

Inhalt

Kurzfassung	_____	i
Inhalt	_____	iii
Abkürzungsverzeichnis	_____	v
1	Aufgabenstellung und Methodik	1
1.1	Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Methodik	4
2	Markt- und Standortanalyse	9
2.1	Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	9
2.2	Angebotsanalyse	11
2.3	Nachfrageanalyse	14
2.3.1	Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss	15
2.3.2	Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich	20
2.3.3	Standortbewertungen aus Sicht der Kunden	23
2.4	Analyse und Bewertung der Standortstruktur	29
2.4.1	Übersicht über die bestehende Zentrenstruktur	29
2.4.2	Sonstige Standortmerkmale des Ortszentrums Hünxe	31
2.4.3	Standortmerkmale des Ortskerns Bruckhausen	36
2.4.4	Standortmerkmale des Ortskerns Drevenack	39
2.5	Analyse der Nahversorgungsstruktur in Hünxe	41
2.5.1	Verkehrsmittelwahl	41
2.5.2	Gesamtgemeindliche Angebotsdaten zur Nahversorgung	42
2.5.3	Die räumliche Nahversorgungsstruktur in den Ortsteilen	43
2.6	Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelsituation in Hünxe	49
3	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	52
3.1	Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Hünxe	52
3.2	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	53
3.2.1	Vorbemerkungen zu dem ermittelten Entwicklungsrahmen	53
3.2.2	Methodik und Berechnungsgrundlagen zur Potenzialeermittlung	54
3.2.3	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Hünxe	62

3.3	Räumliche Entwicklungsszenarien und übergeordnete Entwicklungsziele für Hünxe	63
3.3.1	Szenario 1: Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes	64
3.3.2	Szenario 2: Ausschließlicher Ausbau des Einzelhandels im Ortszentrum von Hünxe	66
3.3.3	Szenario 3: Uneingeschränkte Forcierung der drei Ortskerne	67
3.4	Übergeordnetes Entwicklungsziel für Hünxe: funktional differenziertes Wachstum	69
4	Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept	71
4.1	Das Zentrenkonzept	71
4.1.1	Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien	71
4.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe	73
4.2	Die Ortskerne von Bruckhausen und Drevenack als Nahversorgungsstandorte	80
4.2.1	Nahversorgungsstandort Bruckhausen	81
4.2.2	Nahversorgungsstandort Drevenack	82
4.3	Das Nahversorgungskonzept	84
4.4	Konzept für einen ergänzenden Sonderstandort	85
4.4.1	Übergeordnete Zielstellungen zu einem ergänzenden Sonderstandort	85
4.5	Die Sortimentsliste für Hünxe	88
4.6	Ansiedlungsleitsätze	94
4.7	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	100
5	Schlusswort	105
	Anhang	I
	Literatur und sonstige Quellen	I
	Glossar	III

1 Aufgabenstellung und Methodik

1.1 Ausgangslage und Problemstellung

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

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind. Auch die Gemeinde Hünxe möchte sich in den Stand versetzen, die vorhandenen Einzelhandelsstandorte künftig vor unerwünschten städtebaulich-funktionalen Entwicklungen zu sichern, sie außerdem bedarfsgerecht fortzuentwickeln und Einzelhandelsvorhaben hierzu gezielt sortimentspezifisch, einheitlich und rechtssicher steuern zu können. Ein kommunales Einzelhandelskonzept bietet als Fachbeitrag zur kommunalen Bauleit- und Gemeindeentwicklungsplanung hierzu gezielte Lösungsempfehlungen an.

Mit diesem Bericht liegt der Gemeinde Hünxe nunmehr ein solches Einzelhandelskonzept vor, das eine umfassende analytische Ebene – bezogen auf absatzwirtschaftliche Daten der Angebots- und Nachfrageseite wie auch städtebauliche und bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen – mit einer Herleitung der notwendigen räumlich-funktionalen Steuerungsinstrumente für einzelhandelsrelevante Nutzungen verknüpft. Es bezieht darüber hinaus auch die perspektivische Entwicklung sozioökonomischer Parameter in Analyse und Konzeption ein.

Dieser Bericht fasst den intensiven Diskussionsprozess zwischen der Verwaltung, den örtlichen und regionalen Akteuren sowie dem Gutachterbüro Stadt + Handel zusammen, der während der Erarbeitungsphase zwischen Dezember 2008 und Mai 2009 gemeinsam geführt wurde.

Das kommunale Einzelhandelskonzept soll als politisch gestütztes Instrument eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für den Gemeindeentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden.

Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes

Für die Aufgabe, die relevanten Einzelhandelsstandorte zu sichern und fortzuentwickeln, tragen viele Schultern die Verantwortung: Immobilienbesitzer, Händler, Gastronomen, Kulturschaffende, die Bürger. Insbesondere aber die Steuerung des Einzelhandels obliegt der

Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtgemeindlich gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix eines Ortszentrums und an den Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da das Steuern im Einzelfall auch die Untersagung oder die Einschränkung eines Vorhabens bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. So ist zum Beispiel zur sortimentspezifischen Handhabung von Vorhaben ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde sortimentspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen Gründe jeweils für oder gegen ein Einzelhandelsvorhaben sprechen.¹ Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche gehört.

Die empfohlenen Steuerungsinstrumente des Einzelhandelskonzeptes, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden. Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelskonzept sind schließlich die Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW) in der aktuellen Fassung, des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen sowie der aktuellen Rechtsprechung.

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

Auch im LEPro NRW ergeben sich im Rahmen der Einführung des neuen § 24 a detaillierte Ziele etwa in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente und den großflächigen Einzelhandel, um die zentralörtlichen Funktionen zu schützen und die flächendeckende Versorgung der

¹ Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster, Urteil 7A D 92/99.NE vom 03.06.2002, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg, Urteil 8 S. 1848/04 vom 02.05.2005.

Bevölkerung zu sichern. Einzelhandelskonzepte dienen den Kommunen zudem als Entscheidungsgrundlage zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Beurteilung.

Wirtschaftliche Einordnung eines Einzelhandelskonzeptes

Die wirtschaftliche Bedeutung eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes sollte nicht überschätzt werden; ein solches Konzept stellt überwiegend ein im Kern stadt- bzw. gemeindeplanerisches Instrument dar. Dennoch können Einzelaspekte eine besondere Grundlage für die kommunale Wirtschafts- und Standortförderung bilden. Hierzu enthält ein Einzelhandelskonzept beispielsweise Aussagen und Bewertungen zu einzelhandelsbezogenen Ansiedlungspotenzialen oder zur Optimierung der Standortqualität und -vermarktung. Nicht zuletzt bieten die erarbeiteten Inhalte und ihre konsequente Anwendung eine Erhöhung der Investitionssicherheit – sowohl für bereits langjährig ansässige Einzelhändler als auch für ansiedlungsinteressierte Investoren.

Aufgrund der beschriebenen Bedeutung für die Standortentwicklung ist es ein Hauptanliegen eines jeden qualitativen umsetzungsbezogenen Einzelhandelskonzeptes, auch die relevanten Wirtschaftsakteure in den Erarbeitungsprozess frühzeitig einzubeziehen. Vertreter des Einzelhandels sind daher, wie angedeutet, in den ergänzend zur Analyse und Konzeption stattfindenden Diskussionsprozess zwischen Politik, Verwaltung und Fachgutachtern eingebunden.

1.2 Zielsetzung

Das Ziel des kommunalen Einzelhandelskonzeptes besteht darin, der Gemeinde Hünxe eine aktuelle, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis sowie Empfehlungen zur planungsrechtlichen Beurteilung neuer Einzelhandelsvorhaben

- zur Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches
- zur Sicherung und Ergänzung der wohnortnahen Grundversorgung
- für Bauleitplanaufstellungs- und Änderungsverfahren
- zur Steuerung zentrenrelevanter Randsortimente
- und nicht zuletzt für die interkommunale Abstimmung

zur Verfügung zu stellen.

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsfragen verfolgt:

- Welche sozioökonomischen Kenngrößen sind für die künftige Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen? Wie stellt sich die aktuelle Angebots- und Nachfragesituation in der Gemeinde Hünxe sortiments- und standortspezifisch dar?
- Wie ist ein zentraler Versorgungsbereich als Schutzgut im Sinne des Planungsrechts für Hünxe räumlich-funktional herzuleiten und konkret abzugrenzen? Wie stellen sich die städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen für den Einzel-

handel im zentralen Versorgungsbereich sowie in den sonstigen integrierten sowie städtebaulich nicht integrierten Lagen dar?

- Welche städtebaulichen Potenziale und Defizite sind erkennbar, und welche Stärken und Schwächen weist Hünxe als Einkaufsstandort gesamtgemeindlich sowie standortbezogen auf?
- Welche Perspektiven und Zielsetzungen sind für die Einzelhandelsstruktur zu entwickeln? Welche Entwicklungsleitbilder sollten mit dem Einzelhandelskonzept verfolgt werden? Welche Konsequenzen für die Gemeindeentwicklung sind damit jeweils verbunden?
- Welche Strategien und Maßnahmen können die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung Hünxe mit Blick auf die Entwicklungsziele verbessern?
- Welche bau- und planungsrechtlichen Aspekte und Regelungsvorschläge sollten künftig Berücksichtigung finden?

1.3 Methodik

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

Die Herleitung des Einzelhandelskonzeptes gliedert sich in die drei Abschnitte „Analysephase“, „Erarbeitung von Leitlinien“ und „Konzeptphase“. Ein vierter Abschnitt („Prozessbegleitung“) findet kontinuierlich parallel statt. Die einzelnen Leistungsbausteine werden in der folgenden Abbildung grafisch veranschaulicht; die Grafik gibt gleichzeitig die Gliederung des vorliegenden Berichts wieder.

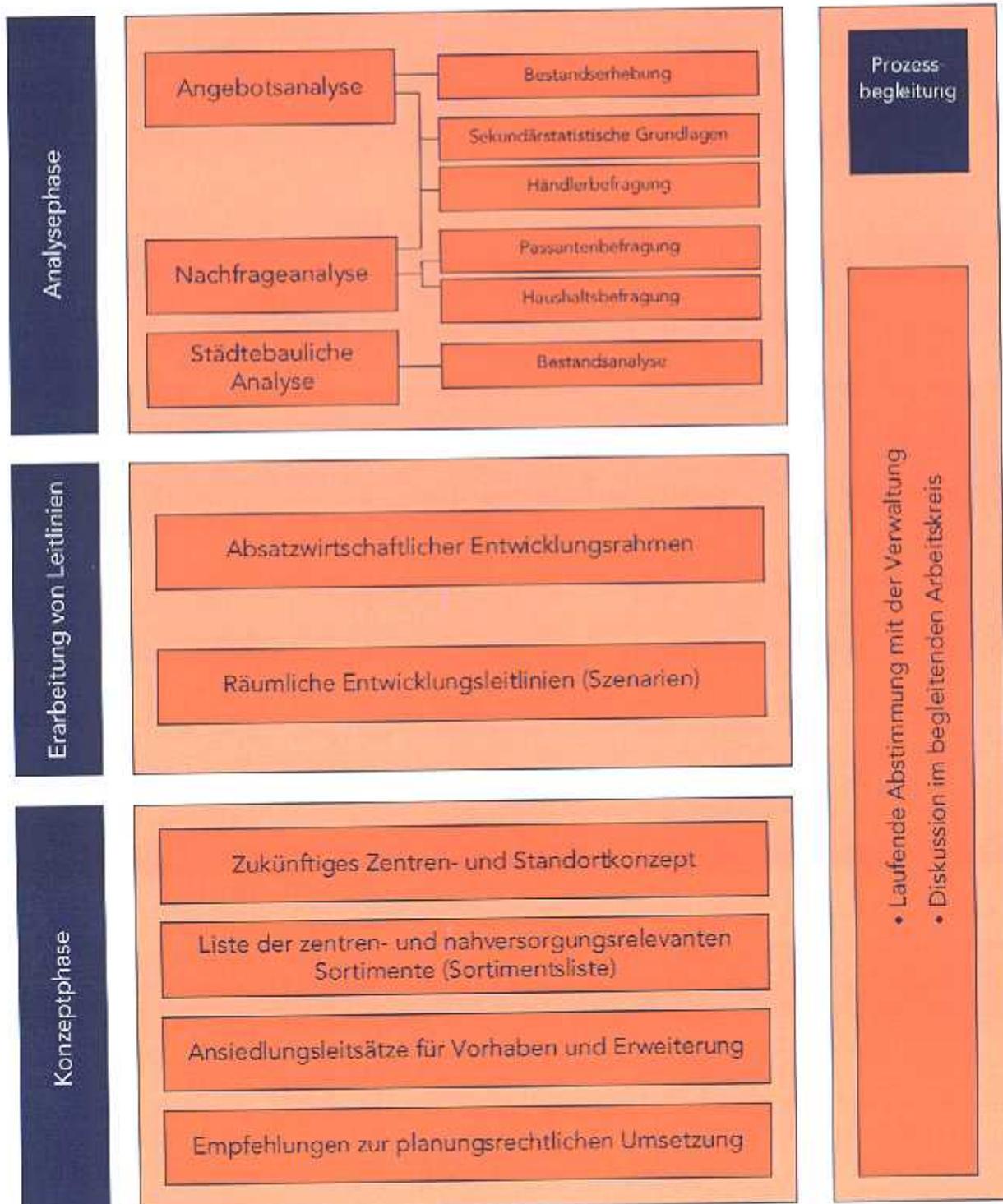
Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

- Bestandserhebung Einzelhandel
- Bestandsanalyse Städtebau
- Telefonische Haushaltsbefragung
- Passantenbefragung
- Einzelhändlerbefragung

Die tatsächlichen Angebots- und Nachfrageverhältnisse der Einzelhandelsbetriebe sind auf diese Weise detailliert abgebildet und ermöglichen eine genaue, sortimentspezifische Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Hünxe. Weiterhin wird durch die Aufnahme der städtebaulichen Struktur und Zuordnung der Betriebe zu städtebaulichen

Lagen ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Lenkung der räumlichen Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in Hünxe zulässt.

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte Einzelhandelskonzept



Quelle: eigene Darstellung

Tabelle 1: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

	Bestands- erhebung	Haushalts- befragung	Händler- befragung	Passanten- befragung
Daten- grundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel
Zeitraum	5. KW 2009	5. KW 2009	5. KW 2009	5. – 6. KW 2009 12. – 13. KW 2009
Methode	flächendeckende Vollerhebung	telefonische Befragung (n = 300)	halbstandardisierter Fragebogen (n = 17)	Standardisierter Fragebogen (n = 833)
Inhalt	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Betriebe, städtebauliche Analyse	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Veränderung bei der Wahl der Einkaufsorte	Angebotslücken und Umsatzherkunft Einschätzung zum Einzelhandelsstandort Erörterung von gesamtgemeindlichen Entwicklungszielen	Kundenherkunft nach Sortimenten Angebotslücken Einschätzung zum Einzelhandelsstandort

Quelle: eigene Darstellung

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

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

Die vom Büro Stadt + Handel durchgeführte Bestandserhebung bildet die Daten der Gemeinde Hünxe im Hinblick auf zwei zentrale Messgrößen ab: Zum einen werden die Warensortimente differenziert aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels. Zum anderen werden die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter detail-

liert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts² vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z.B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

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

Bestandsanalyse Städtebau

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

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 300 Bürgern geführt. Die Bevölkerungsverteilung innerhalb von Hünxe ist dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme und ggf. deren Veränderungen in den letzten Jahren gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zu aktivierbaren Kaufkraftpotenzialen aus Hünxe selbst getroffen. Die Ergebnisse der Passantenbefragung und der Einzelhändlerbefragung geben eine Übersicht über die Einschätzung Hünxes als

² Vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005

Einkaufsstandort sowie über den Einzugsbereich. Ebenso können sie erste Anhaltspunkte und Ideen für Verbesserungsmöglichkeiten in der Gemeinde liefern.

Passantenbefragung

Bei der Passantenbefragung wurden im Ortszentrum von Hünxe rd. 550 Passanten und je 100 in den Ortskernen von Bruckhausen und Drevenack befragt; diese Erhebung fand jeweils an zentralen Standorten innerhalb der Ortsteile in der Nähe eines Magnetsbetriebes statt. Ein weiterer Befragungsort war der Discounterstandort Junkers Feld. Dort wurden ebenfalls rd. 100 Befragungen durchgeführt. Die Befragung erlaubt Rückschlüsse auf die Herkunft der Kunden (branchenspezifisch) sowie auf differenzierte Kunden-Standortbewertungen und Koppelungsaktivitäten. Die Befragungen fanden in einem Zeitraum von mehreren Tagen und zu unterschiedlichen Tageszeiten statt, so dass Rückschlüsse auf den Einzugsbereich methodisch gesichert sind.

Einzelhändlerbefragung

Zur weiteren Datenverdichtung wurde eine Auswahl von Hünxer Einzelhändlern bezogen auf die Umsatzherkunft, auf Standortmerkmale und -bewertungen befragt. Die Auswahl der Einzelhändler berücksichtigt verschiedenen Branchen ebenso wie die unterschiedlichen Standorte im Gemeindegebiet und wurde in Zusammenarbeit mit der örtlichen Wirtschaftsförderung erarbeitet. Insgesamt können die Antworten von 17 Händlern bzw. Unternehmern für die Auswertung berücksichtigt werden.

Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Arbeitskreis während der Erstellungsphase des Einzelhandelskonzepts eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelskonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Gemeinde Hünxe eingeladen:

- Bürgermeister und Vertreter der Gemeindeverwaltung
- Vertreter der Ratsfraktionen in Hünxe
- Vertreter der Wirtschaftsgemeinschaft Hünxe
- Vertreter des Einzelhandelsverbandes
- Vertreter der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer
- Vertreter der Bezirksregierung Düsseldorf

An jeder Sitzung haben zudem die zuständigen Vertreter des Gutachterbüros teilgenommen.

2 Markt- und Standortanalyse

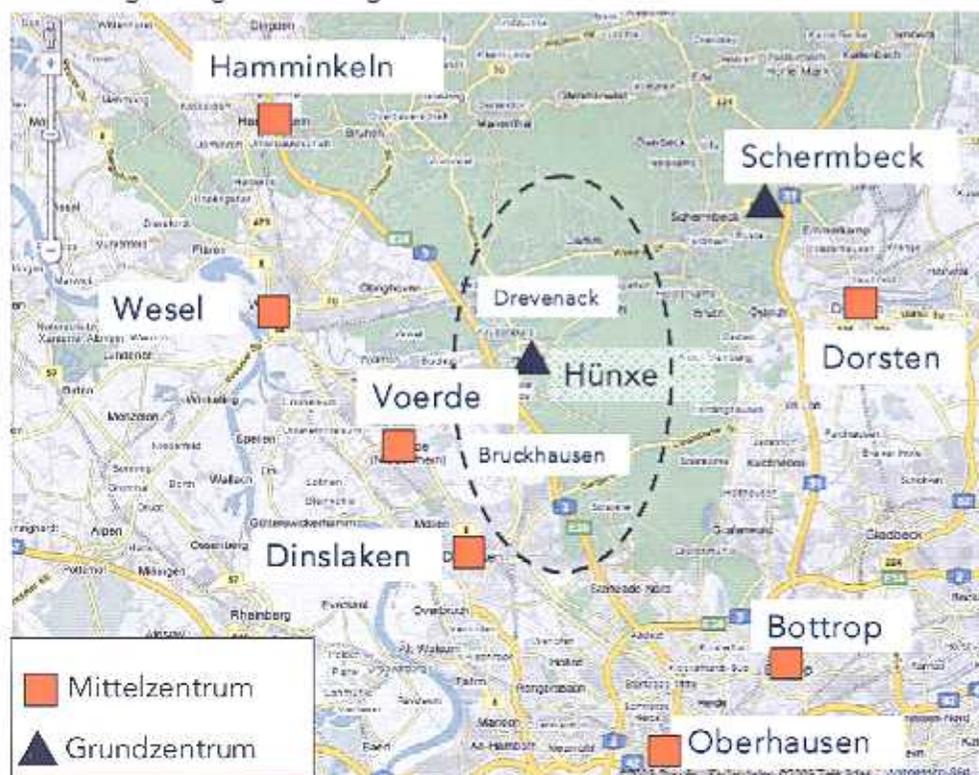
Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus der flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Hünxe. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standort-Rahmenbedingungen erörtert.

2.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

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

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Abbildung 2: Lage in der Region



Quelle: verändert auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2008 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teletlas

Das Grundzentrum Hünxe liegt im östlichen Teil des Kreises Wesel umgeben von den Mittelzentren Voerde, Dinslaken, Bottrop, Hamminkeln und Wesel und befindet sich in räumlicher Nähe zum Oberzentrum Duisburg. Hünxe nimmt folglich eine Lage in einem siedlungsstrukturell stark verflochtenen polyzentralen Raum ein.

Die Gemeinde Hünxe setzt sich aus den Ortsteilen Bruckhausen, Buchholtwelmen, Drevenack, Gartrop-Bühl, Hünxe und Krudenburg zusammen. Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl von Hünxe etwa 14.200 Einwohner³, davon leben rd. 36 % der Einwohner im Ortsteil Hünxe. Die Bevölkerung im Ortsteil Bruckhausen nimmt rund 30 % ein, während Drevenack rd. 3.300 Einwohner und somit einen Anteil an der Gesamtbevölkerung von rd. 24 % verzeichnet (vgl. folgende Tabelle). Die beiden Ortsteile Bruckhausen und Drevenack liegen in drei bzw. fünf Kilometern Distanz zum Ortszentrum von Hünxe.

Tabelle 2: Die Bevölkerungsverteilung in Hünxe

Stadtteil	Einwohner	Anteil in %
Hünxe	5.102	36 %
Bruckhausen	4.270	30 %
Drevenack	3.331	24 %
Gartrop-Bühl	706	5 %
Buchholtwelmen	450	3 %
Krudenburg	309	2 %
Summe	14.168	100 %

Quelle: Gemeinde Hünxe 2008; Bevölkerungsstatistik Stand 31.12.2007

Verkehrsinfrastruktur

Durch die räumliche Nähe zum Ballungsraum des Ruhrgebietes ist Hünxe besonders verkehrsgünstig gelegen. Die Autobahn 3 verbindet Hünxe in Nord-Süd-Richtung mit wichtigen Mittel- und Oberzentren. In Ost-West-Richtung gewährleistet ein gut ausgebautes Netz von Landstraßen eine Verbindung in die umliegenden Gemeinden.

Hünxe verfügt in den drei Ortskernen von Hünxe, Bruckhausen und Drevenack über eine interkommunale Buslinienverbindung. Wichtigste Haltestelle ist der Busbahnhof im Ortszentrum von Hünxe. Über die örtlichen Buslinien hinaus werden Verbindungen in das nahe gelegen Mittelzentrum Dinslaken sowie in das Grundzentrum Schermbeck angeboten.

Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Hünxe zeichnet sich vor allem durch seine Lage am nordwestlichen Rand des Ballungsraums Rhein/Ruhr aus. Als wesentliche Rahmenbedingung ergibt sich hieraus zugleich, dass Hünxe als Einzelhandelsstandort mit dem benachbarten Oberzentrum Duisburg sowie den benachbarten Mittelzentren Dinslaken, Voerde, Bottrop und Wesel ein leistungsstarkes Konkurrenzumfeld aufweist.

³ Gemeinde Hünxe 2008 (Stand der Daten: 31.12.2007)

Die verkehrliche Anbindung Hünxes ist insbesondere nach Norden und Süden für den motorisierten Individualverkehr (MIV) gut ausgebaut; dieses Grundgerüst fördert somit die Ausrichtung auf die nahe gelegenen Mittel- und Oberzentren.

Die drei Ortsteile sind eindeutig räumlich voneinander getrennt, weswegen eine ortsteilbezogene Analyse der einzelnen Ortsteile erforderlich ist.

2.2 Angebotsanalyse

Die insgesamt 55 Betriebe in Hünxe verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.800 m².

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Hünxe

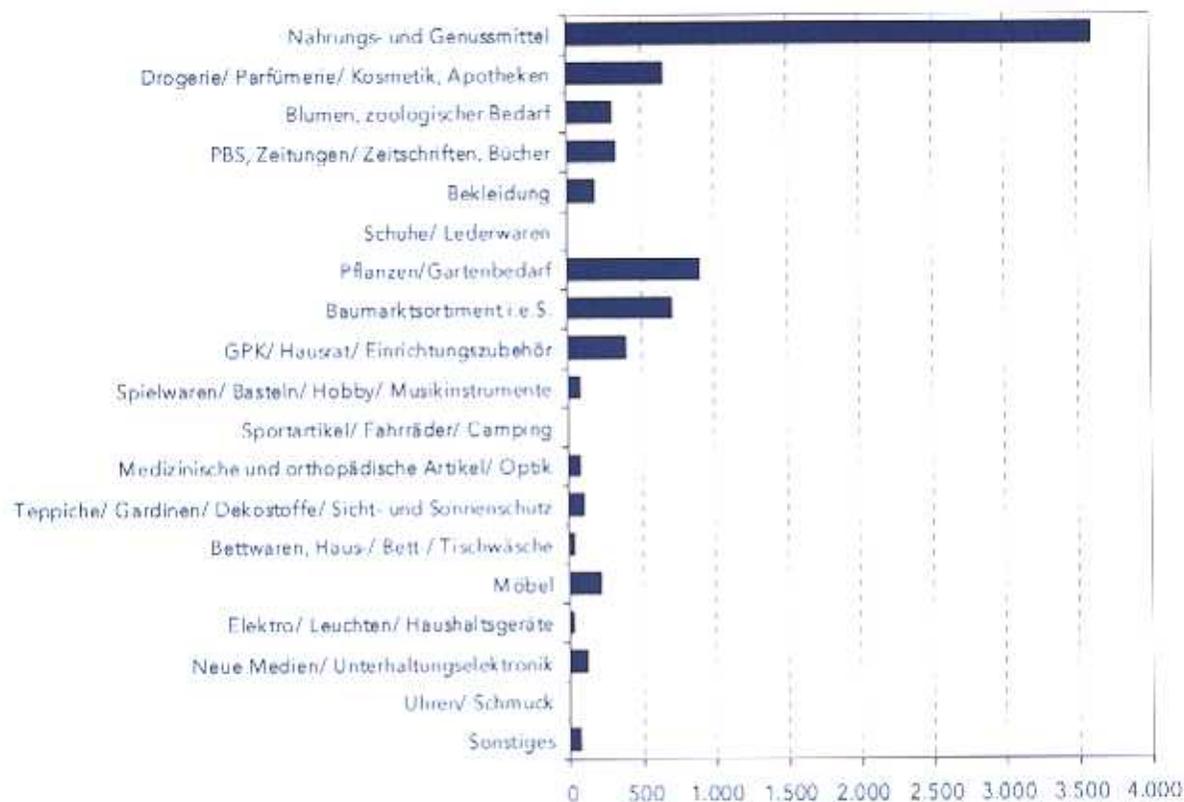
	Hünxe (2009)	BRD (2007/2008)
Anzahl der Betriebe	55	-
Gesamtverkaufsfläche	rd. 7.800 m ²	-
Gesamtverkaufsfläche je Einwohner	0,55 m ²	1,45 m ²
Verkaufsfläche Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel je EW	0,25 m ²	0,39 m ²

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009, EHI 2008/2009, Website destatis 2009

Im Vergleich mit bundesdeutschen Kenndaten ist Hünxe sowohl insgesamt als auch speziell in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterdurchschnittlich ausgestattet.

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenbestandes (vgl. nachfolgende Abbildung) fällt gleichwohl die – gegenüber anderen Sortimenten starke – Ausprägung der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel (NuG) auf, gefolgt – mit deutlichem Abstand – von den Sortimenten Pflanzen und Gartenbedarf sowie Baumarktsortiment. Das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel nimmt in allen Ortsteilen Hünxes den höchsten Rang ein.

Abbildung 3: Verkaufsflächenbestand nach Sortimentsgruppen [in m² VKF]



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009

In der Abbildung wird deutlich, dass viele Sortimente, darunter die Sortimentsgruppen Bekleidung oder Spielwaren/Basteln nur mit sehr geringen Verkaufsflächen in Hünxe vertreten sind. Auffällig ist zudem, dass die Sortimentsgruppen Schuhe/Lederwaren und Sportartikel/ Fahrräder/Camping marginal bzw. gar nicht vertreten sind.

Der Einzelhandelsbestand in den einzelnen Ortsteilen hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächengrößen wird in der nachstehenden Tabelle dargestellt.

Das vielfältigste Einzelhandelsangebot ist mit 27 Betrieben im Ortsteil Hünxe zu finden. Den zweithöchsten Verkaufsflächenanteil aller Ortsteile weist Drevenack (15 Betriebe) auf, gefolgt von Bruckhausen (13 Betriebe) vorweisen.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen

	Hünxe	Bruckhausen	Drevenack
Einwohner	5.102	4.270	3.331
Anzahl der Betriebe	27	13	15
Anteil	49 %	24 %	27 %
Verkaufsfläche (in m ²)	4.070	980	2.780
Anteil	52 %	12 %	36 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 01/2009; Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen auf 10 m² gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen

Die drei Hünxer Ortskerne vereinen mit einer Anzahl von 30 Betrieben den Großteil der Betriebe auf sich. Dies macht einen Anteil von 46 % an der Hünxer Gesamtverkaufsfläche aus. In den städtebaulich nicht-integrierten Lagen finden sich zwar nur 4 Betriebe. Diese machen aber einen Anteil von 22 % an der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche aus.

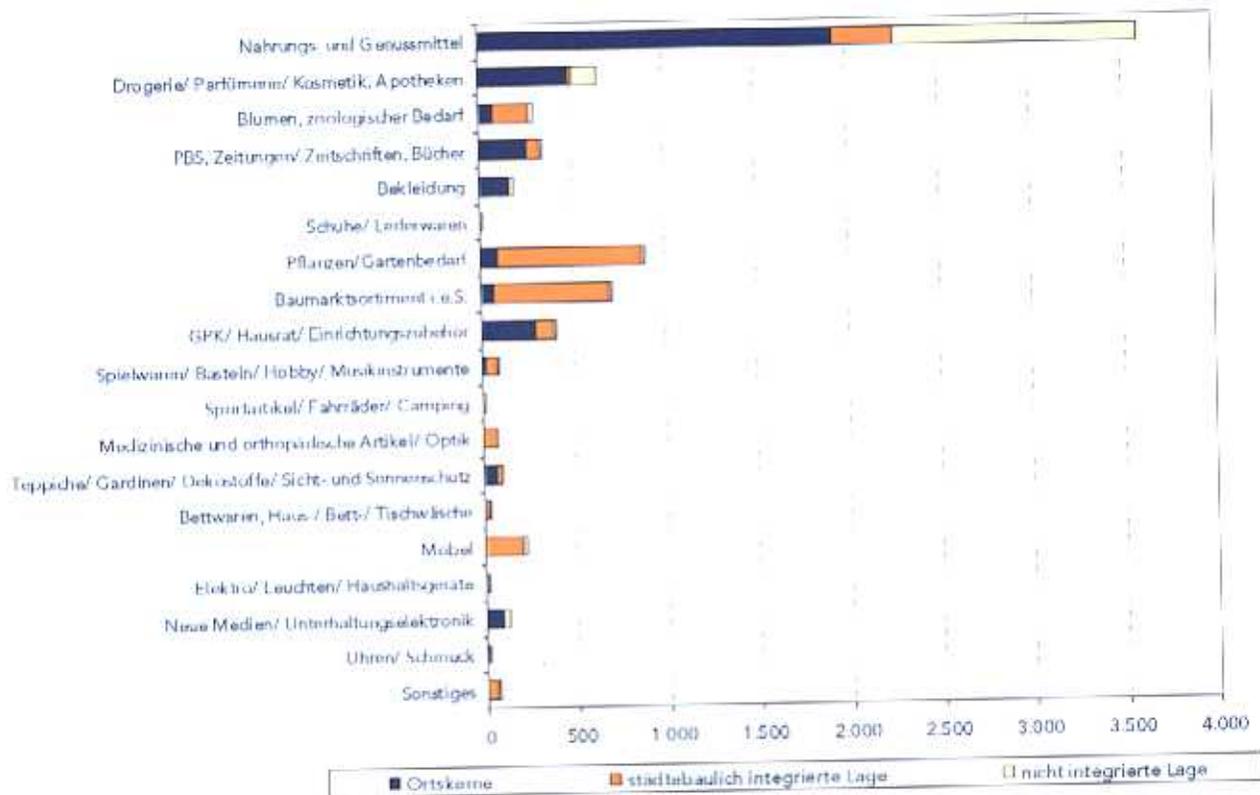
Tabelle 5: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen

	Ortskerne Hünxe, Drevenack, Bruckhausen	Integrierte Streulagen (siL)	Städtebaulich nicht integrierte Lagen (niL)
Anzahl der Betriebe	30	21	4
Anteil	55 %	38 %	7 %
Verkaufsfläche (in m ²)	3.570	2.570	1.700
Anteil	46 %	33 %	22 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 01/2009; Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen auf 25 m² gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen

Insgesamt wird eine positiv zu bewertende Verteilung der Anzahl der Betriebe deutlich. Die Sonderstandorte in städtebaulich nicht integrierten Lagen, die im Idealfall das Angebot der Ortskerne durch Sortimentsgruppen ergänzen sollten, die dort nicht sinnvoll untergebracht werden können, weisen in Hünxe dennoch rd. ein Fünftel der Verkaufsfläche auf. An diesen Standorten werden in Hünxe ebenfalls Sortimente angeboten, die wie z. B. Nahrungs- und Genussmittel am Standort Junkers Feld, zu den Zentren prägenden Sortimenten zählen (vgl. nachfolgende Abbildung), was deshalb als kritisch zu bewerten ist.

Abbildung 4: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 01/2009

Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf deutliche Wettbewerbsbeziehungen im Nahrungs- und Genussmittelbereich innerhalb des Gemeindegebietes zwischen den Ortskernen und den Standorten in stadtebaulich nicht integrierten Lagen hin. Vor dem Hintergrund einer unmittelbaren Lage zu weiteren Mittelzentren und Oberzentren ist zugleich auch auf regionaler Ebene von einem starken Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte auszugehen.

2.3 Nachfrageanalyse

Sowohl zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die örtlichen Merkmale der Nachfrageseite von Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE zurückgegriffen.

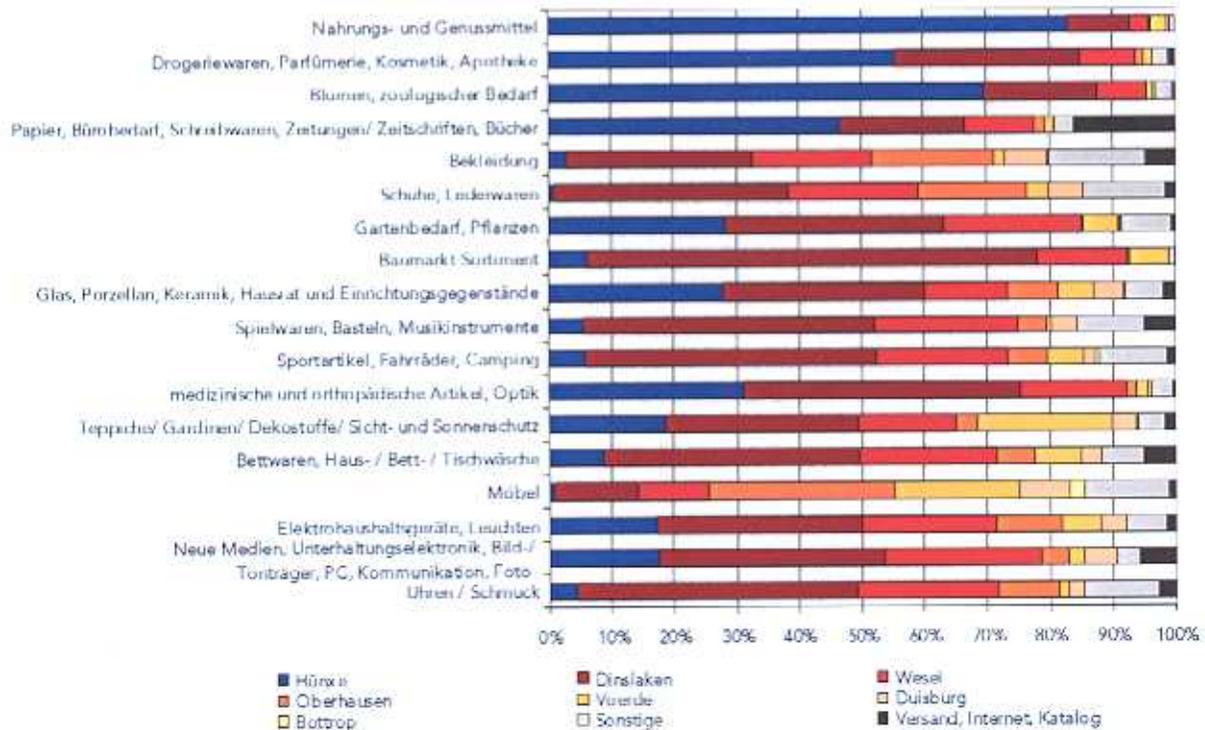
Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Haushaltsbefragung können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse aus Hünxe heraus dargestellt werden, so dass die Eigenbindung branchenspezifisch angegeben werden kann. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Hünxe durch die Kunden. Die Ergebnisse der Passantenbefragung ermöglichen eine Ermittlung des Anteils auswärtiger Besucher in Hünxe:

2.3.1 Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Hünxe verfügt gemäß BBE über ein Kaufkraftniveau von 109,9 % und weist damit gegenüber dem Bundesdurchschnitt eine überdurchschnittliche Kaufkraft auf. Der Schwerpunkt der Kaufkraft liegt dabei in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.⁴

Die Eigenbindung beschreibt den Anteil an lokal vorhandener Kaufkraft, die in Hünxe durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Der Kaufkraftabfluss stellt den Kaufkraftanteil der Hünxer Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten (z.B. Nachbarstädten) gebunden wird. Beide Größen lassen – zunächst unabhängig von konkreten Standortstrukturen - Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu. Zur Ermittlung dieser Kenngrößen dient die telefonische Haushaltsbefragung, die Ergebnisse sind in der folgenden Abbildung ablesbar.

Abbildung 5: Einkaufsorientierung (gesamtgemeindlich)



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 01/2009

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass ein Teil der Hünxer Kaufkraft in andere Gemeinden fließt, zum Beispiel in die benachbarten Mittelzentren Dinslaken, Wesel und Voerde. Der Umfang der Kaufkraftabflüsse variiert zwischen den untersuchten Warengruppen. Es wird insgesamt deutlich, dass Hünxe im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine hohe Kaufkrafteigenbindung erzielen kann: Bei den Warengruppen Backwaren, Fleischwaren, Getränke sowie sonstige Nahrungs- und Genussmittel liegt sie durchweg weit über

⁴ Vgl. BBE 2008

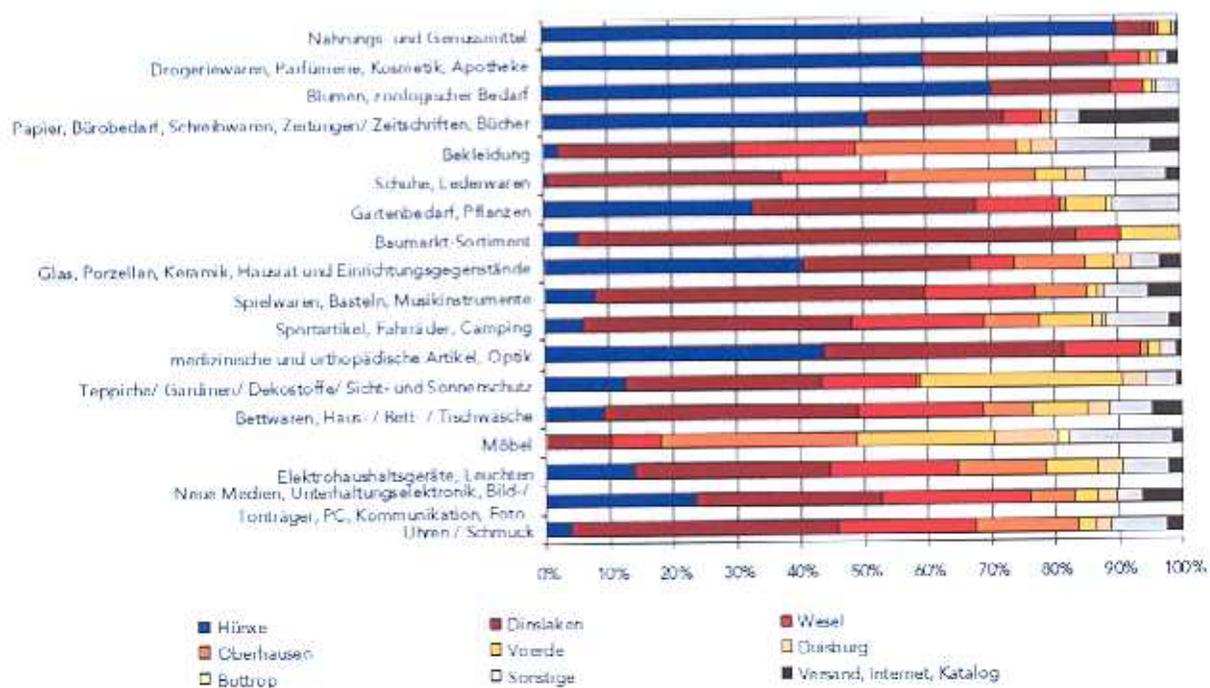
80 %. Bei den übrigen kurzfristigen Warengruppen liegt sie durchweg über 50 % (mit Ausnahme der Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher, die durch den Internethandel mit Büchern auf unter 50 % fällt).

Vor allem bei mittel- und langfristigen Bedarfsgütern führt das Angebot in den umliegenden Mittel- und Oberzentren zu einem Kaufkraftabfluss in erwartungsgemäßer Größenordnung.

Der Verkauf via Internet oder Katalog fällt erfahrungsgemäß und so auch hier bei einzelnen Sortimenten wie etwa Büchern oder Haus-/Bett-/Tischwäsche ins Gewicht, ist aber insgesamt zu vernachlässigen.

Im Folgenden wird die Einkaufsorientierung nach einzelnen Ortsteilen differenziert dargestellt. Aufgrund der räumlichen Dispersion der drei Ortsteile ergeben sich unterschiedliche Einkaufsorientierungen in Bezug auf die umliegenden Kommunen, was nachfolgend gezeigt werden soll.

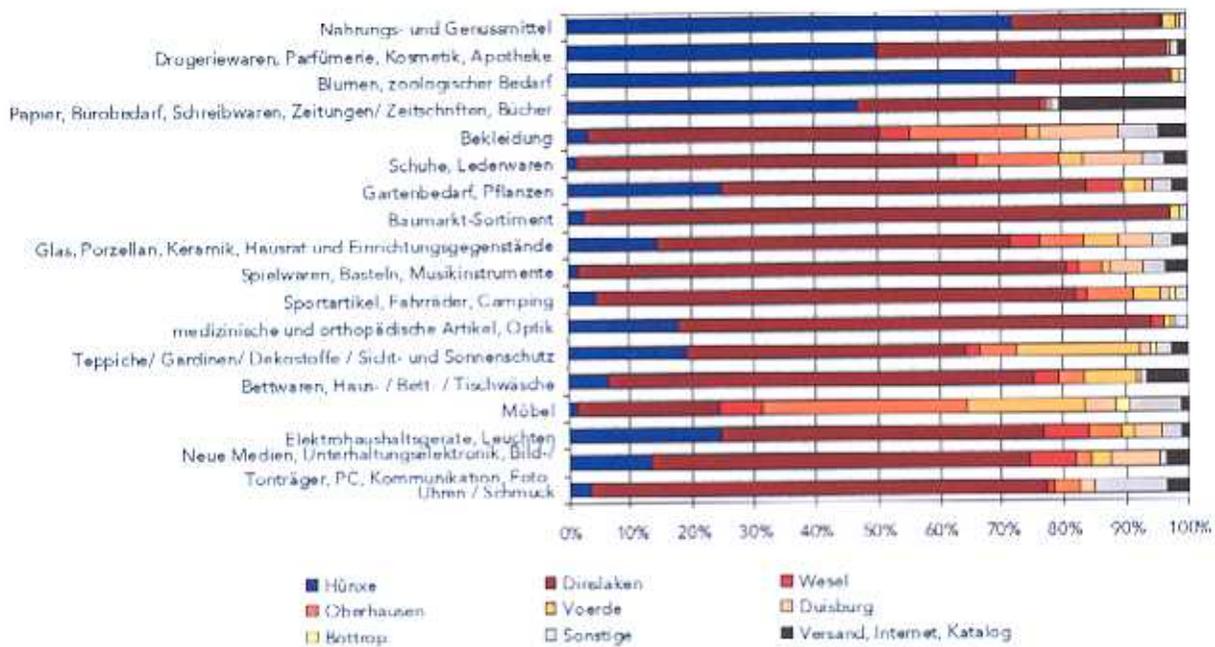
Abbildung 6: Einkaufsorientierung Ortsteil Hünxe



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009

Die Einkaufsorientierung des Ortsteils Hünxe unterscheidet sich nur unwesentlich von der Einkaufsorientierung Hünxes insgesamt, wenngleich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine leicht höhere Eigenbindung zu verzeichnen ist.

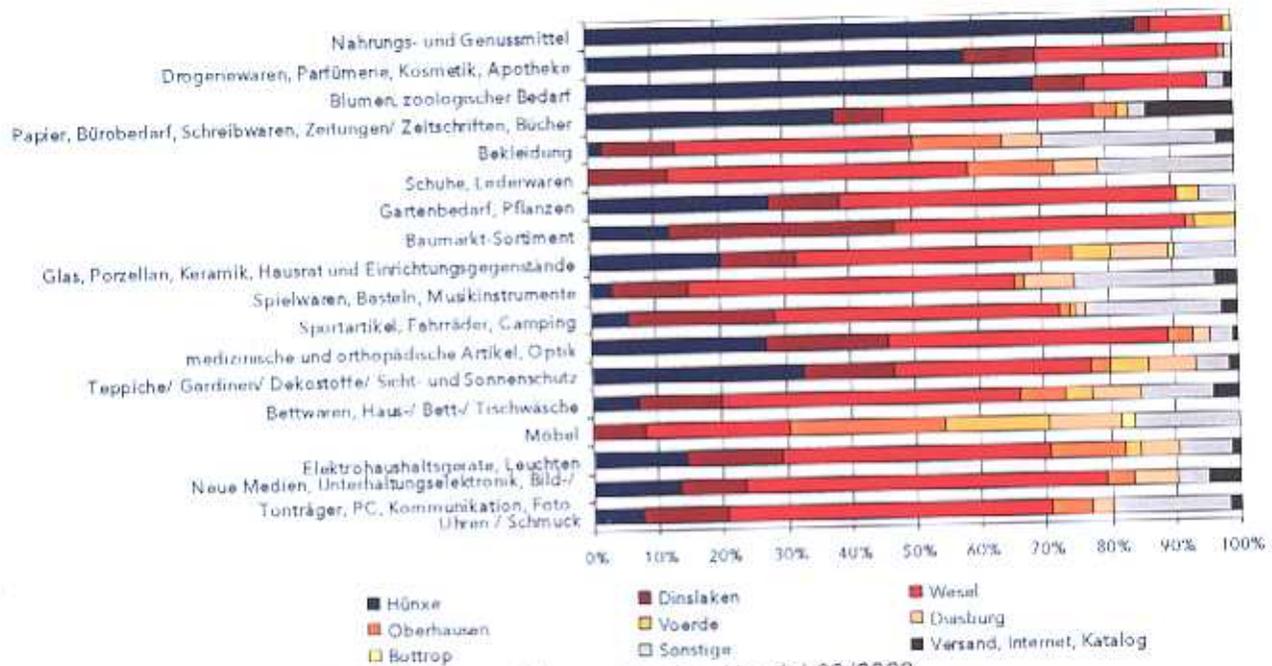
Abbildung 7: Einkaufsorientierung Ortsteil Bruckhausen



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009

Die obige Abbildung zeigt, dass sich die Einwohner des Ortsteils Bruckhausen, der geographisch näher an der Nachbarstadt Dinslaken als am Zentrum von Hünxe liegt, in vielen Sortimenten stark auf Dinslaken orientieren.

Abbildung 8: Einkaufsorientierung Ortsteil Drevenack



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009

In Drevenack kommt eine starke Einkaufsorientierung der Einwohner dieses nördlich gelegenen Ortsteils auf Wesel zum Tragen.

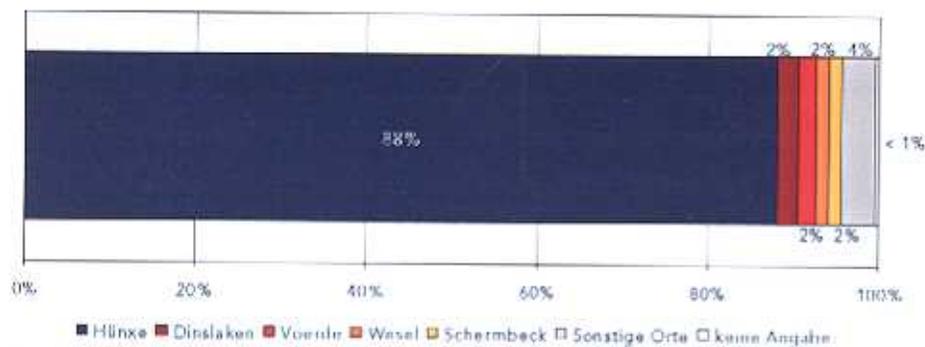
Kundenherkunft und Einzugsbereich von Hünxe

Im direkten Umfeld der Gemeinde Hünxe ist die Gemeinde Schermbeck als Grundzentrum ausgewiesen. Alle übrigen Nachbarstädte sind entweder Mittelzentren oder gar Oberzentren.⁵ Grundsätzlich ist erstens davon auszugehen, dass alle Nachbarkommunen die Bedürfnisse ihrer Bürger mindestens im kurzfristigen Bedarfsbereich jeweils selber abdecken. Zweitens ist schon aufgrund der landesplanerischen Funktionen der Nachbarkommunen davon auszugehen, dass Hünxe kaum über ein eigenständiges überörtliches Einzugsgebiet verfügt.

Durch die guten verkehrlichen Verbindungen wird es den potenziellen Kunden aus den benachbarten Mittelzentren zudem gut ermöglicht, zum Erlebniseinkauf sowie auch zur Versorgung mit mittel- bis langfristig nachgefragten Gütern direkt in das Oberzentrum Duisburg oder die umliegenden Mittelzentren Dinslaken, Voerde, Wesel oder Oberhausen zu fahren.

⁵ Vgl. LEP NRW 1995

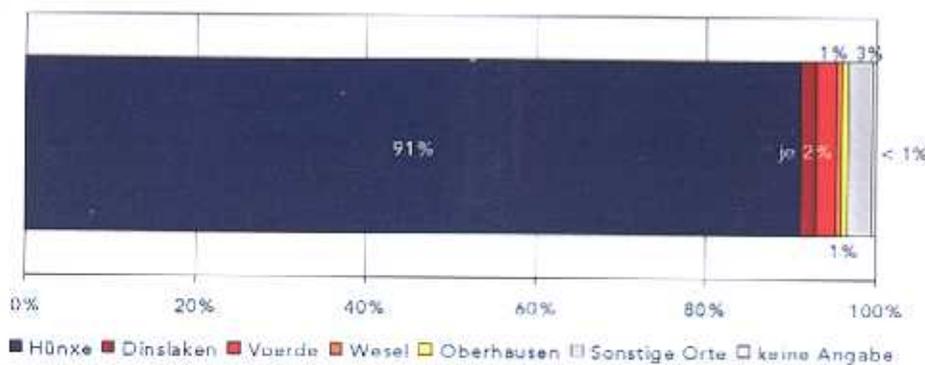
Abbildung 9: Kundenherkunft gesamtgemeindlich



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009

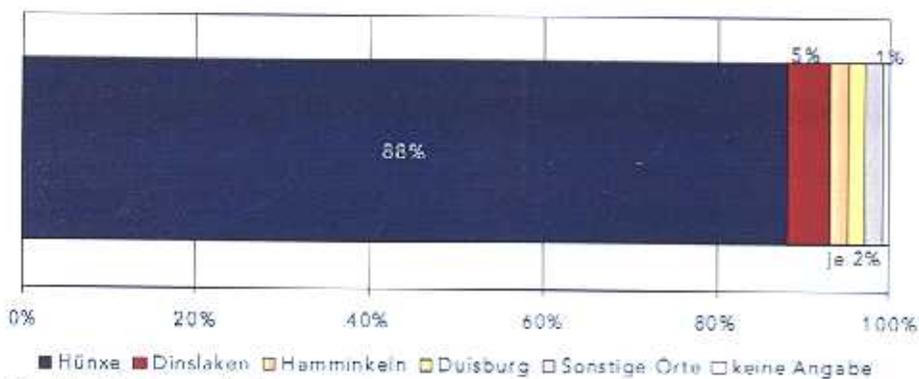
Auch bei der detaillierten Betrachtung der einzelnen Einkaufsstandorte bestätigt sich die Annahme, dass Hünxe nicht über ein eigenständiges Einzugsgebiet verfügt.

Abbildung 10: Kundenherkunft am Befragungsstandort Ortsmitte Hünxe



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009

Abbildung 11: Kundenherkunft am Befragungsstandort Ortsmitte Bruckhausen



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009

Abbildung 12: Kundenherkunft am Befragungsstandort Ortsmitte Drevenack

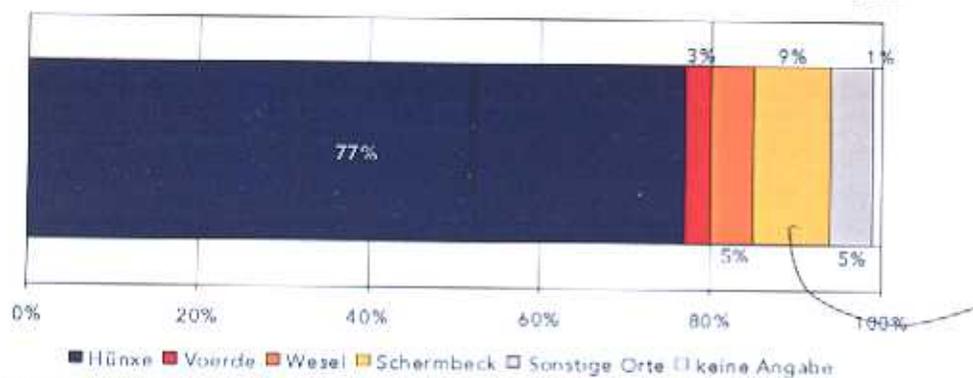
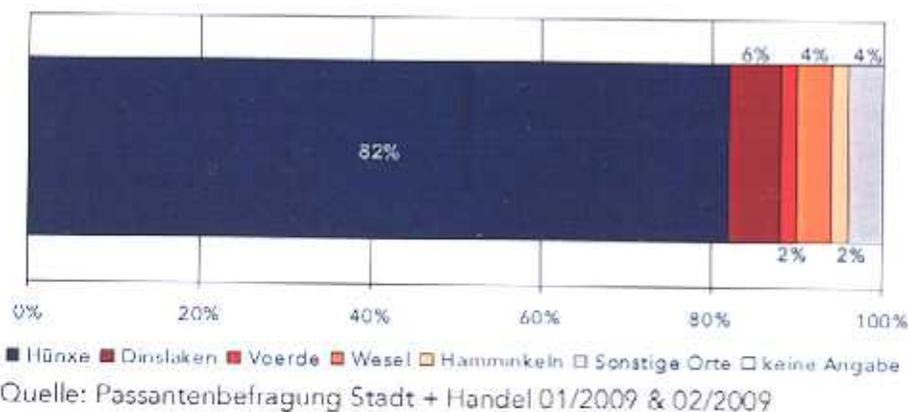


Abbildung 13: Kundenherkunft am Befragungsstandort Ortsmitte Junkers Feld



Insgesamt weist Hünxe damit einen Einzugsbereich auf, der sich im Wesentlichen auf das eigene Gemeindegebiet beschränkt. Branchenspezifische Besonderheiten und/oder besondere Einkaufsqualitäten können in Einzelfällen jedoch dennoch zu überörtlichen Verflechtungen und damit zu Kaufkraftzuflüssen führen. Dies trifft für Hünxe-Drevenack im gewissen Maße in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf, in der nachweislich wenngleich begrenzt Verflechtungen von der Nachbargemeinde Schembeck bestehen.

2.3.2 Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze⁶ im Hünxer Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Hünxe spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berück-

⁶ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto Jahresumsatz.

sichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Hünxe und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Hünxer Einzelhandel.

- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs (Ortszentrum, Gewerbegebiet, Streulage etc.).

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtgemeindlicher Einzelhandelsumsatz von rd. 31 Mio. € brutto je Jahr ermitteln. Rd. 80 % des Umsatzes werden durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle).

Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtgemeindlich eine Zentralität von 40 %.⁷

⁷ Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen zugunsten des Umlandes auszugehen.

Tabelle 6: Angebots- und Nachfragedaten für Hünxe in der Übersicht (Zentralität)

Warengruppen	VKF (m ²)	Brutto-Jahresumsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Zentralität	VKF (m ²) / Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	3.600	21,3	30,8	69 %	0,25
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	660	2,5	4,8	53 %	0,05
Blumen, zoologischer Bedarf	300	0,7	1,1	69 %	0,02
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	330	1,7	3,1	53 %	0,02
kurzfristiger Bedarfsbereich	4.890	26,2	39,8	66 %	0,35
Bekleidung	190	0,5	7,6	7 %	0,01
Schuhe/Lederwaren	10	< 0,1	1,8	3 %	< 0,01
Pflanzen/Gartenbedarf	900	0,5	1,2	40 %	0,06
Baummarktsortiment i.e.S.	710	0,8	6,9	11 %	0,05
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat/Einrichtungszubehör	390	0,7	1,2	58 %	0,03
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	80	0,2	1,8	10 %	0,01
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	10	< 0,1	1,3	4 %	< 0,01
mittelfristiger Bedarfsbereich	2.290	2,7	21,7	12 %	0,16
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	80	0,4	1,2	36 %	0,01
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	100	0,2	1,0	23 %	0,01
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	30	0,1	0,9	11 %	< 0,01
Möbel	220	0,3	4,7	6 %	0,02
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	20	0,1	2,1	6 %	< 0,01
Neue Medien	120	0,9	5,9	16 %	0,01
Uhren/Schmuck	10	0,1	0,9	8 %	< 0,01
Sonstiges	70	0,3	0,7	37 %	< 0,01
langfristiger Bedarfsbereich	650	2,4	17,3	14 %	0,05
Gesamt	7.830	31,2	78,8	40 %	0,55

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008.

Hünxe kann im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 66 % erreichen. In den übrigen Bedarfsgruppen sind im Saldo deutlichere Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Im mittelfristigen Bedarfsbereich werden Zentralitäten zwischen 3 % (Schuhe/ Lederwaren) und 58 % (Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat/Einrichtungszubehör) erzielt. Die Kaufkraftzu- und -abflüsse gestalten sich somit innerhalb ihrer Bedarfsgruppeneinteilung sehr unterschiedlich. Insgesamt wird eine Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich von 12 % erreicht. Im langfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralitätskennziffer bei 14 %.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage u. a. zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen und werden im Kap. 3.2.3 daher vertieft wieder aufgegriffen.

2.3.3 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden

In der telefonischen Haushaltsbefragung, in der Passantenbefragung sowie in der Einzelhändlerbefragung wurden neben den Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art abgefragt. Diese qualitativen Einschätzungen runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisster Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Hünxe ab.

Abbildung 14: Vermisste Angebote in Hünxe



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 01/2009; n = 303; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009; n = 833; Händlerbefragung Stadt + Handel 01/2009; n = 17; Frage: „Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie beim Einkauf in Hünxe vermissen?“

Es zeigt sich, dass der überwiegende Teil der befragten Haushalte Artikel oder Angebote in Hünxe nicht vermisst (50 %). Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den Ergebnissen der Passantenbefragung. Das Ergebnis zeigt dennoch auch, dass die Befragten mit der Angebotssituation nicht vollends zufrieden sind. Ein anderes Bild erhält man bei der Betrachtung der Ergebnisse der Händlerbefragung. Hier gibt ein deutlicher Anteil von über 70 % der Händler an, etwas in Hünxe zu vermissen. Welche Angebote im Detail vermisst werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

Tabelle 7: Vermisste Angebote in Hünxe im Detail

	Vermisste Angebote	Antworten (in % derjenigen, die etwas vermissen)
Haushaltsbefragung	Bekleidung	54 %
	Schuhe/Lederwaren	37 %
	Drogeriewaren	16 %
Passantenbefragung	Bekleidung	31 %
	Allg. Fachgeschäfte	12 %
	Schuhe	10 %
Händlerbefragung	Bekleidung	35 %
	Schuhgeschäft	18 %
	Gastronomie / Cafe	12 %

Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 01/2009; n = 303; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009; n = 833; Händlerbefragung Stadt + Handel 01/2009; n = 17; Frage: „Welche Angebote vermissen Sie beim Einkauf in Hünxe vermissen?“

Zu den vermissten Artikeln zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Bekleidung, die bei allen Befragungen am häufigsten genannt wurde. Ebenso wird das Sortiment Schuhe häufig genannt bzw. der Wunsch nach einem Schuhgeschäft häufig geäußert. Hier spiegelt sich die geringe VKF-Ausstattung dieser beiden Warengruppen in Hünxe wider.

Hervorzuheben ist zudem, dass Drogeriewaren in der Haushaltsbefragung als vermisst genannt werden. Die befragten Händler weisen den Blick zudem auf Angebote jenseits des Einzelhandels: als vermisst genannt werden Gastronomieangebote.

Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen weitere Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, ein bestimmter Zielgruppenbezug wie etwa Junge Mode/ Mode für Senioren, sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shopperlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich daher nicht unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale (solche Ansiedlungspotenziale werden erst in Kapitel 3.2 näher untersucht). Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen somit einen ersten Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungspotenziale dar, die im Weiteren näher überprüft werden müssen.

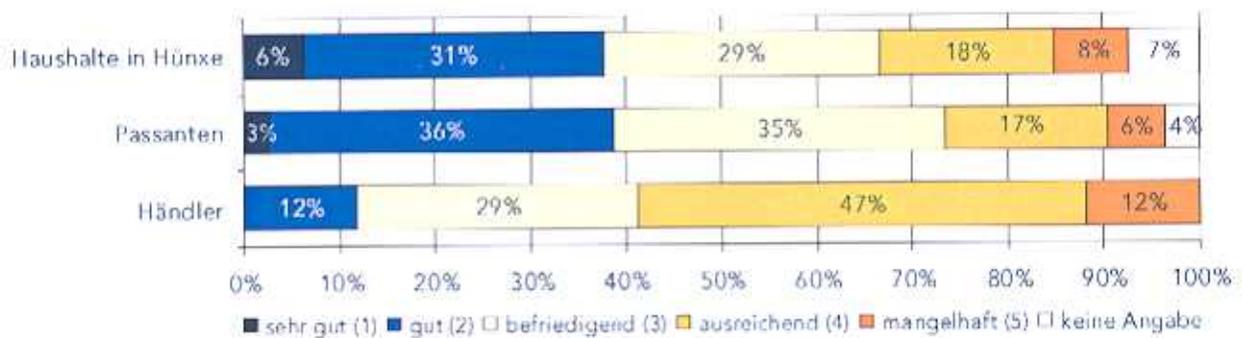
Qualitative Bewertung des Ortszentrums Hünxe aus Sicht der Kunden und der Einzelhändler

Im Folgenden soll ein genauerer Blick auf das Ortszentrum von Hünxe geworfen werden.

Die Zufriedenheit der Kunden mit dem Warenangebot setzt sich aus der Bewertung der Warenvielfalt und der Warenqualität zusammen. Die Warenvielfalt wird von den befragten Haushalten und den Passanten unentschieden bewertet. So finden 37 % der befragten

Haushalte und 39 % der Passanten, dass die Vielfalt des Warenangebots im Ortszentrum gut oder sehr gut ist. Fast genauso viele bewerten die Vielfalt des Warenangebots immerhin noch mit befriedigend. Die befragten Einzelhändler hingegen sind mit der Vielfalt des Angebotes eher unzufrieden und bewerten diese mit etwa 60 % als ausreichend bis mangelhaft. Und immerhin rund ein Viertel der Haushalte und Passanten bewerten die Vielfalt ebenfalls als ausreichend bis mangelhaft.

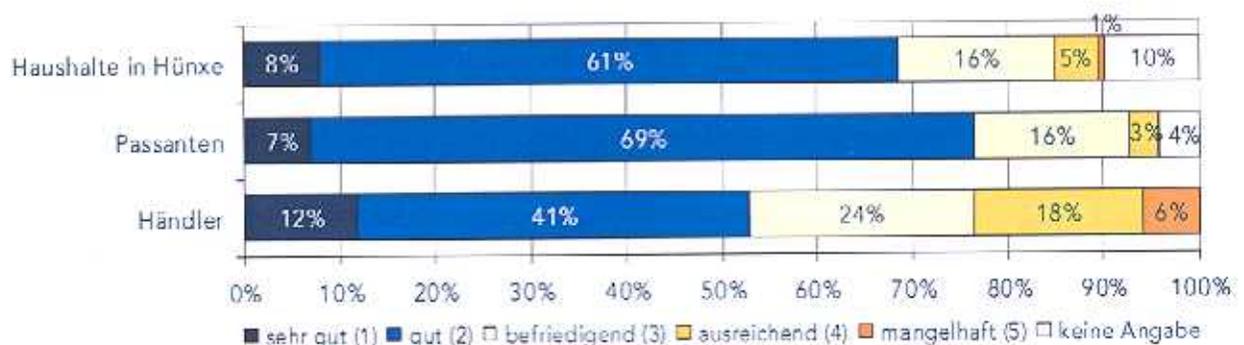
Abbildung 15: Die Vielfalt des Warenangebotes im Ortszentrum Hünxe



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Das Warenangebot wird in Bezug auf die Warenqualität deutlich besser beurteilt. Rd. 70 % der befragten Haushalte und 76 % der Passanten beurteilen die Qualität positiv. Deutlich schlechter bewerten auch hier die Einzelhändler die Qualität des Warenangebotes.

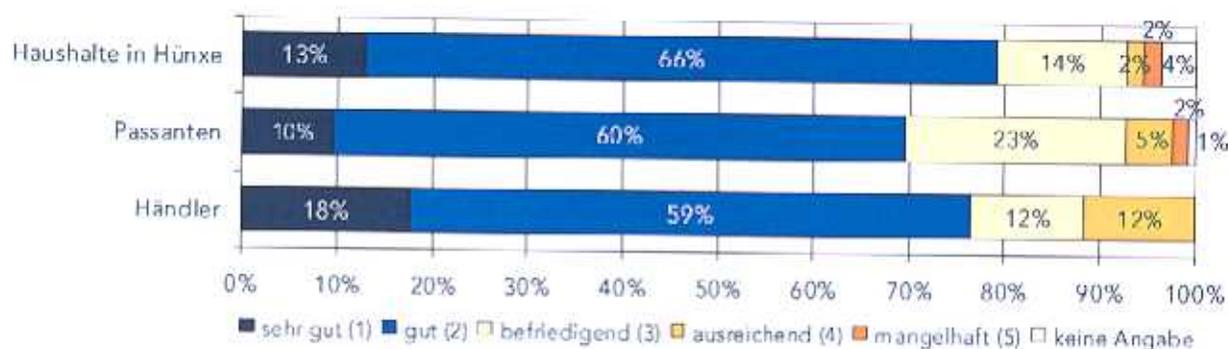
Abbildung 16: Die Qualität des Warenangebotes im Ortszentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Die Attraktivität eines Ortszentrums wird insbesondere auch durch das vorhandene Erscheinungsbild in Bezug auf die Sauberkeit ausgemacht. In Hünxe empfinden die meisten Befragten das Zentrum als sehr sauber und gepflegt. Es zeichnet sich in der Auswertung der Befragungen ein recht eindeutiges Bild ab.

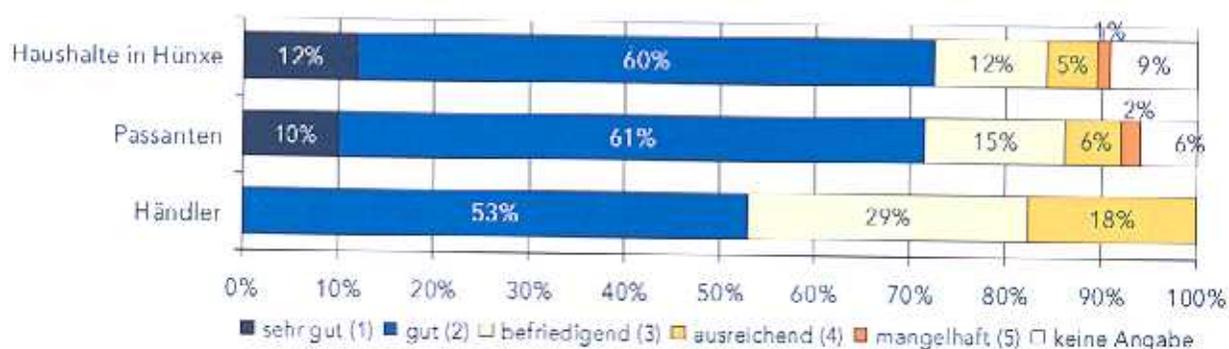
Abbildung 17: Die Sauberkeit im Ortszentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Als weiterer Attraktivitätsfaktor werden für das Ortszentrum die Ladenöffnungszeiten angeführt. Die Passanten und Haushalte geben dabei insgesamt deutlich positivere Bewertungen ab. So bewerten jeweils rd. 70 % der Passanten und der befragten Haushalte die Ladenöffnungszeiten mit einer guten oder sehr guten Bewertung, während im Vergleich nur 53 % der befragten Einzelhändler diese für gut befinden.

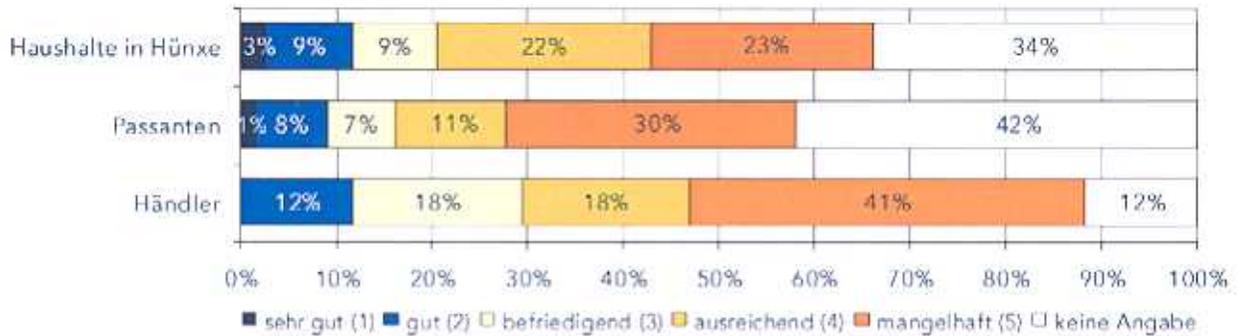
Abbildung 18: Die Ladenöffnungszeiten im Ortszentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

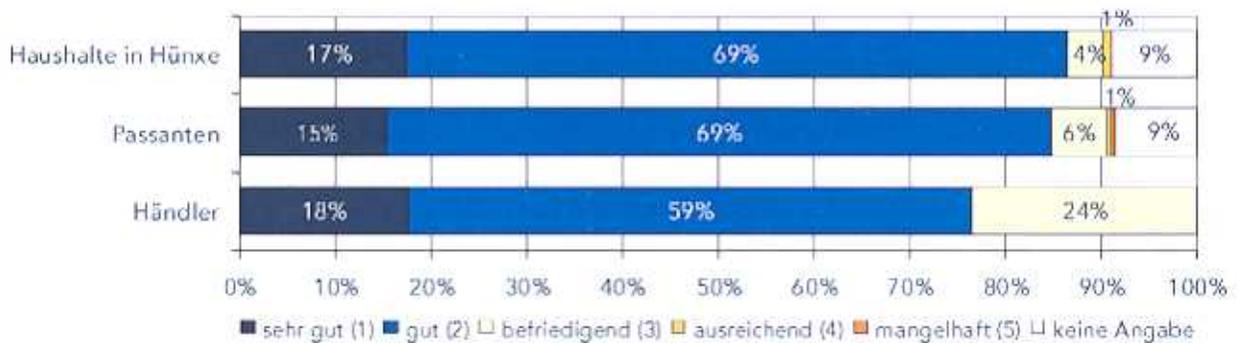
Wichtiger Bestandteil der Aufenthaltsqualität ist auch die Erreichbarkeit des Ortszentrums. Bei der Auswertung ergibt sich dabei ein zweigeteiltes Bild. Während die Erreichbarkeit mit dem ÖPNV von einer Mehrzahl der Befragten lediglich als ausreichend oder mangelhaft bewertet wird, so finden wiederum rd. 80 % dieser Befragten, dass das Ortszentrum mit dem PKW gut bis sehr gut zu erreichen ist. Auffällig ist auch der hohe Anteil der Befragten, der sich nicht zum ÖPNV-Angebot äußern konnte oder wollte, wobei über die Gründe hierfür nur spekuliert werden kann.

Abbildung 19: Die Erreichbarkeit des Ortszentrums mit dem ÖPNV



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

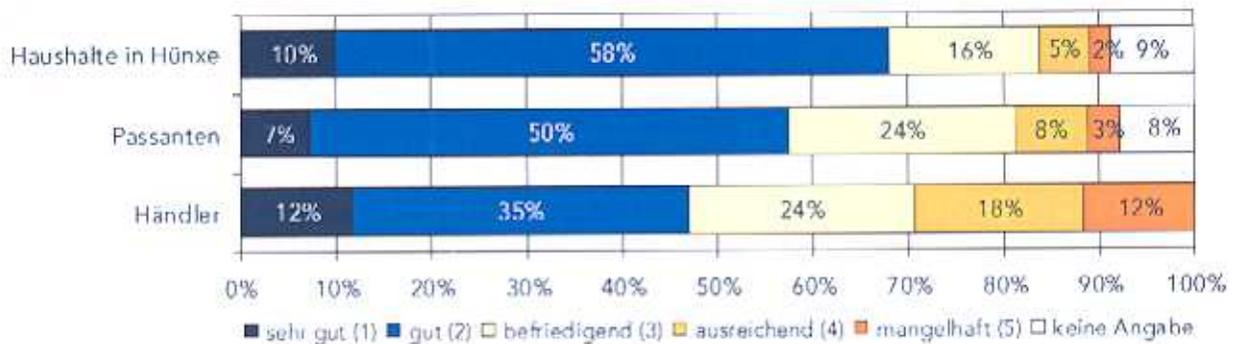
Abbildung 20: Die Erreichbarkeit des Ortszentrums mit dem PKW



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Als weiterer Aspekt der Bewertung des Ortszentrums folgt die Bewertung des Parkplatzangebotes. Überwiegend zufrieden sind die befragten Haushalte und die Passanten. Bei den befragten Einzelhändlern bewerten lediglich 47 % das Parkplatzangebot mit sehr gut oder gut. Insgesamt ist aus diesen Beurteilungen in Bezug auf das Parkplatzangebot im Ortszentrum festzuhalten, dass das tatsächliche quantitative Stellplatzangebot als ausreichend zu bezeichnen ist.

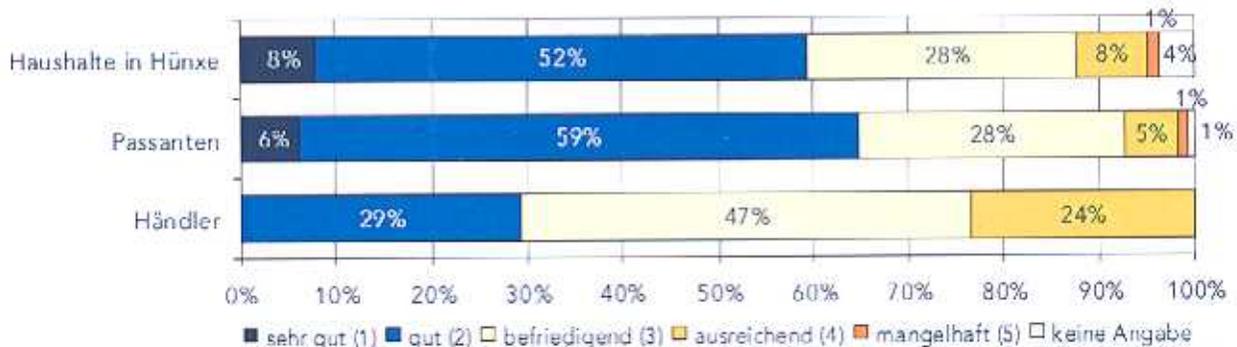
Abbildung 21: Das Angebot an Parkplätzen im Ortszentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Die Befragungen endeten stets mit einer Befragung zur Gesamtzufriedenheit mit dem Ortszentrum. Zusammenfassend nach einem Gesamturteil befragt, äußern sich die befragten Haushalte und Passanten mit ca. 60 - 65 % über das Ortszentrum zufrieden, während sich die befragten Einzelhändler darüber deutlich weniger positiv äußern. Nur 29 % von ihnen bewerten ihre Gesamtzufriedenheit als gut.

Abbildung 22: Gesamtzufriedenheit mit dem Ortszentrum



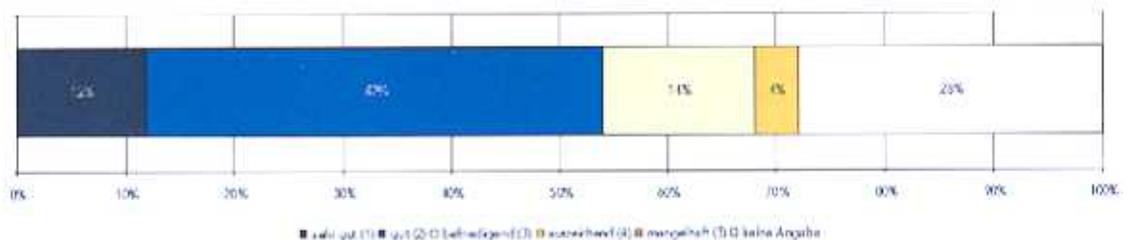
Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 02/2009; Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Einzelhändlerbefragung Stadt + Handel 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie...?“

Es kristallisiert sich insgesamt also eine deutliche positive Kundenzufriedenheit heraus, die in den Teilaspekten Warenvielfalt und Erreichbarkeit des Ortszentrums noch erhöht werden könnte.

Gesamtzufriedenheit in den beiden Ortsmitten Drevenack und Bruckhausen

Die nachfolgenden Abbildungen geben einen Überblick über die Gesamtbewertung der befragten Passanten zu den beiden Ortsmitten.

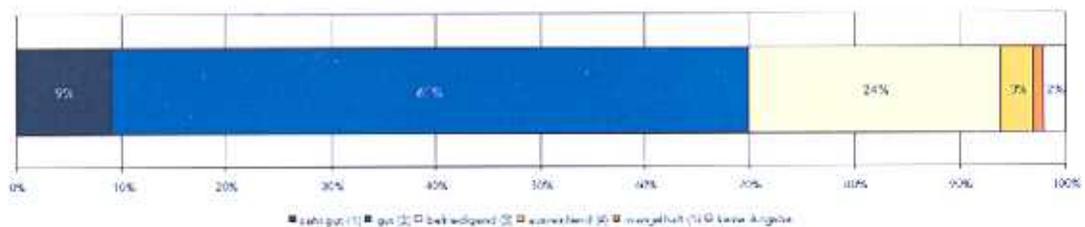
Abbildung 23: Gesamtzufriedenheit mit dem Ortskern Drevenack



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie das Ortszentrum Drevenack alles in allem?“

Hier wird deutlich, dass Drevenack zwar auch überwiegend positiv bewertet wird, insgesamt aber schlechter abschneidet als Bruckhausen oder das Ortszentrum.

Abbildung 24: Gesamtzufriedenheit mit dem Ortskern Bruckhausen



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 01/2009 & 02/2009; Frage: „Mit welcher Schulnote von 1 bis 5 bewerten Sie das Ortszentrum Bruckhausen alles in allem?“

Die Ortsmitte Bruckhausen schneidet mit 70 % positiven Bewertungen insgesamt gut ab.

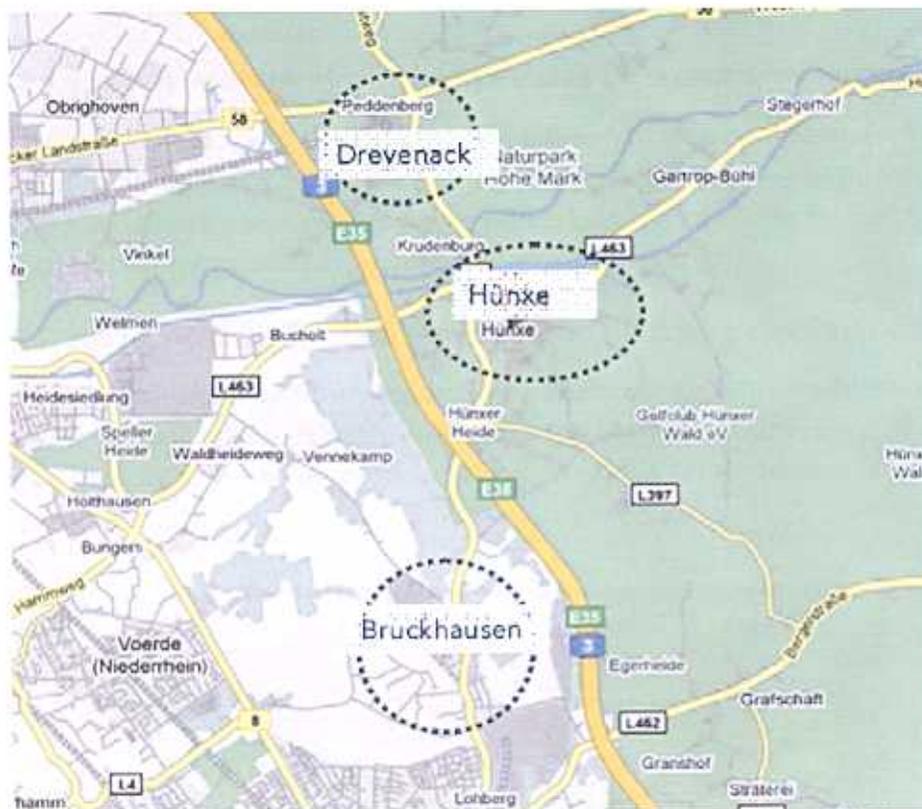
2.4 Analyse und Bewertung der Standortstruktur

In der nachfolgenden städtebaulichen Analyse werden die relevanten Einzelhandelsstandorte hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Hünxe einbezogen.

2.4.1 Übersicht über die bestehende Zentrenstruktur

Neben dem Ortszentrum Hünxe gibt es noch die Ortskerne Bruckhausen und Drevenack, die ebenfalls über eigene Versorgungskerne verfügen und somit eine eigenständige Bedeutung haben. Ergänzend verfügt Hünxe über einen Einzelhandelsstandort in nicht integrierter Lage, an dem sich zwei Lebensmitteldiscounter befinden (Junkers Feld).

Abbildung 25: Die Ortsteile in Hünxe



Quelle: Quelle: verändert auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teleatlas

In der folgenden Tabelle wird das gesamtgemeindliche Gewicht der einzelnen Ortszentren deutlich. Insgesamt 16 Betriebe und somit rund 29 % aller Betriebe der Gemeinde sind im Ortszentrum Hünxe angesiedelt, während in Bruckhausen und Drevenack jeweils 11 bzw. 15 % zu verzeichnen sind.

Tabelle 8: Angebotsstruktur der Ortskerne in Hünxe

	Ortszentrum Hünxe	Ortskern Bruckhausen	Ortskern Drevenack
Anzahl EH - Betriebe	16	6	8
Anteil gesamtgemeindlich	29 %	11 %	15 %
Verkaufsfläche [m²]	1.700	800	1.100
Anteil gesamtgemeindlich	21 %	10 %	14 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; VKF auf 100 m² gerundet

Die einzelnen Ortskerne selbst werden in den nachfolgenden Kapiteln näher analysiert und bewertet. Es werden abschließend sowohl Empfehlungen zu künftigen Versorgungsfunktionen der einzelnen Ortsteile gemacht als auch die Optionen zur Weiterentwicklung der ein-

zelenen Ortsteile unter Berücksichtigung der übergeordneten und der gesamtgemeindlichen Zielstellung vorgestellt.

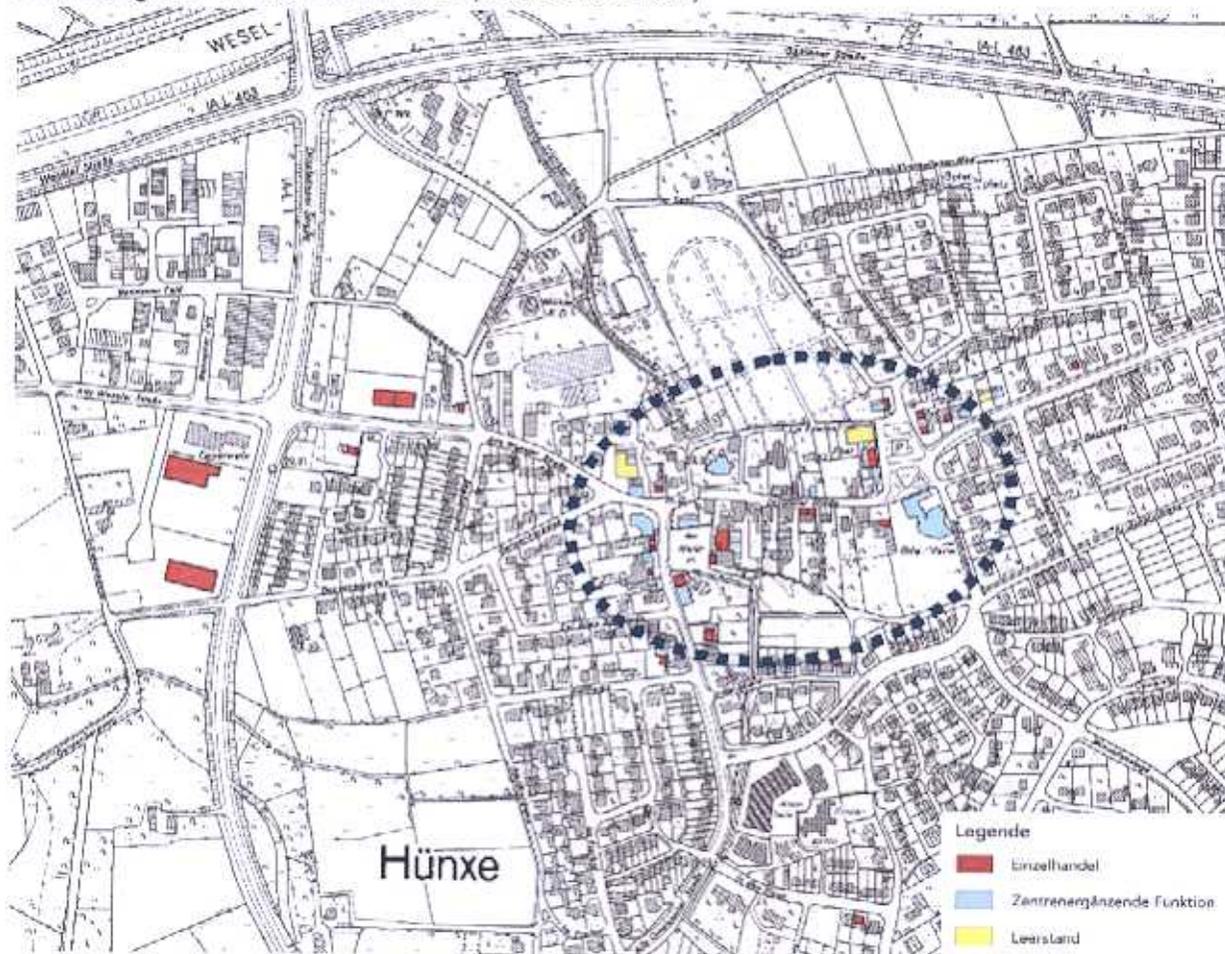
2.4.2 Sonstige Standortmerkmale des Ortszentrums Hünxe

Das Ortszentrum von Hünxe, zentral im Gemeindegebiet gelegen, ist mit einem Anteil von rund 29 % aller Einzelhandelsbetriebe und 21 % der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche der Einkaufsschwerpunkt im Gemeindegebiet (vgl. Tabelle 8). Das Ortszentrum Hünxe verfügt über ein Angebot in verschiedenen Bedarfsstufen.

Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung des Ortszentrums Hünxe

Das Ortszentrum ist überwiegend von Wohnbebauung umschlossen und erstreckt sich an den zwei wichtigen Plätzen, nämlich dem Marktplatz und dem Platz an der Straße Donnersbergstege sowie an der, diese beiden Plätze verbindenden Dorstener Straße.

Abbildung 26: Ortszentrum Hünxe (Bestandsstruktur)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2009

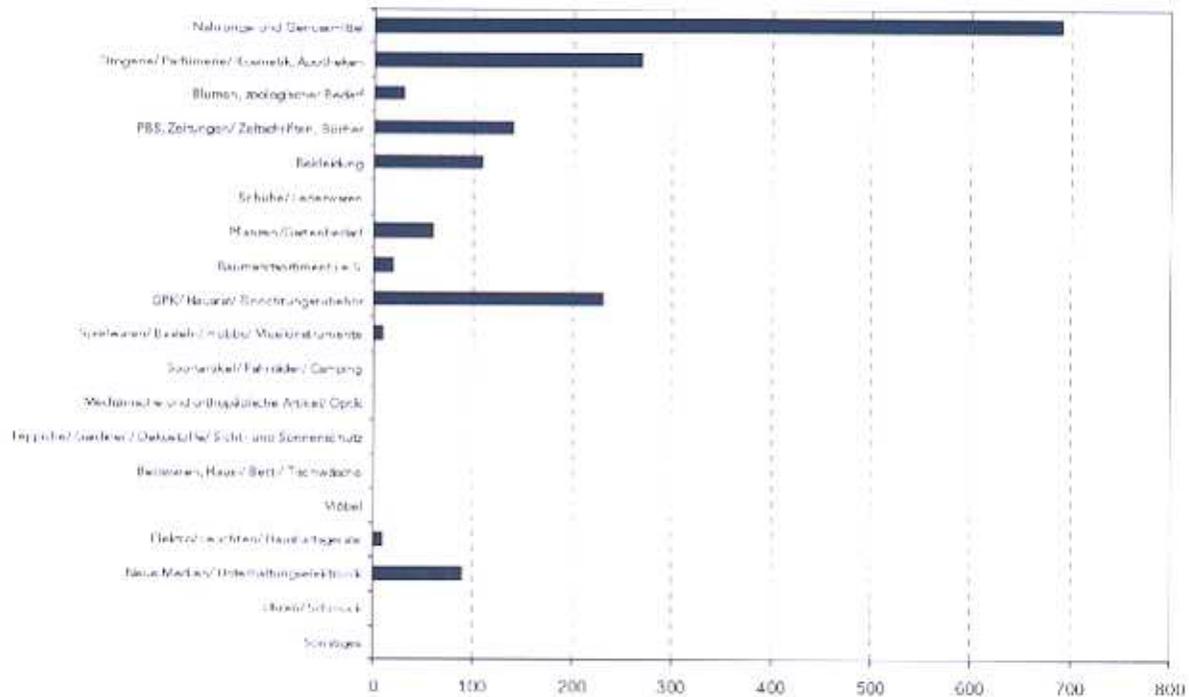
Für den motorisierten Individualverkehr besteht eine sehr gute Anbindung: Zum einen durch die unmittelbare Nähe zur Autobahn A 3, an die die zentralen Hauptverkehrsstraßen Hünxes direkt angeschlossen sind (z. B. Weseler Straße). Zum anderen tragen weitere überörtliche Verbindungsstraßen zu der guten verkehrlichen Anbindung des Ortszentrums bei. Wesentliche Stellplatzanlagen befinden sich am Marktplatz und am Busbahnhof in unmittelbarer Nähe zum Rathaus. Das Ortszentrum wird durch den öffentlichen Personennahverkehr in den Bereichen Alte Dinslakener Straße und am zentralen Busbahnhof erschlossen. Im Wesentlichen kann das Ortszentrum aus allen Siedlungsbereichen der Gemeinde per Linienbus erreicht werden.

Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes im Ortszentrum liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rd. 700 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken im Ortszentrum eine

Verkaufsfläche von rd. 300 m²; die drittstärkste Warengruppe ist Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör.⁸

Abbildung 27: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Hünxe

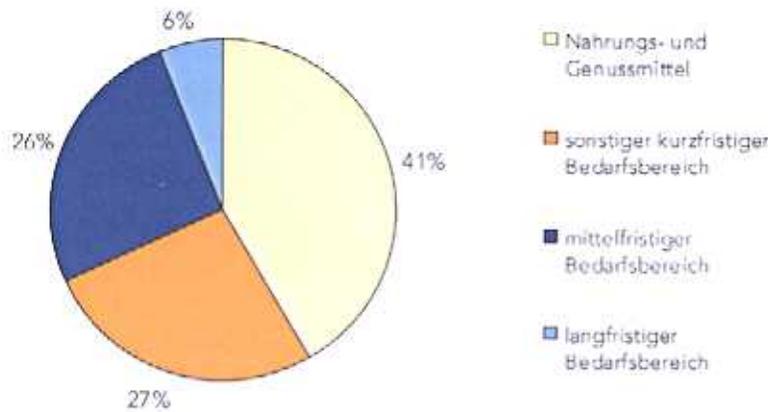


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird insb. durch das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel gebildet. Sortimente des mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereichs werden nur in sehr geringem Umfang angeboten.

⁸ Werte auf 50 m² gerundet

Abbildung 28: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Ortszentrum Hünxe



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009

Magnetbetriebe

Der Supermarkt Rewe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel ist der größte Betrieb im Ortszentrum von Hünxe. Diesem Betrieb ist vor allem aufgrund seiner Versorgungsfunktion und seiner Wirkung auf die Kundenfrequenz im Ortszentrum Hünxe als funktional wichtiger Magnetbetrieb zu bewerten, wenngleich die Verkaufsflächenausstattung in Zukunft durchaus noch ausbaufähig erscheint. Die zentrale Lage am Marktplatz von Hünxe unterstützt dies.

Tabelle 9: Die drei größten Einzelhandelsbetriebe im Ortszentrum

Betriebsname	Hauptsortiment
Rewe	Nahrungs- und Genussmittel
Schlecker	Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken
Brüggendick	Glas, Porzellan, Keramik/ Hausrat/ Einrichtungszubehör

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009

In etwa 300 m Entfernung vom Rewe befindet sich mit dem Drogeriemarkt Schlecker auf der Straße Donnerbergstege – in unmittelbarer Nähe zum Rathaus – der zweitgrößte Betrieb des Ortszentrums.

Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebotes

Neben den Magnetbetrieben und der Verkaufsflächenstruktur bildet außerdem die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes aus Kundensicht einen wichtigen Faktor. 16 Einzelhandelsbetriebe stellen zwar den Angebotsschwerpunkt aller Einkaufsstandorte in der Gemeinde dar, dieser Besatz ist allerdings noch ausbaufähig. Die obigen Abbildungen veranschaulichen, dass einige Sortimente nur marginal oder gar nicht vertreten sind, dass der Verkaufsflä-

chenschwerpunkt stark im kurzfristigen Sortimentsbereich liegt, und dass auch die befragten Kunden Sortimente als vermisst nennen.

Im Folgenden näher zu untersuchen ist, ob und wie die heute dreigeteilte Zentrenstruktur im Ort anders als bisher genutzt werden kann, um zumindest ein leistungsstarkes Zentrum zu bilden. Zum anderen ist nachfolgend zu untersuchen, welche Ansiedlungsspielräume auch absatzwirtschaftlich zum Ausbau der Angebotsvielfalt für Hünxe bestehen.

Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität eines Zentrums. Daher beziehen die Ziele der Landesplanung hinsichtlich der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche öffentliche und private Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen in die Bewertung der Nutzungsdichte und -vielfalt ein.⁹

Im Ortskern Hünxe wurden neben 16 Einzelhandelsbetrieben immerhin 22 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen allein in Erdgeschosslage kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken und Reisebüros zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Auch die Gemeindeverwaltung und Banken stellen relevante Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrenutzungen dar.

Im Ortszentrum Hünxe kann der Bereich des zentral gelegenen Marktplatzes als bedeutendster Standortbereich für den Einzelhandel festgelegt werden. Die daran anschließende Dorstener Straße und die Straße Donnersbergstege bieten ein ergänzendes Einzelhandelsangebot. Die Nutzungsdichte aus Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen ist an beiden Plätzen hoch, nicht so allerdings im Zwischenbereich der Dorstener Straße, die diese Plätze verbindet.

Ladenleerstand

Im Ortszentrum Hünxe standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt 2 Ladenlokale leer. Bezogen auf das Innenstadtzentrum ergibt sich hier eine überaus niedrige Leerstandsquote von rd. 1 %¹⁰ an allen verfügbaren Ladenlokalen.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Ortszentrums

Das Ortszentrum Hünxe ist der Kern der gesamtgemeindlichen Einzelhandelsaktivitäten und der bedeutendste Standort für viele weitere Aktivitäten (Inanspruchnahme von Verwaltungsdiensten, Gastronomie, etc.). Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung

⁹ Vgl. § 24 a LEPro NRW

¹⁰ Nur Leerstände mit potenzieller Einzelhandelsnutzung

der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für das Ortszentrum Hünxe folgende Stärken festhalten:

- ein gewisses Standortgewicht gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe,
- eine als positiv zu bewertende räumlich-funktionale Grundstruktur in Form einer „Knochenstruktur“ zwischen Marktplatz und dem Rathausvorplatz,
- eine überwiegend ansprechende Gestaltung der öffentlichen Räume,
- zahlreiche zentrenergänzende Funktionen, dadurch insgesamt eine deutliche Nutzungsmischung und -dichte.

Gleichzeitig lassen sich einige Schwachpunkte erkennen:

- eine ausbaufähige Angebotsvielfalt aufgrund des Fehlens einiger Branchen und dadurch, dass in einigen Branchen jeweils nur ein Anbieter vorhanden ist,
- nur ein wesentlicher prägender Magnetbetrieb der Lebensmittelbranche, der zudem mit einer im Vergleich zu anderen Supermärkten geringen Verkaufsfläche ausgestattet ist,
- zwar sind die Leerstände in ihrer Anzahl insgesamt nicht als problematisch wahrzunehmen, dennoch ist der Leerstand am ehemaligen Plus-Standort wegen seiner Größe im Ortszentrum als Handlungsbedarf erkennbar.

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

Im Einzelnen sollte z. B. überprüft werden,

- welche Ansiedlungspotenziale erkennbar sind und wo diese mikroräumlich mit den größtmöglichen Synergieeffekten für das Gesamtzentrum angesiedelt werden könnten,
- wie der Magnetbetrieb für die Zukunft weiterentwickelt werden kann,
- wie mikroräumliche Lagen (und auch einzelne Immobilien) in ihrer Attraktivität gesichert und gesteigert werden können.

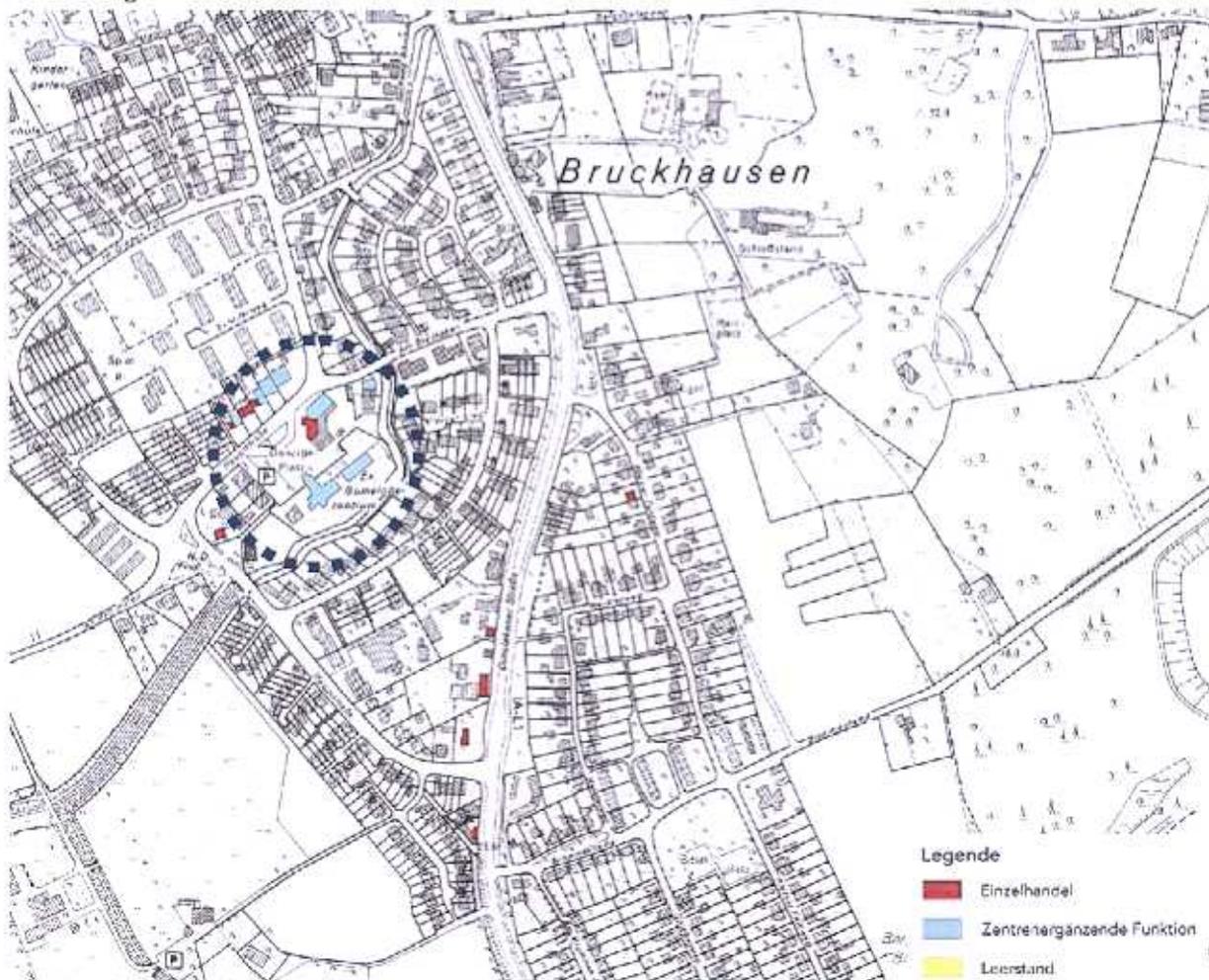
2.4.3 Standortmerkmale des Ortskerns Bruckhausen

Bruckhausen liegt in südlicher Richtung rund fünf Kilometer vom Ortszentrum Hünxe entfernt. Hier befinden sich neben einigen Einzelhandelsbetrieben auch eine Bank, weitere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie eine Kirche.

Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung

- Den Ortskern von Bruckhausen bildet der Danziger Platz; hier befindet sich ein Großteil der Bruckhausener Einzelhandelsbetriebe.
- Magnetbetrieb des Ortskerns ist der Edeka-Markt am Danziger Platz.

Abbildung 29: Ortskern Bruckhausen



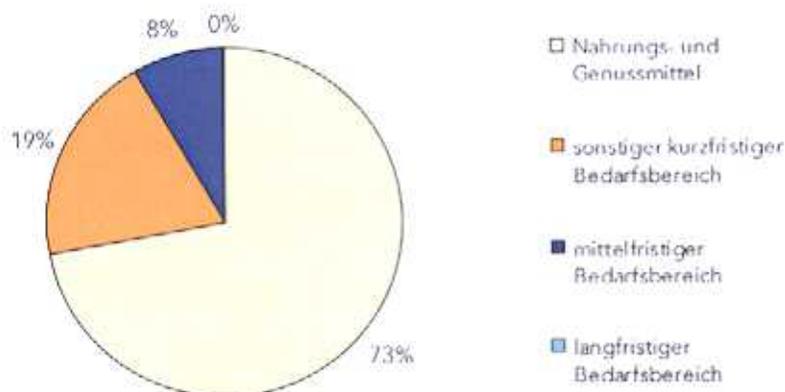
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe

- Eine verkehrliche Anbindung wird für den motorisierten Individualverkehr durch die Dinslakener Straße (L1) gewährleistet; ebenso verkehrt eine Buslinie direkt nach Dinslaken bzw. in Richtung Hünxer Ortszentrum.
- Am Danziger Platz gibt es zentral gelegene Stellplätze für Pkw.

Angebotsmerkmale und -schwerpunkte

- Die Ortsmitte von Bruckhausen verfügt über 6 Einzelhandelsbetriebe, die durch 7 Dienstleistungsangebote ergänzt werden (Gastronomie, Bank, Versicherung etc.).
- Größter Einzelhandelsbetrieb ist ein Edeka-Markt, der für den Ortskern Bruckhausen eine Magnetfunktion bzw. eine Funktion als Frequenzbringer einnimmt.

Abbildung 30: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Ortskern von Bruckhausen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009

- Insgesamt ist das Angebot in Bruckhausen in allen Sortimenten eher gering, so dass hier hauptsächlich eine gewisse Grundversorgung für Bruckhausen gewährleistet werden kann.
- Gegenüber dem Ortszentrum Hünxe noch deutlicher überwiegend auf Nahversorgung bezogenes Angebot.
- Leerstände waren zum Zeitpunkt der Erhebung nicht vorhanden.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Ortskerns von Bruckhausen

Der Angebotsschwerpunkt von Bruckhausen liegt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich. Stärken dieses Ortsteils sind

- die Gestaltung als kompakte Ortsmitte an zentralem Platz,
- zentrale Parkplatzsituation,
- den Grundbedarf deckendes Nahversorgungsangebot,
- Ansatz einer ergänzenden Funktionsvielfalt.

Als eher ungünstig ist allerdings die baulich eingegengte Lage des Ortskerns zu bewerten, die mögliche Umbau- oder Erweiterungsvorhaben erschwert.

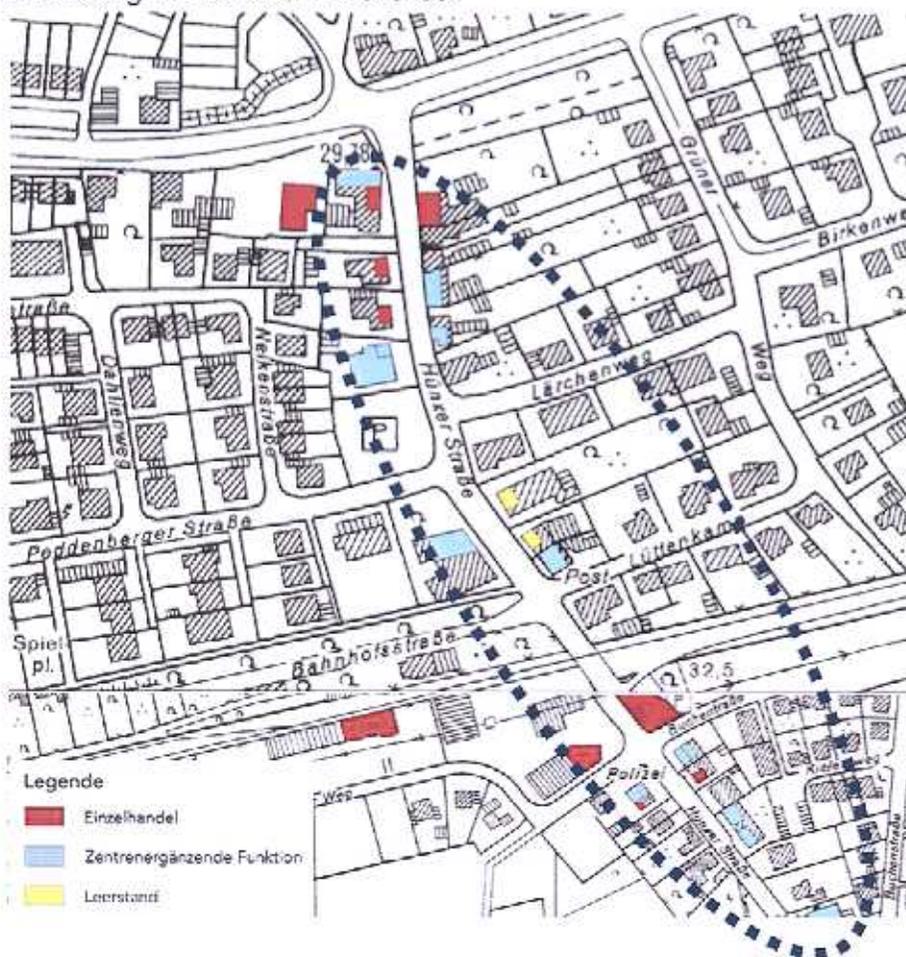
2.4.4 Standortmerkmale des Ortskerns Drevenack

Drevenack liegt in nördlicher Richtung rd. drei Kilometer vom Ortszentrum Hünxe entfernt. Hier befinden sich mehrere Einzelhandelsbetriebe, zwei Banken und weitere zentrenergänzende Funktionen.

Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung

- Die wichtigste Straße im Ortskern ist die Hünxer Straße; hier befindet sich der überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe von Drevenack (vgl. folgende Abbildung).
- Wesentlicher Magnetbetrieb des Ortskerns ist der Edeka-Markt.

Abbildung 31: Ortskern Drevenack

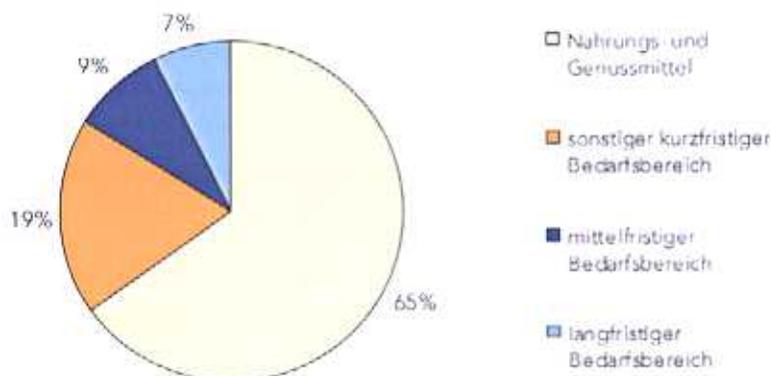


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe

Angebotsmerkmale und -schwerpunkte

- Die Ortsmitte von Drevenack verfügt über 8 Einzelhandelsbetriebe, die durch 13 Dienstleistungs- bzw. Gastronomieangebote ergänzt werden.
- Größter Einzelhandelsbetrieb im Ortskern ist ein Edeka Markt, der für Drevenack eine Magnetfunktion bzw. eine Funktion als Frequenzbringer einnimmt.

Abbildung 32: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Ortskern von Drevenack



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 01/2009

- Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich mit deutlichem Gewicht im Nahrungs- und Genussmittelbereich.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung gab es in der Ortsmitte von Drevenack zwei Leerstände.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Ortskerns von Drevenack

Die Stärken lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Der vorhandene relevante Nahversorgungsbetrieb ist zentral in der Ortsmitte gelegen,
- es ist eine gewisse Funktionsvielfalt vorhanden,
- die Parkplatzsituation in der Ortsmitte kann positiv bewertet werden.

Als eher ausbaufähig lassen sich folgende Merkmale bezeichnen:

- die vorhandenen Verweilmöglichkeiten bzw. die bauliche Gestaltung der öffentlichen Räume,
- die fehlende Kompaktheit der kundenorientierten Angebote in der Ortsmitte,
- die ausbaufähige Kundenzufriedenheit mit dem Standort.

2.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Hünxe

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

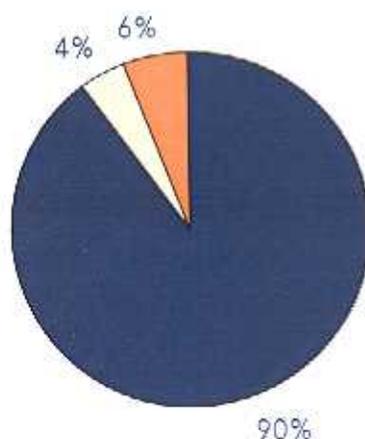
Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs-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

Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandelskonzeptes werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Hünxe zusammengefasst (vgl. Kap. 4.3).

2.5.1 Verkehrsmittelwahl

Bei der Frage nach der Verfügbarkeit eines PKW in den befragten Haushalten bejahen 90 %, dass dies bei Ihnen regelmäßig der Fall ist. Nur insgesamt 10 % geben an, nur manchmal oder nie einen PKW regelmäßig zur Verfügung zu haben.

Abbildung 33: Verfügbarkeit eines PKW



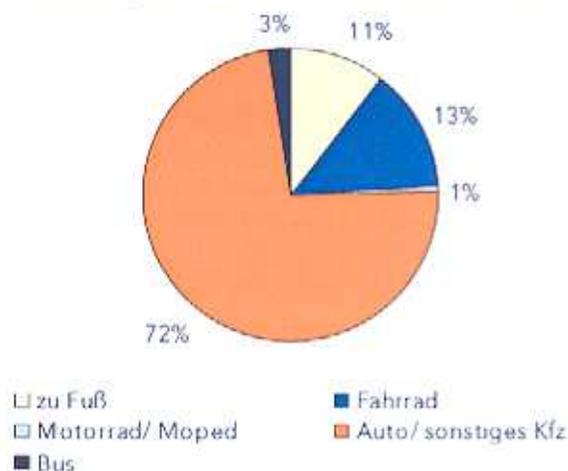
■ Ja, immer □ Manchmal ■ Nie

Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 01/2009; Frage: Steht Ihrem Haushalt regelmäßig ein PKW zur Verfügung?

Für den regelmäßigen Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren wird das Auto weitaus weniger häufig genutzt. Rund 72 % erledigen ihre täglichen Einkäufe mit dem Pkw. Da-

nach folgt mit großem Abstand die Angabe Fahrrad mit 13 %. Es zeigt sich, dass immerhin ein Viertel der Haushalte zur täglichen Versorgung nicht regelmäßig auf einen Pkw zurückgreifen kann oder möchte. Für dieses Viertel aller Haushalte hat eine wohnortnahe Grundversorgung daher eine immens hohe Bedeutung für die Wohn- und Lebensqualität vor Ort.

Abbildung 34: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 01/2009; Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren?

2.5.2 Gesamtgemeindliche Angebotsdaten zur Nahversorgung

Hünxe verfügt gesamtgemeindlich über eine zwar niedrige, aber nicht grundsätzlich unangemessene quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,25 m² Verkaufsfläche (Bundesdurchschnitt rd. 0,39 m²).¹¹ Die erreichte Eigenbindung weist darauf hin, dass ein Großteil der Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in Hünxe verbleibt. Die Zentralitätskennziffer von 69 % verdeutlicht, dass Hünxe – einem Grundzentrum entsprechend – eine Versorgungsfunktion für den Gesamtort gut ausfüllen kann.

¹¹ EHI 2008/2009

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

Einwohner	rd. 14.200
Verkaufsflächenausstattung NuG	rd. 3.600 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,25 m ² VKF/EW <small>(im Bundeschnitt 0,39 m²)</small>
Jahresumsatz NuG	rd. 21 Mio. €
Zentralitätskennziffer NuG	69 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2006; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Trotz der angemessenen gesamtgemeindlichen Ausstattungsdaten wird nachfolgend ein genauerer Blick auf die einzelnen Ortsteile geworfen, um die räumliche Versorgungsqualität ortsteilbezogen zu bewerten.

2.5.3 Die räumliche Nahversorgungsstruktur in den Ortsteilen

Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.¹² In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Hünxe

Im Ortsteil Hünxe befinden sich zwei Lebensmitteldiscounter und ein Lebensmittelsupermarkt. Während sich der Lebensmittelsupermarkt zentral im Ortszentrum befindet, liegen die beiden Discounter in einem städtebaulich nicht-integrierten Lagebereich.

¹² Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 Gehminuten entspricht, vgl. hierzu Einzelhandelserlass NRW 2008: Nr. 2.3.1

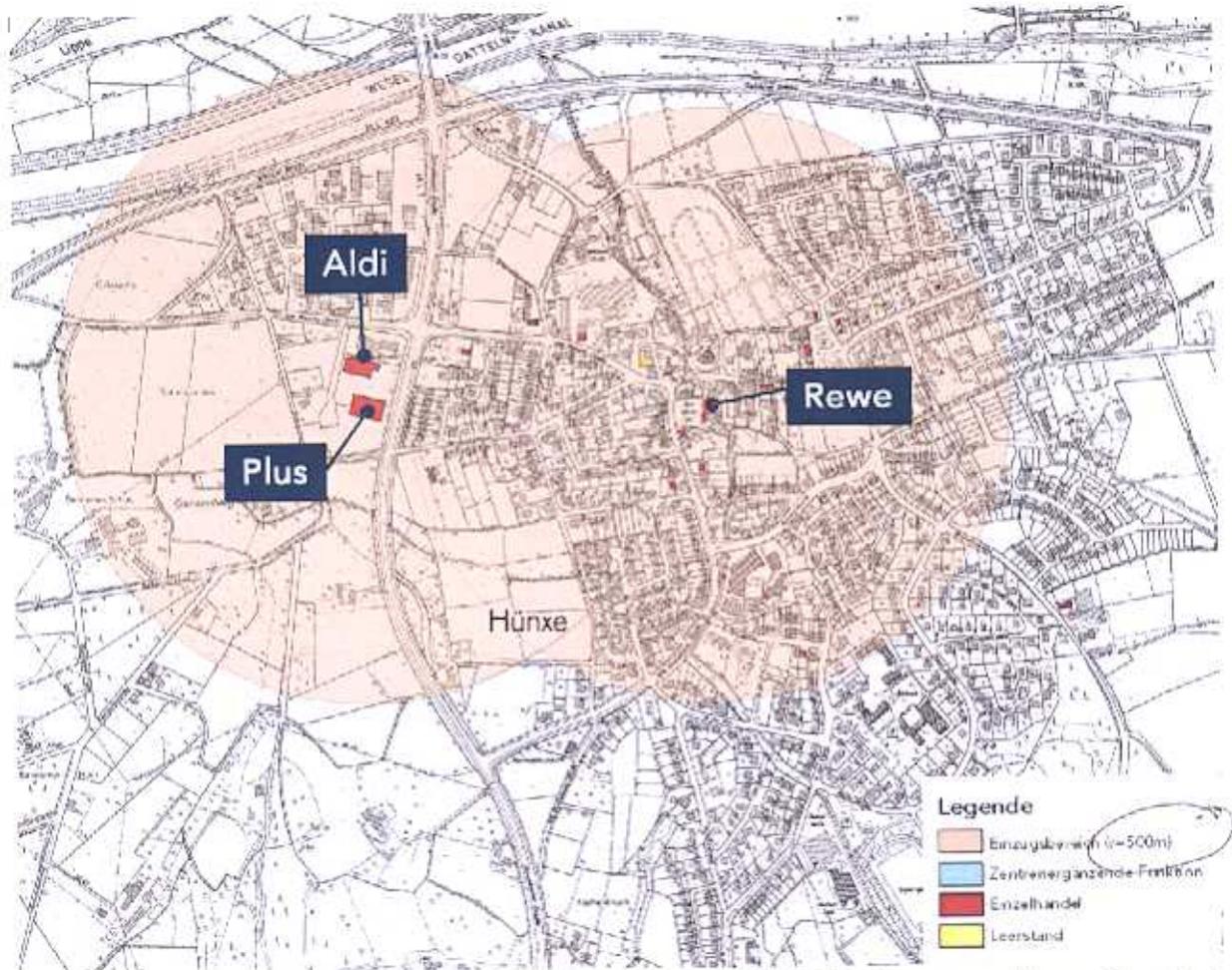
Tabelle 11: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Hünxe

Einwohner im Stadtteil	rd. 5.100
Verkaufsflächenausstattung NuG	rd. 2.100 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,41 m ² VKF/EW <small>(im Bundeschnitt etwa 0,39 m²)</small>
Jahresumsatz NuG	rd. 13 Mio. €
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	121 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008; Werte gerundet; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet

Neben der quantitativen ist auch die qualitative Ausstattung durch den vorhandenen Betriebstypenmix aus Supermärkten und Lebensmitteldiscountern als positiv zu bewerten. Negativ anzumerken ist, dass sich durch die Lebensmitteldiscounter ein Angebotsschwerpunkt außerhalb des Ortszentrums herausbildet hat. Wie die nachfolgende Karte verdeutlicht, versorgen die Discounter aufgrund ihrer Lage nur wenige Wohnsiedlungsbereiche in ihrem Nahbereich. Dagegen kann das im Ortszentrum angesiedelte Angebot (potenziell) wesentlich größere Teile des Ortes im Nahbereich versorgen. In der Analyse des Ortszentrums wurde bereits herausgestellt, welche hohe funktionale Bedeutung der im Ortszentrum gelegene Lebensmittelmarkt für das Funktionieren des Zentrums als Ganzes hat, wenn gleich er gemessen an typischen Größenordnungen von Supermärkten erweiterungsfähig erscheint.

Abbildung 35: Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Hünxe



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Bruckhausen

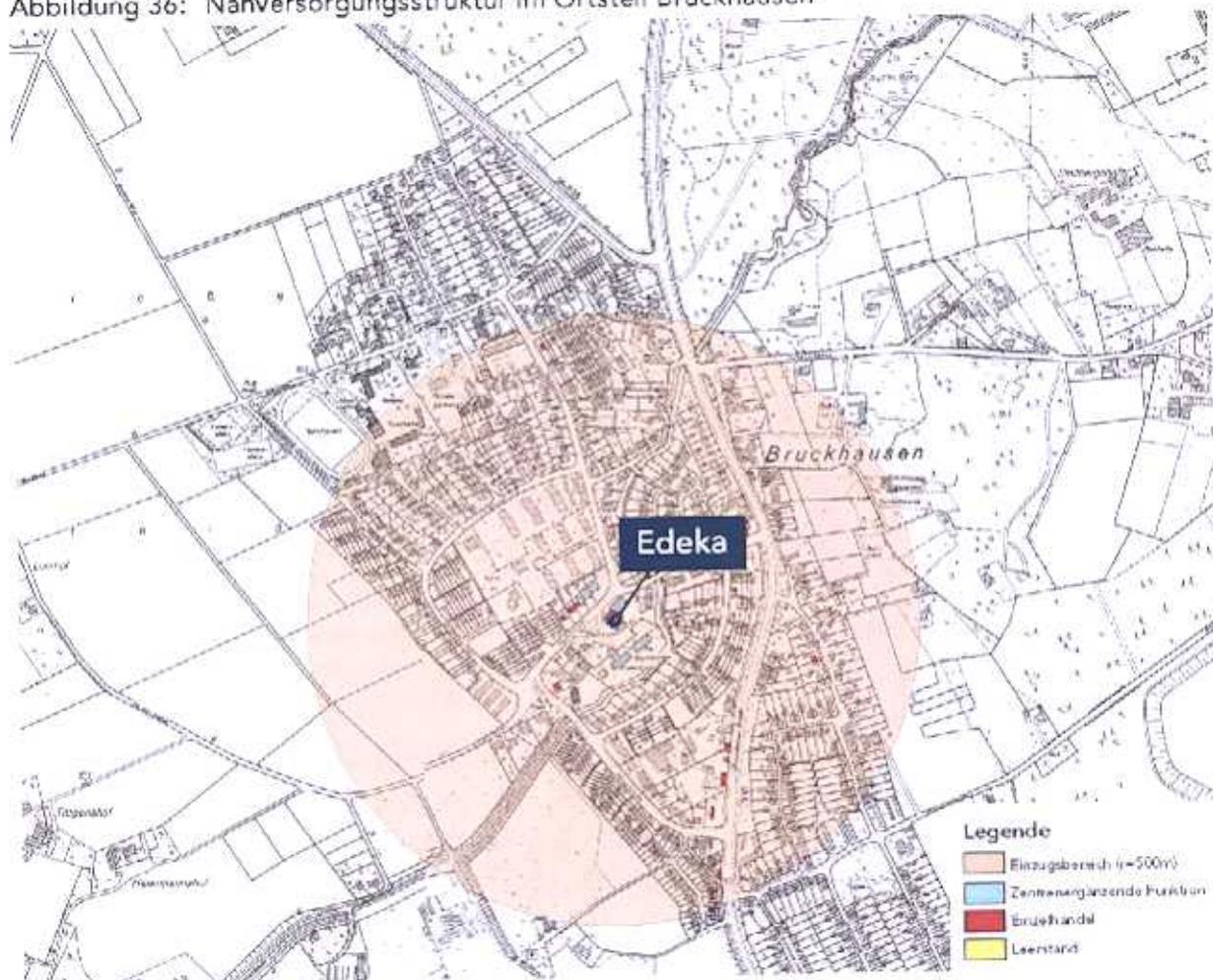
Im Ortsteil Bruckhausen befindet sich ein Lebensmittelsupermarkt zentral am Danziger Platz in der Ortsmitte gelegen.

Tabelle 12: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Bruckhausen

Einwohner im Stadtteil	rd. 4.270
Verkausflächenausstattung NuG	rd. 600 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,14 m ² VKF/EW (im Bundesdurchschnitt etwa 0,39 m ²)
Jahresumsatz NuG	k. A.*
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	k. A.*

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008; Werte gerundet; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *Sofern den Datenermittlungen weniger als drei Betriebe zugrunde liegen, werden die Umsatzleistungen und Zentralitätskennwerte aus Datenschutzgründen nicht angegeben.

Abbildung 36: Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Bruckhausen



Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe

Bei der Betrachtung der Nahversorgungsstruktur in Bruckhausen ist positiv herauszustellen, dass fast der gesamte Siedlungsbereich von Bruckhausen im Nahbereich versorgt werden kann. Allenfalls für kleinere Randbereiche trifft dies nicht zu. Der Lebensmittelmarkt selbst ist – gemessen an Größenordnungen aktuell marktgerechter Supermärkte – als vergleichsweise klein zu bewerten. Diese Bewertung ändert allerdings nichts daran, dass dieser Betrieb die Grundversorgung für Bruckhausen gleichwohl gewährleisten kann.

Ein unmittelbarer planerischer Handlungsbedarf zur Optimierung der Nahversorgung ergibt sich für Bruckhausen insgesamt nicht.

Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Drevenack

Im Ortsteil Drevenack befindet sich ein Lebensmittelsupermarkt in zentraler Lage an der Hünxer Straße.

Tabelle 13: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ortsteil Drevenack

Einwohner im Stadtteil	rd. 3.330
Verkaufsflächenausstattung NuG	rd. 900 m ² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,21 m ² VKF/EW <small>(im Bundeschnitt: etwa 0,39 m²)</small>
Jahresumsatz NuG	k. A.*
Ortsteil-Zentralitätskennziffer NuG	k. A.*

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008; Werte gerundet; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet; * Sofern den Datenermittlungen weniger als drei Betriebe zugrunde liegen, werden die Umsatzleistungen und Zentralitätskennwerte aus Datenschutzgründen nicht angegeben.

Auch in Drevenack wird bei der Nahversorgungsanalyse deutlich, dass eine Nahversorgung im Ortsteil durch die zentrale Lage des Lebensmittelmarktes beinahe flächendeckend sichergestellt werden kann. Zudem zeigt sich anhand der siedlungsräumlichen Beziehungen, dass Drevenack eine gewisse Mitversorgungsfunktion für den kleinen Ortsteil Krudenburg übernehmen kann.

Abbildung 37: Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Drevenack



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe

2.6 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandels-situation in Hünxe

Die derzeitige Einzelhandelssituation in Hünxe kann je nach Sortimentsbereich und je nach Standort unterschiedlich bewertet werden. Daher fällt auch der erkennbare Handlungsbedarf entsprechend differenziert aus, wobei im Konzeptteil dieses Berichts die Abhängigkeiten, die zwischen den einzelnen Stellgrößen und Einflussfaktoren bestehen, nicht aus dem Auge gelassen werden dürfen.

Zu den für den Einzelhandel in Hünxe wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Das Kaufkraftniveau in Hünxe mit rd. 110 % liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt.
- Hünxe liegt in einem siedlungsstrukturell stark verflochtenen polyzentralen Raum mit einer starken Wettbewerbssituation durch die Ober- und Mittelzentren (insbesondere Duisburg, Oberhausen, Wesel und Dinslaken).

- Hünxe verfügt über einen vergleichsweise kleinen Einzugsbereich und versorgt keinen nennenswerten Bereich über das eigene Gemeindegebiet hinaus.
- Hünxe ist geprägt durch ein mehrgliedriges Siedlungsgebiet, in dem die drei Ortsteile sich bezüglich ihrer Einwohnerstärke nicht deutlich voneinander unterscheiden.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 55 Einzelhandelsbetrieben sind über 55 % in den bestehenden Ortskernen angesiedelt, so dass also grundsätzlich von zentral gelegenen Einkaufsmöglichkeiten gesprochen werden kann.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 40% ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation und des kleinen Einzugsbereichs als typisch zu bewerten, wengleich diese durchaus ausbaufähig erscheint.
- In allen drei Ortskernen ist in zentraler Lage jeweils ein Lebensmittelmarkt angesiedelt; diese Ausgangslage wirkt sich deutlich positiv auf die Kundenfrequenz und das Funktionieren der einzelnen Ortskerne aus und sollte unbedingt für die Zukunft gesichert und ausgebaut werden.
- In den drei großen Siedlungsteilen kann die große Mehrheit der Bevölkerung ein Grundangebot an Nahversorgung im unmittelbaren Nahbereich der Wohnung gut erreichen.
- Es zeigt sich eine deutliche Kundenzufriedenheit mit dem Ortszentrum etwa in Bezug auf die Öffnungszeiten und die Sauberkeit.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Die Kaufkraft-Eigenbindung ist in einigen Warengruppen ist durchaus ausbaufähig.
- Die befragten Haushalte vermissen trotz der insgesamt guten Bewertung aller drei Ortsteile einige Sortimente; auch die Ausstattungsdaten veranschaulichen eine ausbaufähige Angebotsvielfalt.
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist durch die gesamtgemeindliche Anzahl und Verteilung der Lebensmittelmärkte weitgehend gut gegeben, könnte hinsichtlich der angebotenen Verkaufsfläche an einigen Standorten insbesondere in den Ortskernen von Hünxe und Bruckhausen jedoch noch optimiert werden.
- Durch das Vorhandensein der beiden Discounter an einem nicht in Wohnsiedlungsbereiche integrierten Standort erreicht das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in diesen nicht integrierten Lagen erhöhte Verkaufsflächenanteile.

- Durch die historisch bedingte Bildung dreier Ortskerne kann kein einzelner von ihnen aktuell eine deutliche Leistungsstärke im Bereich Einzelhandel nachweisen; selbst das Ortszentrum Hünxe ist zwar mit der größten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ausgestattet, jedoch erwirkt dort die heutige Ausstattung nur begrenzt eine höhere Warenvielfalt.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur des Ortszentrums Hünxe ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten, könnte allerdings hinsichtlich der Ausstattung mit starken Magneten und ihrer mikroräumlichen Lage ausgebaut werden.

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

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

3 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in Hünxe zu erörtern. Hierzu werden ein absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung identifiziert und übergeordnete Zielstellungen zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels empfohlen.

3.1 Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Hünxe

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

Landesentwicklungsprogramm NRW 2007

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

Zur Erreichung dieser Ziele greift die Novellierung des LEPro NRW den 2004 neu ins BauGB aufgenommenen und zuvor schon in § 11 Abs. 3 BauNVO verankerten Begriff der zentralen Versorgungsbereiche auf. Zukünftig sollen Einzelhandelsbetriebe, die von § 11 Abs. 3 BauNVO erfasst werden und sofern sie ein zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen, nur noch in zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein.¹³

Des Weiteren beinhaltet das novellierte LEPro NRW folgende Aussagen, die bei der weitergehenden Bearbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzepts Hünxe berücksichtigt werden müssen:

- bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente durch eine Gemeinde sind die zentrenrelevanten Leitsortimente nach der Anlage des novellierten LEPro NRW zu beachten,
- großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem (Kern-)Sortiment dürfen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente in einem vorgegebenen Rahmen begrenzt ist.

¹³ vgl. § 24 a LEPro NRW

Regionalplanerische Vorgaben

Der derzeit aktuelle Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf aus dem Jahr 2008 beinhaltet unter Bezug auf das LEPro NRW folgendes regionalplanerisches Ziel, welches bei der weiteren Erarbeitung dieses Kommunalen Einzelhandelskonzepts ebenfalls zu beachten ist:

- „Gebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung dürfen nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen geplant werden. Ein Vorhaben entspricht der zentralörtlichen Versorgungsfunktion, wenn die Kaufkraftbindung der zu erwartenden Nutzung den Versorgungsbereich des Standortes nicht wesentlich überschreitet. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten, sind den bauleitplanerisch dargestellten Siedlungsschwerpunkten räumlich und funktional zuzuordnen.“¹⁴

3.2 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

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

3.2.1 Vorbemerkungen zu dem ermittelten Entwicklungsrahmen

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

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen stellt eine von insgesamt mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels dar.
- Er kann und soll auch aufgrund seines naturgegeben mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenzen der Entwicklung“ (etwa als oberer oder als unterer Grenzwert) darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwick-

¹⁴ vgl. Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Düsseldorf (Stand: 11/2008)

lung in Hünxe korrespondieren (vgl. Kapitel 4.6) und wenn sie an gemeindeentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

- Vorhaben, die diesen Zielen und dem Standortkonzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den Rahmen des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einfügen, können die städtebaulich präferierten Zentren und Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung gemeindeentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

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

3.2.2 Methodik und Berechnungsgrundlagen zur Potenzialermittlung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitige Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Hünxe werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt (vgl. auch nachstehende Abbildung):

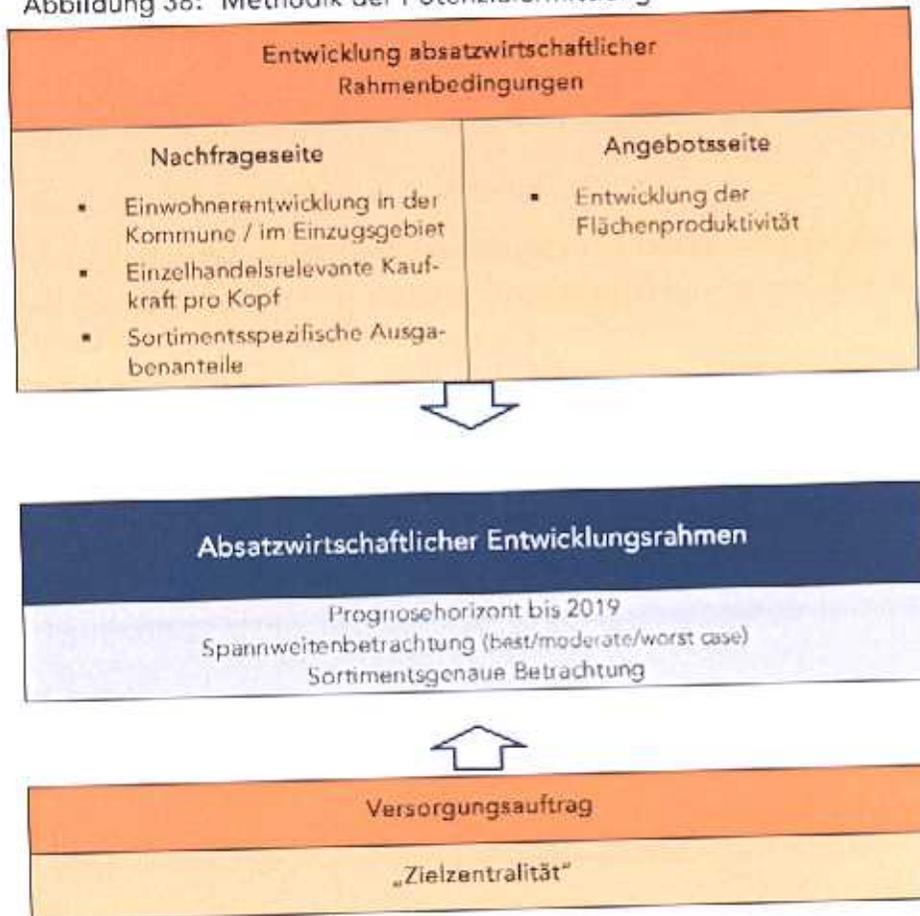
Nachfrageseite:

- Prognose der künftigen Bevölkerungsentwicklung in Hünxe und im Einzugsbereich,
- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Entwicklung der Verbrauchsausgaben sowie Entwicklung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Verbrauchsausgaben),
- Entwicklung bzw. Verschiebung sortimentsspezifischer Ausgabenanteile

Angebotsseite:

- Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

Abbildung 38: Methodik der Potenzialermittlung



Quelle: eigene Darstellung

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen ebenfalls von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Einem Grundzentrum wie Hünxe kommt die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag ist im Rahmen der Potenzialdarstellung aufzugreifen.

Durch die Darstellung von sowohl zeitlichen und inhaltlichen angebots- und nachfrageseitigen Spannweiten (obere und untere Variante) wird ein Korridor eröffnet, der es der Gemeinde Hünxe ermöglicht, auf eine Daten- und Berechnungsbasis zurückgreifen zu können, die ein plausibles Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der notwendigen Flexibilität – unter Berücksichtigung sich im Zeitverlauf verändernder, teilweise auch konkretisierender ange-

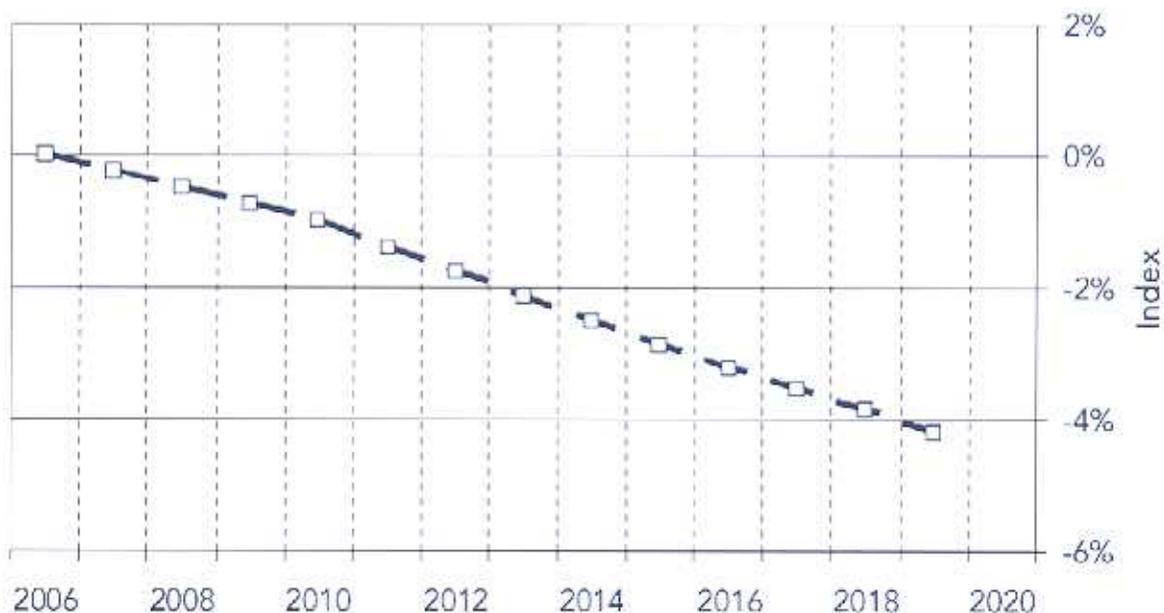
bots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

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

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen Kaufkraft in Hünxe wird die kommunale Bevölkerungsvorausberechnung der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt und für die Zwecke der absatzwirtschaftlichen Potenzialermittlung übernommen. Dieser Bevölkerungsprognose nach ist für Hünxe von einem Bevölkerungsrückgang bis 2019 um rd. 4 % auszugehen (vgl. auch nachstehende Abbildung).

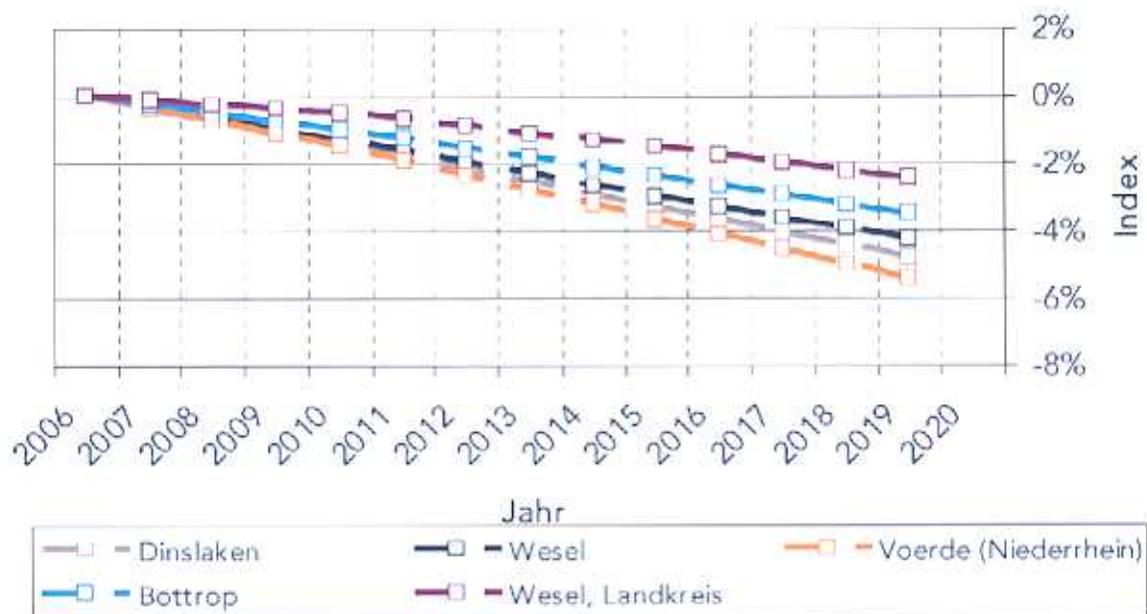
Abbildung 39: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Hünxe



Quelle: Bertelsmann Stiftung 2008

Für die Umlandgemeinden von Hünxe geht die Bertelsmann Stiftung ebenfalls von einer rückläufigen Bevölkerungsentwicklung aus. In diesen Gemeinden geht die Bevölkerungszahl dauerhaft um bis zu rd. 6 % gegenüber dem Ausgangswert zurück (vgl. auch nachstehende Abbildung).

Abbildung 40: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in den Umlandgemeinden



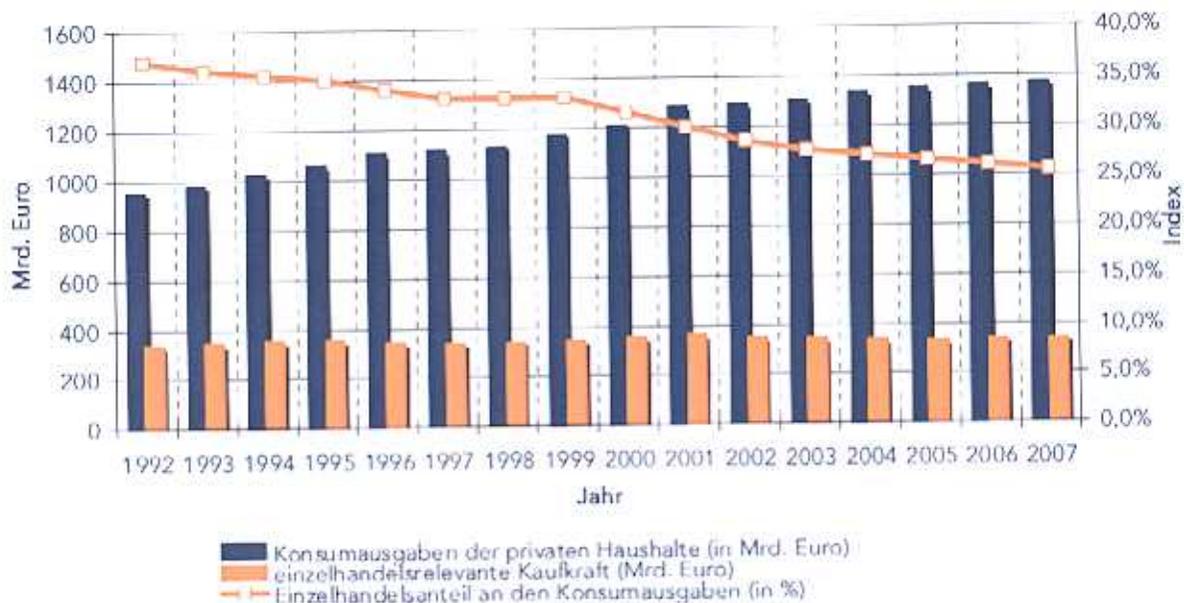
Quelle: Bertelsmann Stiftung 2008

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung, sowohl für die Gemeinde Hünxe als auch für die Umlandgemeinden sind daher insgesamt keine Impulse für die künftige Kaufkraft zu erwarten.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 45 % (425 Mrd. Euro) auf rd. 1.375 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 350 bis 380 Mrd. Euro je Jahr. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 1992 noch bei 37 %, während er 2007 nach stetigem Rückgang in den vergangenen Jahren nur noch 25 % ausmachte.

Abbildung 41: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft

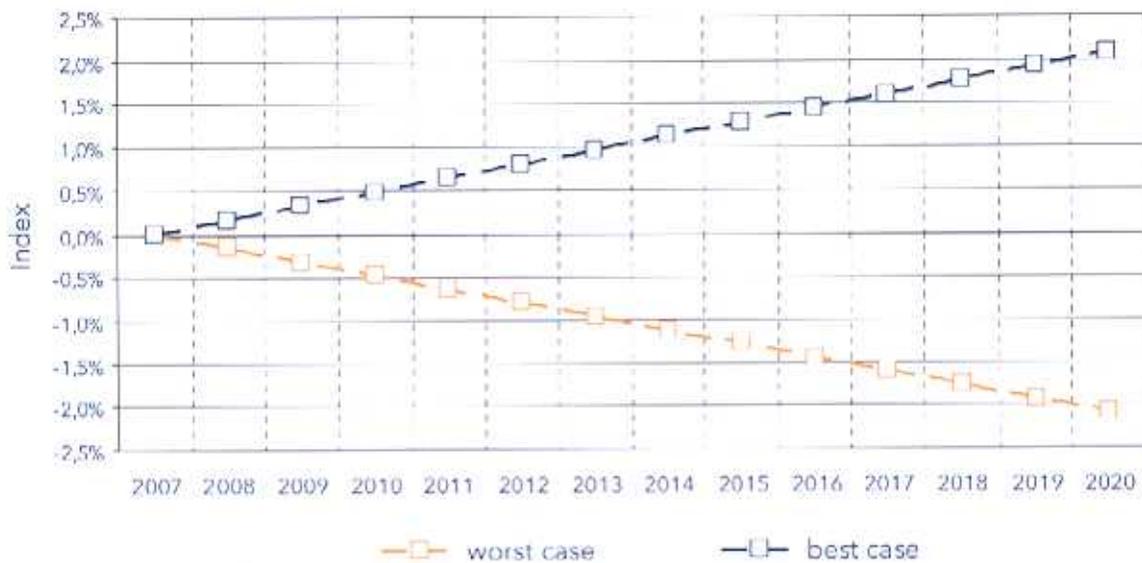


Quelle: Hahn-Immobilien 2006; WABE-Institut 2007

In der Summe stagnieren somit die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben¹⁵ seit Jahren. Die positive einzelhandelsrelevante Kaufkraftentwicklung Ende der 1990er Jahre bis 2001, zeigt, dass in Phasen des Wirtschaftswachstums auch die realen Einzelhandelsausgaben ansteigen können. Andererseits sind durch die aktuelle Wirtschaftskrise Auswirkungen auf den Einzelhandel zu erwarten, die momentan noch nicht abzuschätzen sind. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens werden daher sowohl eine moderat steigende als auch – in einer Variante – eine sinkende Entwicklung eingestellt (vgl. folgende Abbildung).

¹⁵ Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Abbildung 42: Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf (in %)

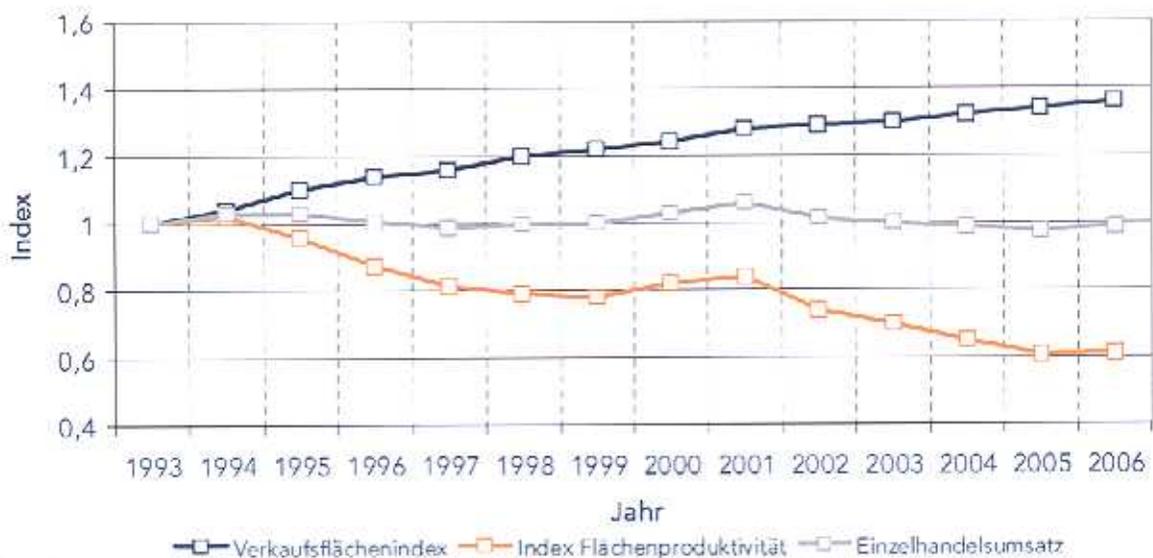


Quelle: eigene Annahmen

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 1993 bis 2006 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

Abbildung 43: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2006



Quelle: Hahn-Immobilien 2006; WABE-Institut 2007

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und zum Teil abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Für die Entwicklung der Flächenproduktivitäten in Hünxe werden auf der erläuterten Ausgangsbasis mit einer Perspektive bis 2014 bzw. 2019 zwei Varianten entwickelt, die die genannten Trends widerspiegeln (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 44: Künftige Entwicklung der Flächenproduktivitäten



Quelle: eigene Annahmen

Beide Varianten gehen von einem zunächst – in unterschiedlich deutlicher Ausprägung – anhaltenden Rückgang der Flächenproduktivitäten aus. Aus dem Rückgang von bis zu rd. vier Prozent bis 2019 (untere Linie) resultieren dauerhaft (bei der Annahme gleich bleibender Einzelhandelsumsätze) anbieterseitig größere neue Verkaufsflächenbedarfe als bei der oberen Linie, die bis 2019 nur noch von einem Flächenproduktivitätsrückgang von bis zu zwei Prozent ausgeht.

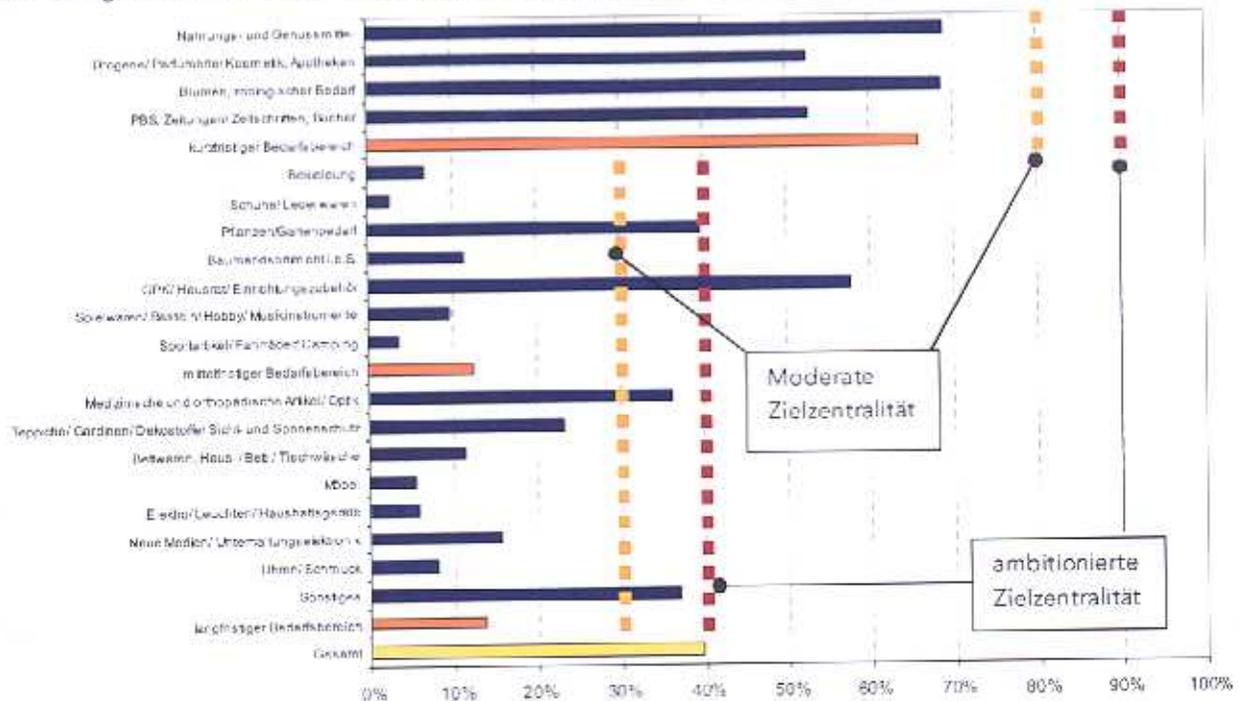
Versorgungsauftrag: Ziel-Zentralitäten

Die Herangehensweise zur Steigerung der vorhandenen Zentralität auf eine höhere Ziel-Zentralität beinhaltet die Annahme, dass durch die Schaffung neuer Verkaufsflächen die Zentralität erhöht werden kann. Dies kann insb. durch gezielte komplementäre Betriebsansiedlungen und -erweiterungen schrittweise geschehen.

Die heutige Einzelhandelszentralität von Hünxe beträgt 40 %. Hieraus erwachsen für einige der Warengruppen Erweiterungsspielräume bis zur jeweiligen Ziel-Zentralität (vgl. folgende Abbildung; Ziel-Zentralitäten als gestrichelte Orientierungslinien). Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist mittelfristig eine Ziel-Zentralität von 80 bis 90 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren Kaufkraft zur Verfügung gestellt werden sollen. In diesem Bedarfsbereich ist für Hünxe also mit gewissen Ausbaubedarfen zu rechnen.

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs soll in Hünxe künftig mindestens eine Ziel-Zentralität von 30 bis 40 % angelegt werden. Eine höhere Ziel-Zentralität wäre mittel- und langfristig zwar wünschenswert, kann aber aktuell aufgrund der besonders schwierigen Wettbewerbssituation mit den Nachbarkommunen, die geprägt ist durch die starken Mittel- und Oberzentren nicht als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden. Im Rahmen dieser Ziel-Zentralität resultieren Entwicklungsperspektiven für einen Großteil der dargestellten Warengruppen (vgl. Abbildung 45). Für Sortimentsgruppen, die die genannte Ziel-Zentralität bereits überschreiten, ist gleichwohl keine Reduktion dieser Zentralitätswerte vorzusehen.

Abbildung 45: Zentralitäten nach Sortimentsgruppen und die Ziel-Zentralität



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009 sowie EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, Kaufkraft: BBE 2008; PBS: Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK: Glas, Porzellan, Keramik

3.2.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Hünxe

Der in der nachstehenden Tabelle aufgezeigte zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungsrahmen resultiert aus den versorgungsstrukturellen Aspekten der angesetzten Zielzentralitäten. Ein zusätzliches Ansiedlungspotenzial ist hinsichtlich der Zentralitätsdifferenz insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Baumarktsortimente i.e.S., Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente, Möbel, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte sowie Neue Medien/ Unterhaltungselektronik zu sehen. Diese Werte sind als Orientierungswerte zur Erhöhung der Angebotsattraktivität in Hünxe zu sehen. Ein punktueller Verkaufsflächenausbau in diesem Rahmen würde zu einer Steigerung der gesamtgemeindlichen Angebotsqualität und -ausstrahlung führen und wäre im Sinne der Versorgungsfunktion Hünxes wünschenswert.

Tabelle 14: Entwicklungsrahmen für Hünxe unter Einbezug der Zielzentralitäten (bis 2019)

Warengruppe	80%	90%
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	630	1.210
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	350	480
Blumen, zoologischer Bedarf	60	120
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	180	240
kurzfristiger Bedarfsbereich	1.220	2.050
	30%	40%
Bekleidung	720	1.040
Schuhe/Lederwaren	190	260
Pflanzen/Gartenbedarf	0	10
Baumarktsortiment i.e.S.	870	1.340
Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör	0	0
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	160	230
Sportartikel/Fahrräder/Camping	100	140
mittelfristiger Bedarfsbereich	2.040	3.020
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	0	10
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	30	80
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	70	110
Möbel	970	1.380
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	130	180
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	130	230
Uhren/Schmuck	30	40
Sonstiges	0	10
langfristiger Bedarfsbereich	1.360	2.040
Gesamt:	4.620	7.110

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 01/2009; Werte in m² Verkaufsfläche, gerundet

An dieser Stelle soll explizit hervorgehoben werden, dass die vorgestellten Orientierungswerte gerade dann, wenn der Standort gemeindeentwicklungspolitisch optimal ist, zugunsten einer positiven Gesamtentwicklung des Standortes überschritten werden können. Grenzen ergeben sich in solchen Fällen allenfalls aus landesplanerischen und städtebaurechtlichen Zielvorgaben, namentlich aus dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen.

- Nahrungs- und Genussmittel: Ausbaupotenzial in der Größenordnung etwa eines neuen Lebensmittelmarktes oder Arrondierung/Erweiterung vorhandener

- Drogeriewaren: qualifiziertes Potenzial zur Ansiedlung mindestens eines oder zweier Drogeriefachmärkte
- Weiteres qualifiziertes Potenzial u. a. im Bereich Kleidung und Schuhe / Lederwaren teils zur Erweiterung bestehender Betriebe, teils ggf. auch zur Neuansiedlung in Hünxe
- In den Bereichen Möbel und Baumarktsortiment ergeben sich zwar rechnerisch die größten Entwicklungsrahmen hier ist allerdings eine Spiegelung notwendig mit derzeit am Markt vertretenen Größenordnungen bei Neuansiedlungen und den auf bestimmte Marktstrategien angelegten Unternehmenskonzepten in dieser Branche.

Im folgenden Kapitel wird herausgestellt, dass die Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen primär zur Stärkung des Ortszentrums und zur Sicherung der Nahversorgung eingesetzt werden sollte.

3.3 Räumliche Entwicklungsszenarien und übergeordnete Entwicklungsziele für Hünxe

Die Erarbeitung von Szenarien für die künftige räumliche Entwicklung des Einzelhandels stellt einen zentralen Baustein des Einzelhandelskonzepts bei der Erarbeitung der Zielebene dar. Die Szenarien basieren auf unterschiedlichen politischen und planerischen Annahmen und werden hinsichtlich ihrer jeweiligen unterschiedlichen ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen beschrieben. Durch die Szenarien werden Zusammenhänge der Hünxer Zentrenentwicklung, der Standort- und Nahversorgungsstruktur aufgezeigt, die zwischen der Ansiedlung, dem Aus- oder Rückbau von Einzelhandelsstandorten einerseits und der Entwicklung des gesamten Versorgungsnetzes andererseits bestehen. Auf diese Weise wird eine wichtige Grundlage für die Leitbildfindung geschaffen, die sich mit den verbindlichen Zielvorstellungen für die gesamtgemeindliche Zentrenentwicklung auseinandersetzt.

Im Einzelnen werden die drei Ortskerne Hünxes sowie städtebaulich integrierte und nicht integrierte Einzelhandelsstandorte grafisch vereinfacht berücksichtigt. Es werden drei Entwicklungsszenarien dargelegt, die modellhaft und idealtypisch zu verstehen sind und die zur Verdeutlichung der Handlungsfolgen bewusst überzeichnet sind.

Zu Beginn der Darstellung jedes Szenarios werden die zentralen Annahmen des zugrunde liegenden modellhaften Planungskonzepts dargelegt und mit den zu erwartenden Auswirkungen auf die räumliche Entwicklung der Einzelhandelsstandorte in Hünxe verknüpft. Sowohl die Veränderungen der Angebots- als auch der Nachfragestrukturen nehmen dabei Einfluss auf die räumliche Entwicklung und stehen daher im Fokus der Betrachtungen. Abschließend erfolgt eine Kurzbewertung des jeweiligen Szenarios.

Im Rahmen des begleitenden Arbeitskreises wurden die Szenarien und ihre Folgewirkungen diskutiert. Die Empfehlung für ein künftig zu verfolgendes Szenario bildet die Grundlage für die Entwicklung der Umsetzungs- und Sicherungsinstrumente. Die teilnehmenden Vertreter

der Verwaltung, der Fraktionen, des Einzelhandels, der regionalen Institutionen sowie des Gutachterbüros stellten in dieser Diskussion fest, dass die idealtypische Entwicklungsoption für Hünxe aus einer Kombination aus zwei der Szenarien mit einer klaren Prioritätensetzung besteht.

Am Ende dieses Teilbausteins steht ein Entwicklungsszenario, welches mit Blick auf die Einzelhandels-, Standort- und Nahversorgungsentwicklung unter Berücksichtigung der Sicherung und Weiterentwicklung der drei Ortskerne, das zukünftige Entwicklungsleitbild für die Gemeinde Hünxe sein soll. Daher wird dieses Entwicklungsleitbild schließlich, als Grundlage für die weitere konzeptionelle Ebene des Einzelhandelskonzepts, am Ende dieses Leistungsbausteins grafisch und textlich erläutert.

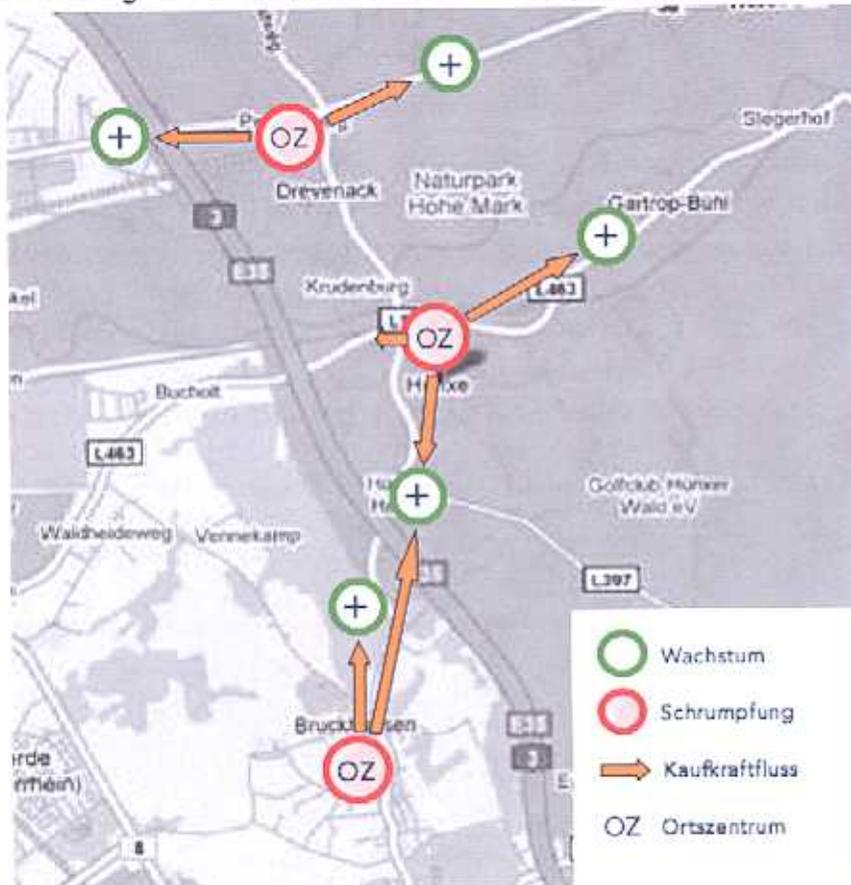
3.3.1 Szenario 1: Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes

Annahmen zur räumlichen Entwicklung der Einzelhandelsstandorte

Dieses Szenario basiert auf der hypothetischen Annahme, dass die Kommune ihr gesetzlich verankertes Recht, städtebauliche Planungen innerhalb ihres Gemeindegebiets eigenverantwortlich und im Rahmen der Gesetze durchzuführen, nicht wahrnimmt. Anstelle der Kommune steuern Investoren und Unternehmer die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben und deren Entwicklungen im Raum.

Es ist davon auszugehen, dass Einzelhandelsbetriebe an autokundenorientierten Standorten in Hünxe, insb. in städtebaulich nicht integrierten Lagen, weiter entwickelt werden und wachsen (vgl. folgende Abbildung). Dieses könnte zum Beispiel an den Autobahnabfahrten, an den Ausfallstraßen, oder – aufgrund des günstigeren Bodenpreinsniveaus – auch in Ortsrandlage oder jenseits der Hauptorte möglich sein.

Abbildung 46: Szenario 1 – „Freie Entfaltung der Kräfte des Marktes“



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teleatlas)

Kurzbewertung dieses Szenarios

Für Hünxe bedeutet die konsequente Umsetzung dieses Szenarios eine deutliche Schwächung der Ortskerne. Ohne eine kommunale Steuerung der geplanten Einzelhandelsstandorte ist eine Weiterentwicklung der Ortskerne durch Neuansiedlungen nicht mehr wahrscheinlich. Die vorhersehbare Realisierung von Vorhaben an verkehrsgünstig gelegenen und städtebaulich nicht integrierten Lagen würde zu einem deutlichen Bedeutungs- und Attraktivitätsverlust aller Hünxer Ortsteile führen. Es besteht die Gefahr der Eröffnung neuer Standorte ohne Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen auf die bestehende Versorgungsstruktur, insbesondere auch auf die wohnortnahe Grundversorgung.

Die Stärkung der Standorte außerhalb der Ortskerne wirkt sich zu Lasten von Betrieben in städtebaulich integrierten Lagen aus. Folgen sind eine Reduktion der Versorgungsangebote an zentralen Standorten sowie ggf. Betriebsschließungen und die damit einhergehenden Probleme der Folgenutzung oder des Leerstands. Da diesem Szenario nicht allein die regionalen Genehmigungsbehörden entgegenstehen, sondern auch die Vertreter des Einzelhandels in den Zentren, ist dieses Szenario keineswegs als realitätsnah und umsetzbar zu bewerten.

3.3.2 Szenario 2: Ausschließlicher Ausbau des Einzelhandels im Ortszentrum von Hünxe

Annahmen

Im Mittelpunkt dieses Szenarios steht die Einzelhandelsentwicklung im Ortszentrum von Hünxe. Ziel ist die Weiterentwicklung des Ortszentrums durch Neuansiedlungen und Betriebserweiterungen, während neue Einzelhandelsbetriebe jenseits des Ortszentrums weitgehend nicht zugelassen werden. Als Folge wachsen die Umsätze im Ortszentrum, allerdings zu Lasten der anderen beiden Ortskerne von Hünxe. Es droht somit eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion außerhalb des Hünxer Ortszentrums, insbesondere der Nahversorgungsfunktion in Drevenack und Bruckhausen.

Abbildung 47: Szenario 2 – Ausschließlicher Ausbau des Einzelhandels in Hünxe



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teleatlas

Kurzbewertung dieses Szenarios

Für Hünxe würde eine konsequente Umsetzung dieses Szenarios folgende Auswirkungen erkennen lassen:

Vorteile:

- Die Lauf- und Teillagen in der Ortsmitte würden deutlich ausgebaut und gestärkt werden
- Die Ortsmitte würde eine stärkere Stellung im regionale Wettbewerb einnehmen können

Nachteile:

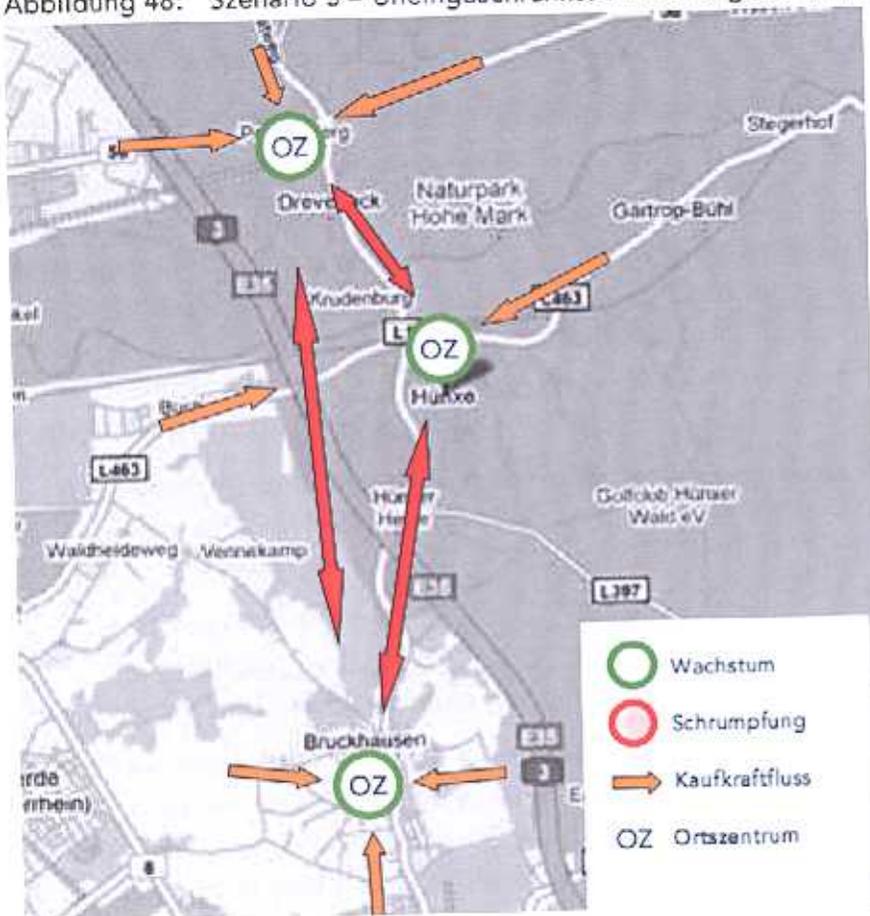
- Durch eine alleinige Stärkung der Ortsmitte würden Umsatzanteile an allen anderen Standorten verloren gehen
- Es besteht die Gefahr, dass vorhandene Potenziale in den anderen Ortsteilen verloren gehen
- Insgesamt ist eine entwicklungspolitisch nicht hinnehmbare Schwächung der Hünxer Nahversorgung zu befürchten

3.3.3 Szenario 3: Uneingeschränkte Forcierung der drei Ortskerne

Annahmen

In diesem Szenario steht im Mittelpunkt, dass die drei Ortskerne gleichrangig weiterentwickelt werden müssen. In jedem der drei Ortskerne würde nicht nur der weitere Ausbau der Nahversorgung, sondern auch der aperiodischen Branchen gefördert. Die im vorangegangenen Kapitel vorgestellten absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsmöglichkeiten würden gleichrangig auf die drei Standorte verteilt.

Abbildung 48: Szenario 3 – Uneingeschränkte Forcierung der drei Ortskerne



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von ©Google-Grafiken
©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teleatlas)

Kurzbewertung dieses Szenarios

Vorteile:

- Begrüßenswerter Ansatz zu gleichwertigen Lebensverhältnissen in den Ortsteilen

Nachteile:

- Es besteht die Gefahr eines zunehmenden Wettbewerbs der Ortsteile untereinander
- Außerdem führt die Gleichrangigkeit zu einer undefinierten Versorgungsfunktion der einzelnen Ortskerne; es wäre aus Kundensicht nicht klar erkennbar, welchen Standort attraktive, vielfältige und für one-stop-gebündelte Angebote tatsächlich bereitstellen. Die (fiktive) Gleichrangigkeit würde demnach in der Beliebigkeit enden.
- Eine weitere Gefahr besteht darin, dass jedes Zentrum für sich nur ansatzweise neue Impulse entwickelt und keine hohe Gesamtattraktivität erreicht wird
- Letztlich kann durch dieses Szenario auch die überörtliche Ausstrahlung von Hünxe nicht ausgebaut werden.

3.4 Übergeordnetes Entwicklungsziel für Hünxe: funktional differenziertes Wachstum

Keines dieser Szenarien sollte in der jeweiligen Reinform umgesetzt werden; die Sichtweise der jeweils diskutierten Vor- und Nachteile wurde auch im Prozess begleitenden Arbeitskreis geteilt.

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Gemeinde Hünxe bestmöglich entsprechende Zielperspektive soll daher eine Kombination aus zwei der o. g. Szenarien, verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden. In Hünxe sollen zukünftig folgende übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung als sog. „funktional differenziertes Wachstum“ verfolgt werden:

1. Sicherung und Entwicklung der drei Ortskerne jeweils im periodischen Bedarfsbereich zur Optimierung der flächendeckenden Nahversorgung in den drei großen Ortsteilen von Hünxe.
2. Sicherung und Entwicklung des Ortszentrums Hünxe ergänzend auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zur Optimierung der gesamtgemeindlichen Angebotsvielfalt und Leistungsstärke des Einzelhandels.

Diese funktionale differenzierte Fortentwicklung des Ortszentrums Hünxe gegenüber den beiden anderen Ortskernen ist zu empfehlen, da im Ortszentrum Hünxe an größere vorhandene funktionale wie bauliche Potenziale angeknüpft werden kann, da das Ortszentrum heute schon etwa eine größere Einzelhandelsausstattung, eine höhere Angebotsvielfalt und eine größere Nutzungsdichte im Vergleich zu den Ortskernen Bruckhausen und Drevenack aufweist. Gerade durch die Profilierung eines gestärkten Zentrums kann Hünxe auch überörtlich eine höhere Außenwirkung erlangen und somit auch gesteigerte Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erwirken.

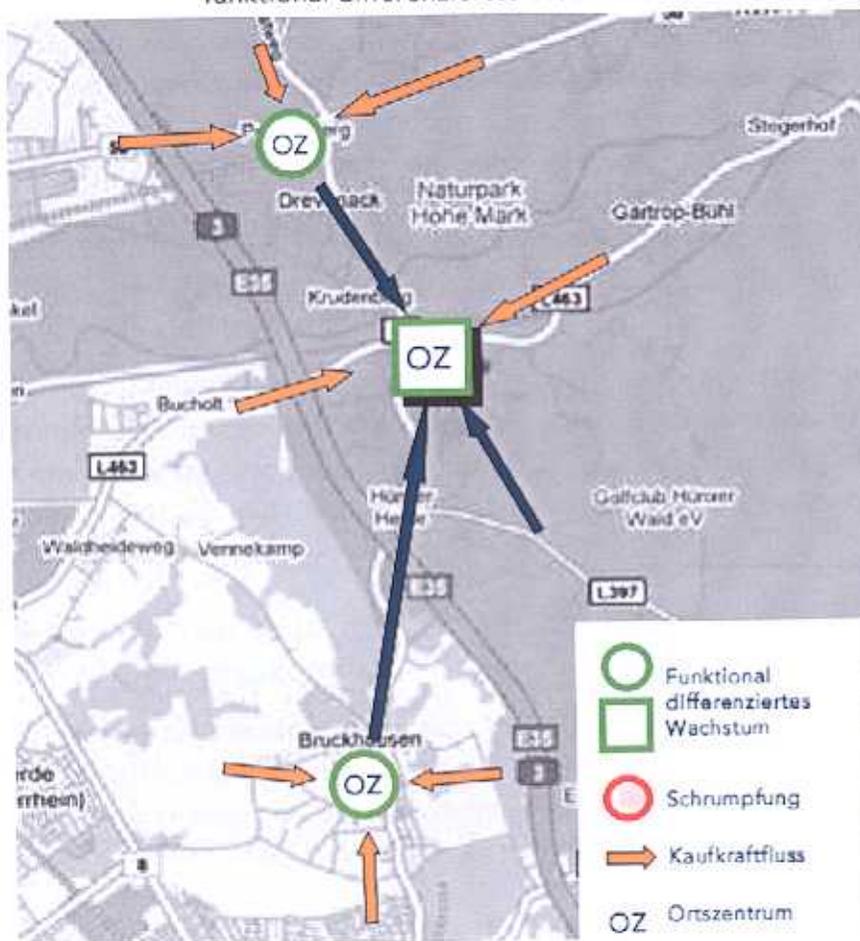
Zwischen diesen je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils arbeitsteilig definierten Zielen ist nachfolgend ein abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines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

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kap. 4.5). Des Weiteren muss auch das Zentren- und Standortkonzept (einschließlich der Aktualisierung des Nahversorgungskonzeptes) auf dieses „funktional differenziertes Wachstum“ näher eingehen und es räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 4.6 erfolgt.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Zielsetzung: im Fokus der Entwicklung stehen drei Ortskerne, die gesichert und gestärkt werden sollen sowie die sortimentspezifische Weiterentwicklung des Ortszentrums Hünxe.

Stadt + Handel

Abbildung 49: Synthese der Szenarien: die übergeordnete Entwicklungszielstellung für ein funktional differenziertes Wachstum



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2009 Terra-Metrics, Kartendaten ©2009 PPWK Teleatlas

4 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert werden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Dieses sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1 bis 4.4), der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Hünxer Liste“, Kapitel 4.5) auch die Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 4.6). Das Umsetzungs- und Steuerungskonzept wird komplettiert durch planungsrechtliche Festsetzungsempfehlungen für Hünxe (4.7).

4.1 Das Zentrenkonzept

Das Zentrenkonzept definiert für die zukünftige Entwicklung des Hünxer Einzelhandels die empfohlene Standort-Gesamtstruktur unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale (vgl. Kapitel 3.2) und der übergeordneten Entwicklungsziele (vgl. Kapitel 3.4). Es baut zugleich auf der städtebaulichen Bestandsbewertung der relevanten Einzelhandelsstandorte auf.

4.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien

Allgemein sind Innenstädte und Ortszentren städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEPro NRW. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und der aktuellen Rechtsprechung ergeben.

Neue Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

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

Die im Juni 2007 beschlossene Änderung des Landesentwicklungsprogramms NRW (LEPro NRW) sieht ergänzend als Ziel der Landesplanung vor, dass bestimmte großflächige Einzelhandelsbetriebe nur noch in zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Nebenzentren) angesiedelt werden dürfen; zugleich werden verschiedene Voraussetzungen an diese zentralen Versorgungsbereiche formuliert (vgl. § 24 a Abs. 1 und 2 LEPro NRW). Ebenso wie im

Städtebaurecht zählt der Schutz zentraler Versorgungsbereiche zu den Zielen der Landesplanung (vgl. § 24 a Abs. 1 Satz 3 LEPro NRW).

Einerseits zeichnet sich durch die Gesetzesnovellen ein erheblicher Bedeutungszuwachs des Schutzes zentraler Versorgungsbereiche im Bundes- wie auch im Landesrecht ab. Andererseits waren viele mit diesen Rechtsnormen verbundene – insbesondere unbestimmte – Rechtsbegriffe noch durch Auslegungsunsicherheiten in der Praxis und der täglichen Anwendung geprägt, die erst durch neuere relevante Urteile thematisiert und damit in Teilen deutlich konkretisiert wurden.¹⁶

Kurzübersicht über die Festlegungskriterien

Die Neufassung des Landesentwicklungsprogramms NRW regelt die Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels zum Schutz der Versorgungsstruktur in den Zentralen Orten. § 24 a LEPro NRW verlangt von den Kommunen eine räumliche und funktionale Festlegung der Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche und legt Kriterien zur Abgrenzung fest. Ein zentraler Versorgungsbereich soll sich neben seiner Wohnfunktion durch „ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs und eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“ auszeichnen.¹⁷

Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadt- oder Gemeindegebiet bildet ein zentraler Versorgungsbereich das gesamtstädtische bzw. gesamtgemeindliche Standortsystem.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu den zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandels- und Zentrenkonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.¹⁸

In der städtebaulich-funktionalen Analyse dieses Konzeptes werden insgesamt folgende Aspekte berücksichtigt:

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte, Funktion und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes

¹⁶ z.B. OVG Lüneburg, Urteil 1 ME 172/05 vom 30.11.2005; OVG Münster, Urteil 7 A 964/05 vom 11.12.2006; VG Gelsenkirchen, Urteil 10 K 6950/04 vom 03.05.2006; BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007

¹⁷ Landesentwicklungsprogramm NRW § 24 a Absatz 2

¹⁸ Deutscher Bundestag 2004: S. 54 (Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004)

- Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Zentren- und Versorgungsfunktionen wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie
- städtebauliche Dichte sowie ortshistorische Aspekte
- Lage innerhalb des Siedlungsgebietes, die verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, die verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen für das Zentrum
- sowie die Gestaltung und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes

Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte werden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes ergänzend abgebildet bzw. bewertet. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches werden Leerstände von Ladenlokalen ebenfalls erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.¹⁹

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches kann zudem potenzielle und städtebaulich-funktional vertretbare Erweiterungsbereiche berücksichtigen. Eine sinnvolle und notwendige Begrenzung in seiner Ausdehnung erfährt der zentrale Versorgungsbereich allerdings stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen stehen und deren Entwicklungsoptionen nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden sollten.

4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe

Entwicklungsziele und -empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe

Das Ortszentrum Hünxe ist als der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet Hünxe zu empfehlen, da hier ein in Ansätzen breites Warenangebot in funktionaler Dichte vorhanden ist, ergänzt durch weitere zentrenergänzende Funktionen. Als städtebauliches Zentrum einer regionalplanerisch als Grundzentrum ausgewiesenen Kommune soll es (wie bisher) im Rahmen der übergeordneten Entwicklungszielstellungen auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt nach Möglichkeit auch um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter.

¹⁹ Das Bundesverwaltungsgericht hat jüngst die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung von Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen sei oder „wenn der außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs anzusiedelnde Einzelhandelsbetrieb gerade auf solche Sortimente abziele, die im zentralen Versorgungsbereich von einem ‚Magnetbetrieb‘ angeboten würden, dessen unbeeinträchtigter Fortbestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit eben dieses zentralen Versorgungsbereichs habe.“ BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen. Als Mittelpunkt der Gemeinde soll das Ortszentrum nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Gemeinde fördern. Zur Gewährleistung dieser Leitfunktion sollte die beschriebene und bewertete Einzelhandelsbestandsstruktur erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Ortszentrum in allen städtebaulichen und gemeindeentwicklungspolitischen Planungen der Gemeinde Hünxe die einen Bezug zum Ortszentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

Tabelle 15: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Ortszentrum

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...

- Sicherung und Stärkung eines Magnetbetriebes der Lebensmittelbranche
- Sicherung und Stärkung der bestehenden kleineren Fachgeschäfte und Spezialangebote
- Ausbau des Angebots im mittelfristigen und teilweise im langfristigen Bedarfsbereich

Quelle: eigene Darstellung

Die für Hünxe ermittelten absatzwirtschaftlichen Ansiedlungsspielräume sollten gezielt zur Umsetzung der o. g. Erhaltungs- und Entwicklungsziele eingesetzt werden.

Hierzu können folgende Empfehlungen im Detail formuliert werden:

1. Sicherung des vorhandenen Magnetbetriebs und des vorhandenen Branchen- und Betriebsangebotes auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des Ortskerns resultieren könnten.²⁰
2. Stärkung eines Magnetbetriebs der Lebensmittelbranche durch einen zeit- und nachfragegemäßen Ausbau der Ladenflächen, und zwar unmittelbar am Objekt selbst oder – sofern die verfügbaren Flächen hierzu nicht ausreichen sollten – in unmittelbarer räumlicher Nähe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.
3. Erweiterung und Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben aller Art und Größe im Rahmen der nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze; Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote.
4. Ansiedlung von Vorhaben mit *nicht* zentrenrelevanten Sortimenten als Hauptsortiment, denn auch solche Sortimente können zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums beitragen.

²⁰ Hierbei – wie bei allen Empfehlungen im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts – stehen nicht einzelne Anbieter im Fokus, sondern im Mittelpunkt der Ziele steht die unternehmens- und wettbewerbsneutrale *Funktion* der genannten Objekte für den Standort als Ganzes.

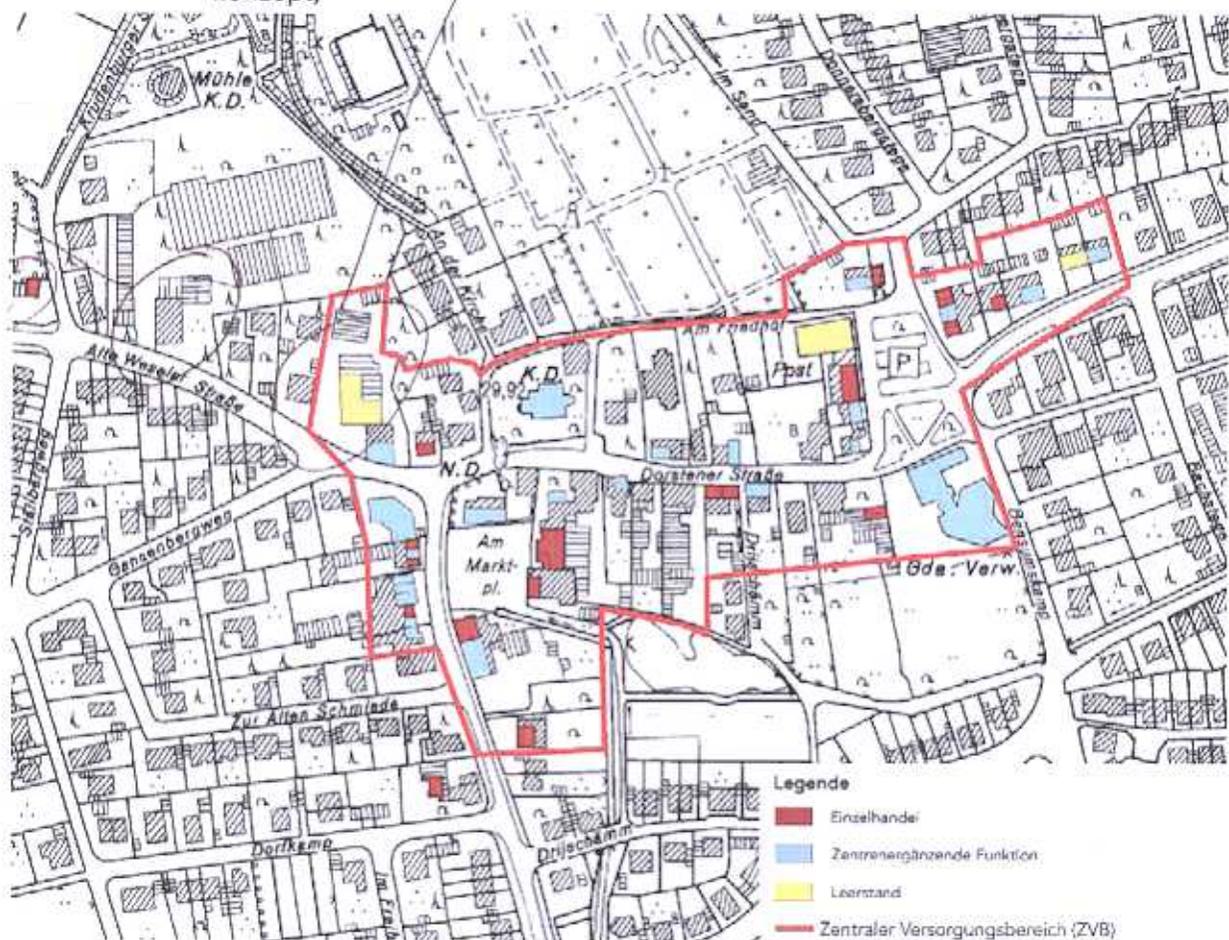
Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Zielstellung eines funktional differenzierten Wachstums zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung führen. Dieses ist ggf. durch Einzelgutachten nachzuweisen. Die folgenden Ansiedlungsleitsätze für Hünxe berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung.

Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Ortszentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich.²¹ Dieser wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen und umfasst die in der Bestandsanalyse bereits als Ortszentrum Hünxe beschriebenen Bereiche.

²¹ Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietsscharfe, nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend etwa im Bauleitplanverfahren vorgenommen werden. Die in der Abbildung verdeutlichte Begrenzung bezieht sich auf städtebauliche Barrieren sowie auf die in der Realität ablesbare Gebäude- und Nutzungsstruktur.

Abbildung 50: Räumliche Festlegung des Ortszentrums als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2008

Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also den Marktplatz und die Dorstener Straße mit ihren relevanten Kundenläufen und dem Magnetbetrieb sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen (Banken, Versicherungen, etc.).

Eine Begrenzung erfährt der zentrale Versorgungsbereich einerseits entweder durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessenen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Ortszentrums vermissen lassen.

Es ergeben sich im Einzelnen folgende anhand der vorgestellten Kriterien begründete Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs:

- Im Süden ist entlang der Alten Dinslakener Straße der Bereich bis zum Schreibwarenfachgeschäft eingeschlossen. Bei weiter südlich gelegenen Bereichen ist der fußläufig erlebbare wie auch baulich-gestalterische Funktionszusammenhang

- (auch in Relation zur Gesamtgröße des zentralen Versorgungsbereiches) nicht mehr wahrnehmbar.
- Im Osten erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich über den Bereich am Rathaus und am Busbahnhof hinaus bis zum Schnittpunkt der Dorstener Straße mit der Straße Bachstege. Hier finden sich (wie in der Abb. ersichtlich) auf der nördlichen Straßenseite durchgängig in der gesamten Erdgeschosszone mehrere Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungsangebote. Die südliche Straßenseite ist ausschließlich durch Wohnnutzung geprägt und daher nicht mehr als Teil des zentralen Versorgungsbereichs zu definieren.
 - Im Norden bildet die Straße Am Friedhof die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches, da sich nördlich einzig der Friedhof anschließt. Eine Ausnahme bildet die Randbebauung an der nördlichen Seite des Rathausplatzes, die aufgrund ihres klaren Bezugs zum Platz als zentraler Versorgungsbereich gilt.
 - Westlich erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich bis zur Alten Weseler Straße und umfasst dabei auch den Leerstand eines ehemaligen Lebensmittel-discounters, der der größte Leerstand im Ortskern ist. Weiter westlich schließt sich nahezu ausschließlich Wohnnutzung an; aufgrund mangelnder fußläufig erlebbarer Funktionszusammenhänge sind die weiter westlich gelegenen Einzelhandelsbetriebe entlang der Alten Weseler Straße unter Berücksichtigung der rechtlichen Vorgaben nicht mehr als Teil des zentralen Versorgungsbereichs zu bewerten.

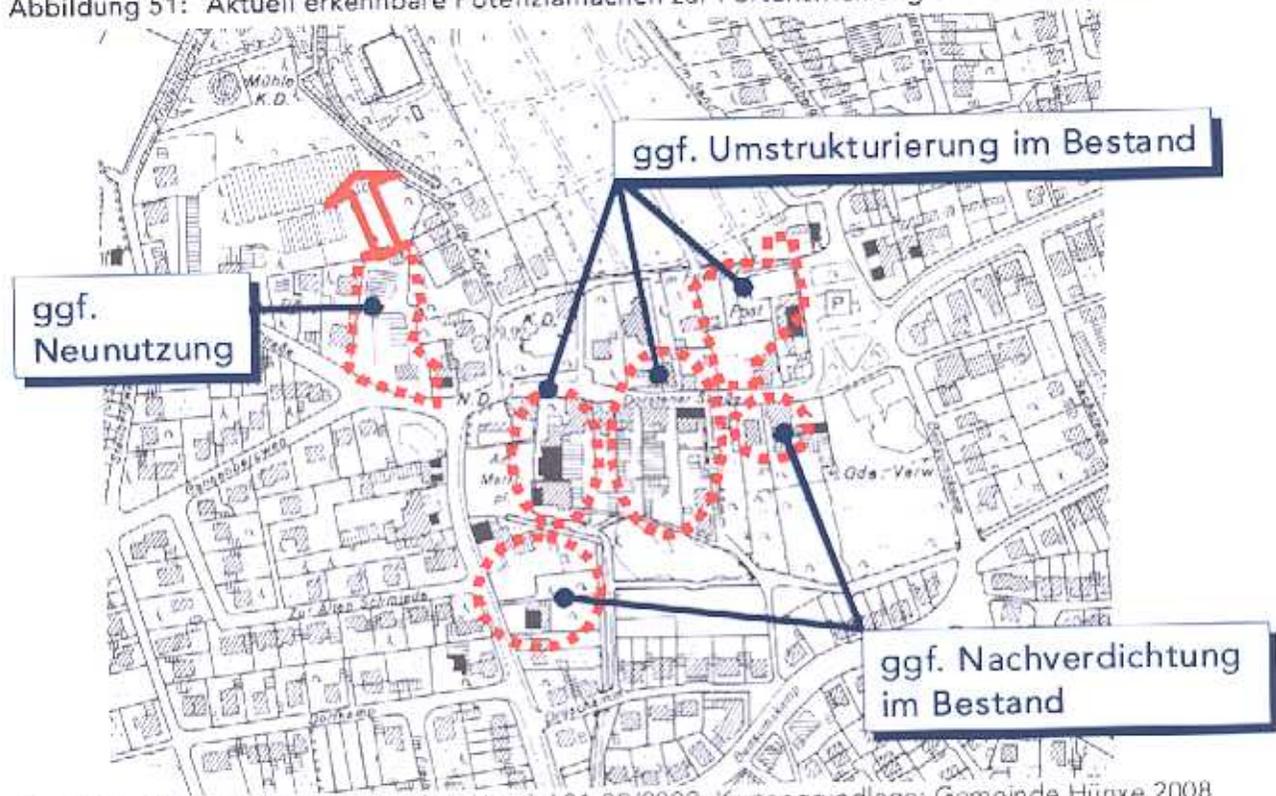
Potenzialflächen zur räumlich-funktionalen Fortentwicklung des Ortszentrums

Die folgende Abbildung veranschaulicht Potenzialflächen, die aus fachgutachterlicher Sicht für Umnutzungen bzw. Neunutzungen zugunsten der Weiterentwicklung des Ortszentrums entwickelt werden könnten. Zudem lassen sich ggf. weitere Bereiche, die aktuell noch nicht näher in Erwägung gezogen worden sind, zu einem späteren Zeitpunkt näher prüfen.

In welcher Rangfolge diese Standorte zueinander stehen, bleibt einer weiteren Prüfung im Rahmen etwa eines städtebaulichen Konzeptes vorbehalten, das neben den Aspekten der Einzelhandelsentwicklung weitere städtebauliche Kriterien beinhalten kann.²²

²² Ebenso sollte, sofern diese Potenzialflächen aktuell außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegen, untersucht werden, ob die Standorte den Anforderungen des LEP NRW (§ 24 a) genügen würden, wenn man sie in den zentralen Versorgungsbereich einbeziehen wollte.

Abbildung 51: Aktuell erkennbare Potenzialflächen zur Fortentwicklung des Ortszentrums



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2008

Je nach dem, um welche Art von Fläche es sich bei den ausgewählten Potenzialflächen für Hünxe handelt, bieten sich verschiedene Nutzungsmöglichkeiten an:

1. Nachverdichtung im Bestand
2. Neunutzung der Fläche
3. Umstrukturierung im Bestand

Städtebaulich-funktionale Entwicklungsempfehlungen für das Ortszentrum

Konkret können die städtebaulich-funktionalen Entwicklungsempfehlungen für Hünxe wie folgt zusammengefasst und themenspezifisch unterteilt werden:

1. Einzelhandelsausstattung

- Stabilisierung der Standortbedingungen für einen Lebensmittelmarkt ggf. durch
 - planungsrechtliche Abwehr von Funktionsverlusten
 - Ausbau der Serviceleistungen des Anbieters
 - Funktionsanreicherung der Nachbarschaft
 - Erweiterung des Lebensmittelmarktes am Standort
 - Erweiterung mittels Standortverlagerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches
 - oder Ansiedlung eines alternativen Anbieters innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches
- Warenvielfalt/ Angebot an aperiodischen Waren ausbauen²³
- Dorstener Straße als Verbindung zwischen Marktplatz und Rathausplatz stärken
- Insbesondere durch aktive Zentrenentwicklung:
 - Schaffung von Flächenangeboten aktivierend begleiten
 - Unternehmen ansprechen/ Standortprospekt/ Maklerrunde
 - Städtebauliches Entwicklungskonzept:
Formulierung gestalterischer und sonstiger Anforderungen an die Fortentwicklung des Ortszentrums und seiner Teilflächen

2. Nutzungsmischung: Handlungsmöglichkeiten

- Neben dem Einzelhandel auch weitere kundenorientierte Angebote im Zentrum im Sinne einer aktiven Zentrenentwicklung platzieren, z. B.:
 - Dienstleistungsbetriebe
 - Gastronomie
 - Kultur und Bildung
 - Kirchliche und soziale Einrichtungen

²³ Ansiedlung von neuen Branchen und Anbietern durch Neuansiedlung oder auch durch die Erweiterung bestehender Betriebe.

3. Aufenthaltsqualität/Gestaltung: Handlungsmöglichkeiten

- Thema „Außengastronomie“
 - Einsehbarkeit/Sichtbarkeit vorhandener Angebote prüfen
 - Prüfung des Beschilderungssystems (z. B. ausgehend von Fernradwegen)
 - Ausbau vorhandener Angebote zu Angeboten der Außengastronomie
- Thema „Wasser“ im Ortszentrum
 - Sichtbarkeit des Wassers verbessern
 - Prüfung einer innerörtlichen „Route des Wassers“
 - Spielelemente mit Bezug zu den vorhandenen Wasserläufen
 - Prüfung einer Öffnung verrohrter Abschnitte und eventueller Rückbau kanalisierter Abschnitte

4.2 Die Ortskerne von Bruckhausen und Drevenack als Nahversorgungsstandorte

Für zentrale Versorgungsbereiche gilt grundsätzlich, dass mit der Festlegung als zentraler Versorgungsbereich kein Schutz einzelner Betriebe vor Konkurrenz erfolgen darf.²⁴ Daher wird fachgutachterlich empfohlen, gerade im Sortimentsbereich des größten nahversorgungsrelevanten Sortiments auf einen Betriebstypenmix oder auf eine Anbietervielfalt hinzuwirken, um den städtebaurechtlichen Anforderungen Genüge zu tun.

Die beiden Ortskerne von Bruckhausen und Drevenack werden im Gegensatz zum Ortszentrum von Hünxe nicht als zentrale Versorgungsbereiche, sondern als Nahversorgungsstandorte ausgewiesen. Aufgrund der eingeschränkten Vielfalt und Dichte der Nutzungen werden die notwendigen Kriterien für eine auch verwaltungsgerichtlich überprüfbare Definition als zentraler Versorgungsbereich nicht erfüllt.

Gleichwohl ist Nahversorgungsstandorten eine hervorgehobene Bedeutung zuzuschreiben, da sie für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung eine hohe Bedeutung übernehmen. Im Städtebaurecht und in der Landesplanung ist diese Bedeutung der Nahversorgung an mehreren Stellen verankert:

- zu berücksichtigender Belang gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 8 BauGB,

²⁴ Das Städtebaurecht legitimiert nicht zu solchen Eingriffen in den Wettbewerb. Es darf gestützt auf das BauGB keinen individuellen „Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz“ geben; demnach ist i. d. R. Voraussetzung für die Mindestausstattung von zentralen Versorgungsbereichen, „dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind“ (OVG Münster, Urteil vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

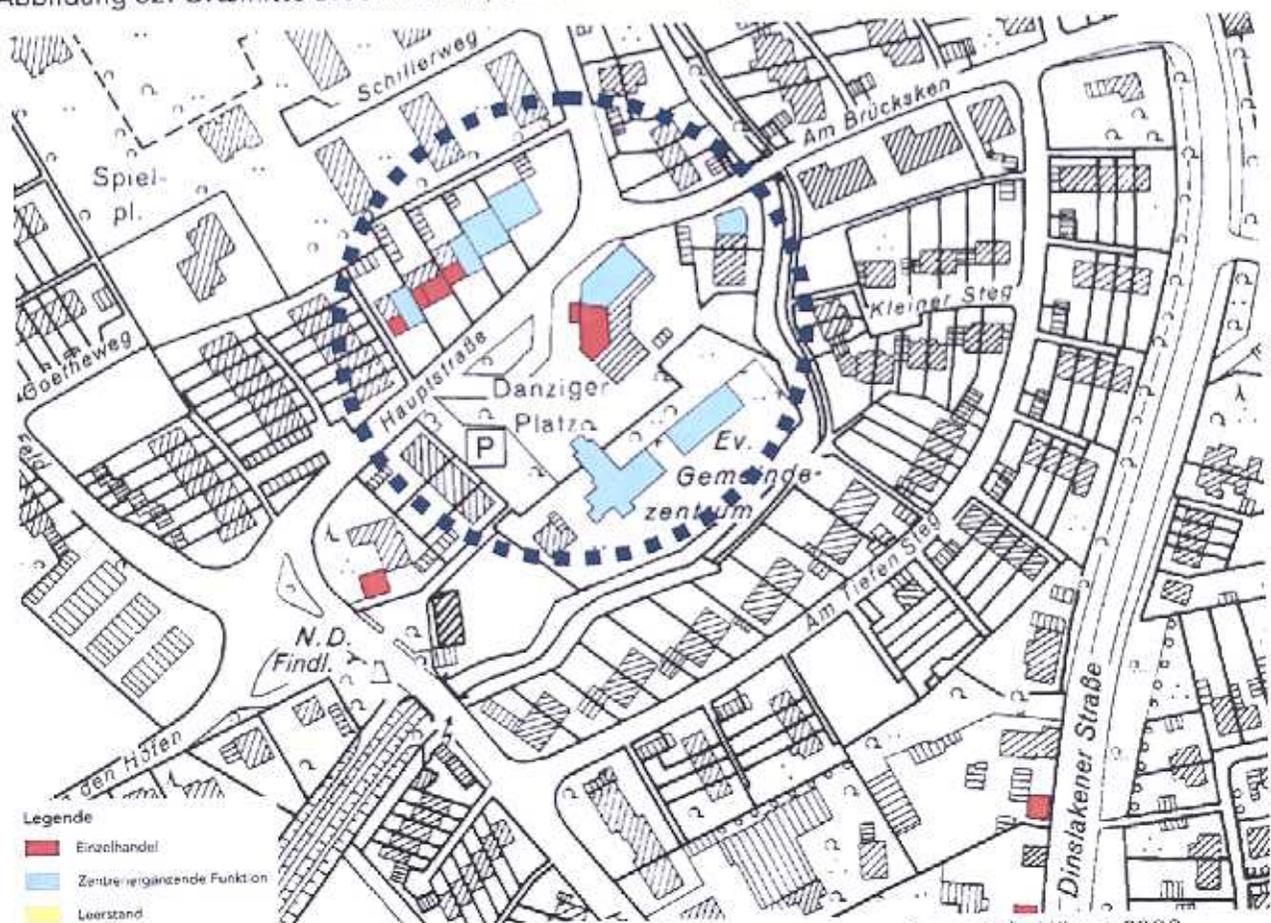
- Schutzbelang gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO,
- Beeinträchtigerungsverbot nach § 24a Abs. 1 LEPro NRW.

4.2.1 Nahversorgungsstandort Bruckhausen

Ausstattungskennziffern:

- Anzahl der Betriebe: 6
- Gesamt-Verkaufsfläche: rd. 800 m²
- Zentrenergänzende Funktionen: 7

Abbildung 52: Ortsmitte Bruckhausen (Funktionszuweisung Nahversorgungsstandort)



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2008

Städtebaulich-funktionale Empfehlungen

Einzelhandelsausstattung

- Einen Lebensmittelmarkt sichern als Frequenzbringer für den gesamten Ortskern und zur Sicherung der flächendeckenden Nahversorgung
 - Primär: planungsrechtliche Abwehr von Funktionsverlusten
 - z. B. Erweiterung durch Umbau der Bestandsimmobilie (im Rahmen der folgenden Ansiedlungsleitsätze)
 - z. B. Erweiterung durch Verlagerung innerhalb des Ortszentrums (im Rahmen der folgenden Ansiedlungsleitsätze)
- Ansiedlungsoption: ggf. Drogeriemarkt

Gestalterische Aspekte

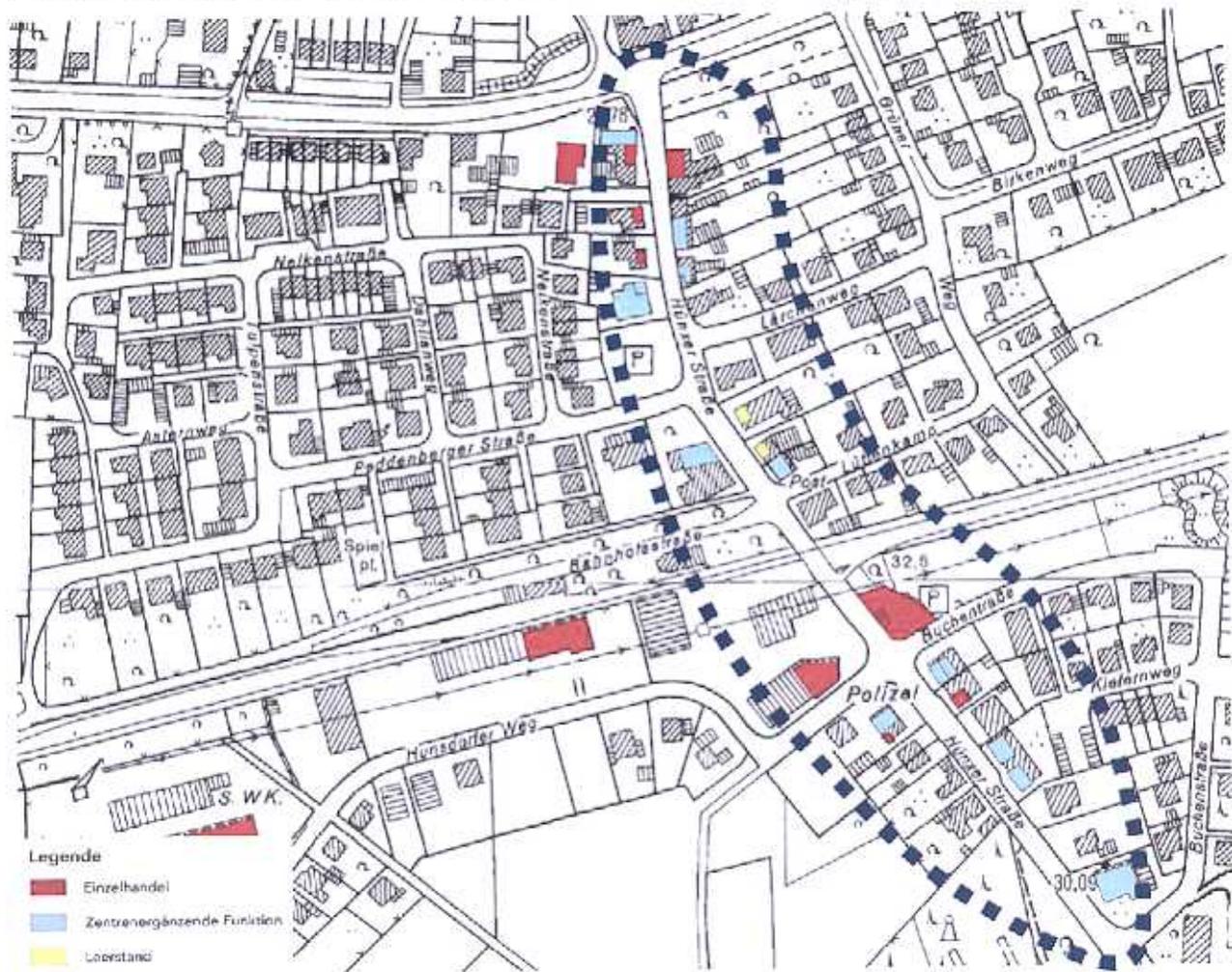
- Die kompakte bauliche Struktur der Ortsmitte als Stärke sichern

4.2.2 Nahversorgungsstandort Drevenack

Ausstattungskennziffern:

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| ▪ Anzahl der Einzelhandelsbetriebe: | 8 |
| ▪ Gesamt-Verkaufsfläche: | rd. 1.100 m ² |
| ▪ Zentrenergänzende Funktionen: | 13 |

Abbildung 53: Ortsmitte Drevenack (Funktionszuweisung Nahversorgungsstandort)



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2008

Städtebaulich-funktionale Empfehlungen

Einzelhandelsausstattung

- Einen Lebensmittelmarkt sichern als Frequenzbringer für den gesamten Ortskern und zur Sicherung der flächendeckenden Nahversorgung:
 - Primär: durch planungsrechtliche Abwehr von Funktionsverlusten
- Ansiedlungsoptionen: ggf. Drogeriefachmarkt, ggf. Getränkemarkt

Gestalterische Aspekte

- Ehem. Bahnlinie als städtebauliche Barriere: Trennwirkung abmildern
- Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität im Ortskern ausbauen

4.3 Das Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wird in Kapitel 2.5 beschrieben und analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Hünxe ausgesprochen. Diese Empfehlungen stehen im engen Zusammenhang mit

- den absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenzialen (Kapitel 3.2),
- den übergeordneten Zielen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (Kapitel 3.4),
- dem empfohlenen Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1),
- sowie den Ansiedlungsleitsätzen (Kapitel 4.6).

Die Ausgangslage ist, wie beschrieben, gekennzeichnet durch eine für ein Grundzentrum durchaus angemessene gesamtgemeindliche Ausstattung mit Lebensmittel-Verkaufsflächen. Diese Ausstattung gilt es zu sichern und zu stabilisieren, insbesondere wenn die zu sichernden Lebensmittelmärkte zugleich wichtige Frequenzbringer und Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich und in den beiden Ortskernen darstellen.

In den drei Ortszentren sind trotz der angemessenen gesamtgemeindlichen Ausstattung in Zukunft Ergänzungsmaßnahmen sinnvoll.

Handlungsprioritäten

Die übergeordneten Prioritäten für die Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur in Hünxe lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Zentraler Versorgungsbereich Hünxe

1. Die bestehende Nahversorgungsfunktion sichern.
2. Diese weiterentwickeln (hierbei keine Beeinträchtigung der flächendeckenden Nahversorgung, d. h. der Nahversorgungsstandorte).

Nahversorgungsangebot an den Nahversorgungsstandorten

1. Die bestehende Nahversorgungsfunktion sichern.
2. Diese weiterentwickeln (ohne eine Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches).

Um mögliche wechselseitige Beeinträchtigungen zwischen den einzelnen für die Nahversorgung relevanten Standorten zu vermeiden, sollten entsprechende Vorgaben aus Bundes- und Landesrecht geprüft und abgewogen werden. Hierbei stellt sich grundsätzlich die Frage, welche Größenordnungen für Lebensmittelmärkte tragfähig sind im Sinne der Vermeidung städtebaulicher Funktionsstörungen in Hünxe.

Gemäß Einzelhandelserlass NRW⁷⁵ wird für größere Gemeinden und Ortsteile empfohlen, dass Vorhaben auch über 800 m² Verkaufsfläche dann städtebaulich verträglich sind, wenn

- der Verkaufsflächenanteil nicht-nahversorgungsrelevanter Sortimente weniger als 10% beträgt,
- der Standort verbrauchernah und „integriert“ ist, etwa innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs,
- der Gesamtumsatz des Vorhabens 35 % der Kaufkraft im Nahbereich beträgt (Nahbereich 700 - 1.000 m Wegstrecke).

Die unten vorgestellten Ansiedlungsleitsätze stellen die entsprechende Ausformulierung des Nahversorgungskonzeptes dar und berücksichtigen hierbei einerseits die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO, andererseits auch die notwendige Flexibilisierung zugunsten größerer Lebensmittelmärkte an planerisch erwünschten, das heißt zentralen Standorten. Die Ansiedlungsleitsätze enthalten für sowohl den zentralen Versorgungsbereich Hünxe als auch für die Ortskerne Bruckhausen und Drevenack entsprechende Regelungsempfehlungen zur Fortentwicklung der Nahversorgungsfunktion.

Festzuhalten ist als ergänzende Entwicklungsempfehlung, dass es in Hünxe keiner weiteren Lebensmittelmärkte in städtebaulich nicht integrierten Lagen bedarf: wenn das entsprechende Angebot an Lebensmittelmärkten in allen drei Ortsteilzentren wie oben beschrieben weiterhin gewährleistet und ggf. punktuell ausgebaut werden kann, dann wird durch die jeweilige zentrale Lage der Ortskerne eine fast vollständige flächendeckende Versorgung der drei großen Ortsteile fußläufig optimal hergestellt. Insofern sei an dieser Stelle auf die Analyse und das obige Zentrenkonzept verwiesen, wo auch die hohe Bedeutung der unmittelbar in den Ortskernen gelegenen Lebensmittelmärkte zur Sicherung einer hohen Kundenfrequenz für die jeweils benachbarten Betriebe und daher für das Funktionieren der Ortskerne als solcher betont wird.

4.4 Konzept für einen ergänzenden Sonderstandort

Neben dem zentralen Versorgungsbereich und den Nahversorgungsstandorten bestehen in Hünxe auch weitere Einzelhandelsagglomerationen mit einem gewissen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für einen auszuweisenden Sonderstandort grundsätzlich sowie im Einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtgemeindlichen Standortbalance zu formulieren sind.

4.4.1 Übergeordnete Zielstellungen zu einem ergänzenden Sonderstandort

Im Sinne dieser gesamtgemeindlichen Standortbalance und der übergeordneten Zielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Hünxe (vgl. Kap. 3.4) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung eines Sonderstandortes verbunden.

⁷⁵ Einzelhandelserlass NRW 2008, Ziffer 2.8

Ein Sonderstandort ist in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereich für den *großflächigen* Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Er dient der Ergänzung des Angebots gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich und den Nahversorgungsstandorten, indem er Einzelhandelsbetriebe aufnimmt,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen und die im Ortszentrum daher räumlich schlecht anzusiedeln wären und
- die Sortimente führen, die die Ortskerne in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Trotz dieser Ergänzungsfunktion zum Ortszentrum bzw. den Ortskernen sollte dennoch zunächst der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches selbst die höchste Priorität gemeindlicher Entwicklungsmaßnahmen und Planungen beigemessen werden – auch etwa durch die Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Sortimente im zentralen Versorgungsbereich oder in unmittelbarer räumlicher Nähe dazu.

Die Entwicklungsmöglichkeiten eines Sonderstandortes sind zudem vor dem Hintergrund ihrer Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in den Wohnsiedlungsbereichen zu bemessen. Gemäß der übergeordneten Zielstellung soll ein Sonderstandort zu keinen negativen Auswirkungen auf die flächendeckende und wohnortnahe Nahversorgungsstruktur führen.

Primär sollen an einem Sonderstandort also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung eines solchen Sonderstandortes trägt begünstigend dazu bei, dass

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

Für Hünxe ergeben sich bezogen auf Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten folgende Entwicklungsprioritäten

1. Prioritär Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte Hünxe oder unmittelbar daran angrenzend
2. Bündelung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment am Sonderstandort
3. Kleinflächige Betriebe ggf. an weiteren Standorten im Gemeindegebiet
4. Ggf. „erweiterter“ Bestandsschutz für bestehende Betriebe dieser Art, die jenseits dieser empfohlenen Standorte liegen

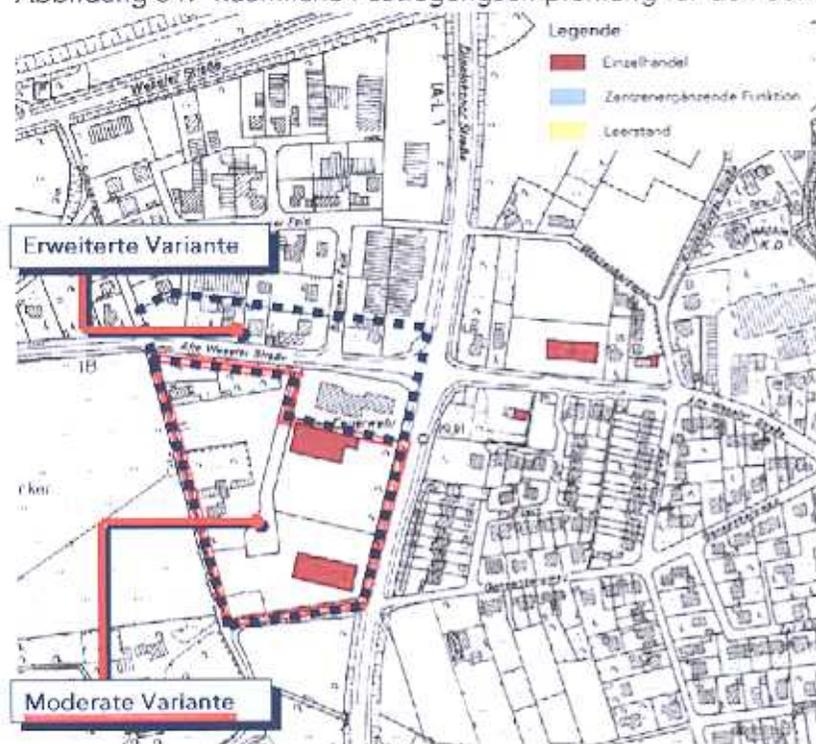
Empfehlungen zur räumlichen Ausprägung

Bei der Ausweisung eines Sonderstandortes sollte eine eindeutige räumliche Abgrenzung vor allem gegenüber den übrigen gewerblich genutzten Bereichen erkennbar werden, um ein Vordringen in die benachbarten, bisher vorrangig rein gewerblich genutzten Bereiche auszuschließen. Hierbei gilt es abzuwägen, welche räumliche Festlegung angestrebt werden sollte (vgl. Abbildung 54). Die Abbildung verdeutlicht zwei räumliche Festlegungsempfehlungen, von denen eine bauleitplanerisch konkretisiert werden sollte.

Beide Varianten erfüllen grundsätzlich die oben skizzierten Zielstellungen zu einem Sonderstandort. In die Abwägung zu einer der beiden Varianten können u. a. folgende Aspekte einbezogen werden:

- Wie viel Flächenbedarf wird konkret als erforderlich und realisierbar angesehen?
- Welche sonstigen gemeindeentwicklungspolitischen Aspekte sind bei der Planung zu berücksichtigen?
- Welche örtlichen Zielstellungen zur gewerblichen Entwicklung sind zu berücksichtigen?
- Wie sind die Eigentumsstrukturen zu bewerten?
- Welche gestalterischen und verkehrlichen Aspekte sind zu beachten?

Abbildung 54: Räumliche Festlegungsempfehlung für den Sonderstandort



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2009; Kartengrundlage: Gemeinde Hünxe 2008

Zu beachtende Zielvorgaben der landesplanerischen Rechtsgrundlagen

Gemäß der landesplanerischen Vorgaben aus dem LEPro NRW dürfen Sondergebiete im Sinne des § 11 Abs. 3 der BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt und
- der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² beträgt.²⁶

4.5 Die Sortimentsliste für Hünxe

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Hünxe als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente (Sortimentsliste) erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen „Hünxer Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzeptes über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sorti-

²⁶ LEPro NRW, §24, Abs. 3

mentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen im Zusammenhang mit der Zielperspektive zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Daher können auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße im zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.²⁷ Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch zu erreichen sein muss. Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich alleine genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Koppelung mit anderen Sortimenten begründet.

Als rechtliche Vorgaben sind der Einzelhandelserlass NRW und das Landesentwicklungsprogramm NRW heranzuziehen. Der Einzelhandelserlass NRW unterscheidet zwischen „zentrenrelevanten“, „nahversorgungsrelevanten“ und „nicht zentrenrelevanten“ Sortimentsgruppen, wobei einige Sortimente zugleich zentren- als auch nahversorgungsrelevant sein können. Das Landesentwicklungsprogramm NRW enthält in § 24a Abs. 2 eine Anlage mit „zentrenrelevanten Leitsortimenten“, die in der Bauleitplanung als Ziel der Landesplanung zu beachten sind.

Tabelle 16: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...

- prägend für das Ortszentrum und die nachgeordneten Zentren sind (Einzelhandelsstruktur)
- Besucher anziehen oder die selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind und Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen (Besuchersfrequenz)
- überwiegend einen geringen Flächenanspruch haben (Integrationsfähigkeit)
- für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind (Kopplungsaffinität)
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können („Handtaschensortiment“/ Transportfähigkeit)

Quelle: eigene Darstellung; auf Basis Einzelhandelserlass NRW 2008; Ziffer 2.5

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch zentrenrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versor-

²⁷ Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

gungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

Im Ergebnis der Sortimentsanalyse ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Hünxe als sog. „Hünxer Liste“.

Tabelle 17: Sortimentsliste für die Gemeinde Hünxe („Hünxer Liste“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ²⁸	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bettwaren	Aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Computer (PC-Hardware und -Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	Aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrradern, Fahrradteilen und -zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	Aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (darunter NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat	Aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a. n. g.)

²⁸ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

Heimtextilien/Gardinen	Aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen)
	Aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken, Kissen, Stuhl- und Sesselauflegern u. Ä.
Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	Aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickerien)
Leuchten/Lampen	Aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Medizinische und orthopädische Geräte	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Papier/Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel und Angelbedarf)	Aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel, Anglerbedarf und Boote)
Telekommunikationsartikel	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Unterhaltungselektronik	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	Aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	Aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (NUR: Anglerbedarf)

Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkkarten
	Aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

Blumen	Aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)
Drogerie, Kosmetik/ Parfümerie	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Baumarktsortiment im engeren Sinne	47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern)
	Aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	Aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	Aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)
Elektro Großgeräte	Aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektro Großgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	Aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren a. n. g. (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)

Kfz-Zubehör	45.32 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagen teilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträ- der)
Möbel	47.59.1 47.79.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
Pflanzen/ Samen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemit- teln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichbö- den)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läu- fern)
Zoologischer Bedarf und le- bende Tiere	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: eigene Darstellung

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.²⁹ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

4.6 Ansiedlungsleitsätze

Im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze sollen die „Ziel-Prioritäten“ zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 3.4) konkretisiert und so eine gesamtgemeindlich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele untereinander:

1. Sicherung und Entwicklung der drei Ortskerne jeweils im periodischen Bedarfsbereich zur Optimierung der flächendeckenden Nahversorgung in den drei großen Ortsteilen von Hünxe.
2. Sicherung und Entwicklung des Ortszentrums Hünxe ergänzend auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zur Optimierung der gesamtgemeindlichen Angebotsvielfalt und Leistungsstärke des Einzelhandels.

²⁹ Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531

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

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

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Hünxer Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Hünxe ansässiger Einzelhandelsbetriebe.³⁰

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

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

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Hünxe empfohlen:

³⁰ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Hünxe, insbesondere des Ortszentrums.

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe

- Im Ortszentrum Hünxe unbegrenzt.³¹
- Ggf. erweiterter Bestandsschutz für bestehende Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb des Ortszentrums Hünxe.
- Zur gemeindlichen Steuerung von Vorhaben auch unterhalb von 800 m² Verkaufsfläche: flankierender Einsatz von Angebotsplanungen und Maßnahmen aktivierender Zentrenentwicklung innerhalb des Ortszentrums Hünxe empfohlen.

Erläuterungen:

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich des Ortszentrums Hünxe zulässig sein. Damit kann das Ortszentrum in seiner heutigen Attraktivität gesichert und entsprechend der übergeordneten Zielstellung weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber dem Ortszentrum sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im Ortszentrum nur als Leitlinie, deren Überschreiten im Ortszentrum durchaus zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Ortszentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei dem Ortszentrum um einen gemeindeentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

³¹ Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

Leitsatz II: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in allen drei Ortskernen

- Aufgrund der hohen städtebaulich-funktionalen Bedeutung nahversorgungsrelevanter Sortimente bzw. von Lebensmittelmärkten als Frequenzbringer Ansiedlung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe sowie den beiden Ortskernen Drevenack und Bruckhausen.
- Kleinstformen des Einzelhandels wie etwa Kioske und Tankstellenshops auch an sonstigen Standorten.
- In den drei Ortskernen, sofern negative Auswirkungen auf (andere) zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden (Beeinträchtigungsverbot). Fachgutachterliche Empfehlung zur diesbezüglichen Verwaltungsvereinfachung:

Für Lebensmittelmarkt-Vorhaben innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortszentrum Hünxe bis 1.000 m² Gesamt-VKF eines Vorhabens ohne weitere Prüfung städtebaulicher Auswirkungen zu empfehlen (darüber hinaus Einzelfallprüfung gemäß AG Strukturwandel bzw. Einzelhandelserlass NRW, Ziffer 2.8).

Für Lebensmittelmarkt-Vorhaben an den beiden Nahversorgungsstandorten (Ortskerne Drevenack und Bruckhausen) bis 800 m² Gesamt-VKF eines Vorhabens ohne weitere Prüfung städtebaulicher Auswirkungen zu empfehlen (darüber hinaus Einzelfallprüfung gemäß AG Strukturwandel bzw. Einzelhandelserlass NRW, Ziffer 2.8).

Erläuterungen:

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz im zentralen Versorgungsbereich haben, sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment ausschließlich in den drei Ortskernen selbst angesiedelt oder ausgebaut werden.

Im Rahmen des städtebaulichen und landesplanerischen Beeinträchtigungsverbots ist ein überschlägiger Orientierungswert als (erste) Bewertungshilfe für Vorhaben mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel angegeben, der aus den Hünxer Verhältnissen abgeleitet ist. Der Orientierungswert kann unter Bezug auf eine städtebauliche und landesplanerische Auswirkungsanalyse unter Berücksichtigung der Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 BauNVO (in Verbindung mit den Kriterien der AG Strukturwandel und des Einzelhandelserlasses) sowie von § 24 a Abs. 2 LEPro NRW einzelfallbezogen ggf. überschritten werden.³²

³² Mindestinhalte einer solchen Auswirkungsanalyse: Nachvollziehbare Benennung der Eingangsgrößen der Untersuchung (u. a. Angaben zu sortimentspezifischen VKF-Daten und zur prognostizierten, in Spannwei-

Leitsatz III: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel primär im Ortszentrum Hünxe, sowie mit nachrangiger Priorität am gekennzeichneten Sonderstandort

Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zur Angebotsbereicherung primär im zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe (oder unmittelbar daran angrenzend) angesiedelt werden. Alternativ dazu sollen sie am empfohlenen Sonderstandort angesiedelt werden, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken (vgl. Konzept für einen Sonderstandort, Kap. 4.4).

Nicht großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen ebenfalls entweder im zentralen Versorgungsbereich, unmittelbar daran angrenzend sowie am empfohlenen Sonderstandort zugelassen werden, wobei zugunsten der oben genannten Faktoren primär die Ansiedlung im Ortszentrum Hünxe nahe zu legen ist. Nachrangig ist eine Vorhabenansiedlung im sonstigen Gemeindegebiet empfehlenswert, sofern sie dort bau- und planungsrechtlich im Einzelfall zulässig ist.

Leitsatz IV: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment im Umfang anpassen

- Branchenbezogene Zuordnung des Randsortimentes zum Hauptsortiment.
- Realisierung in einer Größenordnung von bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, insgesamt jedoch höchstens 800 m² Verkaufsfläche zentrenrelevantes Randsortiment.
- Städtebaulich oder landesplanerisch relevante Auswirkungen ggf. schon unterhalb dieser Größenordnung beachten.

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

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dessen. Um den zentralen Versorgungsbereich und die beiden Nahversorgungsstandorte vor diesen gemäß der Hünxer „Ziel-Prioritäten“ uner-

ten angegebenen Flächenproduktivität des geplanten Vorhabens), Ermittlung des Einzugsbereichs, ggf. Berücksichtigung von betriebstypologischen Besonderheiten, Ermittlung der Umsatzumverteilung in Spannweiten und bezogen auf einzelne betroffene städtebaulich und landesplanerisch relevante Standorte (etwa zentrale Versorgungsbereiche in Nachbargemeinden), ggf. Berücksichtigung der vorhandenen Stärken und Schwächen der betroffenen Standorte, Gesamtbewertung des geplanten Vorhabens unter Bezug auf die städtebaulichen und landesplanerischen Gesetzesvorgaben.

wünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich und die beiden Nahversorgungsstandorte nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits des zentralen Versorgungsbereiches in begrenztem Umfang zugelassen werden. Hierbei ist auf die Rechtsvorgaben des § 24a Abs. 3 LEPro NRW zu verweisen.

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentspezifischen Angebotsstruktur im zentralen Versorgungsbereich oder an den Nahversorgungsstandorten ergibt, sollten Verkaufsflächenbegrenzungen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung im Einzelfall³³ ggf. auch unterhalb der genannten Grenzen vorgenommen werden.

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

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *im zentralen Versorgungsbereich Ortszentrum Hünxe* können regelmäßig *ohne* Verkaufsflächenbegrenzung empfohlen werden, sofern Grundsatz I gewahrt bleibt.

Nicht zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment können ebenfalls regelmäßig *ohne* Verkaufsflächenbegrenzung empfohlen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses Einzelhandelskonzeptes eingehalten werden (u. a. strategischer Einsatz auch nicht zentrenrelevanter Sortimente zur Stärkung des Ortszentrums, Standortbündelung, Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches).

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden sowie weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben.

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

- eine räumliche und funktionale Zuordnung zum Hauptbetrieb und
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und

³³ Ein Einzelfallnachweis der Unschädlichkeit gerade der zentrenrelevanten Randsortimente ist bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Rahmen der erforderlichen vorhabenbezogenen Verträglichkeitsbewertung nach § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB zu leisten.

- wenn eine Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschritten wird.

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

Zwischenfazit

In der Zusammenschau der aus den Hünxer „Ziel-Prioritäten“ abgeleiteten Differenzierung ergibt sich ein Bewertungsinstrument für spezifizierte Einzelhandelsvorhaben sowie ein Anwendungsrahmen für die Bauleitplanung, und zwar bezogen auch auf die im Zentren- und Standortkonzept gekennzeichneten Standortziele. In der konsequenten Anwendung ergeben sich für geplante Einzelhandelsvorhaben je nach Sortiments- und Größenstruktur empfohlene Standorte sowie innerhalb möglicher Standorte eine teils mit Prioritäten versehene Empfehlung.

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

4.7 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

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

Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtgemeindlichen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte“ Standorte³⁴ bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben etwa im Ortszentrum gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem oben vorgestellten Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrele-

³⁴ „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne des oben vorgestellten Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzeptes im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen

vante und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht (mehr) in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen.

- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen, ggf. können handwerks- und produktionsbedingter Verkauf ausnahmsweise zugelassen werden (vgl. Leitsatz V).
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar den eigenen zentralen Versorgungsbereich zu schädigen drohen, die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Rahmen der eigenen grundzentralen Ansiedlungsspielräume sowie die ggf. auch die wohnortnahe Grundversorgung in allen Ortsteilen gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Hünxer Liste zentrenrelevanter Sortimenten.

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

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

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zum zentralen Versorgungsbereich (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot prägende Sortimente und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen usw.),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches, der Nahversorgungsstruktur bzw. des ergänzenden Sonderstandortes sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll³⁵ (hierzu hält dieses Einzelhandelskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor),

³⁵ So z. B. die Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsmaßnahmen für die Innenentwicklung der Städte (BauGB-Novelle 2007) bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nach § 9 Abs. 2a BauGB (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11)

- der Lage des Planvorhabens innerhalb der beabsichtigten zukünftigen Zentren-, Standort- und Nahversorgungsstruktur,
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zur o. g. übergeordneten Entwicklungszielstellung für den Einzelhandel („funktional differenziertes Wachstum“),
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandelskonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden. Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelskonzeptes³⁶ – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

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

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i.V.m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen.³⁷

Die Hünxer Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen (bzw. der Begründung) des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.³⁸

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich und er-

³⁶ Das Einzelhandelskonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

³⁷ Z. B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u.a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 C 77.84 vom 22.05.1987 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

³⁸ Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

gänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*³⁹. In diesem Baugebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb *Betriebstyp* (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter, Kiosk usw.)* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von *xy* m² und dem Hauptsortiment *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Hünxer Sortimentsliste).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz IV:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Hünxer Sortimentsliste) *(entweder)* auf insgesamt *xy* % der Gesamtverkaufsfläche *(oder)* maximal *xy* m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen aufgrund der nach Sortimentsgruppe differenzierenden potenziellen Schädigungswirkung gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich weitergehend begrenzt werden:

- Sortiment oder Sortimentsgruppe *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Hünxer Sortimentsliste): maximal *xy* m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen)
- *weitere Sortimente analog*

Aus Gründen der im Einzelhandelskonzept empfohlenen Angebotsbündelung, und aufgrund der zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs sowie zur Wahrung seiner Entwicklungschancen sollen die zulässigen Randsortimente sich jeweils erkennbar auf das Hauptsortiment beziehen (vgl. Leitsatz IV).

b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*. In diesem Gebiet sind zulässig *Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe aller Art zum Schutz des zentralen Versorgungsbereichs in Hünxe, zur Sicherung der gesamtgemeindlichen Nahversorgungsstruktur sowie basierend auf den städtebaulichen Zielen

³⁹ Dieser Gebietstyp sollte i. d. R. ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden; vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

zur gesamtgemeindlichen Steuerung des Einzelhandels (*in der Begründung näher zu benennen*) nicht zulässig.“

Ggf. Anwendung des „Handwerkerprivilegs“ in gewerblichen genutzten Gebieten gemäß Ansiedlungsleitsatz V:

„Ausnahmsweise sind Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zulässig, wenn eine unmittelbare räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb und die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang gegeben ist, wenn zudem eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist, sowie wenn die Grenze der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erkennbar sind.“

5 Schlusswort

Die Gemeinde Hünxe verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über eine relativ gute Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des Ortszentrums sowie auch der beiden Ortsteile Bruckhausen und Drevenack in ihrer Funktion als Nahversorgungsstandorte. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und durch den parallel einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsszenarien und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss dieses Einzelhandelskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann. Sofern das Einzelhandelskonzept und insbesondere die Definition des zentralen Versorgungsbereiches mit der Bezirksregierung abgestimmt werden, wird gemäß Ziffer 5.6 des Einzelhandelserrlasses zudem eine Verfahrensbeschleunigung im Genehmigungsverfahren erreicht.

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