

STADTENTWICKLUNGS- KONZEPT

Sachlicher Teilplan *Einzelhandel*

Einzelhandelskonzept



Stadtentwicklungskonzept *Sachlicher Teilplan Einzelhandel* Einzelhandelskonzept – Fortschreibung –

Im Auftrag der



Stadt Greven

Rathausstraße 6 – 48268 Greven
Telefon: 025 71-92 00 Fax: 025 71-92 03 20
www.greven.net info@stadt-greven.de

Bearbeitung betreut durch die



GFW Greven mbH
Gesellschaft zur Entwicklung
und Förderung der Wirtschaft
in der Stadt Greven mbH

Hinter der Lake 11 – 48268 Greven
Telefon: 025 71-92 09 20 Fax: 025 71-92 09 30
www.gfw-greven.de info@gfw-greven.de

Gabriele Sobotka
Stefan Kruse

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

April 2018

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

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	17
2.4	Prozessbegleitung	19
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	21
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	21
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Greven	24
3.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....	28
4	Aktuelle Angebotssituation in Greven	32
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Greven	32
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Greven.....	37
4.2.1	Unternehmensbefragung zur Onlineaktivität	48
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Greven	49
4.3.1	Die Grevener Innenstadt	50
4.3.2	Ortsteilzentrum Reckenfeld	57
4.3.3	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Greven	60
4.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in Greven.....	66
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	71
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Greven	74
6	Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Greven	83
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	83
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung	85
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells.....	90
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Greven	95
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	95

7.1.1	Hauptgeschäftsbereich Innenstadt.....	98
7.1.2	Ortsteilzentrum Reckenfeld.....	102
7.2	Sonderstandorte des Einzelhandels in Greven	104
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....	106
8	Fortschreibung der Grevener Sortimentsliste	112
9	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	122
Anhang		135
A1	Verzeichnisse.....	136
A2	Legende	139
A3	Karten	140
A4	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	153

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Greven verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Junker + Kruse erarbeitet und 2010 vom Rat der Stadt Greven als „Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greven“ beschlossen wurde.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Greven, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Verwaltung und Politik der Stadt Greven so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Dieses ist mittlerweile rund acht Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Grevener Einzelhandelsbestandes im Juli / August des Jahres 2009 stattgefunden hat. Seitdem haben nicht nur Veränderungen in der Grevener Einzelhandelslandschaft stattgefunden, auch werden derzeit verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Grevener Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel – in Kraft getreten im Februar 2017 mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt.¹

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Greven das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzel-

¹ Zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

handels in Greven im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Greven, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches im Stadtkern und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die neuerliche Fortschreibung des Konzeptes auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten bzw. erhöhen. Die Stadt Greven erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Stadtratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Greven.

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2010 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

² Urteil des BVerwG vom 26. 03.2009 – 4 C 2.07

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Greven stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Grevenener Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Bereichen. Ergänzend wurde eine Kundenherkunftserhebung unter Mitwirken von ausgewählten Einzelhändlern in Greven vorgenommen.
- 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 IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgeichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Greven ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Januar 2017 eine flächendeckende **Vollerhebung des Grevenener Einzelhandelsbestandes** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung / Befahrung des gesamten Stadtgebietes bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraumes (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Randsortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 19 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein / Sekt / Spirituosen
	Backwaren / Konditoreiwaren	<u>Backwaren / Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein / Sekt / Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, Zimmergestecke, <u>Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel) / <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
	Heim- und Kleintierfutter	<u>Tierfutter für Haustiere</u> in Lebensmittelmärkten, Bau- und Gartenmärkten, Fachmärkten
Gesundheit und Körperpflege	Pharmazeutische Artikel	<u>Freiverkäufliche Apothekenwaren</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</u> (inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel), <u>Kosmetikartikel / Parfümeriewaren</u>
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	<u>Papier / Büroartikel / Schreibwaren</u> auch <u>Büromaschinen</u> (Aktensvernichter, Beschriftungssysteme, Bindeggeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen / Zeitschriften	<u>Zeitungen / Zeitschriften</u>
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u> , dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	<u>Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle</u> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	<u>Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme</u>
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	GPK / Haushaltswaren	<u>Glas, Porzellan, Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). <u>Haushaltswaren</u> (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.).
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel / Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler- und Jagdartikel / Waffen</u>
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u> dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u> (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	<u>Sportartikel / -kleingeräte</u> dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stützen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Reitsportartikel	inkl. Reitsportbekleidung und Reitsportstiefel
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> (inkl. Reitsportbekleidung) / <u>Sportschuhe</u>
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u> dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen	umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner
	Matratzen	Lattenroste = Möbel
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), <u>Gardinen / Dekostoffe</u> einschließlich Zubehör, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>
	Wohndekorationsartikel	<u>Kunstgewerbe</u> (kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse) / <u>Bilder / Bilderrahmen</u> , sonstige <u>Wohneinrichtungsartikel</u> (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen, Lattenroste
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	<u>Lampen / Leuchten / Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatro-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
		nen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte</u> , <u>Optik / Augenoptik</u> , <u>Sanitätsartikel</u>
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck	<u>Uhren / Schmuck</u>
Baumarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	<u>Bauelemente / Baustoffe</u> dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfasern-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	Baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge</u> (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), <u>Eisenwaren und Beschläge</u> (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), elektrotechnisches Zubehör und <u>Elektroinstallationsmaterial</u> (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschränke), <u>Farben / Lacke</u> (Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitte, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), <u>Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen</u> (inkl. Sonnenschutz), <u>Sanitärartikel</u> (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Bädewannen, Duschabtrennungen), <u>Tapeten</u> (auch Kleister), <u>Installationsmaterial</u> für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, <u>Maschinen / Werkzeuge, sonstige baumarktspezifische Artikel</u> (Werkstatteinrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter)
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</u> (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Spielgeräte für Garten und Spielplatz), <u>Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)</u> wie z.B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen / Samen	<u>Pflanzen / Samen</u> dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/Blumen für den Privatgebrauch
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen.
Sonstiges	Aktionswaren	<u>nur</u> bei Lebensmitteldiscountern oder Tchibo
	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>

Quelle: eigene Zusammenstellung

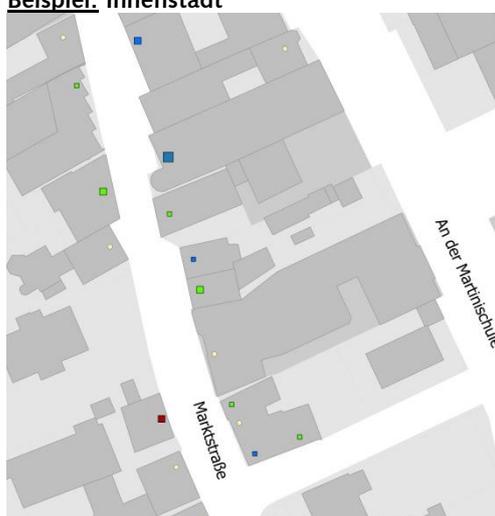
Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Grevenener Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merk-

male des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2009 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 erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

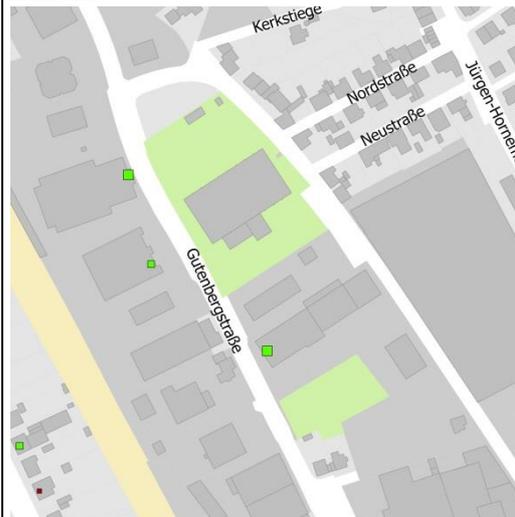
Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs-)Bereiche</p> <p>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 in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Innenstadt</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Grevenener Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Greven städtebaulich integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>	<p>Beispiel: Betriebe an der Bismarckstraße</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Betriebe an der Gutenbergstraße

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Grevener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen 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.

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* 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, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis – und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept – wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt oder Gemeinde insbesondere die Waren- bzw. Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel 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 zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Greven wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Ortsteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Ortsteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Grevenener Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen 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 Kauf-

kraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von den IFH Retail Consultants, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK), Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, weist die Kommune entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Grevener Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Grevener Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum (März 2017) bei Grevener Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 86 Betriebe bei der Erhebung in Greven und somit rund 42 % der Gesamtzahl aller Betriebe.

Die Kundenherkunft wurde, jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben, für das Grevener Stadtgebiet differenziert nach Ortsteilen aufgenommen. Die übrigen Kunden (aus den Nachbarkommunen und darüber hinaus) wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Greven im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2010 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder

perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt; dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Stadtkern 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 Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte³
- 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
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Greven. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2010 bewertet werden, sie liefert auch 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 §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁴ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundla-

³ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden

⁴ 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)

ge für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

Die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Greven wurde dementsprechend – wie auch bei dem Einzelhandelskonzept 2010 – durch eine projektbegleitende Arbeitsgruppe begleitet, die wie folgt besetzt war:

- Stefan Deimann, GFW Greven GmbH
- Renate Kaiser, GFW Greven GmbH
- Christian Jakob, Stadt Greven
- Alexander Hensing, Stadt Greven
- Johann-Christoph Ottenjann, Grevener Werbegemeinschaft
- Peter Hamelmann, Greven Marketing e. V.
- Heinz Gräber, Wirtschaftsforum Greven e. V.
- Johannes H. Höing, IHK Nord Westfalen
- Jörg Knebelkamp, Bezirksregierung Münster
- Michaela Gellenbeck, Bezirksregierung Münster
- Maleen Koch, Bezirksregierung Münster
- Willi Quandt, Handwerkskammer Münster
- Stefan Kruse, Büro Junker + Kruse
- Gabriele Sobotka, Büro Junker + Kruse

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 1. März 2017
- 2. Arbeitskreis: 17. Mai 2017

Den Teilnehmern der Arbeitskreise sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Greven eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Greven auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Konzeptes werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 37.670 Einwohner⁵ zählende Stadt Greven liegt im Norden Nordrhein-Westfalens in der überwiegend ländlich strukturierten Region Münsterland. Nach den Städten Rheine (rund 74.850)⁶ und Ibbenbüren (rund 50.940)⁷ ist Greven die drittgrößte Stadt des rund 443.370 Einwohner⁸ zählenden Kreises Steinfurt. Landesplanerisch ist der Stadt Greven die Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

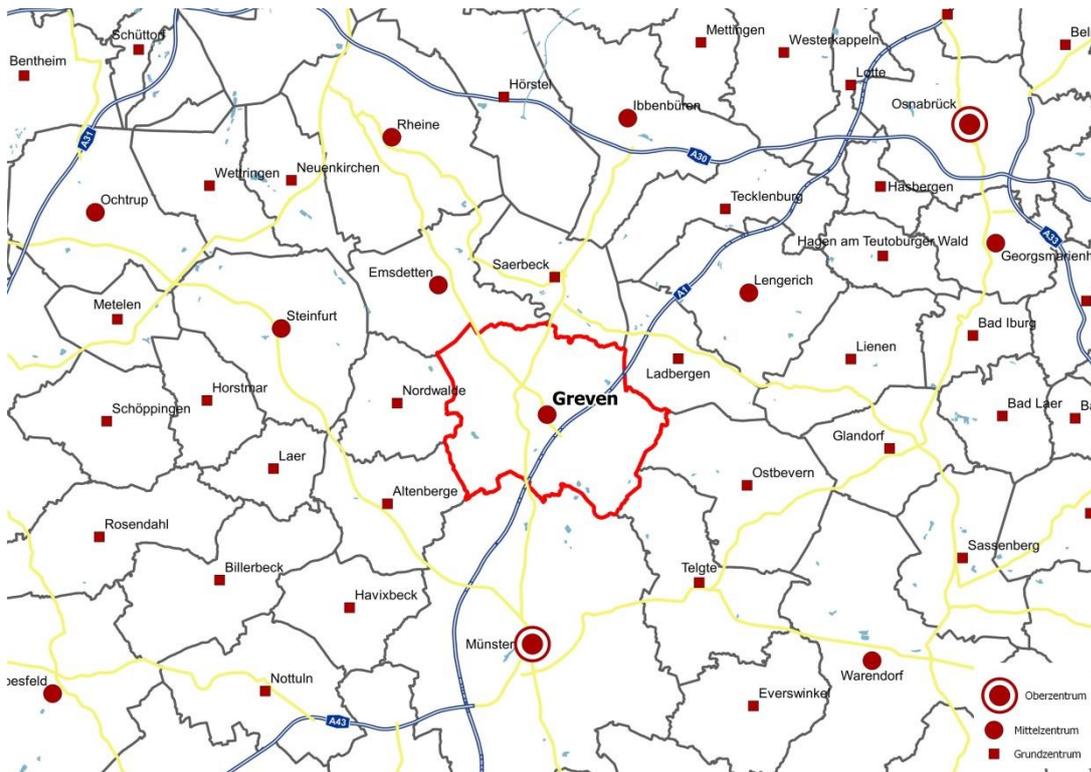
⁵ Quelle: Stadt Greven, Stand 31.12.2015

⁶ Quelle: Kreis Steinfurt; https://www.kreis-steinfurt.de/kv_steinfurt/Ressourcen/Statistik/Bev%C3%B6lkerungsdaten%20-%20Einwohner.pdf; Stand: 31.12.2015

⁷ ebd.

⁸ ebd.

Karte 1: Lage der Stadt Greven in der Region



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Neben dem benachbarten Mittelzentrum Emsdetten grenzen noch die Grundzentren Saerbeck, Ladbergen, Ostbevern, Telgte, Altenberge und Nordwalde an das Greven Stadtgebiet an. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die südlich angrenzende Stadt Münster. Ein weiteres Oberzentrum befindet sich mit der Stadt Osnabrück in rund 40 Kilometern Entfernung im nordöstlich gelegenen Bundesland Niedersachsen.

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen der Stadt Greven mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesstraßen B 219 (Richtung Ibbenbüren und Münster) und B 481 (Richtung Rheine) gute überörtliche Straßenverbindungen. Anbindungen an das Autobahnnetz bietet vor allem die in Nord-Süd-Richtung durch das Stadtgebiet verlaufende A 1 (Bremen – Dortmund).

Im nordöstlichen Stadtgebiet ist der internationale Flughafen Münster / Osnabrück (FMO) angesiedelt, welcher im Jahr 2016 von rund 800.000 Passagieren genutzt wurde und von welchem aus hauptsächlich innerdeutsche sowie Flughäfen in Spanien und in der Türkei angefliegen werden.⁹

Mit den DB-Anschlussstellen „Greven“ und „Reckenfeld“ bestehen Nahverkehrsverbindungen in regelmäßiger Taktung Richtung Rheine und Münster bzw. Krefeld mit der

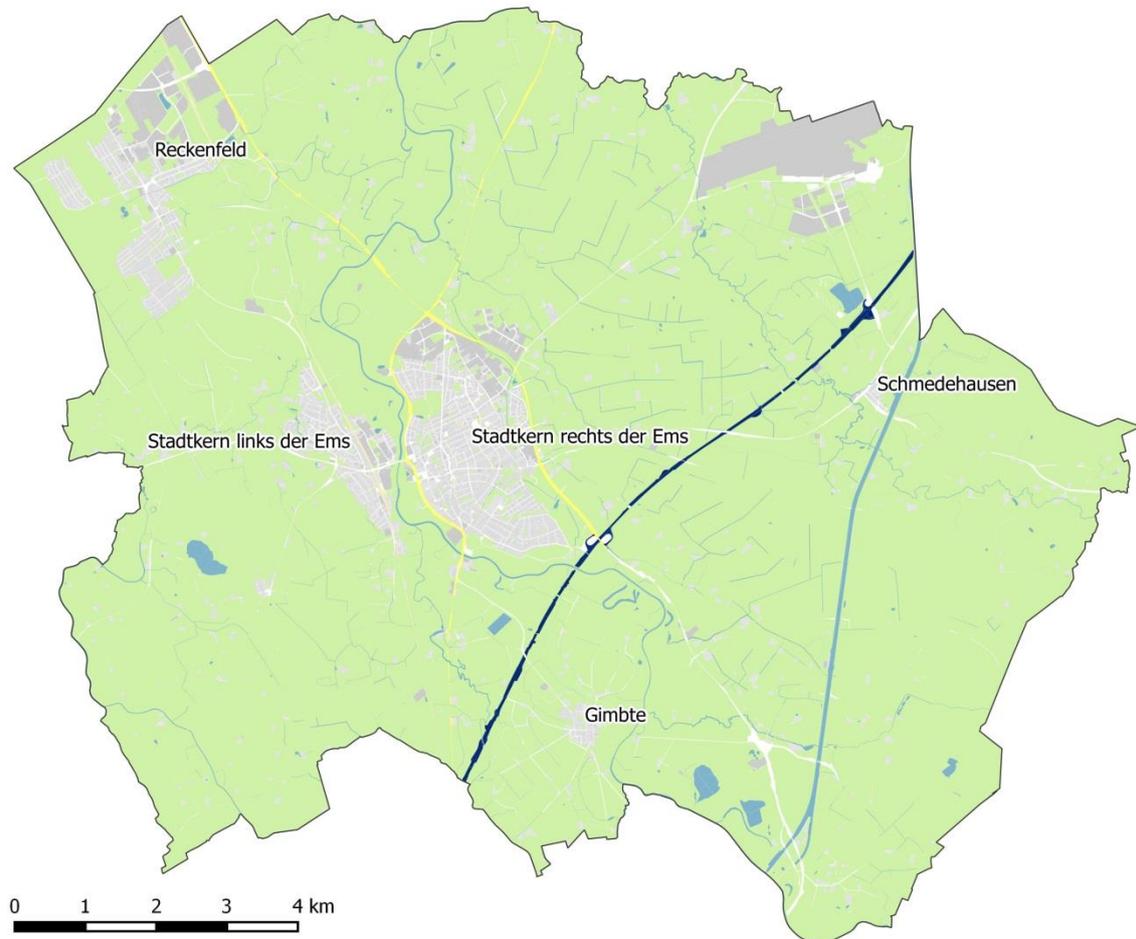
⁹ Quelle: Westfälische Nachrichten vom 21.12.2016, online unter: <http://www.wn.de/Muensterland/2016/12/2639638-Flughafen-investiert-ins-Touristik-Programm-2017-wird-ein-Schicksalsjahr-fuer-den-FMO> (abgerufen am 17.07.2017)

Regionalbahn. Neben innerörtlichen Buslinien wird das Stadtgebiet zudem durch Regionalbusse erschlossen und an umliegende Kommunen angebunden.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die rund 37.700 Einwohner der Stadt Greven verteilen sich auf mehrere Ortsteile sowie Streusiedlungsbereiche der Bauerschaften.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur von Greven



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Das Stadtgebiet umfasst rund 140 km², wovon etwa zwei Drittel der Fläche von landwirtschaftlicher Nutzung beansprucht wird. Die Stadt Greven setzt sich aus fünf Ortsteilen zusammen.

Tabelle 4: Grevener Ortsteile mit Einwohnerzahlen

Ortsteil	Einwohner
Stadtkern rechts der Ems	18.356
Stadtkern links der Ems	6.245
Reckenfeld	8.390
Gimbte	919
Bauerschaften	3.758
Gesamt	37.668

Quelle: Angaben der Stadt Greven, Stand: 31.12.2015

Den Siedlungsschwerpunkt bildet der Stadtkern Grevens mit den Ortsteilen Stadtkern rechts der Ems und Stadtkern links der Ems. Dort leben rund 65 % aller Einwohner im Stadtgebiet (rund 24.600 Einwohner). Der Stadtkern Grevens weist eine sehr kompakte Siedlungsstruktur auf und setzt sich aus einer zentral gelegenen, historisch gewachsenen Innenstadt mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten auf der östlichen Emssseite und sie umgebende, gewachsene Wohngebieten, die sich beiderseits der durchquerenden Ems befinden, zusammen.

Die weiteren Ortsteile liegen siedlungsstrukturell abgesetzt. Nordöstlich des Hauptsiedlungsbereiches befindet sich der Ortsteil Reckenfeld. Dort leben rund 8.400 Einwohner (rund 22 % aller Einwohner). Im Kreuzungsbereich der Grevener bzw. Emsdettener Landstraße mit der Bahnhofstraße / Steinfurter Straße befindet sich ein zentraler Bereich mit einer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen. Ansonsten wird der Ortsteil hauptsächlich durch Wohnnutzung geprägt.

Ganz im Süden des Stadtgebietes befindet sich der kleine Ortsteil Gimbte, in welchem rund 900 Einwohner leben. Der Ortsteil weist eine dörfliche Struktur auf und besitzt keine eigenen Versorgungsangebote. Allerdings bietet die vergleichsweise geringe Einwohnerzahl des Ortsteils allein auch keine ausreichende ökonomische Basis für größere Lebensmittelmärkte und umfassende Einzelhandelsangebote. Durch die vom Stadtkern abgesetzte Lage und die gleichzeitige räumliche Nähe zu Nachbarkommunen bestehen hier teilweise enge räumliche Verflechtungen und Orientierungen an Einkaufsstandorte außerhalb des Grevener Stadtgebietes.

Rund 3.800 Einwohner leben in den Streusiedlungsbereichen der Bauerschaften.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Greven

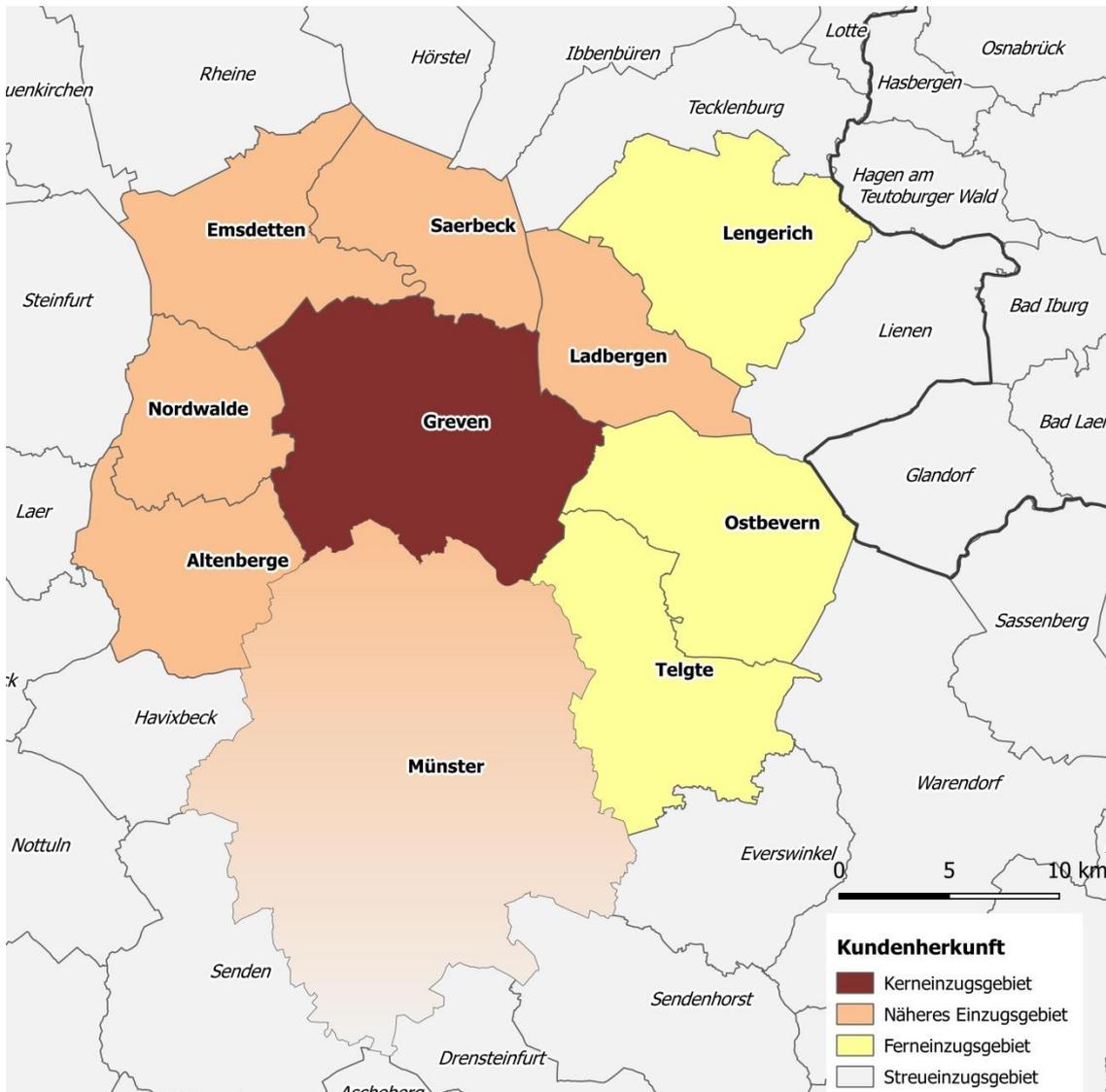
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Ent-

fernung 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.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Greven, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kapitel 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Greven als Einkaufsort ermitteln zu können.

Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Greven wie folgt abgrenzen:

Karte 3: Einzugsbereich des Greverer Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im März 2017, n= 27.157

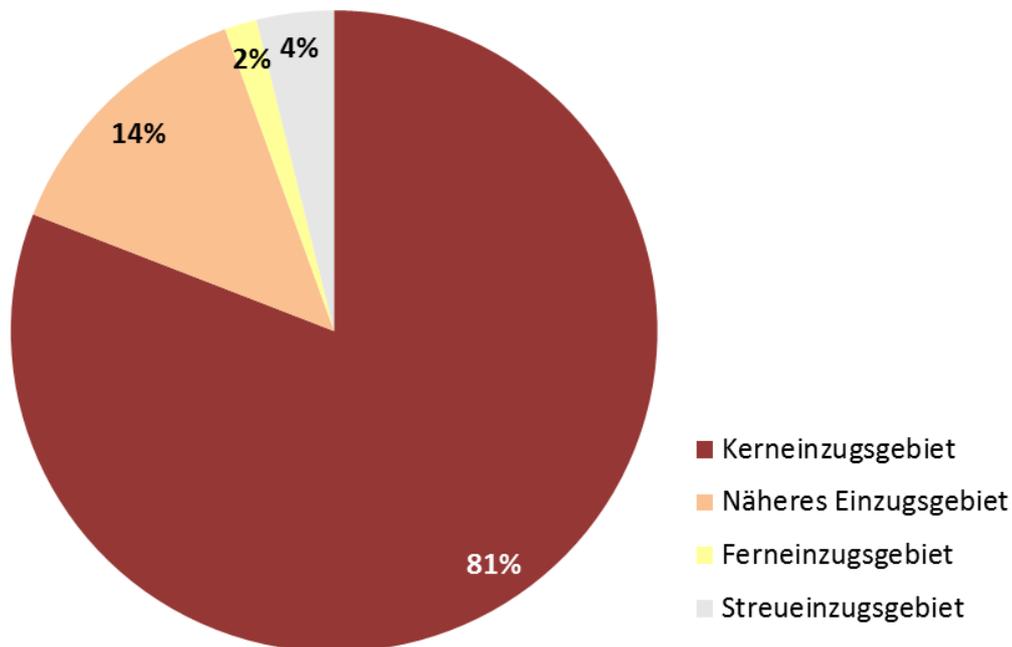
Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Greven bietet die Stadt Greven selbst ein Kundenpotenzial von rund 37.700 Einwohnern. Rund 81 % – und damit der deutlich überwiegende Anteil – der während der Kundenherkunftserhebung im Greverer Stadtgebiet befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Diese liegen somit auch im direkten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums. Zu den Städten und Gemeinden dieses Einzugsgebietes zählen u. a. Emsdetten, Nordwalde und Ladbergen. Aus diesem Bereich kamen rund 14 % der erfassten Kunden. Das Einzugsgebiet verfügt über ein theoretisches Kundenpotenzial von insgesamt rund 379.900 Einwohnern.

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Grever Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im März 2017, n = 27.157

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Greven mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich höhere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Greven ausgerichtet sind. Obwohl im Ferneinzugsgebiet rund 52.900 Einwohner leben, sind das Kundenaufkommen und dementsprechend auch die Kaufkraftabschöpfung aus diesen Herkunftsgebieten relativ gering. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem Kaufkraftpotenzial, die durch den Einzelhandel in Greven abgeschöpft werden, sich mit zunehmender Entfernung verringern. Bei Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe spielen die Herkunftsorte des Ferneinzugsgebietes eine eher untergeordnete Rolle. Überwiegend werden hingegen Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe (z. B. Möbel) gekauft.

Streumsätze

Als sogenannte Streumsätze des Grever Einzelhandels werden „Zufallseinkäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Kunden aus dem Streueinzugsgebiet stellen einen sehr geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar.

In der folgenden Tabelle werden die Grevenener Kennwerte der Kundenherkunftserhebung denen der benachbarten Kommunen Emsdetten (2014) und Nordwalde (2015) gegenübergestellt:

Tabelle 5: Vergleich von Einzugsgebieten

	Greven rund 37.700 Einwohner (Mittelzentrum)	Emsdetten rund 36.300 Einwohner (Mittelzentrum)	Nordwalde rund 9.400 Einwohner (Grundzentrum)
Kerneinzugsgebiet	81 %	73 %	86 %
Näheres Einzugsgebiet	14 %	16 %	11 %
Ferneinzugsgebiet	2 %	8 %	3 %
Streueinzugsgebiet	4 %	3 %	

Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der jeweiligen Kundenherkunftserhebung

Es zeigt sich, dass die Ergebnisse der Grevenener Kundenherkunftserhebung im Mittelbereich zwischen denen des Grundzentrums Nordwalde und des Mittelzentrums Emsdetten liegen. Dieses Ergebnis reflektiert die regionale Konkurrenzsituation: Greven kann mehr Kunden aus dem Umland anziehen als das Grundzentrum Nordwalde, ist aber aus Einzelhandelssicht nicht so stark aufgestellt wie das benachbarte Mittelzentrum Emsdetten, welches zudem etwas weiter entfernt vom starken Oberzentrum Münster liegt.

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Das Einzugsgebiet Grevens zeigt ein für Mittelzentren dieser Größenordnung bzw. mit der entsprechenden Konkurrenzsituation typisches Bild. Hauptsächlich weisen die direkt angrenzenden Umlandkommunen Altenberge, Nordwalde, Emsdetten, Saerbeck, Ladbergen und Teile Münsters eine stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf den Einkaufsstandort Greven auf. Darüber hinaus überwiegen die Verflechtungen zu mittel- oder oberzentralen Versorgungsstandorten.

3.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

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

Dieses stellt sich für die Stadt Greven folgendermaßen dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Greven

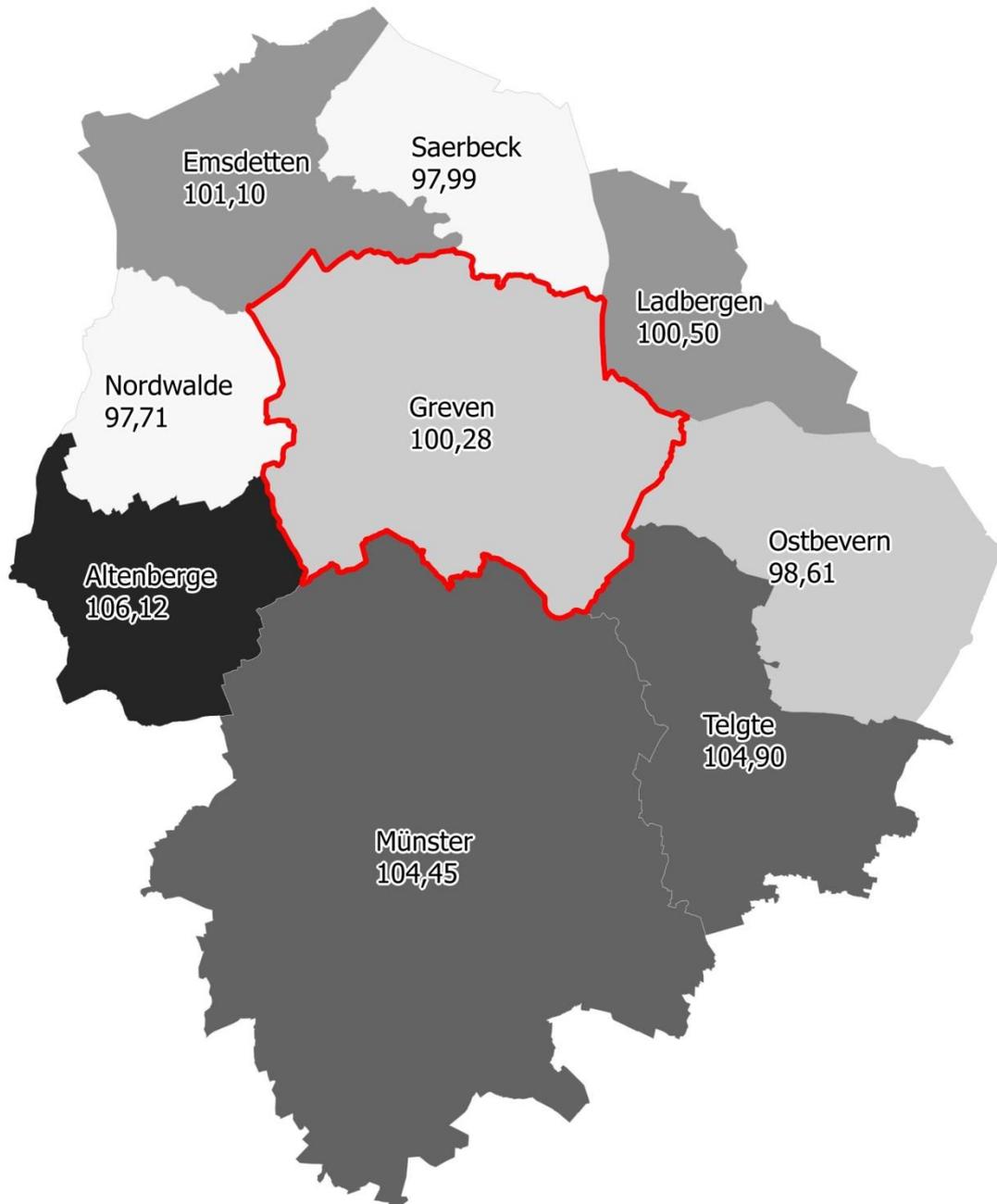
Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Grevener Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro / Jahr)
Nahrungs- und Genussmittel	2.361	88,9
Blumen (Indoor) / Zoo	114	4,3
Gesundheit und Körperpflege	380	14,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	183	6,9
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	3.038	114,4
Bekleidung / Textilien	553	20,8
Schuhe / Lederwaren	148	5,6
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	73	2,7
Spielwaren / Hobbyartikel	137	5,2
Sport und Freizeit	111	4,2
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	1.023	38,5
Wohneinrichtung	127	4,8
Möbel	315	11,9
Elektro / Leuchten	177	6,7
Elektronik / Multimedia	416	15,7
Medizinische und orthopädische Artikel	79	3,0
Uhren / Schmuck	79	3,0
Baumarktsortimente	487	18,3
Gartenmarktsortimente	86	3,3
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.768	66,6
<i>Sonstiges</i>	33	1,3
Kaufkraftpotenzial gesamt	5.862	220,8

Quelle: Eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

Diesem monetären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Greven zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Greven vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Greven eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 100,28, d. h. dass die Grevener Bevölkerung über ein im Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2009 (100,25) ist das

Grevenener Kaufkraftniveau konstant, das absolute Kaufkraftvolumen hingegen hat sich im gleichen Zeitraum sogar um rund 23 % erhöht.¹⁰

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: Eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

In den Nachbarkommunen der Stadt Greven ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus differenziert zu betrachten. Während das Kaufkraftniveau in

¹⁰ Das 2009 erstellte Einzelhandelskonzept wies auf Basis der IFH-Daten (damals: BBE) anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 180 Mio. Euro auf.

den Städten und Gemeinden Münster, Altenberge, Ladbergen, Nordwalde und Saerbeck hauptsächlich leichte Rückgänge erfahren hat, können Emsdetten, Ostbevern und Telgte (leicht) gestiegene Kaufkraftniveaus verzeichnen. Bis auf die Gemeinden Nordwalde, Saerbeck und Ostbevern, die ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau verzeichnen, liegen jedoch die Kaufkraftkennziffern aller weiteren in Karte 4 dargestellten Kommunen über dem bundesdeutschen Indexwert von 100. Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Greven in etwa auf dem Kaufkraftniveau der benachbarten Kommunen liegt.

4 Aktuelle Angebotssituation in Greven

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und -strukturen 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 erfolgen.

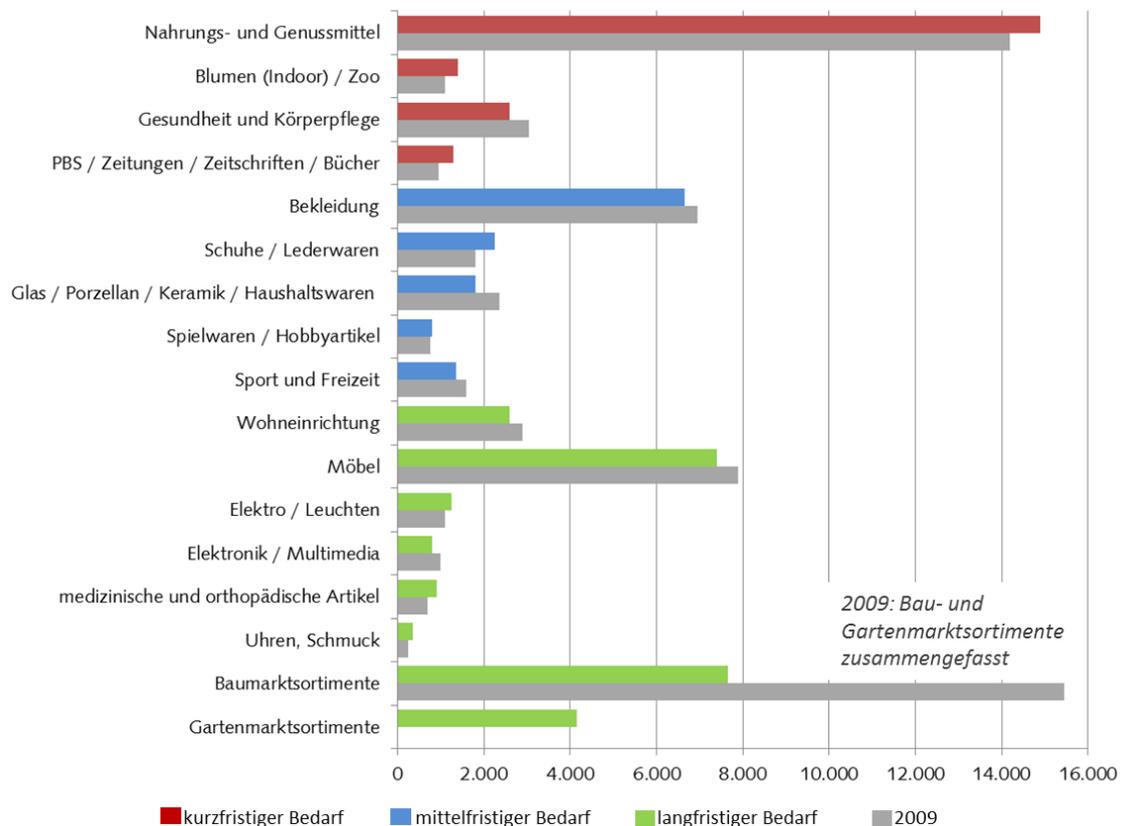
Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum Reckenfeld) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche heute nicht mehr als solche definiert werden können.

4.1 Eckdaten des Einzelhandels in Greven

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Greven getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Januar 2017). Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Greven stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen **208 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **58.200 m²**. Seit 2009 ist somit ein Verkaufsflächenrückgang von rund 4.000 m² (-6 %) festzustellen sowie ein Rückgang von 56 Betrieben (-21 %). Einen hohen Einfluss auf die rückläufige Verkaufsflächenausstattung hat die zwischenzeitliche Schließung eines großflächigen Holzfachmarktes. Weitere Veränderungen werden in Kapitel 4.2 je Warengruppe erläutert.

Abbildung 2: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Greven – Vergleich 2009 und 2017



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2009 und 2017 (Junker + Kruse)

- Das – gesamtstädtisch betrachtet – quantitativ größte Angebot liegt weiterhin in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Verglichen mit 2009 ist ein leichter Angebotszuwachs zu verzeichnen, wodurch die Warengruppe derzeit rund 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche einnimmt. Der leichte Angebotszuwachs in dieser Warengruppe ist hauptsächlich durch die Neuansiedlung eines Supermarktes sowie die Erweiterung von sechs strukturprägenden Lebensmittelmärkten bedingt, welche dem Abgang von rund 20 (in der Regel kleinteiligen) Betrieben, die die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel führten, gegenübersteht.

Eine hohe quantitative Bedeutung weisen auch die teilweise flächenintensiven Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** mit insgesamt rund 11.900 m² Verkaufsfläche (rund 21 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) auf. Im Vergleich zu 2009 ist ein deutlicher Verkaufsflächenrückgang um beinahe 25 % zu verzeichnen. Der Angebotsrückgang in dieser Warengruppe ist vor allem auf Betriebsschließungen (u. a. ein großflächiger Betrieb) und Betriebsumstrukturierungen zurückzuführen.

Mit einem Anteil von rund 13 % an der Gesamtverkaufsfläche innerhalb der Stadt Greven entfällt auf die ebenfalls flächenintensive Warengruppe **Möbel** (rund 7.400 m² Verkaufsfläche; -7 % Rückgang der Verkaufsfläche gegenüber 2009) der

quantitativ drittgrößte Verkaufsflächenanteil. Der leichte Rückgang der Verkaufsfläche ist vor allem auf Betriebsumstrukturierungen und -aufgaben zurückzuführen. Der vierte quantitative Angebotsschwerpunkt ergibt sich in der zentrenprägenden Warengruppe **Bekleidung**. Mit einer Verkaufsfläche von rund 6.700 m² ist eine nahezu konstante Größe seit der letzten Erhebung für das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 festzustellen.

- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **280 m²** und ist im Vergleich zu 2009 (rund 235 m²) gestiegen. Dies ist vor allem auf einen deutlichen Rückgang der Anzahl der Betriebe, der seit der letzten Erhebung zu verzeichnen ist, zurückzuführen, welcher einem leichten Verkaufsflächenrückgang gegenübersteht.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,54 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – auf einer Höhe mit dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,50 m² pro Einwohner, was jedoch auch auf einen hohen Anteil in den flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmärkte im Stadtgebiet zurückzuführen ist (vgl. auch nachfolgende warengruppenspezifische Betrachtungen). Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert (1,54 m²) unter dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,03 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Mittelzentren liegt bei 2,53 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung im Jahr 2009 (rund 1,76 m²) ist der Wert gesunken. Auch diese Veränderung beruht auf dem deutlichen Rückgang der Anzahl der Betriebe und dem leichten Verkaufsflächenrückgang.

Auch in einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst überwiegend erwartbare Angebotsausstattungen:

Tabelle 7: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Greven	Städte mit 25.000 – 50.000 Einwohnern		Mittelzentren (Durchschnitt)
		Spektrum	Durchschnitt	
Nahrungs- und Genussmittel	0,40	0,24 – 0,62	0,43	0,43
Blumen (Indoor) / Zoo	0,04	0,03 – 0,26	0,07	0,05
Gesundheit und Körperpflege	0,07	0,04 – 0,11	0,08	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,03	0,01 – 0,07	0,04	0,04
Bekleidung	0,18	0,07 – 0,49	0,23	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,06	0,02 – 0,15	0,06	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,05	0,03 – 0,17	0,08	0,09
Spielwaren / Hobbyartikel	0,02	0,02 – 0,09	0,04	0,03
Sport und Freizeit	0,04	0,01 – 0,18	0,06	0,06
Wohneinrichtung	0,07	0,02 – 0,16	0,07	0,07
Möbel	0,20	0,04 – 0,61	0,24	0,25
Elektro / Leuchten	0,03	0,01 – 0,10	0,05	0,04
Elektronik / Multimedia	0,02	0,02 – 0,11	0,05	0,04
Medizinische und orthopädische Artikel	0,02	0,01 – 0,05	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,01	0,00 – 0,02	0,01	0,01
Baummarktsortimente	0,20	0,12 – 1,13	0,50	0,47
Gartenmarktsortimente	0,11			
Gesamtsumme	1,54	0,92 – 3,73	2,04	1,98

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen durch Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Greven, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 8 aufgeführt dar:

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in Greven nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität (2017)	Zentralität (2009)
Nahrungs- und Genussmittel	14.900	70,7	0,80	0,92
Blumen (Indoor) / Zoo	1.400	3,1	0,74	0,48
Gesundheit und Körperpflege	2.650	18,8	1,31	1,19
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.200	6,0	0,87	0,56
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	20.150	98,6	0,86	0,91
Bekleidung	6.650	23,2	1,11	1,43
Schuhe / Lederwaren	2.250	9,5	1,70	1,52
GPK** / Haushaltswaren	1.800	4,1	1,50	1,83
Spielwaren / Hobbyartikel	800	2,8	0,54	0,58
Sport und Freizeit	1.350	4,4	1,05	1,64
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	12.800	44,0	1,14	1,39
Wohnrichtung	2.550	4,8	1,01	1,15
Möbel	7.350	7,6	0,64	1,14
Elektro / Leuchten	1.250	5,8	0,87	0,65
Elektronik / Multimedia	800	6,5	0,41	0,55
Medizinische und orthopädische Artikel	850	6,5	2,18	1,72
Uhren / Schmuck	350	4,1	1,37	0,99
Baumarktsortimente	7.650	10,9	0,59	0,97
Gartenmarktsortimente	4.250	4,0	1,22	
Überwiegend langfristiger Bedarf	25.100	50,1	0,75	0,92
Sonstiges	100	0,3	0,21	-
Gesamtsumme	58.150	193,1	0,87	0,98

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Junker + Kruse in Greven, Januar 2017; gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

- Dem in der Stadt Greven vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 220 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 193 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,87** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt

rund 10 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo Kaufkraftabflüsse vom Einzelhandelsstandort Greven in die Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – nicht der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum, ist aber angesichts der überregionalen Angebots- und Konkurrenzsituation grundsätzlich als guter Wert einzuordnen.

Gegenüber dem Jahr 2009 (rund 175 Mio. Euro) ist eine positive Umsatzentwicklung (+10 %) zu beobachten. Da aber auch das Kaufkraftvolumen (2009: 179,7 Mio. Euro; +22 %) deutlich höher gestiegen ist als der Umsatz, ergibt sich für 2017 – gegenüber 2009 – eine rechnerische Verschlechterung der Zentralität. Die Zentralität über alle Warengruppen liegt dementsprechend unter dem Niveau des Jahres 2009 (0,98).

- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich z. T. Zentralitäten von deutlich über 1. Dies gilt insbesondere für die Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe wie Bekleidung (1,11), Schuhe / Lederwaren (1,70) Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren (1,50) sowie Sport und Freizeit (1,05). Ebenfalls weisen die Warengruppen Wohneinrichtung (1,01), medizinische und orthopädische Artikel (2,18), Uhren / Schmuck (1,37) sowie Gartenmarktsortimente (1,22) aus der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe Zentralitäten von über 1 auf. Unter den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe weist nur die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege eine Zentralität von über 1 auf.
- Mit Blick auf die Zentralitäten aus dem Jahr 2009 haben sich in den letzten Jahren deutliche Veränderungen in einzelnen Warengruppen abgezeichnet, obwohl die Zentralität in der Gesamtschau lediglich um 10% gesunken ist. Gründe hierfür sind Veränderungen der Einzelhandelsstruktur (Betriebsschließungen bzw. ansiedlungen) und ein im Verhältnis zur positiven Umsatzentwicklung deutlich gestiegenes Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung.

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

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Greven

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

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 14.900 m² entfällt der größte Einzelanteil (rund 26 % der Gesamtverkaufsfläche in Greven) innerhalb der nahversorgungsrelevanten Warengruppen auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Zudem ist dieser bedeutenden Branche der größte Teil der Betriebe (61 Betriebe, rund 29 %) zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittel-

handwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 71 Mio. Euro den größten Einzelanteil (rund 37 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in dieser Warengruppe von rund 0,40 m² liegt somit gleichauf mit dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,40 m² und dem Vergleichswert aus anderen Mittelzentren und Kommunen vergleichbarer Größenordnung¹¹ von 0,43 m² pro Einwohner. Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht einen guten Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.

Mit einem Verbrauchermarkt (K+K), fünf Supermärkten (3x Edeka, 1x Rewe und 1x K+K), sechs Lebensmitteldiscountern (3x Aldi, 2x Lidl, 1x Netto) sowie diversen Fachmärkten (v. a. Getränke), sechs Lebensmittelläden, Fachgeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie Hofläden besteht insgesamt eine gute Angebots- und Betriebsformenmischung in Greven.

Seit der letzten Untersuchung im Jahr 2009 ist ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 700 m² (rund +5 %) für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu verzeichnen. Diese moderate Veränderung ergibt sich trotz zahlreicher Betriebsvergrößerungen von strukturprägenden Lebensmittelmärkten und der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im zentralen Bereich in der Innenstadt, da gleichzeitig 21 kleinteilige Betriebe (durchschnittliche Gesamtverkaufsfläche rund 100 m²) mit der Hauptwarengruppe marktabgänglich sind.

- Das Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung etwa um ein Drittel auf aktuell rund 1.400 m² erhöht. Mit rund 45 % der Verkaufsfläche entfällt allein auf die beiden Anbieter Hagebaumarkt und Raiffeisen-Markt der größte Einzelanteil an dieser Warengruppe. Die Angebotsausstattung innerhalb dieser Warengruppe konzentriert sich daher vor allem bei diesen beiden Anbietern. Bekannte Zoofachmärkte sind nicht in Greven angesiedelt. Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelmärkte (Heim- / Kleintierfutter und Blumen). Der gegenüber dem Jahr 2009 zu verzeichnende Verkaufsflächenzuwachs von rund 400 m² ist mit Sortimentserweiterungen sowie neuen Sortimentsangeboten einzelner Betriebe zu begründen, welche die Abgänge durch Betriebsschließungen bzw. Sortimentsveränderungen weiterer Anbieter überwiegen. Verglichen mit dem Jahr 2009 (0,48) ist die Zentralität deutlich auf 0,74 gestiegen. Insgesamt ist ein gutes Angebot, welches jedoch leichte Arrondierungsspielräume aufweist, zu konstatieren.
- Rund 2.700 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Mit rund 0,07 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte und Gemeinden dieser Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion marktübliche Verkaufsflächenausstattung (0,08 m² /

¹¹ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

Einwohner).¹² Hauptsortimentsanbieter des Sortiments pharmazeutische Artikel sind elf Apotheken. Das Sortiment Drogeriewaren wird derzeit von drei Hauptsortimentsanbietern (ein Drogeriemarkt und zwei Parfümerien) sowie als Randsortiment der Lebensmittelanbieter angeboten, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Grevenener Bevölkerung beitragen.

Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2009 (rund 3.100 m² Verkaufsfläche) ist das Verkaufsflächenangebot in dieser Warengruppe leicht rückläufig (rund - 13 %). Die strukturelle Veränderung in dieser Branche hängt vor allem mit der Insolvenz der Firma Schlecker und den damit verbundenen Betriebsschließungen (fünf Betriebe in Greven) zusammen. Unter räumlichen Aspekten bedeutet diese räumliche Konzentrationstendenz auf der einen Seite eine Ausdünnung des wohnortnahen Versorgungsnetzes. Auf der anderen Seite wird durch die Insolvenz der Firma Schlecker jedoch auch eine mangelnde ökonomische Rentabilität kleiner Märkte aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an ihren Standorten deutlich. Die geringen Flächengrößen entsprechen nicht mehr den heutigen Kundenwünschen und Standortanforderungen. Während die Schlecker-Märkte in Greven im Schnitt weniger als 200 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z. B. dm, Rossmann) in der Regel Verkaufsflächen von (zum Teil deutlich) mehr als 500 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf.

Die sortimentspezifische Zentralität von 1,31 zeigt ein positives Verhältnis zwischen dem in Greven erzielten Umsatz und der örtlichen Kaufkraft, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) überschreitet und somit auf Kaufkraftzuflüsse hinweist.

- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfällt rund ein Drittel der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von insgesamt rund 1.200 m² auf fünf Hauptsortimentsanbieter. Hierbei handelt es sich um die Anbieter Airport Shop am Flughafen Münster / Osnabrück, den Kiosk Moro Neno in Reckenfeld sowie den Schreibwarenladen Düb Johann, die Buchhandlung Cramer & Löw und den Lotto Toto-Laden Hellweg in der Innenstadt. Große Teile des sortimentspezifischen Fachangebots entfallen auch auf Randsortimentsangebote, vor allem Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten, aber auch Angebote in Tankstellenshops oder Billigläden (z. B. Kik).

In der Gegenüberstellung zur Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist insgesamt ein Verkaufsflächenrückgang von rund 14 % bzw. rund 500 m² festzustellen. Kleinteilige Veränderungen in den Betriebsstrukturen sind als Hauptgrund für die Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung anzusehen. Trotz des Verkaufsflächenrückgangs ist die Zentralität von 0,56 auf 0,87 gestiegen. Sowohl die Verkaufsflächenausstattung von 0,07 m² / Einwohner als auch die Zentralität von 0,87 weisen auf eine quantitativ normale Angebotsausstattung hin. Positiv zu werten ist die Lage des größten Facheinzelhandels in der Innenstadt sowie die ergänzenden kleinteiligen Grundversorgungsangebote sowohl in den Ortsteilen Stadtkern rechts und links der Ems sowie in Reckenfeld.

¹² Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 6.700 m² Verkaufsfläche (rund 11 % der Gesamtverkaufsfläche), 26 Betrieben (rund 13 % aller Grevenener Betriebe) und rund 23 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des Einzelhandels in der Innenstadt **Bekleidung**. Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist ein Rückgang der Betriebe zu verzeichnen (6 Betriebe bzw. rund 24 % der Betriebe), gleichzeitig hat sich die Verkaufsflächenausstattung innerhalb der Warengruppe nur um rund 5 % verringert. Hingegen ist der Umsatz konstant geblieben. **Die gesunkene Zentralität ist durch den konstanten Umsatz und die gestiegene Kaufkraft zu begründen.** Die steigende Kaufkraftentwicklung ist vor allem der Grund für die Zentralität von 1,11, die seit dem Jahr 2009 (Zentralität Bekleidung: 1,43) um rund 32 % gesunken ist. Es sind somit trotzdem nach wie vor Kaufkraftzuflüsse aus der Region festzustellen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 0,20 m² auf 0,18 m² leicht gesunken und liegt damit weiterhin etwas unter dem Wert anderer Städte und Gemeinden zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (0,23 m² / Einwohner) bzw. anderer Mittelzentren (0,23 m² / EW).¹³

Größte Bekleidungsanbieter in der Innenstadt sind neben dem großflächigen Modehaus Ahlert, dem Damen- und Herrenladen des Anbieters Wieschhörster und der Boutique Neunzehn/Zwanzig die Filialbetriebe Kik und Takko. Die ansässigen Filialisten sind vor allem bekannte Anbieter aus dem Discountsegment. Ein Großteil des Angebotes in der Innenstadt ist zudem durch eine Vielzahl kleinteilig strukturierter und inhabergeführter Betriebe geprägt. Rund 52 % der Hauptsortimentsanbieter in der Innenstadt im Bereich Bekleidung weisen eine Gesamtverkaufsfläche von weniger als 100 m² auf. In der Gesamtschau ist ein für ein Mittelzentrum gutes, individuelles Angebot zu konstatieren.

- Mit einer gestiegenen Verkaufsfläche von insgesamt rund 2.300 m² weist die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** ebenfalls ein gutes Angebot auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,06 m² / Einwohner und die sortimentspezifische Zentralität von 1,70 liegen in einem für Mittelzentren bzw. Städte und Gemeinden dieser Größenordnung normalen bis leicht überdurchschnittlichen Bereich. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region betragen rund 70 % der sortimentspezifischen Kaufkraft der Grevenener Bevölkerung.

Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 1.900 m² Verkaufsfläche im zentralen Bereich in der Innenstadt. Die größten Anbieter mit der Hauptwarengruppe Schuhe / Lederwaren sind die Fachanbieter Deichmann, Schuh Okay, Robers Schuhe sowie Schuhpark in der Innenstadt.

Gegenüber der Untersuchung 2009 ist ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 450 m² bzw. rund 25 % festzustellen. Neben kleinteiligen Veränderungen ist hierfür vor allem die Neuansiedlung des Anbieters Deichmann in der Innenstadt verantwortlich.

¹³ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 1.800 m² Verkaufsfläche und rund 4,1 Mio. Euro Umsatz. Im Vergleich mit dem Einzelhandelsbestand von 2009 ist ein Rückgang von rund 25 % der Verkaufsfläche festzustellen. Gleichzeitig ist der Betriebsbestand um die Hälfte gesunken – von ehemals zehn Anbietern mit der Warengruppe GPK / Haushaltswaren (ehemals: GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel) als Hauptsortiment verbleiben lediglich fünf Betriebe. Dies ist zum einen durch Betriebsaufgaben zu erklären, zum anderen durch eine veränderte Erhebungssystematik des Büros Junker + Kruse. In der letzten Erhebung wurde das Sortiment Geschenkartikel separat aufgenommen. Allerdings erwies sich die Zuordnung von Sortimenten zu „Geschenkartikeln“ als nicht eindeutig. Die ehemals zu Geschenkartikeln zugeordneten Sortimente teilen sich hauptsächlich auf die Sortimente GPK / Haushaltswaren oder Wohndekorationsartikel auf. Zudem haben einige Betriebe ihre Betriebsstruktur verändert, so dass der Anteil an der Warengruppe GPK / Haushaltswaren zu Gunsten anderer Sortimente verkleinert wurde. Trotz eines etwas verringerten Verkaufsflächenangebotes liegt die Zentralität (1,50) weiterhin bei einem Wert weit über 1,0, was auf eine – zumindest quantitative – gute Angebotsstruktur schließen lässt. Das Angebot wird zudem von einigen Anbietern als Randsortiment geführt. Hier sticht besonders der Verbrauchermarkt K+K hervor, der die Warengruppe auf einer Verkaufsfläche von rund 500 m² anbietet und somit rund 27 % des gesamtstädtischen Angebotes in dieser Warengruppe vorhält. Weitere Angebote dieser Warengruppe finden sich vor allem als Randsortimente bzw. wechselnde Aktionswaren von Lebensmittelanbietern und beim örtlichen Baumarkt. Des Weiteren führen die Betriebe Posten-Börse, Depot und Busemeier Tisch & Trend bedeutsame Angebote dieser Warengruppe. Trotz der überdurchschnittlichen Zentralität ist zu beachten, dass sich der Angebotsschwerpunkt eindeutig (rund 67 %) außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche befindet.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,54 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Aktuell sind drei Hauptsortimentsanbieter in Greven ansässig; 2009 waren es ebenfalls drei Betriebe, von denen einer (und gleichzeitig der flächenmäßig größte) in der Innenstadt angesiedelt war und dort auch immer noch ansässig ist. Vorgehalten wird die Warengruppe als Randsortimentsangebot oder Aktionsware u. a. von Lebensmittelmärkten und Discountanbietern wie Kik und Posten-Börse. Ein Großteil des Angebotes (rund 68 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche) besteht in den zentralen Bereichen in der Innenstadt sowie in Reckenfeld. Gegenüber der letzten Erhebung aus dem Jahr 2009 ist ein leichter Anstieg der sortimentspezifischen Verkaufsfläche (rund +7 %) festzustellen. Dieser Verkaufsflächenzuwachs ist vor allem auf Betriebsneuansiedlungen (v. a. der Fachanbieter Klassikspielzeuge Chr. Niemeyer und Creativo) zurückzuführen, welche flächenmäßige Abgänge durch Betriebsschließungen und -umstrukturierungen überwiegen. Aus quantitativer Sicht bestehen für die Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel in Greven Ausbaupotenziale. Ergänzend ist allerdings anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** umfasst rund 1.350 m² Verkaufsfläche und einen sortimentspezifischen Umsatz von rund 4,4 Mio. Euro (Zentralität: 1,05). Es gibt acht Anbieter mit dem entsprechenden Hauptsortiment, wovon vier auf Fahrräder und technisches Zubehör, einer auf Reitsportartikel und einer auf Outdoor-sport spezialisiert sind. Zwei Anbieter stellen sich als „klassische“ Sportfachgeschäfte dar. Darüber hinaus wird das Angebot in dieser Warengruppe über Randsortimente, wie beispielsweise im Rahmen von Aktionswaren einzelner Lebensmittelmärkte und bei den Anbietern Raiffeisen-Markt und Hagebaumarkt, vorgehalten. Rund 42 % der Verkaufsfläche entfallen auf die Grevenener Innenstadt, in der die beiden Sportfachgeschäfte ansässig sind.

Der größte Anbieter dieser Warengruppe ist der Anbieter Intersport Sportzeit im zentralen Bereich in der Innenstadt. Gegenüber 2009 sind ein Rückgang der Verkaufsfläche um rund 300 m² sowie ein Rückgang der Zentralität (2009: 1,64) festzustellen.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 25.200 m² Verkaufsfläche entfallen rund 43 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Baummarktsortimente** (rund 7.700 m² Verkaufsfläche), **Möbel** (rund 7.400 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rund 4.300 m² Verkaufsfläche) sowie **Wohneinrichtung** (rund 2.600 m²). Diese Flächenanteile sind z. T. auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen.
- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine im Vergleich zu anderen Mittelzentren bzw. Städten und Gemeinden der Größenordnung von Greven nur leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von rund 2.600 m² (0,07 m² Verkaufsfläche / Einwohner) festzuhalten und eine Zentralität von 1,01. Die lokal vorhandene Kaufkraft in der Warengruppe kann somit in der Stadt Greven gebunden werden. Insgesamt betrachtet befinden sich zehn Fachanbieter in den beiden zentralen Bereichen in der Innenstadt und in Reckenfeld. Größter Fachanbieter in der Innenstadt ist der Filialbetrieb Depot. Zudem wird die Warengruppe von vielen weiteren Anbietern als Randsortiment angeboten.

Seit 2009 ist das warengruppenspezifische Verkaufsflächenangebot um rund 12 % gesunken und auch die Zentralität der Warengruppe belief sich 2009 auf 1,15, was sowohl durch Betriebsaufgaben (hier spielt insbesondere die Schließung des Anbieters Dieler eine Rolle) als auch auf Betriebsumstrukturierungen beruht.
- In der Warengruppe **Möbel** ist in der Gegenüberstellung zur Erhebung aus dem Jahr 2009 ein geringer Verkaufsflächenrückgang festzustellen. Bei einer Verkaufsfläche von rund 7.400 m² sind hohe Umsatzrückgänge (rund -33 %) festzustellen. Dies ist hauptsächlich auf eine heute reduzierte Leistungsfähigkeit einzelner Betreiber zurückzuführen. Demzufolge hat sich auch der Zentralitätswert rückläufig entwickelt und zeigt heute mit einem Wert von 0,64 Kaufkraftabflüsse in die Region an (2009: 1,14). Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von

0,22 auf 0,20 m² leicht gesunken, was auf die rückläufige Verkaufsfläche sowie die geringe Umsatzschätzung zurückzuführen ist. Dieser Wert liegt etwas unter dem Wert anderer Städte und Gemeinden zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (0,23 m² / Einwohner) bzw. anderer Mittelzentren (0,29 m² / Einwohner).¹⁴

Bedeutendste Anbieter im Möbelbereich sind die Möbelhäuser Ottenjann und Rode sowie der Anbieter Venschott. Diese drei Anbieter vereinen rund 86 % der gesamten warengruppenspezifischen Verkaufsfläche auf sich. Zudem sind mehrere Küchenmöbelanbieter in Greven ansässig.

- Das Angebot in den Warengruppen **Elektro / Leuchten** und **Elektronik / Multimedia** umfasst zusammen rund 2.100 m² Verkaufsfläche. Größter Hauptsortimentsanbieter der Warengruppe Elektro / Leuchten ist der Betrieb Schweifel. Für die Warengruppe Elektronik / Multimedia ist es der Betrieb Expert Media-Park im südlichen Bereich der Grevener Innenstadt. Quantitativ wird das Angebot der Hauptsortimentsanbieter durch Randsortimentsangebote ergänzt. Insgesamt sind innerhalb der Warengruppe Elektro / Leuchten seit der letzten Erhebung leichte Verkaufsflächenzuwächse (rund +15 %; rund +200 m²) zu verzeichnen. Diese sind sowohl auf Sortimentumstrukturierungen einzelner Betriebe (insbesondere Hagebaumarkt und Möbel Ottenjann) als auch auf Betriebsneuansiedlungen (insbesondere Expert Media-Park) zurückzuführen. Für die Warengruppe Elektronik / Multimedia sind hingegen seit der letzten Einzelhandelserhebung Verkaufsflächenrückgänge festzustellen. Der Rückgang liegt hier bei rund 17 % (rund -200 m²) und wird hauptsächlich durch Betriebsschließungen und Sortimentumstrukturierungen verursacht. Während die Zentralität der Warengruppe Elektro / Leuchten von 0,65 auf 0,87 gestiegen ist, ist diese in der Warengruppe Elektronik / Multimedia von 0,55 auf 0,41 gesunken. In beiden Warengruppen sind somit (deutliche) Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.
- In den Angeboten der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** (rund 900 m² Verkaufsfläche) sowie **Uhren / Schmuck** (rund 400 m² Verkaufsfläche) sind noch immer kleinteilige Angebotsstrukturen vorherrschend, die vor allem in der Innenstadt vorzufinden sind. Im Bereich Uhren / Schmuck ist eine signifikante Veränderung des Angebotsbestandes zu erkennen. Dies liegt nicht am konstanten Angebot der sechs Hauptsortimentsanbieter, sondern an den deutlich gewachsenen Randsortimentsangeboten diverser Betriebe. Somit hat sich für die Warengruppe Uhren / Schmuck eine Steigerung der Verkaufsfläche von rund 43 % (rund +100 m²). Innerhalb der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel kann ebenfalls ein Verkaufsflächenzuwachs (rund +20 %; rund +200 m²) festgestellt werden. Hierfür sind kleinteilige Betriebserweiterungen sowie -neuansiedlungen maßgeblich. U. a. durch den Verkaufsflächenzuwachs hat sich die Zentralität der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel von 1,72 auf 2,18 erhöht. Bei Uhren / Schmuck ist der Zentralitätswert von 0,99 auf 1,37 gestiegen. Somit ist in der innenstadtrelevanten Warengruppe Uhren / Schmuck mittlerweile ein deutlicher Kaufkraftzufluss aus dem Umland festzustellen. In-

¹⁴ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

samt ist in Greven in den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel sowie Uhren / Schmuck ein gut strukturiertes Angebot vorhanden.

- Knapp die Hälfte der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche der Warengruppe **Baumarktsortimente** entfällt auf den Anbieter Hagebaumarkt. Zwei weitere Hauptsortimentsanbieter – die Betriebe Bohmert und Dalhoff – weisen Verkaufsflächen von über 500 m² auf. Die Grenze zur Großflächigkeit überschreitet hiervon nur der Betrieb Bohmert. Weitere bedeutende Angebotsausstattungen der Warengruppe halten die Anbieter Fliesen Recker-Elverich, Frye, Tenhumberg Aktionshandel und Fliesen Möllers vor. Gegenüber der Erhebung 2009 ist die Verkaufsflächenausstattung um rund 18 % (rund 1.700 m²) gesunken. Der Verkaufsflächenrückgang innerhalb der Warengruppe Baumarktsortimente ist vor allem auf die zwischenzeitliche Schließung mehrerer Hauptsortimentsanbieter (insbesondere des Betriebes Holz Wissing) sowie die Umstrukturierung weiterer Betriebe zurückzuführen. Die warengruppenspezifische Zentralität liegt bei 0,59. Ein Vergleich mit der 2009 errechneten Zentralität ist nicht möglich, da damals die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente gemeinsam betrachtet wurden. Trotz dieser Kaufkraftabflüsse ist jedoch insgesamt für die Warengruppe Baumarktsortimente eine gute Angebotsausstattung festzustellen.
- **Gartenmarktsortimente** werden in Greven zu rund 87 % von den fünf Betrieben Hagebaumarkt, John Deere KogoTec, Raiffeisen-Markt, Fuestruper Pflanzenhof und Gärtnerei Düb Johann angeboten, auf die mit rund 3.700 m² Verkaufsfläche der größte Anteil der Warengruppe entfällt. Weitere kleinteilige Angebote finden sich sowohl als Haupt- als auch als Randsortiment bei verschiedenen Anbietern. Gegenüber 2009 ist ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche zu beobachten, welcher hauptsächlich auf Betriebsumstrukturierungen beruht. Die Zentralität der Warengruppe liegt bei 1,22. Auch bei dieser Warengruppe ist kein Vergleich des Zentralitätswertes möglich, da bei der Analyse im Jahr 2009 die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente gemeinsam betrachtet wurden. Es sind also Kaufkraftzuflüsse aus der Region feststellbar.

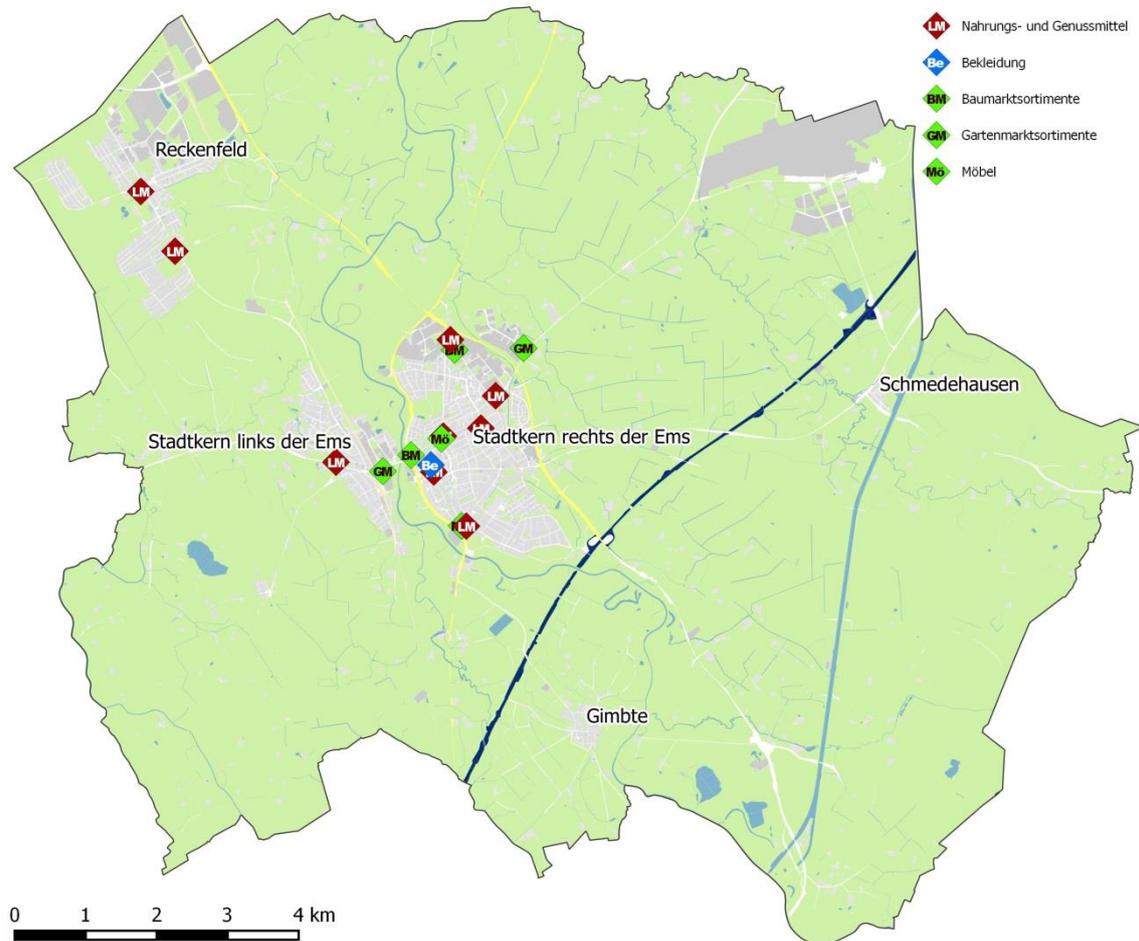
Großflächiger Einzelhandel in Greven

- Aktuell existieren in Greven **16 großflächige Anbieter**¹⁵ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 31.400 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie fast **53 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit rund 12.500 m² Verkaufsfläche entfallen knapp 40 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Der größte Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln in Greven ist der K+K-Markt an der Bismarckstraße. Weitere Anbieter mit mehr als 1.000 m² Verkaufsfläche sind die Edeka-Märkte an der Grimm- und an der Steinfurter Straße sowie der Rewe-Markt an der Straße Hinter der Lake und der Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Saerbecker-Straße. Ergänzt wird das Angebot durch vier weitere großflächige Lebensmittelmärkte.
- Mit zwei Betrieben und rund 7.900 m² Verkaufsfläche, d. h. rund 25 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen knapp 13 % der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Baumarktsortimente**. Anbieter dieser Warengruppe sind der Betrieb Bohmert sowie der Hagebaumarkt, welche sich in nicht integrierten Streulagen im Ortsteil Stadtkern rechts der Ems befinden.
- Des Weiteren sind zwei großflächige Anbieter der **Hauptbranche Möbel** in Greven ansässig, welche zusammen eine Verkaufsfläche von rund 6.000 m² aufweisen. Diese verteilt sich zu etwa gleichen Teilen auf die Anbieter Ottenjann und Rode. Beide Betriebe befinden sich in siedlungsräumlich integrierter Lage im Ortsteil Stadtkern rechts der Ems.
- Ein weiterer Betrieb hält auf einer Verkaufsfläche von beinahe 3.000 m², also rund 9 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, die **Hauptbranche Bekleidung** vor. Hierbei handelt es sich um den Anbieter Modehaus Ahlert, der im zentralen Bereich in der Innenstadt der Stadt Greven ansässig ist.
- Die **Hauptbranche Gartenmarktsortimente** wird von zwei Anbietern auf rund 2.200 m², also rund 7 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, angeboten. Die Betriebe John Deere KogoTec und Raiffeisen-Markt befinden sich in sonstigen nicht integrierten Lagen im Ortsteil Stadtkern links der Ems sowie in Streulage in den Bauerschaften.
- Neben den Anbietern Modehaus Ahlert und Rewe befindet sich – nach den Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2010 – kein weiterer großflächiger Anbieter in der Grevener Innenstadt. Im 2010 ausgewiesenen Ortsteilzentrum Reckenfeld befindet sich mit einem Edeka-Markt ein großflächiger Anbieter. Alle weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Greven befinden sich in

15 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 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² 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).

integrierten oder nicht integrierten Streulagen.

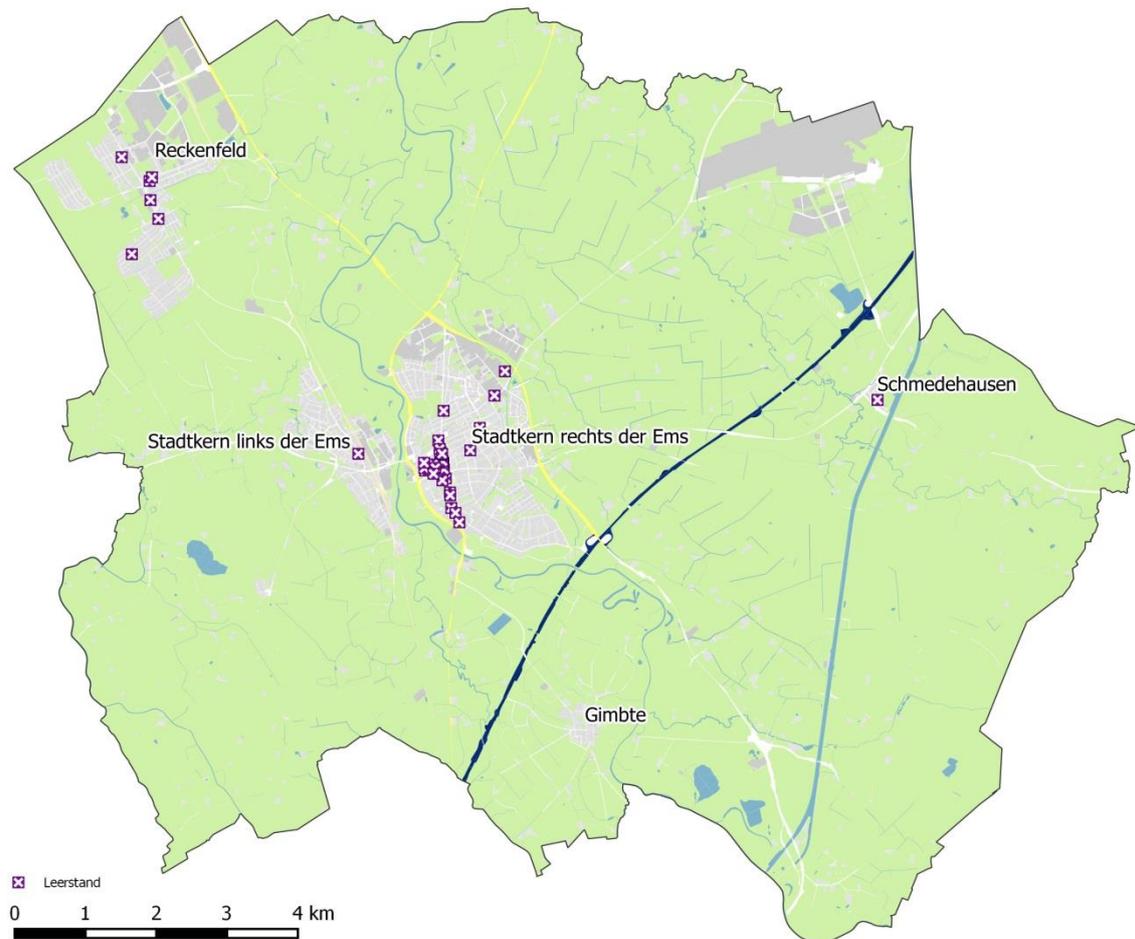
Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Greven



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016;
für eine größere Kartendarstellung sowie Detailkarten siehe Anhang A3

Leerstände in Greven

- Zum Erhebungszeitpunkt Januar 2017 bestehen im Stadtgebiet **42 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche von rund 6.200 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 17 % der Ladenlokale und rund 10 % der Verkaufsfläche.
- Aktuell ist ein größerer Leerstand mit einer Fläche von über 800 m² im Grevener Stadtgebiet zu finden. Acht weitere leerstehende Ladenlokale weisen eine Fläche von jeweils über 100 m² auf. Alle weiteren Leerstände zeichnen sich häufig durch weitaus geringere Flächengrößen aus, so dass die Situation der Leerstände innerhalb des gesamtstädtischen Einzelhandels in Greven durch kleinflächige leerstehende Ladenlokale (durchschnittliche Größe rund 150 m²) geprägt ist.
- Rund 60 % der Leerstände (25 Betriebe) mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche sind im Bereich der Grevener Innenstadt zu beobachten. Bezogen auf die Innenstadt beträgt die Leerstandsquote rund 23 % der Ladenlokale und rund 16 % der Fläche. Damit liegt die Grevener Innenstadt deutlich oberhalb üblicher Fluktuationsraten. Im – nach den Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2010 – zentralen Bereich Reckenfeld bestehen zwei Leerstände mit einer Verkaufsfläche von rund 100 m². Somit ergibt sich eine niedrige Leerstandsquote von rund 18 % der Ladenlokale und rund 6 % der Fläche.
- Weitere rund 33 % der Ladenleerstände (14 Ladenlokale) befinden sich in Streulagen im Stadtgebiet. Diese häufig zu beobachtende Tatsache ist auf eine schlechte Wettbewerbsposition kleinteiliger Ladenlokale in (häufig solitären) Streulagen und oftmals fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ zurückzuführen.
- Eine räumliche Konzentration von Leerständen ist in zunehmendem Maße im zentralen Bereich in der Innenstadt zu beobachten. Seit der letzten Erhebung ist die Anzahl der Ladenleerstände in diesem Bereich von 16 auf 25 ungenutzte Ladenlokale, welche zu den jeweiligen Erhebungszeitpunkten vorzufinden waren, angestiegen. Dementsprechend ist auch ein deutlicher Anstieg der leerstehenden Verkaufsfläche zu verzeichnen. Aktuell beläuft sich diese Fläche auf etwa 3.300 m². Eine Akkumulation von leerstehenden Ladenlokalen besteht insbesondere im nördlichen Verlauf der Marktstraße, in dem sich zum Erhebungszeitpunkt neun Leerstände befanden, und im östlichen Bereich der Bergstraße.

Karte 6: Leerstände in Greven

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016;
für eine größere Kartendarstellung sowie Detailkarten siehe Anhang A3

4.2.1 Unternehmensbefragung zur Onlineaktivität

Ein weiterer methodischer Baustein der primärstatistischen Datenerhebung ist die Befragung der Grevener Einzelhändler über ihre Onlineaktivitäten im Bereich des Einzelhandels. Die Onlineaktivität des stationären Handels kann ein wichtiger Indikator für die Bewertung des lokalen Handels sein. Hierbei ist die Verknüpfung zwischen verschiedenen Vertriebsmöglichkeiten im Online- und Offlinehandel („cross- bzw. multi-channel“ Vertriebswege) im digitalen Zeitalter häufig eine wichtige Strategie, um sich im starken Einzelhandelswettbewerb zu positionieren.¹⁶ So ergeben sich im Onlinezeitalter, insbesondere für den kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandel, neuartige Vertriebswege als Perspektive; jedoch sehen gleichzeitig auch viele dieser Händler den Onlinehandel als Gefahr für ihre eigene Existenz. Insbesondere der Standort Innenstadt, als Zentrum des Handels, ist deshalb heute besonders stark gefragt die verschiedenen Vertriebswege zu kombinieren und sichtbar zu machen. Die Erhebung zielte da-

¹⁶ Weitere Ausführungen hierzu in Kapitel 6.

her darauf ab, einen Einblick der Vernetzung des lokalen stationären Handels im gesamten Grevenener Stadtgebiet mit dem Onlinehandel zu erhalten. Befragt wurden dazu sämtliche Einzelhändler, sowohl Filialisten als auch inhabergeführte Fachgeschäfte.

Gefragt wurde in diesem Zusammenhang:

- Ist eine eigene Website vorhanden (Ja / Nein)?
- Ist ein eigener Onlineshop vorhanden (Ja / Nein)?
- Oder wird das eigene Warenangebot über andere bekannte Onlineshops (z. B. Amazon, Ebay, allyouneed) verkauft?

Insgesamt beantworteten **205 Händler** (rund 99 % der Betriebe) im Grevenener Stadtgebiet diese Fragen. Die Befragungsergebnisse lassen sich wie folgt kurz skizzieren:

- 79 % der befragten Betriebe besitzen eine eigene Website auf der sie ihren Betrieb bzw. ihr Warenangebot präsentieren.
- Nur 22 % aller Betriebe führen einen eigenen Onlineshop und nutzen das Internet neben ihrem stationären Einzelhandel als Verkaufsplattform. Eigene Onlineshops werden bisher in der Regel nur von größeren Filialisten angeboten. Der Anteil bei den inhabergeführten Betrieben ist aktuell noch sehr gering.
- Auch andere Vertriebsplattformen des Internets werden in Greven kaum genutzt. Lediglich 5 % aller befragten Betriebe verkauft das Warenangebot über andere gängige Onlineshops.

Die Befragungsergebnisse zeigen deutlich, dass der **stationäre Einzelhandel die wichtigste Plattform** des Einzelhandels in Greven ist.

Der Grevenener Einzelhandel nutzt derzeit kaum das Internet als zusätzliche Absatzmöglichkeit. Hierfür ergibt sich – insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel – ein entsprechendes **Wachstumspotenzial**.

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Greven

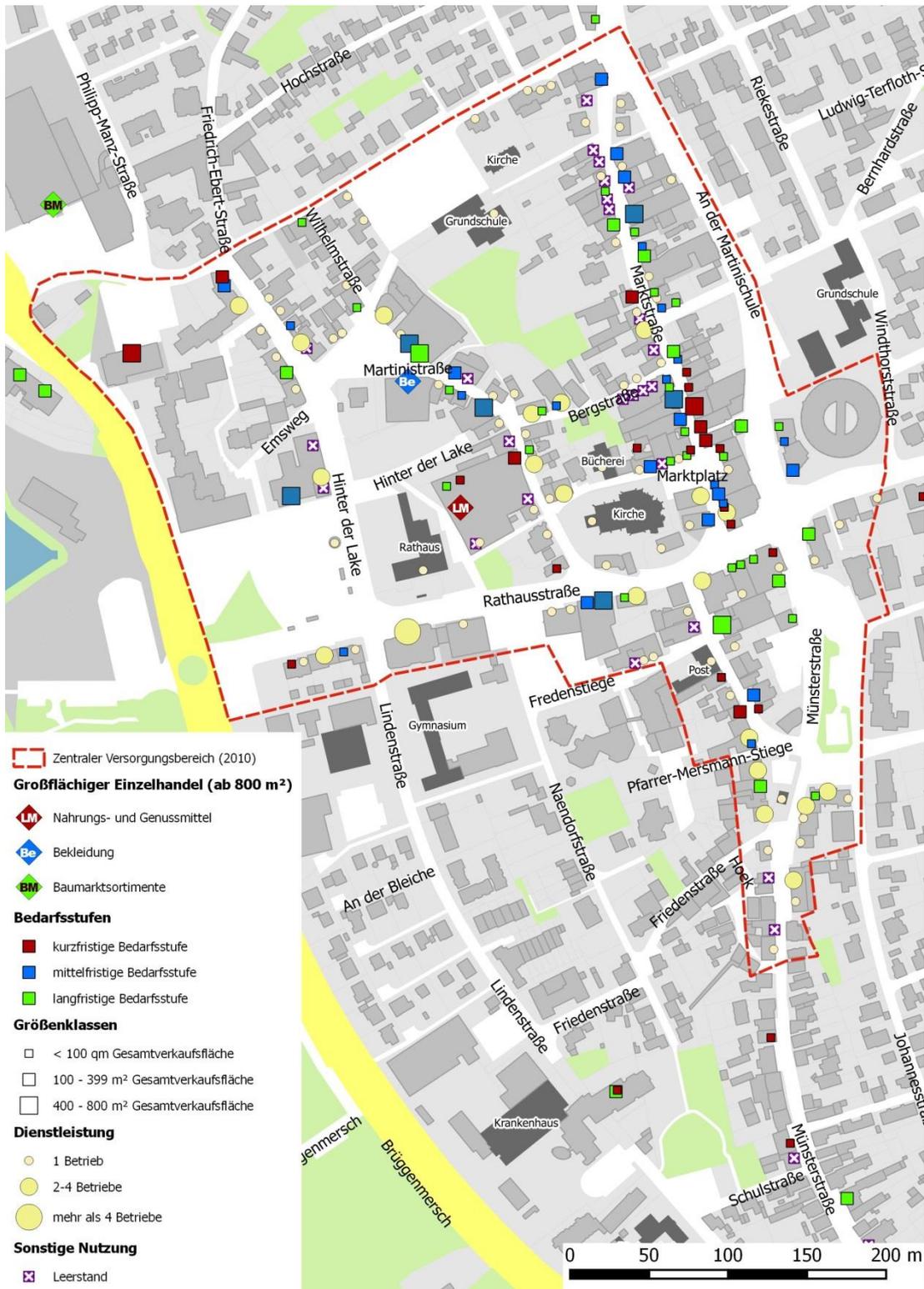
Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Grevenener Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Greven kristallisieren sich die folgenden **räumlich-funktionalen Angebotschwerpunkte** heraus,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

4.3.1 Die Grevener Innenstadt

Die Grevener 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.

Die historisch gewachsene Innenstadt mit dem für kleinere Städte typischen kleinteiligen Besatz an Einzelhandelsbetrieben erstreckt sich hauptsächlich entlang der beiden Nord-Süd-Achsen Marktstraße und Niederort bzw. Martinistraße, welche von der Alten Münsterstraße fortgeführt werden. Diese Straßenzüge werden durch die Bergstraße, die Straße Hinter der Lake, die Kirchstraße und die Rathausstraße verbunden bzw. ergänzt, welche ebenfalls durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

Karte 7: Die Einzelhandelslagen der Grever Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Die **Marktstraße** im Nordosten des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Hauptgeschäftsstraße der Innenstadt dar. Hier findet sich die höchste Dichte des Einzelhandels-

besetzes in der Greverer Innenstadt. Rund 35 Einzelhandelsbetriebe halten eine Gesamtverkaufsfläche von rund 5.100 m² vor. Mit dem Drogeriemarkt Rossmann ist hier ein starker und wichtiger Magnetbetrieb der Innenstadt angesiedelt. Weitere Filialbetriebe – wie u. a. Tchibo, Ernsting's Family und Schuh Okay – befinden sich ebenso wie zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte in der Marktstraße. Besonders die vielen inhabergeführten Betriebe stellen ein Qualitätsmerkmal des innerstädtischen Angebotes dar. Ergänzt wird das vorhandene Einzelhandelsangebot durch diverse Dienstleistungsbetriebe.

Fotos 1 und 2: Marktstraße



Quelle: GFW Greven mbH

Westlich der Marktstraße verlaufend stellen die **Martinstraße** und der **Niederort** bedeutsame Nebenlagen dar. Beide Straßenzüge sind – genauso wie die Marktstraße – als Fußgängerbereich gestaltet. Am Niederort befindet sich mit dem großflächigen Modehaus Ahlert ein weiterer Magnetbetrieb der Innenstadt.

Insgesamt betrachtet ist die Einzelhandelsdichte in diesem Bereich jedoch (zum Teil deutlich) geringer als an der Marktstraße. Vor allem die Querverbindungen zur Marktstraße (**Bergstraße** und **Kirchstraße**) weisen einen geringen Einzelhandelsbesatz und nur wenig ansprechende Laufwegebeziehungen auf. Seit der letzten Einzelhandelserhebung wurde der Platz am Niederort neu gestaltet und weist seitdem deutlich erhöhte Aufenthaltsqualitäten auf. Im Rahmen der städtebaulichen Neugestaltung ist es mit der Ansiedlung der Filialisten Deichmann und Depot gelungen den Standort auch aus einzelhandelsrelevanter Sicht zu stärken.

Eine weitere Veränderung in diesem Bereich der Innenstadt ist die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters an der Straße Hinter der Lake in direkter Nachbarschaft des Greverer Rathauses. Der Betrieb sowie weitere kleinteilige Betriebe können ebenfalls von der Martinstraße aus betreten werden. Somit ist es gelungen, neben dem bereits ansässigen Lebensmitteldiscounter, einen weiteren strukturprägenden Lebensmittelmarkt im zentralen Bereich in der Innenstadt zu etablieren.

Fotos 3 und 4: Martinistraße, Niederort, Bergstraße, Kirchstraße



Quelle: eigene Aufnahme (links) und GFW Greven mbH (rechts)

Eine weitere Nebenlage stellt die **Rathausstraße** dar. Die den zentralen Bereich in Ost-West-Ausrichtung durchlaufende Straße ist eine wichtige Verkehrsachse des Stadtkerns, die jedoch auch aufgrund der starken Verkehrsbelastung eine deutliche Barrierewirkung zwischen dem nördlichen und dem südlichen Abschnitt des zentralen Bereichs aufweist. Seit der Schließung des Kaufhauses Dieler (ehem. Kaufhaus Magnus) ist der Modefilialist Takko, der in die Immobilie eingezogen ist, der größte Anbieter in dieser Lage. Ergänzt wird das Angebot durch kleinteilige Angebots- und Dienstleistungsbetriebe.

Fotos 5 und 6: Rathausstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Im südlichen Bereich des zentralen Bereiches, in leicht abgesetzter Lage, befindet sich die **Alte Münsterstraße**. Dominiert wird das Einzelhandelsangebot in dieser Lage durch den Anbieter Expert Media-Park. Das weitere Einzelhandelsangebot ist kleinteilig strukturiert und wird häufig durch Dienstleistungsbetriebe oder Wohnnutzung unterbrochen.

Fotos 7 und 8: Alte Münsterstraße


Quelle: eigene Aufnahmen

Die angebotsseitigen Kennwerte der Grevenener Innenstadt werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot in der Grevenener Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.500	17 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	150	11 %
Gesundheit und Körperpflege	6	1.150	44 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	550	44 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	23	4.350	22 %
Bekleidung	21	5.650	85 %
Schuhe / Lederwaren	4	1.900	84 %
GPK / Haushaltswaren	2	550	30 %
Spielwaren / Hobbyartikel	2	400	53 %
Sport und Freizeit	2	550	42 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	31	9.050	71 %
Wohneinrichtung	8	950	38 %
Möbel	2	350	5 %
Elektro / Leuchten	-	300	23 %
Elektronik / Multimedia	7	700	85 %
Medizinische und orthopädische Artikel	9	650	79 %
Uhren / Schmuck	4	250	69 %
Baumarktsortimente	2	200	3 %
Gartenmarktsortimente	1	300	7 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	33	3.700	15 %
Sonstiges	-	< 50	6 %
Gesamtsumme	87	17.100	29 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte

Mit insgesamt 87 Betrieben und rund 17.100 m² Verkaufsfläche ist die Innenstadt der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Greven. Das hier vorhandene Angebot umfasst rund 29 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 42 % der Betriebe in Greven. Es übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Greven und auch darüber hinaus. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei neben einem großen Angebot in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen vor allem der typische innenstadtprägende Einzelhandel (z. B. Bekleidung, Schuhe) dominiert. Ebenfalls gute Ausstattungsgrade weisen die Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel und Elektronik / Multimedia auf. Tendenziell unterrepräsentiert ist allerdings die Warengruppe GPK / Haushaltswaren. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgröße typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem der Lebensmittelanbieter Rewe an der Straße Hinter der Lake und der Drogeriemarkt Rossmann an der Marktstraße sowie der großflächige Bekleidungsanbieter Ahlert an der Martinistraße. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Greverer Innenstadt darstellen, sind auch mehrere Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten jedoch im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen bis mittlerem Standard befindet.

Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist das Verkaufsflächenangebot in der Innenstadt gestiegen (rund +2.000 m² bzw. rund +13 %), während sich die Anzahl der Geschäfte leicht verringert hat (-16 Betriebe bzw. rund -16 %). **Diese positive Entwicklung ist auch ein Ergebnis der konsequenten Anwendung des aktuellen Einzelhandelskonzeptes und damit die Fokussierung der weiteren Entwicklung des Einzelhandels auf die Greverer Innenstadt.**

Tabelle 10: Innerstädtische Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

Warengruppe	Greven (rd. 37.700 EW)		J+K Datenbank (25.000-50.000 EW)		Emsdetten (rd. 35.500 EW*)	
	Innenstadt-VKF je EW (in m ²)	Anteil Innenstadt an Gesamt	Innenstadt-VKF je EW (in m ²)	Anteil Innenstadt an Gesamt	Innenstadt-VKF je EW (in m ²)	Anteil Innenstadt an Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	0,07	17 %	0,08	17 %	0,14	28 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 0,01	11 %	0,01	13 %	0,01	12 %
Gesundheit und Körperpflege	0,03	44 %	0,03	39 %	0,05	52 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,01	44 %	0,02	53 %	0,02	51 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	0,12	22 %	0,14	22 %	0,22	30 %
Bekleidung	0,15	85 %	0,15	60 %	0,20	90 %
Schuhe / Lederwaren	0,05	84 %	0,03	51 %	0,04	67 %
GPK / Haushaltswaren	0,01	30 %	0,03	36 %	0,02	30 %
Spielwaren / Hobbyartikel	0,01	53 %	0,02	49 %	0,01	56 %
Sport und Freizeit	0,02	42 %	0,02	35 %	0,03	34 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	0,24	71 %	0,25	51 %	0,30	66 %
Wohneinrichtung	0,03	38 %	0,02	28 %	0,03	25 %
Möbel	0,01	5 %	0,02	8 %	0,01	9 %
Elektro / Leuchten	0,01	23 %	0,01	19 %	0,04	75 %
Elektronik / Multimedia	0,02	85 %	0,02	38 %	0,03	57 %
Medizinische und orthopädische Artikel	0,02	79 %	0,01	66 %	0,02	86 %
Uhren / Schmuck	0,01	69 %	0,01	79 %	0,01	98 %
Baumarktsortimente	0,01	3 %	0,01	2 %	< 0,01	1 %
Gartenmarktsortimente	0,01	7 %	0,01		< 0,01	1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	0,10	15 %	0,10	10 %	0,15	16 %
Sonstiges	< 0,01	6 %	< 0,01	22 %	< 0,01	23 %
Gesamtsumme	0,45	29 %	0,50	23 %	0,67	31 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017 in Greven sowie zwischen 2002 und 2014 in weiteren Kommunen derselben Größenklasse; gerundete Werte

* Stand Erstellung Einzelhandelskonzept Emsdetten 2014

In Tabelle 10 werden die innerstädtische Verkaufsflächenausstattung Grevens sowie die von Kommunen derselben Größenordnung und die der Stadt Emsdetten gegenübergestellt. Im direkten Vergleich zeigt sich, dass die Anteile der innerstädtischen Verkaufsflächen an der Gesamtstadt in Greven auf einer Ebene oder sogar oberhalb derer von Kommunen derselben Größenordnung liegen. Bezogen auf die Verkaufsfläche pro Einwohner ist festzuhalten, dass die Grevenener Werte leicht unterhalb der Werte der Kom-

munen derselben Größenordnung liegen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Gesamtverkaufsfläche Grevens (rund 58.200 m² Verkaufsfläche) unterhalb dem Durchschnittswert aller Kommunen derselben Größenordnung (rund 72.700 m² Verkaufsfläche) liegt.

Auch im Vergleich mit dem benachbarten Mittelzentrum Emsdetten können in Bezug auf den Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche an der Gesamtstadt ähnliche Werte in Greven sowie in Emsdetten erzielt werden. Lediglich im Bereich der Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe weist Emsdetten einen höheren Anteil auf. Da die Verkaufsflächenausstattung in Emsdetten ebenfalls höher ist als in Greven (rund 76.200 m² Verkaufsfläche) überwiegen auch in diesem Fall die Ausstattungsgrade der innerstädtischen Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner.

Insgesamt betrachtet ist jedoch festzustellen, dass die Aufstellung der Grevener Innenstadt in Relation zur gesamtstädtischen Angebotsausstattung auf einem guten bis zum Teil sogar überdurchschnittlichen Niveau liegt.

4.3.2 Ortsteilzentrum Reckenfeld

Nordwestlich der Kernstadt befindet sich der Ortsteil Reckenfeld. Das derzeitige **Ortsteilzentrum Reckenfeld** verläuft im Kreuzungsbereich Emsdettener bzw. Grevener Landstraße, Steinfurter Straße und Bahnhofstraße. Das dortige Zentrum weist eine kompakte Struktur mit einem jedoch vergleichsweise geringem Besatz an Ladenlokalen auf. Im Umfeld des Ortsteilzentrums befinden sich verdichtete Bebauungsstrukturen, insgesamt ist der Ortsteil jedoch durch eine kleinteilige und aufgelockerte Bebauungsstruktur, die hauptsächlich aus Ein- und Zweifamilienhäusern besteht, geprägt.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Reckenfeld



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben innerhalb des Ortsteilzentrums lässt sich als dünn charakterisieren. Der Lebensmittelmarkt Edeka stellt mit einer Verkaufsfläche von über 1.000 m² den mit Abstand größten Betrieb dar. Zusätzlich befinden sich noch Betriebe, die hauptsächlich das Grundversorgungsangebot ergänzen, zum kleinteiligen Angebot im Reckenfelder Ortsteilzentrum. Ergänzt wird der Einzelhandelsbesatz durch mehrere Dienstleistungsbetriebe (z. B. Bank, Sparkasse, Gastronomiebetriebe), die in quantitativer Hinsicht einen ebenfalls großen Anteil der Betriebsstätten stellen.

Die angebotsseitigen Kennwerte des zentralen Bereichs in Reckenfeld werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 11: Verkaufsflächenangebot im Ortsteilzentrum Reckenfeld

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.100	8 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	50	4 %
Gesundheit und Körperpflege	2	200	7 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	50	6 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	6	1.450	7 %
Bekleidung	-	50	1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	-	50	3 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1	150	16 %
Sport und Freizeit	-	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	200	2 %
Wohneinrichtung	2	100	3 %
Möbel	-	< 50	< 1 %
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	< 50	1 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	< 50	4 %
Baummarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	< 50	< 1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	2	150	< 1 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	9	1.800	3 %

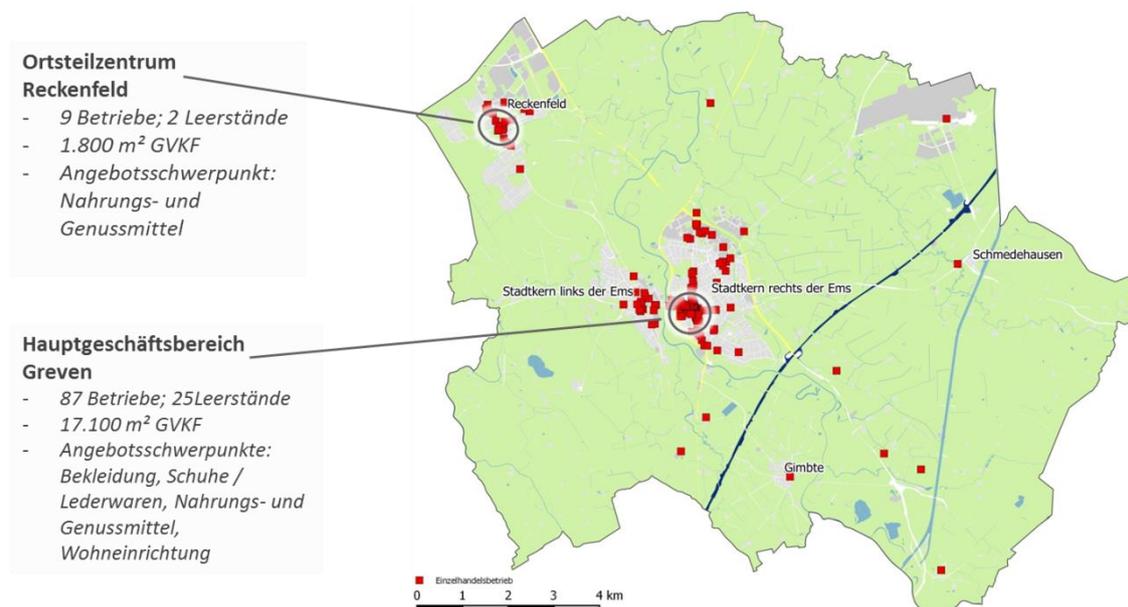
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte

Im zentralen Bereich des Ortsteilzentrums Reckenfeld sind neun Einzelhandelsbetriebe (2009: -25 %) mit insgesamt rund 1.800 m² Verkaufsfläche (2009: -9 %) angesiedelt. Seit der letzten Einzelhandelserhebung sind fünf Betriebe (Lebensmittelladen, Fleischerei, Drogerie, Computerfachgeschäft sowie Feinkostladen) geschlossen und zwei Betriebe (Blumenladen und Spielzeuggeschäft) neu eröffnet worden. Vor allem bedingt durch den ansässigen Lebensmittelvollsortimenter liegt die Gesamtverkaufsfläche der kurzfristigen Bedarfsstufe innerhalb des Ortsteilzentrums bei rund 1.500 m², was rund 81 % der Verkaufsfläche am Standort ausmacht. Somit liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere Einzelhandelsangebote sind allerdings äußerst lückenhaft vorhanden; drei Betriebe des mittel- bzw. langfristigen Bedarfs stellen keine weiteren Angebotsschwerpunkte dar. Insgesamt besteht somit ein geringes Angebot, welches allerdings dem Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial entspricht, im Ortsteilzentrum Reckenfeld.

4.3.3 Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Greven

Ergänzend zu diesen – oben aufgeführten – räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Grevener Einzelhandelsstruktur sein können. Neben Fachmärkten sind hier vor allem neun strukturprägende Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Greven.

Karte 9: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Greven und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Insbesondere die Angebote im Hauptgeschäftsbereich nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie den darüber hinausreichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Die Angebote im Ortsteilzentrum Reckenfeld dienen hingegen insbesondere der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Stadtgebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Grevener Ortsteilen:

Tabelle 12: Einzelhandelsangebot in den Grever Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2015*	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächenausstattung (in m ² je EW)
Stadtkern rechts der Ems	18.356	144	43.300	2,36
Stadtkern links der Ems	6.245	22	6.000	0,96
Reckenfeld	8.390	29	6.100	0,73
Gimbte	919	2	250	0,27
Bauerschaften	3.758	11	2.500	0,67
Gesamt	37.668	208	58.150	1,54

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte

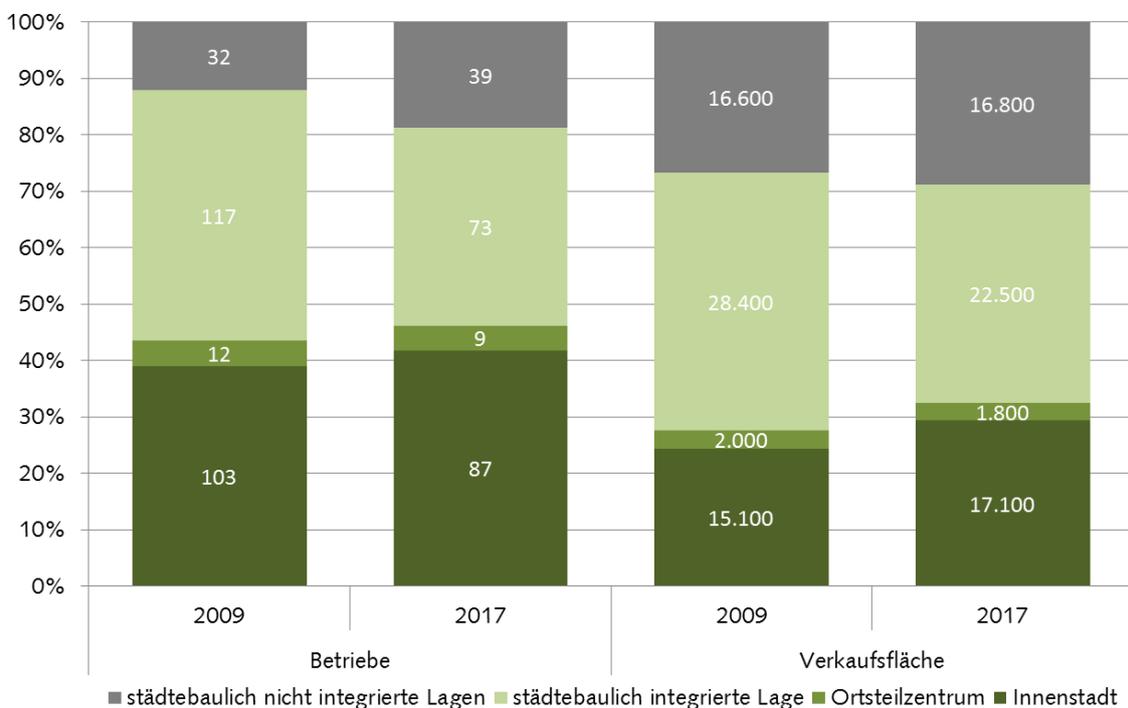
* Stadt Greven; Stand: 31.12.2015

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich im Ortsteil Stadtkern rechts der Ems. Rund 74 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen entfallen auf diesen Ortsteil. Dieses Angebot wird sowohl im Hauptgeschäftsbereich (rund 29 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) als auch von weiteren groß- (zehn Betriebe) und kleinflächigen Anbietern in Streulagen im Ortsteil vorgehalten. Zudem entfallen rund 70 % der Betriebe auf den Ortsteil Stadtkern rechts der Ems. Vor allem die Betriebe in der Innenstadt tragen zu dieser hohen Ausstattung innerhalb des Ortsteils bei. In den Ortsteilen Stadtkern links der Ems und Reckenfeld finden sich weitere Angebotsschwerpunkte. Im Ortsteil Stadtkern links der Ems sind rund 11 % der Betriebe und rund 10 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen verortet. Für den Ortsteil Reckenfeld belaufen sich diese Werte auf rund 14 % der Betriebe und rund 11 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen. Ein deutlich geringeres Angebot ist im Stadtteil Gimbte verortet. Dort befinden sich rund 1 % der Betriebe und weniger als 1 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen. In den übrigen Streusiedlungsbereichen des Ortsteils Bauerschaften sind rund 5 % der Betriebe und rund 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen zu finden.
- Die höchste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung erreicht (mit deutlichem Abstand) der Ortsteil Stadtkern rechts der Ems mit 2,36 m² pro Einwohner. Der – wie oben erwähnt – vergleichsweise hohe Ausstattungsgrad mit großflächigen Betrieben (zwei Betriebe im Hauptgeschäftsbereich sowie zehn weitere Betriebe in Streulagen) spiegelt sich in dem Ortsteil mit rund 18.350 Einwohnern demzufolge auch in einer hohen Verkaufsflächenausstattung wider. Der Ortsteil Stadtkern links der Ems nimmt im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung mit 0,96 m² pro Einwohner den zweiten Rang ein. (Deutlich) unter 1 liegen die Werte in den Ortsteilen Reckenfeld (0,73 m² / Einwohner), Bauerschaften (0,67 m² / Einwohner) und Gimbte (0,27 m² / Einwohner).

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht

es neben der räumlich-funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandsaufnahme wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2). Dabei wurden zunächst alle zentralen Versorgungsbereiche gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 3: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Greven differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2010

- Insgesamt ist eine Verschiebung der Betriebsstätten Richtung nicht integrierte Lagen zu verzeichnen. Städtebaulich integrierte Lagen sowie die beiden zentralen Bereiche verlieren hingegen Betriebsstätten. Im Hinblick auf die Verkaufsflächen stellt sich ein ähnliches Bild dar. Während integrierte Standorte sowie das Ortsteilzentrum Verkaufsflächenrückgänge verzeichnen, konnte der zentrale Bereich Innenstadt Verkaufsflächenzuwächse verzeichnen. An den nicht integrierten Standorten ist ein beinahe konstanter Verkaufsflächenbestand zu verzeichnen.
- In der Gesamtbetrachtung ist ausschließlich in **städtebaulich nicht integrierten Lagen** eine gestiegene Zahl an Einzelhandelsbetrieben (rund +22 %) zu verzeichnen. Der Verkaufsflächenbestand ist hingegen konstant (rund +1 %). Dies ist neben dem Zusammenspiel aus Verkaufsflächenverkleinerungen sowie Betriebsan-

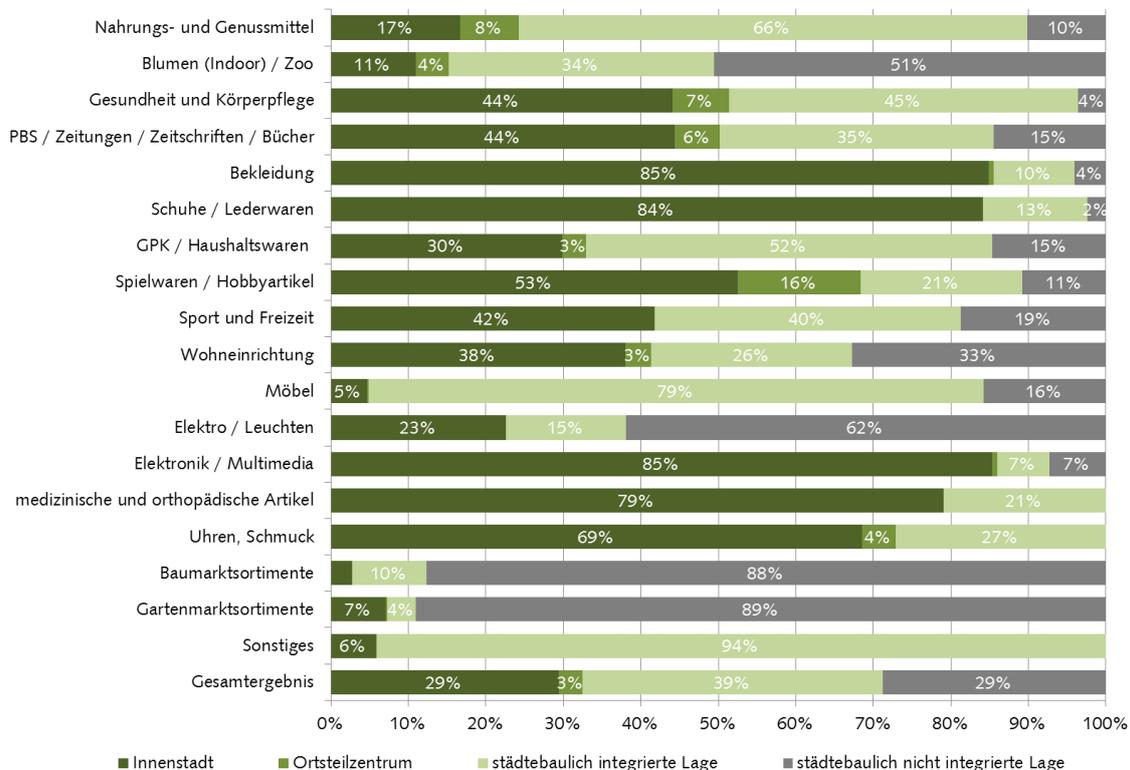
siedlungen auch auf eine veränderte Erhebungsmethodik zurückzuführen. So wurden bei der Erhebung 2009 einige Betriebe zur nicht integrierten Streulage gezählt, die nach heutigen Bewertungsmaßstäben als integrierte Streulagen einzuordnen sind.

- Ein Rückgang der Verkaufsfläche (rund -21 %) sowie ein Rückgang der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (rund -38 %) ist in **städtebaulich integrierten Solitärlagen** festzustellen. Dies liegt hauptsächlich an Betriebsaufgaben. Die Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar räumlich zugeordneten Einzelhandelslagen weisen in Greven ein Verkaufsflächenangebot von knapp 22.500 m² auf. Dies entspricht rund 39 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt. Hier spielen vor allem auch Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, eine Rolle, aber auch Anbieter nicht-zentrenrelevanter Warengruppen, wie z. B. Möbel. Insgesamt betrachtet ist die Angebotsstruktur in dieser Lagekategorie eher kleinteilig strukturiert (durchschnittliche Betriebsgröße rund 310 m²).
- Im 2010 definierten **Ortsteilzentrum** Reckenfeld ist ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl (rund -25 %) sowie ein geringer Rückgang der Verkaufsflächen (rund -10 %) zu erkennen. Hier spielen kleinteilige Betriebsaufgaben eine entscheidende Rolle.
- Der Verkaufsflächenanteil des **Hauptgeschäftsbereiches** ist mit rund 29 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots auf einem vergleichsweise guten Niveau.¹⁷ Gegenüber 2009 ist der Anteil der Verkaufsflächenausstattung im Hauptgeschäftsbereich gestiegen (2009: rund 24 %), auch ist die reine Verkaufsfläche gestiegen (rund +13 %). Die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich Innenstadt ist hingegen gesunken (rund -16 %). Gleichwohl befinden sich noch immer rund 42 % aller Grevener Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt, was die kleinteilige Angebotsstruktur und Versorgungsbedeutung dieses Standortes widerspiegelt.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht-zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Möbel sowie Bau- oder Gartenmarktsortimente in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil nicht integrierter Einzelhandelslagen in üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 4):

¹⁷ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Hauptgeschäftsbereiche im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Hauptgeschäftsbereiche jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

Abbildung 4: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Greven nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2010

- In Greven ist der **Angebotsanteil in den zentralen Bereichen und Wohnsiedlungsbereichen** überdurchschnittlich hoch. Mit rund **71 %** befindet sich die Mehrheit der gesamtstädtischen Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Das sind im Vergleich zwar rund 2 Prozentpunkte weniger als noch im Jahr 2009; im zentralen Bereich in der Innenstadt ist jedoch ein Wachstum um rund 5 % abzulesen.
- Diese Entwicklung in der Innenstadt betrifft hauptsächlich die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rund +5 %), aber auch typische innenstadtprägende Warengruppen wie Bekleidung (rund +4 %) und Schuhe / Lederwaren (rund +9 %). Aber auch insbesondere die Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren (rund +14 %), Spielwaren / Hobbyartikel (rund +23 %), Sport und Freizeit (rund +13 %), Elektronik / Multimedia (rund +17 %) sowie medizinische und orthopädische Artikel (rund +14 %) konnten ihre Position an diesem Standort verbessern. Diese Entwicklung liegt zum einen begründet in Betriebsansiedlungen bzw. Sortimentsanpassungen bestehender Betriebe im zentralen Bereich Innenstadt, aber auch durch die Aufgabe ganzer Betriebe bzw. Sortimentsanpassungen bestehender Betriebe in den anderen Lagekategorien, welche zu Verschiebungen der Gesamtaufteilung einzelner Sortimente führen.
- Die Angebote in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstu-**

fe sind mehrheitlich – mit Ausnahme der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo – innerhalb der zentralen Bereiche und der Wohnsiedlungsbereiche ansässig. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit 90 % ein ausgesprochen hoher Wert in diesen Lagen zu verzeichnen, was in erster Linie mit dem nahversorgungsrelevanten Charakter dieses Angebotes zu begründen ist, aber auch der konsequenten Ansiedlungspolitik der Stadt Greven zu verdanken ist.

- Auch in den **Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe** entfallen nur geringe Verkaufsflächenanteile auf die städtebaulich nicht integrierten Lagen. Die Verkaufsflächen in der zentrumsprägenden Leitbranche **Bekleidung** befinden sich zu rund 85 % in der Grevener Innenstadt. Weitere relevante Angebote in dieser Warengruppe sind zu rund 10 % in städtebaulich integrierten Lagen und zu rund 4 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu beobachten. Mit rund 84 % Verkaufsflächenanteil sind mehr als vier Fünftel des Angebotes in der ebenfalls zentrumsprägenden Leitbranche **Schuhe / Lederwaren** in der Grevener Innenstadt lokalisiert. Städtebaulich nicht integrierte Lagen spielen auch für diese Warengruppe lediglich eine untergeordnete Rolle. In der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** entfällt rund ein Drittel der Verkaufsfläche auf die Grevener Innenstadt. Die Verkaufsfläche der von insgesamt drei Hauptsortimentsanbietern angebotenen Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** wird zu etwas mehr als der Hälfte in der Innenstadt angeboten, weitere rund 16 % werden im Ortsteilzentrum Reckenfeld vorgehalten. Auch der Verkaufsflächenschwerpunkt der Warengruppe **Sport und Freizeit** liegt in der Innenstadt (rund 42 %).
- Das Angebot in einigen **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufen** entfällt zu großen Teilen auf städtebaulich nicht integrierte Lagen. Ausnahmen stellen insbesondere die Warengruppen **Elektronik / Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren / Schmuck** dar, die überwiegend in den zentralen Bereichen ansässig sind. Vor allem die (flächenintensiven) Angebote der Warengruppen **Elektro / Leuchten** sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente** sind mehrheitlich außerhalb der Innenstadt ansässig. Eine Besonderheit stellt die Warengruppe **Möbel** dar, welche zu rund 79 % in städtebaulich integrierten Lagen angeboten wird. Aber auch die Warengruppe **Wohneinrichtung** (rund 38 %) spielt in der Grevener Innenstadt eine Rolle.

Zwischenfazit – räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes:

In der Stadt Greven ist nach wie vor ein geringer Anteil der Verkaufsflächenanteile in städtebaulich nicht integrierten Lagen am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot festzustellen. Seit der Einzelhandelserhebung für das Einzelhandelskonzept 2010 ist in diesen Lagen ein beinahe konstantes Angebot zu verzeichnen, vielmehr ist der Angebotsanteil im zentralen Bereich Innenstadt gestiegen. Dieser Trend ist durch einige Neuansiedlungen, u. a. Deichmann, Depot und Rewe, zu erklären.

Daher konnte sich die **Innenstadt** in Teilbereichen nennenswert weiterentwickeln. Dem gegenüber steht ein Zuwachs von leerstehenden Ladenlokalen in anderen Teilbereichen. Die relative Bedeutung der Innenstadt ist im Vergleich zur Erhebung 2009 leicht gestiegen. Obwohl die Anzahl der Betriebe rückläufig ist, ist das Verkaufsflächenangebot angewachsen.

Im **Ortsteilzentrum Reckenfeld** fand im Vergleich zur Situation im Jahr 2009 eine geringe Entwicklung statt. Durch die Schließung einiger kleinteiliger Betriebe – und die damit einhergehende rückläufige Anzahl der Betriebe – ist auch das Verkaufsflächenangebot leicht rückläufig.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Greven

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Stadt Greven eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Derzeit führen in Greven **61 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **14.900 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Greven entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,40 m² pro Kopf** und liegt somit auf einer Höhe mit dem bundesweiten Vergleichswert von 0,40 m². Mit rund **71 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 37 % des Gesamtumsatzes des Grevener Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,80** zeigt dennoch, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel rund 20 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Greven und somit unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Grevener Ortsteilen** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung Unterschiede, entsprechend der Einwohnergröße beziehungsweise der vorhandenen Mantelbevölkerung, gibt.

Tabelle 13: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Grevener Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2015	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je EW)
Stadtkern rechts der Ems	18.356	39	9.650	0,53
Stadtkern links der Ems	6.245	8	1.700	0,27
Reckenfeld	8.390	11	3.400	0,40
Gimbte	919	-	-	-
Bauerschaften	3.758	3	150	0,04
Gesamt	37.668	61	14.900	0,40

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Januar 2017; gerundete Werte

Angabe in Klammern = Anzahl strukturprägender Lebensmittelanbieter

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

* Stadt Greven; Stand: 31.12.2015

Wohnungsnahe Grundversorgung in der Stadtkern Greven

Der Verkaufsflächenschwerpunkt befindet sich im Ortsteil **Stadtkern rechts der Ems**. Die Verkaufsflächenausstattung in diesem Ortsteil ist mit 0,53 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner sowohl im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (0,40 m² pro Einwohner) als auch auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,40 m² pro Einwohner) als leicht überdurchschnittlich einzustufen. Gegenüber der Verkaufsflächenausstattung im Jahr 2009 ist eine konstante Entwicklung feststellbar. Neben einer Zunahme der Einwohnerzahl ist auch – trotz gesunkener Betriebsanzahl mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (2009: 50 Betriebe) – die sortimentspezifische Verkaufsfläche leicht gestiegen. Diese gute Verkaufsflächenausstattung entspricht nach wie vor der Versorgungsfunktion des Ortsteils Stadtkern rechts der Ems. Auch der Zentralitätswert von rund 1,03 zeigt per Saldo leichte Kaufkraftzuflüsse in der untersuchungsrelevanten Warengruppe. Obwohl die übrigen Grevener Ortsteile über eigene Versorgungsstrukturen verfügen, ist der Ortsteil Stadtkern rechts der Ems der wichtigste Versorgungsstandort – auch im Hinblick auf das Lebensmittelangebot. Insbesondere der K+K-Verbrauchermarkt an der Bismarckstraße ist mit beinahe 4.000 m² Verkaufsfläche ein wichtiger Versorgungsstandort, der über die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche klar hinausgeht.

Im benachbarten Ortsteil **Stadtkern links der Ems** fällt das Angebot in der untersuchungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hingegen deutlich geringer aus. In diesem Ortsteil werden auf rund 1.700 m² Verkaufsfläche (2009: rund 1.300 m²) Nahrungs- und Genussmittel angeboten. Einziger strukturprägender Anbieter ist ein Edeka-Markt, der in wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage ansässig ist. In einem gesamtstädtischen Vergleich weist der Ortsteil eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner von 0,27 m² (2009: 0,23 m²) auf. Zudem deutet ein Zentralitätswert von rund 0,40 (2009: 0,44) auf deutliche Kaufkraftabflüsse (per Saldo mehr als die Hälfte) an andere Angebotsstandorte außerhalb des Ortsteils Stadtkern links der Ems hin.

Im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** (innerhalb der 2010 beschlossenen Abgrenzung) führen derzeit 16 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). Daneben besteht mit einem Lebensmitteldiscounter und einem Lebensmittelvollsortimenter auch ein breit aufgestelltes Grundversorgungsangebot im zentralen Bereich. Die Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters erfolgte erst in jüngster Zeit. Somit liegt der Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche in der Innenstadt am gesamtstädtischen Angebot in dieser Warengruppe heute bei rund 17 %.

Um eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgungssituation zu erreichen, muss neben der quantitativen Ausstattung auch die fußläufige Erreichbarkeit (600 m-Isodistanzen) der Betriebe als Bewertungsmaßstab herangezogen werden. Diese sind in Karte 10 auf Seite 70 bzw. in den Karten 7 und 8 im Anhang A3 für den Stadtkern dargestellt. Insgesamt zeigt sich, dass der Großteil der strukturprägenden Anbieter im Ortsteil Stadtkern rechts der Ems ansässig ist. In diesem Bereich überlappen die Isodistanzen zum Teil mehrfach. Angebotslücken zeigen sich in diesem Ortsteil ausschließlich in den Siedlungsrandbereichen. Anders sieht die Situation im Ortsteil Stadtkern links der Ems aus. Dort besteht mit einem Lebensmittelvollsortimenter ein geringes Angebot, was sich ebenfalls durch die dargestellte Isodistanz zeigt, da ausschließlich der Kernbereich des dortigen Siedlungsgebietes abgedeckt wird. Im nördlichen sowie im südlichen Siedlungsbereich des Ortsteils zeigen sich räumliche Angebotslücken.

Wohnungsnaher Grundversorgung im Ortsteil Reckenfeld

Im Ortsteil Reckenfeld werden Nahrungs- und Genussmittel auf rund 3.400 m² Verkaufsfläche angeboten. Mit einem Wert von 0,40 m² / Einwohner ist für den Ortsteil **Reckenfeld** eine gute Verkaufsflächenausstattung festzustellen (2009: 0,42 m² / Einwohner). Seit 2009 ist ein konstantes Angebot zu verzeichnen. Elf Hauptsortimentsanbieter halten die Warengruppe vor. Hierzu gehören neben vier strukturprägenden Lebensmittelmärkten fünf Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie zwei Tankstellenshops. Zu den vier strukturprägenden Lebensmittelmärkten zählen zwei Lebensmitteldiscounter sowie zwei Lebensmittelvollsortimenter, wovon einer im zentralen Bereich angesiedelt ist. Die anderen drei Märkte befinden sich nördlich bzw. südlich des zentralen Bereiches in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen. Der sortimentspezifische Umsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich auf rund 17,9 Mio. Euro. Durch ein deutlich gestiegenes Kaufkraftvolumen von rund 19,8 Mio. Euro (2009: 16,3 Mio. Euro) ergibt sich für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine Zentralität von 0,90 (2009: 1,06). Dieser Wert deutet weiterhin auf eine gute Grundversorgungssituation und Angebotsausstattung im Ortsteil hin.

Im **Ortsteilzentrum**, das sich im Kreuzungsbereich der Grevener bzw. Emsdettener Landstraße mit der Steinfurter- bzw. Bahnhofstraße befindet, beläuft sich die Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf rund 1.100 m². Als Magnetbetrieb fungiert hier ein Edeka-Supermarkt, dessen Angebot durch zwei Betriebe

des Lebensmittelhandwerks ergänzt wird. Weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind vorhanden. Ein 2009 ansässiger Schlecker-Markt wurde in der Zwischenzeit im Zuge der Firmeninsolvenz geschlossen. Der Angebotsschwerpunkt im Ortsteilzentrum ist auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe ausgerichtet, wodurch sie vorrangig der Grundversorgung der Bevölkerung im Ortsteil dienen.

Die vier strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Ortsteil Reckenfeld befinden sich linear angeordnet an der Nord-Süd-Achse Emsdettener- bzw. Grevener Landstraße. Dadurch ergibt sich eine gute Abdeckung innerhalb der 600 m-Isodistanzen wie sie in Karte 10 auf der übernächsten Seite bzw. im Detail in Karte 9 im Anhang A3 dargestellt sind. Lediglich Siedlungsrandbereiche sind nicht abgedeckt, weshalb insgesamt keine Defizite hinsichtlich der wohnortnahen Versorgung festgestellt werden können.

Wohnungsnaher Grundversorgung im übrigen Stadtgebiet

Außerhalb des Stadtkerns und des Ortsteils Reckenfeld findet sich nur ein geringes Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Neben zwei Hofläden beschränkt sich das Angebot auf einen Tankstellenshop sowie geringfügige Randsortimentsangebote am Flughafen Münster / Osnabrück.

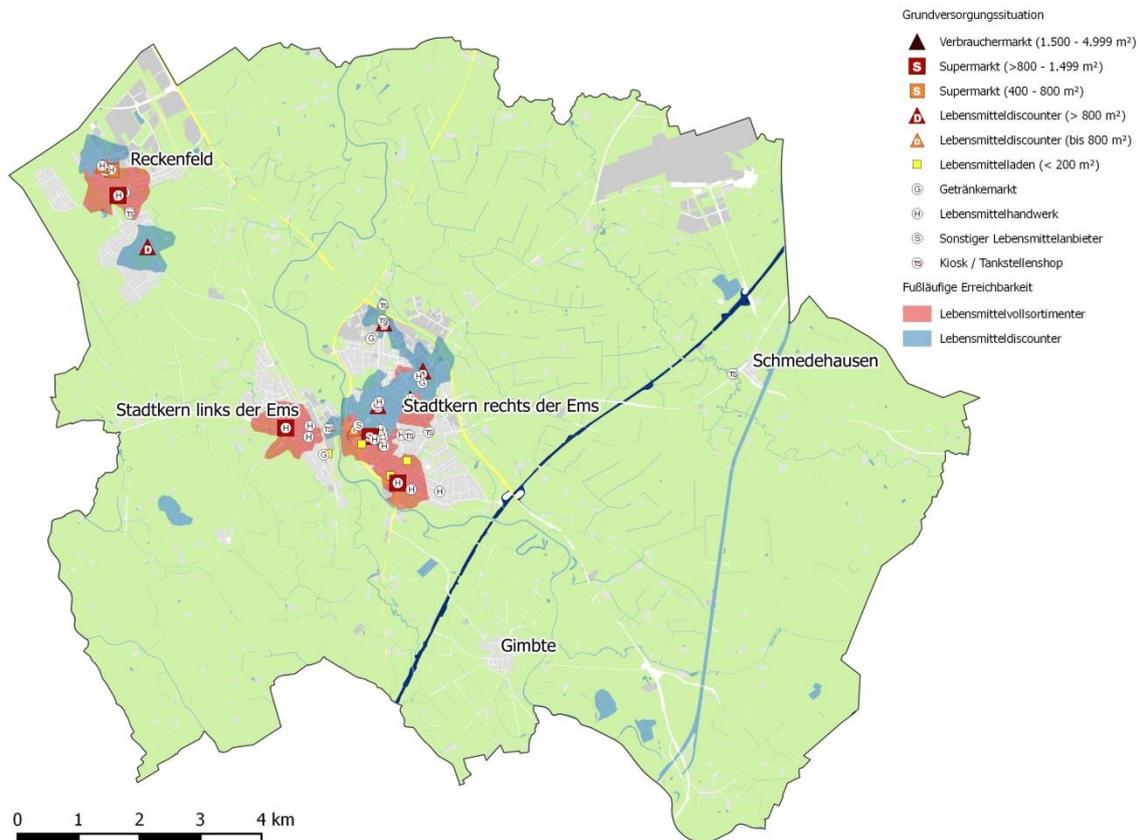
Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle wird sowohl im Ortsteil Gimfte als auch in den Streusiedlungsbereichen der Bauerschaften sowie im Siedlungsbereich Schmedehausen signifikant unterschritten. Daher würden weiterhin kleinere Lebensmittelläden oder eine mobile Versorgung die bestmögliche Versorgung für die Bevölkerung in kleineren Ortsteilen darstellen. Diese Art der Versorgung ist jedoch vor allem im einwohnerstärksten Ortsteil Gimfte weiterhin nicht gewährleistet.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem Verbrauchermarkt, fünf Supermärkten, sechs Lebensmitteldiscountern sowie sechs Lebensmittelläden, drei Spezialitätengeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks, Tankstellenshops und Hofläden ist positiv zu bewerten, da insgesamt eine nahezu ausgewogene Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist. Gleichwohl sind bei einigen Anbietern qualitative Defizite zu beobachten. Hinsichtlich Betriebsgrößen und Warenpräsentation sind einige Märkte nicht mehr zeitgemäß.

Wie bereits oben erwähnt, spielt für eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle. Daher wird das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln auch **räumlich differenziert** betrachtet. Als Bewertungsmaßstab können vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter in der Gesamtstadt herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Greven mit einer

Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 10: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greven mit 600 m-Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016;
für eine größere Kartendarstellung sowie Detailkarten siehe Anhang A3

Insgesamt betrachtet zeigt sich, dass strukturprägende Lebensmittelanbieter in den drei einwohnerstarken Ortsteilen des Greven Stadtgebietes lokalisiert sind und somit ein nahezu flächendeckendes Netz an Nahversorgungsstrukturen bilden. Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich im Hauptsiedlungsbe-
reich der Stadtkern teilweise mehrfach, so dass eine gute Abdeckung dieses Siedlungs-
bereiches durch die größeren Lebensmittelanbieter gegeben ist. In der Innenstadt füh-
ren vor allem die Lebensmittelvollsortimenter Rewe sowie der Lebensmitteldiscounter
Aldi ein umfängliches Lebensmittelsortiment, aber auch zahlreiche kleinteilige Betriebe
wie Bäcker und ein Metzger bieten Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment an.
Räumlich unterversorgte Bereiche sind hauptsächlich in den Siedlungsrandbereichen
sowie in den dispersen Streusiedlungen zu beobachten. Vor dem Hintergrund der ge-
ringeren Mantelbevölkerung in diesen Bereichen sind die Entwicklungsperspektiven zur
Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes jedoch eingeschränkt.

Außerhalb der zentralen Bereiche bieten aktuell vor allem folgende Lebensmittelmärkte eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

- K+K, Bismarckstraße (Ortsteil Stadtkern rechts der Ems)
- K+K, Emsdettener Landstraße (Ortsteil Reckenfeld)
- Aldi, Emsdettener Landstraße (Ortsteil Reckenfeld)
- Edeka, Grimmstraße (Ortsteil Stadtkern links der Ems)
- Netto, Grüner Weg (Ortsteil Stadtkern rechts der Ems)
- Lidl, Kanalstraße (Ortsteil Reckenfeld)
- Aldi, Kardinal-von-Galen-Straße (Ortsteil Stadtkern rechts der Ems)
- Lidl, Saerbecker Straße (Ortsteil Stadtkern rechts der Ems)
- Edeka, Schützenstraße (Ortsteil Stadtkern rechts der Ems)

Die Standorte dieser Märkte sind aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig gut erreichbar und spielen unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandort**.

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **208 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **58.200 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Greven in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer durchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 37.670 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 1,54 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,50 m² / Einwohner) einen **durchschnittlichen Wert**, aber im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion¹⁸ (2,03 – 2,53 m² / Einwohner) einen **leicht unterdurchschnittlichen Wert** darstellt. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche um rund 4.000 m² zu verzeichnen.
- Es sind Angebote aus allen Hauptwarengruppen zu finden, insgesamt zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst **kaum signifikante Angebotslücken**. Eine **unterdurchschnittliche Angebotsausstattung**, die auf einen gewissen Entwicklungsspielraum hindeutet, zeigt sich insbesondere in den Warengruppen *Spielwaren / Hobbyartikel, Möbel, Elektronik / Multimedia* sowie *Baumarktsortimente*.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 221 Mio. Euro** weist Greven ein im bundesweiten **durchschnittliches** sowie im regionalen Vergleich **durchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 100,28) auf.

¹⁸ Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder der Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 193 Mio. Euro** im Grevener Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **0,87** ergibt. Per Saldo sind leichte Kaufkraftabflüsse vom Einzelhandelsstandort Greven in die Region nachweisbar, was nicht der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** entspricht. Hohe Zentralitäten von z. T. deutlich über 1 und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich in den Warengruppen *Gesundheit und Körperpflege* (1,31), *Bekleidung* (1,11), *Schuhe / Lederwaren* (1,70), *Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren* (1,50), *Sport und Freizeit* (1,05), *Wohn Einrichtung* (1,01), *medizinische und orthopädische Artikel* (2,18), *Uhren / Schmuck* (1,37) und *Gartenmarktsortimente* (1,22).

Im **Vergleich zu 2009** ist die Zentralitätskennziffer von damals rund 0,98 leicht gesunken. **Steigerungen** ergeben sich u.a. in den Warengruppen *Blumen (Indoor) / Zoo, Elektro / Leuchten, medizinische und orthopädische Artikel* sowie *Uhren / Schmuck*. **Rückläufige Zentralitäten** sind hingegen vor allem in den Warengruppen *Bekleidung, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Sport und Freizeit sowie Möbel* zu verzeichnen. Dabei spielen neben Neuansiedlungen oder Erweiterungen bzw. Betriebsaufgaben auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen, eine ungleiche Entwicklung von Umsatz und Kaufkraft innerhalb der Warengruppen, aber auch methodische Abweichungen eine Rolle.

- Bedeutendster Angebotsstandort ist der zentrale Bereich in der **Grevener Innenstadt**. Dieser präsentiert sich mit seinen kompakten städtebaulichen Strukturen und seiner multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen sowie Kultur- / Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren, aber auch Nahrungs- und Genussmittel. Die Betriebsstruktur besteht vorwiegend aus kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben sowie Filialisten. Größte Anbieter sind das Modehaus Ahlert, die Lebensmittelmärkte Aldi und Rewe, der Elektronikfachmarkt Expert Media-Park sowie die Drogerie Rossmann. Die Haupteinkaufslage des Geschäftszentrums erstreckt sich insbesondere entlang der Marktstraße. Auch hier befinden sich mehrere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Nebenlagen stellen die Straßen Martinistraße, Niederort, Bergstraße, Kirchstraße, Rathausstraße und Alte Münsterstraße dar, in denen oftmals Dienstleistungen dominieren.
- Einen weiteren Angebotsstandort stellt das **Ortsteilzentrum Reckenfeld** dar. Hier befinden sich neben einem strukturprägenden Lebensmittelanbieter weitere kleinteilige Facheinzelhändler ergänzt durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote. Das Einzelhandelsangebot ist hauptsächlich den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe zuzuordnen.
- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnah Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ wie qualitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist, die einen Großteil des

Grevenener Stadtgebietes abdeckt. Lediglich im Ortsteil Stadtkern links der Ems besteht noch ein Arrondierungsspielraum. Eine vollständige „Flächendeckung“ ist hinsichtlich einiger dünner besiedelter Ortsteile oder Siedlungsrandbereiche mit geringerem Einwohnerpotenzial nicht vorhanden.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Grevenener Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Es bestehen – mit Ausnahme der Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel, Möbel, Elektronik / Multimedia und Baumarktsortimente – keine erheblichen quantitativen Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt zudem, dass stellenweise einzelne Verbesserungen erforderlich sind. Insgesamt wird Greven nur in einzelnen Warengruppen seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung sind die zentralen Versorgungsbereiche als wichtigste Versorgungsstandorte im Stadtgebiet zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Greven

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Greven erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Greven fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität¹⁹ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Greven von einer konstanten bis leicht rückläufigen Flächenproduktivität ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Greven bis 2025

Bereits für die letzten Jahre ist für die Stadt Greven eine wachsende Bevölkerungsentwicklung zu beobachten (so beispielsweise zwischen den Jahren 2009 und 2015 um rund 6 %) und auch in den kommenden Jahren ist von einer weiterhin positiven Entwicklung der Bevölkerungszahl auszugehen. So prognostiziert IT.NRW²⁰ einen Bevölkerungszuwachs bis zum Jahr 2025 von rund 7,5 %. Die Bertelsmannstiftung²¹ berechnet für denselben Prognosehorizont ein Wachstum um rund 4,6 %. Die Bevölkerungsvorausrechnung von IT.NRW basiert auf dem Basisjahr 2014, der der Bertelsmannstiftung

¹⁹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²⁰ Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2016): Kommunalprofil Greven, S. 9

²¹ BertelsmannStiftung (o. J.): Wegweiser Kommune, Bevölkerungsvorausberechnung, online abrufbar unter <http://www.wegweiser-kommune.de/statistik/greven-st+bevoelkerungsstruktur+bevoelkerung+2012-2030+balkendiagramm>

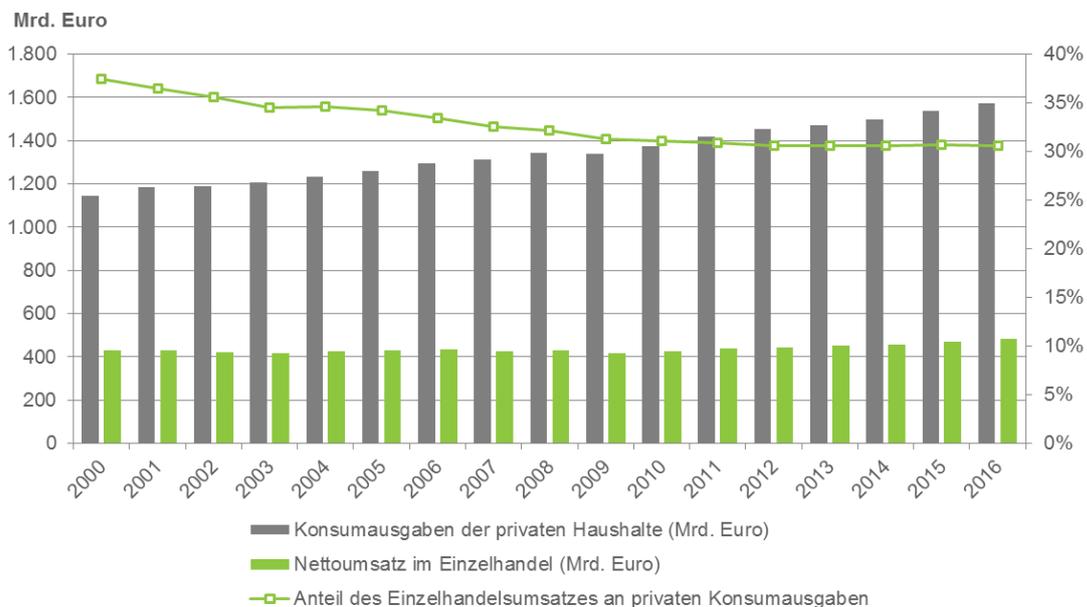
liegt das Basisjahr 2012 zugrunde. Die Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume stützt sich demnach auf Annahmen zu steigenden Bevölkerungszahlen.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Abbildung 5: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003 um mehr als vier Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell rund 30 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend.²²

²² EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2000 bis 2016 (in Prozent)

- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -3 und +3 % weitestgehend stagniert (2017: rund 490 Mrd. Euro).²³

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²⁴ Kaufkraft zu rechnen ist.

Jedoch sollten **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es erfolgt eine Prognose, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	↗
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	↗
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	→
Bekleidung	→
Schuhe / Lederwaren	→
GPK / Haushaltswaren	↘
Spielwaren / Hobbyartikel	→
Sport und Freizeit	→
Wohneinrichtung / Möbel	↘
Elektro / Leuchten	→
Elektronik / Multimedia	↗
Medizinische und orthopädische Artikel	↗
Uhren / Schmuck	→
Bau- und Gartenmarktsortimente	↘

Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2014

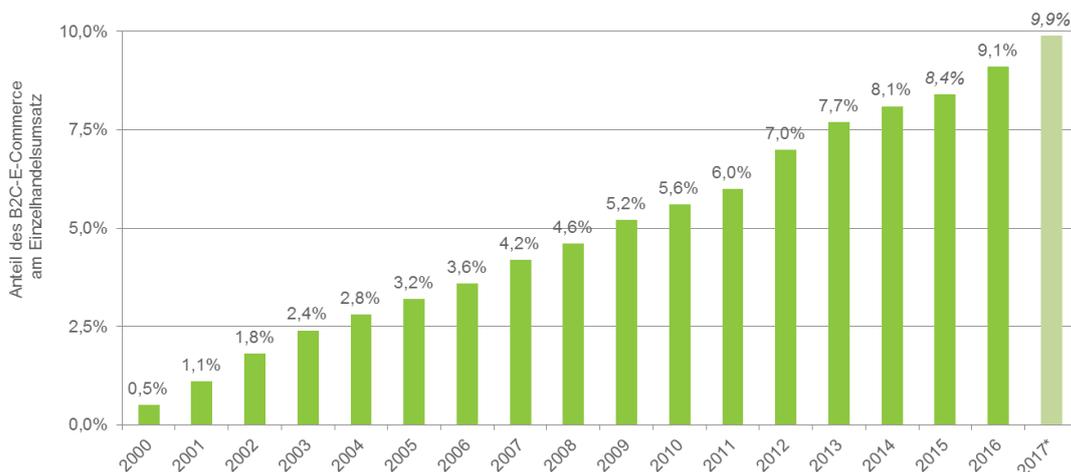
²³ EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (www.destatis.de): Bruttoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2016 mit Prognose für 2017 (in Milliarden Euro)

²⁴ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Entwicklung des E-Commerce (= Onlinehandel)²⁵ in Deutschland

Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce. Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 2,5 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 44 Mrd. Euro im Jahr 2016. Für das Jahr 2017 wird eine weitere Zunahme auf rund 49 Mrd. prognostiziert.²⁶ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von rund 0,5 % im Jahr 2000 bzw. rund 9,1 % im Jahr 2016 (vgl. nachfolgende Abbildung 6).

Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; *Prognose
Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 06. Februar 2017)

Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von

²⁵ „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. EDI ist der elektronische Datenaustausch in strukturierter Form (zum Beispiel auf Basis des Standards EDI FACT) zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen über so genannte Standleitungen, bei denen der Datenaustausch beispielsweise über Telefonleitungen erfolgt. Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de, zuletzt zugegriffen am 04.02.2016

²⁶ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2016 mit Prognose für 2017 (in Milliarden Euro), Zugriff unter www.handelsdaten.de im Februar 2017

den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2016 rund 58 % des im interaktiven Handel²⁷ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Elektronikartikel und Telekommunikation, Bücher und Ebooks, Schuhe sowie Computer / Zubehör / Spiele / Software erwirtschaftet.²⁸ Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Onlinehandels,²⁹ aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten, wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 7 % von 116 Mio. m² im Jahr 2005 auf knapp 124 Mio. m² im Jahr 2015 angestiegen.³⁰

Es sind jedoch nicht die reinen Onlinehändler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**³¹ an Bedeutung. Während vormals reine Onlinehändler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport, mymuesli, Mister Spex), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch bzw. Retoure vor Ort.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten Multichannel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erziel-

²⁷ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

²⁸ vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.statista.de (zuletzt zugegriffen im 17.03.2017)

²⁹ ebenda

³⁰ vgl. Handelsverband Deutschland 2016. Daten abrufbar unter www.einzelhandel.de (zuletzt zugegriffen am 17.03.2017)

³¹ Bei dem Multichannel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

te Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multichannel-Konzept.³²

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie die Stärken des stationären Einzelhandels in Greven zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die Zentren der Stadt zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

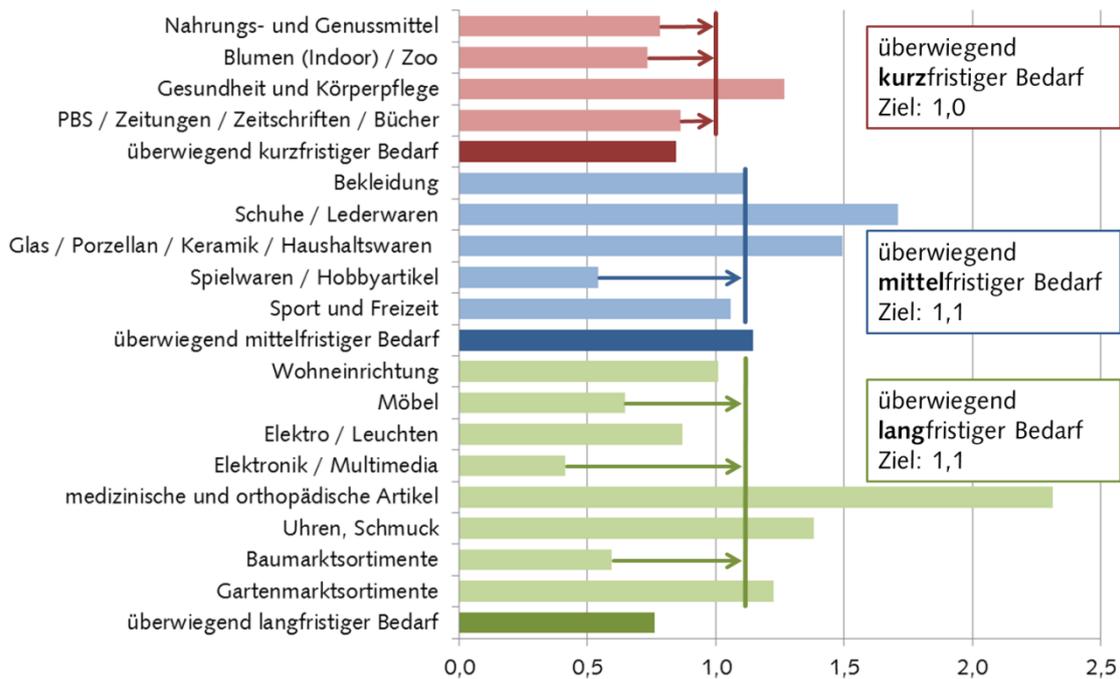
Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Greven als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute lediglich in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege erreicht. Die übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe unterschreiten die Zielzentralität bislang, so dass sich aus quantitativer Sicht leichte Arrondierungsspielräume erkennen lassen. In allen Warengruppen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird eine Zielzentralität von 1,1 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Greven in der Region widerspiegelt. Der angesetzte Wert wird bisher in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren erreicht bzw. sogar nicht unwesentlich überschritten. Entwicklungsspielräume ergeben sich in den übrigen Warengruppen und sind allgemein unter qualitativen Aspekten zu betrachten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird über alle Warengruppen eine Zielzentralität von 1,1 angenommen. Aktuell erreichen bzw. überschreiten nur die Zentralitäten der Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel, Uhren, Schmuck sowie Gartenmarktsortimente diesen Wert (deutlich).

³² vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

Abbildung 7: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Greven als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Greven

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Greven aus rein quantitativer Sicht in einigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhan-

delsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen (z. B. in den Warengruppen Bekleidung und Elektronik / Multimedia) Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Greven beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie u. a. bestimmte Textilfilialisten tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Greven nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches³³. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Grundversorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes**, insbesondere auch in der Innenstadt, führen. Die Ansiedlung von Angebotsergänzungen in Warengruppen mit defizitären Angebotsausstattungen als zusätzlicher Frequenzbringer könnte zur weiteren Profilierung der Innenstadt und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Auch eine verstärkte Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, die bislang mehrheitlich außerhalb des Hauptgeschäftsbereichs angesiedelt sind, ist in diesem Sinne anzustreben. Einen ruinösen Wettbewerb – ausgelöst durch überdimension-

³³ Der Begriff Hauptgeschäftsbereich bezeichnet den zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt.

nierte Randsortimentsangebote – zwischen (solitären) Sonderstandorten und dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich – gilt es zu vermeiden.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich-strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion der Stadt Greven als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion stärken,
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

6 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Greven

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtwirtschaftlich wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Greven zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie funktionale Ergänzungsstandorte zu definieren. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Greven umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 7.1)
- Identifikation und Definition von Sonderstandorten für insbesondere großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Greverer Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

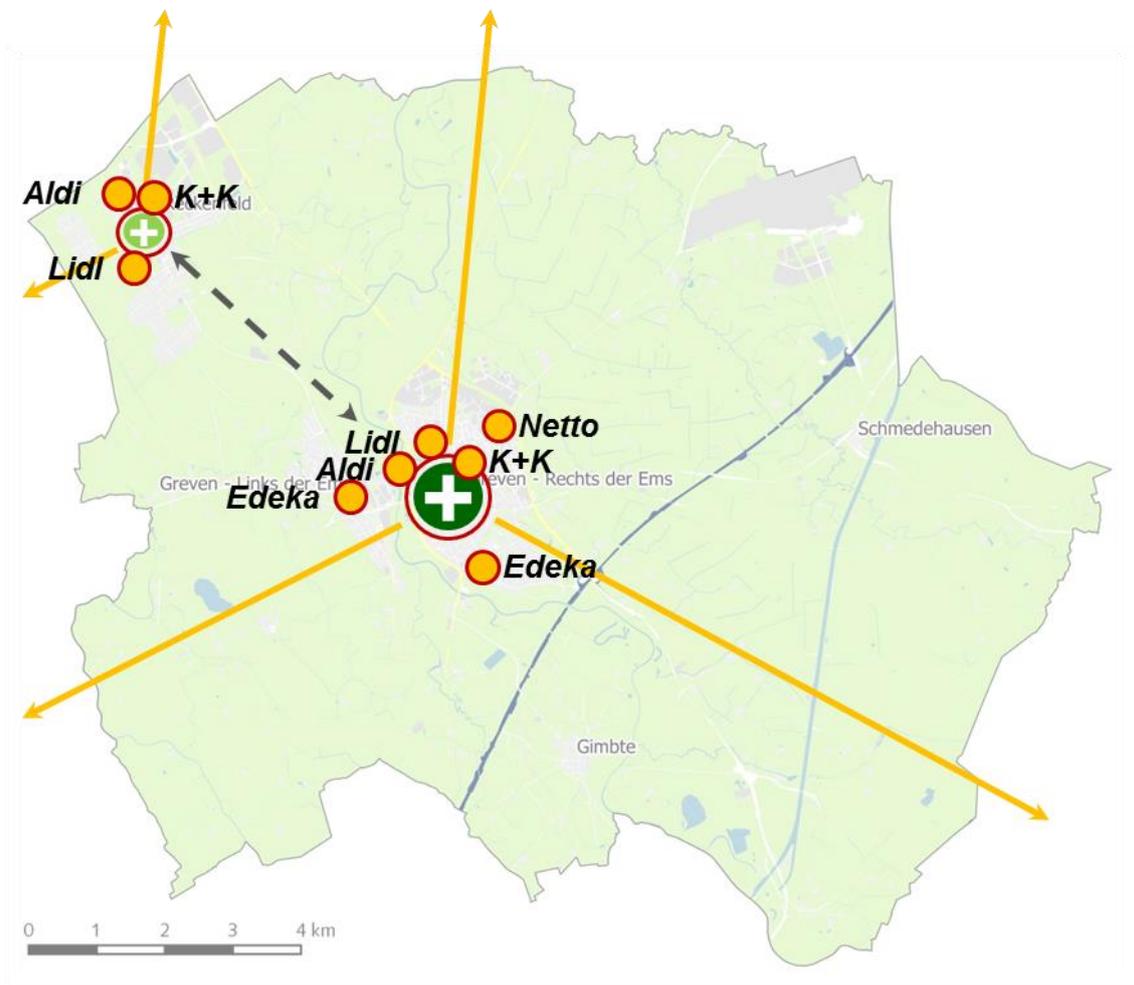
6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Greven soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf die zentralen Versorgungsbereiche in der In-

nenstadt und im Ortsteil Reckenfeld sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu hat sich das gesamtstädtische **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es setzt einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelschwerpunkte im Grevenener Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Greven innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 11: Räumliches Entwicklungsleitbild



- Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches
- Stärkung des Ortsteilzentrums
- zentraler Versorgungsbereich
- solitärer Nahversorgungsstandort
- verstärkte regionale Ausstrahlung
- Arbeitsteilung / funktionale Ergänzung

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Stadtgebiet **anzupassen**.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2010 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Greven und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotsituation – fortzuschreiben und anzupassen.³⁴

Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greven zugrunde zu legen ist. Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Greven, der **Sicherung und dem Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Stadt**, kann insgesamt festgehalten werden.

Sicherung und – wo erforderlich – Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Greven bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit nicht in allen Warengruppen erfüllt (Einzelhandelszentralität von 0,88), hat aber in einigen Bereichen sogar regionale Ausstrahlungskraft. Vorliegende Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren jedoch ein anhaltendes Investitionsinteresse am Standort Greven.

Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Greven ist es, dass Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung zu einer Sicherung und einem Ausbau der landesplanerischen Funktion beitragen, um somit die Versorgungsfunktion zu erhalten bzw. in einzelnen Warengruppen zu stärken.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie Sicherung und Stärkung der gesamtstädtischen Versorgungsfunktion

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandortes bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und

³⁴ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor 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.

-konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Greven auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der 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 gesamten Stadt, der Grevener Versorgungsstandorte und der Ortsteile.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine attraktive Einzelhandelssituation der Stadt Greven ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versorgungsbereichen Grevens sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. an solitären Sonderstandorten) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb, welcher seinerseits langfristige negative städtebauliche Folgen – insbesondere für den Grevener Hauptgeschäftsbereich – nach sich ziehen könnte, schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen auf der einen sowie den solitären Sonderstandorten auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Erhaltung und vor allem Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des Grevenener Hauptgeschäftsbereichs

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Grevenener Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Greven dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität des Hauptgeschäftsbereichs und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf den Hauptgeschäftsbereich zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten) auf den Grevenener Hauptgeschäftsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Greven, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort in der Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen- bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs in der Innenstadt sowie des Einzelhandelsstandortes Greven allgemein beitragen.

Sicherung und – wo möglich – Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³⁵ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Grevenener Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primä-

³⁵ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

res Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (so weit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

Eine hohe Zentralität in einzelnen Warengruppen darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen / Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z. B. innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung der ergänzenden Einzelhandelsstandorte für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Die verschiedenen solitär gelegenen Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die zentralen Versorgungsbereiche, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und (in Teilen) notwendige Ergänzung des Einzelhandels im Grevener Hauptgeschäftsbereich und im Ortsteilzentrum Reckenfeld dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe³⁶ angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten, städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich; Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten in denen sich derzeit (noch) keine Einzelhandelsbetriebe befinden, der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs und eines Gebietsversorgers (siehe Seite 127)) erforderlich.

³⁶ Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet, negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in den Grevener Hauptgeschäftsbereich bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte mit konterkarierenden Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Greven (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der bestehenden solitären Sonderstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch 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 Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Greven entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

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“ 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 Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor „unfairer Wettbewerb“ geschützt werden sollen. 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.

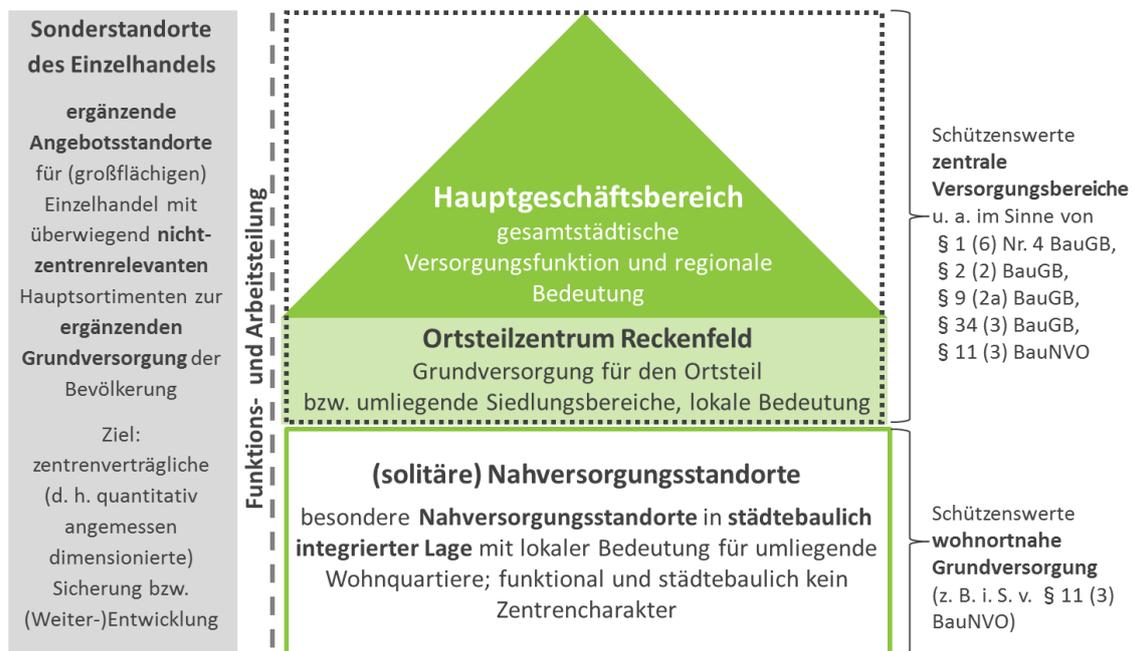
6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Greven sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Grevenener Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2010 festgelegte Standortstruktur des Grevenener Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 8: Standortstrukturmodell für die Stadt Greven



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Greven“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,

- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Grever Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³⁷ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Ortsteilzentrum Reckenfeld“

- Versorgungsfunktion für den Ortsteil bzw. umliegende Siedlungsbereiche,
- breites Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit teilweise vorliegender Wettbewerbssituation,
- ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- ggf. vereinzelt Gastronomie.

Das **Ortsteilzentrum Reckenfeld** wird weiterhin – wie bereits im Einzelhandelskonzept 2010 – als zentraler Versorgungsbereich eingestuft. Das Ortsteilzentrum erfüllt die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich und trägt mit dem bestehenden großflächigen Lebensmittelmarkt maßgeblich zur Grundversorgung der Bewohner im Ortsteil bei. Diese Versorgungsfunktion gilt es zu schützen und weiter zu stärken.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich

³⁷ „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Stadtgebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...] Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...] Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...] Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...].“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). Vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 7.

integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Grevenener Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen solitäre Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Greven sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

Stadtkern rechts der Ems

- Bismarckstraße (derzeit K+K)
- Grüner Weg (derzeit Netto)
- Kardinal-von-Galen-Straße (derzeit Aldi)
- Saerbecker Straße (derzeit Lidl)
- Schützenstraße (derzeit Edeka)

Stadtkern links der Ems

- Grimmstraße (derzeit Edeka)

Reckenfeld

- Emsdettener Landstraße (derzeit K+K)
- Emsdettener Landstraße (derzeit Aldi)
- Kanalstraße (derzeit Lidl)

Sonderstandorte

Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Gesamtstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten,
- großflächige Anbieter an autokundenorientierten und solitären Standorten,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

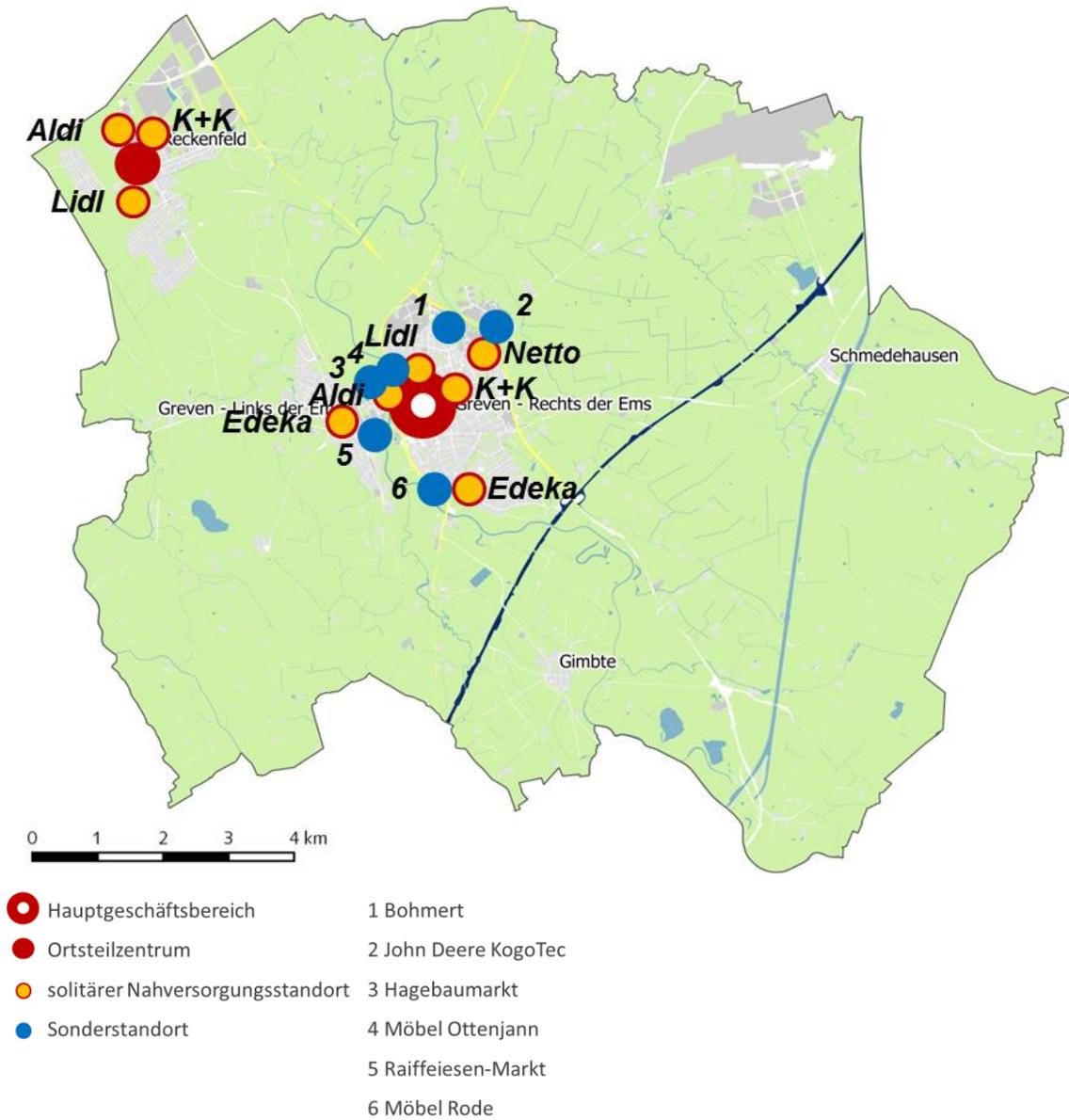
Entsprechend der vorangestellten Kriterien können die Angebotsstandorte

- Bohmert (Hansaring),
- John Deere KogoTec (Mergenthalerstraße),
- Möbel Rode (Münsterstraße),
- Raiffeisen-Markt (Nordwalder Straße),
- Hagebaumarkt (Philipp-Manz-Straße) sowie
- Möbel Ottenjann (Saerbecker Straße)

als ergänzende solitäre Sonderstandorte bezeichnet werden. Diese Standorte dienen auch zukünftig insbesondere als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der klaren Ausrichtung der Entwicklung auf die zentralen Versorgungsbereiche sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Greven stellt sich wie folgt dar:

Karte 12: Perspektivische Standortstruktur in Greven



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016;
für eine größere Kartendarstellung sowie Detailkarten siehe Anhang A3

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Greven

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit 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 Standortmodells (vgl. Kapitel 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. Hinsichtlich der Handhabung in der Praxis wird in der vorliegenden Fortschreibung von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche im Zusammenhang mit der Standortstruktur abgesehen.

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Greven dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter **zentralen Versorgungsbereichen** sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁸ 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 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 gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen

³⁸ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.³⁹

Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) 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 können.

Zentrale Versorgungsbereiche können sich ergeben 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!⁴⁰

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Greven dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung des Grevener Hauptgeschäftsbereichs sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Greven sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Dies ist in Greven natürlich der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt sowie das Ortsteilzentrum in Reckenfeld.

Wichtige Abgrenzungskriterien der zentralen Versorgungsbereiche sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die 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 **funktiona-**

³⁹ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁴⁰ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

len Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

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

Städtebauliche Kriterien

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

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde 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 andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte 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. Greven Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Greven auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dienen als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und

Grundsätze dieses Einzelhandelskonzeptes – folgende Kriterien beachten:

Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereiches (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

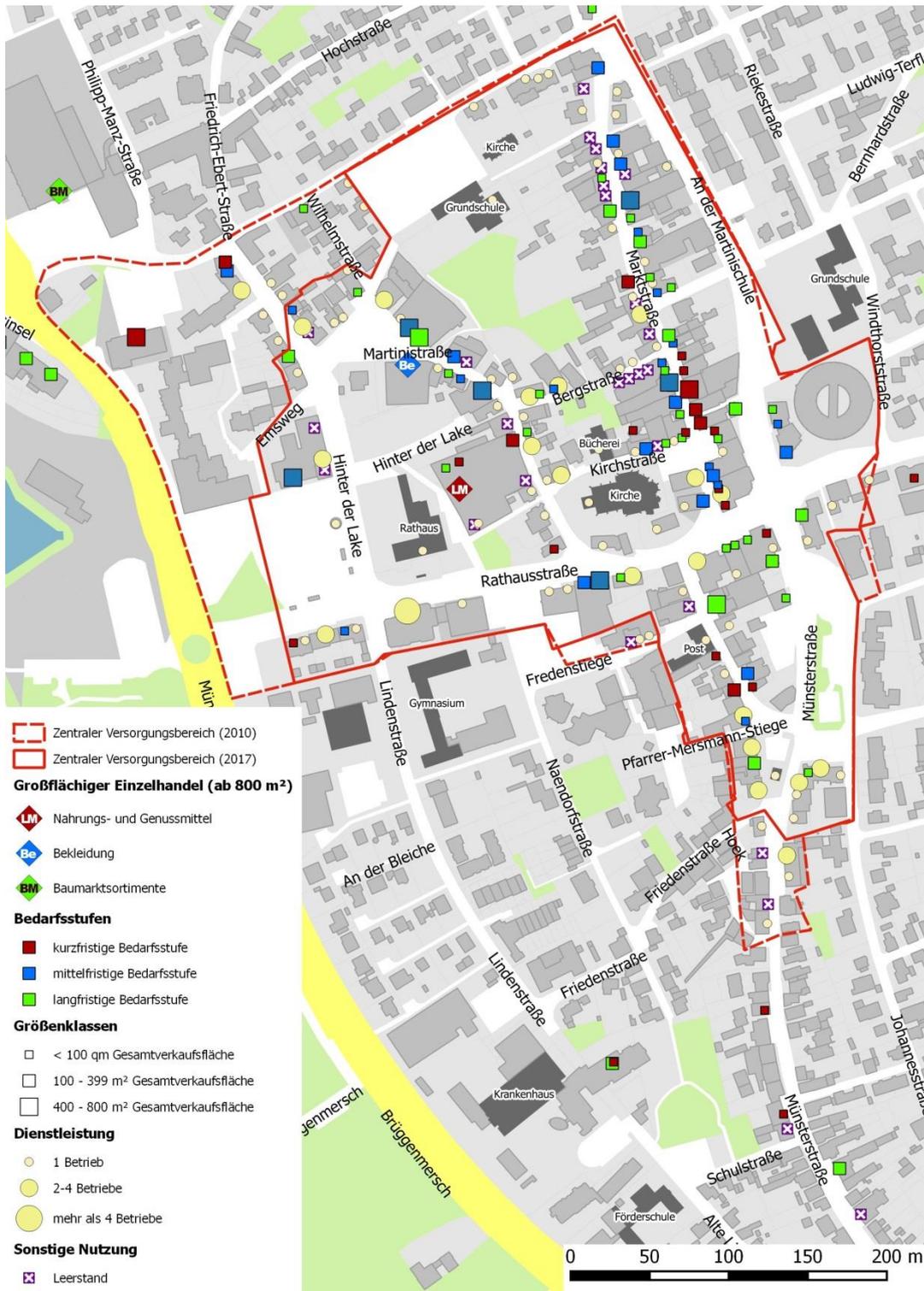
Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2010 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Greven überprüft worden.

7.1.1 Hauptgeschäftsbereich Innenstadt

Die Innenstadt der Stadt Greven als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Greven. Der hier ansässige Einzelhandel dient vor allem der Versorgung der Greve-ner Bevölkerung. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in nachfolgender Karte 13 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 13: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches des Grevener Hauptgeschäftsbereichs wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und

weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Seit der Abgrenzung des Jahres 2010 haben sich jedoch Veränderungen ergeben, welche zu einer räumlich kleineren Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches führen.

Eine Kürzung des zentralen Versorgungsbereiches fand im südlichen Bereich der Innenstadt statt. Hier wurde ein Bereich der Münsterstraße gekürzt, in dem sich kaum noch Einzelhandelsbesatz feststellen lässt und der äußerst gering frequentierte Laufwegebeziehungen zum restlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches aufweist. Um den zentralen Versorgungsbereich an dieser Stelle in seiner jetzigen Form bestehen zu lassen, fehlen im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung notwendige Perspektiven und Potenziale. Im Sinne einer kompakten Innenstadt mit dichtem Einzelhandelsbesatz ist der zentrale Versorgungsbereich des Grevenener Hauptgeschäftszentrums im südlichen Bereich entsprechend angepasst worden.

Sehr ähnlich stellt sich die Ausgangslage im nordwestlichen Bereich des 2010 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches dar. Dieser Bereich wurde – entgegen dem damaligen gutachterlichen Vorschlag – im Westen bis hin zur B 219 abgegrenzt. Auch in diesem Bereich ist eine geringe Dichte des Einzelhandelsbesatzes vorhanden und die Frequentierung der Wegebeziehungen läuft deutlich aus. Obwohl in diesem Bereich ein Lebensmitteldiscounter angesiedelt ist, erzeugt dieser kaum Passantenfrequenzen zum Kernbereich des zentralen Versorgungsbereiches, sondern wird hauptsächlich mit dem Pkw aufgesucht. Daher wird auch dieser Bereich im Sinne der Stärkung und Erhaltung einer kompakten Innenstadt aus dem zentralen Versorgungsbereich herausgelöst. Somit entfallen Abschnitte der Wilhelmstraße, der Martinistraße sowie der Kardinal-von-Galen-Straße.

Im weiteren Verlauf schließt der zentrale Versorgungsbereich den nordöstlichen Bereich der Kardinal-von-Galen-Straße mit ein. In diesem Bereich des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich im Innenbereich zwischen den Straßen Marktstraße, Bergstraße, Martinistraße und dem Wilhelmplatz eine Potenzialfläche, welche zukünftig auch für Einzelhandelsnutzungen entwickelt werden könnte. Der östliche Verlauf orientiert sich zunächst an der Straße An der Martinischule und darauf folgend an der Münsterstraße, schließt jedoch Parkflächen in Form eines Parkhauses und eines Parkplatzes, die östlich dieser Straßenzüge liegen, mit ein. Nachdem die südliche Begrenzung eingekürzt wurde, endet diese nun in Höhe der Friedenstraße. Im Anschluss umfasst der zentrale Versorgungsbereich die westliche Bebauung der Alten Münsterstraße sowie im horizontalen Verlauf die südliche Bebauung der Rathausstraße. In diesem Bereich wurde ein Gebäude aus der Abgrenzung herausgelöst, da in diesem zwar Ladenlokale vorhanden sind, diese jedoch zum einen nicht durch Einzelhandel genutzt werden und zum anderen das Gebäude aufgrund seiner abgesetzten Lage keinen funktionalen Anschluss an den Rest des zentralen Versorgungsbereiches aufweist.

Die westliche Linienführung der Abgrenzung orientiert sich nicht mehr an der Bundesstraße 219, sondern umschließt den Parkplatz westlich des Rathauses und folgt dann dem Emsweg bis zur oben beschriebenen Abgrenzung im Bereich der Martinistraße und der Wilhelmstraße.

An der vertikal verlaufenden Marktstraße ist die Mehrzahl der Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt. Insgesamt ist ein großflächiger Lebensmit-

telmarkt, der maßgeblich der Grundversorgung der Grevener Bevölkerung dient, im zentralen Versorgungsbereich ansässig. Dieser Betriebe liegt in zentraler Lage im westlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches. Ansonsten ist der Hauptgeschäftsbereich durch kleinteilige und oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Einen hohen Dienstleistungsbesatz weisen unter anderem die Martinistraße, die Rathausstraße und die Alte Münsterstraße auf.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches des Hauptgeschäftsbereichs liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, den Grevener Hauptgeschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Hauptgeschäftsbereiches zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der Versorgungsfunktion der Innenstadt durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in Greven mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich im Hauptgeschäftsbereich.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung des Hauptgeschäftsbereichs, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten.
- Stärkere Verknüpfung der zwei Teilbereiche nördlich und südlich der Rathausstraße des Hauptgeschäftsbereiches. Schaffung einer funktionalen und städtebaulichen Verbindung zwischen diesen Teilbereichen (insbesondere Fußwegebeziehung Marktstraße und Alte Münsterstraße).
- Sicherung, Ausbau und Verdichtung „im Inneren“ des Hauptgeschäftsbereiches mit einer Versorgungsfunktion als Mittelzentrum für das gesamte Stadtgebiet und darüber hinaus.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Hauptgeschäftsbereich anzustreben. Mögliche großformatige

Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen.

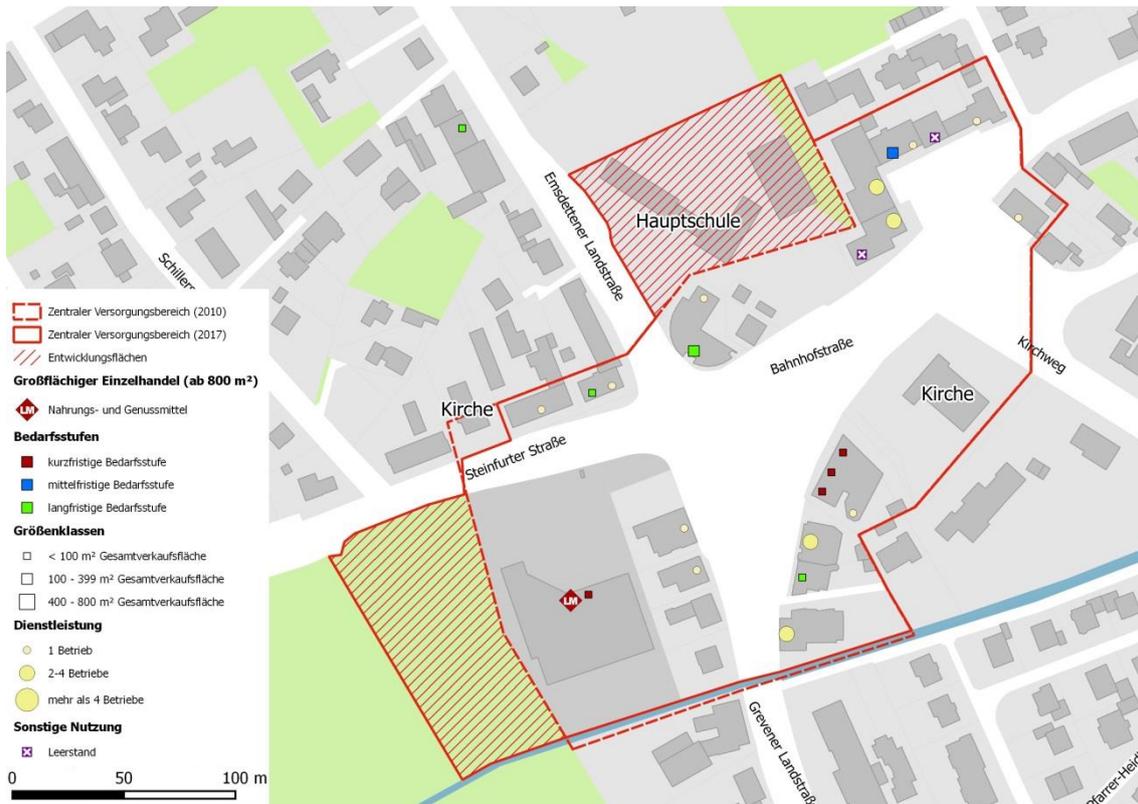
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung der Stadt Greven durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote im Hauptgeschäftsbereich.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität im Hauptgeschäftsbereich, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten des Hauptgeschäftsbereichs sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

7.1.2 Ortsteilzentrum Reckenfeld

Das Ortsteilzentrum Reckenfeld ist nach dem Hauptgeschäftsbereich einer der bedeutendsten Angebotsstandorte in Greven. Hier sind neun Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 1.800 m² angesiedelt. Der hier ansässige Einzelhandel hält hauptsächlich Angebote der kurzfristigen Bedarfsstufe vor. Das vorhandene Angebot dient hauptsächlich der Versorgung der im Ortsteil Reckenfeld lebenden Bevölkerung. Als Magnetbetrieb fungiert ein Lebensmittelvollsortimenter im westlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches. Ergänzt wird das Angebot durch Dienstleistungsbetriebe. Leerstehende Ladenlokale waren zum Erhebungszeitpunkt nicht zu verzeichnen.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Reckenfeld, wie in nachfolgender Karte 14 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich Reckenfeld



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Ortsteilzentrum Reckenfeld wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dementsprechend ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen durch eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung, weitestgehend identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2010.

Im Gegensatz zur damaligen Abgrenzung wurde der zentrale Versorgungsbereich um die Liegenschaft der Hauptschule im nördlichen Bereich sowie die Liegenschaft westlich des Edeka-Marktes erweitert. Für diese Gelände bestehen Planungen zur baulichen Veränderung, die auch Einzelhandelsnutzungen mit einschließen könnten. Eine Konkretisierung der Planvorhaben steht zum jetzigen Zeitpunkt noch aus.

Eine mögliche Entwicklung wäre die Verlagerung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter Aldi und K&K, welche aktuell nördlich des zentralen Versorgungsbereiches Reckenfeld ansässig sind, an einen dieser Standorte. Diese Entwicklung würde langfristig betrachtet eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches bedeuten.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich somit hauptsächlich kreuzförmig entlang des Kreuzungsbereiches Emsdettener bzw. Grevener Landstraße und Steinfurter Straße bzw. Bahnhofstraße. Die südliche Begrenzung stellt die naturräumliche Barriere des Walgenbaches dar, die westliche Grenze verläuft westlich des Lebensmittelvollsorti-

menters, im Norden ist die Bebauung nördlich der Steinfurter Straße sowie der Bahnhofstraße inklusive dem Hauptschulgelände mit eingeschlossen und im Osten endet der zentrale Versorgungsbereich in Höhe der Straße Kirchplatz.

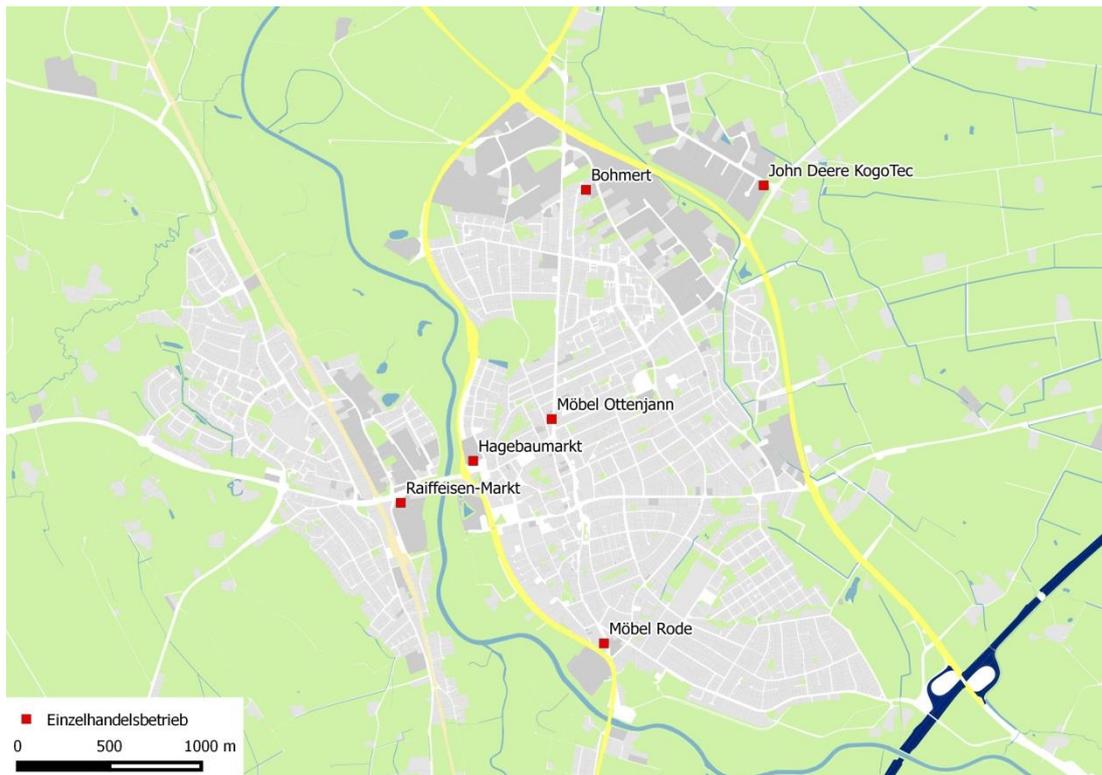
Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung vorhandener Einzelhandelsstrukturen
- Nutzung vorhandener Potenziale
- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Grundversorgungszentrum für den Ortsteil Reckenfeld
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Perspektive des Standortes ist abhängig von seiner Nahversorgungsfunktion

7.2 Sonderstandorte des Einzelhandels in Greven

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen mit verschiedenen, außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche gelegenen und in der Regel eher autokundenorientierten Sonderstandorten in Greven weitere räumliche Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet, die über ein teil- / gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügen. Hierbei handelt es sich um solitäre Standorte großflächiger Fachmärkte mit Angebotsschwerpunkten in nicht-zentrenrelevanten Warengruppen.

Die Angebotsstandorte sind in der folgenden Karte 15 dargestellt:

Karte 15: Sonderstandorte

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Bei den Sonderstandorten handelt es sich um die Angebotsstandorte

- Bohmert (Hansaring),
- John Deere KogoTec (Mergenthalerstraße),
- Möbel Rode (Münsterstraße),
- Raiffeisen-Markt (Nordwalder Straße),
- Hagebaumarkt (Philipp-Manz-Straße) sowie
- Möbel Ottenjann (Saerbecker Straße).

Als hauptsächlich autokundenorientierte, solitäre Standorte großflächiger Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten verfügen diese Sonderstandorte über gesamtstädtische und teilweise auch überörtliche Einzugsgebiete.

Als Entwicklungsziel für diese Sonderstandorte kann die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandorte zu den zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet festgehalten werden. Einer Ausweitung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote über den genehmigten Bestand hinaus ist vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen restriktiv zu begegnen.

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung in Greven 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, Drogeriewaren, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Greven nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Greven nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt und in Reckenfeld geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Stadt Greven – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Greven folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

Stadtkern rechts der Ems

- Bismarckstraße (derzeit K+K)
- Grüner Weg (derzeit Netto)

- Kardinal-von-Galen-Straße (derzeit Aldi)
- Saerbecker Straße (derzeit Lidl)
- Schützenstraße (derzeit Edeka)

Stadtkern links der Ems

- Grimmstraße (derzeit Edeka)

Reckenfeld

- Emsdettener Landstraße (derzeit K+K)
- Emsdettener Landstraße (derzeit Aldi)
- Kanalstraße (derzeit Lidl)

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Derzeit bestehen für die solitären Nahversorgungsstandorte Kardinal-von-Galen-Straße (derzeit Aldi) sowie Schützenstraße (derzeit Edeka) Erweiterungsanfragen. Der Edeka-Markt übernimmt dabei eine Versorgungsfunktion für die südöstlich an die Kernstadt angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche und stellt dabei den einzigen, auch fußläufig erreichbaren Nahversorger in diesem Teilbereich Grevens dar. Die aktuell in der Diskussion befindliche Verkaufsflächenerweiterung (auf ca. 1.500 m²) stellt dabei eine angemessene und im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes verträgliche Verkaufsflächengrößenordnung dar.
Der Lebensmitteldiscounter Aldi liegt außerhalb der neuen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt an einem städtebaulich integrierten Standort. Zusammen mit den beiden anderen in der engeren Kernstadt vorhandenen Lebensmittelmärkten (Rewe und Lidl) sichert er die Nahversorgung in der Grever Kernstadt. Die aktuell in der Diskussion befindliche Verkaufsflächenerweiterung (auf ca. 1.200 m²) stellt dabei eine angemessene und im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes verträgliche Verkaufsflächengrößenordnung dar.
Da alle Anbieter seit geraumer Zeit am Markt sind, ist durch die geplanten Betriebserweiterungen keine sich signifikant verändernde Wettbewerbssituation zu erwarten. Demzufolge sind auch keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten, welche in Betriebsschließungen

münden könnten. Vielmehr handelt es sich um eine Anpassung der beiden Anbieter an marktgängige Größenordnungen und letztlich auch eine langfristige Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgungsstruktur in Greven rechts der Ems.

- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Greven derzeit vor allem in den Siedlungsrandbereichen im Südosten des Ortsteils Stadtkern rechts der Ems sowie im Ortsteil Stadtkern links der Ems ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt und in Reckenfeld oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- Nahversorgungsrelevantes Hauptsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m-Wegedistanz),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebes ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet der Grundsatz 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche aller Ortsteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen

auch in Greven geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **ausschließlich im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb der Innenstadt sind daher – auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung – konsequent zu vermeiden.

- 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 oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen 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 discounterorientierte 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.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt und in Reckenfeld und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Greven dient der Umsetzung dieses Ziels.

Exkurs: Gestaltungsanforderungen an Einzelhandelsbetriebe

Das dynamische Wachstum von Pkw-orientierten Betriebsformen wie Lebensmittel- und Fachmärkten sowie Fachmarkttagglomerationen ist häufig durch Mittelmaß und Gestaltungslosigkeit in seiner baulichen Ausformung gekennzeichnet. In der Regel gelten nur die funktionalen Anforderungen der jeweiligen Betreiber. Darüber hinausgehende Konzepte und positive Beispiele sind dagegen selten.

Dabei sind von dieser Entwicklung nicht nur Ausfallstraßen und Gewerbegebiete ge-

kennzeichnet, sondern in zunehmendem Maße auch die städtischen Zentren, insbesondere in Randlagen und in kleineren Zentren. Gerade dort kommen die gestalterischen Defizite und die mangelhafte städtebauliche Integration besonders negativ zum Tragen. Um zu spürbaren Verbesserungen zu gelangen, sind klare Aussagen ebenso notwendig wie langfristig angelegte Strategien. Daher sind der folgenden Tabelle 15 Gestaltungsanforderungen zu entnehmen, die bei der zukünftigen Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe im Sinne eines hohen Qualitätsstandards Anwendung finden sollten.

Tabelle 15: Gestaltungsanforderungen an Einzelhandelsbetriebe

	Gestaltungsanforderungen
(Makro-)Lage	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sollen in den zentralen Versorgungsbereichen liegen, können aber auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Standorten ermöglicht werden (siehe Steuerungsgrundsatz 1). Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen in den bestehenden zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum) angesiedelt werden. Wenn diese die Grenze zur Großflächigkeit überschreiten, sind sie auf den Hauptgeschäftsbereich zu lenken (siehe Steuerungsgrundsatz 2). Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten können in den zentralen Versorgungsbereichen liegen. Die Öffnung neuer Standorte sollte zugunsten einer Konzentration auf bestehende Standorte vermieden werden (siehe Steuerungsgrundsatz 3).
(Mikro-)Lage (Organisation, Eingänge und Einbindung)	Eingänge sollen sich zu den bestehenden Geschäftslagen bzw. zum öffentlichen Raum orientieren. Eine ausschließliche Orientierung der Eingänge zu ggf. bestehenden Stellplätzen ist zu vermeiden. Der Standort ist in das vorhandene Wegesystem einzubinden. Eine Stapelung von Nutzungen ist in den zum öffentlichen Raum orientierten Bereichen sinnvoll.
Architektur	Die Architektur, insbesondere Fassaden und Eingangsbereiche, ist hochwertig zu gestalten. Bauteile, die sich zum öffentlichen Raum orientieren, sind mehrgeschossig zu erstellen beziehungsweise müssen sich in die Umgebung einfügen. In städtebaulich „sensiblen“ Bereichen und in Abhängigkeit von der Dimension des Vorhabens sind Qualifizierungsverfahren durchzuführen.
Stellplätze	Wenn vorhanden, dürfen Stellplätze nicht (ausschließlich) zwischen der Geschäftsstraße und dem neuen Anbieter liegen. Es gilt, integrierte Lösungen zu finden, beispielsweise durch seitliche oder rückwärtige Anordnung. Dabei können auch Stellflächen auf dem Dach oder als Tiefgarage sinnvoll sein. Eine Mehrfach- oder Mitnutzung durch andere Betriebe und Anbieter ist umzusetzen. Gleichzeitig sind ausreichende Abstellmöglichkeiten für Fahrräder in Eingangsnähe vorzusehen.
Anbindung	Zulieferung und Anlieferung sowie interne Erschließungsstraßen sind – falls vorhanden – städtebaulich zu integrieren.
Freiflächengestaltung	(Sichere) Fußwege sind vorzusehen und ansprechend zu gestalten. Wenn vorhanden, sind Stellplätze beispielsweise mit Bäumen zu begrünen und von den öffentlichen Wegen und Plätzen gestalterisch abzugrenzen, zum Beispiel durch grüne Einfriedungen. Deren Anlage und Pflege ist durch den Betreiber zu gewährleisten.
Werbung, Beleuchtung, Schilder	Außenwerbung und Beleuchtung sind den Gegebenheiten anzupassen. In gewissen Lagen jedoch – wie beispielsweise Fachmarkttagglomerationen – sind diese als Gestaltungselemente bewusst einzusetzen. Ansonsten ist die Beschilderung und Bewerbung des Standortes im öffentlichen Straßenraum qualitativ zu erstellen. Eine „laute“ Beschilderung und Bewerbung im öffentlichen Raum ist zu verhindern.

Quelle: eigene Zusammenstellung

8 Fortschreibung der Grevener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Sonderstandorte sowie der solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Grevener Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten**, **zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.⁴¹

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2010. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Greven Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt.⁴² Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten),
- 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
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden.⁴³ Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern

⁴¹ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁴² vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.01.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁴³ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmittel-discountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen.⁴⁴

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 Sortimente⁴⁵ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden, sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix 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. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensi-

⁴⁴ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁴⁵ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Hauptsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Hauptsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas, Porzellan, Keramik im Möbelhaus).

onierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Nahrungs- und Genussmitteln 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 Einzelhandel in der Innenstadt keine oder nur eine sehr untergeordnete 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 Heimtextilien auf, das in seinen 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.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. In Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 2 (6.5.2) des Kapitels 6.5 Großflächiger Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden in Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel

- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i. d. R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Grevener Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Greven näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Herleitung der Grevener Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁴⁶ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandels-

⁴⁶ vgl. dazu U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

und Zentrenkonzeptes notwendig).

- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der stadtspezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

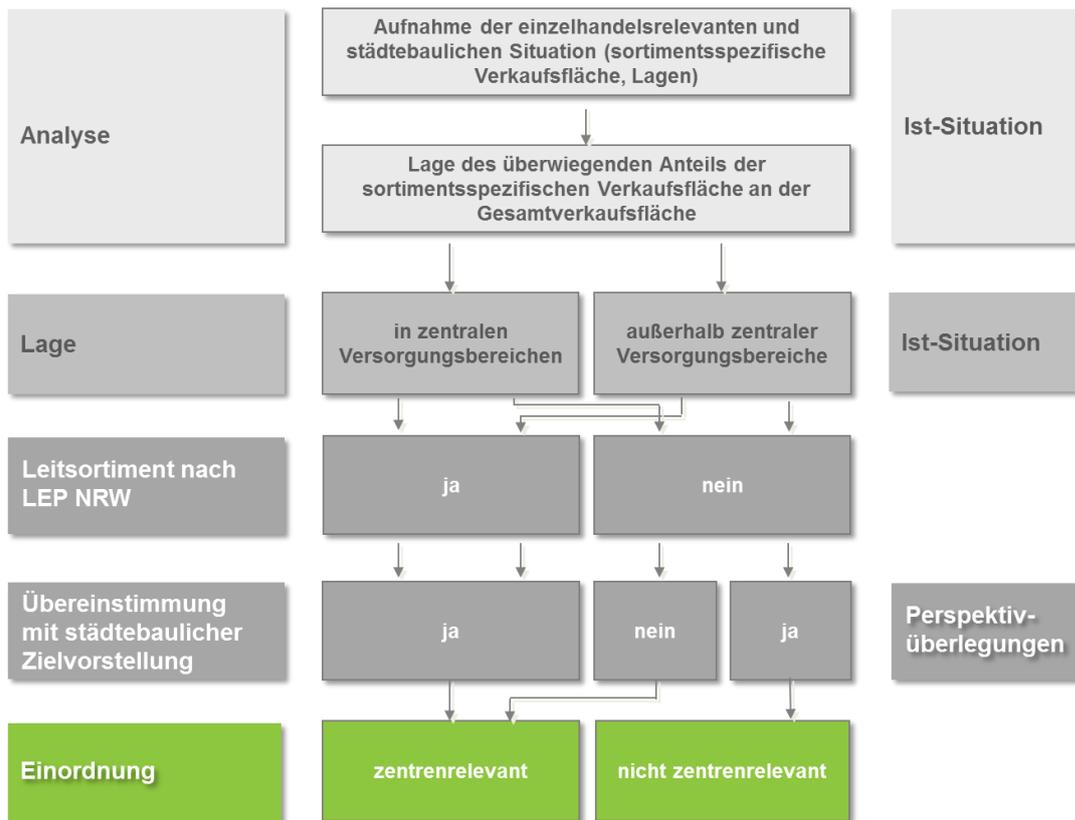
Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Greven selbst,
- 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 in der Grevener Innenstadt und in Reckenfeld 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 folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Greven:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: 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 der Grevenener Innenstadt und in Reckenfeld aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Greven ergibt sich die im Folgenden dargestellte Grevenener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 16: Sortimentsliste für die Stadt Greven

Zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren / Konditoreiwaren*	Getränke ^{1*}
Blumen*	Nahrungs- und Genussmittel ^{2*}
Drogeriewaren*	pharmazeutische Artikel ^{3*}
Fleischwaren*	Zeitungen / Zeitschriften*
Angler-, Jagdartikel und Waffen ^{4**}	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Bekleidung (ohne Arbeitsbekleidung)	medizinische und orthopädische Artikel ⁹
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör ^{**}
Elektrokleingeräte*	Papier, Büroartikel, Schreibwaren*
Elektronik und Multimedia ⁵	Reitsportbekleidung und -schuhe
Glaswaren, Porzellan, Keramik ⁶ / Haushaltswaren ^{7*}	Schuhe (ohne Arbeitsschuhe)
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Spielwaren
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe*	Sportartikel ¹⁰
Hobbyartikel ⁸	Sportbekleidung und Sportschuhe
Kinderwagen**	Uhren / Schmuck
	Wohndekorationsartikel ^{11*}
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (<i>keine abschließende Auflistung</i>)	
Arbeitsbekleidung	Kfz ¹⁸⁻ , Caravan ¹⁹⁻ und Motorradzubehör
Arbeitsschuhe	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bauelemente / Baustoffe ¹²	Matratzen ²⁰
baumarktspezifisches Sortiment ¹³	Möbel ²¹
Bettwaren ¹⁴	Pflanzen / Samen
Campingartikel ¹⁵	Reitsportartikel (ohne Reitsportbekleidung und -schuhe)
Elektro Großgeräte	Sport Großgeräte ^{22**}
Erotikartikel**	Teppiche (Einzelware)
Fahrräder und technisches Zubehör	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
Gartenartikel und -geräte ¹⁶	Zoologische Artikel
Heim- und Kleintierfutter ¹⁷	

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

** aktuell nicht angebotenes Sortiment

blau dargestellt: Leitsortiment lt. LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel

rot dargestellt: im Vergleich zu 2010 abweichende Einordnung

Erläuterungen

1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
3. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
4. ohne Schuhe und Bekleidung
5. dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
6. Glas, Porzellan, Keramik ohne Pflanzgefäße
7. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
8. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
9. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
10. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
11. Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
12. inkl. Holz
13. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
14. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
15. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
16. Gartenartikel und -geräte umfassen Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
17. inkl. Hygieneartikel für Kleintiere
18. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
19. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
20. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
21. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
22. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote

Die vorliegende Grevener Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des Kapitels 6.5 Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Greven. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 ergeben sich durch redaktionelle Änderungen einerseits und die geänderte Sortimentsystematik andererseits kleinteilige Veränderungen.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei den Sortimenten Matratzen, Lampen / Leuchten / Leuchtmittel und Campingartikel, die zu 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise in Bezug auf Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren oder Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe).

Im Folgenden werden die maßgeblichen Veränderungen gegenüber der ortstypischen Sortimentsliste aus dem Jahr 2010 dargelegt:

- Das Sortiment **Reitsportartikel** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant vertreten und wird in Greven aktuell ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Trotzdem bleibt der Sortimentsteil Reitsportbekleidung und -schuhe genauso wie Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, da eine weitergehende differenzierte Betrachtung laut Staatskanzlei NRW nicht möglich ist und somit das Teilsortiment Reitsportbekleidung und -schuhe genauso zu behandeln ist wie das Sortiment Sportbekleidung und Sport-schuhe im Allgemeinen. Das Teilsortiment Reitsportartikel (ohne Reitsportbekleidung und -schuhe) hingegen bleibt weiterhin nicht-zentrenrelevant.
- Aufgrund der Angebotsstruktur in Greven werden aus den Warengruppen Bekleidung und Schuhe die Sortimentsbestandteile **Arbeitsbekleidung** und **Arbeits-schuhe** herausgelöst und als nicht-zentrenrelevant eingruppiert. Diese Untergruppen werden in der Stadt Greven von mehreren Anbietern, die außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässig sind, angeboten und es sind keine negativen Auswirkungen auf die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Struktur zu erwarten.
- In der Warengruppe Elektro / Leuchten wurde das Sortiment **Elektrogroßgeräte** 2010 zusammengefasst unter Elektrogeräte und Zubehör als zentrenrelevant eingestuft. Aktuell befinden sich rund drei Viertel des Angebotes dieser Sortimentsgruppe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, so dass Elektrogroßgeräte zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.

- In der Warengruppe Elektro / Leuchten wurde das Sortiment **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel** im Einzelhandelskonzept von 2010 als zentrenrelevant eingestuft. Aufgrund des überwiegenden Anteils der Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (rund 100 %) wird diese Sortimentsgruppe zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

9 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Greven** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Greven abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln bzw. Grundsätze** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in der Innenstadt und in Reckenfeld 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.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Greven und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass diese Grundsätze auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

- Die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sollen zukünftig nur noch in den beiden zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Ortsteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht werden.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen in den beiden zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum Reckenfeld) liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Grevenener zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie...

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht wesentlich überschreitet),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz).

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **in den zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nahinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den

schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁴⁷ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll. Das funktionale Versorgungsgebiet wird für einzelne Teilbereiche in Greven anhand der zugewiesenen Versorgungsfunktion wie folgt definiert:

- Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt: gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- Ortsteilzentrum Reckenfeld: Ortsteil Reckenfeld und umliegende Siedlungsgebiete
- (solitäre) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete und / oder jeweiligen Ortsteil

Im **kompakten Siedlungsbereich** der Grevener Innenstadt entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rund 600 m. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensvollsortimenter in einer Größenordnung von rund 1.200 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein.⁴⁸ Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde.

Um auch in dünner besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen außerhalb der Innenstadt und des Ortsteils Reckenfeld mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansons-

⁴⁷ Diese liegt derzeit bei rund 2.355 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016).

⁴⁸ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %. Vergleichbares gilt – aufgrund der in der Regel höherer Flächenproduktivität – für Lebensmitteldiscounter in einer Größenordnung von rund 1.000 m².

ten lediglich über geringfügige bzw. keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Greven zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet).

Berechnungsbeispiel zur „40 % - Regel“:

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an (1.200 m² x 80 % = 960 m²).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 5,2 Mio. Euro (960 m² x 5.400 Euro / m² (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 5,18 Mio. Euro)

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,1 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (3.000 EW x 2.355 Euro je EW = 7,07 Mio. Euro).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen: 7,07 Mio. Euro x 40 % = 2,83 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung deutlich: (5,18 Mio. Euro / 2,83 Mio. Euro = 1,83)

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste nahezu die Hälfte des Soll-Umsatzes im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte). Das Vorhaben ist im Sinne des aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsgrundsatzes 1 nicht zulässig.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten. In Gewerbegebieten können z. B. kleinteilige An-

bieter (wie sog. Convenience Stores) und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich sein.⁴⁹

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt – sowie ausnahmsweise als Läden auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches an integrierten Standorten, wenn sie das umliegende Gebiet versorgen – möglich sein.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Greven Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente gemäß Grundsatz 1) sollen zukünftig ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftsbereich sowie Ortsteilzentrum Reckenfeld) liegen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment dürfen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme 1: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind und 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. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

⁴⁹ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² Verkaufsfläche
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² Verkaufsfläche

Ausnahme 2: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten oder Mischgebieten in Greven zugelassen werden, wenn sie nachweislich der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen (sog. Gebietsversorger) bzw. – außerhalb des Kernortes – überwiegend auf die Versorgung des jeweiligen Ortsteiles ausgerichtet sind.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche Hauptgeschäftsbereich und insbesondere der Grevener Innenstadt mit ihrer Versorgungsfunktion als Hauptgeschäftsbereich zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Grevener Stadtgebietes 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 in den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt der Stadt Greven gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht seiner Bedeutung auf dem zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten können auch im Ortsteilzentrum Reckenfeld realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Zentrums gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung, aber auch einer Entwicklung des Ortsteilzentrums, ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- Die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise

Dienstleistungen oder Gastronomie) im Sinne einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die beiden zentralen Versorgungsbereiche. Daher impliziert der Grundsatz einen **grundsätzlichen Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in Greven. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Sortimente (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Greven weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Greven entspricht. Nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁰ mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen zukünftig vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen und an dafür geeigneten Sonderstandorten angesiedelt werden.
Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Greveners Sortimentsliste können in den **zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für die zentralen Versorgungsbereiche vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment auf städtebaulich geeignete Standorte zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Greven sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden. Dabei dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche (Ziel 6.5-5 des LEP NRW), jedoch nicht mehr als maximal 2.500 m^2 Verkaufsfläche, nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Hauptsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Be-

⁵⁰ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

schränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Grundsätzlich ist zu beachten, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente** führen. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas, Porzellan, Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Greven eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 2.500 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall durch ein entsprechendes Gutachten geprüft werden.

Die folgenden Listen sind dem Regionalen Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche⁵¹ entnommen und können als Umsetzungsbeispiele betrachtet werden. Dargestellt werden die zulässigen Randsortimente für die Betriebstypen Möbelmarkt, Bau- und Gartenfachmarkt. Im Einzelfall sind sie auf die örtliche Situation in Greven herunterzubrechen.

⁵¹ Junker + Kruse (2013): Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, S. 52 ff.

Sortimentsabgrenzung Baumarkt (Erläuterungen zu den Sortimenten siehe Sortimentsliste auf Seite 116)

Hauptsortiment

Bauelemente, Baustoffe, Holz
 Baumarktspezifisches Sortiment
 Heizungen / Kamine / Kachelöfen
 Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)
 Rollläden und Markisen

Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment

Arbeitsbekleidung
 Arbeitsschuhe
 Bau- / Handwerk-Fachbücher, Fachzeitschriften
 Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke
 Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
 Künstler- und Bastelartikel
 Schnittblumen
 Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)

Gartenhäuser, Gartengeräte und -artikel, Gartenmöbel und Polsterauflagen,
 Pflanzen und Sämereien, Pflanzgefäße
 Möbel

Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation

Bodenbeläge (Einzelware)
 Elektrogroßgeräte (hier: Einbaugeräte)
 Fahrradzubehör
 Gardinen und Zubehör
 Heimtextilien, Dekostoffe
 Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere)
 Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
 Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter, Hygieneartikel für Kleintiere)

Unzulässige Sortimente

Augenoptik
 Bekleidung (außer Arbeitsbekleidung)
 Bücher (außer Bau- / Handwerk-Fachbücher)
 Elektrokleingeräte und Zubehör
 Elektronik / Multimedia
 Erotikartikel
 Gesundheits- und Körperpflegeartikel
 Glas / Porzellan / Keramik
 Haus-, Bett- und Tischwäsche
 Hörgeräte
 Kinderwagen
 Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme
 medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
 Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
 Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
 Nahrungs- und Genussmittel*
 Papier / Büroartikel / Schreibwaren
 Schuhe (außer: Arbeitsschuhe)
 Spielwaren / Modellbau
 Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
 (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung, ohne Fahrradzubehör)
 Uhren, Schmuck
 * Ausnahme:
 Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

Sortimentsabgrenzung Gartencenter (Erläuterungen zu den Sortimenten siehe Sortimentsliste auf Seite 116)

Hauptsortiment

Gartenartikel und –geräte
Gartenhäuser
Gartenmöbel und Polsterauflagen
Pflanzen und Sämereien
Pflanzgefäße

Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment

Arbeitsbekleidung
Arbeitsschuhe
Garten-Fachbücher, Fachzeitschriften
Glas / Porzellan / Keramik (nur Vasen)
Haus-, Bett- und Tischwäsche
Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke
Kerzen
Kunstblumen
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Künstler- und Bastelartikel
Schnittblumen
Zubehör für Blumengebinde

Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)

Bauelemente, Baustoffe, Holz (für den Garten)

Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation

Heimtextilien, Dekostoffe
Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere)
Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter)

Unzulässige Sortimente

Augenoptik
Bekleidung (außer Arbeitsbekleidung)
Bücher (außer Garten-Fachbücher)
Elektronik / Multimedia
Elektrokleingeräte und Zubehör
Erotikartikel
Gesundheits- und Körperpflegeartikel
Glas / Porzellan / Keramik (ohne Vasen)
Hörgeräte
Kinderwagen
Kindersitze
Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
Nahrungs- und Genussmittel*
Papier / Büroartikel / Schreibwaren (außer: Postkarten, Servietten)
Schuhe (außer: Arbeitsschuhe)
Spielwaren / Modellbau
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
(inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung)
Uhren, Schmuck

* Ausnahme:

Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

Sortimentsabgrenzung Möbelmarkt (Erläuterungen zu den Sortimenten siehe Sortimentsliste auf Seite 116)

Hauptsortiment

Möbel
(Antiquitäten)

Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment

Einrichtungs-Fachbücher, Fachzeitschriften
Glas / Porzellan / Keramik
Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke
Haus-, Bett- und Tischwäsche
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen

Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)

Bodenbeläge (Rollware)
Farben, Lacke
Tapeten

Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation

Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen
Elektrogroßgeräte (= weiße Ware)
Gardinen und Zubehör
Heimtextilien / Dekostoffe
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Teppiche (Einzelware)

Unzulässige Sortimente

Bekleidung
Bücher (außer Einrichtungs-Fachbücher)
Elektronik, Multimedia
Elektrokleingeräte und Zubehör
Erotikartikel
Gesundheits- und Körperpflegeartikel
Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere)
Hörgeräte
Kinderwagen und Kindersitze
Künstler- und Bastelartikel
Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
Nahrungs- und Genussmittel*
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
Schnittblumen
Schuhe, Lederwaren
Spielwaren
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung)
Uhren, Schmuck
Zoologische Artikel, lebende Tiere
* Ausnahme:
Backcafés als Gastronomiebetrieb mit untergeordneter Verkaufsfläche (bis maximal 50 m²)

Quelle: eigene Zusammenstellung

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Be-

etriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

Anhang

A1 Verzeichnisse

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
Fa.	Firma
GE-Gebiete	Gewerbegebiete
GI-Gebiete	Industriegebiete
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
i. d. R.	in der Regel
i. S. v.	im Sinne von
Kap.	Kapitel
LEP	Landesentwicklungsplan
max.	maximal
MI-Gebiete	Mischgebiete
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
S.	Satz
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
Urt.	Urteil
v.	vom
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
WA-Gebiete	Allgemeine Wohngebiete
WR-Gebiete	Reine Wohngebiete
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zusammensetzung der Kundenherkunft des Greverer Einzelhandels.....	27
Abbildung 2:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Greven – Vergleich 2009 und 2017	33
Abbildung 3:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Greven differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie.....	62
Abbildung 4:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Greven nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung	64
Abbildung 5:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	75
Abbildung 6:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017)	77
Abbildung 7:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Greven als rein quantitative Orientierungsgröße	80
Abbildung 8:	Standortstrukturmodell für die Stadt Greven	90
Abbildung 9:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	117

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien.....	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	16
Tabelle 4:	Greverer Ortsteile mit Einwohnerzahlen.....	24
Tabelle 5:	Vergleich von Einzugsgebieten	28
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Greven	29
Tabelle 7:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich.....	35
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand in Greven nach Warengruppen	36
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot in der Greverer Innenstadt.....	54
Tabelle 10:	Innerstädtische Verkaufsflächenausstattung im Vergleich.....	56
Tabelle 11:	Verkaufsflächenangebot im Ortsteilzentrum Reckenfeld	59
Tabelle 12:	Einzelhandelsangebot in den Greverer Ortsteilen	61
Tabelle 13:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Greverer Ortsteilen	67

Tabelle 14:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Tendaussagen	76
Tabelle 15:	Gestaltungsanforderungen an Einzelhandelsbetriebe.....	111
Tabelle 16:	Sortimentsliste für die Stadt Greven	118

Kartenverzeichnis

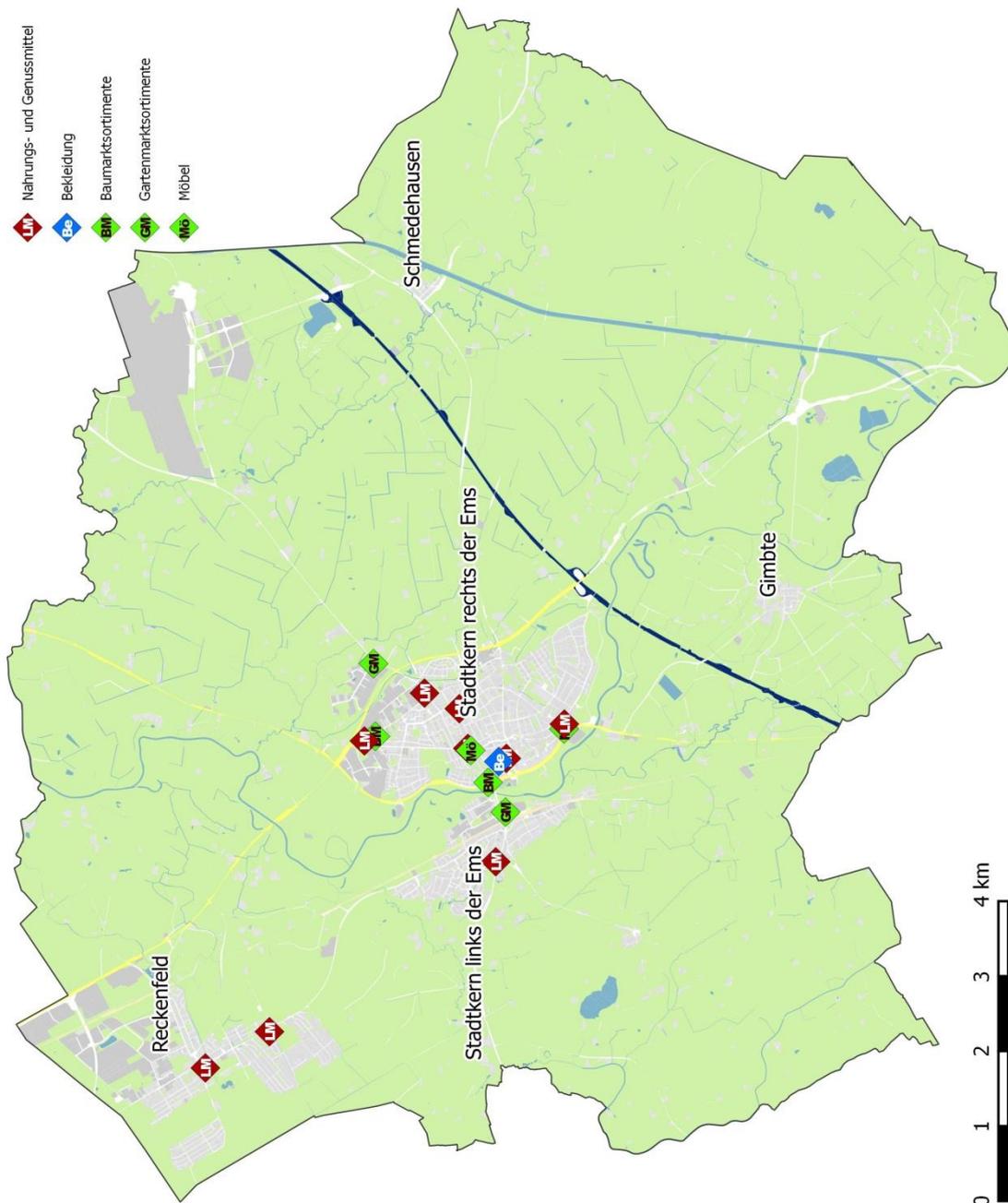
Karte 1:	Lage der Stadt Greven in der Region	22
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur von Greven.....	23
Karte 3:	Einzugsbereich des Grevener Einzelhandels.....	26
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	30
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Greven.....	46
Karte 6:	Leerstände in Greven	48
Karte 7:	Die Einzelhandelslagen der Grevener Innenstadt.....	51
Karte 8:	Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Reckenfeld	58
Karte 9:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Greven und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010	60
Karte 10:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greven mit 600 m-Fußwegedistanzen	70
Karte 11:	Räumliches Entwicklungsleitbild.....	84
Karte 12:	Perspektivische Standortstruktur in Greven	94
Karte 13:	Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“	99
Karte 14:	Zentraler Versorgungsbereich Reckenfeld	103
Karte 15:	Sonderstandorte.....	105

A2 Legende

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

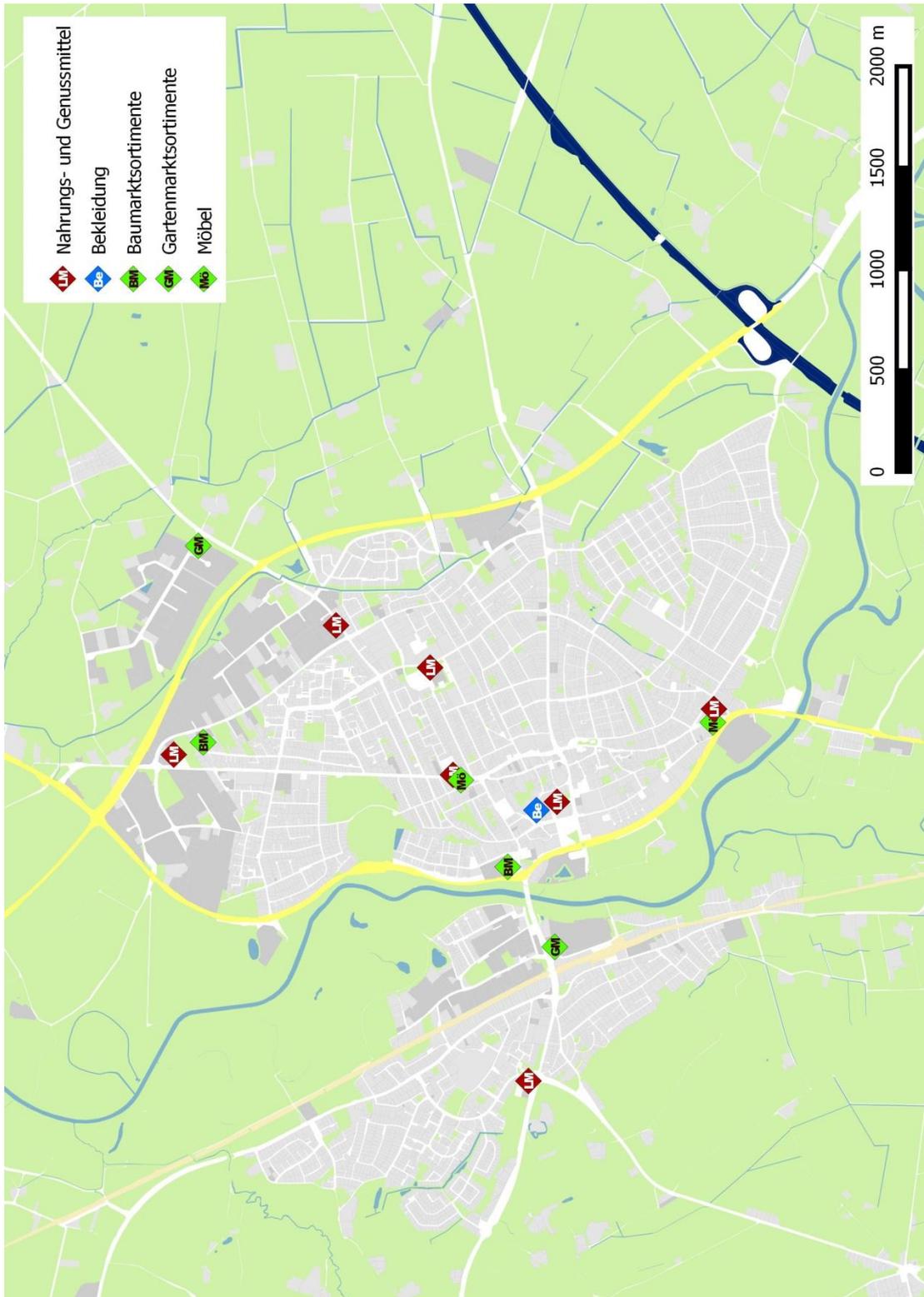
A3 Karten

Karte 1: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Greven



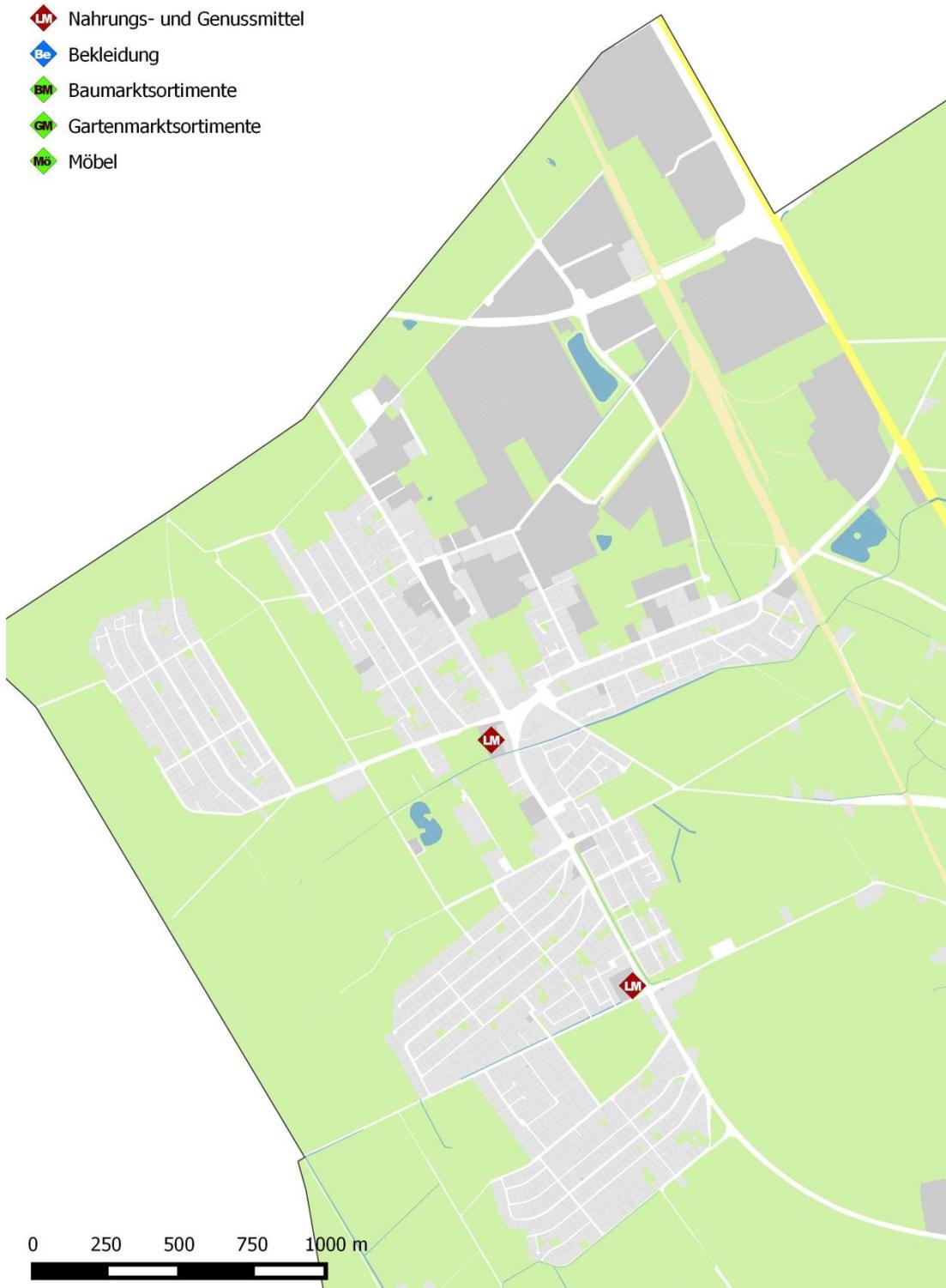
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 2: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Grevenener Kernstadt



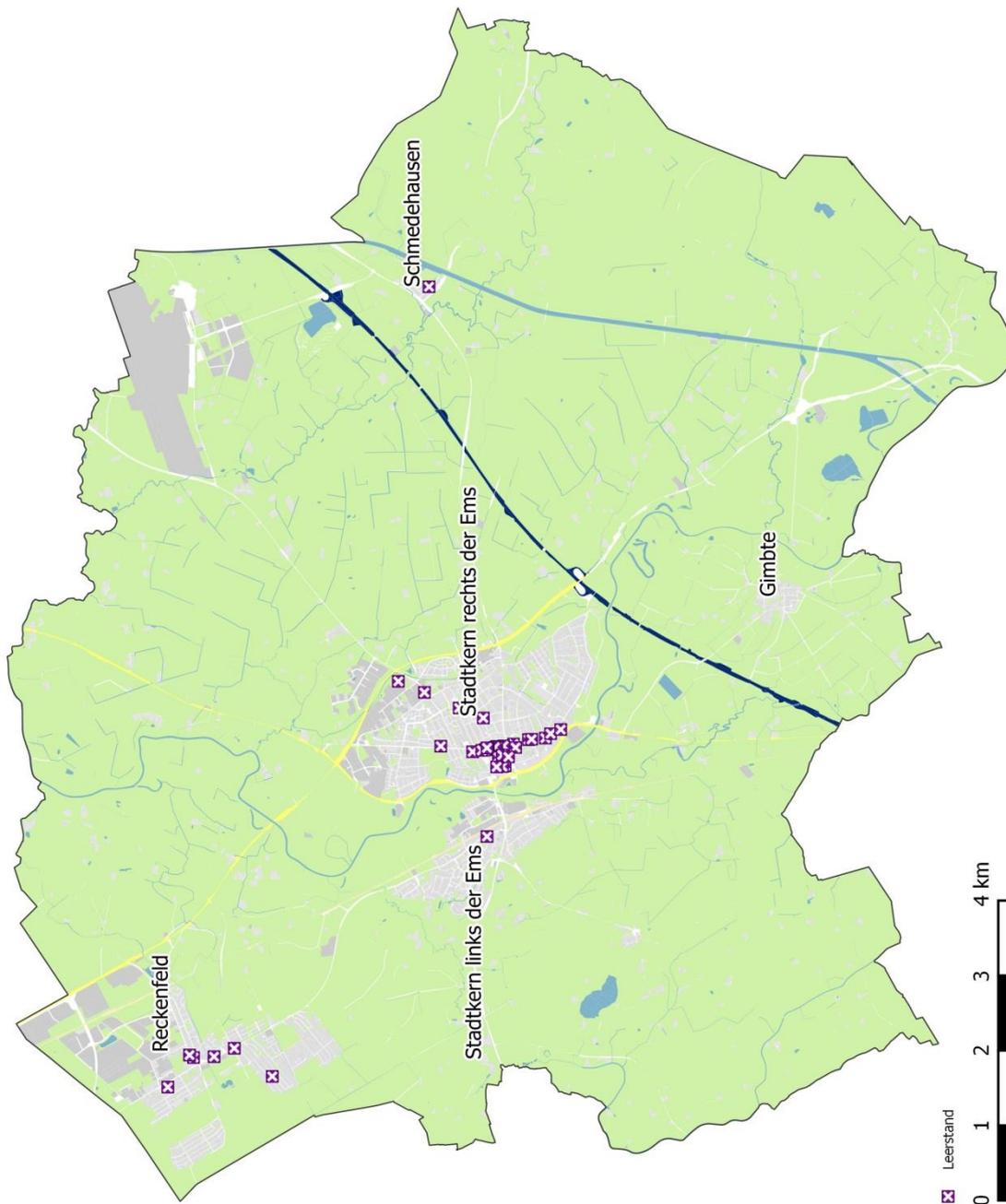
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Greven-Reckenfeld



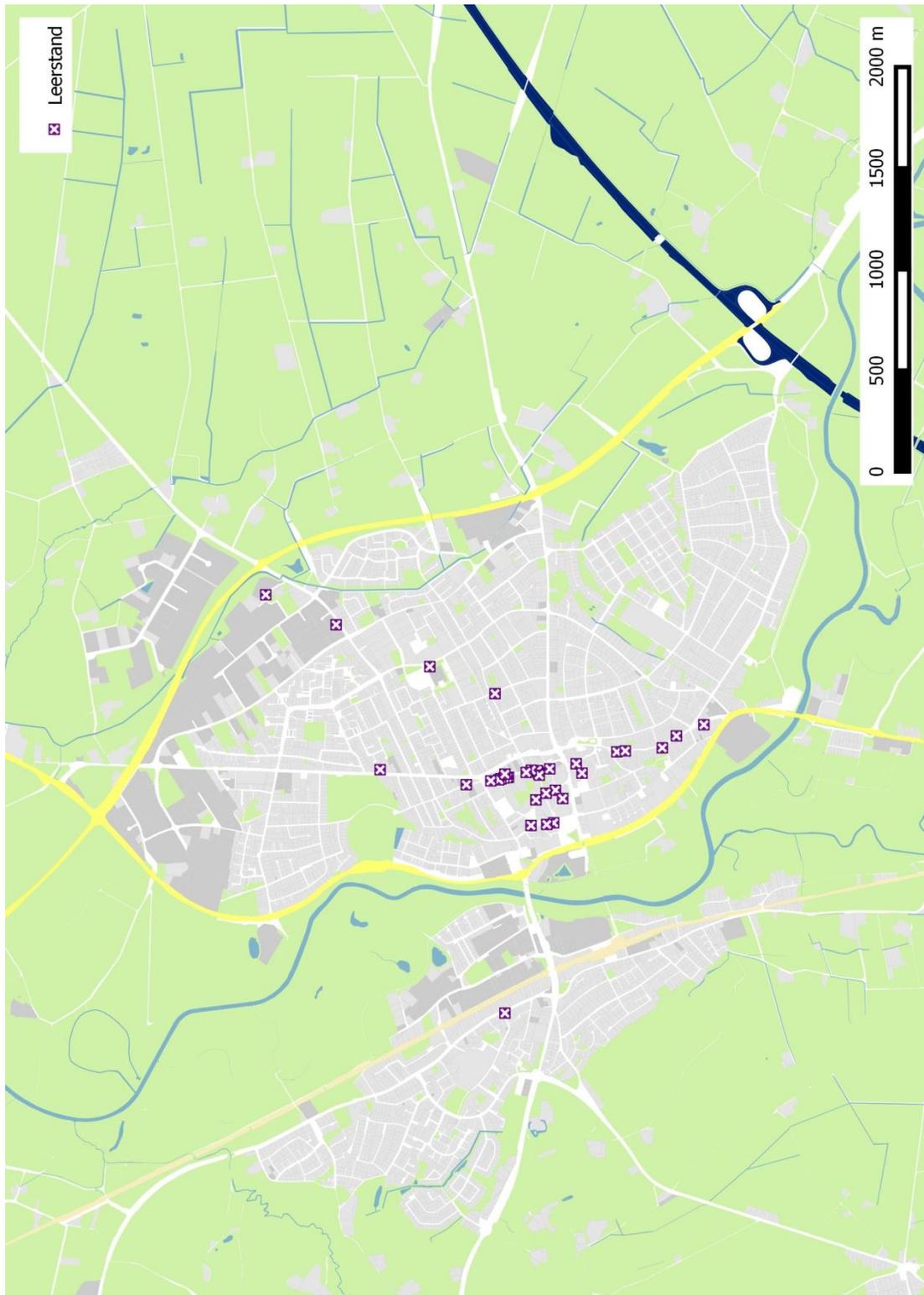
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 4: Leerstände in Greven



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 5: Leerstände in der Grever Kernstadt



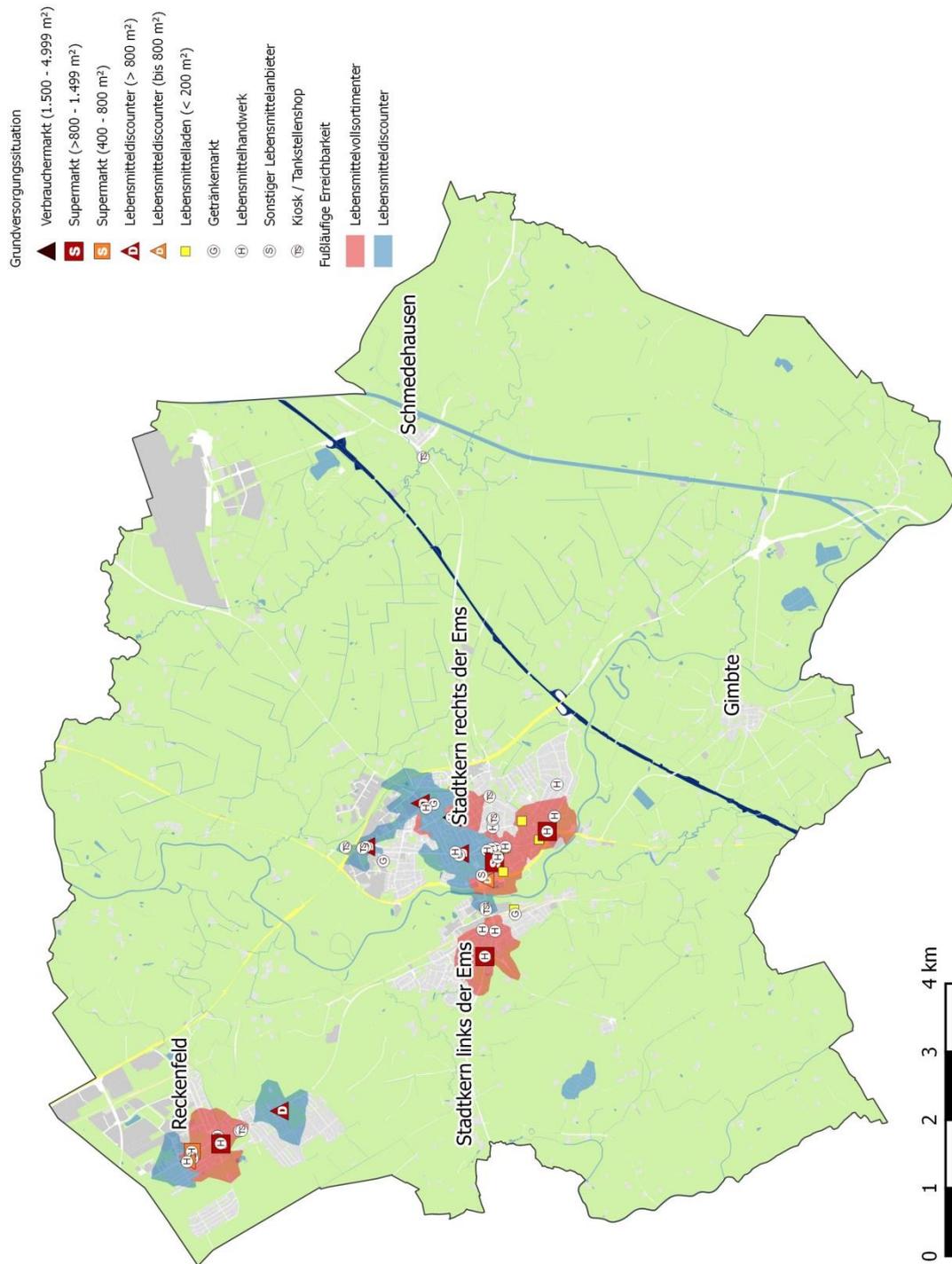
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 6: Leerstände in Greven-Reckenfeld



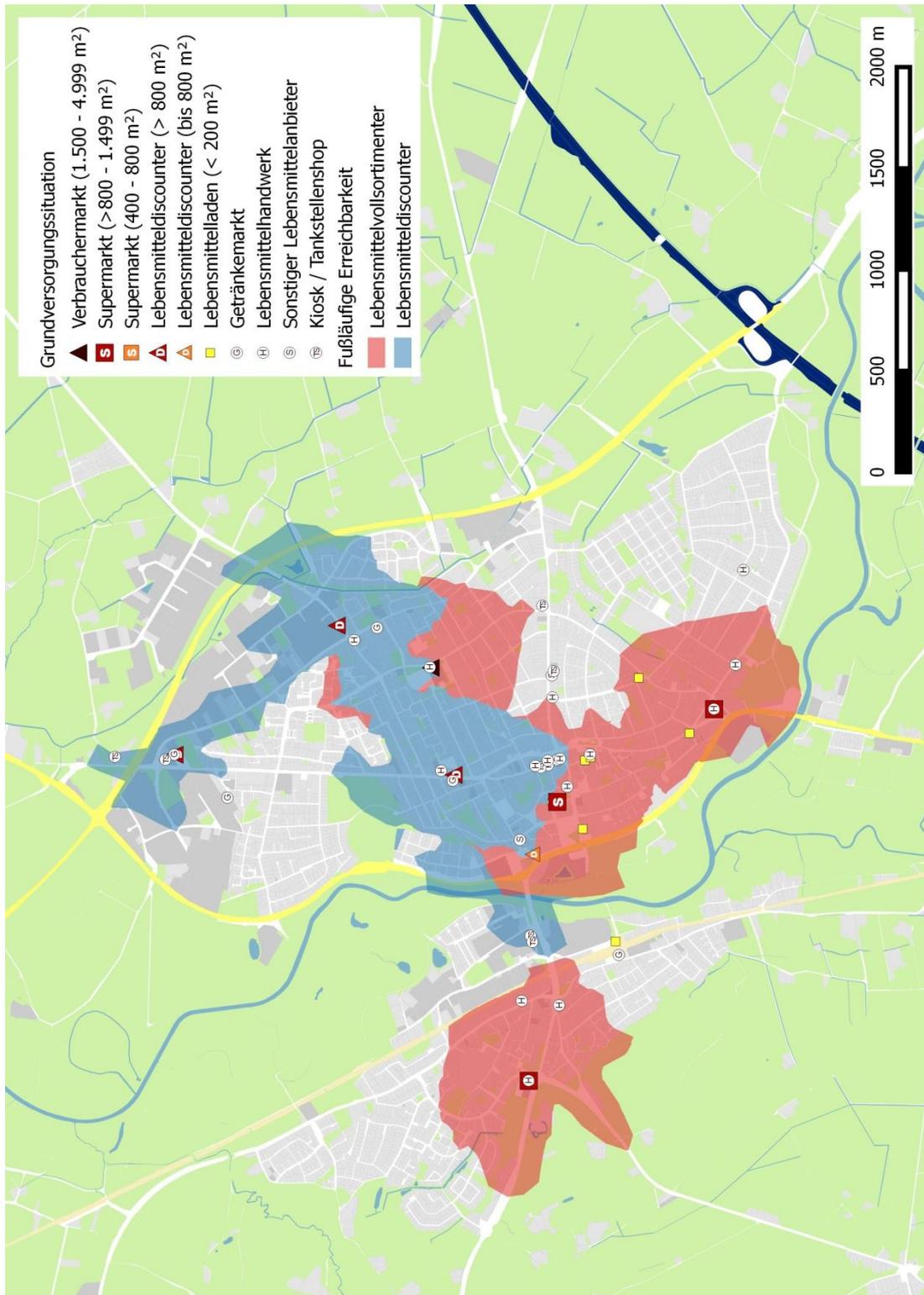
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 7: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greven mit 600 m - Fußwegedistanz



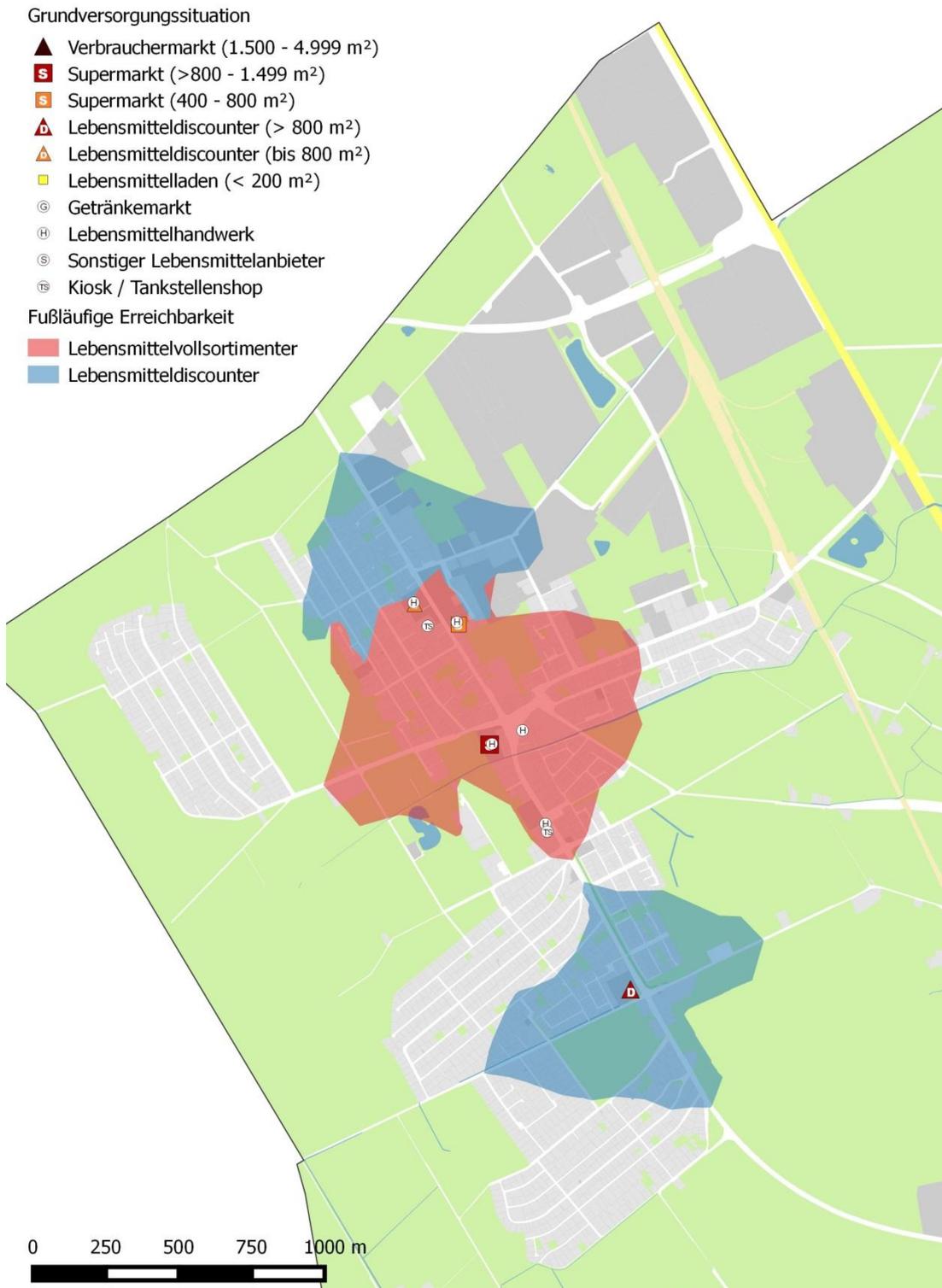
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 8: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in der Grever Kernstadt mit 600 m - Fußwegedistanz



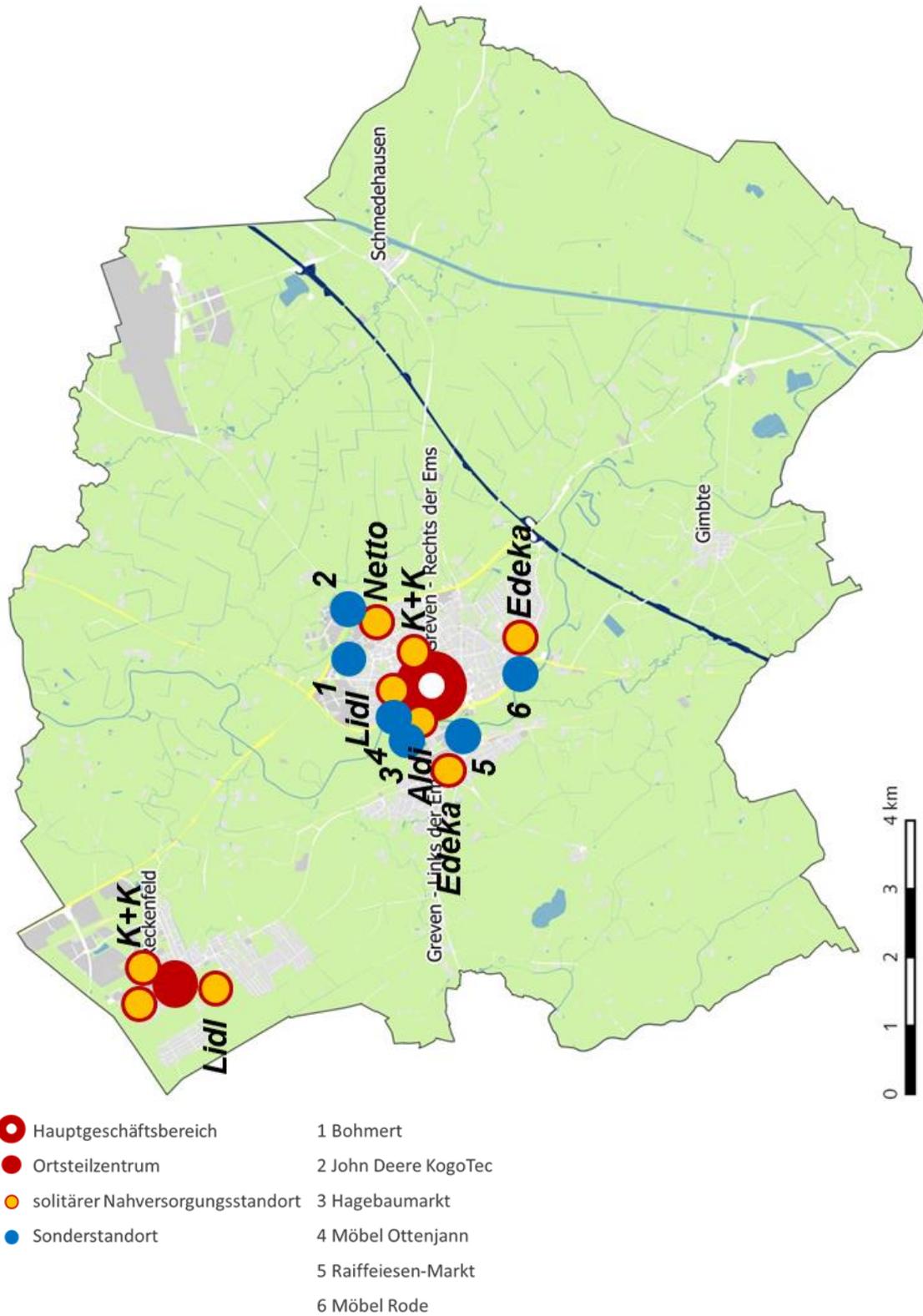
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 9: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greven-Reckenfeld mit 600 m - Fußwegedistanz



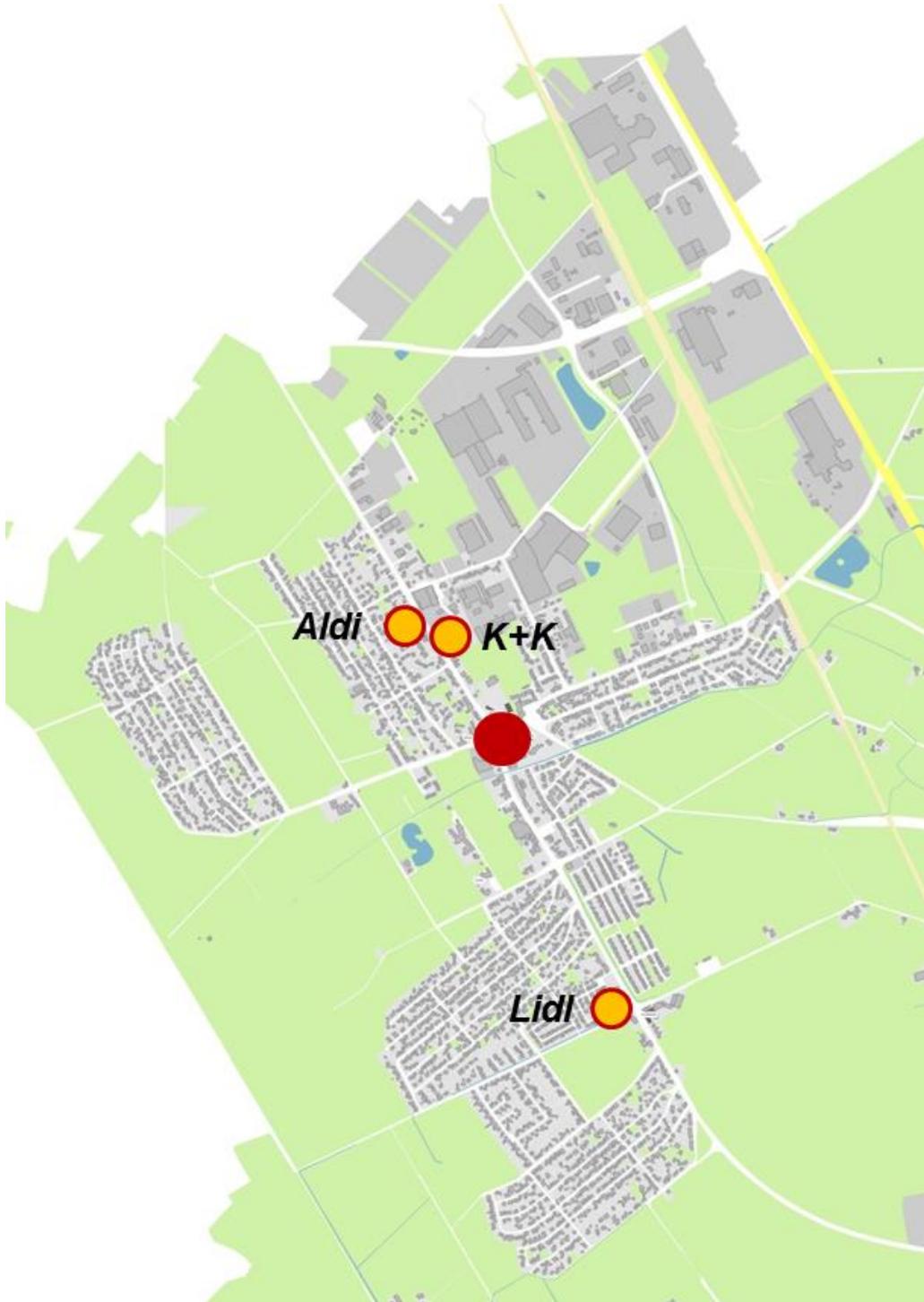
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Greven, Januar 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 10: Perspektivische Standortstruktur in Greven



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

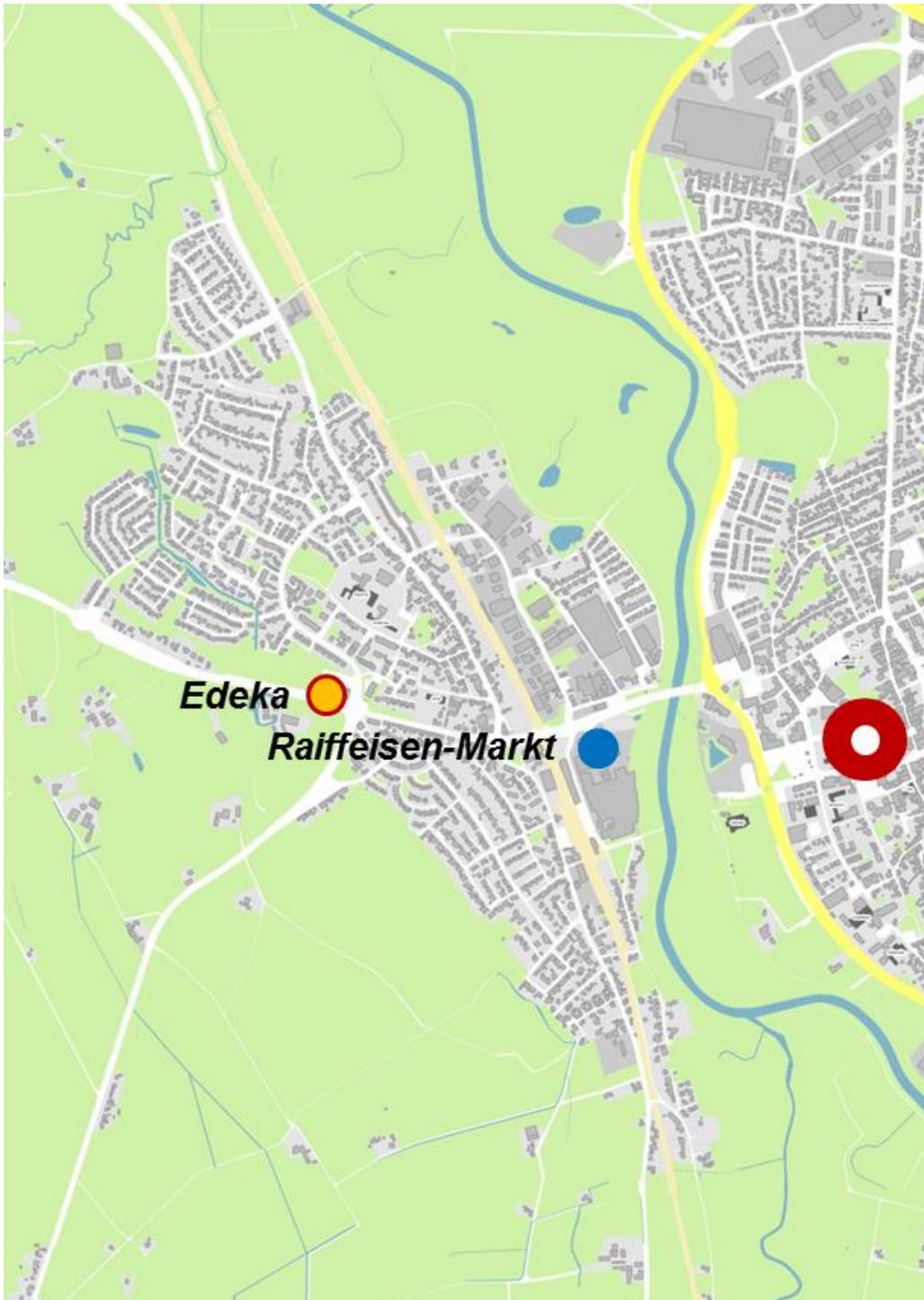
Karte 11: Perspektivische Standortstruktur im Ortsteil Reckenfeld



- Hauptgeschäftsbereich
- Ortsteilzentrum
- solitärer Nahversorgungsstandort

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

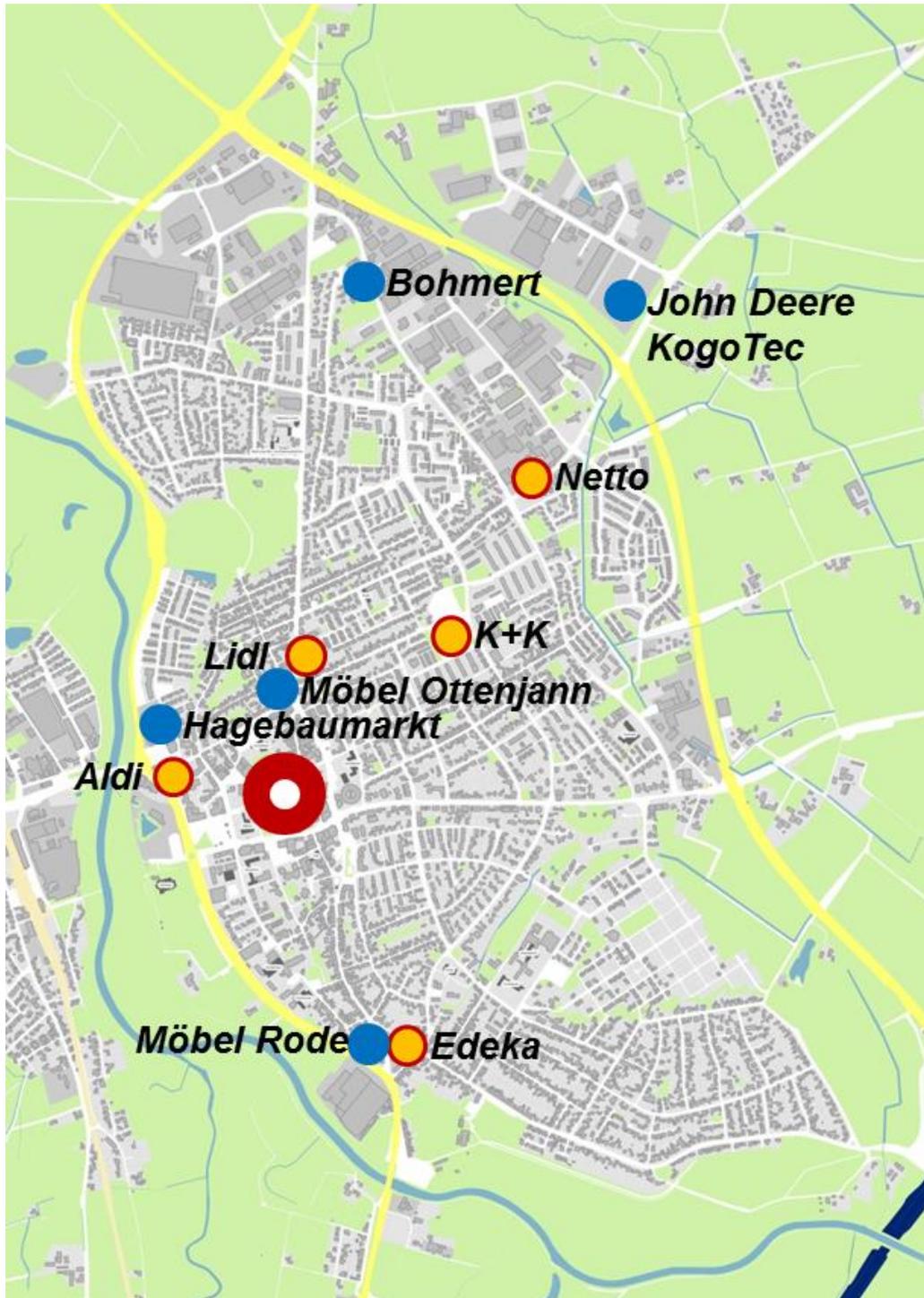
Karte 12: Perspektivische Standortstruktur im Ortsteil Stadtkern links der Ems



-  Hauptgeschäftsbereich
-  Ortsteilzentrum
-  solitärer Nahversorgungsstandort
-  Sonderstandort

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur im Ortsteil Stadtkern rechts der Ems



-  Hauptgeschäftsbereich
-  Ortsteilzentrum
-  solitärer Nahversorgungsstandort
-  Sonderstandort

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Kommunen und des Landes NRW © Geobasis NRW 2016

A4 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	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 Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Retail Consultants) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	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-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Retail Consultants in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	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 Stadt. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Stadt / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	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 deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Fachmarkt

(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m² 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).

GPK

Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas, Porzellan, Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.

Hauptsortiment / Randsortiment

Zwischen den Begriffen Hauptsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Hauptsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Hauptsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Hauptsortiment 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 Hauptsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Randsortimente sind.

Kaufkraftbindung

Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzel-

handelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Stadt / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential

Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².

Lebensmittelvollsortimenter

Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenter“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m² bis teilweise mehr als 10.000 m²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).

Nahversorgungsrelevantes Sortiment

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.

Nahversorgungsstandort

Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist 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.

Nahversorgungszentrum

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.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

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 Hauptsortimenten (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 Hauptsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Stadt haben kann.

Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort

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 sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können aller-

dings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

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

Stadtteil- / Ortsteilzentrum

Ein Stadtteil- bzw. 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 Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-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.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Grevenener Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Greven integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 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.

Umsatzkennziffer

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.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², 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.

Verkaufsfläche

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.2005 (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, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Stadt / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den

Zentraler Versorgungsbereich

Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 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 Stadtteil- / 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 Geschäftsbereiches 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 Bedeu-

tung, 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 Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren 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).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.