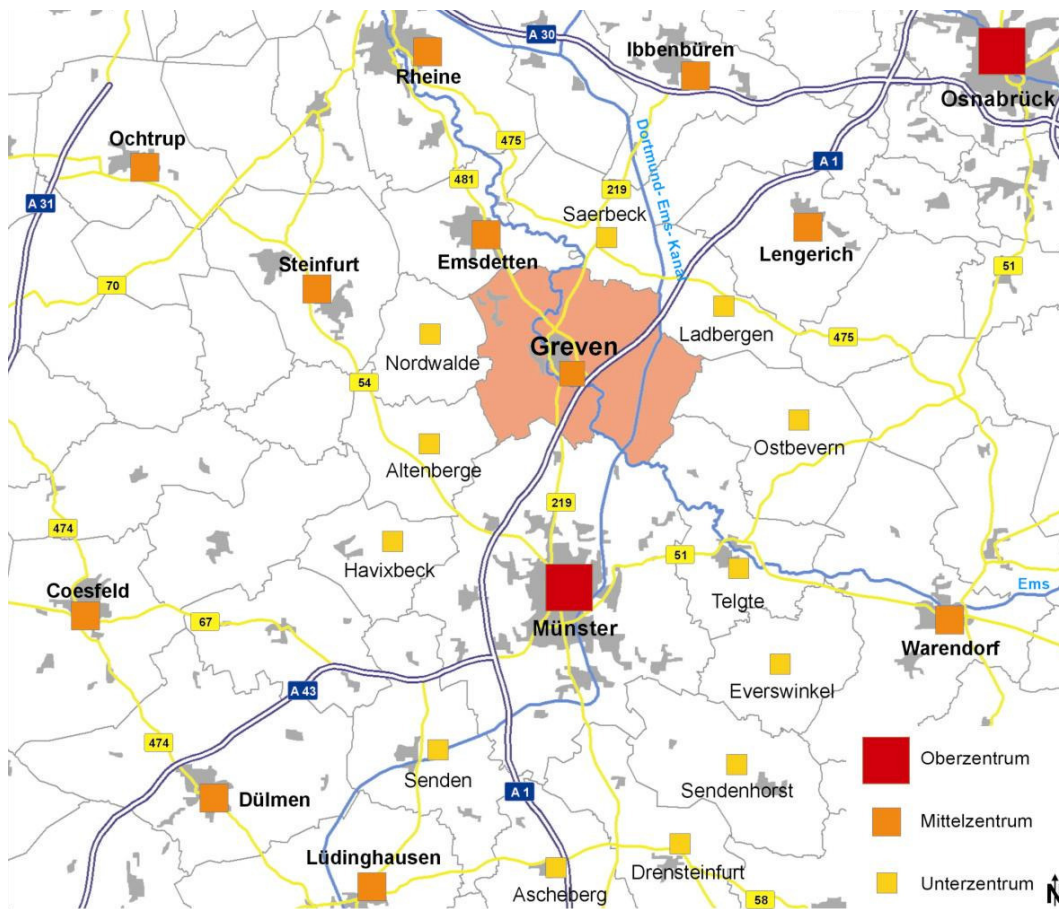
Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Grevens mit der Region werden durch eine sehr gute verkehrliche Anbindung begünstigt: Mit der Anschlussstelle „Greven“ besteht unmittelbare Anbindung an die Bundesautobahn A 1 (Köln – Hamburg), die das Stadtgebiet von Süden nach Nordosten durchquert. In Kürze wird mit der Anschlussstelle „Flughafen Münster – Osnabrück“ eine zweite Anschlussstelle hinzu kommen. Ferner ergeben sich durch die B 219 und B 481 sowie diverse Landes- und Kreisstraßen gute überörtliche Straßenverbindungen innerhalb der Region. Die Münsteraner Stadtmitte ist in rund 20 Minuten Fahrzeit, das niedersächsische Osnabrück in rund 30 Minuten Fahrzeit zu erreichen<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Stand: 31.12.2009, Quelle: Stadt Greven, Bürgerbüro

<sup>7</sup> Fahrzeiten ermittelt unter <http://www.de.map24.com/>

Karte 1: Lage im Raum



Eigene Darstellung

Mit den Bahnhöfen *Greven* und *Reckenfeld* besteht ebenfalls ein guter Anschluss an den regionalen Schienenverkehr. Am Grevener Bahnhof bieten Regionalexpress- und Regionalbahnlagen bis zu viermal stündlich Verbindungen nach Münster (ca. 11 Minuten Fahrtzeit) sowie nach Emsdetten (6 Minuten Fahrtzeit) und Rheine (18 Minuten Fahrtzeit). Nach Osnabrück (ca. 1 Stunde Fahrtzeit) besteht keine Direktverbindung. Darüber hinaus bestehen über Regionalbusse der Verkehrsgemeinschaft Münsterland (VGM) regionale Verbindungen des öffentlichen Nahverkehrs. Das innerkommunale ÖPNV-Netz in Greven ist – wie in ländlich strukturierten Regionen mit geringer Bevölkerungsdichte üblich – von eher geringerer Bedeutung. Tagesbuslinien stellen hier in erster Linie Verbindungen zwischen den Ortsteilen (z.B. Greven – Reckenfeld) her.

Diese sehr gute verkehrliche Anbindung stellt jedoch nicht nur die Erreichbarkeit Grevens her, sondern begünstigt aus einzelhandelseitiger Sicht auch Kaufkraftabflüsse an andere Einkaufsstandorte. So bietet der Bahnhof zwar schnelle Verbindungen zu den Oberzentren der Region, begünstigt jedoch aufgrund der siedlungsräumlichen Lage zur Grevener Innenstadt kaum den Besuch Grevens als Einkaufsstandort.

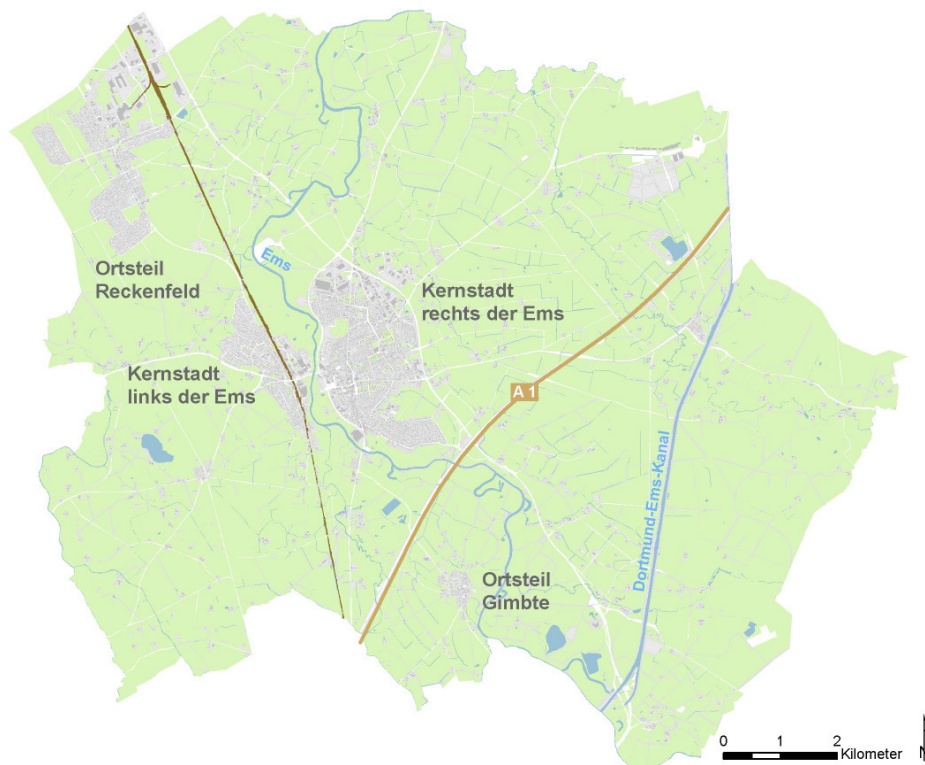
Ferner liegt der internationale Flughafen Münster / Osnabrück (FMO) im Nordosten des Grevener Stadtgebiets. Positive Synergieeffekte für den Einzelhandel außerhalb des Flughafenbereichs in Greven lassen sich durch das Aufkommen an Flugreisenden jedoch nicht ableiten.

## Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Heute ist Greven mit rund 35.500 Einwohnern nach Rheine und Ibbenbüren sowie neben Emsdetten und Steinfurt eine der größten Städte im rund 24 Gemeinden zählenden Kreis Steinfurt.

Das weitläufige Stadtgebiet umfasst rund 140 km<sup>2</sup> und ist größtenteils durch landwirtschaftliche Freiflächen genutzt, so dass eine insgesamt geringe Siedlungsdichte von rund 254 EW/km<sup>2</sup> vorherrscht. Siedlungsschwerpunkt ist die Kernstadt **Greven** mit rund 23.000 Einwohnern (rd. zwei Drittel der gesamtstädtischen Bevölkerung), die durch die Ems in die Kernstadt rechts der Ems (rund 17.150 Einwohner) und die Kernstadt links der Ems (rund 5.700 Einwohner) geteilt wird. Historischer Siedlungskern sowie wirtschaftliches und kulturelles Zentrum der Stadt ist die auf der östlichen Emsseite gelegene Grevenener Innenstadt mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie sowie öffentlichen Einrichtungen. Um diesen multifunktionalen Kernbereich zwischen B 219 und An der Martinischule schließen sich Wohnsiedlungsbereiche unterschiedlicher Struktur und Bauart an. Nördlich der Kernstadt rechts der Ems schließt sich im Siedlungsrandbereich ein zusammenhängendes Gewerbegebiet an.

## Karte 2: Siedlungsstruktur Grevens



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: ALK

Zweitgrößter Ortsteil mit rund 8.000 Einwohnern ist das nordöstlich liegende **Reckenfeld**. Eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen befindet sich hier vor allem im Kreuzungsbereich der Grevenener bzw. Emsdettener Landstraße mit

der Bahnhofstraße/Steinfurter Straße. Der übrige Siedlungsbereich ist in erster Linie durch Wohnnutzung sowie ein weitläufiges Gewerbe- und Industriegebiet an der B 481 geprägt.

Der Ortsteil **Gimbte** (rd. 900 Einwohner) dient überwiegend als Wohnstandort und ist dörflich strukturiert. Trotz der abgesetzten Lage von der Kernstadt Greven weist dieser Ortsteil keine eigenständigen Versorgungsstrukturen auf. Allerdings bietet die vergleichsweise geringe Einwohnerzahl des Ortsteils allein auch keine ausreichende ökonomische Basis für größere Lebensmittelmärkte und umfassende Einzelhandelsangebote. Vereinzelt gewerbliche Nutzungen befinden sich hier in Streulagen innerhalb des Dorfkerns. Durch die abgesetzte Lage von der Kernstadt und die gleichzeitige räumliche Nähe zu Nachbarkommunen bestehen hier teilweise enge räumliche Verflechtungen und Orientierungen an Einkaufsstandorten außerhalb des Greven Stadtgebiets. Rund 3.600 Einwohner leben in den Bauerschaften zwischen den Ortsteilen<sup>8</sup>.

Durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit und die attraktive naturräumliche Lage ist Greven ein beliebter Wohnstandort. Dementsprechend war in den letzten 10 Jahren ein kontinuierliches Bevölkerungswachstum zu verzeichnen, so am 31.12.2009 eine Einwohnerzahl von 35.468 zu verzeichnen war (Quelle: Stadt Greven, Bürgerbüro). Für die kommenden 5 – 10 Jahre kann aufgrund zahlreicher neu ausgewiesener Wohnbauflächen und diesbezüglich anhaltender Nachfrage ebenfalls von leicht steigenden Bevölkerungszahlen ausgegangen werden.

### **3.2 Einzugsbereich des Greven Einzelhandels**

---

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung wahrgenommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Kommune als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

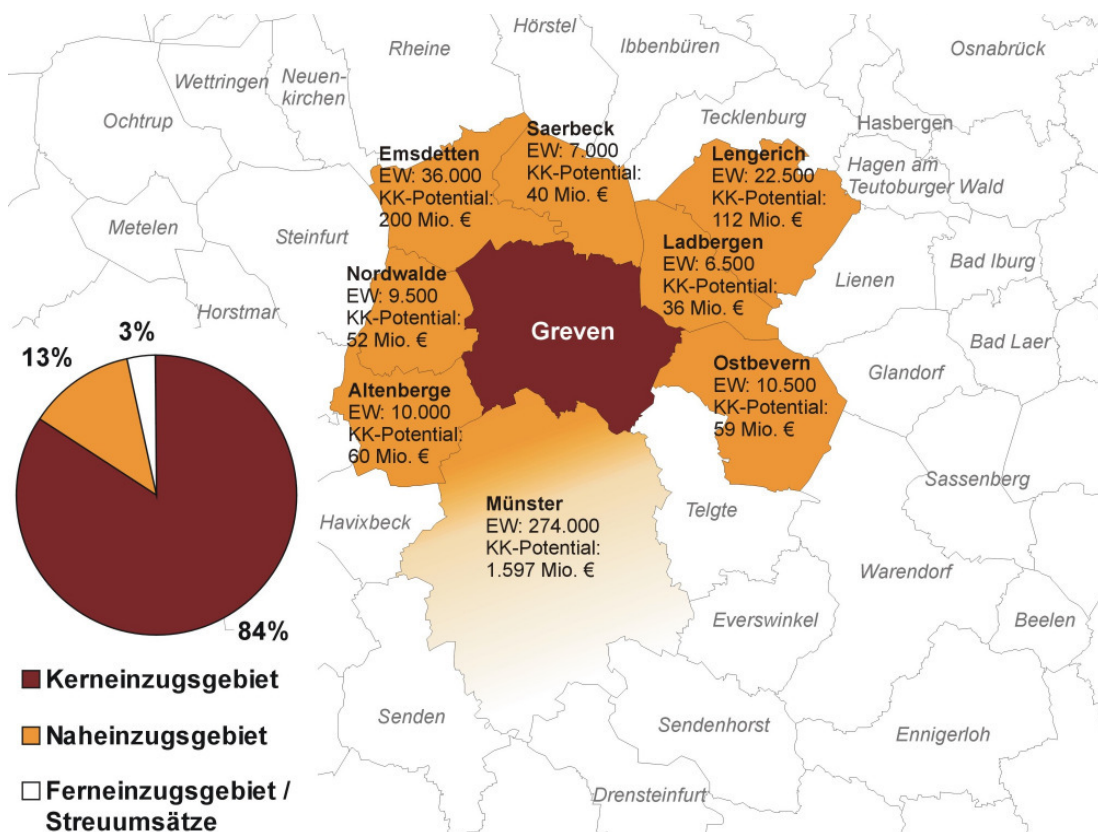
---

<sup>8</sup> Stadt Greven: Daten zur Bevölkerung - Ausgabe 2010



Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Grevener Einzelhandels, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Die in der Kundenherkunftserhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung Grevens als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage der so berechneten Kundenherkunftskoeffizienten sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten /-zentren lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Greven wie folgt abgrenzen:

**Abbildung 2: Einzugsgebiet des Grevener Einzelhandels**



Eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung im Oktober 2009 sowie verschiedener weiterer Kriterien

### Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Grevens mit seinem Kundenpotenzial von rund 35.500 Einwohnern wird als Kerneinzugsgebiet definiert, da mit 83 % der überwiegende Anteil der Kunden des Untersuchungsgebiets aus diesem Bereich stammt. Dieser deutliche Schwerpunkt deutet auf vergleichsweise geringe Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und somit auf eine eingeschränkte räumlich-funktionale Ausstrahlungskraft bzw. mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt hin. Dies ist insbesondere auf die eingangs erwähnte, ausgeprägte regionale Konkurrenzsituation, insbesondere der Nähe und Erreichbarkeit der Oberzentren Münster und Osnabrück zurückzuführen. Das Angebot an diesen Standorten weist, insbesondere in den mittel- und langfristigen Bedarfsstufen eine deutlich höhere Breite und Tiefe auf.



Auf der anderen Seite ist insbesondere bei Gütern des täglichen Bedarfs und ergänzenden Grundversorgungsangeboten eine hohe Kundenbindung der Grevenener Bevölkerung an den Einzelhandelsstandort Greven gegeben, was bereits auf eine gute diesbezügliche Angebotsausstattung hindeutet.

### **Näheres Einzugsgebiet**

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungsregion liegen und aufgrund des mittelzentralen Verflechtungsbereichs noch eine starke Orientierung zum Einkaufsstandort Greven aufweisen. Dazu zählen in erster Linie die Gemeinden Altenberge, Emsdetten, Ladbergen, Nordwalde und Saerbeck (je ca. 2 % der Kunden des Grevenener Einzelhandels stammen hierher) sowie ferner auch das nördliche Stadtgebiet des benachbarten Oberzentrums Münster (3 % der Kunden des Grevenener Einzelhandels). Auch Ostbevern und Lengerich (je rund 0,5 % der Grevenener Kunden) weisen gemessen an den geringen Einwohnerzahlen noch eine nennenswerte Bindung an den Grevenener Einzelhandel auf.

Das Kundenaufkommen aus den Nachbarkommunen wird vor allem durch einzelne Anbieter mit regionaler Ausstrahlungskraft generiert und gilt – je nach Lage und Branche dieser Betriebe – entsprechend nur für bestimmte Angebotssegmente des Grevenener Einzelhandels. Eingeschränkt wird der mittelzentrale Einzugsbereich Grevens vor allem durch die Ausstrahlungskraft der Oberzentren Münster und Osnabrück und das dort verortete deutlich größere und somit attraktivere Angebot sowie ferner durch die nahgelegenen Mittelzentren (z.B. Emsdetten, Rheine). Insgesamt sind rund 13 % der Kunden des Grevenener Einzelhandels dem näheren Einzugsgebiet zuzuordnen, das mit mehr als 100.000 Einwohnern ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von mehr als 0,5 Mrd. Euro umfasst.

### **Ferneinzugsgebiet und „Streuumsätze“**

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Grevenener Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und demnach nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Greven ausgerichtet sind. Dementsprechend gering ist das Kundenaufkommen aus solchen Herkunftsgebieten. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem Kaufkraftpotenzial, der durch den Einzelhandel in Greven abgeschöpft wird, sich mit zunehmender Entfernung von Greven verringern. Dies gilt insbesondere für die Gebiete, die eine vergleichsweise geringe Entfernung zum nahegelegenen Oberzentrum Münster bzw. zum Oberzentrum Osnabrück sowie ferner zu den konkurrierenden Mittelzentren der Region aufweisen.

Als sogenannte *Streuumsätze* des Einzelhandels in Greven werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet.

Insgesamt stammen rund 4 % der Kunden aus Gebieten außerhalb des Kern- und Nah-einzugsgebietes. Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsstufe spielen die Herkunftsorte des Ferneinzugsgebietes eine untergeordnete Rolle. Überwiegend werden Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe gekauft, wobei auch hier Einzelanbieter eine wichtige Rolle spielen.

### 3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-  
daten der BBE-Retail Experts (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die BBE-  
Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevöl-  
kerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-  
biet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw.  
Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Greven stellt sich derzeit wie  
folgt dar:

**Tabelle 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Greven**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft- potenzial der Greven- Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.022	71,7
Blumen / Zoo	99	3,5
Gesundheits- und Körperpflegeartikel*	313	11,1
Papierwaren / Schreibwaren / Bücher	194	6,9
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>2.628</i>	<i>93,2</i>
Bekleidung / Wäsche	460	16,3
Schuhe / Lederwaren	110	3,9
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	72	2,6
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	110	3,9
Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel	83	2,9
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>835</i>	<i>29,6</i>
Wohneinrichtungsbedarf	113	4,0
Möbel	283	10,0
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	134	4,8
Elektronik / Multimedia	361	12,8
Medizinische und orthopädische Artikel	71	2,5
Uhren / Schmuck	51	1,8
Bau- und Gartenmarktsortimente	545	19,3
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1.560</i>	<i>55,3</i>
<b>Kaufkraftpotenzial Gesamt (inkl. „Sonstiges“)</b>	<b>5.065</b>	<b>179,7</b>

Quelle: BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2009

\* inkl. freiverkäuflicher Apothekenwaren

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rd. 180 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Greven zu Grunde. Die sogenannte *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Greven vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Greven** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 100,3**, d.h. dass die Grevener Bevölkerung über ein in etwa auf Höhe des Bundesdurchschnitts liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt. Auch im **regionalen Vergleich** wird deutlich, dass sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Greven in etwa auf dem Niveau der benachbarten Kommunen bewegt. Innerhalb der Region liegen jedoch z.T. deutliche Schwankungen des Kaufkraftniveaus vor.

**Tabelle 4: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich**

Stadt	Einzelhandelrelevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer)
Greven	100,3
Münster	105,0
Altenberge	106,3
Emsdetten	100,3
Ladbergen	100,6
Nordwalde	98,2
Ostbevern	98,4
Saerbeck	99,6
Telgte	103,6

BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2009; (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

Das **Kaufkraftpotenzial im oben definierten näheren Einzugsgebiet** um Greven beträgt insgesamt rund **500 Mio. Euro**. Es sei an dieser Stelle jedoch noch einmal deutlich darauf verwiesen, dass aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen und Wettbewerbssituation nur gewisse Teile dieses Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Grevener Einzelhandel abgeschöpft werden können, die mit steigender Entfernung zu Greven (und zunehmender Nähe zu Konkurrenzstandorten) deutlich sinken. Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den üblichen Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsbereichs geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Grevener Einzelhandels sortimentspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kap. 4).

## 4 Angebotssituation in Greven

---

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Greven unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgt.

### 4.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern

---

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Greven getroffen werden. Zum Erhebungszeitpunkt stellen sich die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Greven wie folgt dar:

- Es bestehen **264 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d.h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von mehr als **62.000 m<sup>2</sup>**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt etwa **236 m<sup>2</sup>** und liegt damit nur leicht über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>, was zunächst auf eine ausgewogene Betriebsgrößenmischung im Grevener Stadtgebiet hindeutet.
- Dem in der Stadt Greven vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 180 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 175 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,98** über alle Warengruppen, d.h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 2 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Per Saldo übersteigen die Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb Grevens also leicht die Kaufkraftzuflüsse aus der Region. Dies entspricht zunächst einmal – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – nicht unbedingt der mittelzentralen Versorgungsfunktion Grevens und ist angesichts der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation grundsätzlich als ausbaubarer Wert einzuordnen.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,75 m<sup>2</sup>** und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Referenzwert von ca. 1,4 m<sup>2</sup>/EW und ist auch im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung als guter Ausstattungsgrad festzuhalten (Durchschnittswert aller Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 aus der Junker und Kruse Datenbank beträgt 1,73 m<sup>2</sup>).
- Erwartungsgemäß liegen **quantitative Angebotsschwerpunkte** in den flächenintensiven Branchen Bau- und Gartenmarktsortimente (rd. 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Möbel (rd. 8.000 m<sup>2</sup>) sowie der nahversorgungsrelevanten Warengruppe

Nahrungs- und Genussmittel (rd. 14.000 m<sup>2</sup>). Auch im Bekleidungsbereich (rd. 7.000 m<sup>2</sup>) liegt ein besonderer Angebotsschwerpunkt. Aber auch in allen anderen Warengruppen finden sich entsprechende Angebote in der Stadt Greven.

- Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im Stadtgebiet rund **24 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche von rund 2.200 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 8 % der Ladenlokale und weniger als 4 % der Verkaufsfläche, was insgesamt noch im Rahmen üblicher Fluktuationsraten liegt und zunächst keinen akuten Handlungsbedarf signalisiert.

Die Ladenleerstände befinden sich jedoch zu rund zwei Dritteln (16 Ladenlokale, ca. 1.600 m<sup>2</sup>) in der Grevener Innenstadt und betreffen auch Ladeneinheiten mit mehr als 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, was vergleichsweise unüblich ist. Eine Konzentration an Leerständen ist insbesondere in der alten Münsterstraße zu beobachten, was auf strukturelle Probleme dieser Einzelhandelslage, teilweise aber auch der Grevener Innenstadt insgesamt gegenüber anderen Wettbewerbsstandorten hindeutet. Insgesamt ist seit der letzten gesamtstädtischen Untersuchung im Jahr 1998 ein quantitativer Angebotsrückgang von ehemals rund 66.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche um rund 5 % zu verzeichnen.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Greven, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie folgt dar:

**Tabelle 5: Einzelhandelssituation in Greven nach Sortimentsbereichen**

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	14.200	65,6	71,7	0,92
Blumen / Zoo	1.100	1,7	3,5	0,48
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3.050	13,2	11,1	1,19
Papierwaren / Schreibwaren / Bücher	950	3,9	6,9	0,56
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>19.250</i>	<i>84,3</i>	<i>93,2</i>	<i>0,91</i>
Bekleidung / Wäsche	6.950	23,3	16,3	1,43
Schuhe / Lederwaren	1.800	5,9	3,9	1,52
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2.350	4,7	2,6	1,83
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	750	2,3	3,9	0,58
Sportartikel / Fahrräder / Campingartikel	1.600	4,8	2,9	1,64
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>13.500</i>	<i>41,0</i>	<i>29,6</i>	<i>1,39</i>
Wohneinrichtungsbedarf	2.900	4,6	4,0	1,15
Möbel	7.900	11,4	10,0	1,14
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1.100	3,1	4,8	0,65
Unterhaltungselektronik / IT / Telekommunikation / Foto	1.000	7,0	12,8	0,55
Medizinische und orthopädische Artikel	700	4,3	2,5	1,72
Uhren / Schmuck	250	1,8	1,8	0,99
Bau- und Gartenmarktsortimente	15.450	18,6	19,3	0,97
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>29.900</i>	<i>49,9</i>	<i>55,3</i>	<i>0,92</i>
<b>Summe bzw. Durchschnitt</b>	<b>62.100</b>	<b>175,4</b>	<b>179,7</b>	<b>0,98</b>

Quelle: Eigene Zusammenstellung

(Anmerkung: Werte sind gerundet. Eine Abweichung der aufgeführten Gesamtsumme zu den addierten Einzelwerten der jeweiligen Warengruppen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.)

Das Einzelhandelsangebot in Greven weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende **strukturelle Merkmale** auf:

- Mit mehr als **14.000 m<sup>2</sup>** entfällt ein großer Einzelanteil (23 %) an der Gesamtverkaufsfläche Grevens auf die **nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (**mehr als 80 Betriebe**, ca. 31 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Dies unterstreicht einerseits die Grundversorgungsfunktion des Einzelhandelsstandorts Greven für die eigene Bevölkerung sowie die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Mit einem Verbrauchermarkt, sechs Supermärkten und sieben Lebensmitteldiscountern,

diversen Getränkefachmärkten sowie zahlreichen Lebensmitteläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht eine sehr gute Angebots- und Betriebsformenmischung.

Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,40 m<sup>2</sup> liegt leicht über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup> pro Einwohner und zeigt einen guten Ausstattungsgrad. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund **72 Mio. Euro** den mit Abstand größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die **Zentralität von 0,92** zeigt jedoch trotz einer insgesamt guten sortimentspezifischen Angebotsausstattung per Saldo noch leichte Kaufkraftabflüsse in dieser Warengruppe.

- Die Werte in den weiteren **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** zeigen teilweise sehr unterschiedliche Angebotsausstattungen in der Stadt Greven. Mehr als 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe *Gesundheits- und Körperpflegeartikel*, die sich im Wesentlichen auf Drogeriemärkte und Apotheken im Stadtgebiet, einzelne Fachgeschäfte (v.a. Parfümerien) in der Innenstadt sowie die Randsortimente der größeren Lebensmittelanbieter verteilt. Hier zeigt die Zentralität von 1,19 eine sehr gute Angebotsausstattung, die über eine „Vollversorgung“ der Grevener Bevölkerung hinaus geht. In der Warengruppe *Blumen/Zoo* konzentriert sich das Angebot von insgesamt rund 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vor allem bei einzelnen Fachmärkten, wie z.B. Raiffeisenmarkt (Teilsortiment Tierfutter) und Hagebaumarkt (Teilsortiment Blumen). Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriefachdiscounter (Tierfutter und Blumen). Die Zentralität zeigt per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Grevener Stadtgebiets. In der Warengruppe *Schreibwaren/Papier/Bücher* entfällt rund die Hälfte des sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteils auf Randsortimentsangebote (u.a. Zeitungen und Zeitschriften), es sind jedoch auch diverse Fachgeschäfte vorhanden. Dabei handelt es sich jedoch überwiegend um kleinere Lotto-Toto-Läden in Streulagen sowie den Airport-Shop am Flughafen Münster / Osnabrück. Der einzig nennenswerte Hauptsortimentsanbieter in der Innenstadt ist die Buchhandlung Cramer und Löw. Auch in dieser Warengruppe zeigt die Zentralität von 0,56 deutliche Kaufkraftabflüsse und lässt einen gewissen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraum für zusätzliche Kaufkraftbindung in Greven erkennen. Insgesamt entfallen mit mehr als 19.000 m<sup>2</sup> mehr als 30 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil der Warengruppen dieser Bedarfsstufe (v.a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben, verdeutlicht aber auch die Bedeutung dieser Warengruppen für den Einkaufsstandort Greven. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs liegt bei 0,91 und zeigt entsprechend leichte Kaufkraftabflüsse. Insgesamt ist eine **gute strukturelle Angebotsmischung** in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflegeartikel zu verzeichnen, während sich in den Warengruppen Blumen/Zoo und Schreibwaren/Papierwaren/Bücher noch ein gewisser Entwicklungsspielraum für zusätzliche Kaufkraftbindung an den Standort

Greven besteht.

- Im Bereich der **mittelfristigen Bedarfsstufe** liegt der quantitative Angebotschwerpunkt mit fast 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 11 % der Gesamtverkaufsfläche), 34 Hauptsortimentsanbietern (ca. 13 % aller Grevenener Betriebe) und rund 23 Mio. Euro Umsatz vor allem in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels *Bekleidung und Wäsche*. Ein Großteil (rd. 5.600 m<sup>2</sup>, 80 %) dieses Verkaufsflächenangebots entfällt auf Anbieter in der Grevenener Innenstadt. Das übrige Angebot entfällt überwiegend auf preisorientierte Fachmarkt- (z.B. KIK, Ernstings Family) und Randsortimentsangebote (z.B. Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter) außerhalb der Innenstadt und nur vereinzelt auf kleinteilige Anbieter in Streulagen. Das innerstädtische Angebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert und weist mit vielen Fachgeschäften eine teilweise hohe Angebots- und Servicequalität auf. Größter Magnetbetrieb ist das Modehaus Ahlert in der Martinistraße. Entsprechend zeigt die Zentralität von mehr als 1,4 auch deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem mittlzentralen Verflechtungsbereich auf.

Die Warengruppe *Schuhe / Lederwaren* ist ebenfalls in nennenswertem Umfang (rd. 1.800 m<sup>2</sup> VKF) vertreten. Beim Großteil der Hauptsortimentsanbieter handelt es sich um Anbieter in der Grevenener Innenstadt (z.B. Fachgeschäft Rickmann, ABC-Schuhe, Schuhhaus Fascies). Die Zentralität von ca. 1,52 zeigt eine quantitativ gute Angebotsausstattung in der Warengruppe mit deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Grevenener Umland.

Ein weiterer Angebotsschwerpunkt ist die Warengruppe *Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/Geschenkartikel* mit rund 2.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Dieses Angebot beinhaltet neben einigen qualitativ hochwertigen Fachgeschäften in der Innenstadt vor allem auch Angebote von preisorientierten Billiganbietern (Sonderposten) und Randsortimente (Haushaltswaren) von Lebensmittelanbietern und Drogeriediscountern. Mit einer hohen Zentralität (1,83) und Verkaufsflächenausstattung ist hier insgesamt dennoch eine sehr gute Angebotsausstattung festzuhalten.

Auch die Warengruppe *Sportartikel/Fahrräder/Camping* ist mit rund 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in nennenswertem Umfang vertreten und weist mit einer Zentralität von über 1,6 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Größter Anbieter ist hier jedoch ein Lagerverkauf auf über 1.000 m<sup>2</sup> in nicht integrierter Lage Am Eggenkamp. Beim Großteil der Hauptsortimentsanbieter handelt es sich um mehrere Fahrrad-Fachgeschäfte in Streulagen im Stadtgebiet. Innerhalb der Innenstadt ist vor allem der Fachanbieter Sport Olymp in der Münsterstraße von Bedeutung für die innerstädtische Angebotsstruktur.

Lediglich in der Warengruppe *Spielwaren/Hobbyartikel/Musikinstrumente* ist eine Zentralität von deutlich weniger als 1 (0,58) zu verzeichnen. Trotz des Verkaufsflächenangebots von rund 750 m<sup>2</sup> sind hier per Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Wichtigster Anbieter ist das innerstädtische Fachgeschäft Burgholz. Daneben existieren wenige kleinteilige Fachanbieter in Streulagen sowie zahlreiche Randsortimentsangebote.

Mit insgesamt rund 13.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 61 Betrieben und einem Umsatz von rund 41 Mio. Euro (Zentralität: rd. 1,4) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen für ein Mittelzentrum angemessenen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot Grevens bei einer insgesamt adäquaten Angebots-



ausstattung.

Aus quantitativer Sicht kann zunächst kein nennenswertes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein akuter Nachholbedarf ableiten ließe. Insgesamt besteht eine recht ausgewogene Angebotsmischung mit einem guten Anteil kleinteiliger Fachangebote, wobei hier insbesondere die Grevenener Innenstadt eine wichtige Rolle spielt. Aber auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote, auch außerhalb der Innenstadt, weisen nennenswerte Angebotsanteile auf. Entwicklungsspielraum besteht am ehesten in der Warengruppe Spielwaren/Hobbyartikel.

- Mit insgesamt fast 30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nehmen vor allem die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsstufe** einen hohen Anteil (rd. 47 %) am Gesamtverkaufsflächenangebot in Greven ein. Insbesondere die Warengruppen *Bau- und Gartensortimente* mit mehr als 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ca. 19 Mio. Euro Umsatz sowie Möbel mit rd. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und 11 Mio. Euro Umsatz weisen einen hohen Angebotsanteil auf. Diese Flächenanteile deuten jedoch nicht auf einen besonderen Angebotsschwerpunkt innerhalb der Grevenener Einzelhandelsstrukturen hin, sondern sind auf die flächenintensiven Angebotsformen der Anbieter dieser Sortimentsgruppe zurückzuführen. Die sortimentspezifischen Zentralitäten liegen hier zwischen 0,97 und 1,14, so dass per Saldo ein relativ ausgewogenes Verhältnis zwischen Kaufkraftzuflüssen und Kaufkraftabflüssen besteht. Angesichts der üblicherweise regionalen Einzugsbereiche solcher Einzelanbieter fallen diese Werte vergleichsweise moderat aus. Auch im Bereich *Uhren/Schmuck* (rd. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Zentralität 0,99) und *Wohneinrichtungsbedarf* (rd. 2.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Zentralität 1,15) liegt ein relativ ausgeglichenes Verhältnis von Umsatz und örtlicher Kaufkraft vor, so dass hier per Saldo maximal geringe Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu erkennen sind.

In den Warengruppen *Elektrohaushaltsgeräte/Leuchten* und *Elektronik/Multimedia* liegen hingegen Zentralitäten von deutlich weniger als 1 und somit per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse vor. Dementsprechend ist hier am ehesten Potenzial zu zusätzlicher Kaufkraftbindung zu erkennen, die auf ein derzeitiges Angebotsdefizit hinweist.

Insgesamt zeigt sich sowohl anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung, als auch anhand der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass nicht nur in jeder Branche ein gewisses Angebot in Greven vorhanden ist, sondern überwiegend ein umfangreiches und gut strukturiertes Angebot vorliegt. Gleichwohl sind in gewissen Branchen leichte Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe festzustellen, die einen gewissen Entwicklungsspielraum erkennen lassen. Überwiegend handelt es sich jedoch um Arrondierungsspielräume, aus denen angesichts der regionalen Konkurrenzsituation kein akuter Handlungsbedarf abgeleitet werden kann.

Der Vergleich einzelner einwohnerbezogener Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Struktur bzw. Größenordnung verdeutlicht eine insgesamt normale bis gute Angebotsausstattung:

**Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich**

Warengruppe	Greven ca. 35.500 EW	JuK-Datenbank 25.000 – 50.000 EW
Nahrungs- und Genussmittel	<b>0,40</b>	0,38
Gesundheits- und Körperpflegeart.	<b>0,09</b>	0,06
Papierwaren / Bücher / Schreibwaren	<b>0,03</b>	0,03
Bekleidung / Wäsche	<b>0,20</b>	0,17
Schuhe / Lederwaren	<b>0,05</b>	0,04
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	<b>0,07</b>	0,07
Spielwaren / Hobbyartikel / Musikinstrumente	<b>0,02</b>	0,03
Sportartikel / Fahrräder / Camping	<b>0,05</b>	0,04
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	<b>0,03</b>	0,04
Unterhaltungselektronik / IT / Telekomm. / Foto	<b>0,03</b>	0,03
Möbel	<b>0,22</b>	0,20
Bau- und Gartenmarktsortimente	<b>0,43</b>	0,48
<b>Gesamt</b>	<b>1,75</b>	<b>1,73</b>

Eigene Darstellung

- So liegt der Ausstattungsgrad in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** mit 0,40 m<sup>2</sup>/EW nicht nur leicht **über dem bundesweiten Durchschnittswert** von 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner, sondern überwiegend auch über den Werten der aufgeführten Vergleichsstädte ähnlicher Größenordnung. Gute Ausstattungsgrade zeigen sich auch im interkommunalen Vergleich in der ebenfalls nahversorgungsrelevanten Warengruppe *Gesundheits- und Körperpflegeartikel*.
- Auch in den Leitbranchen **Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren** sowie **GPK/Hausrat/Geschenkartikel** und **Sportartikel/Fahrräder/Camping** weist Greven im interkommunalen Vergleich einen guten einwohnerbezogenen Ausstattungsgrad auf. Es sind zunächst keine quantitativen Angebotsdefizite zu verzeichnen. Ein unterdurchschnittlicher Ausstattungsgrad ergibt sich lediglich in der Warengruppe **Spielwaren/Hobbyartikel/Musikinstrumente**.
- Die aufgeführten Vergleichswerte bewegen sich überwiegend innerhalb eines üblichen Spektrums und verdeutlichen eine normale Angebotsausstattung in diesen Warengruppen.

Insgesamt ergibt sich ein **guter gesamtstädtischer Ausstattungsgrad** von rund **1,75 m<sup>2</sup>** pro Einwohner. Die sortimentspezifischen Werte weisen überwiegend normale Werte auf und lassen keine relevanten Angebotsdefizite erkennen, aus denen sich entsprechender Handlungsbedarf ableiten ließe. Entwicklungsspielraum ist am ehesten in den Branchen Spielwaren/Hobbyartikel, Elektrogeräte/Leuchten bzw. Unterhaltungselektronik/IT/Telekommunikation zu erkennen. Aus rein quantitativer Sicht ist am

Einzelhandelsstandort Greven ein der Versorgungsfunktion sowie der regionalen Konkurrenzsituation entsprechendes Verkaufsflächenangebot zu finden.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts jedoch vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Grevenener Einzelhandelsangebot daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

## 4.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Grevenener Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Greven kristallisieren sich folgende **räumlich-funktionale Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

- Hierbei handelt es sich in erster Linie um den **Hauptgeschäftsbereich** in der Grevenener **Innenstadt**, die den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Greven bildet. Dieser erstreckt sich auf einen flächenmäßig ausgedehnten Bereich zwischen Kardinal-von-Galen-Straße, An der Martinischule, und B 219. Der Einzelhandel dort ist eingebettet in die dichten, überwiegend kleinteiligen Bebauungsstrukturen der Innenstadt mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Detailliertere Aussagen zur Grevenener Innenstadt befinden sich im nachfolgenden Kapitel 4.3, eine parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt in Kapitel 7.1 dieser Untersuchung.
- Entsprechend der Grevenener Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung verfügt lediglich der rund 8.000 Einwohner zählende Ortsteil **Reckenfeld** über einen zentralen Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt im Kernbereich des Ortsteils, an dem die Betriebe untereinander von Synergieeffekten profitieren. Dieses **Ortsteilzentrum** übernimmt Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Reckenfeld und weist diesbezüglich eine relative Zentralität auf. Gleichwohl umfasst das Angebotsspektrum in erster Linie Sortimente der Grundversorgung, mit Schwerpunkten in nahversorgungsrelevanten Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe, so dass dieses Zentrum als Nahversorgungszentrum einzustufen ist. Darüber hinaus existieren keine weiteren Nebenzentren im Stadtgebiet. Die geringen Einwohnerzahlen des Ortsteils Gimbite sowie den Bauerschaften bieten keine ausreichende ökonomische Basis für nennenswerte, zentrale Angebotskonzentrationen.
- Ferner gibt es neben diesen räumlichen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben auch verschiedene **Einzelbetriebe** von hoher Bedeutung für die Grevenener Einzelhandelsstruktur. Dies sind sowohl (großflächige) Fachmärkte (z.B. Hagebaumarkt, Möbel Ottenjann, Rode Einrichten und Wohnen sowie diverse Gartenbedarfs- und Baustoffanbieter) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte (einzelne Lebensmittelanbieter), die aufgrund ihrer städtebaulichen und funktionalen Struktu-

ren zwar keinen Zentrencharakter aufweisen, dennoch aber einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung im Grevener Stadtgebiet leisten.

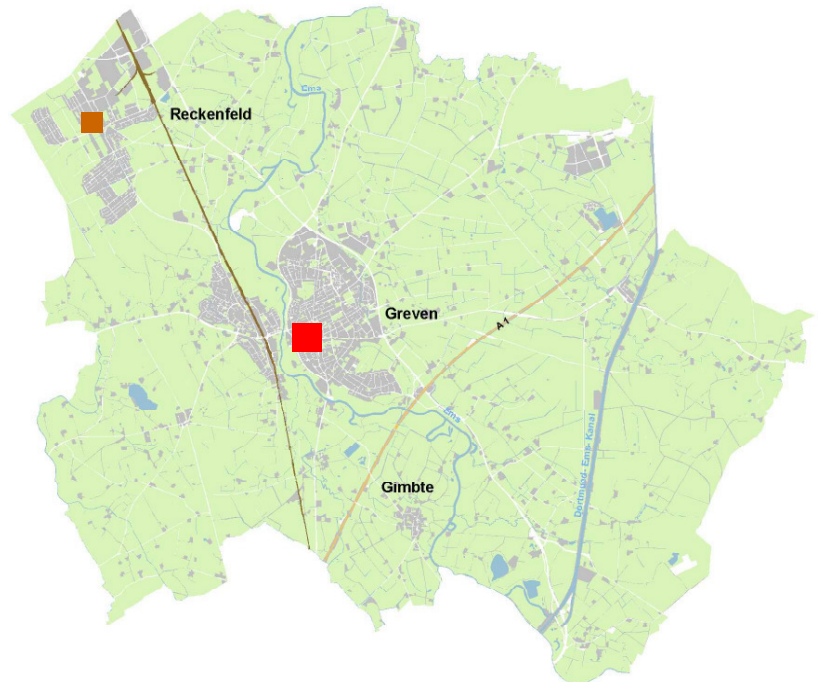
### Karte 3: Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels im Grevener Stadtgebiet

#### Zentrale Bereiche:

- Konzentration von zentrenbedeutsamen Funktionen
- Multifunktionalität (Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.)
- Städtebauliche und gestalterische Einheit

z.B.:

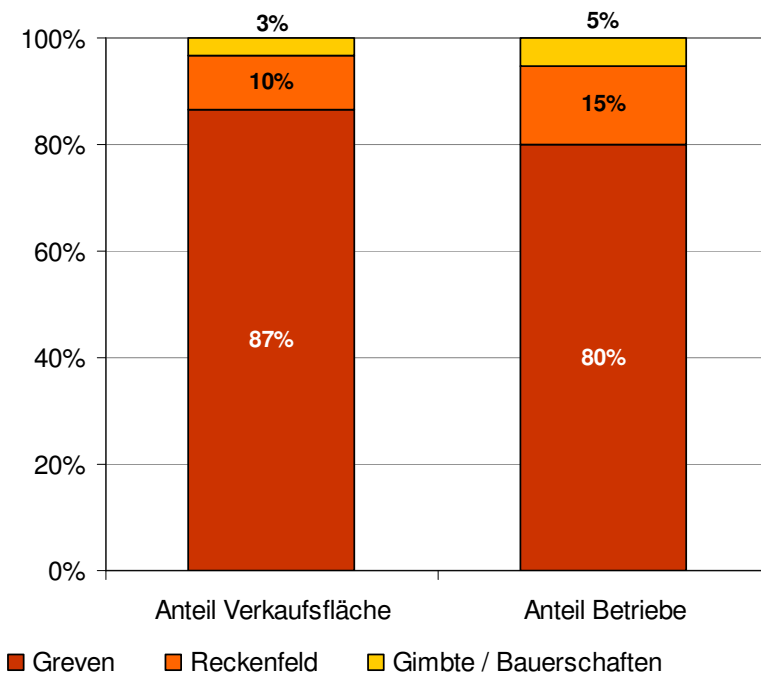
- **Innenstadt:**  
gesamtstädtische bzw. überörtliche Bedeutung
- **Ortsteilzentrum:**  
ortsteilbezogene Bedeutung



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: ALK

Somit wird deutlich, dass vor allem die Angebote in der Kernstadt Greven Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet und den darüber hinaus reichenden regionalen Verflechtungsbereich übernehmen. Die Angebote in den vorgelagerten Ortsteilen dienen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt in der Grevener Kernstadt:

Tabelle 7: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Grevenener Ortsteile



Quelle: Einzelhandelserhebung Greven, Juli/August 2009

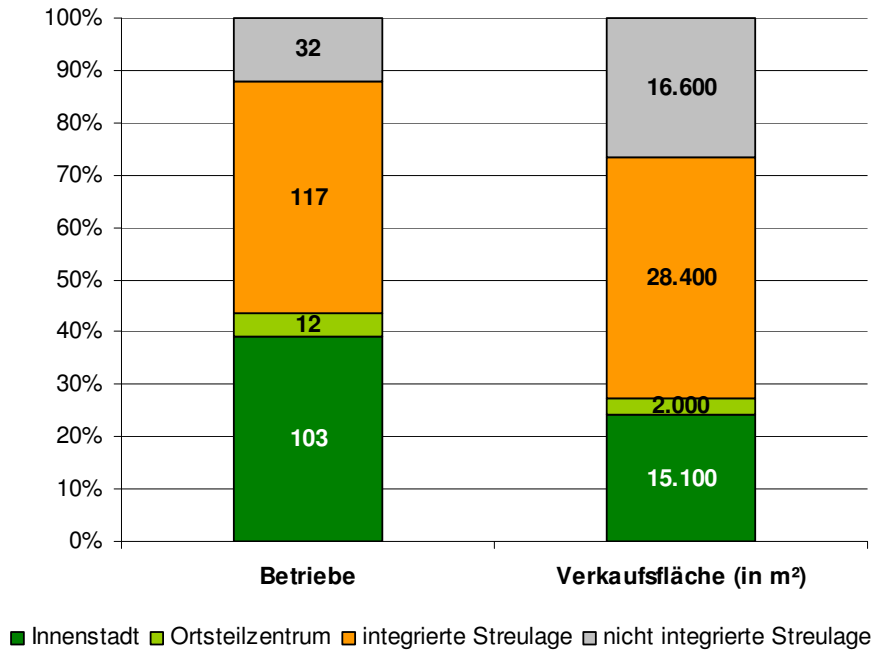
Zur Beurteilung der lokalen Einzelhandelssituation und möglichen Handlungsbedarfs in den Themenfeldern „wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ spielt jedoch vor allem die siedlungsräumliche und städtebauliche Integration der Betriebe eine bedeutende Rolle. In den folgenden Betrachtungen soll daher die diesbezügliche räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots näher betrachtet werden. Dabei spielt insbesondere die räumlich funktionale Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen sowie die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer **städtebaulichen Lage, d.h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration** in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche eine besondere Rolle.

Eine differenzierte Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots hinsichtlich der städtebaulichen Integration, d.h. der Unterscheidung zwischen

- der Lage in einem **zentralen Versorgungsbereich** im Sinne der §§ 2(2), 9(2a) und 34(3) BauGB sowie § 11(3) BauNVO (z.B. Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt, Nahversorgungszentren im Ortsteil Reckenfeld)
- sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen**, d.h. umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte oder
- **städtebaulich nicht integrierten Lagen**, d.h. Gewerbe- und Industriegebieten,

„Grüne-Wiese“-Standorte, Standorte im Außenbereich, zeigt folgendes Bild<sup>9</sup>:

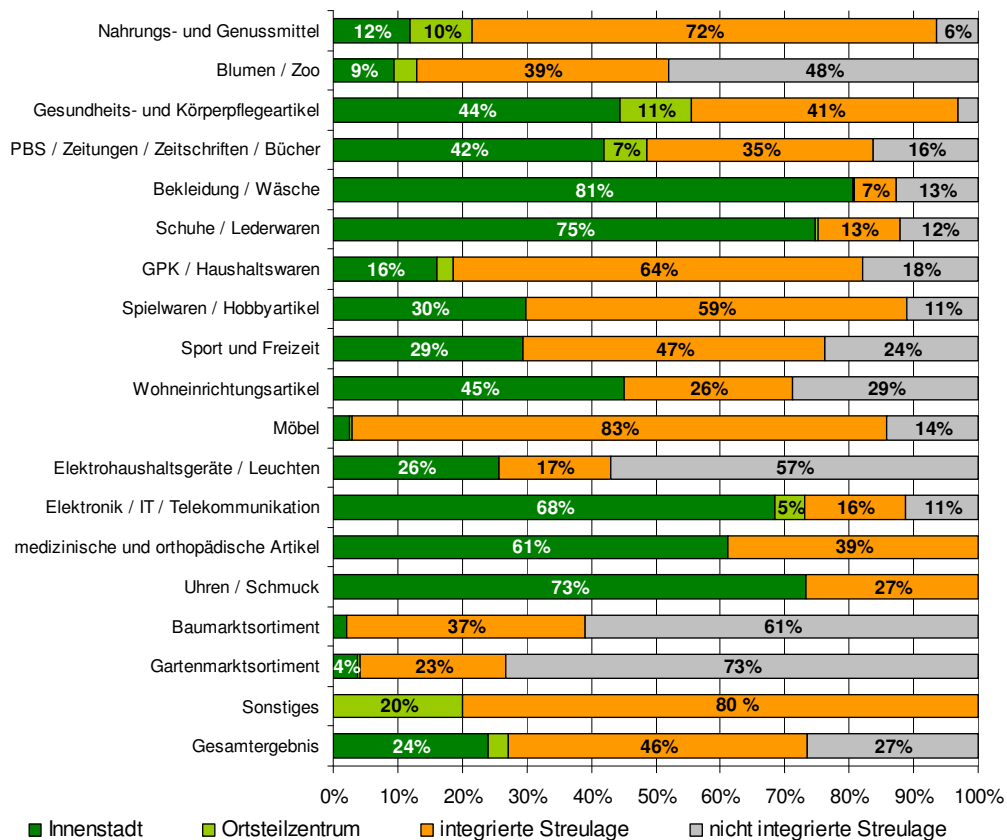
**Abbildung 3: Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots nach Lagen**



Quelle: Einzelhandelserhebung in Greven im Juli/August 2009

9 Eine detailliertere Abgrenzung und Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche und räumliche Definition der Sonderstandorte erfolgt im Kapitel 7.1 dieser Untersuchung.

**Abbildung 4: Räumliche Verteilung der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nach Lagen – sortimentspezifische Betrachtung in %**



Quelle: Einzelhandelserhebung in Greven im Juli/August 2009

- Mit mehr als 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfällt rund **ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots** auf den Hauptgeschäftsbereich in der **Grevener Innenstadt**, wobei dort fast 40 % aller Grevener Einzelhandelsbetriebe angesiedelt sind.

Dies spiegelt die Konzentration kleinteiliger (Fach-)Einzelhandelsbetriebe in der Grevener Innenstadt wider, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Grevener Innenstadt bilden. Der Anteil am gesamtstädtischen Angebot zeigt derzeit noch eine wichtige Position der Innenstadt gegenüber anderen Standorten im Stadtgebiet und ist der städtebaulichen (Versorgungs-)Funktion der Innenstadt – unabhängig von qualitativen Bewertungen des innerstädtischen Angebots – durchaus angemessen. Positiv zu werten ist insbesondere der Angebotsanteil der zentrenrelevanten Leitbranchen Bekleidung/Wäsche sowie Schuhe/Lederwaren sowie auch Elektronik/Multimedia in der Innenstadt.

- Der größte Einzelanteil (**46 %**) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfällt auf **städtebaulich integrierte Streulagen**. Mehr als 40 % dieses Angebots entfällt auf nahversorgungsrelevante Angebote der kurzfristigen Bedarfsstufe und somit Angebote der wohnortnahen Grundversorgung. Aber auch Angebote der Branchen Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren, Spielwaren/Hobbyartikel und Sport und Freizeit befinden sich zu großen Teilen in Streulagen außerhalb der Zentren.

Mit rund 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfallen lediglich rund **3 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf das **Ortsteilzentrum** in Reckenfeld. Auch dieses Angebot umfasst vor allem grundversorgungsrelevante Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe und verdeutlicht die Nahversorgungsfunktion dieses Standorts.

- Rund ein Viertel des Grevener Verkaufsflächenangebots (rd. 16.600 m<sup>2</sup>) entfällt auf **städtebaulich nicht-integrierte Lagen** außerhalb der Zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Dies betrifft in Greven mehrheitlich als nicht-zentrenrelevant einzuordnende und sehr flächenintensive Angebote, wie beispielsweise Bau- und Gartenmarktsortimente, während der Anteil der in der Regel als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant einzuordnenden Warengruppen, wie z.B. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Bekleidung/Wäsche oder Schuhe/Lederwaren nur in geringem Umfang an solchen Standorten angeboten werden. Eine deutliche Angebotsverschiebung an solche Standorte hat – wie in vielen anderen Kommunen zu beobachten – demnach in Greven bislang (noch) nicht stattgefunden.

Derzeit besteht insgesamt noch eine recht ausgewogene räumliche Angebotsverteilung in Greven mit einer positiv zu wertenden Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere die Grevener Innenstadt. Dies ist nicht zuletzt eine positive Folge der konsequenten Ansiedlungs- und Steuerungspolitik von Politik und Verwaltung in Greven in der Vergangenheit. Auch zukünftig ist diese Ansiedlungspolitik fortzusetzen, um eine räumliche Schieflage und **innerkommunale Konkurrenzsituation** zwischen Innenstadt und Sonderstandorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu vermeiden. Gerade Angebotsüberschneidungen in zentrenrelevanten Angeboten können nicht selten städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Bereiche wie z.B. die Grevener Innenstadt mit sich bringen.

### Großflächiger Einzelhandel in Greven

- Aktuell bestehen in Greven **18 großflächige Anbieter**<sup>10</sup> mit einer Verkaufsfläche von ca. 33.600 m<sup>2</sup>. Obwohl diese Betriebe weniger als 7 % aller Anbieter präsentieren, weisen sie **mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** auf.
- Mit 14 Betrieben und rund 9.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, d.h. rund 28 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter entfällt die Hälfte der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Hier sind in erster Linie die großen Lebensmittelanbieter (Verbrauchermarkt K&K, Supermärkte sowie Lebensmitteldiscounter) zu nennen, die überwiegend in städtebaulich integrierten Streulagen zu finden sind.

---

<sup>10</sup> Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. Die aktuelle Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).



- Etwa **40 %** des Angebots der großflächigen Anbieter entfällt auf die Warengruppe **Bau- und Gartenmarktsortimente**, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe (Baufachmarkt, Gärtnerei, Baustoffhandel) zurückzuführen ist.
- Größte Anbieter sind der **Hagebaumarkt** (mehr als 6.000 m<sup>2</sup>) sowie der **Verbrauchermarkt K&K** (rund 3.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).
- Mehr als ein **Drittel des Verkaufsflächenangebots** der großflächigen Betriebe befindet sich an peripher gelegenen, **städtebaulich nicht integrierten Standorten**. Der Großteil (rd. die Hälfte) entfällt jedoch auf städtebaulich integrierte Streulagen.

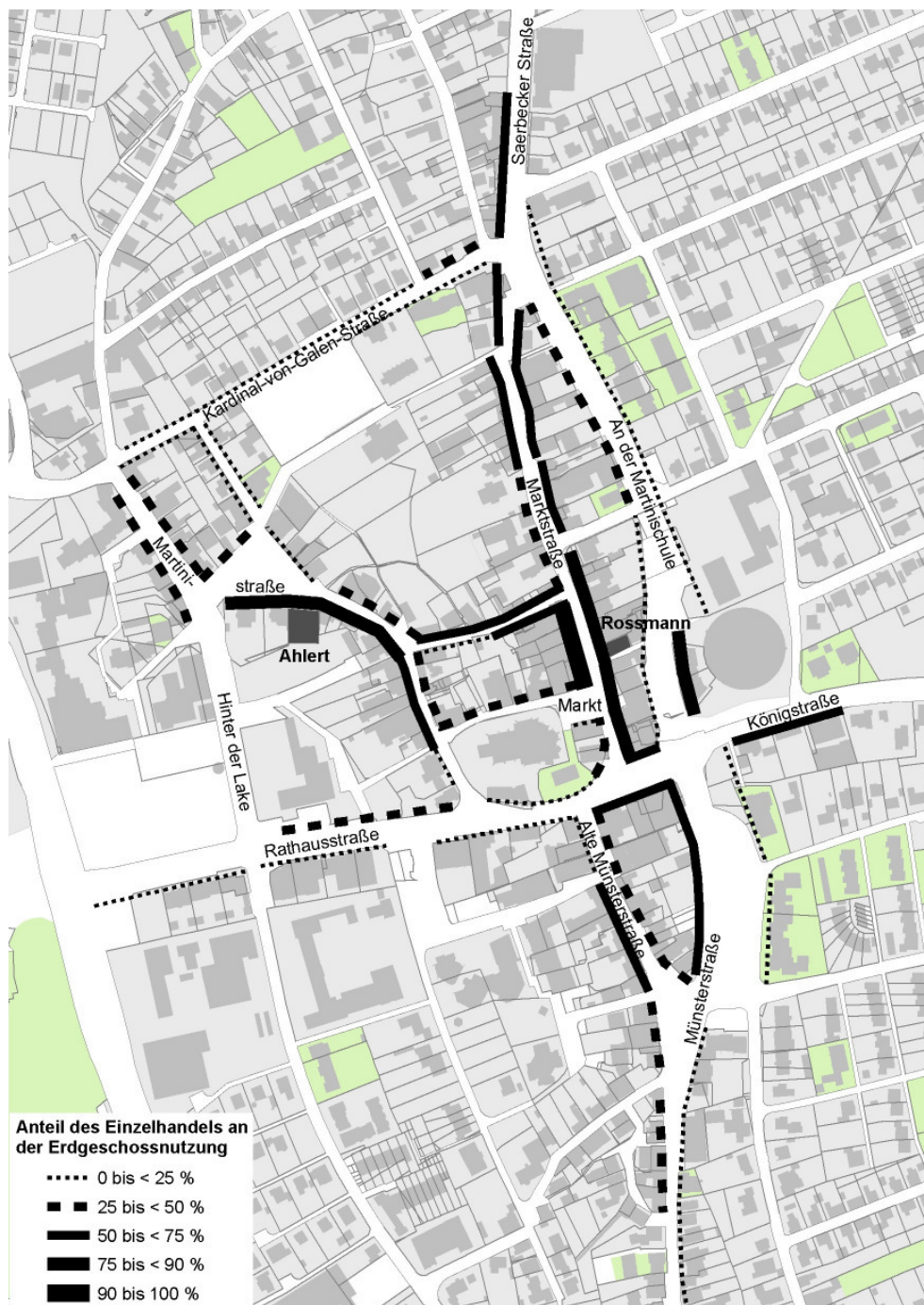
### **4.3 Die Greverer Innenstadt**

---

Die Greverer Innenstadt bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Greven. Sie erstreckt sich im Wesentlichen auf den Bereich zwischen B 219 im Westen, Kardinal-von-Galen-Straße im Norden, An der Martini-Schule / Münsterstraße im Osten und Rathausstraße / Alte Münsterstraße im Süden. Dieser kleinteilig strukturierte Bereich ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen.

Wichtigste Einzelhandelslage ist die als Fußgängerzone gestaltete Marktstraße, die als Hauptachse den dichtesten Geschäftsbesatz und die höchsten Passantenfrequenzen innerhalb der Greverer Innenstadt aufweist. Insbesondere der südliche Teilabschnitt der Marktstraße weist eine hohe Dichte an Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung auf. In den meisten Einkaufsstraßen der Greverer Innenstadt herrschen deutlich geringere Einzelhandelsdichten vor und es dominieren Dienstleistungs- und Wohnnutzungen.

Abbildung 5: Die Grevener Innenstadt mit Einzelhandelsdichten



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen, Kartengrundlage: ALK

### Exkurs: Die Einzelhandelsdichte

Ein wichtiges Kriterium für die Abgrenzung eines Hauptgeschäftsbereichs und die Differenzierung in Haupt- und Nebenlagen ist die vorhandene Nutzungsstruktur. Die Darstellung der Einzelhandelsdichten und relevanter Magnetbetriebe (vgl. Abbildung 5) ergibt dabei ein anschauliches und vergleichbares Bild des Zentrums und seiner unterschiedlichen Lagen. Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Bebauung. Mit diesem Gradmesser lassen sich Unterschiede, Wertigkeiten und Konzentra-

*tionspunkte des Einzelhandels einfach und plakativ herausarbeiten.*

Die **Hauptlage** (A-Lage) ist die „beste Adresse“ und das „Aushängeschild“ eines Hauptgeschäftsbereichs. Sie zeichnet sich grundsätzlich durch eine hohe Einzelhandelsdichte aus. In Toplagen größerer Städte und in Einkaufszentren beträgt diese meist zwischen 90 und 100 %. Als gut sind auch noch Werte zwischen 75 und 90 % einzustufen, die in vielen Hauptgeschäftslagen mittlerer und größerer Städte vorzufinden sind. Die Zentren vieler kleinerer Städte, Stadtteilzentren oder auch die Randbereiche der Hauptlagen weisen Einzelhandelsdichten von 50 - 75 % auf. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums zu stellen.

Auch in **Nebenlagen** (B-Lagen) stellt der Einzelhandel in der Regel noch eine Leitnutzung dar und steht in deutlichem funktionalen und städtebaulichen Zusammenhang mit der Hauptlage. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten über 50 % auf und ermöglichen damit noch einen Einkaufsbummel entlang von Geschäftsauslagen. Die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes lassen meist etwas nach, es gelten diesbezüglich weniger „strenge“ Anforderungen. Vor allem in größeren, teilweise auch in stark touristisch geprägten Geschäftszentren existieren Nebenlagen mit hohen Einzelhandelsdichten und teilweise hochwertigen Spezialanbietern.

Schwächere Nebenlagen werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert ein dichter Dienstleistungsbesatz. Dementsprechend liegen die Werte für die Einzelhandelsdichte unter 50 %. Teilweise weisen solche Lagen nur noch vereinzelt oder gar keine Einzelhandelsnutzungen mehr auf und sind ausschließlich durch Dienstleistungsanbieter oder Wohnnutzung geprägt. Die Qualität der Angebote sowie des öffentlichen Raums lässt in der Regel deutlich nach. Wichtige „Ergänzungslagen“ von Geschäftszentren sind u.a. gastronomisch geprägte Abschnitte oder auch Altstadtbereiche.

***Generell gilt es, möglichst hohe Einzelhandelsdichten in einer kompakten Anordnung mit gut vernetzten Einzelhandelslagen anzustreben. Insbesondere die Hauptlagen der gewachsenen Geschäftszentren sollten sich dabei an den hohen Werten der Toplagen und Einkaufszentren orientieren.***

### **Das Einzelhandelsangebot in der Grevener Innenstadt**

Mit mehr als 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche umfasst das Einzelhandelsangebot in der Grevener Innenstadt rund ein Viertel des gesamtstädtischen Angebots. Dies ist für eine Kommune der Größenordnung Grevens ein durchschnittlicher Wert (Vergleich: Junker und Kruse Datenbank, Anteil der Innenstadtverkaufsfläche in Kommunen zwischen 25.000 und 50.000 Einwohner: durchschnittlich rd. 26 %). Mit rund 0,43 m<sup>2</sup> Innenstadtverkaufsfläche pro Einwohner besteht ein leicht unterdurchschnittlicher Ausstattungsgrad (durchschnittlich 0,48 m<sup>2</sup> in Vergleichskommunen). Gleichzeitig befinden sich mit mehr als 100 Einzelhandelsbetrieben rund 40 % aller Grevener Betriebe innerhalb des oben definierten Bereichs der Innenstadt.

**Tabelle 8: Innerstädtische Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich**

Warengruppe	Greven (rd. 35.500 EW)		J+K Datenbank (25.000 – 50.000 EW)	
	Innenstadt- VKF je EW (in m <sup>2</sup> )	Anteil Innenstadt an Gesamt	Innenstadt- VKF je EW (in m <sup>2</sup> )	Anteil Innenstadt an Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	0,04	9 %	0,07	17 %
Gesundheits- und Körperpflege	0,04	44 %	0,03	39 %
Papier / Bücher / Schreibwaren	0,01	42 %	0,02	59 %
Bekleidung / Wäsche	0,16	81 %	0,14	64 %
Schuhe / Lederwaren	0,04	75 %	0,03	58 %
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	0,01	16 %	0,03	41 %
Spielwaren / Hobbyartikel	0,01	30 %	0,02	53 %
Sportartikel und Freizeit	0,01	29 %	0,02	35 %
Wohneinrichtung	0,04	45 %	0,02	35 %
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,01	26 %	0,01	24 %
Unterhaltungselektronik / Foto	0,02	68 %	0,02	45 %
<b>Gesamt</b>	<b>0,43</b>	<b>24 %</b>	<b>0,48</b>	<b>26 %</b>

Eigene Berechnungen auf Basis von Bestandserhebungen in den Jahren 2002 bis 2009

Angebotsschwerpunkte finden sich erwartungsgemäß in den Leitbranchen des Innenstadthandels **Bekleidung / Wäsche** und **Schuhe / Lederwaren** für die sich gute einwohnerbezogene Ausstattungsgrade und hohe Anteile des innerstädtischen Angebots am gesamtstädtischen Verkaufsflächenvolumen zeigen. Aber auch andere zentrenprägende Angebote, insbesondere auch attraktive Bausteine wie Spielwaren / Hobbyartikel, Sport und Freizeitartikel und Glas / Porzellan / Keramik / Hausrat sind – wenn teilweise in geringem Umfang – vertreten.

Rund zwei Drittel aller Betriebe weisen weniger als 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Eine solch **kleinteilige Betriebsgrößenstruktur** ist ein typisches Merkmal innerstädtischer Einzelhandelsangebote und spiegelt den hohen Anteil kleiner Fachgeschäfte wieder. Aber auch mittlere und vereinzelt größere Verkaufsflächeneinheiten sind in üblichem Maß vorhanden, so dass insgesamt eine ausgewogene Mischung von verschiedenen Betriebstypen und -größen zu vermerken ist. Größter Anbieter im Innenstadtbereich ist das Textilkaufhaus Ahlert in der Martinstraße.

Die Angebotsqualität weist ebenfalls ein breites Spektrum auf. Es finden sich sowohl hochwertige Fachangebote, als auch preisorientierte Discountangebote. Ein Qualitätsmerkmal des Grevenener Innenstadthandels ist der Anteil individueller Angebote, u.a. in Form von inhabergeführten, mittelständischen Betrieben. Auf der anderen Seite sind die vorhandenen Filialbetriebe jedoch häufig der einfachen bis preisorientierten Vertriebschiene zuzuordnen, so dass höherwertige Filialisten als Frequenzerzeuger und wichtiger Attraktivitätsbaustein nur in geringerem Umfang vertreten sind. Zudem sind

die Nebenlagen der Innenstadt durch hohe Anteile von Dienstleistungsunternehmen und Wohnnutzungen sowie teilweise auch zahlreiche Leerstände geprägt, so dass hier nur eingeschränkt Einkaufsatmosphäre aufkommt.

Im folgenden sollen die einzelnen Teilbereiche des Hauptgeschäftsbereichs differenziert betrachtet werden.

### Die Hauptlage in der Marktstraße



Die Marktstraße weist insbesondere im südlichen Abschnitt die größten Einzelhandelsdichten auf und bildet die zentrale Einkaufslage der Grevener Innenstadt. Der Verkaufsflächenbestand beträgt knapp 5.000 m<sup>2</sup>. Neben einigen Filialbetrieben wie den Textilanbietern Engbers, Buddelei, NKD und Ernsting's Family sowie den Schuhanbietern ABC-Schuhe und Schuhpark Facies liegen auch individuelle Fachgeschäfte (z.B. Wiesch-

hörster, Rickmann, Burgholz) in der Marktstraße. Der Drogeriemarkt Rossmann ist der größte Betrieb und trägt neben den genannten Fachanbietern maßgeblich für Passanten- und Besucherfrequenzen in dieser Einkaufslage bei. Daneben finden sich auch mehrere kleinteilige Anbieter, wobei insbesondere der Anteil inhabergeführter Fachgeschäfte und mittelständischer Betriebe ein Qualitätsmerkmal des innerstädtischen Angebots gegenüber Wettbewerbsstandorten bildet. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung und Schuhe, aber auch zahlreiche andere Branchen sind vertreten, so dass hier eine attraktive Angebotsstruktur vorgehalten werden kann.

Das **Angebotsniveau** dieser Geschäftslage lässt sich im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung als durchschnittlich bezeichnen. Die Anzahl der vorhandenen Filialisten in der Fußgängerzone ist insgesamt vergleichsweise gering, was einerseits auf ein individuelles Fachangebot mit zahlreichen mittelständischen Betrieben und einer im Schnitt hohen Angebots- und Servicequalität hindeutet. Auf der anderen Seite sind unter den vorhandenen Filialisten jedoch zahlreiche discount- bzw. preisorientierte Anbieter vorhanden, was für eine zentrale Geschäftslage eher untypisch ist. Die vorhandenen Filialbetriebe entsprechen einem eher durchschnittlichen bis einfachen Standard, während gleichzeitig höherwertigere filialisierte Anbieter bzw. solche mit hoher „Modekompetenz“ - wie z.B. die Textilanbieter Esprit oder H&M – kaum vertreten sind.

Die **Einzelhandelslage** zeigt vor allem im südlichen Bereich der Marktstraße eine gewisse Dichte. Im nördlichen Abschnitt wird der Besatz an Einzelhandelsladenlokalen geringer und Dienstleistungs-, Gastronomie- und auch Wohnnutzungen sind häufiger vertreten, was die Ausstrahlungskraft als „Hauptlage“ bzw. „erste Adresse“ der Grevener Innenstadt etwas einschränkt. Mit den bestehenden Planungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters bzw. der „Martini-Passage“ sind hier wichtige Schritte zur Vitalisierung dieses Abschnitts in der Bearbeitung.



### **Martinistraße, Niederort, Bergstraße, Kirchstraße**



Martinistraße und Niederort bilden die Kernachse der Nebenlage der Grevenener Innenstadt. Mit dem Textil-Kaufhaus Ahlert ist hier der größte Anbieter und Magnetbetrieb verortet. Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz jedoch deutlich geringer, als in der Marktstraße. Die von der Marktstraße westlich abzweigenden Verbindungen (Bergstraße, Kirchstraße) in Richtung Martinistraße / Niederort lassen aufgrund des unregelmäßigen

Geschäftsbesatzes jedoch nur begrenzt Geschäftsatmosphäre aufkommen und wirken auf den ersten Blick unscheinbar. Mit der Angebotsausweitung und geplanten Neugestaltung des Platzbereichs am Niederort sowie den Planungen zur Ansiedlung des Rathaus-Carrés sind entscheidende Projekte zur Attraktivierung der Nebenlage der Grevenener Innenstadt in der Planung.

Insgesamt bieten diese Einzelhandelslagen abwechslungsreiche Strukturen und gute Aufenthaltsqualitäten. Das Einzelhandelsangebot weist bis auf wenige Ausnahmen derzeit jedoch eher ein schwaches Profil auf: Die einzelnen Geschäftslagen sind „klein“, teilweise wenig zusammenhängend, die Anzahl der attraktiven Filialisten ist gering.

### **Die Rathausstraße**



Die Rathausstraße ist eine wichtige Verkehrsachse des Stadtkerns. Der einzelhandelsrelevante Bereich zwischen Rathausplatz und Kreuzungsbereich An der Martinischule / Münsterstraße weist jedoch heute geringe Einzelhandelsdichten mit insgesamt rund 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Prägender Einzelhandelsbetrieb ist Dieler (ehem. Kaufhaus Magnus). Daneben existieren wenige Einzelhandelsbetriebe, Spezialanbieter und Dienstleistungsbetriebe.

Die Dichte der Einzelhandelsnutzungen ist gering und der Bereich weist das Profil einer typischen Nebenlage auf. Der öffentliche Raum ist stark verkehrsdominiert und weist kaum Aufenthaltsqualitäten auf.

### **Alte Münsterstraße**

Die südlich der Rathausstraße abzweigende Alte Münsterstraße weist insgesamt knapp 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Die derzeit leerstehende Fläche des ehemaligen Bio-Supermarktes stellt das größte Ladenlokal dar, ansonsten ist die Geschäftsstruktur kleinteilig. Insgesamt prägen geringe Einzelhandelsdichten, Wohnnutzungen und leer



stehende Ladenlokale das Bild, so dass eine wenig ausgeprägte Einkaufsatmosphäre festzustellen ist. Aus Einzelhandelsicht ist der Straßenzug trotz der geringen Entfernung zur Hauptlage an der Marktstraße als abgesetzte Nebenlage einzuordnen. Hier entfaltet zum einen die stark befahrene Rathausstraße eine eher „psychologische“ Barrierewirkung. Zum anderen erzeugt die Sichtbeziehung von der Marktstraße zur Eingangssituation der alten Münsterstraße

kaum Aufforderungscharakter, da mit der Bankfiliale und dem historischen Wohngebäude kein Fortsatz der Einzelhandelslage signalisiert wird. Positiv zu werten ist die Parkmöglichkeit am südlichen Ende der alten Münsterstraße. In Kombination mit dem freundlich gestalteten, offenen Platzbereich und dem umgebenden Besatz an Ladenlokalen wirkt die Einzelhandellage hier deutlich belebter bzw. attraktiver. Entsprechend sind hier auch höhere Einzelhandelsdichten in den Erdgeschossnutzungen festzustellen.

#### 4.4 Wohnortnahe Grundversorgung in Greven

In der Gesamtschau zeigt sich für die Stadt Greven eine **quantitativ gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Derzeit führen in Greven mehr als **80 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **14.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **22 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Gesamtstadt entspricht.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,4 m<sup>2</sup> pro Kopf** und liegt somit oberhalb des bundesweiten Vergleichswerts. Mit rund **66 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 38 % des Gesamtumsatzes des Grevener Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,92** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel rund 8 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Grevener Bevölkerung und somit knapp unter dem Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus Verbrauchermarkt, Supermärkten, Lebensmittel-discountern und kleineren Lebensmittelläden ist grundsätzlich positiv zu bewerten. Ergänzt werden die größeren Anbieter durch zahlreiche kleinteilige Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe.

In einem nächsten Schritt muss nun vor allem die **räumliche Verteilung** des nahversorgungsrelevanten Angebots näher betrachtet werden. Bei einer solchen räumlich differenzierten Betrachtung der Angebotssituation wird deutlich, dass es im Hinblick auf die

Verkausflächenausstattung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel deutliche räumliche Unterschiede in den Ortsteilen gibt:

### **Wohnungsnahe Grundversorgung in der Kernstadt Greven**

Der Angebotsschwerpunkt des nahversorgungsrelevanten Angebots befindet sich mit mehr als 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu rund drei Vierteln in der Kernstadt **Greven** und dort speziell bei den Angeboten der großflächigen Anbieter (u.a. Verbrauchermarkt K&K). Dies entspricht einer überdurchschnittlichen Angebotsausstattung von 0,46 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner. Darin wird deutlich, dass das vorhandene Angebot auch stadtweite und z.T. darüber hinaus gehende Versorgungsfunktionen hat.

Die Siedlungsbereiche der Grevener **Kernstadt links der Ems** weisen mit rund 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der untersuchungsrelevanten Warengruppe einen im gesamtstädtischen Vergleich deutlich **unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrad** von weniger als 0,23 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner auf. Neben dem bestehenden Lebensmittelanbieter Edeka stellen hier lediglich zwei Getränkemärkte sowie einzelne kleinteilige Anbieter das örtliche Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Der **niedrige Zentralitätswert von 0,44** zeigt deutliche Kaufkraftabflüsse (per Saldo mehr als die Hälfte) an andere Angebotsstandorte außerhalb der Kernstadt links der Ems.

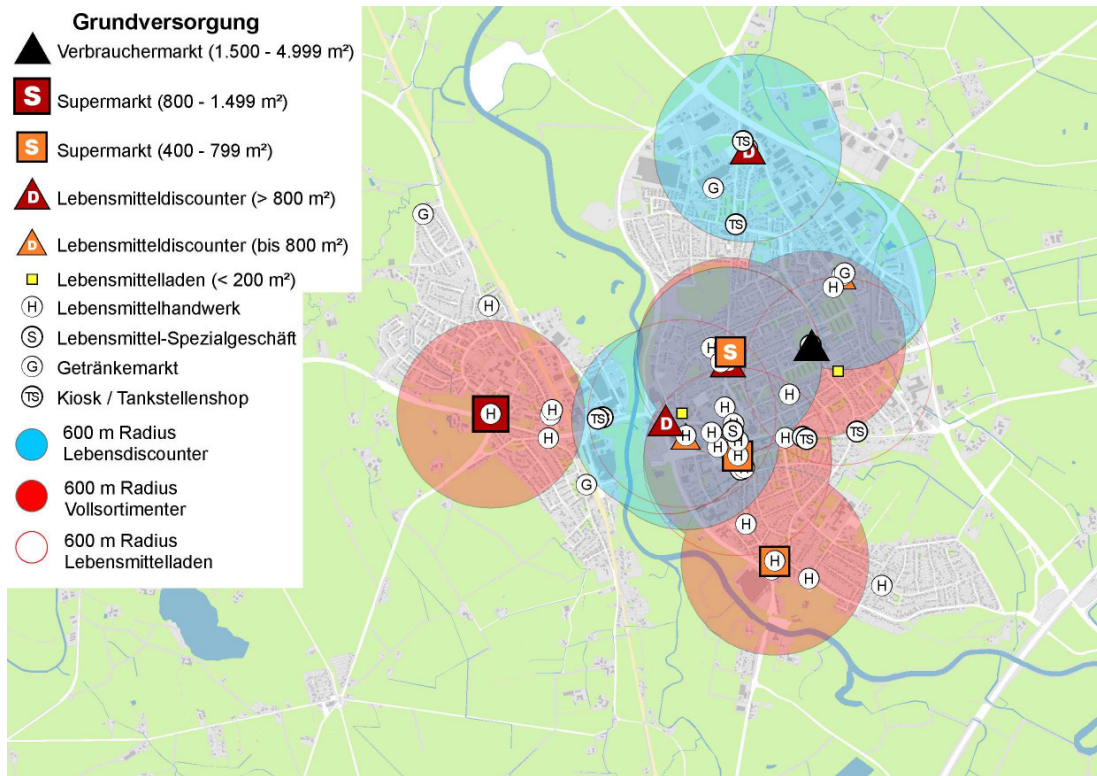
In den benachbarten Siedlungsbereichen der **Kernstadt rechts der Ems** ist das sortimentspezifische Angebot mit fast 9.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hingegen deutlich umfangreicher (rd. 0,52 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner). Auch der Zentralitätswert von rund 1,2 zeigt per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse in dieser untersuchungsrelevanten Branche. Das sortimentspezifische Angebot umfasst hier neben einem Verbrauchermarkt, zwei Supermärkten und fünf Lebensmitteldiscountern vor allem auch zahlreiche kleinteilige Anbieter (insbesondere auch in der Grevener Innenstadt).

Innerhalb des **zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** führen derzeit 20 Einzelhandelsbetriebe Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment. Dabei handelt es sich vor allem um kleinteilige Betriebe wie beispielsweise Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/Metzger) sowie spezialisierte Fachanbieter (z.B. Feinkost). Der vergleichsweise kleine Plus-Lebensmitteldiscounter ist der derzeit einzige Lebensmittelmarkt im Grevener Zentrum. Mit rund 1.300 m<sup>2</sup> sortimentspezifischer Verkaufsfläche liegt der Anteil der Innenstadt am gesamtstädtischen Angebot in dieser Warengruppe bei weniger als 10 %. Zur Zeit existieren diesbezüglich Überlegungen bzw. Bemühungen zur Erweiterung des innerstädtischen Angebots, beispielsweise durch die Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters und/oder zur Verlagerung und Erweiterung des bestehenden Lebensmitteldiscounters als frequenzerzeugende Magnetbetriebe für den Innenstadtbereich.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung muss neben der quantitativen Ausstattung vor allem auch die fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelbetriebe als Bewertungsmaßstab herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Greven mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt, was im Mittel einem Fußweg vom 5 Minuten Dauer entspricht.



#### Karte 4: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Greven mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius)



Quelle: Eigene Darstellung anhand der Einzelhandelsbestandserhebung mit Stand Juli/August 2009  
Kartengrundlage: ALK

Auffällig ist eine starke räumliche Konzentration der größeren Lebensmittelanbieter in der Kernstadt rechts der Ems. Die Radien der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich hier zum Teil mehrfach, so dass in den entsprechenden Siedlungsbereichen eine sehr gute Angebotsausstattung und eine gute Erreichbarkeit der Anbieter gegeben ist. Räumliche Angebotslücken zeigen sich hauptsächlich in den Siedlungsbereichen, insbesondere in der Kernstadt links der Ems.

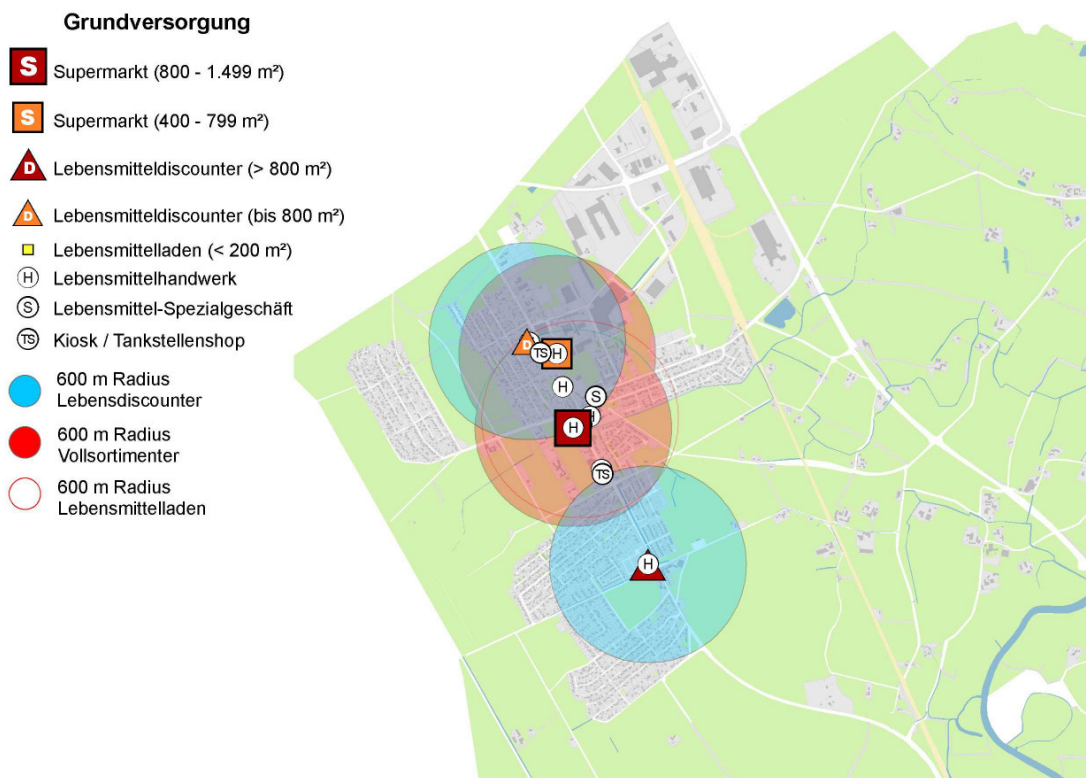
#### Wohnungsnah Grundversorgung im Ortsteil Reckenfeld

Im **Ortsteil Reckenfeld** werden Nahrungs- und Genussmittel auf insgesamt rund 3.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten, woraus eine gute einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,42 m<sup>2</sup> / EW resultiert. Größte Betriebe sind ein Edeka-Markt im Zentrum des Ortsteils, ein Lidl-Markt an der Kanalstraße im Süden des Ortsteils sowie ein Aldi-Markt und ein K&K-Supermarkt an der Emsdettener Landstraße, die durch verschiedene kleinteilige Betriebe (v.a. Bäckereien) ergänzt werden. Insgesamt werden in Reckenfeld bei einem sortimentsspezifischen Umsatz von rund 17,2 Mio. Euro und einer Kaufkraft von rund 16,3 Mio. Euro in dieser Branche eine **Zentralität von 1,06** erzielt. Dies zeigt eine gute Grundversorgungssituation und Angebotsausstattung im Ortsteil.

Das **Ortsteilzentrum** liegt im Zentrum des Ortsteils im Kreuzungsbereich Grevener Landstraße/Emsdettener Landstraße und Steinfurter Straße/Bahnhofstraße. Das dort

vorhandene Grundversorgungsangebot der Branche Nahrungs- und Genussmittel umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von rund 1.350 m<sup>2</sup>. Hauptanbieter und frequenzerzeugender Magnetbetrieb ist der Lebensmittelmarkt Edeka, der durch kleinteilige Anbieter (Lebensmittelladen, Bäcker, Feinkostgeschäft, Tabakwarenladen) ergänzt wird. Darüber hinaus existieren ein Drogeriemarkt und weitere ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich und dient somit vorrangig der Grundversorgung der Bevölkerung des Ortsteils. Dabei sind die ergänzenden kleinteiligen Betriebe in hohem Maße auf den bestehenden Lebensmittelladen als Frequenzbringer angewiesen.

**Karte 5: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Ortsteil Reckenfeld mit fußläufigen Einzugsbereichen (600 m-Radius)**



Quelle: Eigene Darstellung anhand der Einzelhandelsbestandsaufnahme mit Stand Juli/August 2009  
Kartengrundlage: ALK

Die räumliche Verteilung der Anbieter ist grundsätzlich positiv zu bewerten. Bis auf wenige Siedlungsrandbereiche liegt nahezu das gesamte Wohnsiedlungsgebiet innerhalb der fußläufigen Einzugsbereiche größerer Lebensmittelmärkte, so dass hier kein Defizit hinsichtlich der wohnortnahen Versorgung festgestellt werden kann.

### **Wohnungsnaher Grundversorgung im übrigen Stadtgebiet**

Im **übrigen Stadtgebiet** außerhalb der Kernstadt und des Ortsteils Reckenfeld beschränkt sich das Angebot der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf einzelne Hofläden in den Bauerschaften, Tankstellenshops und kleinere Angebote am Flughafen. Auch im dörflich strukturierten Ortsteil Gimbe ist kein Lebensmittelangebot vorhan-

den. Bei weniger als 1.000 Einwohnern ist eine ökonomische Tragfähigkeit für einen größeren Lebensmittelmarkt jedoch auch nicht gegeben. Vor allem im Lebensmittelbereich schlägt sich der Strukturwandel im Einzelhandel durch Verkaufsflächenwachstum und Unternehmenskonzentrationen auf der einen und einen Rückgang der Betriebszahlen und ein Ausdünnen des wohnortnahen Versorgungsnetzes auf der anderen Seite nieder. Marktübliche „Eintrittsgrößen“ von neuen Lebensmittelmärkten liegen derzeit bei mindestens 1.000 bis 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Solche Märkte benötigen ein Kundenpotenzial von wenigstens 5.000 – 6.000 Einwohnern als „Mantelbevölkerung“, d.h. im unmittelbaren Einzugsbereich ihrer Märkte, um branchenübliche Sollumsätze erzielen zu können. Somit ist das Vorhandensein kleinerer Lebensmittelläden oder einer mobilen Versorgung die bestmögliche Versorgung für die Bevölkerung in kleineren Ortsteilen. Derzeit ist jedoch auch eine derartige Versorgung in Gimble nicht gewährleistet.

### Zwischenfazit

Insgesamt werden in Greven fast 80 % der sortimentspezifischen Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an **Standorten in Streulagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erzielt, während auf die Innenstadt und das Ortsteilzentrum Reckenfeld lediglich jeweils rund 10 % entfallen. Innerhalb der größeren, zusammenhängenden Siedlungsbereiche (Kernstadt Greven und Ortsteil Reckenfeld) zeigt sich eine weitgehend flächendeckende Nahversorgungssituation im Stadtgebiet ohne räumliche Versorgungsdefizite hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben. Dabei weist das Angebot jedoch eine starke **Polarisierung** auf **Streulagen in der Kernstadt rechts der Ems** auf. Insbesondere der Innenstadtbereich und die Kernstadt links der Ems weisen vergleichsweise niedrige Angebotsausstattungen und Verkaufsflächenanteile auf, wobei die hier vorhandenen Lebensmittelmärkte (Plus in der Innenstadt, Edeka Grimmstraße im Stadtkern links der Ems) über relativ geringe Verkaufsflächengrößen verfügen und entsprechend unter einem gewissen Wettbewerbsdruck agieren.

Aus der gesamtstädtisch guten Angebotsausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel kann kein Wettbewerbsschutz für bestehende Betriebe formuliert werden. Angesichts der derzeit hohen sortimentspezifischen Angebotsanteile von Streulagen außerhalb der Zentren und der Polarisierung des Angebots auf die Kernstadt rechts der Ems, sind zukünftige Einzelhandelsentwicklungen vielmehr gemäß der **städttebaulichen Zielsetzung der Sicherung und Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung** zu beurteilen. Die aufgeführten Zentralitätskennwerte sowie die räumlich differenzierte Betrachtung der Angebotssituation in Greven zeigen diesbezüglich am ehesten Entwicklungsbedarf in der Grevenener Innenstadt sowie in der Kernstadt links der Ems.

Der Aufbau eines adäquaten, wohnortnahen Angebots in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel **in den dünn besiedelten Lagen und kleineren Ortsteilen** ist hingegen deutlich erschwert. Die disperse Siedlungsstruktur und die sehr geringen Bevölkerungszahlen im direkten Umfeld möglicher Betriebsstandorte stehen dem Aufbau eines flächendeckenden wohnortnahen Nahversorgungsangebots entgegen. Die mit der

Bevölkerungszahl verbundene sortimentspezifische Kaufkraft in den einzelnen Ortsteilen bietet aus betriebswirtschaftlicher Sicht überwiegend keine ausreichende ökonomische Basis für die Ansiedlung bzw. Etablierung größerer Lebensmittelanbieter derzeit üblicher Markteintrittsgrößen.

#### **4.5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse**

---

- Mit 264 Einzelhandelsbetrieben auf rund 62.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche präsentiert sich die Stadt Greven derzeit als **gut strukturierter Angebotsstandort** mit einer guten Angebotsausstattung über fast alle Warengruppen. Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, Angebotsschwerpunkte liegen gemäß der landesplanerischen Versorgungsfunktion in den Warengruppen der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe. Insgesamt zeigen sich kaum signifikante Angebotslücken. Entwicklungspotenzial deutet sich am ehesten in den Warengruppen Blumen/Zoo, Schreibwaren/Papierwaren/Bücher, Spielwaren/Hobbyartikel sowie Unterhaltungselektronik/Informationstechnologie/Telekommunikation.
- **Umsatzschwerpunkte** ergeben sich insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung/Wäsche sowie Bau- und Gartenmarktsortimente. Insgesamt werden derzeit jährlich rund 175 Mio. Euro im Greven Einzelhandel umgesetzt. Mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von ca. 180 Mio. Euro weist Greven ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **durchschnittliches Kaufkraftniveau** auf.
- Die **regionale Ausstrahlungskraft** Grevens als Mittelzentrum ist aufgrund der regionalen Konkurrenzsituation eher eingeschränkt, was sich auch in der Gesamtzentralität von 0,98 widerspiegelt. Hauptkonkurrenzstandorte aus Einzelhandels-sicht sind vor allem das benachbarte Oberzentrum Münster, das nahegelegene Oberzentrum Osnabrück sowie nahegelegene Mittelzentren der Region (z.B. Emsdetten, Rheine, Steinfurt).
- Der **Hauptgeschäftsbereich** in der Greven Innenstadt ist ein gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere Sortimenten der Warengruppen Bekleidung/Wäsche und Schuhe / Lederwaren. Der Anteil des individuellen Facheinzelhandels bildet eine besondere Stärke des Standorts gegenüber anderen Standorten im Stadtgebiet. Trotz der guten quantitativen und qualitativen Ausstattung und der insgesamt freundlichen Atmosphäre offenbaren sich jedoch auch Attraktivitätsdefizite in der Innenstadt. Insbesondere in den Nebenlagen der Innenstadt ist teilweise eine nur geringe Einzelhandelsdichte und Geschäftsatmosphäre festzustellen. Die Vernetzung der einzelnen Einzelhandelslagen ist zum Teil verbesserungsfähig. Innerhalb der Hauptlage wären qualitativ hochwertigere Filialbetriebe, die zur regionalen Positionierung Grevens im Wettbewerb beitragen können und entsprechende Kundenfrequenzen erzeugen wünschenswert (u.a. Lebensmittelanbieter, Bekleidung). Die Alte Münsterstraße weist aufgrund bestehender Ladenleerstände derzeit ein Attraktivitätsdefizit auf.

- Das Grevener Geschäftszentrum wird funktional ergänzt durch die grundversorgungsrelevanten Angebote im **Ortsteilzentrum Reckenfeld** sowie mehrere **solitär gelegene Nahversorgungsstandorte** im Stadtgebiet und ergänzende Standorte für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Insgesamt weist der Grevener Einzelhandel (noch) eine erfreuliche räumliche Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt auf. Eine Verschiebung an städtebaulich nicht integrierte Standorte hat bislang kaum stattgefunden.
- Diese drohende **innerkommunale Konkurrenzsituation** zwischen städtebaulich-funktionalen Zentren (insbesondere der Grevener Innenstadt) auf der einen Seite und peripher gelegenen Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen auf der anderen Seite bleibt weiterhin zu steuern. Angesichts der überwiegend guten Angebotsausstattungsgrade im Einzelhandel haben Angebotsüberscheidungen, insbesondere in üblicherweise zentrenrelevanten Warengruppen, einen verschärften Konkurrenzettbewerb dieser unterschiedlich strukturierten Standorte zur Folge.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Grevener Einzelhandel eine quantitativ weitgehend ausgewogene Angebots- und Nachfragestruktur aufweist. Nur in wenigen Warengruppen bestehen leichte Angebotsdefizite. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche (insbesondere die Grevener Innenstadt) weiter herauszuarbeiten und eine qualitative Optimierung der Angebotsstruktur anzustreben.

Innerhalb der vergangenen Jahre wurde eine weitgehend konsequente Steuerung der Einzelhandelsentwicklung betrieben und eine im Einzelhandel allgemein zu beobachtende Entwicklungstendenz zur zunehmenden **Angebotsverschiebung an städtebaulich nicht integrierte Standorte** ist in Greven bislang nur eingeschränkt zu beobachten. Gleichwohl haben sich Politik und Stadtverwaltung mit wiederkehrenden Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsanfragen von Investoren in der jüngeren Vergangenheit für solche Standortbereiche zu beschäftigen. Mit den landesplanerischen Aussagen des § 24a LEPro NRW zur Steuerung großflächiger Einzelhandelsbetriebe besteht in diesem Zusammenhang bedeutende Grundsatzregelungen zur Sicherung und Entwicklung der Funktionalität der Zentren.

Eine Verschiebung zentrenrelevanter Angebote an Standorte in Gewerbegebieten oder „Grüne-Wiese“-Standorten, droht weiterhin v.a. auch durch die mögliche Neuansiedlung oder Verlagerung nicht-großflächiger Anbieter. Gerade Lebensmittel- und Fachdiscounter operieren oft bewusst unterhalb der Grenze der Großflächigkeit, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Abhängig von den angebotenen Sortimenten kann auch dies eine **ruinöse Konkurrenzsituation** dieser Standorte zu zentralen und integrierten Einzelhandelslagen und eine damit einhergehende Verschärfung der Wettbewerbssituation bedeuten, die v.a. die **Funktionsfähigkeit** der empfindlichen Angebotsstrukturen in der **Grevener Innenstadt** bedroht und zudem in der Regel eine **Ausdünnung der Grundversorgung** zur Folge hat.

Die bereits prägnante Leerstandssituation in Teilbereichen der Grevener Innenstadt (Alte Münsterstraße) und die z.T. noch immer ausbleibende Investitionsbereitschaft in innerstädtische Immobilien sind nicht zuletzt auch Anzeichen eines verschärften absatz-

wirtschaftlichen Wettbewerbs zwischen diesen unterschiedlich gearteten Standorten. Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist die Konzentration des Einzelhandelsangebots auf die städtebaulich-funktionalen Zentren und eine Vermeidung einer „unfairen“ Konkurrenzsituation weiter zu forcieren. Insbesondere die Konzentration und Struktur des Einzelhandelsangebots im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich gilt als wichtiges Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Grevens. Vor diesem Hintergrund ist der zentrale Versorgungsbereich **Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet** zukünftig zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind zentrenverträglich zu gestalten.

## 5 Entwicklungsoptionen des Grever Einzelhandels

Im Folgenden werden die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in Greven auf gesamtstädtischer Ebene sowie die daraus resultierenden Entwicklungsoptionen für einzelne Standorte dargestellt. Diese Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Spielräume (und des daraus abzuleitenden Verkaufsflächenbedarfs) für den Einzelhandel in der Stadt Greven bildet eine wichtige Entscheidungsgrundlage für Politik, Stadt und Einzelhandel. Eine Ausweitung der bestehenden Einzelhandelsflächen kann bei entsprechender Dimensionierung und Standortfindung zusätzliche Kaufkraft an den Standort Greven binden.

Grenzen sind einer solchen Ausweitung jedoch dadurch gesetzt, dass zusätzliche Kaufkraft in Greven nur in bestimmtem Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Darüber hinausgehende Vorhaben führen durch die Wahl ungeeigneter Standorte, Verkaufsflächengrößen und Sortimente gegebenenfalls zu Umsatzumverteilungseffekten innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft, die in der Folge zu einer Schwächung der Grever Zentren- und Nahversorgungsstruktur führen können. Solche Entwicklungen, die sowohl generell als auch sortiments- und größenspezifisch den Zielen der Stadtentwicklung entgegen stehen, können anhand dieser Berechnungen ermittelt und ggf. planerisch unterbunden werden. Sinn und Zweck der Berechnungen ist es jedoch nicht, bestehende Betriebe vor der Konkurrenz neuer bzw. vergrößerter Anbieter zu schützen oder zusätzliche, die Verkaufsflächenpotenziale überschreitende Anbieter grundsätzlich auszuschließen.

- Zu den möglicherweise **kritischen Standorten** bzw. Entwicklungsabsichten zählen unverhältnismäßige Angebotsausweitungen in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen (i.S.d. §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) oder ergänzenden Nahversorgungsstandorten zugeordnet sind. Die damit einhergehenden Veränderungen in der räumlichen Angebotsstruktur hätten unweigerlich eine Schwächung der Zentren sowie der wohnortnahen Grundversorgung zur Folge.
- Auf der anderen Seite können größere Vorhaben, eventuell auch bei Überschreiten der aufgezeigten Spielräume, an **stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten** sowie bei der Wahl der „richtigen Sortimente“ zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes in Greven führen. Im günstigsten Fall kann dies auch zu Lasten weniger geeigneter Standorte erfolgen und damit insgesamt zur besseren räumlichen Gliederung des Einzelhandels in der Stadt beitragen.

Alle diese generellen Aussagen stehen jedoch unter der Prämisse, dass Vorhaben und Planungen mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts<sup>11</sup> vereinbar sind!

<sup>11</sup> Die Ziele werden im Kapitel 6.2 explizit dargestellt.

Bei der Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Spielräume fließen folgende Parameter mit in die Berechnungen ein:

- Die prognostizierte **Einwohnerentwicklung** in der Stadt Greven, wobei von leicht steigenden Bevölkerungszahlen (vgl. Kap. 3) ausgegangen werden kann.
- Die **Entwicklung der Kaufkraft**, wobei hier inflationsbereinigt insgesamt ein nahezu gleichbleibendes Volumen zugrunde gelegt wurde.
- Die aktuelle **Angebotssituation** (Verkaufsflächenausstattung, Umsätze) und die **Kaufkraftbindung**, die je nach Warengruppe unterschiedlich zu beurteilen ist.
- Die **Zentralitätswerte**, die sich aus der Gegenüberstellung der lokal vorhandenen Kaufkraft zu den Umsätzen der bestehenden Grevener Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung verschiedener weiterer Einflussfaktoren ergeben und einen Maßstab für die Ausstrahlungskraft des sortimentspezifischen Angebots in Greven darstellen.

Darüber hinaus werden auch qualitative Aspekte in die Bewertung der Verkaufsspielräume mit eingestellt, da rein quantitative Ergebnisse nicht ausreichen, der Situation in Greven gerecht zu werden.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren ergibt sich auf gesamtstädtischer Ebene in der Stadt Greven **in ausgewählten Warengruppen** ein nennenswerter absatzwirtschaftlicher Spielraum. Angebotsausweitungen sind grundsätzlich nur in einer maßvoll dimensionierten Größenordnung und an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zu befürworten.

- In den **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** ergeben sich aus rein quantitativer Sicht zunächst nur kleinere Arrondierungsspielräume. Mit Blick auf die räumliche Verteilung des Angebots sind Angebotsausweitungen in erster Linie sinnvoll, wenn sie zur Stärkung und Entwicklung der Zentren sowie der wohnortnahen Versorgung dienen. Dazu kann beispielsweise die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes als Frequenzbringer in der Grevener Innenstadt dienen. Grundsätzlich bestehen sowohl in Reckenfeld, wie auch in der Grevener Kernstadt rechts der Ems gute Ausstattungsgrade im Bereich *Nahrungs- und Genussmittel*, so dass hier vereinzelt maßvolle Verkaufsflächenerweiterungen (bei Anbietern mit derzeit nicht mehr zeitgemäßen Größenordnungen) und kleinteilige Angebotsausweitungen möglich und sinnvoll sind. Unter Nahversorgungsgesichtspunkten können aber auch Neuansiedlungen oder der Angebotsausbau an bestehenden Standorten sinnvoll sein. Trotz rechnerisch geringer absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume auf gesamtstädtischer Ebene ist dies an solchen Standorten sinnvoll und wünschenswert, an denen zu einer **Verbesserung der wohnortnahen Grundversorgung** beigetragen wird. Dies gilt beispielsweise für Standorte mit räumlichen Angebotsdefiziten (vgl. Kapitel 4.4), wie der Kernstadt links der Ems (z.B. Ausbau des Standorts Grimmstraße) sowie im dörflich strukturierten Ortsteile (z.B. durch die Ansiedlung eines Nachbarschaftsladens o.ä.). Die Größenordnung solcher Angebotsausweitungen muss sich jedoch an den Nachfragestrukturen im unmittelbaren Einzugsbereich orientieren, damit keine Auswirkungen auf die sonstigen Nahversorgungsstrukturen



sowie die zentralen Versorgungsbereiche Grevens zu vermuten sind.

- Die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** bilden in Greven einen wichtigen Bestandteil der Angebotsstruktur. In Warengruppen mit bereits guten Angebotsausstattungen und hohen Zentralitätswerten (z.B. Bekleidung, Schuhe) ergeben sich rein rechnerisch zunächst keine „Nachholbedarfe“, die auf einen nennenswerten Entwicklungsspielraum schließen lassen. Vor diesem Hintergrund ist in erster Linie eine zentrenverträgliche Sicherung und Ergänzung des Bestandes anzustreben, die Erweiterungen im üblichen Rahmen (z.B. einzelne Fachgeschäfte oder frequenzerzeugende hochwertigere Filialbetriebe) durchaus beinhalten. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielraum für kleinere Angebotsarrondierungen zeigt sich vor allem in der Warengruppe Spielwaren/Hobbyartikel. Oberste Prämisse ist es grundsätzlich, dass zusätzliche Angebote zu einer Attraktivierung der Angebotsstruktur beitragen, beispielsweise durch eine qualitative Verbesserung oder räumliche Konzentration des Angebots. Der **Vorrangstandort** für solche (zentrenrelevanten) Angebotserweiterungen ist in jedem Fall der Hauptgeschäftsbereich in der Grevenener Innenstadt, da dieser den Hauptgeschäftsbereich der Stadt mit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie des regionalen Einzugsgebiets darstellt.
- Unter den **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe** weisen am ehesten die Branchen Elektrohaushaltsgeräte/Leuchten und Elektronik/Multimedia ein nennenswertes Entwicklungspotenzial auf. In den übrigen Branchen bestehen ebenfalls eher kleinteilige Arrondierungsspielräume. Potenziale in den Sortimenten Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik sowie Computer und Zubehör sind für Ergänzungen in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere der Innenstadt) vorzusehen. Ergänzungen in den Bereichen Möbel oder Bau- und Gartenmarktsortimente können hingegen auch außerhalb der Zentren zulässig und sinnvoll sein, wobei hier jedoch auf eine maßvolle Entwicklung von zentrenrelevanten Randsortimenten geachtet werden muss (vgl. dazu Kap. 9.1). Hier sind ausgewählte Sonderstandorte als Vorrangstandorte für solche Angebotsausweitungen zu nennen.

Quantitativ begrenzte absatzwirtschaftliche Spielräume sollen nicht dazu dienen, qualitative und räumliche Angebotsverbesserungen zu verhindern. Entscheidend ist stets, **Vorhaben nach Lage, Art und Maß und der daraus resultierenden Verträglichkeit** mit der örtlichen Einzelhandelsituation **zu beurteilen**. Ein übergeordnetes Leitmotiv der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung sollte daher weniger der quantitative Ausbau als vielmehr die räumlich-strukturelle Sicherung und Verbesserung der Angebotssituation sein.

Um ein Einzelhandelsentwicklungskonzept aufzustellen, ist es nicht nur erforderlich, die Angebotsstrukturen quantitativ und räumlich darzustellen sowie die absatzwirtschaftlichen Spielräume zu ermitteln, sondern insbesondere auch zu untersuchen, ob, und wenn ja, welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Fortführung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neue Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen (Entwicklungsbereiche) bzw. wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind (Tabubereiche). Hierzu wurden während der Erarbeitung des vorliegenden

Einzelhandelskonzepts bereits konkrete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen formuliert.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion Grevens als Mittelzentrum sichern
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere die Innenstadt) stärken
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels auf ausgewählte Standorte beitragen
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert bzw. verbessert werden kann
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotspektrums beitragen

## 6 Leitbild und Zielsetzung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

---

### 6.1 Übergeordnetes Leitbild der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Greven

---

Die Betrachtung der Angebots- und Nachfragesituation sowie die Überlegungen zu bestehenden Entwicklungsspielräumen zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nur für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit Konzentration auf bestimmte Standortbereiche zu bewahren und weiter zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist ein Entwicklungsfokus auf die integrierten Zentren sowie die wohnortnahe Grundversorgung zu setzen.

Das **Leitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“** schafft diesbezüglich einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelschwerpunkte im Grevener Stadtgebiet konzentriert. Die stringente Steuerung seitens der Stadt Greven innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung des teilweise ausgeschöpften absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraums durch klare sortiments- und größenspezifische Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und zu einer besseren Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung beitragen. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt Greven bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den städtebaulich-funktionalen Zentren, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Greven können entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbilds mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden und Planungs- und Investitionssicherheit sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer übergreifenden Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle der Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung im Grevener Einzelhandel wird das Entwicklungsziel von attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentren unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.

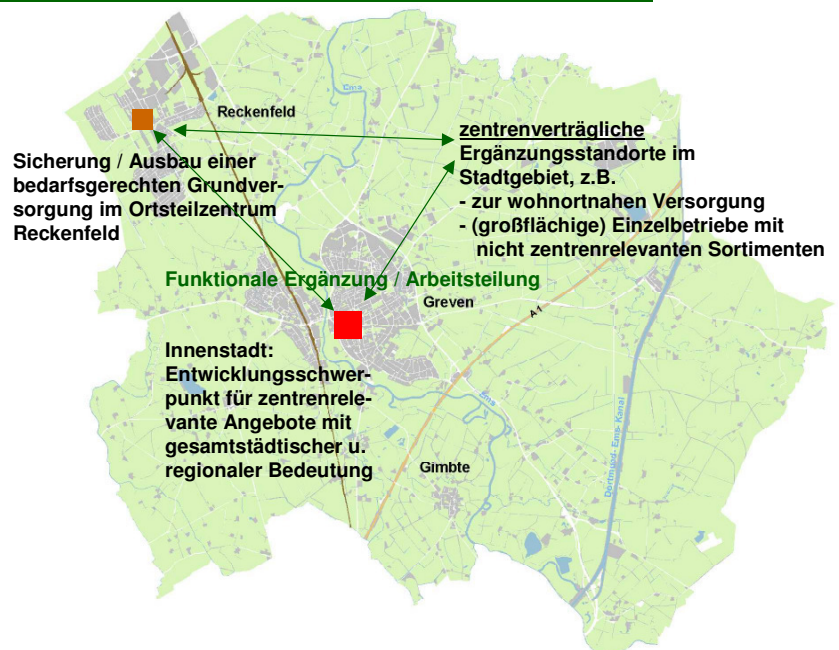
Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Für Betreiber und Investoren ist Planungs- und Rechtssicherheit im Stadtgebiet gegeben. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

## Karte 6: Leitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“

### Vorschlag Entwicklungsleitbild „Funktionale Gliederung“

#### Annahme:

Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Standorte im Stadtgebiet Greven konzentriert.



Schematische Darstellung, Kartengrundlage: ALK

#### Fazit

**Das Leitbild ist in sich konsequent. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Dadurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt!**

Aus der Sicht des Gutachters bleibt die Stadt Greven durch das Leitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“ als gut strukturierter Angebotsstandort mit multifunktionalen Zentren erhalten. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung seitens der Stadt wird ein ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen, der ausschließlich zu Lasten der Innenstadt und Nahversorgungsstandorte und der dort jeweils vorhandenen, funktionsfähigen Einzelhandelsstrukturen geht. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust nicht zu verhindern.

## 6.2 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Greven

Die übergeordneten Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Greven, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) für die Stadt ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen definiert, die eine positive und zukunftsorientierte Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Stadt gewährleisten sollen. Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Als übergeordnetes Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Greven können die **Sicherung und der Ausbau der raumordnerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots in der Stadt** festgehalten werden.

- Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle *Zusammensetzung* (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Greven attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ziel muss es daher sein, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der übergeordneten Versorgungsfunktion der Stadt Greven gerecht wird.
- Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer räumlich-struktureller Prioritäten. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, der Grevener Innenstadt und der Ortsteile. Im Folgenden wird daher ein Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven zugrunde zu legen ist.

Diese Zielvorschläge beziehen sich räumlich zum einen auf die Gesamtstadt mit ihrer zentralörtlichen Funktion und zum anderen auf das Hauptgeschäftszentrum der Innenstadt und die Ortsteile.

Die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Grevener Stadtgebiet sollte gewährleistet werden durch eine

- Funktional gegliederte Standortstruktur mit
- funktionsfähigen Versorgungszentren sowie
- zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte.

**Es geht primär darum, die gewachsenen Zentren in ihren Versorgungsfunktionen so zu stärken,** dass sie nicht nur überleben, sondern ihrer zentralörtlichen Bedeutung uneingeschränkt gerecht werden können.

### **Erhaltung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion**

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Greven muss die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum sein. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit nur eingeschränkt erfüllt (Einzelhandelszentralität von 0,98).

Durch Standortvorteile peripherer Lagen hinsichtlich Erreichbarkeit, Flächenverfügbarkeit und Miet- bzw. Bodenpreisen drohen jedoch – auch im Bereich der zentrenrelevanten Angebote – tendenzielle Angebotsverschiebungen von gewachsenen Zentren an Standorte in städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Ein vordringliches Ziel der Stadt Greven muss es sein, einer solchen drohenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch, jedoch mit Fokussierung auf die Entwicklung der gewachsenen städtebaulich funktionalen Zentren und insbesondere der Grevenener Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt, zu erhalten und – wo erforderlich – auszubauen.

### **Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Innenstadt**

Die europäische Stadttradition weist innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Oberste Priorität im Rahmen der weiteren Einzelhandelsentwicklung besitzt die Sicherung und Stärkung der Grevenener Innenstadt. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf das Hauptgeschäftszentrum in der Grevenener Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit zugemessen hat.

Neben der Zentralität – also der vorrangig quantitativen Komponente – soll aber auch die Vielfalt an Funktionen in der Innenstadt erhalten werden: Eine Mischung von Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur. Das Grevenener Hauptzentrum besitzt mit dem dort vorhandenen Facheinzelhandel sowie den über den Einzelhandel hinausgehenden zentrenprägenden Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Gesundheit etc.) eine hohe Bedeutung für die städtische und – entsprechend der raumordnerischen Versorgungsfunktion – für die regionale Versorgung der Bevölkerung. Zudem bildet sie den siedlungsräumlichen, städtebaulichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt. Um dieser Rolle in Greven auch weiterhin gerecht zu werden, muss als bedeutendes Ziel der Ausbau und die Sicherung der einzelhandelsrelevanten Versorgungsbedeutung dieses zentralen Versorgungsbereichs festgehalten werden. Der Einzelhandel soll von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der Grevenener Innenstadt erhalten und – wo erforderlich – wieder herstellen und stärken.

Die Identität des Hauptgeschäftsbereichs wird durch verschiedene Faktoren (historische Strukturen, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden kommunalen Wett-

bewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung.

### **Funktional gegliedertes, aufgabenteiliges Netz von funktionsfähigen Versorgungsstandorten**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist die Sicherung und Stärkung einer ausgewogenen, funktional gegliederten Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen auszuschließen. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevantem Einzelhandelsangebot in der Innenstadt sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten im Ortsteilzentrum Reckenfeld und ergänzenden Nahversorgungsstandorten. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsfunktion entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebots.

### **Aufgabenteilung / Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche durch vorhandene Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentrenstruktur (zentrenverträgliche Sonderstandorte)**

Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentren können einerseits zwar Konkurrenzstandorte, andererseits aber auch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in den integrierten Grevenener Zentren darstellen. Im Sinne einer Arbeitsteilung sind solche Standorte als Vorrangstandorte für (großflächigen) Einzelhandel außerhalb der gewachsenen Zentren der Stadt und als Ergänzungsstandorte für Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung insbesondere großflächiger Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind nach Möglichkeit zu konzentrieren. Dazu sollen solche Sonderstandorte gemäß der landesplanerischen Grundsatzregelungen des § 24a LEPro in der Regionalplanung als ASB (Allgemeiner Siedlungsbereich) ausgewiesen sein. Bei Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe ist jeweils die Verträglichkeit des Vorhabens anhand der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen zu überprüfen.

Insbesondere vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen guten Angebotsausstattung und der beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume in der Stadt Greven ist die Entwicklung von neuen Standorten jedoch kritisch zu prüfen. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte, in denen insbesondere zentrenrelevante Sortimente vorgehalten werden, außerhalb der gewachsenen Strukturen, bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Zentrenstrukturen und haben einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf ausgewählte, städtebaulich wünschenswerte Sonder-

standorte auszurichten.

### **Verkürzung der Wege ("Stadt der kurzen Wege")**

Ein kompaktes Hauptgeschäftszentrum mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Eine Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege dient zum einen umwelt- und verkehrspolitischen Belangen. Zum anderen ist eine "Stadt der kurzen Wege" aber auch für die immobilere Teile der Bevölkerung von erheblicher Bedeutung.

### **Erhaltung und Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung**

Der Verkürzung der Wege dient auch eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung) - insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel: **Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden.** Bisher werden nahversorgungsrelevante Waren in hohem Maße in Streulagen im Stadtkern rechts der Ems angeboten. Diese bestehenden Abschöpfungsquoten können jedoch nicht als Argument für fehlende Investitionen / Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z.B. innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder in Siedlungsbereichen mit Angebotsdefiziten) herangezogen werden.

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts, häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieser Ziele erschweren. Daher muss darauf geachtet werden, eine räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Grevenener Stadtgebiet zu sichern.

**Die Kaufkraftbindung eines zentralen Versorgungsbereichs sowie eines Nahversorgungsstandorts soll also vorrangig aus dem zu versorgenden Gebiet** (und dann ggf. auch in bewusster Konkurrenz zu nicht integrierten Standorten) – und nicht durch eine Verlagerung von bislang auf andere (sinnvolle) Nahversorgungsstandorte gerichteten Kaufkraftströmen – erreicht werden.

### **Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und Produzierendes Gewerbe**

Schließlich ist ein Ziel, dass die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und Produzierendem Gewerbe zur Verfügung stehen. Diese sind häufig nicht in der Lage, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden mithalten zu können.

### **Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit insgesamt**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile"



le" vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Zentrenkonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairer Wettbewerb" geschützt werden soll. Grundsätzlich hat das Planungsrecht ohnehin wettbewerbsneutral zu sein.

Eng mit diesem Ziel verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Im Folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Hierarchiesystem der für Greven ermittelten Einzelhandelszentren und Versorgungsstandorte dar.

### **6.3 Räumliches Standortmodell**

---

Ausgangspunkt für die Überprüfung und Überarbeitung des räumlichen Standortkonzepts im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Greven ist die vorhandene Standortstruktur im Grevenener Stadtgebiet. Als Grundgerüst dient eine zweistufige Gliederung der Zentren. Diese sollen sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots dahingehend unterscheiden, dass das Zentrum der Stufe I (Innenstadt) für die gesamte Stadt (und auch die Region) von Bedeutung ist, während das Zentrum der Stufe II (Ortsteilzentrum) auf Ebene des Ortsteils Reckenfeld wirkt und in erster Linie der wohnortnahen Versorgung des täglichen Bedarfs dient.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Zentrums in eine Zentrenhierarchie hat das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Zentrums. Hierbei fließen als Kriterien u.a. der Verkaufsflächenbestand und die Anzahl von Einzelhandelsbetrieben sowie die städtebauliche Gestaltung in die Beurteilung ein.

Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt zur Einordnung ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Zentrum verbunden sein soll. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann. Ferner ist eine räumlich ausgewogene Verteilung der unterschiedlichen Zentrentypen im Stadtgebiet berücksichtigt.

Ausgehend von diesen übergeordneten Bewertungskriterien lassen sich für die Typisierung der Zentren folgende Kriterien definieren:

### ***Zentrentyp I – Hauptgeschäftsbereich in der Grevener Innenstadt (Hauptzentrum i.S.d. § 24a LEPro NRW)***

Art und Umfang des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots ist im Vergleich zum Ortsteilzentrum deutlich größer.

Das Einzelhandelsangebot im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt liegt hinsichtlich Gesamtverkaufsfläche und Umsatz deutlich vor dem Ortsteilzentrum. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot des Hauptgeschäftsbereichs umfasst sämtliche zentrenrelevante Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und –tiefe. Ebenso ist die Anzahl und Vielfalt der Dienstleistungen im Stadtgebiet im Vergleich zu den anderen Standorten führend. Dieser Zentrentyp zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- Vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich - mit Wettbewerbssituationen,
- Breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Einrichtungen.

### ***Zentrentyp II – Ortsteilzentrum Reckenfeld (Nahversorgungszentrum i.S.d. § 24a LEPro NRW)***

Der Innenstadt nachgeordnet ist das Ortsteilzentrum Reckenfeld. Im Vergleich zur Grevener Innenstadt verfügt es über einen deutlich geringeren Verkaufsflächenbesatz und einen kleineren Einzugsbereich. Das Grundversorgungszentrum erfüllt keine gesamtstädtische oder regionale Funktion, dennoch verfügt es über eine hohe Angebotsrelevanz auf Ebene des Ortsteils Reckenfeld. Es ist vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Vollständiges Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – teilweise mit Wettbewerbssituation,
- ergänzende Einzelhandelsangebote im mittel-/langfristigen Bedarfsbereich – nur teilweise mit Wettbewerbssituation, manche lediglich als Rand- oder Nebensortimente
- einzelhandelsnahes Dienstleistungsangebot (z.B. Frisör, Gastronomie etc.).

Im Ortsteilzentrum Reckenfeld werden sämtliche Sortimentsgruppen angeboten, die in Art und Umfang hauptsächlich der Versorgung der umliegenden Siedlungsbereiche im Ortsteil dienen. Der Schwerpunkt der Einzelhandelsangebote liegt überwiegend im kurzfristigen Bedarfsbereich und ist geprägt von einem starken und ausdifferenzierten Nahversorgungsangebot.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt Greven und Ortsteilzentrum Reckenfeld sind solitäre Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte Bestandteile des zukünftigen Standortkonzepts. Alle unterschiedlichen Standorttypen übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der Stadt Greven.

### **Standorte zur wohnortnahen Grundversorgung**

Da eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb Grevens jedoch nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken **die solitären Nahversorgungsstandorte** diese vorhandenen räumlichen Lücken ab. Dies sind strukturprägende Einzelbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (i.d.R. Lebensmittel), die durch ihre städtebaulich integrierte Lage einen Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen aufweisen und somit eine Nahversorgungsfunktion für ihr unmittelbares Umfeld übernehmen.

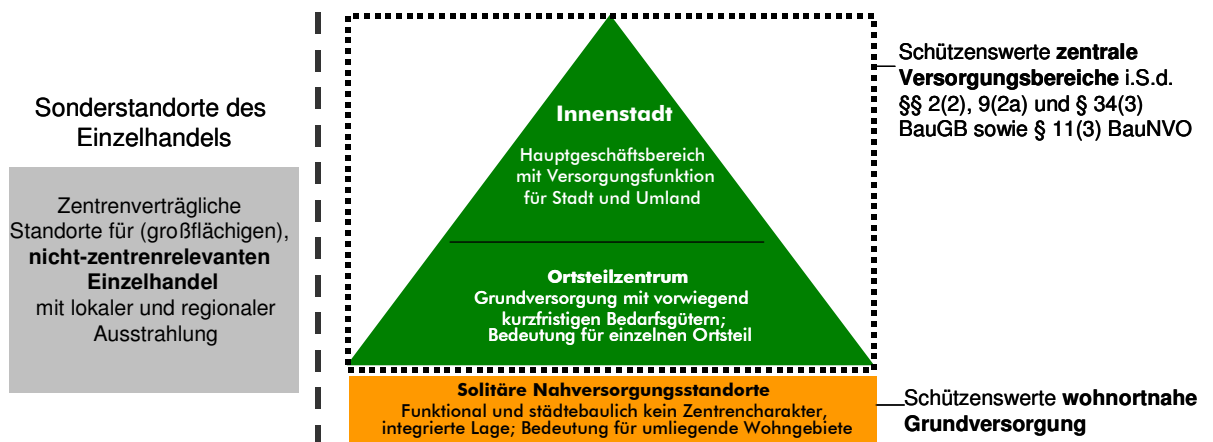
Erst unter Berücksichtigung dieser Standorte wird eine flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Greven gewährleistet. Auch wenn diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche gelten und somit nicht unter das „Schutzregime“ der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB fallen, dienen sie dennoch einer (schützenswerten) wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung (z.B. i.S.v. § 11 (3) BauNVO). Als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels im Rahmen des Zentrenkonzepts werden sie somit als bedeutendes Abwägungskriterium für die zukünftige städtebauliche und bauleitplanerische Steuerung von Einzelhandelsentwicklungen herangezogen. Dieser Umstand hat bei der Formulierung der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung entsprechende Berücksichtigung gefunden.

### **Ergänzende Standorte für (großflächigen) nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel**

Auch ergänzende Sonderstandorte des Einzelhandels bilden einen wichtigen Baustein der Grevenener Einzelhandelsstruktur. Diese verkehrliche gut erreichbaren Standorte für überwiegend großflächige Betriebseinheiten mit Angebotsschwerpunkt in nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten weisen eine gesamtstädtische und teilweise auch überörtliche Versorgungsfunktion auf. Sie dienen somit als wichtige Ergänzungsstandorte zu den zentralen Versorgungsbereichen im Grevenener Stadtgebiet und tragen maßgeblich zur mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Greven bei. Gleichwohl können diese Standorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte Bereiche i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

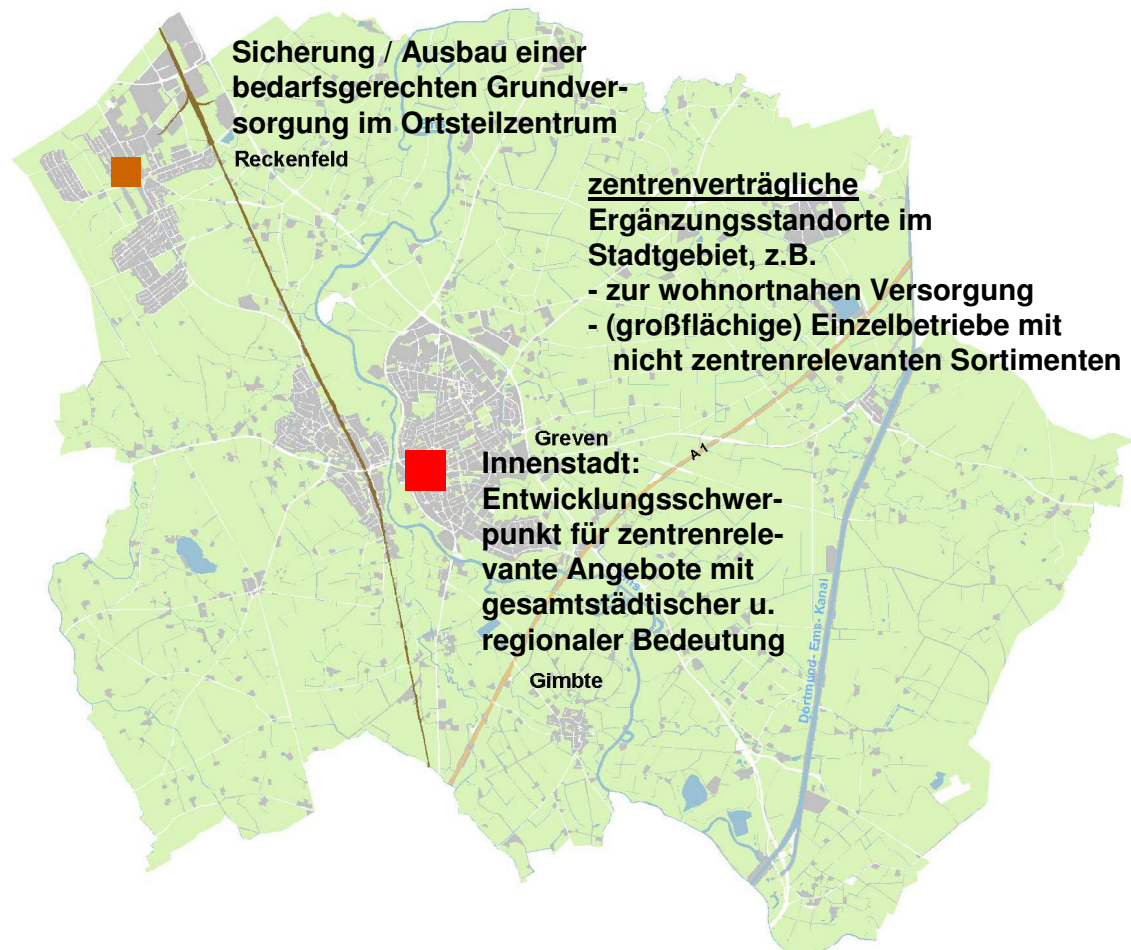
Ausgehend von dieser Typisierung wird mit Blick auf die rechtlichen Rahmenbedingungen einerseits und unter Berücksichtigung der dezidierten quantitativen und städtebaulichen Analysen sämtlicher Einzelhandelstandorte in Greven andererseits folgendes Standortmodell vorgeschlagen:

Abbildung 6: Zielorientiertes Standortmodell der Stadt Greven



Eigene Darstellung

Karte 7: Zielorientierte Zentrenstruktur in der Stadt Greven



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: ALK

## 7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Greven

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Greven ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche**, an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Zentrenmodells (vgl. Kap. 6.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen **Tabubereiche** vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde.

### 7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die beiden bestehenden Zentren in Greven sind sehr unterschiedlich strukturiert. Um neben den überwiegend quantitativen Aspekten der Analyse auch qualitative (städtebauliche) Kriterien bei der Bewertung verstärkt mit einfließen zu lassen und somit eine fundierte Grundlage für zukünftige Beurteilungen im politischen wie im planungsrechtlichen Sinne (z.B. im Hinblick auf §§ 2(2) und 34(3) BauGB, § 11(3) BauNVO sowie § 24a LEPro NRW) zu erhalten, wurden städtebauliche Analysen durchgeführt, die Aufschluss geben über Stärke, Ausstrahlung und Bedeutung der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche.

Dabei kommt insbesondere dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 und hier insbesondere die neu gefassten §§ 2(2), 34(3) und 9(2a) BauGB sowie des §24(a) LEPro NRW im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

#### Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt<sup>12</sup>. Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z.B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu

<sup>12</sup> vgl. u.a. BverwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>13</sup>

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur<sup>14</sup> – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z.B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!

### **Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche**

Nicht abschließend geklärt ist dahingegen jedoch die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Greven dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechts-

---

<sup>13</sup> vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07; bestätigt durch BverwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08

<sup>14</sup> vgl. u.a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

grundlage (u.a. i.S.v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB sowie § 24a LEPro NRW) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Greven sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die eine funktionale Einheit aus Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden, also in erster Linie der Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt sowie das Grundversorgungszentrum im Ortsteil Reckenfeld. Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z.B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heran zu ziehen sind.

#### **Funktionale Kriterien:**

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

#### **Städtebauliche Kriterien**

- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Flächen für den Gemeinbedarf wie z.B. Schulen, Kindergärten oder auch Kirchen sind dabei zu den zentralen Versorgungsbereichen hinzugenommen worden, sofern ihre Grundstücke unmittelbar an die Straßen der jeweiligen Einzelhandelslagen heranreichen und von Einzelhandelsnutzungen im weiteren Verlauf umgeben sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die zentralen Versorgungsbereiche in der Regel nur einen Teil einer Innenstadt bzw. eines Ortsteils etc. darstellen. Kerngebietsausweisung können z.B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen.

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen, Umstrukturierung von Flächen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zum ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung / Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle

Bebauung / Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten (z.B. Planungen Martini-Passage oder Rathaus-Carré). Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zu Grunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie der Sonderstandorte auch und insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Greverer Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Greven auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und sind als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen. Im Einzelnen wurde von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen, da vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zur Erschließungsachse hin ausschlaggebend ist. Durch diese Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht, eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 6.3 beschrieben – unterschieden zwischen

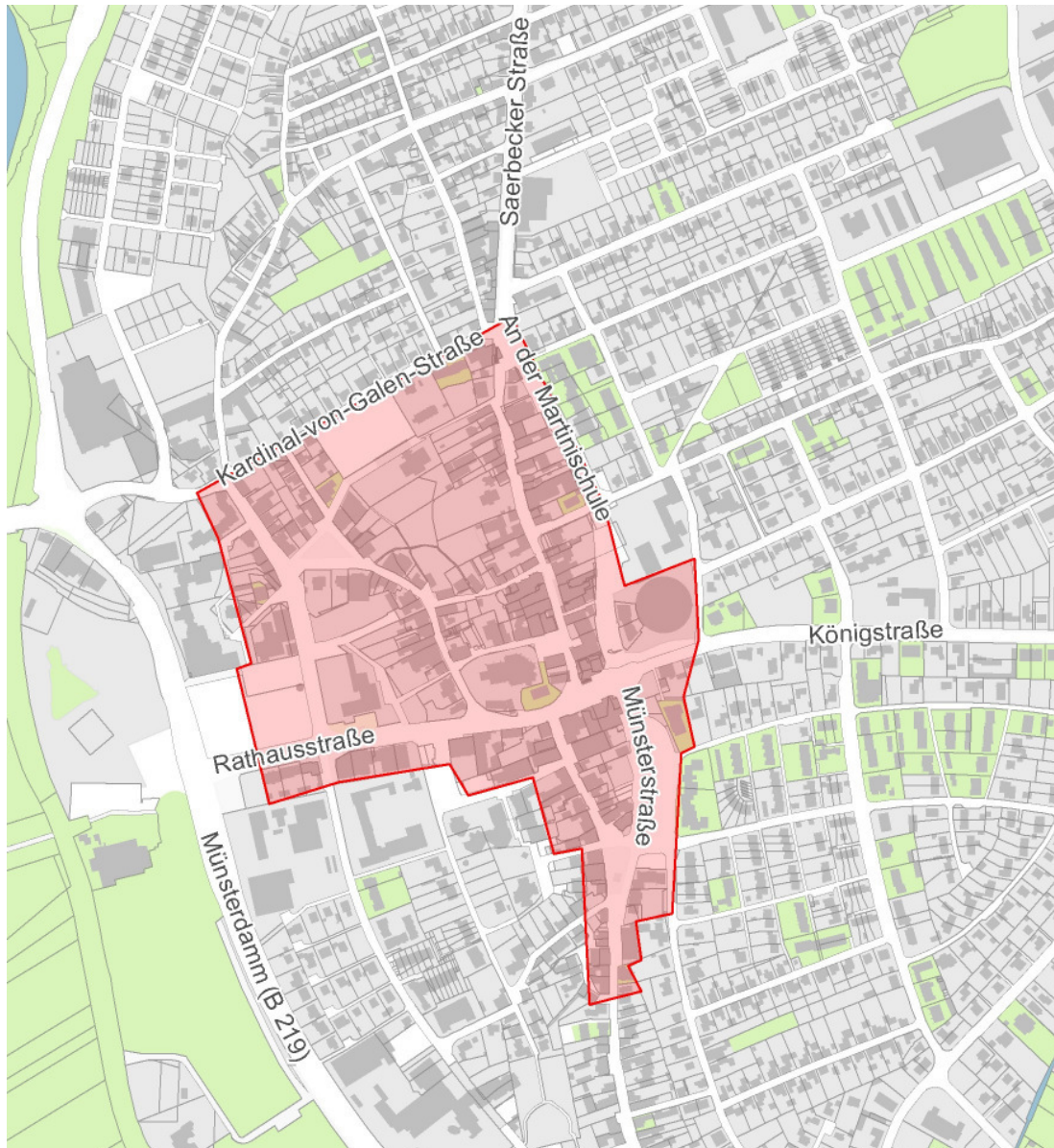
- Der Greverer Innenstadt (Zentrentyp I)
- dem Ortsteilzentrum Reckenfeld (Zentrentyp II)

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in Kapitel 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Ortsteilen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die Zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im jeweiligen Ortsteil orientiert.



### 7.1.1 Der Zentrale Versorgungsbereich Grevenener Innenstadt

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Grevenener Innenstadt



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: ALK

#### Lage und Struktur:

- Lage in der Stadtmitte im Stadtkern Greven rechts der Ems zwischen B 219 (Münsterdamm), Kardinal-von-Galen-Straße, An der Martinischeule, Rathausstraße und Münsterstraße.
- Flächig ausgedehnte, netzartige Struktur und abwechslungsreiches Geflecht aus Straßen, Plätzen und Gassen um die Kernachsen Marktstraße, Martinistraße, Rathausstraße und Alte Münsterstraße.
- **Hauptlage** in der als Fußgängerzone gestalteten Marktstraße mit überwiegend kleinteiligem Einzelhandelsangebot und ergänzenden zentralörtlichen Nutzungen;

**Nebenlage** in angrenzenden bzw. parallel verlaufenden Straßen und Gassen, d.h. im überwiegend verkehrsberuhigten Bereich um Martinistraße und Niederort, der Hauptverkehrsachse Rathausstraße sowie der südlich angrenzenden Fußgängerzone der Alten Münsterstraße mit ebenfalls überwiegend kleinteiligem, jedoch deutlich aufgelockerterem Einzelhandelsbesatz.

- Stark befahrende **Verkehrsachsen** An der Martinischule und Münsterstraße sowie größtenteils auch die Rathausstraße überwiegend als Randbereiche der Innenstadt mit nur abschnittsweise dichterem Einzelhandelsbesatz.

Der **Innenstadtbereich** wird aus städtebaulicher Sicht heute in erster Linie durch die Dichte und Kontinuität zentrenrelevanter Nutzungen innerhalb des Bereichs um die Marktstraße, Martinistraße, Niederort und Alte Münsterstraße definiert. Innerhalb der Innenstadt sind insbesondere in der Hauptlage Marktstraße Einzelhandelseinrichtungen in einer hohen Nutzungsdichte vorhanden. Hier sind die höchsten Anteile des Einzelhandels an den Erdgeschossnutzungen von überwiegend über 50 % sowie die höchsten Passantenfrequenzen festzustellen. Aber auch die angrenzenden Nebenlagen weisen einen nennenswerten Einzelhandelsbesatz auf. Das Textilkaufhaus Ahlert als größter Magnetbetrieb liegt in der Martinistraße bzw. am Niederort und auch andere, überwiegend kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und andere zentrenprägende Nutzungen liegen innerhalb der Nebenlagen der Innenstadt, die sich aus dem städtebaulichen Gefüge von Straßen, Plätzen und Gassen im verkehrsberuhigten Bereich um die Martinistraße und Niederort, der Fußgängerzone in der Alten Münsterstraße sowie den Hauptverkehrsstraßen Rathausstraße, Münsterstraße und ferner An der Martinischule ergibt. Auch aus städtebaulicher Sicht zeichnet sich dieser Bereich als Hauptgeschäftszentrum aus. Sowohl von der baulichen Dichte, der Geschossigkeit und Bauweise der Randbebauung sowie der Gestaltung des öffentlichen Raumes grenzt sich der Hauptgeschäftsbereich deutlich den angrenzenden Stadtbereichen ab.

**Außerhalb der Innenstadt** setzt sich der Besatz mit vereinzelt Ladenlokalen bzw. Dienstleistungsbetrieben, insbesondere entlang der Hauptstraßen (z.B. An Der Martinischule nördlich des Kreuzungsbereichs Kardinal-von-Galen-Straße, Kreuzungsbereich Kardinal-von-Galen-Straße/B 219 sowie Münsterstraße südlich Einmündung Alte Münsterstraße) teilweise fort. Insgesamt ist in diesen innerstädtischen Ergänzungsbereichen jedoch nur ein geringer Einzelhandelsbesatz mit entsprechend geringerer Frequentierung festzustellen. Wohnen ist die dominierende Nutzung, die jedoch mit vereinzelt kleinteiligen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben bzw. Grünanlagen oder großformatigen Baukörpern durchmischt ist. Aufgrund der deutlich geringeren Einzelhandelsdichten und Passantenfrequenzen, der fehlenden Kontinuität im Geschäftsbesatz, dem erkennbaren Wechsel in der Bebauungsstruktur und der Gestaltung des öffentlichen Raumes sowie der Entfernungen zum Kern des Hauptgeschäftsbereichs in der südlichen Marktstraße können diese Bereiche nicht zum zentralen Versorgungsbereich gezählt werden. Eine kompakte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist die notwendige Voraussetzung, um Dichte, eine räumliche Fokussierung der Entwicklungen auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen und zu erhalten. Zu weitläufig bzw. großzügig abgegrenzte Bereiche führen zu deutlichen Brüchen im Geschäftsbesatz, geringerer Dichte und Frequentierung und

somit zu einem Attraktivitätsverlust der Einzelhandelslagen, die auch städtebauliche Funktionsverluste dieses Standorts nach sich ziehen. Dabei ist stets „von Innen nach Außen“ zu argumentieren, d.h. es ist zu hinterfragen, ob ein funktionaler Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kernbereich der Innenstadt (und nicht den äußeren Randbereichen) vorhanden bzw. herzustellen ist. Bereits heute ist die Grevenener Innenstadt vergleichsweise weitläufig und weist z.T. geringe Dichten im Geschäftsbesatz auf, so dass abschnittsweise nur eingeschränkt Geschäftsatmosphäre aufkommt und sich die Innenstadt dem auswärtigen Besucher oft erst „auf den zweiten Blick“ erschließt.

#### **Nutzungsprofil:**

- Mit mehr als 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 57 Mio. Euro Jahresumsatz bedeutendster Grevenener Einzelhandelsstandort; Verkaufsflächenanteil am gesamtstädtischen Angebot von rund einem Viertel.
- Angebote fast aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, Schwerpunkte in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere auch Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren.
- Textilkaufhaus Ahlert und Dieler (ehem. Kaufhaus Magnus) als größte Betriebe leicht abgesetzt von der Hauptlage in der Marktstraße Drogeriefachmarkt Rossmann als Magnetbetrieb in der Hauptlage.
- Im Schnitt mittlere Angebotsqualität mit hohem Anteil individuellem, kleinteiligem Fachangebot und breitem Angebotsspektrum. Manche Warengruppen jedoch nur in geringem Umfang vertreten und kaum hochwertige Filialbetriebe.

#### **Erreichbarkeit:**

- Großräumig erreichbar über A 1, B 219 und B 481 sowie L 555.
- Münsterstraße, An der Martinischule und Rathausstraße als Hauptverkehrsachsen erschließen die Innenstadt.
- Umfangreiche, kostenfreie Stellplatzangebote im Randbereich der Innenstadt (z.B. Parkhaus im Kreuzungsbereich Königstraße/An der Martinischule, Wilhelmplatz, Rathausplatz) sowie teilweise straßenbegleitende Parkplätze vorhanden.
- ÖPNV-Anschluss durch verschiedene Buslinien mit zentralen Schnittpunkt im Busbahnhof am Rathausplatz. Der Grevenener Bahnhof spielt für auswärtige Besucher der Innenstadt durch seine leicht abgesetzte Lage eine weniger große Rolle.
- Gute Radwegeverbindungen und fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Bereichen.

#### **Aufenthaltsqualität:**

- Freundliche Atmosphäre in der Fußgängerzone und angrenzendem verkehrsberuhigten Bereich. Interessanter Wechsel aus Straßen, Plätzen und Gassen sorgen im Zusammenspiel mit der überwiegend gepflegten Bebauungsstruktur für ein attraktives Ambiente mit Aufenthaltsqualität.
- Deutlich geringere Aufenthaltsqualität entlang der Verkehrsachsen Rathausstraße

und Münsterstraße sowie An der Martinischule durch starke verkehrliche Belastung und einfache Gestaltung. In der Münsterstraße und An der Martinischule überwiegend nur Rückseiten der auf die Fußgängerzone ausgerichteten Ladenlokale.

- Aufgelockerter Einzelhandelsbesatz und abschnittsweise hohe Leerstandsquote bzw. ungenutzte Immobilien schränken Geschäftsatmosphäre in der Alten Münsterstraße deutlich ein.

#### **Versorgungsfunktion:**

- Hierarchisch bedeutendster *zentraler Versorgungsbereich* der Stadt Greven; aus historischer, siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht wichtigster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet.
- Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung sowie des mittelzentralen Verflechtungsbereichs der Umlandregion.
- Hauptgeschäftsbereich innerhalb der multifunktionalen Nutzungsstrukturen der Stadtmitte herausragende Stellung als Frequenzbringer, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität der Grevener Innenstadt sorgt.

#### **Entwicklungsziele:**

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und –qualität im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt
- Arrondierung des Angebotspektrums, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten empfehlenswert, um die Attraktivität dieses räumlichen Entwicklungs- und Angebotsschwerpunkts sichern zu können. Dies betrifft Waren aller Bedarfsstufen, insbesondere innerstädtische Leitbranchen der mittelfristigen Bedarfsstufe, aber auch einen Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots. Eine wichtige Rolle spielt in diesem Zusammenhang die Sicherung von frequenzerzeugenden Magnetbetrieben (z.B. Lebensmittelmarkt, höherwertige Filialbetriebe).
- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches gegenüber nicht integrierten Standorten notwendig und sinnvoll, weitere Entwicklungen sind an diesen städtebaulich sinnvollen Standort zu lenken. **Vorranggebiet für zukünftige zentrenrelevante Einzelhandelsansiedlungen**, insbesondere in den zentrenprägenden Leitbranchen.
- Orientierung an vorhandenen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen (vgl. Kapitel 5) sinnvoll, aber Angebotsausweitungen bei bereits guten sortimentspezifischen Ausstattungsgraden (z.B. Bekleidung, Schuhe) sinnvoll, wenn dies zur **nachhaltigen Profilierung der Innenstadt** durch eine aus städtebaulichen und siedlungsräumlichen Gesichtspunkten vorteilhafte **Konzentration des Einzelhandels**, insbesondere gegenüber nicht integrierten Standorten, beiträgt (Innen- vor Außenentwicklung).
- **Entwicklungsfokus** der Einzelhandelsentwicklungen auf den bestehenden Kernbereich der Innenstadt (z.B. nördliche Marktstraße, Niederort, Martinistraße) sowie zur besseren Vernetzung der unterschiedlichen Einzelhandelslagen und somit Stabi-

lisierung der städtebaulichen Grundstruktur. Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind zulässig. Keine räumliche Ausweitung der Innenstadt (z.B. in Richtung B 219) anzustreben, um notwendige Kompaktheit und Dichte erhalten bzw. herstellen zu können. Obgleich auf den ersten Blick kaum räumliche Erweiterungsmöglichkeiten vorhanden, sind Angebotsausweitungen durch bauliche Nachverdichtung sowie Nach- bzw. Umnutzung von Flächen möglich und in der Planung (z.B. Martini-Passage, Rathaus-Carré).

### **Weiterführende Empfehlungen zur Innenstadtentwicklung**

Die Grevenener Innenstadt weist ein vielfältiges Einzelhandelsangebot auf. Insbesondere die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung/Wäsche und Schuhe/Lederwaren sind gut aufgestellt. Das städtebauliche Grundgerüst um Marktstraße und Martinstraße als Kernachsen, dem Niederort als zentralem Platzbereich und den quervernetzenden Gassen und Wegen bietet gewisse Qualitäten. Allerdings birgt die weitläufige Struktur der Innenstadt und das Zusammenspiel der Einzelhandelsbausteine auch Schwächen. Diese erfordern ein aktives Gegensteuern, will man den innerstädtischen Einzelhandel und die Funktionsvielfalt und Zentralität der Grevenener Innenstadt als Mittelpunkt und „Visitenkarte“ der Stadt stärken. Vor dem Hintergrund der regionalen Konkurrenzsituation und des anhaltenden Strukturwandels im Einzelhandel mit einer nach wie vor sehr dynamischen Einzelhandelsentwicklung, die sich derzeit in erster Linie zugunsten von Einkaufszentren und starken Geschäftszentren vollzieht, gewinnt die Anforderung für ein nachhaltiges Handlungskonzept auch für die Grevenener Innenstadt zusätzlich an Bedeutung. Es gilt sowohl kurzfristige Maßnahmen zu ergreifen als auch mittel- und langfristige Planungen umzusetzen.

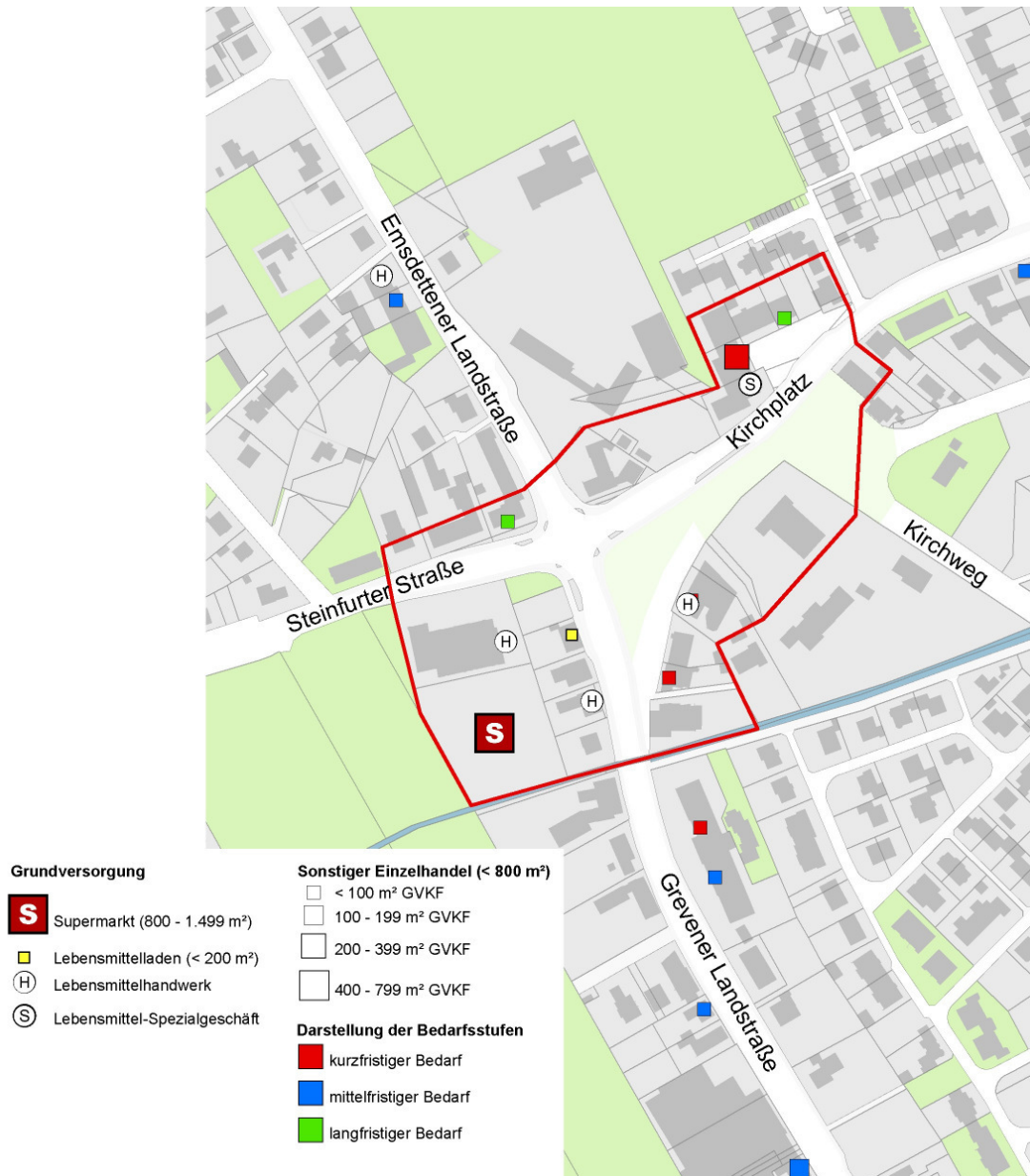
Zu den wichtigsten Handlungsfeldern zählt aus einzelhandelsseitiger Sicht die konsequente Fortführung der räumlichen Steuerung zukünftiger zentrenrelevanter Einzelhandelsentwicklungen im Rahmen bauleitplanerischer Maßnahmen, mit dem Ziel, die Grevenener Innenstadt in ihrer Versorgungsfunktion zu schützen und aktiv weiterzuentwickeln. In diesem Zusammenhang dient das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept als wesentliche Beurteilungs- und Argumentationsgrundlage.

Ferner wird jedoch empfohlen, diese in erster Linie baurechtlichen Maßnahmen zu vertiefen, zu ergänzen und in ein Handlungs- und Maßnahmenkonzept zur Aufwertung und Stärkung der Grevenener Innenstadt einzustellen. Dabei sollen insbesondere auch städtebauliche, gestalterische und verkehrliche Aspekte berücksichtigt werden. Der zentrale Einkaufsbereich muss in seiner Funktion ausgebaut und die Einzelhandelsstruktur weiter qualifiziert werden. Wichtige Rahmenbedingung hierfür ist die Aufwertung entsprechender Lagen und die Entwicklung attraktiver Potenzialflächen, was ein Zusammenspiel aller Akteure (privater wie öffentlicher) erfordert. Aktuelle Maßnahmen, wie beispielsweise zur Planung und Umsetzung der Projekte Martini-Passage und Rathaus-Carré sowie auch zur Gestaltung Niederort sind in diese Überlegungen mit einzubinden und weiter zu verfolgen.



## 7.1.2 Das Ortsteilzentrum in Reckenfeld

Karte 9: Ortsteilzentrum Reckenfeld



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: ALK

### Lage und Struktur:

- Lage im Ortsteil Reckenfeld im Kreuzungsbereich Emsdettener bzw. Grevener Landstraße, Steinfurter Straße und Kirchplatz.
- Kompakte Struktur mit jedoch vergleichsweise geringem Besatz an Ladenlokalen in den Erdgeschossen der Randbebauung. Supermarkt Edeka als wichtiger Frequenzbringer und Nahversorger.
- Ergänzende Lebensmittelanbieter in den Siedlungsbereichen als vorgelagerte Ergänzungstandorte und Nahversorgungsbetriebe außerhalb des Zentrums.

Das Nahversorgungszentrum definiert sich fast ausschließlich aus der Konzentration der nahversorgungsrelevanten Nutzungen im o.g. Kreuzungsbereich. Auch aus städtebaulicher Sicht zeichnet sich dieser Bereich hinsichtlich der baulichen Dichte der zentrenprägenden Nutzungen, der platzartigen Aufweitungen, der Bauweise der Randbebauung sowie der Gestaltung des öffentlichen Raums als zentraler Versorgungsbereich aus.

Die südlich des Walgenbachs an der Grevener Landstraße angrenzenden kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen liegen leicht abgesetzt vom Kernbereich des Nahversorgungszentrums und es ist ein Wechsel in der Bebauungsstruktur und der Gestaltung des öffentlichen Raumes zu erkennen. Auch aufgrund der sehr aufgelockerten Dichte im Geschäftsbesatz werden diese punktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen nicht zum zentralen Versorgungsbereich gezählt, da „von Innen nach Außen“ betrachtet kein unmittelbarer funktionaler Bezug zum eigentlichen Zentrum zu erkennen ist.

#### **Nutzungsprofil:**

- 12 Einzelhandelbetriebe mit weniger als 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.
- Angebotsschwerpunkt in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflegeartikel.
- Supermarkt Edeka und Drogeriemarkt Schlecker als Magnetbetriebe
- Gutes Grundversorgungsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich, vereinzelte Ergänzungsangebote der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe, überwiegend nur als Randsortimente.

#### **Erreichbarkeit:**

- Emsdettener und Grevener Landstraße sowie Steinfurter Straße und Bahnhofstraße bzw. Kirchplatz als Hauptverkehrsachsen treffen sich im Zentrum.
- Stellplätze überwiegend den Einzelanbietern zugeordnet, ferner straßenbegleitende Parkplätze vorhanden.
- ÖPNV-Anschluss durch Buslinien von eher untergeordneter Bedeutung.
- Gute Radwegeverbindungen und fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Bereichen.

#### **Aufenthaltsqualität:**

- Aufgrund der kompakten Bebauungsstrukturen und Nutzungskonzentration im Kernbereich insgesamt belebte Atmosphäre.
- Abschnittsweise moderne Gestaltung des öffentlichen Raumes als großzügiger Platzbereich erhöht Aufenthaltsqualität, in den Randbereichen eher veraltete und einfache Gestaltung des öffentlichen Raumes.
- Abschnittsweise fehlende Dichte im Geschäftsbesatz schränken Geschäftsatmosphäre leicht ein.

#### **Versorgungsfunktion:**

- Grundversorgungsfunktion (Zentrenkategorie II) zur Nahversorgung für den

Ortsteil Reckenfeld und teilweise angrenzende ländliche Bereiche.

- Lebensmittelanbieter und Drogeriemarkt sorgen als Frequenzerzeuger innerhalb der Nutzungsstrukturen des Nahversorgungszentrums für die notwendige Lebendigkeit und Besucherfrequenz.

Für das Ortsteilzentrum ist angesichts der Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil zukünftig ein möglichst umfassendes Angebotsspektrum in *nahversorgungsrelevanten* Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben mit Ergänzungsangeboten im mittelfristigen Bedarfsbereich anzustreben. Entsprechend der bereits guten Angebotsausstattung im kurzfristigen Bedarfsbereich ist hier kein dringender Handlungsbedarf gegeben. Der Lebensmittelmarkt wurde erst in der jüngeren Vergangenheit erweitert und scheint gut aufgestellt. Anzustreben ist vielmehr eine Sicherung des bestehenden Angebots und eine qualitative Ausweitung des Angebotsspektrums durch kleinteiligere Angebotsarrondierungen.

Eine optionale Entwicklungsfläche für Neuentwicklungen besteht am ehesten im nördlichen Teil des Zentrums zwischen Kirchplatz und Emsdettener Landstraße auf Teilen des derzeitigen Schulgeländes. Neuansiedlungen von einzelnen Lebensmittelanbietern als Nahversorgungsbetriebe sollten eine einzelbetriebliche Gesamtverkaufsfläche **von bis zu 1.500 m<sup>2</sup>** nicht überschreiten. Darüber hinaus gehende Betriebsgrößen bedürfen einer Einzelfallprüfung. Auch Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind grundsätzlich möglich, die Realisierung einer Neuansiedlung, insbesondere großflächiger Betriebe, erscheint aufgrund fehlender Flächenpotenziale im Nahversorgungszentrum jedoch unwahrscheinlich.

## **7.2 Sonderstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel**

---

- Außerhalb der Zentren können einzelne Standorte als zentrenverträgliche **Sonderstandorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel** dienen.
- Im Sinne der Verhinderung einer verschärften Wettbewerbssituation zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (sowie unter Berücksichtigung der landesplanerischen Grundsätze des §24a LEPro NRW) ist ein **Ausbau des zentrenrelevanten Angebots** an solchen Standorten jedoch grundsätzlich **restriktiv** zu behandeln.
- Stattdessen sind sie als potenzielle Standorte **für die Ansiedlung nicht zentrenprägender Einzelhandels assortimente in funktionaler Ergänzung zum Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt** zu betrachten.
- Konkrete (insbesondere großflächige) Ansiedlungsvorhaben von Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind im Einzelfall zu prüfen. Zu beachten ist der durch § 24a LEPro vorgegebene Grundsatz, die Flächen der Sondergebiete in der Regionalplanung als ASB auszuweisen. Hinsichtlich der zentrenverträglichen Gestaltung einer solchen Angebotsausweitung sind die Ansiedlungsregeln des Kapitels 9.1, insbesondere zur Dimensionierung zentrenverträglicher Randsortimente zu beachten.



- Vorhandene Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der Zentren genießen **Bestandsschutz**, ebenso wie die planungsrechtlich genehmigten Verkaufsflächen. Eine weitere Ansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanten Einzelhandels (über den genehmigten Bestand hinaus), insbesondere in Form großflächiger Betriebe, ist jedoch (auch) zukünftig planungsrechtlich auszuschließen.
- **Konzentrationen** von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, bei denen die einzelnen Betriebe von Synergieeffekten untereinander profitieren können, sind nach Möglichkeit zu **fördern**, um einzelne **Standorte** so zu **attraktivieren**.

### **7.3 Standorte zur wohnortnahen Versorgung außerhalb der Zentren**

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung im Grevenener Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Greven und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. **Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v.a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z.B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Einwohner möglich und zumutbar ist.**

#### **Bestehende, integrierte Standorte zur wohnortnahen Versorgung in Greven**

Innerhalb der zentralen Versorgungsbereichen nehmen derzeit der Plus-Markt in der Grevenener Innenstadt und der Edeka-Markt im Ortsteilzentrum Reckenfeld Funktionen als Frequenzbringer und Nahversorger ein. Daneben existieren in Greven folgende solitäre Lebensmittelanbieter als Nahversorgungsbetriebe in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet:

In der **Kernstadt Greven** rechts der Ems  
(strukturprägende Betriebe ab 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche):

- Verbrauchermarkt K&K, Bismarckstraße
- Lebensmitteldiscounter Lidl, Saerbecker Straße
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Saerbecker Straße
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Kardinal-von-Galen-Straße
- Supermarkt Edeka, Schützenstraße
- Lebensmitteldiscounter Plus, Grüner Weg

sowie ferner

- Supermarkt Sparparadies, Saerbecker Straße

- Lebensmittelladen Edeka, Barkenstraße

In der Kernstadt **Greven** links der Ems

(strukturprägende Betriebe ab 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche):

- Supermarkt Edeka, Grimmstraße

Im **Ortsteil Reckenfeld** (strukturprägende Betriebe ab 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche):

- Lebensmitteldiscounter Lidl, Kanalstraße
- Supermarkt K&K, Emsdettener Landstraße

Diese unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden Nahversorgungsstandorte dienen heute der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann. Die Standortbereiche sind Wohnsiedlungsgebieten unmittelbar zugeordnet und übernehmen so Nahversorgungsfunktionen für ihr fußläufig erreichbares Umfeld. Solche städtebaulich integrierten Standorte erhalten einen rechtlichen Schutzstatus, da sie bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters –unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Grevens – bei einer Verträglichkeitsprüfung u.a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen sind. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Doch auch wenn sie aus rechtlicher Sicht keinen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich darstellen, sind sie dennoch schützens- und erhaltenswerte Versorgungsstandorte innerhalb der Einzelhandelsstruktur in Greven. Dieser Schutzstatus stellt jedoch ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar. Das „Schutzgut“ ist hier die ausgeübte (Nahversorgungs-)Funktion des (nicht parzellenscharf abgegrenzten) Raums. Ein Schutzstatus besteht ausdrücklich nicht, wenn ein neuer Anbieter die Nahversorgungsfunktion eines bestehenden Standortbereichs in unmittelbarer Nähe ersetzt.

Nicht aufgeführte Standorte, wie der Lebensmitteldiscounter Aldi an der Emsdettener Landstraße in Reckenfeld besitzen aufgrund ihrer Lage (städtebaulich teilintegriert bzw. nicht integriert) hingegen nur eine geringe bzw. keine Bedeutung als Nahversorgungsstandorte.

### **Sicherung und Entwicklung einer möglichst flächendeckenden Grundversorgung der Bevölkerung in Greven**

Eine wesentliche Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- die Stadt Greven städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen schafft, die einen gewünschten Nahversorgungsstandort auch aus Betreibersicht mit den wichtigsten Standortfaktoren ausstattet,

- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft umgehen wollen und können (z.B. Betriebe, die auf die Anforderungen des demographischen Wandels und/oder z.T. geringere Einwohnerzahlen im unmittelbaren fußläufigen Einzugsbereich ihrer Betriebe eingestellt sind).

Eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung der oben aufgeführten Nahversorgungsbetriebe, insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse, sollte daher positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht. Auch Neuansiedlungen, die nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs verortet sind, können möglicherweise mit dem Ziel der Stärkung und Sicherung der städtebaulich-funktionalen Zentren und der wohnortnahen Grundversorgung im Einklang stehen, sofern sie tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Eine diesbezügliche Orientierungshilfe zur ersten Einordnung von Planvorhaben (Neuansiedlungen, Verlagerung, Erweiterung) bietet die sog. „**35 %-Regel**“ (vgl. dazu Einzelhandelserlass NRW v. 22.09.2008 Nahversorgung Punkt 2.8<sup>15</sup> sowie Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

#### **Einordnung von Planvorhaben anhand der „35 % - Regel“**

Von einer **Nahversorgungsfunktion** eines Anbieters kann ausgegangen werden, wenn der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens im wesentlichen aus dem funktionalen Versorgungsgebiet<sup>16</sup>, d.h. dem unmittelbaren Wohnumfeld realisiert werden kann, also überwiegend der Versorgung dieser sogenannten Mantelbevölkerung dient.

Ein einzelner Lebensmittelanbieter kann je nach örtlicher Marktsituation etwa bis zu **35 Prozent Kaufkraftabschöpfung** im Einzugsgebiet realisieren<sup>17</sup>, bei fehlender kleinräumiger Konkurrenzsituation kann ein Anbieter in Ausnahmefällen auch darüber hinaus Kaufkraft auf sich vereinigen; Werte bis zu maximal etwa 50 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft in diesem Nahversorgungs-Einzugsgebiet können in dem genannten Ausnahmefall noch plausibel veranschlagt werden. Gründe für diese maximal erreichbaren Abschöpfungsquoten liegen unter anderem in traditionellen Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten und vor allem einer Ausdifferenzierung des Lebensmitteleinkaufs (u.a. auch Einkäufen bei Lebensmitteldiscountern, Fachgeschäften, Be-

<sup>15</sup> Nach Auffassung der in der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vertretenen Einzelhandelsunternehmen ist die Nahversorgungsfunktion gegeben, wenn - von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen - der voraussichtliche Gesamtumsatz der geplanten Lebensmittelmarktansiedlung 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. (entspricht einer ersten Einschätzung, ersetzt jedoch nicht eine landesplanerische und städtebauliche Einzelfallprüfung)

<sup>16</sup> Dieses kann abhängig von der siedlungsräumlichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen variieren. In der Regel kann der 600 m -Radius einer fußläufigen Erreichbarkeit (entspricht etwa 5 Minuten Fußweg) zu Grunde gelegt werden.

<sup>17</sup> vgl. u.a. zur Prüfungs- und Genehmigungspraxis für großflächige Einzelhandelsbetriebe Bezirksregierung Köln: Merkblatt „Regelungen für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung i.S.v. 11(3) BauNVO – Ausnahmen oberhalb der Regelvermutungsgrenze“, November 2004.

trieben des Lebensmittelhandwerks etc.).

Sofern der branchenübliche Soll-Umsatz eines Planvorhabens also diesen abschöpfbaren Anteil der vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft im Versorgungsgebiet übersteigt, ist von der Notwendigkeit eines größeren Einzugsbereichs bzw. Kaufkraftzuflüssen aus anderen Gebieten auszugehen. In einem solchen Fall würde das entsprechende Vorhaben nicht primär der Nahversorgung dienen.

### **Anwendungsbeispiel (fiktiv):**

#### Planvorhaben:

- **Lebensmitteldiscounter** mit **1.200 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche**, davon rd. 85 % (d.h. etwa 1.000 m<sup>2</sup>) im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel.
- Bei einer zugrunde gelegten Flächenproduktivität von rund 5.400 Euro<sup>18</sup> je m<sup>2</sup> entspricht dies einem sortimentspezifischen **Soll-Umsatz** von rund **5,4 Mio. Euro**.

#### Mögliche Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet:

- Annahme: Anhand der siedlungsstrukturellen und verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie der örtlichen Marktsituation lässt sich ein zu versorgendes Gebiet mit rd. **4.000 Einwohnern** definieren, von dem aus der Vorhabenstandort fußläufig erreicht werden kann.
- Die **sortimentspezifische Kaufkraft** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt jährlich rund 2.000 Euro pro Kopf, d.h. rund **8 Mio. Euro** im Versorgungsgebiet
- Durch einen Einzelanbieter sind – unter Berücksichtigung der marktüblichen Konkurrenzsituation – rund 35 % dieser Kaufkraft, d.h. rund 2,8 Mio. Euro abschöpfbar

#### Gegenüberstellung abschöpfbare Kaufkraft - Soll-Umsatz des Planvorhabens:

- Das Planvorhaben kann lediglich rund die Hälfte (2,8 Mio. Euro, rd. 52 %) des branchenüblichen Soll-Umsatzes (5,4 Mio. Euro) aus dem eigentlichen Versorgungsgebiet generieren und ist in erheblichen Maße auf Kaufkraftzuflüsse aus anderen Siedlungsgebieten angewiesen.
- Die daraus resultierenden Veränderungen der Kaufkraftströme können möglicherweise den Aufbau bzw. die Sicherung einer wohnortnahen Versorgung in diesen Wohnsiedlungsgebieten gefährden.

---

<sup>18</sup> Derzeitige durchschnittliche Flächenproduktivität des Marktführers Lidl, vgl. EHI Retail Institute, Handel aktuell 2009/2010; Köln, Oktober 2009; S. 184

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Greven lassen sich folgende allgemeine Empfehlungen ableiten:

- **Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung:**  
 Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich insbesondere in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte, wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte, aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für unmotorisierte Haushalte schwieriger. Ziel der Stadt Greven ist deshalb die nachhaltige Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die bestehenden Zentren (Innenstadt, Ortsteilzentrum Reckenfeld) sowie die ergänzenden integrierten Nahversorgungsstandorte stützt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient der Umsetzung dieses Ziels.
- **Lokale Versorgungslücken identifizieren und beseitigen:**  
 Auch Anbieter mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit haben eine Chance, als dezentrale Nahversorger zu funktionieren. Es sollte daher möglich sein, dass auch Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können, sofern sie bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. im Detail hierzu auch oben stehende Ausführungen sowie Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9). Wichtiger Bestandteil sollte die Entwicklung praktikabler Lösungen zur Erreichung dieses Ziels sein. Dazu zählen insbesondere die aktive Erschließung und Vermarktung geeigneter Grundstücke, die regelmäßige Erfassung von Angebots- und Nachfragestrukturen auf Ortsteilebene und die Hilfestellung für Inhaber bei Investitionsentscheidungen und Nachfolgeregelungen. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.  
 Derzeit bestehen quantitative und räumliche Angebotsdefizite vor allem in der Kernstadt links der Ems, in einigen Siedlungsrandbereichen sowie im dörflich strukturierten Ortsteil Gimfte (vgl. Kap. 4.4).
- **Erreichbarkeit verbessern:**  
 Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit gefunden werden.
- **Einzelhandelsbetriebe zu Nahversorgungszentren ausbauen:**  
 Die Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten (z.B.

Bürgerbüro) oder Dienstleistungen (z.B. Post, Bank) zu Nahversorgungszentren erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

■ **Märkte unterstützen:**

Wochenmärkte haben im Münsterland Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v.a. ländliches Umland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz.

## 8 Grevener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Entwicklungsbereiche und der hierfür formulierten Entwicklungsperspektiven stellt die „Grevener Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist diese Differenzierung zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Greven ein wichtiges Instrumentarium für die Verwaltung.

### *Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten*

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel außerhalb der Zentren ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden<sup>19</sup>. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

<sup>19</sup> vgl. dazu Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeine Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise der Verweis auf die Auflistung zentrenrelevanter Leitsortimente in der Anlage des § 24a LEPro NRW oder auch auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft<sup>20</sup>.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und, zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen, auch nicht zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird<sup>21</sup>.

### ***Begriffsdefinition***

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente<sup>22</sup> zu unterscheiden sind.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind (Kriterium: Passantenfrequenzen). Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten (Kriterium: Einzelhandelsstruktur) und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung (Kriterium: Einzelhandelszentralität). Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kriterium: Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Kriterium: Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ PKW-unabhängig transportieren (Kriterium: Transportfähigkeit).

Aufgrund der Versorgungsfunktion der Stadt Greven als Mittelzentrum in der Region kommt hier insbesondere auch den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Im Ortsteilzentrum spielen vor allem Grundversorgungsangebote der kurz- und (ergänzenden) mittelfristigen Bedarfsstufe eine wichtige Rolle. Die Anbieter dieser Sortimente nehmen in den zentralen Versorgungsbereichen Grevens neben ihrer Versorgungsbedeutung wichtige

---

<sup>20</sup> Bestätigt durch zahlreiche Urteile (u.a. 2004 und 2005) des OVG Münster.

<sup>21</sup> Vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

<sup>22</sup> Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z.B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (s.B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).



Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit auch für die anderen dort ansässigen Anbieter wahr.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern in der Regel als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln oder Gesundheits- und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z.B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Greven – für den innerstädtischen Einzelhandel keine Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Geschenkartikel auf, die in ihren Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

### ***Landesentwicklungsprogramm NRW***

Bei der Aufstellung von Sortimentslisten sind die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen, beispielsweise durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse, zu berücksichtigen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es „eine Legaldefinition dafür, welche Warensortimente „zentrenrelevant“ sind“, nicht gibt, auch nimmt der aktuelle Einzelhandelserlass 2008 nicht für sich in Anspruch, „die Zentrenrelevanz bestimmter Warengruppen abschließend festzulegen.“ Somit bedarf es „einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation, wenn zum Schutz, etwa des Innenstadtbereichs, bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden sollen“.<sup>23</sup>

In Nordrhein-Westfalen bilden das Landesentwicklungsprogramm – LEPro NRW (i.d.F.

---

<sup>23</sup> Kuschnerus 2007, Rd.Nr. 528 sowie Urteil des OVG NRW vom 03.06.2002 (AZ 7 a D 92/00.NE)

vom 24.12.2009)<sup>24</sup> sowie der Einzelhandelserlass NRW (EHE NRW, i.d.F. vom 20.09.2008) eine bedeutende Grundlage für die Erstellung und die Inhalte von Sortimentslisten. Gemäß § 24a (2) LEPro bzw. Nr. 2.5 EHE NRW sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente von der Gemeinde festzulegen. Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind grundsätzlich die in der Anlage 1 des LEPro NRW aufgeführten, zentrenrelevanten Leitsortimente zu berücksichtigen, die hier als stets zentrenrelevant vorgeschlagen werden. Diese **zentrenrelevanten Leitsortimente** sind im Folgenden aufgeführt:

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

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Leitsortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Der EHE NRW, 2008 zeigt in diesem Zusammenhang auf, dass die Gemeinden bei der Aufstellung ihrer ortsspezifischen Sortimentsliste die zu beachtenden Leitsortimente konkretisieren. Am Beispiel des Leitsortiments „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ wird die Möglichkeit folgende Untergruppen zu bilden, verdeutlicht:

- Teppiche (Rollwaren und Einzelware)
- Lampen/Leuchten/Leuchtmittel
- Matratzen/Bettwaren
- Bilder/Bilderrahmen/Spiegel
- Tapeten

Diese können als zentrenrelevant gelten, während eine andere Gemeinde beispielsweise Matratzen oder Lampen/Leuchten/Leuchtmittel als nicht zentrenrelevant einstuft. Es ist davon auszugehen, dass diese aufgezeigte Differenzierung in Untergruppen damit

---

<sup>24</sup> Wenngleich ein Urteil des OVG NRW (10 A 1676/08) vom 30.09.2009 den Zielcharakter der Vorschriften von § 24a LEPro verneint, sind diese derzeit dennoch als solche zu behandeln, da die Entscheidung noch nicht rechtskräftig ist. Zwar wurde eine Revision nicht zugelassen; dagegen hat die Bezirksregierung Münster jedoch Nichtzulassungsbeschwerde beim BVerwG eingelegt.

auch auf andere unspezifizierte Sortimentsgruppen der Liste der zentrenrelevanten Leitsortimente, wie beispielsweise Sportartikel, zu übertragen ist.

Im Rahmen der Aufstellung der Grevener Sortimentsliste wurden insbesondere auch bei diesen Sortimenten die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen näher betrachtet. Insgesamt ist aber dennoch festzuhalten, dass im Hinblick auf die im Landesentwicklungsprogramm NRW (Anlage 1) definierten Leitsortimente nur ein begrenzter Spielraum bleibt, um örtliche Differenzierungen vorzunehmen.

### ***Methodik zur Erstellung von Sortimentslisten***

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus<sup>25</sup> stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Der Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegen regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus...

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Greven selbst,

---

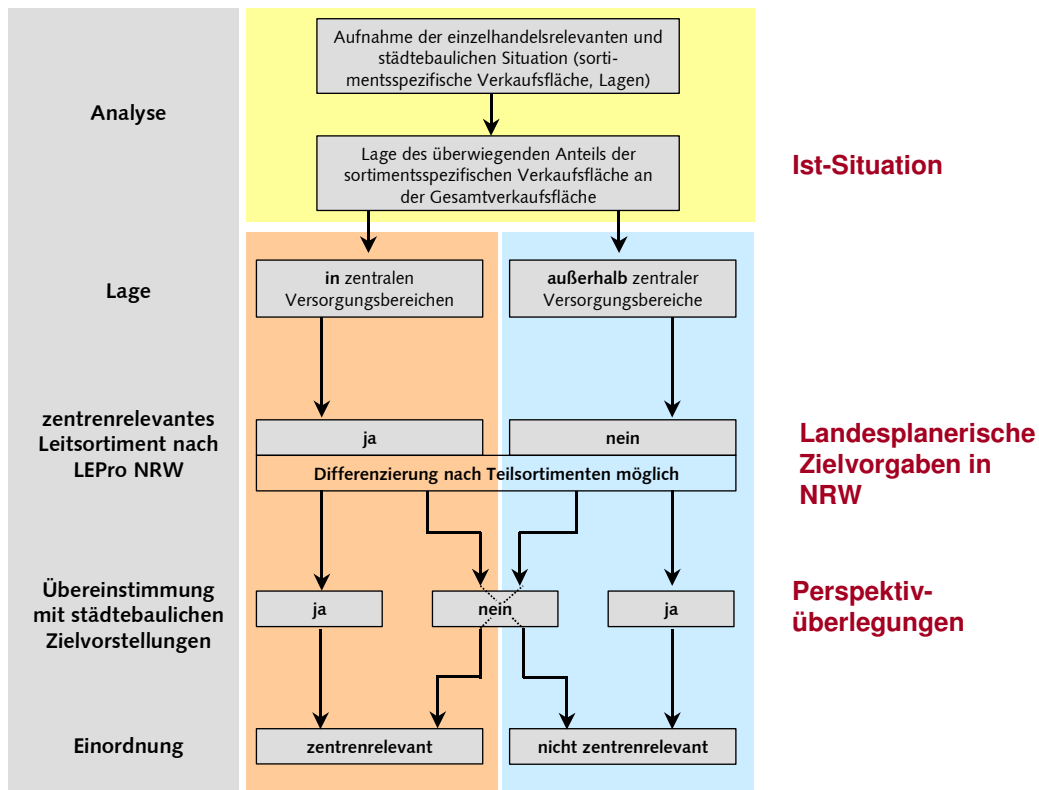
<sup>25</sup> Vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

- aus der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Greven.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil in den zentralen Versorgungsbereichen Grevens verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit der Grevener Zentren besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das Vorgehen bei der Bestimmung der Zentrenrelevanz der Sortimente im Grevener Stadtgebiet ist in dem folgenden Schaubild dargestellt:

**Abbildung 7: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten**



Eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Greven sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Greven aufgeteilt. Unter Berücksichtigung der Leitsortimente nach LEPro NRW sowie künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvor-

stellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Greven ergibt sich die im Folgenden dargestellte Grevener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten:

**Tabelle 9: Vorschlag für eine „Grevener Sortimentsliste“**

<b>Zentrenrelevante Sortimente (davon nahversorgungsrelevant)</b>
Back- und Konditoreiwaren, Metzgerei- / Fleischereiwaren, Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tee, Tabakwaren, etc.) Getränke
Schnittblumen
Drogeriewaren und Körperpflegeartikel (inkl. Putz-, Wasch- und Reinigungsmitteln) Parfümerie- und Kosmetikartikel Freiverkäufliche Apothekenwaren bzw. pharmazeutische Artikel, Reformwaren
Zeitungen und Zeitschriften
<b>Zentrenrelevante Sortimente (nicht nahversorgungsrelevant)</b>
Schreib- und Papierwaren, Büroartikel Sortimentsbuchhandel, Antiquariat
Bekleidung Wäsche und Miederwaren, Bademoden Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Schuhe Lederwaren, Taschen, Koffer, Schirme
Glas, Porzellan, Feinkeramik Schneidwaren und Bestecke, Haushaltswaren Geschenkartikel
Spielwaren / Modellbau Babyartikel, Kinderwagen Künstler-, Hobby- und Bastelartikel Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien Sammlerbriefmarken und -münzen
Sportbekleidung und -schuhe (mit Ausnahme von Reitsportartikeln) Sportartikel und -geräte (außer Sportgroßgeräte) Waffen, Angler- und Jagdbedarf
Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen Haus-, Bett- und Tischwäsche Kunstgewerbe, Bilder, Rahmen Wohnrichtungszubehöre / Dekorationsartikel
Elektrogeräte und Zubehör Lampen und Leuchten
Unterhaltungselektronik und Zubehör Videokameras und Fotoartikel Telefone und Zubehör, Telekommunikationselektronik Bild- und Tonträger Computer und Zubehör, Software
Orthopädische Artikel und Sanitätsbedarf Hörgeräte Augenoptikartikel
Uhren, Schmuck Eigene Zusammenstellung

### Nicht zentrenrelevante Sortimente

Möbel (inkl. Büro, Bad-, Camping- und Küchenmöbel), Antiquitäten  
Bodenbeläge, Teppichböden (Rollware), Teppiche (Einzelware)  
Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen  
Rollläden und Markisen  
Gartenhäuser  
Gartengeräte, Gartenmöbel und Polsterauflagen  
Pflanzen und Sämereien, Pflanzgefäße

Bad-/Sanitäreinrichtungen und -zubehör  
Baulemente, Baustoffe, Holz  
Eisenwaren, Beschläge  
Elektroinstallationsmaterial  
Farben, Lacke  
Fliesen  
Tapeten

Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse  
Heizungen, Kamine und (Kachel-)öfen  
KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör (ohne Bekleidung im Hauptsortiment)  
Maschinen und Werkzeuge  
Sportgroßgeräte  
Boote und Zubehör  
Fahrräder und technisches Zubehör  
Reitsportartikel  
Erotikartikel  
Zoologischer Artikel, Tierfutter  
Eigene Zusammenstellung

Es wird ersichtlich, dass ein Großteil der Sortimente in Greven als zentrenrelevant eingestuft wird. Die aufgeführten Warengruppen, insbesondere Bekleidung, Schuhe, Glas / Porzellan / Haushaltswaren, Parfümerie / Kosmetik, Bücher, Sportartikel, Uhren / Schmuck etc. zählen zum festen Bestandteil eines attraktiven und breit gefächerten Innenstadtangebots. Die Angebotsbreite und -tiefe in diesen innerstädtischen Leitsortimenten sind wesentlich für die Ausstrahlungskraft eines Zentrums sowie seine kundenseitige Inanspruchnahme. Daher sind diese Sortimentsgruppen zwingend in ihrer Gesamtheit als zentrenrelevant einzustufen.

- Getränke werden zwar zuweilen nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, wenn diese in Kisten und größeren Mengen in **Getränkemärkten** eingekauft werden. Eine generelle Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment ist jedoch problematisch, da nicht nur die Artikelgruppe, sondern das ganze Sortiment bewertet wird. Das in einem solchen Markt hauptsächlich angebotene Getränkesortiment gehört zweifellos zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Getränkemarkt ist kein spezielles Sortiment mit großem Flächenbedarf, sondern eine Betriebsform neben anderen Betriebsformen, in denen (auch) Getränke verkauft werden. Dass in einem Getränkemarkt Getränke auf großen Flächen angeboten werden, kann nicht die Annahme rechtfertigen, dass Getränke typischerweise und damit generell einen großen Flächenbedarf erzeugen. Eine Differenzierung zwischen Getränken, die in Getränkemarkten angeboten werden einerseits und Getränken, die in anderen Betriebstypen angeboten werden, ist bei der bauplanerischen Einzelhandelssteuerung nicht vorgesehen und wäre in der Praxis auch nicht durchzuhalten. Getränke werden nämlich auch kistenweise in Lebensmittelmärkten verkauft und ebenso finden

sich Einzelflaschen (u.a. auch hochwertige Weine / Sekt / Spirituosen) auch in Getränkemärkten. Zudem ist die Betriebsform Getränkemarkt häufig in Zentren, insbesondere auch in Nahversorgungszentren, zu finden und nicht zwangsläufig auf Standorte außerhalb der Zentrenstruktur angewiesen.

- Auch wenn einzelne Produkte aus den Sortimentsgruppen **Elektrogeräte** oder auch **Baby- und Kleinkindartikel** unter dem Aspekt „Transportfähigkeit“ und „Flächenanspruch“ eher als nicht-zentrenrelevante Sortimente einzustufen wären und heute teilweise sogar mehrheitlich außerhalb der Zentren angeboten werden, so können diese Teilsortimente nicht generell als nicht zentrenrelevant definiert werden. Die übergeordneten Warengruppen beinhalten insgesamt zahlreiche Sortimente/ Artikelgruppen, die als wichtige Bausteine eines attraktiven und umfassenden Angebots in den zentralen Versorgungsbereichen unerlässlich sind. So zählen zum Sammelbegriff Babyartikel beispielsweise nicht nur Kinderwagen, sondern auch Bekleidung, Bücher oder Spielwaren. Auch Elektrogeräte werden heute überwiegend im Verbund mit dem zentrenrelevanten Leitsortiment Unterhaltungselektronik in Elektronikmärkten angeboten. Solche Hauptsortimentsanbieter zählen zu den wichtigsten Frequenzbringern in innerstädtischen Einzelhandelslagen. Neben Fernsehgeräten und Kühlschränken werden hier beispielsweise auch Bild- und Tonträger, Elektrokleingeräte, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, Fotoartikel und Zubehör etc. auf einem Großteil der Verkaufsfläche angeboten. Zudem besteht auch in Betrieben innerstädtischer Lagen oft die Möglichkeit, sich die Ware liefern zu lassen bzw. auch mit dem eigenen PKW abzuholen, so dass das Argument der Transportfähigkeit bei diesen Artikeln keine generelle Definition der entsprechenden Sortimente als nicht-zentrenrelevant rechtfertigt, zumal sie fast ausschließlich im Verbund mit „verwandten“ zentrenrelevanten Sortimenten angeboten werden.
- **Teppiche** finden sich als **Einzelware** zwar häufig als Fachhandelsangebot innerhalb von Innenstädten wieder und sind als solches Teilsortiment klar von dem baumarktspezifischen Sortiment der Auslege- / Rollware bzw. dem Bodenbelag abgrenzbar, hochwertige Teppichhandlungen sind derzeit in der Grevenener Innenstadt jedoch nicht vorhanden und werden innerhalb der städtebaulichen Zielvorstellung der Stadt Greven auch nicht als Bestandteil eines attraktiven Fachangebots in der Innenstadt und somit als nicht-zentrenrelevant definiert.
- Als nicht zentrenrelevant gelten flächenintensive **Sportgroßgeräte sowie Boote und Zubehör**. Auch **Reitsportartikel** werden in Greven derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Die Ansiedlung solcher Anbieter im Innenstadtbereich wird aufgrund der spezifischen Anforderungen möglicher Betriebe als nicht realistisch und für den innerstädtischen Branchenmix nicht zwingend notwendig erachtet, so dass diese Sortimentsgruppen als nicht zentrenrelevant definiert werden. Die Sortimentsgruppe **Sportartikel und -bekleidung** bleibt (mit Ausnahmen der explizit als nicht zentrenrelevant definierten Teilsortimente) jedoch ausdrücklich zentrenrelevant. Als nicht zentrenrelevant gilt demnach nur eindeutige Funktionsbekleidung, die ausschließlich zu speziellen sportlichen Zwecken genutzt werden kann. Dazu zählen beispielsweise Reithosen und -helme, nicht jedoch Sport- oder Freizeitbekleidung im Allgemeinen.

- Auch das Sortiment **Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen** wird als nicht-zentrenrelevant definiert. Die räumliche Verteilung dieser Angebote in Greven ist klar auf Standorte außerhalb der Zentren ausgerichtet. Der Großteil des Angebots in diesem Sortimenten entfällt auf Anbieter mit speziellem und schmalem Warensortiment (z.B. Matratzen-Fachmärkte), die aufgrund der Transportfähigkeit dieser Artikel auf den Autokunden ausgerichtet sind. Eine Definition als zentrenrelevantes Sortiment entspricht nicht der Zielvorstellung der Stadt Greven. **Bettwäsche** bleibt hingegen zentrenrelevant.



## 9 Umsetzungsempfehlungen

### 9.1 „Ansiedlungsregeln“ zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Greven

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Zentrenentwicklung sollten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die sowohl die o.g. Zielsetzungen, die Bewertung der Ausgangssituation und die zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren berücksichtigen.

Insbesondere im Rahmen der zukünftigen bauleitplanerischen Umsetzung stellt das *Einzelhandels- und Zentrenkonzept* eine wichtige Entscheidungsgrundlage für zukünftige politische wie städtebauliche Entscheidungen in Richtung Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven dar. Auch kommt ihm die Bedeutung als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu. Es gibt aber keine abschließende Auskunft über die städtebauliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen. Vielmehr gibt es Leitvorstellungen und Grundregeln vor, die im (bauleitplanerischen) Einzelfall umzusetzen sind. Somit ist die Stadt Greven nicht von der Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass bei isolierter Betrachtung einzelner Vorhaben nicht in jedem Fall negative Auswirkungen auf die Versorgungssituation in den zu schützenden zentralen Lagen aufgezeigt werden können. Bei solchen *Einzelfallbetrachtungen* (z.B. im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse), bei denen häufig nur bestimmte Teilbereiche des Stadtgebietes untersucht werden, liegen Auswirkungen durch absatzwirtschaftliche Umverteilungen nicht selten unterhalb einer städtebaulich relevanten Schwelle. Folgerichtig kommt somit die Einzelfallbetrachtung häufig zum Ergebnis der Verträglichkeit eines beantragten Planvorhabens.

Im Rahmen der Erarbeitung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bilden hingegen *gesamtstädtische, stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen* den übergeordneten Rahmen, aus denen grundsätzliche Strategien für die künftige räumliche Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven abgeleitet werden. Diese als Grundsätze formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte im Hinblick auf ihre Eignung als zukünftiger Einzelhandelsstandort und somit auch möglicher Planvorhaben an diesen Standorten. Der wesentliche Vorteil dieser gesamtstädtischen Betrachtungsweise ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb zentraler Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z.T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Es sollen für Greven die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten, die als „Ansiedlungsregeln“ zur Einordnung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben dienen und durch entsprechende politische Beschlüsse untermauert werden sollten. Die hier aufgeführten Regelungen betreffen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen, d.h. die Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Betrieben. Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß dieser Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wäre, gilt der „*passive*“ *Bestandsschutz*. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die genehmigte Funktion. Er erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung.<sup>26</sup> In einzelnen – nachfolgend explizit aufgeführten – Fällen kann durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen auch abweichend ein erweiterter bzw. aktiver Bestandsschutz festgesetzt werden, der maßvolle Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen über den derzeitigen Bestand hinaus gewährleistet.

### **Ansiedlungsregel 1**

**Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen sowie ausnahmsweise zur wohnortnahen Grundversorgung in den Siedlungsbereichen angesiedelt.**

- Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer hierarchisch gegliederten Zentrenstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet sollen **Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zukünftig ausschließlich in den definierten zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Greven sowie ausnahmsweise zur ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung in den Siedlungsbereichen möglich sein.
- Um die Kompatibilität und funktionale Ordnung der beiden zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer jeweiligen funktionalen Zuordnung zu gewährleisten und die Nahversorgung möglichst kleinmaschig und damit auch für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Abhängigkeit von der Zentrenkategorie positiv zu steuern**. Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die Zentren zu stärken und wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Im Hauptgeschäftsbereich der **Innenstadt** ist diesbezüglich in erster Linie die regionale Verträglichkeit eines Vorhabens zu beachten (Die Ansiedlung eines Vollsortiments in der Größenordnung von bis zu 2.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche im

---

<sup>26</sup> vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung“; Münster; 2004

Rahmen der Projekt „Martini-Passage“ oder die Verlagerung und Erweiterung des Plus-Marktes im Rahmen des Projekts „Rathaus-Carré“ ist beispielsweise möglich. Entwicklungen im **Ortsteilzentrum Reckenfeld** sollen sich an der Versorgungsfunktion dieses Nahversorgungszentrums (d.h. für die Bevölkerung des Ortsteils Reckenfeld) orientieren. Eine an der durch einen Einzelanbieter abschöpfbaren Kaufkraft des ansässigen Bevölkerung orientierte Betriebsgrößenordnung für einen der Grundversorgung dienenden Lebensmittelanbieter sollte in diesem Zusammenhang **1.500 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche** nicht überschreiten. Größere Betriebseinheiten können im Ortsteilzentrum nur dann ermöglicht werden, wenn in einer Einzelfallprüfung aufgezeigt wird, dass die angestrebte Verkaufsflächengrößenordnung zur Versorgung der Bevölkerung im Ortsteil bzw. Stadtbereich dient und mit den Zielsetzungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung vereinbar ist.

- An **solitären Standorten** außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann sinnvoll und zulässig sein, **wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen** („Gebietsversorger“) und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dies ist dann der Fall, wenn
  - es sich um einen städtebaulich integrierten Standort mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
  - die sortimentspezifische *Kaufkraftabschöpfung* des Planvorhabens im Versorgungsbereich (z.B. einem fußläufigen *600 m Radius*) an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von *35 %* der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel)<sup>27</sup> der Bevölkerung nicht überschreitet.

Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mehr als 5.000 Einwohnern angewiesen<sup>28</sup>. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen Grevens bewegen sich die gemäß dieser Regelung zulässigen Ausnahmefälle überwiegend deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup>). Größere Betriebseinheiten wären in den meisten Fällen auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, so dass negative Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstrukturen zu vermuten wären und den eingangs formulierten Zielsetzungen entgegensteht.

Als unbedenklich gelten in diesem Zusammenhang Einzelhandelsbetriebe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel und weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche an städtebaulich integrierten Standorten (z.B. „Nachbarschaftsläden“ bzw.

<sup>27</sup> Diese liegt derzeit bei rund 1.955 Euro pro Einwohner (BBE Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2008)

<sup>28</sup> Bei einer Flächenproduktivität von 4.000 Euro/m<sup>2</sup> für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 6.000 Euro/m<sup>2</sup> für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

„Convenience-Stores“).

Diese Ausnahmeregelung gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- oder Industriegebieten. Dort können jedoch Kiosks / Tankstellenshops zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung ausnahmsweise möglich sein.

- Eine ausdrückliche Erwähnung soll in diesem Zusammenhang eine mögliche Ausweitung eines Nahversorgungsangebots in der Grevener Kernstadt links der Ems finden, für den ein entsprechendes Angebotsdefizit hinsichtlich der wohnortnahen Versorgungssituation festgestellt wurde (vgl. Kap. 4.4). Die Kernstadt links der Ems liegt aus siedlungsräumlicher und verkehrlicher Sicht leicht abgesetzt von der Kernstadt Greven rechts der Ems. Zugleich ist mit den dort bestehenden (und geplanten) Wohnsiedlungsgebieten ein umfangreiches Nachfragepotenzial (derzeit rd. 5.700 Einwohner) vorhanden, dass eine Angebotsausweitung im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich rechtfertigt. Dazu bietet sich vor allem die Erweiterung des bestehenden Lebensmittelvollsortimenters sowie ggf. eine Ergänzung um weitere kleinteilige Betriebe am städtebaulich integrierten, zentral gelegenen Standort Grimmstraße an. Wichtig ist jedoch, diesbezüglich eine zentrenverträgliche, maßvoll dimensionierte Größenordnung einzuhalten. Diesbezüglich liegt eine separate städtebauliche Wirkungsanalyse zur Beurteilung des Planvorhabens Grimmstraße vor, auf die an dieser Stelle verwiesen wird.

#### **Ansiedlungsregel 2:**

**Einzelhandelsbetriebe / -vorhaben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in der Grevener Innenstadt sowie ausnahmsweise zur wohnortnahen Grundversorgung im Ortsteilzentrum Reckenfeld und in den Siedlungsbereichen möglich.**

- Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Grevener Stadtgebiet mit ihren jeweiligen funktionalen Zuordnungen zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Stadt Greven attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen demnach zukünftig nur noch im **zentralen Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt** möglich sein, um diesen zentralen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und einen ruinösen absatzwirtschaftlichen, städtebaulich „unfairen“ Wettbewerb zu Standorten außerhalb der Innenstadt zu vermeiden.
- Um die Kompatibilität zum zentralen Versorgungsbereich **Ortsteilzentrum Reckenfeld** mit dessen funktionaler Zuordnung als Nahversorgungszentrum zu gewährleisten, aber auch diesen Standort attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Ortsteilzentrum Reckenfeld möglich, wenn sie die Schwelle der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup>) nicht überschreiten.
- Außerhalb dieser positiv definierten Ansiedlungs- und Entwicklungsräume können einzelne Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise möglich sein, sofern von ihnen *keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche* zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht

anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten an städtebaulich integrierten Standorten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Nahbereich dieser Läden dienen (Läden zur Gebietsversorgung, z.B. kleinteilige Anbieter im Ortsteil Gimfte).

Diese Ausnahmeregel zur Zulässigkeit von Betrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche betrifft ausdrücklich nur *solitäre Einzelbetriebe* in städtebaulich integrierten Lagen, d.h. Agglomerationen<sup>29</sup> von mehreren Einzelhandelsbetrieben der genannten Größenordnung zu einem insgesamt größeren (und somit wesentlich bedeutsameren) Standortbereich sind auszuschließen.

- An **städtebaulich nicht-integrierten Standorten**, wie beispielsweise in Gewerbe- und Industriegebieten sowie – in Abhängigkeit von der jeweiligen Zweckbestimmung und den vorhandenen textlichen Festsetzungen – auch einzelnen Sondergebieten ist die (Neu-)Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten generell auszuschließen.  
Ausnahme: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Sortimenten von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können in GE- und / oder GI-Gebieten<sup>30</sup> zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche
  - dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
  - in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
  - dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
  - die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

### Ansiedlungsregel 3:

**Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig vorrangig in der Innenstadt und an geeigneten Sonderstandorten angesiedelt.**

- Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden, zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung für die Stadt Greven **sollten** jedoch auch **Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente intensiv geprüft und ggf. räumlich gelenkt werden**. Dafür bietet sich neben der Innenstadt insbesondere ausgewählte Sonderstandorte für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsangebote an.

<sup>29</sup> d.h. mehrere Einzelhandelsbetriebe in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang zueinander.

<sup>30</sup> Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

- Aufgrund des bereits vorhandenen Angebots und der insgesamt begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume besteht in absehbarer Zeit kein dringender Handlungsdruck zur Ausweisung bzw. planungsrechtlichen Vorbereitung von Sonderstandorten. Konkrete Vorhaben (Neuansiedlungen oder Erweiterungen / Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben mit **nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten**) sind im Einzelfall hinsichtlich ihrer städtebaulichen Verträglichkeit sowie ihrer Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu prüfen. Die ungesteuerte Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten könnte zu einer städtebaulich bedenklichen Verschärfung des Wettbewerbs führen und einschlägige Betriebe zur Aufgabe zwingen. Bei derartigen Betriebsaufgaben besteht die Gefahr, dass dann die Sortimentsstruktur geändert und (weitere) zentrenrelevante Warengruppen an diesen Standorten zu Lasten der Innenstadt- bzw. Zentrenentwicklung angeboten werden. Wird dieses gemäß der konzeptionellen Zielsetzung verhindert, entwickelt sich dann zumeist ein Leerstand, der zu einem Imageverlust einzelner Standortbereiche, wie auch der Stadt Greven insgesamt, als Einkaufsstandort oder auch zu anderen städtebaulichen Problemen führen kann. Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne Einzelhandelsvorprägung), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe.

Die Entwicklung stadtstrukturell sinnvoller Flächenreserven ist hier vorzuziehen. Zu berücksichtigen ist der durch § 24a LEPro vorgegebene Grundsatz, dass die Flächen von Sondergebieten für Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb der Regionalplanung als ASB (Allgemeiner Siedlungsbereich) ausgewiesen sein müssen.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel sind im Baumarkt nicht zulässig), möglich sein.

Auch hier nennt die Grundsatzregelung des § 24a LEPro eine Begrenzung auf max. 10 % der gesamten Verkaufsfläche, höchstens jedoch 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vor.

In Anbetracht der teilweise kleinteiligen Angebotsstruktur und geringen sortimentspezifischen Verkaufsflächenvolumina in der Innenstadt, können in Greven jedoch auch bei geringen Verkaufsflächenzahlen als der durch die Grundsätze des § 24a LEPro vorgeschlagenen Flächenbeschränkungen städtebaulich relevante Auswir-

kungen in den zentralen Versorgungsbereichen durch überdimensionierte Randsortimentsangebote auftreten. Daher kann es im Einzelfall erforderlich sein, bei der Aufstellung der entsprechenden Bauleitpläne in Sondergebieten auch deutlich restriktivere Festsetzungen hinsichtlich zentrenrelevanter Sortimente vorzunehmen. So führen beispielsweise nur wenige Betriebe in der Greverer Innenstadt die Warengruppe GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel als Hauptsortiment (Angebotsumfang von weniger als 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Bei einem einzelnen Möbel- oder Bau- und Gartenmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 10.000 m<sup>2</sup> wären jedoch bereits rund 1.000 m<sup>2</sup> zentrenrelevantes Randsortiment (u.a. GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel) möglich. Aufgrund der jeweils sehr unterschiedlichen Angebotsstrukturen in den einzelnen Branchen ist die Verträglichkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten jeweils im Einzelfall zu prüfen.

Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

- **Bestehende Einzelhandelsbetriebe** mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z.B. Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte), die ihren Standort **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** haben, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt und die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet („Aktiver“ Bestandsschutz). Darüber hinaus gehende Angebote bedürfen einer gesonderten Prüfung.

## 9.2 Prüfschema

---

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch dann ggf. erforderlicher formeller Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema vorgeschlagen, das eine **erste Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem *Einzelhandels- und Zentrenkonzept* und der dort formulierten Zentrenhierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht. Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben daher hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Zentrengefüge in der Stadt Greven zu hinterfragen. Da die Bedeutsamkeit neuer Vorhaben - lokal und ortsteilübergreifend - insbesondere von ihrer Dimension und Lage bestimmt wird, wurden im Rahmen der Ansiedlungsregeln Schwellenwerte für eine (erste) Prüfung von Neuvorhaben (aber

auch Erweiterungen und Verlagerungen) definiert. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.**

**Tabelle 10: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)**

	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment
<i>Zentrenkategorie I – Innenstadt</i>	ja	ja	ja
<i>Zentrenkategorie II – Ortsteilzentrum</i>	≤ 800 m <sup>2</sup>	≤ 1.500 m <sup>2</sup> (darüber hinaus: Einzelfallprüfung)	≤ 800 m <sup>2</sup> grundsätzlich möglich
<i>ergänzende Sonderstandorte</i>	nein	nein (Ausnahme: Kiosks/Tankstellenshops)	ja begrenzte Randsortimente (allgemein: max. 10 % der einzelbetrieblichen Gesamtverkaufsfläche, höchstens 2.500 m <sup>2</sup> ; darüber hinaus Einzelfallprüfung erforderlich)
<i>(Sonstige) solitäre Standorte:</i>			
WR-Gebiete (gem. BauNVO)	nein	Läden zur Gebietsversorgung  (z.B. „Nachbarschaftsläden“)	nein
WA-Gebiete (gem. BauNVO)	Läden zur Gebietsversorgung	Ferner zulässig, wenn Kaufkraftabschöpfung im 600 m-Radius < 35% und keine mehr als unwesentliche (ca. 10%) Überschneidung des 600 m-Radius mit 600 m-Radius um das (nächstgelegene) Zentrum	Läden zur Gebietsversorgung
MI-Gebiet (gem. BauNVO)	<b>Einzelfallprüfung erforderlich</b>		≤ 800 m <sup>2</sup> grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich
GE-, GI-Gebiete (gem. BauNVO)	Nein	nein (Ausnahme: Kiosks/Tankstellenshops)	≤ 800 m <sup>2</sup> grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich



## Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf- Einzelhandelsrelevanten- Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsummarkt- und Absatzforschung (GfK) oder der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
<b>GPK</b>	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas/Porzellan/Keramik“.
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 qm) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

<b>Kernsortiment/Rand-sortiment</b>	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zuglich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000-3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutenden Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 qm.
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i.d.R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimen-

ten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht-integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK/Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

### **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).

### **Sonderstandort**

Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

### **Sortimentsliste (ortstypische)**

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

### **Ortsteilzentrum**

Ein Ortsteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Ortsteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-

	<p>fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
<b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup> – max. 1.500 m<sup>2</sup>. Deutlicher Angebotsschwerpunkt (&gt; 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>
<b>Umsatzkennziffer</b>	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
<b>Verbrauchermarkt</b>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 qm, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.</p>
<b>Verkaufsfläche</b>	<p>Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schauwindower, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>

**Verkausflächenausstattung je Einwohner**

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

**Zentraler Versorgungsbereich**

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Ortsteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/-präsentation.

**Zentrenrelevante Sortimente**

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich

günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Ortsteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

öffentlich

nichtöffentlich

Vorlagen Nr.

Fassung vom:

03.07.2010 07:13

**185/2010**

**Beratungsergebnis:**

Beratungsfolge	Termin	TOP	Ein	Für	Geg	Ent	Bemerkungen
Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt	01.07.2010						
Rat	07.07.2010						

**Betreff:**

Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Greven

**Beschlussvorschlag:**

1. Es wird festgestellt, dass im Rahmen der Offenlage keine Stellungnahmen von Bürgern abgegeben worden sind.
2. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird gegenüber dem Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes geändert. Die westliche Abgrenzung wird an die Abgrenzung des Kerngebietes (MK) im wirksamen Flächennutzungsplan (FNP 2020) angepasst und bis an die B 219 erweitert.
3. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Greven (Anlage 1) wird als Grundlage zur weiteren Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.
4. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird spätestens im Jahr 2016 fortgeschrieben.

**Sachdarstellung:**

Der Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt hat im Juni 2009 beschlossen ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greven aufzustellen. Das städtebauliche Konzept wurde vom Büro Junker Kruse, Dortmund, erarbeitet. Ein Arbeitskreis unterstützte begleitend in vier Sitzungen die Erarbeitung des Konzeptes.

Der Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde am 29.04.2010 vom Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt zur Kenntnis genommen. Bei der Bürgerversammlung im Rathaus am 06.05.2010 wurde der Entwurf des Konzeptes den Bürgern vorgestellt.

Der Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes lag vom 10.05. bis 09.06.2010 öffentlich im Rathaus aus. Im Rahmen der Offenlage sind keine Anregungen und Hinweise der Öffentlichkeit eingegangen, so dass keine Stellungnahmen zur Abwägung vorliegen. Der Stadt Greven liegt eine Stellungnahme des Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V. (vgl. Anlage 2) und ein Schreiben der IHK Nord Westfalen (vgl. Anlage 3) vor. Beide Stel-



lungnahmen sind im Rahmen des begleitenden Arbeitskreises zum Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abgegeben worden. Sie enthalten keine abwägungsrelevanten Inhalte.

Gegenüber dem Entwurf gab es einige kleine redaktionelle Änderungen, ansonsten hat sich gegenüber dem Entwurf für die Endfassung nichts geändert.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Greven wird als städtebauliche Planung im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Steuerungsinstrument für die weitere Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Greven dienen. Dabei geht es auch um die Stärkung der Attraktivität der Grevener Innenstadt als Einkaufsstandort sowie die Sicherung und den Ausbau Grevens als Mittelzentrum. Es geht um die Schaffung von Rechtssicherheit für Investoren sowie um die Steuerung des Einzelhandels und des großflächigen Einzelhandels. Die wohnortnahe Versorgung der Bürger wird nachhaltig gesichert und eine Grevener Sortimentsliste definiert.

Die Versorgungsbereiche werden abgegrenzt und in einen zentralen Versorgungsbereich (Grevener Innenstadt) und das Ortsteilzentrum Reckenfeld differenziert. Darüber hinaus gibt es wohnortnahe Versorgungsbereiche mit Verkaufsflächen bis 1.350 m<sup>2</sup>. Die Abgrenzung des Hauptgeschäftsbereiches in der Grevener Innenstadt ist im westlichen Bereich nicht deckungsgleich mit dem im FNP 2020 dargestellten Kerngebiet (MK). Da im MK-Gebiet grundsätzlich großflächiger Einzelhandel zulässig ist, empfiehlt die Verwaltung für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Grevener Innenstadt die größtmögliche deckungsgleiche Abgrenzung des im FNP 2020 dargestellten MK-Gebietes zu übernehmen. Dadurch können bei weiteren Planungen Missverständnisse vermieden werden.

#### Finanzielle Auswirkungen:

Es entstehen keine unmittelbaren Kosten.

#### Änderungen:

Diese Vorlage wurde im Vergleich zu der Vorlage in der Fassung vom \_\_\_\_\_ in folgenden Punkten *wesentlich* geändert:

--

#### Produkt:

Produktnummer: 09.511.04

Produktbezeichnung: Räumliche Planung und Entwicklung

#### Zuständiger Fachbereich in der Verwaltung:

Fachbereich: 9.1 Stadtentwicklung und Umwelt

#### Berichterstattung:

im Fachausschuss durch: Herrn Kotz-Lörper

im Rat durch: Herrn Kotz-Lörper

#### Zur Kenntnisnahme an den

Beirat für Menschen mit Behinderung: Ja

Beirat für Senioren: Ja

#### Anlage/n:

Anlage 1 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Greven (wird nachgereicht)

Anlage 2 Schreiben des Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V. vom 29.04.2010

Anlage 3 Schreiben der IHK Nord Westfalen vom 23.04.2010

(Bitte der Zweitausfertigung beilegen)

Die Vorlagen werden nur versandt, wenn die angegebenen Sichtvermerke gegengezeichnet sind.

Sichtvermerke:

Bgm.	1.Beig.	Kämmerer	9.1	5108	FD:	FD:
------	---------	----------	-----	------	-----	-----

# Stadt Greven

Der Bürgermeister

## B e s c h l u s s

der Niederschrift der Sitzung des Rat vom 07.07.2010.

---

5. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Greven  
Vorlagenr. 185/2010

*Beschluss:*

1. *Es wird festgestellt, dass im Rahmen der Offenlage keine Stellungnahmen von Bürgern abgegeben worden sind.*
2. *Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird gegenüber dem Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes geändert. Die westliche Abgrenzung wird an die Abgrenzung des Kerngebietes (MK) im wirksamen Flächennutzungsplan (FNP 2020) angepasst und bis an die B 219 erweitert.*
3. *Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Greven (Anlage 1) wird als Grundlage zur weiteren Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.*
4. *Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird spätestens im Jahr 2016 fortgeschrieben.*

*Beratungsergebnis: Einstimmig, 0 Enthaltungen*

---