

Einzelhandelskonzept

für die Stadt Straelen

Auftraggeber:

Stadt Straelen

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail kuepper@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im November 2014/ Januar 2015

Beschluss des Rates der Stadt Straelen vom 19.03.2015:

Der Rat beschließt auf Empfehlung des Ausschusses für Wirtschaft und Tourismus die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts als handlungsleitende Planungsgrundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Straelen und, unter Berücksichtigung der im Rahmen der Öffentlichkeitsbeteiligung vorgetragenen Anregungen, die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs (Karte auf Seite 50), die Sortimentsliste (Seiten 64 und 65) sowie die Leitziele (Seiten 47 und 48) als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 des Baugesetzbuches (BauGB). Diese Punkte sind entsprechend in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und umzusetzen.

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	6
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	6
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	7
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	9
2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung	9
2.2 Demografische Entwicklung	10
2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Straelen	12
2.3.1 Kundenwohnorterhebung	15
2.4 Regionale Wettbewerbssituation	18
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Straelen	22
3.1 Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen	22
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	24
3.3 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen	29
4 Standortanalyse Innenstadt	34
4.1 Städtebauliche Situation der Innenstadt	34
4.2 Einzelhandelsausstattung der Innenstadt	37
5 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Straelen	39
6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung	41
7 Zentrenkonzept Straelen	43
7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	43
7.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches	45
7.3 Leitziele des Zentrenkonzeptes	47
7.4 Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	49
7.4.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs	49
7.4.2 Entwicklungsempfehlungen	51

7.5	Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes „An der Oelmühle“	56
7.6	Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung an der Großmarktstraße	58
7.7	Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung	60
8	Straelener Sortimentsliste	61
9	Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	66
9.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	66
9.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	68
9.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	70
9.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	72
9.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	73
9.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	74
9.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	75
10	Online-Konzept zur Stärkung der Internetpräsenz lokaler Einzelhändler der Stadt Straelen	77
10.1	Internetpräsenz der Stadt Straelen	78
10.2	Online-Präsenz des lokalen Einzelhandels durch Online-Branchenbücher	79
10.3	Online-Präsenz des lokalen Einzelhandels durch Direktsuche	82
10.4	Alternative Informationsquellen zum lokalen Geschäftsbesatz	84
10.5	Zusammenfassung	85
11	Fazit und abschließende Empfehlungen	87

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Einwohner der Stadt Straelen nach Altersgruppen	10
Abbildung 2:	Einwohnerzahlentwicklung der Stadt Straelen	10
Abbildung 3:	Einwohner der Stadt Straelen nach Ortsteilen	11
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Straelen und in Nachbarkommunen	12
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben/ Jahr in der Stadt Straelen	13
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	14
Abbildung 7:	Kundenherkunft	16
Abbildung 8:	Kfz-Kennzeichenerfassung	17
Abbildung 9:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Stadtteilen	22
Abbildung 10:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Straelen	23
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Sortimenten	24
Abbildung 12:	Lebensmittelangebot der Stadt Straelen nach Betriebsformen	25
Abbildung 13:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Sortimenten	27
Abbildung 14:	Verkaufsflächenentwicklung 2006 - 2014	29
Abbildung 15:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	30
Abbildung 16:	Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2006 - 2014.....	31
Abbildung 17:	Kaufkraftbewegungen	32
Abbildung 18:	Nutzungsstruktur in der Innenstadt	36
Abbildung 19:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt	37
Abbildung 20:	Nahversorgung in der Stadt Straelen	40
Abbildung 21:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	50
Abbildung 22:	Entwurf des Regionalplanes für den Regierungsbezirk Düsseldorf 2014	57
Abbildung 23:	Entwicklungsfläche Großmarktstraße	58
Abbildung 24:	Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht- zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Straelen	64
Abbildung 25:	Internetauftritt Stadt Straelen	78

Abbildung 26:	Ergebnis der Branchenbuch-Analyse meinstadt.de	80
Abbildung 27:	Ergebnis der Online-Direktsuche mittels Branchenstichworten	82
Abbildung 28:	Kartenausschnitt Stadtzentrum Straelen.....	84
Abbildung 29:	SWOT-Analyse.....	86

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Straelen beabsichtigt, das auf Basis eines Einzelhandelsgutachtens der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH aus dem Jahre 2006 erstellte kommunale Einzelhandelskonzept zu überprüfen, zu aktualisieren und fortzuführen.

Aufbauend auf einer umfassenden Aktualisierung der Datenlage zur Einzelhandelssituation werden konkrete Empfehlungen zum Umgang mit laufenden Planvorhaben und zur künftigen Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet aufgezeigt.

Im besonderen Fokus steht dabei die Straelener Innenstadt, deren Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale als Einzelhandelsstandort nochmals intensiv beleuchtet werden. In diesem Zusammenhang wird auch eine genaue räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs vorgenommen.

Über den wichtigen Aufgabenbereich der Innenstadtentwicklung hinaus, wird auftragsgemäß auch die Einzelhandelssituation in den sonstigen Stadtquartieren beleuchtet. Insbesondere werden dabei die markt- und standortseitigen Potenziale für eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes an Standorten außerhalb der Innenstadt geprüft. Dabei werden vorliegende Planungsüberlegungen (u.a. Verlagerungsabsicht Edeka, Angebotserweiterung am Standort Dahlmann, Nachnutzung Großmarkt-Areal) berücksichtigt.

Bei der Bearbeitung des Einzelhandelskonzepts ist auch zu beachten, dass die Landesregierung Nordrhein-Westfalen am 13.07.2013 den sachlichen Teilplan zum großflächigen Einzelhandel als Teil des neuen Landesentwicklungsplans beschlossen hat. Mit diesem landesplanerischen Fachplan werden die Ziele und Grundsätze festgelegt, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen werden müssen. Vor diesem Hintergrund wird dieser landesplanerische Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel in die Konzeptbearbeitung einfließen.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Stadt Straelen

Im Mai 2014 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 30 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt die sonstigen publikumsintensiven Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt. Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand Mai 2014, einzig die Schließung des Penny Lebensmittelmarktes (inkl. Konzessionäre) am Nordwall Ende 2014 findet Berücksichtigung.

Kundenwohnorterhebung

Zur Ermittlung des Kundeneinzugsgebietes der Einkaufsstadt Straelen wurde in Zusammenarbeit mit dem Werbering eine betriebliche Erfassung der Kundenwohnorte durchgeführt. An der Erhebung haben sich 26 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe der Stadt Straelen beteiligt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von ca. 9.600 Kunden im Zeitraum 23. – 28.06.2014.

In Ergänzung wurde auf den Parkplätzen der großen Lebensmittelmärkte Kaufland, Penny und Aldi eine Kfz-Kennzeichenerfassung an drei Tagen (Dienstag-Vormittag, Freitag-Nachmittag und Samstag-Vormittag) im selben Zeitraum durchgeführt.

Weitere Grundlagen

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Straelen wurden von der BBE-Marktforschung ermittelt. Zugrunde gelegt werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der MB-Research-Kaufkraft für Sortimente 2013.

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Straelen wurden ausgewertet.

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Das GMA-Einzelhandelskonzept für die Stadt Straelen aus dem Jahre 2006 wurde u. a. für einen Zeitvergleich ausgewertet.

Die Ergebnisse der durch den Werbering Straelen im Sommer 2014 durchgeführten Bürgerbefragung zum Einkaufsverhalten und zur Bewertung der Einkaufsstadt Straelen werden nachrichtlich aufgeführt.

Wettbewerbsanalyse in der Region

Aufbauend auf den vorliegenden Untersuchungen in der Region wurde die regionale Angebotssituation im Einzelhandel bewertet.²

² U. a. Einzelhandelskonzepte der Städte und Gemeinden Geldern, Nettetal, Greifath, Krefeld, Moers und Duisburg

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Das Grundzentrum Straelen befindet sich im südwestlichen Bereich des Kreises Kleve und grenzt im Norden an die Stadt Geldern, im Osten an die Gemeinden Kerken und Wachtendonk, im Süden an die dem Kreis Viersen zugehörige Stadt Nettetal und im Westen an die Ortschaften Arcen und Velden in der niederländischen Stadt Venlo (Provinz Limburg, NL).

Nahgelegene Mittelzentren sind die Städte Nettetal, Geldern, Kevelaer, Kempen, Neukirchen-Vluyn und Kamp-Lintfort. Die Städte Mönchengladbach, Krefeld und Duisburg bilden die umliegenden Oberzentren und befinden sich in einer Entfernung von bis zu 40 km. In diesem Zusammenhang ist auch die niederländische Stadt Venlo mit einer hohen Ausstrahlungskraft zu nennen.

Das Stadtgebiet Straelen wird durch die Bundesstraße 58 (Broekhuysener Straße) sowie durch die Landesstraßen 2, 39, 361 und 480 erschlossen. Durch die nahegelegene Anbindung an die Autobahn 40 (Anschlussstelle Straelen/ Wachtendonk, ca. 5 km) besteht ein Anschluss an das überregionale Straßenverkehrsnetz und eine wichtige Verkehrsachse in das östlich gelegene Ruhrgebiet sowie in die Niederlande im Westen. Die Autobahn 61 stellt über die Anschlussstelle Kaldenkirchen (ca. 13 km) die Anbindung in Richtung Mönchengladbach/ Koblenz sowie Nijmegen sicher.

Die Stadt Straelen ist seit dem 01.01.2012 dem Verbundgebiet des Verkehrsverbund Rhein-Ruhr angeschlossen. Vor Ort wird der öffentliche Personennahverkehr durch den Versorgungs- und Verkehrsbetrieb der Stadt Straelen (VVS) sowie durch die Niederrheinische Verkehrsbetriebe AG (NIAG) organisiert. Busverbindungen bestehen in die umliegenden Nachbarkommunen Geldern, Wachtendonk, Kerken und Kempen sowie in die niederländische Stadt Venlo. Eine Regionalbusverbindung zwischen Venlo und Duisburg bedient das südlichen Stadtgebiet Straelen (Herongen). Insgesamt erschließen 10 Buslinien das Siedlungsgebiet.

Die Stadt Straelen umfasst 74 km² und gliedert sich in die Ortsteile Straelen/ Stadt, Auwel, Boekholt, Broekhuysen, Brücken, Dam, Herongen, Herschel, Hetzert, Holt, Kastanienburg, Louisenburg, Mühlensteeg, Niersbroek, Rieth, Sang, Vlaßrath, Vorst, Vossun, Westerbroek und Zand. Die Stadt entstand im Rahmen der kommunalen Neugliederung 1969 durch Zusammenschluss mit der bis dahin selbstständigen Gemeinde Herongen.

Im Spätmittelalter etablierte sich Straelen als Markort. Später führte der Anschluss an das Eisenbahnnetz im Jahre 1875 zu ersten Ansiedlungen des produzierenden Gewerbes. 1914 wurde mit der Gründung der ersten Straelener Blumen- und Gemüseproduktion der Grundstein für den heutigen Schwerpunkt im Gartenbau gelegt. Gute Anbaubedingungen durch ertragreiche Böden haben zu einer Ansiedlung zahlreicher Agribusiness- und Gartenbaubetriebe geführt, die das Image der Stadt Straelen als „Blumenstadt“ grundlegend prägen.

Die Wirtschaftsstruktur ist darüber hinaus durch die Herstellung von Lebensmitteln und Metallzeugnissen, den Handel sowie das Gastgewerbe geprägt. Als namenhafte Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie und dem Agrobusiness haben u. a. Bonduelle und Carl Kühne einen Firmensitz sowie Landgard und bofrost ihren Hauptsitz in Straelen. Demgemäß ist ein positiver Pendler-saldo verzeichnen: von den knapp 6.900 im Stadtgebiet sozialversicherungspflichtig Beschäftigten pendeln knapp 4.100 Personen ein, während knapp 3.100 Straelener Bürger einem Beschäftigungsverhältnis außerhalb der eigenen Wohngemeinde nachgehen. Darüber hinaus ist ein hoher Anteil von Saisonarbeitern zu verzeichnen.

2.2 Demografische Entwicklung

Aktuell weist die Stadt Straelen 15.922 Einwohner auf. Hinsichtlich der Altersstruktur liegt die Verteilung der Bevölkerung nach Altersgruppen annähernd im Bundesdurchschnitt. Lediglich die Altersgruppe der 0-25-Jährigen ist mit knapp 27 % leicht überdurchschnittlich vertreten (Bundesdurchschnitt ca. 24 %; Quelle: Destatis). Entgegen den negativen Bevölkerungstendenzen ländlich geprägter Räume und ländlicher Kleinstädte zeigt die Stadt Straelen eine positive Bevölkerungsentwicklung, die neben der natürlichen Bevölkerungsbewegung aus leichten Überschüssen aus der Bevölkerungswanderung resultiert (2012: +216 Einwohner, Quelle: IT NRW). Während das Land Nordrhein-Westfalen sowie die Bundesrepublik Deutschland im Zeitraum zwischen 1995 und 2012 einen Bevölkerungsrückgang von 0,25 % bzw. 1,6 % verzeichnen, dokumentiert die Stadt Straelen einen Bevölkerungsgewinn von rd. 7 % (vor allem Zuwanderung aus dem Ausland).

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Straelen nach Altersgruppen

Altersgruppen	Einwohner			
	0 – 25 Jahre	26 – 65 Jahre	66 Jahre und älter	Gesamt
Absolut	4.213	9.044	2.665	15.922
in %	26,5	56,8	16,7	100,0

Quelle: Stadt Straelen, Stand: 13.05.2014

Abbildung 2: Einwohnerzahlentwicklung der Stadt Straelen

Sortiment	Einwohner					
	1995	2000	2005	2010	2012	2013
Absolut	14.511	15.389	15.580	15.374	15.578	15.712
Veränderung zum Bezugsjahr in %	-	+ 6,1	+ 7,4	+ 5,9	+ 7,4	+ 8,3

Quelle: IT NRW, jeweils Stand 31.12. bzw. 30.06.2013

Den Siedlungsschwerpunkt stellt die Kernstadt mit ca. 55 % der Einwohner dar. Der Ortsteil Herongen vereinigt ca. 15 % der Einwohner auf sich. Die übrigen 30 % der Bevölkerung verteilen sich auf 19 weitere Ortschaften, so dass außerhalb der Kernstadt eine geringe Bevölkerungsdichte festzustellen ist.

Abbildung 3: Einwohner der Stadt Straelen nach Ortsteilen

Ortsteil/ Ortschaft	Einwohner	
	abs.	in %
Auwel	380	2,4
Boekholt	414	2,6
Broekhuysen	655	4,1
Brückken	69	0,4
Dam	167	1,0+
Herongen	2.353	14,8
Herschel	16	0,1
Hetzert	337	2,1
Holt	786	4,9
Kastanienburg	203	1,3
Louisenburg	142	0,9
Mühlensteeg	48	0,3
Niersbroek	42	0,3
Rieth	235	1,5
Sang	147	0,9
Kernstadt	8.719	54,8
Vlaßrath	17	0,1
Vorst	137	0,9
Vossum	418	2,6
Westerbroek	551	3,5
Zand	79	0,5
Ohne Zuordnung	7	< 0,1
Stadt Straelen gesamt	15.922	100,0

Quelle: Stadt Straelen, Stand: 13.05.2014

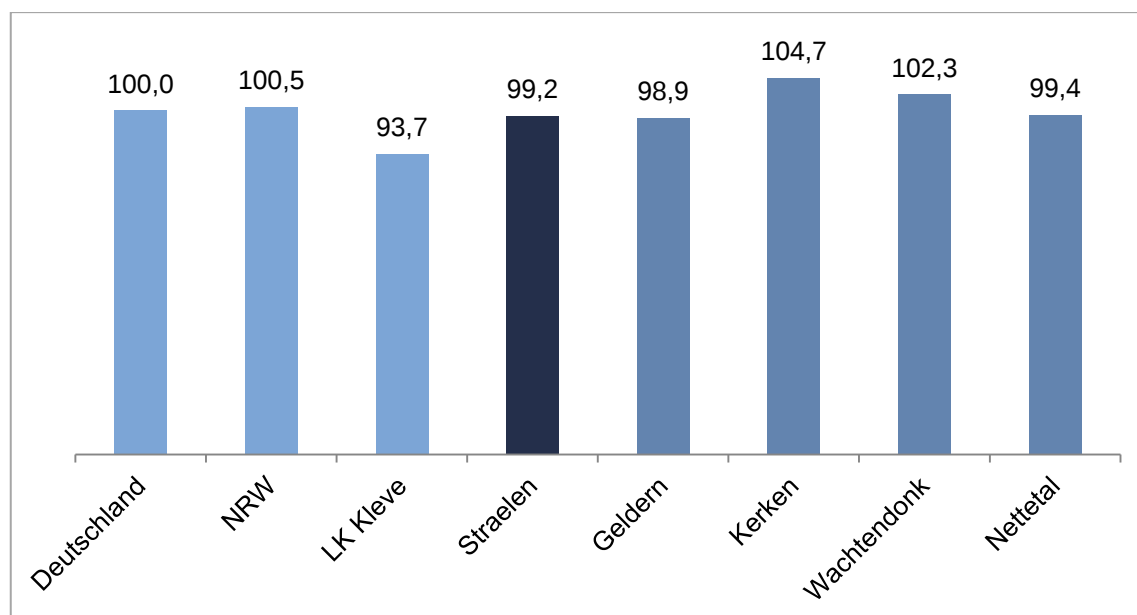
Die Bevölkerungsvorausberechnung der Bertelsmann-Stiftung aus dem Jahre 2009 lässt für die Stadt Straelen bis zum Jahre 2030 eine nur leicht schrumpfende Bevölkerung (ca. - 2,3 %) erwarten. Für den Kreis Kleve wird für diesen Zeitraum eine stabile Bevölkerungsentwicklung (ca. - 0,2 %) prognostiziert, während landesweit ein Bevölkerungsrückgang (ca. - 5,3 %) erwartet wird.

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Straelen

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.205 € einzelhandelsrelevant.³

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für die Stadt aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 99,2 % aus. Im Kreis Kleve liegen die Kaufkraftkennziffern weitgehend unter dem deutschen Durchschnitt (vgl. Abbildung 4). Die Kaufkraftkennziffern der benachbarten Grundzentren Kerken und Wachtendonk sind jedoch leicht überdurchschnittlich.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Straelen und in Nachbarkommunen



Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2013 (Kaufkraftbasis stellt das wohnortbezogene Einkommen dar, inkl. Einkünfte der Wohnbevölkerung im Ausland)

³

Quelle: BBE-Marktforschung; unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben/ Jahr in der Stadt Straelen

Sortiment	Deutschland	Stadt Straelen	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.278	2.235	35,6
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	297	286	4,6
Apothekenwaren	614	574	9,1
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	48	45	0,7
Blumen	71	78	1,3
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	52	0,8
Bekleidung, Wäsche	504	499	8,0
Schuhe, Lederwaren	126	126	2,0
Sport-, Campingartikel	89	97	1,5
Bücher, Zeitschriften	96	90	1,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	126	118	1,9
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	49	51	0,8
Möbel, Küchen	304	305	4,9
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	96	95	1,5
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	33	33	0,5
Heimtextilien, Gardinen	27	27	0,4
Bettwaren	23	23	0,4
Lampen und Leuchten	25	25	0,4
Elektrogroßgeräte	87	83	1,3
Elektrokleingeräte	39	37	0,6
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger, Computer, Telekommunikation	287	283	4,5
Foto	58	59	0,9
Optik	62	57	0,9
Uhren, Schmuck	56	53	0,9
Bau- und Heimwerkerbedarf	297	328	5,2
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	38	42	0,7
Pflanzen, Gartenbedarf	131	145	2,3
Fahrräder, Fahrradzubehör	38	41	0,7
Autozubehör	150	158	2,5
Sonstiger Einzelhandel**	109	108	1,7
Gesamt	6.205	6.153	98,0

* Glas, Porzellan, Keramik

** u. a. Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

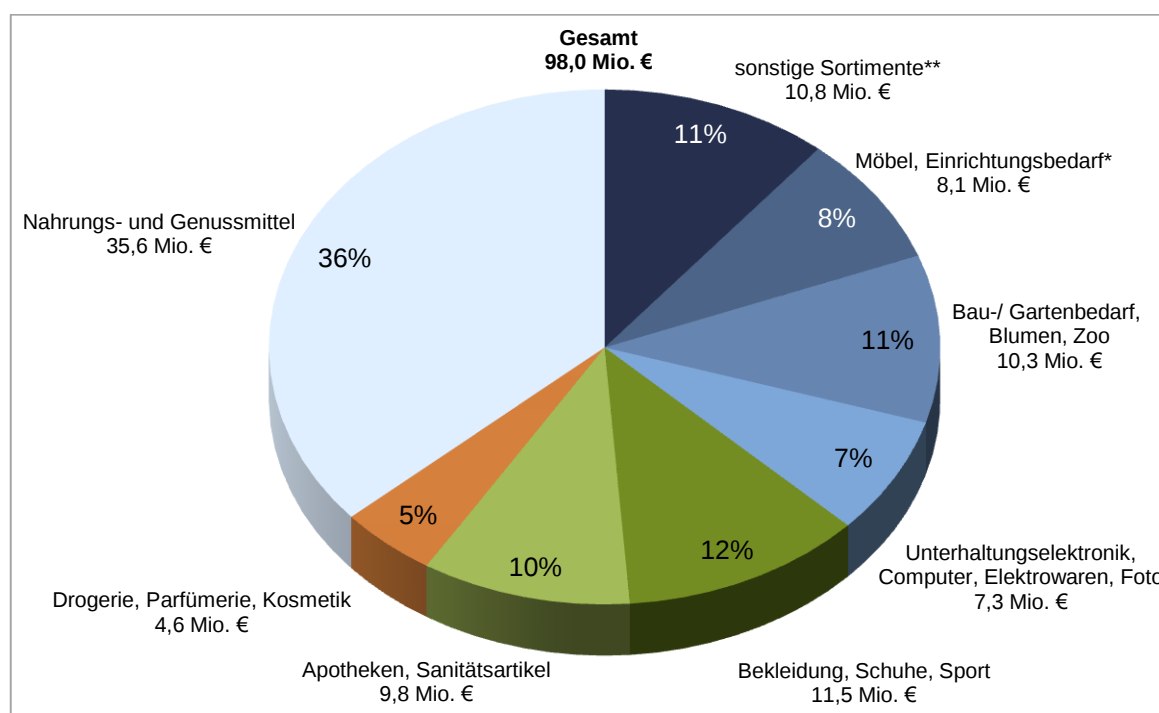
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Rundungsdiff. mögl.)

Für die Stadt Straelen ergeben sich unter Beachtung des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.153 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Straelen in Höhe von aktuell 98 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 5).

Mit rund 36 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 51 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 18,8 Mio. € (ca. 19 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 18,4 Mio. € (ca. 19 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 10,8 Mio. € bzw. ca. 11 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

2.3.1 Kundenwohnortenerhebung

Um die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Straelen und dessen Ausstrahlung in umliegende Orte und Gemeinden zu ermitteln, erfolgte im Juni 2014 in Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben der Stadt Straelen eine Kundenwohnortenerhebung zur Ermittlung des aktuellen Einzugsgebietes der Einkaufsstadt. Im Rahmen der Kassenvorgänge wurden die Wohnorte der Kunden ermittelt. Die Herkunftsorte wurden dabei zum Teil differenziert nach Ortschaften der Umlandgemeinden und -städte erfragt.

In 26 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in Straelen wurden im Erhebungszeitraum vom 23. - 28.06.2014 insgesamt knapp 9.600 Kunden hinsichtlich ihres Wohnortes befragt. Die Ergebnisse sind wie folgt zusammenfassen:

- Mit über 80 % kommt der überwiegende Kundenanteil aus dem eigenen Stadtgebiet.
- Die übergemeindliche Ausstrahlungskraft bezieht sich vor allem auf benachbarten Siedlungsbereiche von Geldern, Wachtendonk und Venlo (zusammen ca. 12 % der Kunden).
- Der Anteil niederländischer Kunden insgesamt beläuft sich auf ca. 4 % und ist damit vergleichsweise gering.
- Für die sonstigen deutschen Nachbarkommunen ist nur eine geringe Verflechtungsintensität festzustellen.
- Die Bindungsintensität (Kunden je 1.000 Einwohner) ist für die Kunden aus Geldern-Pont und -Walbeck sowie Wachtendonk am höchsten. Zu beachten ist allerdings dabei, dass die mit der Einwohnerzahl gewichtete Kundenzahl mit 30 bis 45 Kunden je 1.000 Einwohnern bereits sehr weit hinter dem für die Stadt Straelen ermittelten Index von 489 Kunden je 1.000 Einwohnern zurückbleibt.
- Noch geringere Kundenverflechtungen sind für die Gemeinde Kerken sowie für Venlo-Arcen, -Lomm und -Velden festzustellen. Für die weiteren Umlandorte sind anhand der Bindungsquoten nur Streuumsätze abzulesen.

Abbildung 7: Kundenherkunft

Land/ Gemeinde/ Ortsteil	Einwohner	Kundenanzahl		Bindungsintensität (Kunden je 1.000 EW)
		abs.	in %	
Deutschland, davon	./.	9.121	95,1	./.
Straelen	15.922	7.786	81,2	489,0
Geldern, davon	33.862	490	5,1	14,5
- Walbeck (Geldern)	4.575	157	1,6	34,3
- Pont (Geldern)	2.106	93	1,0	44,2
- sonstiges Stadtgebiet	27.181	240	2,5	8,8
Grefrath	14.799	28	0,3	1,9
Issum	11.769	50	0,5	4,2
Kempen	34.737	50	0,5	1,4
Kerken, davon	13.096	142	1,5	10,8
- Nieukerk	5.679	94	1,0	16,6
- Aldekerk	3.137	41	0,4	13,1
- Eyll/-Stenden	4.280	7	0,1	1,6
Kevelaer	27.730	75	0,8	2,7
Nettetal	41.510	29	0,3	0,7
Wachtendonk, davon	8.123	251	2,6	30,9
- Stadt	5.429	146	1,5	26,9
- Wankum	2.694	105	1,1	39,0
sonstige Städten/ Gemeinden	./.	220	2,3	./.
Niederlande, davon	./.	423	4,4	./.
Venlo, davon	100.432	371	3,9	3,7
- Arcen	8.685	105	1,1	12,1
- Lomm	765	19	0,2	24,8
- Velden	3.800	55	0,6	14,5
- sonstiges Stadtgebiet	87.182	192	2,0	2,2
Horst a. d. Maas	41.715	3	0,0	0,1
Sonstige niederländ. Gemeiden	./.	49	0,5	./.
Gäste/ Touristen	./.	52	0,5	./.
Gesamt	./.	9.596	100,0	./.

Quelle: Kundenwohnortenerhebung Juni 2014, 26 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, Einwohnerzahlen IT.NRW (Stand 30.06.2013), Centraal Bureau voor de Statistiek, Niederlande (Stand: 01.01.2014) bzw. Städte und Gemeinden (aktuell verfügbare Angaben)

Zur Einbeziehung der großen Lebensmittelmärkte wurde auf den Parkplätzen eine Kfz-Kennzeichenerfassung in der gleichen Woche durchgeführt. Dabei wurde die Kundenstruktur an einem frequenzschwachen Einkaufstag (Dienstag-Vormittag) sowie an den Haupteinkaufstagen (Freitag-Nachmittag sowie Samstag-Vormittag) stichprobenartig erfasst. Als Ergebnis kann festgehalten werden:

- Mit einem Kundenanteil von ca. 20 % können die Lebensmittelmärkte eine deutlich stärkere Ausstrahlung auf das niederländische Grenzgebiet entfalten als der Facheinzelhandel in Straelen.
- In frequenzschwachen Zeiten stammt der überwiegende Kundenanteil aus dem Nahbereich (Kennzeichen Kreis Kleve). Vor allem freitagnachmittags und samstagvormittags sind hohe Kundenanteile aus den Niederlanden sowie bei den Saisonarbeitern (sonstige ausländische Kennzeichen) zu verzeichnen.
- Die höchste übergemeindliche Ausstrahlungskraft kann Kaufland entfalten, während für Aldi und vor allem Penny absolut wie auch anteilig die Kunden aus dem Nahbereich die höchste Bedeutung einnehmen.

Abbildung 8: Kfz-Kennzeichenerfassung

Kfz-Kennzeichen	Dienstag-Vormittag		Freitag-Nachmittag		Samstag-Nachmittag		Gesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
KLE	165	70,5	168	57,5	139	45,1	472	56,6
VIE	3	1,3	13	4,5	7	2,3	23	2,8
Niederländische Kennzeichen	32	13,7	65	22,3	67	21,8	164	19,7
Sonst. deutsche Kennzeichen	21	9,0	18	6,2	23	7,5	62	7,4
Sonst. ausländ. Kennzeichen	13	5,6	28	9,6	72	23,4	113	13,5
Gesamt	234	100,0	292	100,0	308	100,0	834	100,0

Kfz-Kennzeichen	Kaufland		Penny		Aldi		Gesamt	
	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %	abs.	in %
KLE	271	49,9	65	67,7	136	69,7	472	56,6
VIE	15	2,8	3	3,1	5	2,6	23	2,8
Niederländische Kennzeichen	120	22,1	12	12,5	32	16,4	164	19,7
Sonst. deutsche Kennzeichen	36	6,6	12	12,5	14	7,2	62	7,4
Sonst. ausländ. Kennzeichen	101	18,6	4	4,2	8	4,1	113	13,5
Gesamt	543	100,0	96	100,0	195	100,0	834	100,0

Quelle: Kfz-Kennzeichenerfassung Juni 2014

Im Fazit lässt sich festhalten, dass die Einkaufsstadt Straelen ein Marktgebiet erreicht, das nur begrenzt über die Stadtgrenzen hinausreicht und vor allem die benachbarten Siedlungsgebiete von Geldern und Wachtendonk umfasst. Nur die Lebensmittelmärkte können einen erheblichen Kundenanteil aus den Niederlanden erzielen. Trotz der innenstadtnahen Standorte dieser Betriebe kann diese Kundenfrequenz nur in geringem Umfang an den Innenstadt Einzelhandel abgegeben werden.

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Die Stadt Straelen steht im regionalen Wettbewerb mit den nahegelegenen Mittelzentren Geldern, Moers, Kempen und Nettetal, den Oberzentren Krefeld und Duisburg und der benachbarten niederländischen Stadt Venlo.

Die Einkaufsstadt **Geldern** untergliedert sich in das Hauptzentrum Innenstadt und die Nahversorgungszentren Harttor, Walbeck sowie den zu entwickelnden Nahversorgungsstandort Veert. Mit einem Einzelhandelsbesatz von 263 Betrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von 82.250 m² entspricht dies einer hohen Verkaufsflächenausstattung für ein Mittelzentrum von ca. 2,44 m² pro Einwohner.⁴ Das aktuelle Einzelhandelskonzept weist für die Stadt Geldern eine Einzelhandelszentralität von ca. 110 % aus. Geldern profitiert demnach von Kaufkraftzuflüssen u. a. aus den zum Einzugsgebiet zählenden Siedlungsgebieten der Nachbarkommunen Straelen, Kerken, Issum und Kevelaer.

Magnetbetriebe befinden sich vor allem in den Randlagen des Innenstadtzentrums. Hierzu gehören die großflächigen Einzelhandelsbetriebe Bruckwilder (Möbel), Adler, Medimax, Dänisches Bettenlager, Kaufland sowie der zentral gelegene C & A. Die Ankerbetriebe in den umliegenden Nahversorgungszentren sind vor allem dem Lebensmittelbereich zuzuordnen. Einzelhandelsagglomerationen befinden sich auch an der Krefelder Straße, Klever Straße und Weseler Straße. Diese Sonderstandorte weisen zusammen eine Verkaufsfläche von ca. 35.350 m² auf und bieten vorwiegend Artikel des langfristigen Bedarfs an (u. a. Hagebaumarkt, Gartencenter Mawiplant, Sonderpostenmarkt Thomas Philipps, Baufachhandel Bauen + Leben).

Das Einzelhandelsangebot des südlich gelegenen Mittelzentrums **Nettetal** konzentriert sich primär auf die Versorgungszentren Lobberich und Kaldenkirchen sowie auf das Nebenzentrum Breyell. Neben den Ortsmitten bestehen weitere Einzelhandelsflächen in den Gewerbegebieten Rosental/

⁴ Vgl. Stadt + Handel, Forschung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Geldern, 2012

Wevelinghoven (Lobberich) und Poststraße (Kaldenkirchen). Die Einzelhandelszentralität beträgt ca. 109 % und weist deutliche Unterschiede zwischen den Warengruppen und den Versorgungszentren auf. Knapp 50 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes (rd. 92 Mio. €) erzielt der Stadtteil Lobberich.⁵ Eine übergemeindliche Ausstrahlung können vor allem die großflächigen Betriebe Möbel Busch (ca. 10.000 m² VKF), Kaufland in der zentral in der Ortsmitte gelegenen Ludbach-Passage, Real und der toom Baumarkt erzielen. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 77.350 m² verteilt auf 283 Einzelhandels- und Landenhandwerksbetriebe beträgt die Verkaufsflächenausstattung ca. 1,6 m² je Einwohner und ist damit für ein Mittelzentren unterdurchschnittlich.

Östlich von Straelen liegt die **Stadt Kempen** mit der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums. Einzelhandelscluster bestehen in der Fußgängerzone der Kempener Innenstadt und am Sondergebiet Kleinbahnstraße. Der innerstädtische Einzelhandelsbesatz ist kleinteilig und weist neben einem breiten Warensortiment einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung auf. Entlang der Engerstraße sind außerdem größere Anbieter ansässig. Im Gegensatz zur Ortsmitte ist der Sonderstandort Kleinbahnstraße durch großflächigen Einzelhandel wie die Fachmärkte SELF und MEDIA-PARK geprägt.

Die Gemeinde **Kerken** erfüllt die Funktion eines Grundzentrums, die Einzelhandelszentralität beträgt 76,7. Der lokale Einzelhandel stellt die Deckung des kurzfristigen Bedarf sicher. Wichtige Magnetfunktionen in Aldekerk übernimmt ein Edeka-Markt. Weitere Lebensmittelmärkte finden sich mit Edeka, Aldi, Lidl und Netto in Nieukerk.

Ähnlich wie in der Gemeinde Kerken übernehmen die in der Gemeinde **Wachtendonk** ansässigen Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie der örtliche Edeka-Markt die tägliche Daseins-Versorgung des Grundzentrums. Darüber hinaus sind überwiegend kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig.

Das Einzelhandelsangebot der **Gemeinde Grefrath** (ca. 100 Betriebe mit ca. 24.000 m² Verkaufsfläche)⁶ besitzt eine begrenzte Austrahlungskraft auf das Umland. Neben kleinteiligem Einzelhandelsbesatz in der Ortsmitte sind im Gewerbegebiet Pastoratshof großflächige Anbieter auf einer Verkaufsfläche von 12.100 m² angesiedelt. Hervorzuheben ist hier Möbel Wehnen.

⁵ Vgl. BBE, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Nettetal, Fortschreibung 2014

⁶ Vgl. Stadt + Handel, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Grefrath, 2010

Das **Oberzentrum Krefeld** untergliedert sich in das innenstädtische Hauptzentrum, drei Stadtteilzentren sowie 15 Nahversorgungszentren.⁷ Darüber hinaus setzt das Zentrenkonzept des Oberzentrums zwei Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an der Mevissen- und an der Hafelsstraße fest. Die zentralen Versorgungsbereiche umfassen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 165.000 m². Schwerpunktsortimente liegen im Hauptzentrum beim mittelfristigen Bedarf, in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren dominiert der kurzfristige Bedarf. Mit einer Einzelhandelszentralität von 120,3 und einem Nah- bzw. Ferneinzugsgebiet von 200.000 Einwohnern bzw. 590.000 Einwohnern verfügt Krefeld als Einzelhandelsstandort über eine bedeutsame Ausstrahlungskraft.

Die **Stadt Moers** nimmt auf landesplanerischer Ebene die Funktion eines Mittelzentrums ein. Das Zentrenkonzept legt die Innenstadt als Hauptzentrum, Repelen und Kappelen als Nebenzentren sowie fünf Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche fest.⁸ Darüber hinaus sind auch die Fachmarktagglomerationen an der Franz-Haniel-Straße, Hülsdonker Straße und Klever Straße für die übergemeindliche Wettbewerbsfähigkeit relevant. Der Einzelhandelsbesatz von 711 Betrieben umfasst 190.000 m² Gesamtverkaufsfläche; hierbei konzentriert sich der flächenmäßig größte Anteil (34%) in Moers-Mitte. Das A-Zentrum mit dem Kernsortiment Bekleidung/Wäsche (u. a. Mode Braun) erzielt daraus resultierend eine Einzelhandelszentralität von 488. Für die Gesamtstadt beträgt die Zentralitätskennziffer 107,9.

Das **Oberzentrum Duisburg** übernimmt eine regionale Versorgungsfunktion. Gemäß Einzelhandelskonzept⁹ verfügt die Stadt Duisburg über 3.022 Einzelhandelsbetriebe und eine Gesamtverkaufsfläche von 724.100 m², was einer relativ geringen Verkaufsflächenausstattung von rd. 1,5 m² je Einwohner entspricht. Mit einem Einzelhandelsumsatz von 2.380 Mio. € und einer Zentralität von 103 % profitiert die Stadt von Umsatzzuflüssen aus dem Umland. Für die übergemeindliche Ausstrahlungskraft sind vor allem die Innenstadt sowie die Fachmarktagglomerationen (u. a. Holtener Straße, Theodor-Heuss-Straße, Mercator-Center, Westender Straße, Kasseler Feld, Rheinhausen-Hochemmerich, Forststraße/ Kaiserswertherstraße und Keniastraße) von Bedeutung.

⁷ Vgl. Futura Consult Dr. Kummer, Zentrenkonzept für der Stadt Krefeld 2014

⁸ Vgl. CIMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Moers, 2011

⁹ Vgl. Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Duisburg, 2010

In besonderer Wettbewerbsbeziehung steht die Stadt Straelen mit der in Grenzlage befindlichen niederländischen **Stadt Venlo**. Insbesondere die Innenstadt mit rd. 350 Geschäften entfaltet eine Ausstrahlung über die Landesgrenze hinaus. Neben der historischen Innenstadt mit einer Vielzahl vor allem kleinerer Geschäfte im Bereich der Vleesstraat und den zahlreichen Seitenstraßen ist die 2010 entstandene Innenstadterweiterung am Maasboulevard mit größeren Filialisten von Bedeutung. Außerhalb der Innenstadt kann u. a. das Fachmarktzentrum „Trefcenter“ auch Kunden aus der deutschen Grenzregion ansprechen.

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Straelen

3.1 Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen

In der Stadt Straelen sind 98 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von knapp 25.300 m² verfügen und nach eigener Prognose einen Jahresumsatz in Höhe von ca. 75,3 Mio. € erwirtschaften.

Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Stadtteilen

Ortsteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %
Straelen-Stadt	79	80,6	23.610	93,4	68,9	91,5	8.798	55,2
Herongen	13	13,3	1.450	5,8	5,6	7,4	2.511	15,8
sonstige Ortschaften	6	6,1	210	0,8	0,8	1,1	4.613	29,0
Stadt Straelen gesamt	98	100,0	25.270	100,0	75,3	100,0	15.922	100,0

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

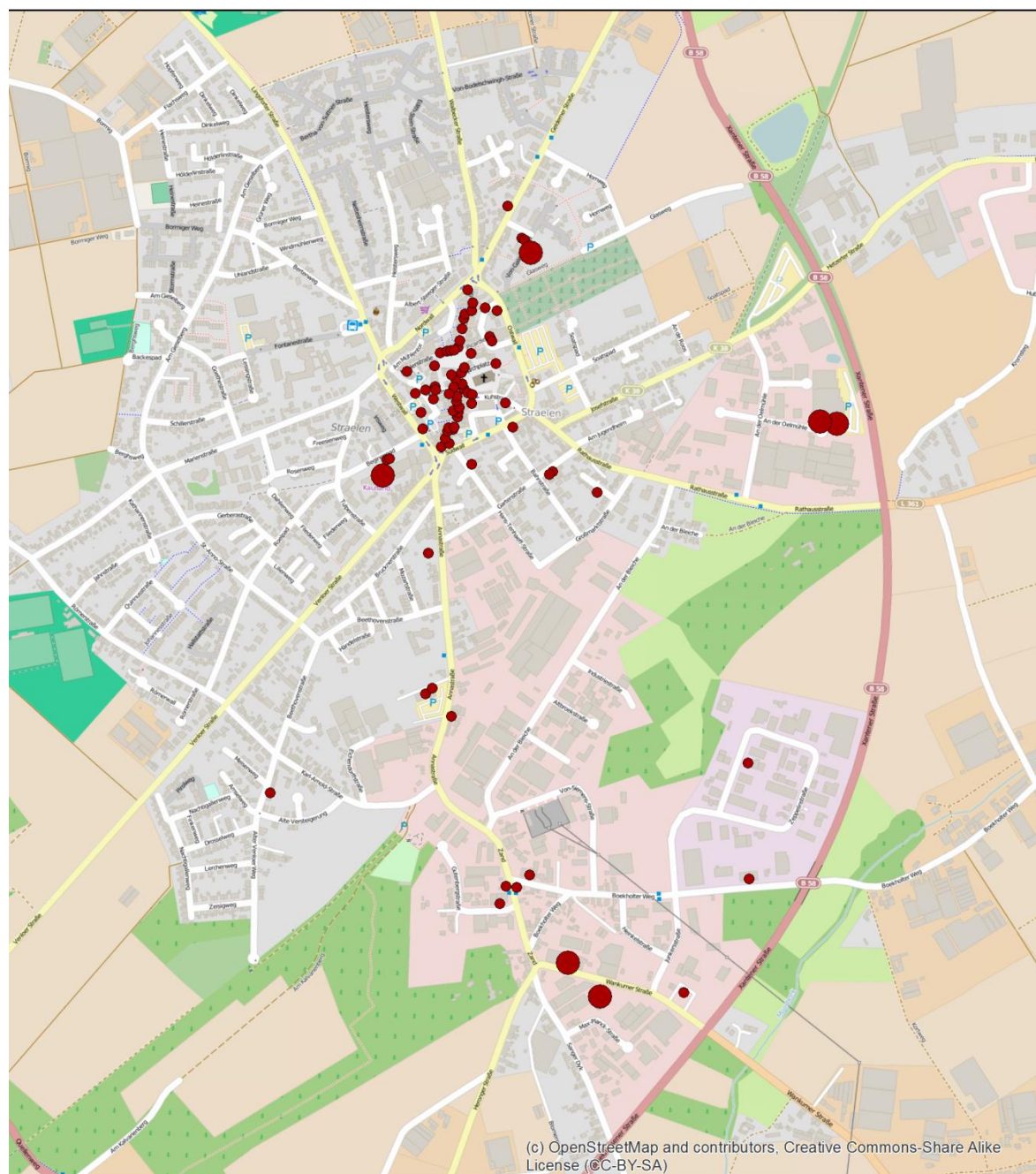
Zur Bewertung der Versorgungsstruktur der Stadt Straelen ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 1,6 m² je Einwohner. Damit entspricht die Flächenausstattung dem deutschen Durchschnittswert, gleichzeitig ist jedoch nur eine eingeschränkte übergemeindliche Versorgungsbedeutung ablesbar.

Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im Ortsteil Straelen-Stadt. Die sonstigen Ortschaften verfügen über eine ausschnittweise Einzelhandelsausstattung (u. a. Frischemarkt in Auwel-Holt, Bäckerei und Hofverkauf in Zand sowie Hofverkauf in Vorst und Broekhuysen). Einzig im Ortsteil Herongen ist eine umfassendere Nahversorgung (u. a. Lebensmittelmarkt, Bäckerei, Metzgerei und Hofverkauf) vorhanden.

Der Einzelhandelsbesatz umfasst 6 großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit insgesamt ca. 16.180 m² Verkaufsfläche. Dabei handelt es sich um zwei Lebensmittelmärkte, einen Getränkemarkt, zwei Bau- und Heimwerkermärkte sowie das Möbelhaus Dahmann. Nur ein großflächiger Betrieb befindet sich in Innenstadtrandlage (Kaufland), so dass sich die Großbetriebe überwiegend auf Standorte innerhalb des Stadtgebietes konzentrieren, an denen sie keine Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen können. Ein großflächiger Anbieter (Aldi) ist in einer wohngebietsintegrierten Lage der Kernstadt ansässig.

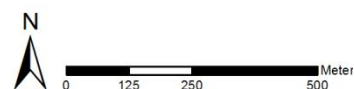
Auf den großflächigen Einzelhandel entfallen ca. 64 % an der Gesamtverkaufsfläche. Regionale Ausstrahlungskraft kann insbesondere das Möbelhaus Dahmann entfalten.

Abbildung 10: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Straelen



Einzelhandel Straelen

- < 800m² VKF
- > 800m² VKF

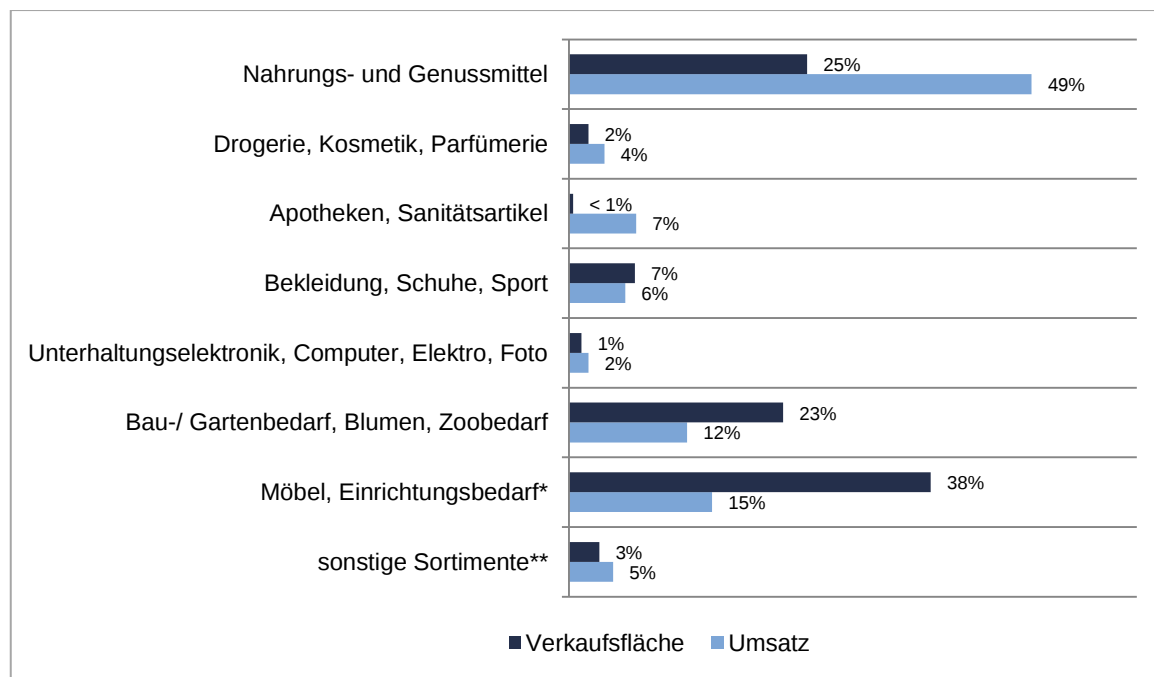


Quelle: BBE-Erhebungen

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Straelen weist verkaufsflächenbezogene Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Pflanzen, Blumen, Zooartikel) sowie Möbel/ Einrichtungsbedarf auf (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der höchste sortimentsbezogene Umsatz wird mit **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind die Lebensmärkte Kaufland, Edeka, Aldi, Netto und Penny (Herongen) sowie der großflächige Getränkemarkt Trinkgut. Eine kleinteilige Grundversorgung, vor allem durch das Lebensmittelhandwerk sowie den kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel/ Kiosk), ergänzt die Nahversorgung.

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt in der Stadt Straelen aktuell mit rd. 0,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,43 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 12).¹⁰ Betriebstypenbezogen ist vor

¹⁰ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemarkte

allein ein Angebotsdefizit bei den Lebensmittelvollsortimentern (Supermärkte/ SB-Warenhäuser) festzustellen. Die Discountmarktausstattung ist als durchschnittlich zu bewerten.

Abbildung 12: Lebensmittelangebot der Stadt Straelen nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Stadt Straelen (15.922 EW)		Bundesdurchschnitt (80.523.750 EW)	
	Verkaufsfläche in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsfläche in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m ² VKF)	-	-	6,25	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m ² VKF)	2.640	0,17	3,61	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m ² VKF)	450	0,03	10,16	0,13
Discounter ¹	2.420	0,15	12,09	0,15
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	80	(*)	2,80	0,03
Summe	5.590	0,35	34,98	0,43

(*) marginal
1 ohne Penny, Nordwall

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2013), BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Darüber hinaus ist ein differenzierter Besatz mit kleinteiligen Nahrungs- und Genussmittelangeboten (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäften/ Hofläden, Getränkehandel/ Kiosk) gegeben; insgesamt sind 26 Betriebe mit ca. 1.800 m² Lebensmittelverkaufsfläche im Stadtgebiet ansässig.

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie**. Der Drogeriebereich ist aktuell durch eine Parfümerie sowie die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte - und damit nicht bedarfsgerecht - ausgestattet. Für Frühjahr 2015 ist die Ansiedlung eines Rossmann Drogeriemarktes mit ca. 650 m² Verkaufsfläche am Nordwall vorgesehen. Der Drogeriemarkt wird den ehemaligen Penny-Standort am Nordwall belegen. Damit wird bereits kurzfristig das in diesem Marktsegment feststellbare Angebotsdefizit abgemildert werden. Die Apothekenausstattung ist mit 3 Betrieben im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt deutlich unterdurchschnittlich¹¹ und zeigt die geringe Versorgungsbedeutung im medizinischen Bereich.

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein begrenztes, sehr kleinteiliges Angebot auf. Die einzigen größeren Bekleidungs- und Schuhanbieter Takko und Deich-

¹¹ In der Stadt Straelen liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für 5.300 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 3.900 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2013). Die Apothekendichte hängt jedoch auch wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab.

mann können in nur eingeschränktem Maße Magnetfunktionen für die Innenstadt übernehmen. Dagegen ist für das Schuhhaus Leukers eine regionale Ausstrahlung zu unterstellen. Darüber hinaus sind in der Innenstadt 14 weitere kleinere Fachgeschäfte ansässig, so dass nur ein begrenztes Angebot vorhanden ist. Bestimmt wird der Mode-Einzelhandel von Angeboten im niedrigen bis mittleren Preissegment. Auffällig ist insbesondere die nur eingeschränkte Auswahl im Bereich der „Jungen Mode“.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt auf den **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** (ca. 23 % der Verkaufsfläche, inkl. Blumen, Pflanzen und Tierbedarf). Damit wird in diesem Angebotssegment etwa 12 % des Straelener Einzelhandelsumsatzes generiert. Aus diesen Zahlen ist ablesbar, dass die Anbieter von Bau- und Gartenbedarf aufgrund flächenintensiver Warenpräsentation nur geringe Flächenleistungen erreichen können. Wesentliche Anbieter sind der Self Bau- und Heimwerkermarkt sowie die Baustoffhändler Hagebau Slooten und Holzland Verbeek. Darüber hinaus sind kleinere Fachhändler sowie Blumengeschäfte vorhanden.

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird das Angebot durch das Möbelhaus Dahlmann geprägt. Darüber hinaus sind spezialisierte Fachhändler im Bereich Möbel, Küchen, Raumaustattung sowie Glas, Porzellan, Keramik (GPK) ansässig, die ein auf bestimmte Zielgruppen spezialisiertes Angebot aufweisen. Mit dem Filialisten Kodi ist in der Innenstadt u. a. ein Fachmarkt mit einem preisorientierten Angebot von Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf ansässig.

Im Bereich **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computern, Kommunikation und Foto** finden sich drei Elektrofachgeschäfte, ein Mobilfunkshop und zwei Computeranbieter, die alle in der Kernstadt ansässig sind.

Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher/ Zeitschriften, Schreibwaren, Optik, Uhren/ Schmuck und Fahrräder, die eine ausschnittsweise Versorgung der Bevölkerung der Stadt Straelen sicherstellen können.

Ein Spielwarenangebot besteht nach der Schließung des früher in der Venloer Straße ansässigen Vedes Fachgeschäftes „Rappelkiste“ nicht mehr.

Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Straelen nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6.360	25,2	36,8	48,9
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	520	2,1	2,8	3,7
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	110	0,4	5,3	7,1
Bekleidung, Wäsche	1.190	4,7	2,9	3,9
Schuhe, Lederwaren	550	2,2	1,5	2,0
Sport-, Campingartikel	20	0,1	0,1	0,1
Bücher, Zeitschriften	110	0,4	0,7	0,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	30	0,1	0,3	0,4
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	20	0,1	0,1	0,1
Möbel, Küchen	7.700	30,5	7,9	10,5
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	1.070	4,2	1,7	2,3
Haus-, Tisch-, Bettwäsche; Heimtextilien, Bettwaren	350	1,4	0,7	0,9
Lampen und Leuchten	540	2,1	1,1	1,5
Elektrohaushaltsgeräte	100	0,4	0,4	0,5
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto	230	0,9	1,2	1,6
Optik, Uhren, Schmuck	190	0,7	1,1	1,5
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	4.520	17,9	7,4	9,8
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	1.050	4,2	1,6	2,1
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	150	0,6	0,4	0,5
Fahrräder, Fahrradzubehör	340	1,3	1,0	1,3
Sonstiger Einzelhandel**	120	0,5	0,3	0,4
Gesamt	25.270	100,0	75,3	100,0

* Glas, Porzellan, Keramik

** u. a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Zeitraum 2006 – 2014 ist ein Rückgang des Einzelhandelsangebotes um 40 Betriebe und der Verkaufsfläche um ca. 2.700 m² Verkaufsfläche festzustellen.¹² Somit sind vor allem kleinere Geschäfte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von unter 70 m² geschlossen worden.

Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist bei Möbeln, Küchen und Raumausstattung (ca. + 1.700 m²) festzustellen. Dies ist insbesondere auf eine Flächenerweiterung ansässiger Betriebe und nicht auf Neuansiedlungen zurückzuführen.

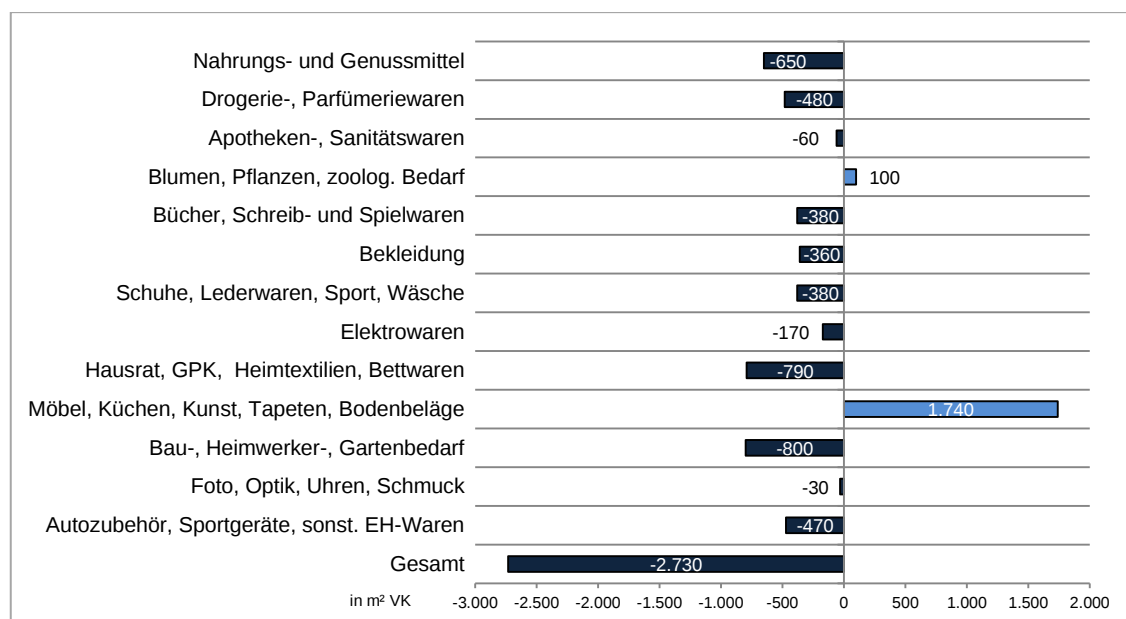
Hingegen sind in allen anderen Sortimentsbereichen Betriebsschließungen und Verkaufsflächenrückgänge zu verzeichnen. Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren ist dies vor allem auf die Schließung der Schlecker-/ Ihr Platz-Märkte zurückzuführen. Durch die zwischenzeitliche Schließung eines Sanitätshauses wurde auch das Angebot an medizinischen Artikeln deutlich eingeschränkt. Der Flächenrückgang im Angebotssegment Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf ist vor allem auf die Schließung innerstädtischer Blumengeschäfte zurückzuführen. Im Bereich Bücher, Schreib- und Spielwaren, Sportartikel sowie Fotobedarf wurde seit dem Jahre 2006 jeweils ein Fachgeschäft geschlossen.

Das Bekleidungsangebot wurde durch den innerstädtischen Fachmarkt Takko ergänzt. Im Bereich der Boutiquen/ Fachgeschäfte sind jedoch mehr Betriebsschließungen als Neueröffnungen festzustellen. Auch in den Angebotssegmenten Glas/ Porzellan/ Keramik sowie Heimtextilien sind zahlreiche Fachgeschäfte in den letzten Jahren aus dem Markt ausgeschieden (u. a. Heimtextilien/ Bettwaren Muysers, Tiffany Glaskunst, Keramik-Galerie, Pellens Geschenke). Auch wurde ein Fahrradgeschäft und ein Anbieter von Angelausrüstungen geschlossen.

Durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes konnte dagegen im Ortsteil Herongen die Nahversorgung ausgebaut werden. Dem stehen jedoch neben der Penny-Schließung in Straelen auch verschiedene Betriebsschließungen kleinerer Betriebe (u. a. Getränkehandel, Ladenhandwerksbetriebe) gegenüber. Die Strukturveränderungen resultieren in erster Linie aus Veränderungen der betrieblichen Anforderungen. So sind vor allem kleinere Betriebe aus dem Markt ausgeschieden.

¹² Vgl. GMA-Einzelhandelskonzept für die Stadt Straelen, 2006

Abbildung 14: Verkaufsflächenentwicklung 2006 - 2014



Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der GMA-Daten 2006; Sortimentsgliederung nach GMA

Zusammenfassend ist hervorzuheben, dass sich der Einzelhandel der Stadt Straelen durch ein sehr kleinteiliges Angebot in der Innenstadt auszeichnet. Der in einer Innenstadtrandlage ansässige Lebensmittelmarkt Kaufland kann eine hohe Frequenzwirkung entfalten, die jedoch nur in geringem Maße den kleinteiligen Innenstadtbetrieben zugute kommt. Neben der Innenstadt kommt insbesondere den Lebensmittelstandorten Aldi und Trinkgut eine gesamtstädtische, den Möbel- und Baumarktstandorten teilweise auch eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung zu. Die Versorgungsstrukturen in den Ortsteilen beziehen sich vor allem auf eine ausschnittsweise Grundversorgung, so dass die Kernstadt wichtigster Einkaufsort für die Bevölkerung der Stadt Straelen ist.

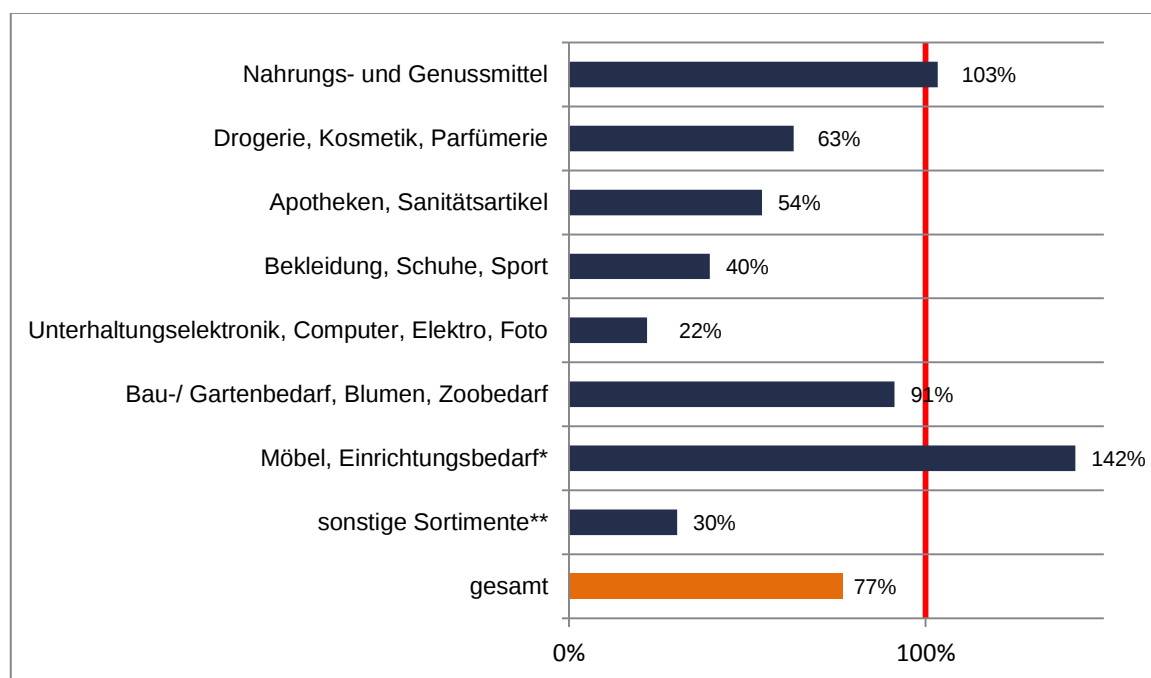
3.3 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten, die auch Aussagen zur Versorgungsbedeutung des Einzelhandels zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Straelener Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der Straelener Bevölkerung dar. Für die Stadt Straelen liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 77 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpoten-

zial um ca. 23 %-Punkte unterschreitet und somit per Saldo ca. 23 Mio. € Straelener Kaufkraft in das Umland abfließen.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Straelen in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 15 und Abbildung 17). Die hohen Werte bei Nahrungs- und Genussmitteln, Bau- und Gartenbedarf sowie Möbeln und Einrichtungsbedarf lassen eine funktionsfähige Versorgungsausstattung und zum Teil eine übergemeindliche Ausstrahlungskraft erkennen. In allen anderen Sortimenten sind erhebliche Angebotsdefizite ablesbar. Für den Bereich der Drogeriewaren kann mit der projektierten Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Ostwall eine ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation erreicht werden.

Abbildung 15: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



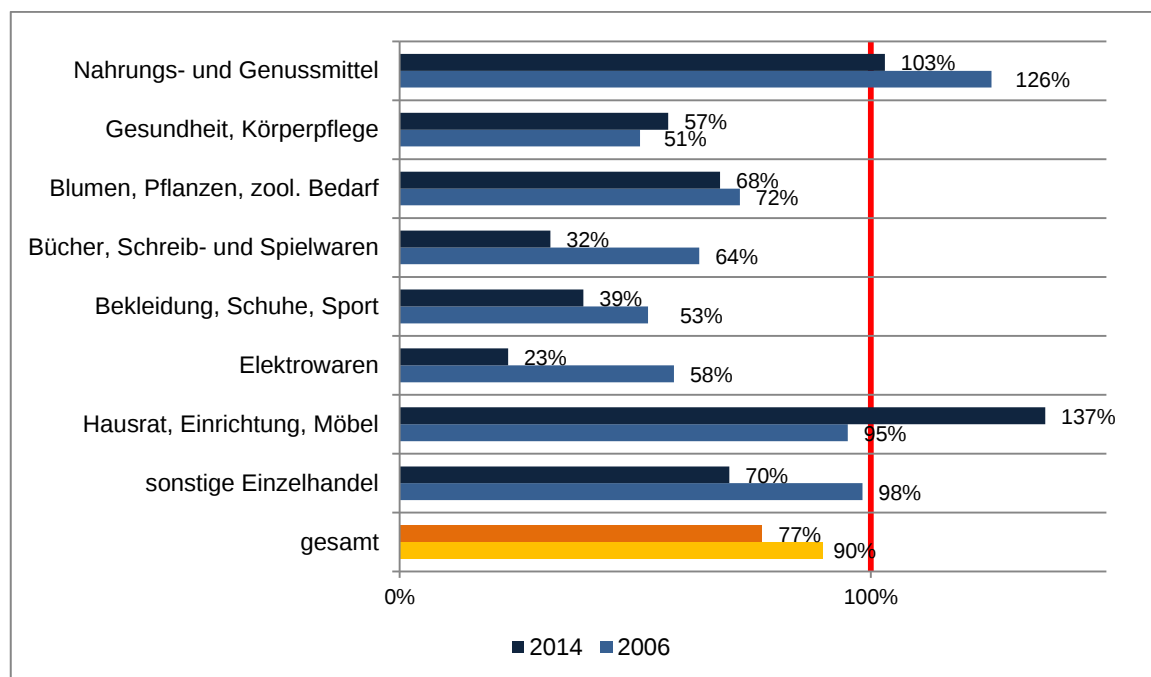
* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: BBE-Berechnungen

Die Gegenüberstellung der Kennzahlen zur Einzelhandelszentralität zeigt für alle Sortimente einen deutlichen Rückgang der Versorgungsqualität in der Stad Straelen. Einzig im Bereich der Möbel und des Einrichtungsbedarfs ist eine Stabilisierung der örtlichen Versorgung und ein Ausbau der regionalen Versorgungsausstrahlung ablesbar.

Wie bereits dargelegt, resultiert die Entwicklung der Einzelhandelszentralität in erster Linie aus der Vielzahl von Betriebsschließungen in den letzten 8 Jahren. Auch die nach heutigem Maßstab unterdurchschnittliche Ausstattung im Bereich der die Nahversorgung prägenden Lebensmittelmärkte

macht sich in einem Rückgang der Umsatz-Kaufkraft-Relation für Nahrungs- und Genussmittel bemerkbar. Da moderne Betriebstypen in der Stadt Straelen fehlen, liegt die Umsatzentwicklung bei Nahrungs- und Genussmitteln (+ 8 %) deutlich unter der Kaufkraftentwicklung (+ 27 %). Insbesondere Lebensmittelvollsortimenter werden verstärkt in den Nachbarkommunen aufgesucht.

Abbildung 16: Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2006 - 2014



Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der GMA-Daten 2006; Sortimentsgliederung nach GMA

Zur genauen Untersuchung der Kaufkraftströme werden aufbauend auf den Ergebnissen der Kundenwohnortenerhebung und der Kfz-Kennzeichenerhebung die Kaufkraftzu- und -Abflüsse analysiert.

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel kann der Einzelhandel in der Stadt Straelen rund drei Viertel der örtlichen Kaufkraft binden. Gleichzeitig wird gut ein Viertel des Lebensmittelumsatzes mit auswärtigen Kunden erzielt. Der Umsatzanteil der niederländischen Kunden ist mit gut 10 % über alle Betriebe und Standorte dabei sehr hoch. Damit kommt zum einen der intensive regionale Leistungsaustausch, zum anderen jedoch auch die relativ geringe Ausstattung mit Lebensmittelvollsortimentern zum Ausdruck. Im Bereich der Drogerie- und Parfümeriewaren wird mit der Realisierung des projektierten Drogeriemarktes das Angebot der grundzentralen Versorgungsbedeutung zukünftig verbessert werden. Für das gesundheitsbezogene Einzelhandelsangebot dokumentieren die Zahlen zu den Kaufkraftbewegungen ein deutliches Angebotsdefizit in der Stadt Straelen, so dass erhebliche Kaufkraft u. a. in die Oberzentren sowie nach Geldern, Kempen und Kevelaer abfließt.

Abbildung 17: Kaufkraftbewegungen

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Kaufkraftbindung		Kaufkraftzufluss		Kaufkraftabfluss	
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % des Ums.	in Mio. €	in % der KK
Nahrungs- und Genussmittel	35,6	36,8	26,8	75	10,0	27	8,8	25
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikw.	4,6	2,8	2,4	52	0,4	14	2,2	48
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	9,8	5,3	4,6	47	0,7	13	5,2	53
Bekleidung, Wäsche	8,0	2,9	2,3	29	0,6	21	5,7	71
Schuhe, Lederwaren	2,0	1,5	1,0	50	0,5	33	1,0	50
Sport-, Campingartikel	1,5	0,1	0,1	7	(*)	(*)	1,4	93
Bücher, Zeitschriften	1,4	0,7	0,6	43	0,1	14	0,8	57
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,9	0,3	0,3	16	(*)	(*)	1,6	84
Spielwaren, Hobby, Musikinstrum.	0,8	0,1	0,1	13	(*)	(*)	0,7	87
Möbel, Küchen (inkl. Lampen)	5,3	9,0	4,6	87	4,4	49	0,7	13
GPK*, Haushaltswaren, Geschenke	1,5	1,7	1,2	80	0,5	29	0,3	20
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	1,3	0,7	0,5	39	0,2	29	0,8	61
Elektrohausgeräte	1,9	0,4	0,3	16	0,1	25	1,6	84
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	5,4	1,2	1,0	19	0,2	17	4,4	81
Optik, Uhren, Schmuck	1,8	1,1	0,8	44	0,3	27	1,0	56
Bau-/ Gartenbedarf, Bodenbeläge, Teppiche, Blumen, Pflanzen	9,5	9,0	6,8	72	2,2	24	2,7	28
Tierfutter, Heimtierzubehör, Tiere	0,8	0,4	0,3	38	0,1	25	0,5	62
Fahrräder, Fahrradzubehör	0,7	1,0	0,5	71	0,5	50	0,2	19
Sonstiger Einzelhandel**	4,2	0,3	0,2	5	0,1	33	4,0	95
Gesamt	98,0	75,3	54,4	56	20,9	28	43,6	44

* Glas, Porzellan, Keramik

** u. a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

(*) marginal

Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Bei den innerstädtischen Leitsortimenten (vor allem Bekleidung, Schuhe) steht die Stadt Straelen in starkem regionalen Wettbewerb, so dass nur knapp ein Drittel (Bekleidung) bzw. die Hälfte der verfügbaren Kaufkraft (Schuhe) vor Ort gebunden werden kann. Aufgrund des eingeschränkten Angebotes der Innenstadt können zur Zeit per Saldo auch nur begrenzte Kaufkraftzuflüsse generiert werden. Eine begrenzte Versorgungsqualität besteht bei den Sortimenten Bücher, Optik und Uhren/ Schuck. Das Angebot wird von einzelnen leistungsfähigen Anbietern in den Bereichen Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Fahrrädern geprägt. Bei GPK/ Haushaltswaren ist eine angemessene Versorgungsbedeutung ablesbar. Dagegen sind Angebotsdefizite vor allem bei Sport-

artikeln, Schreib- und Spielwaren, Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren und im zoologischen Bedarf ablesbar.¹³

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Straelen als Grundzentrum zur Zeit keine angemessene Einzelhandelsversorgung bereitstellt. Angebotsergänzungen sind vor allem in der Nahversorgung notwendig (vgl. auch Kap. 5). Zur Weiterentwicklung der Innenstadt ist insbesondere eine Stärkung der Angebotssegmente Bekleidung, Schuhe und Sport durch ergänzende Angebotsformate wünschenswert (vgl. auch Kap 4.2). Im Marktsegment Möbel- und Einrichtungsbedarf sind vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation Entwicklungspotenziale zur Eigenentwicklung ablesbar. Das Angebot bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Büchern, Schreib- und Spielwaren ist nicht optimal aufgestellt, steht jedoch in starkem Wettbewerb mit dem Online-Handel, so dass Entwicklungspotenziale vor allem dann bestehen, wenn die „Grundfrequenz“ der Innenstadt durch Nutzungsergänzungen erhöht werden kann. Im Bau- und Gartenbedarf ist eine Weiterentwicklung des ansässigen Versorgungsangebotes sinnvoll.

13

Die Ergebnisse der im Jahre 2014 durchgeführten Bürgerbefragung des Werberings Straelen zur Einkaufsorientierung der Straelener Bevölkerung lassen ebenfalls erkennen, dass Lebensmittel, Parfümerieartikel, Blumen, Bücher, Schuhe, Haushaltswaren, Optik sowie Uhren/ Schmuck bevorzugt in Straelen eingekauft werden. Dagegen werden erhebliche Angebotsdefizite bei Drogeriewaren, Bekleidung und Sportartikeln benannt.

4 Standortanalyse Innenstadt

4.1 Städtebauliche Situation der Innenstadt

Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Straelen den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz von Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Das Hauptzentrum Innenstadt ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Abbildung 18):

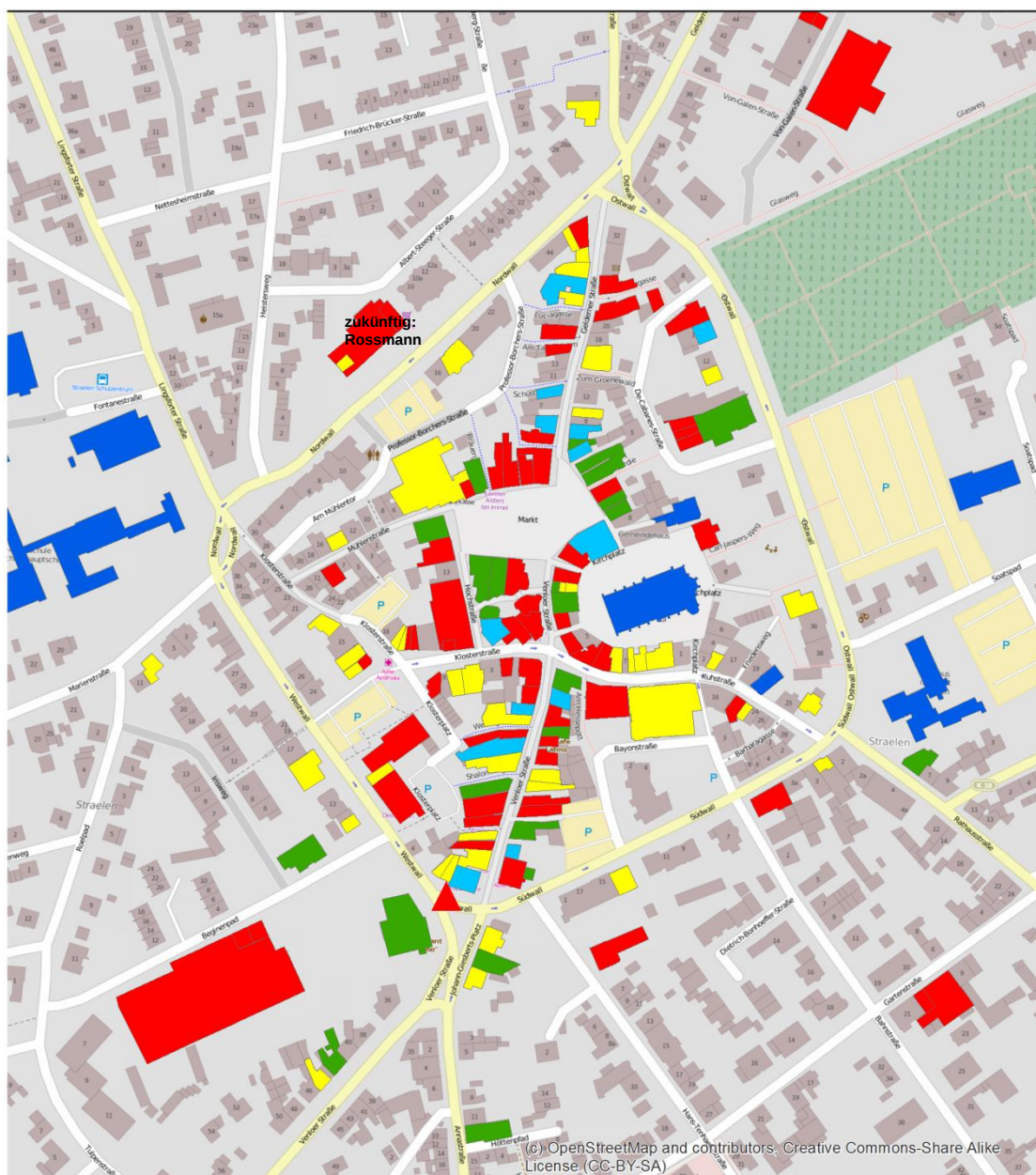
- Als wesentliches Charakteristikum der Innenstadt ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen mit dem positiven Folgeeffekt von Agglomerationswirkungen anzuführen.
- Der Hauptgeschäftsbereich wird durch die Achse Venloer Straße, Kleiner Markt, Markt, Gelderner Straße und die Querachse Klosterstraße und Kuhstraße beschrieben. Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der Markt dar, auf dem auch der Wochenmarkt stattfindet.
- In den Randbereichen der Innenstadt, insbesondere im westlichen Bereich der Klosterstraße und Mühlenstraße und im östlichen Abschnitt der Kuhstraße ist eine Durchmischung mit Dienstleistungsnutzungen (u. a. Banken, Ärzte) vorhanden. Die Gastronomiebetriebe konzentrieren sich um den Markt und in den direkt angrenzenden Straßenabschnitten.
- Abgesehen von der stadtbildprägenden Peter und Paul-Kirche konzentrieren sich die öffentlichen Einrichtungen (u. a. Rathaus, Schule, Kindergarten) außerhalb der Wallstraße. Im Bereich des Kirchhofes sind neben der Kirche und dem Gemeindezentrum keine publikumsorientierten Nutzungen vorhanden, obwohl dem Standort eine hohe städtebauliche Aufenthaltsqualität beizumessen ist.
- Die Innenstadt zeichnet sich durch einen kleinteiligen Geschäftsbesatz spezialisierter Fachgeschäfte aus. Die größten Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Wälle sind aktuell ein Edeka Supermarkt, ein Takko Bekleidungsfachmarkt, ein Deichmann Schuhfachmarkt und ein Kodi Nonfood-Discounter. In Innenstadtrandlage (außerhalb der Wälle) befindet sich ein Kaufland Lebensmittelvollsortimenter. Der ehemalige Penny-Standort am Nordwall soll ab Frühjahr 2015 durch einen Rossmann Drogeriemarkt nachgenutzt werden.
- Die bauliche Struktur ist durch eine verdichtete, kleinteilige Altstadtbebauung geprägt, so dass sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Einzig der Bereich südlich des Marktes (Kleiner Markt und angrenzende Bereiche) weist das Potenzial auf, größere Geschäftseinheiten in die Innenstadt zu integrieren und damit zu einer Erhöhung der Kundenfrequenz beizutragen.
- Für die innere Erschließung des Stadtkerns sind eine Vielzahl von kleinen Gassen charakteristisch, die „Querverbindungen“ zu den Hauptachsen herstellen. Kritisch ist, dass einige Gassen durch „Hinterhofsituationen“ verlaufen, wodurch die Attraktivität dieser eigentlich für die Straelener Altstadt als strukturprägend zu bewertenden Elemente deutlich eingeschränkt wird.

- Der Hauptgeschäftsbereich weist in Nord-Süd-Richtung zwischen Nordwall und Johann-Giesberts-Platz eine Ausdehnung von ca. 400 m und in West-Ost-Richtung zwischen West- und Ostwall eine Ausdehnung von 300 m auf. Damit zeichnet sich der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich durch einen Kundenrundlauf aus, der nur im Zusammenhang mit einer hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist.
- Insgesamt sind 12 Ladenlokale (ca. 10 % der Ladenlokale) mit ca. 1.000 m² Verkaufsfläche in der Innenstadt aktuell ungenutzt (Stand: Juni 2014). Diese hohe Leerstandsquote belastet die Standortqualität der Straelener Innenstadt. Sie ist Ausdruck erheblicher Strukturprobleme, die sich in erster Linie darin begründen, dass innerhalb der historisch gewachsenen Baudsubstanz kein ausgewogener Mix von kleinteiligen und größeren Ladengeschäften geschaffen werden konnte. Problematisch stellt sich aufgrund der hohen Zahl von Leerständen die Situation in der Gelderner Straße und der Venloer Straße dar. Gleiches gilt auch für den Markt, der durch einen prominenten Leerstand eines ehemaligen Modegeschäfts in seiner Funktion als „Mittelpunkt der Stadt“ negativ tangiert wird.
- Auch der Leistungsaustausch zwischen den frequenzstarken Lebensmittelmärkten in Innenstadtrandlagen und der Hauptgeschäftslage ist deutlich eingeschränkt. Insbesondere zwischen Kaufland und der Altstadt fehlen attraktive Fußwegeverbindungen, die den Kunden des Lebensmittelmarktes Anreize für einen Besuch des Hauptgeschäftsbereiches vermitteln könnten.
- Die Verkehrserschließung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt über die Wallstraße, die als Ringerschließung mit Einbahnstraßenregelung einer Erreichbarkeit aller innerstädtischer Parkieranlagen sicherstellt. Die Innenstadt ist in weiten Teilen als Fußgängerzone bzw. verkehrsberuhigter Bereich gestaltet, so dass der Geschäftsbereich eine hohe Aufenthaltsqualität bietet.
- Für die Kfz-Besucher der Innenstadt bestehen am Nordwall, Westwall, Südwall und Ostwall größere zentrumsnahe Stellplatzanlagen, die durch straßenbegleitende Stellplatzangebote ergänzt werden. Insgesamt erscheint das Angebot für den ruhenden Verkehr bedarfsgerecht; positiv hervorzuheben ist vor allem, dass in direkter räumlicher Zuordnung zur Hauptgeschäftszone ein umfangreiches und kostenfreies Stellplatzangebot vorhanden ist. Diese Bewertung wird auch von den Bürgern der Stadt Straelen geteilt.¹⁴

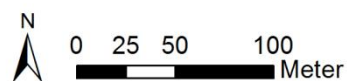
¹⁴

Vgl. Ergebnisse der Bürgerbefragung 2014 des Werberings zu positiven Standortfaktoren Straelens.

Abbildung 18: Nutzungsstruktur in der Innenstadt



Nutzungsstruktur Straelen Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

4.2 Einzelhandelsausstattung der Innenstadt

Die Innenstadt weist insgesamt 56 Einzelhandelsbetriebe (ca. 57 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 6.740 m² (ca. 27 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 36 Mio. € (ca. 48 %) auf (vgl. Abbildung 19).

Abbildung 19: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	3.090	48,6	20,9	56,8
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	330	63,5	1,7	60,7
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	110	100,0	5,3	100,0
Bekleidung, Wäsche	980	82,4	1,9	65,5
Schuhe, Lederwaren	520	94,5	1,4	93,3
Sport-, Campingartikel	-	-	-	-
Bücher, Zeitschriften	70	63,6	0,3	42,9
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	20	66,7	0,2	66,7
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	-	-	-	-
Möbel, Küchen	120	1,6	0,2	2,5
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	520	48,6	0,9	52,9
Haus-, Tisch-, Bettwäsche; Heimtextilien, Gardinen; Bettwaren	130	37,1	0,2	28,6
Lampen und Leuchten	-	-	-	-
Elektrohaushaltsgeräte	50	50,0	0,2	50,0
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	130	56,5	0,6	50,0
Optik, Uhren, Schmuck	190	100,0	1,1	100,0
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	100	9,5	0,3	18,8
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	30	20,0	(*)	(*)
Fahrräder, Fahrradzubehör	340	100,0	1,0	100,0
Sonstiger Einzelhandel**	10	8,3	0,1	33,3
Gesamt	6.740	26,7	36,3	48,2

* Glas, Porzellan, Keramik

** u.a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

(*) marginal

Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 120 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ gering, dies resultiert aus einer überwiegend kleinteiligen Gebäude- und damit Geschäftsstruktur. Es ist nur ein

großflächiger Betrieb (Kaufland) in Randlage zu den kleineren und mittleren Fachgeschäften der Innenstadt ansässig, die rund zwei Drittel der innerstädtischen Verkaufsflächen auf sich vereinigen.

Der Angebotsschwerpunkt liegt neben Lebensmitteln in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegenstände und Fahrräder. Darüber hinaus umfasst das Innenstadtangebot vor allem die Segmente Parfümerie- und Apothekenwaren, Optik und Uhren/ Schmuck sowie Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik.

Dagegen beschränkt sich bei Haus- und Heimtextilien, Büchern, Schreibwaren, Möbeln sowie Blumen/ Pflanzen das Angebot auf wenige Betriebe bzw. auf kleinere Verkaufsflächenkontingente. Die Sortimente Spielwaren, Lampen/ Leuchten, Autozubehör und Zooartikel werden in der Innenstadt gar nicht angeboten.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich einen Angebotsmix kleinteiliger Betriebe aufweist, für den vor allem eine Diversifizierung und Ergänzung durch größere Magnetbetriebe angestrebt werden sollte. Zur Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsfunktionen ist der Schwerpunkt auf eine moderate Ergänzung der Innenstadtangebote zu legen, so dass durch Verbundeffekte mit neuen Betrieben die Sicherung der vorhandenen Strukturen gewährleistet werden kann. Einzelhandelsergänzungen sind vor allem im Bereich der Erweiterung bzw. Neuaufstellung der Nahversorgungsangebote sowie bei den innenstadttypischen Nutzungen Bekleidung, Schuhe, Sport, Unterhaltungselektronik und Haustextilien möglich. Das aktuell noch bestehende Angebotsdefizit bei Drogeriewaren wird ab Frühjahr 2015 durch den projektierten Rossmann Drogeriemarkt abgemildert. Gleichzeitig wird dieser Betrieb auch ein begrenztes Sortiment (der gängigen Artikel) im Bereich Schreib- und Spielwaren aufweisen.

5 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Straelen

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (im fußläufigen Radius von ca. 700 – 1.000 m) erfolgen soll.¹⁵

Die Verkaufsflächenausstattung (Arealitätsziffer bei Lebensmittel-SB-Märkten von ca. 0,35 m² je Einwohner) und die Kaufkraftbindung (Nahrungs- und Genussmittel ca. 75 %) zeigen auf, dass die Nahversorgungsausstattung in der Stadt Straelen keine bedarfsgerechte Versorgung sicherstellt.

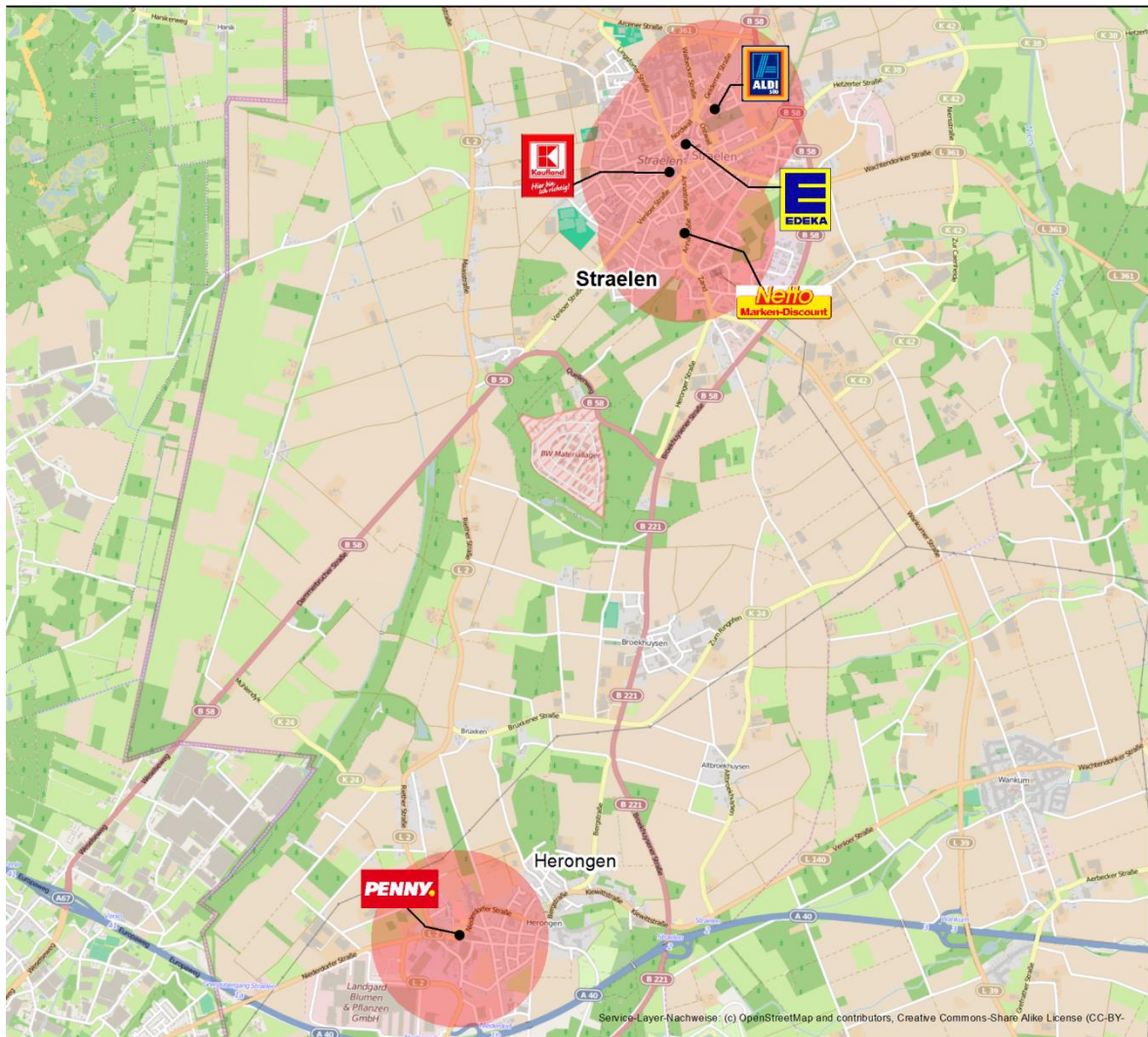
Innerhalb der Stadt zeigt sich eine räumlich differenzierte Ausstattung (vgl. Abbildung 20). Die Straelener Innenstadt stellt u. a. mit den Lebensmittelvollsortimentern Edeka und Kaufland in Zusammenhang mit den Lebensmitteldiscountern im Umfeld sich gegenseitig ergänzende gesamtstädtische Versorgungsstandorte dar. Im Ortsteil Herongen sind ein Lebensmitteldiscounter, zwei Bäckereien, eine Metzgerei und diverse Hofläden ansässig, so dass eine Lebensmittelgrundversorgung im Süden des Stadtgebietes gegeben ist. In den sonstigen Ortsteilen sind ein Lebensmittelgeschäft in Auwel-Holt und Direktvermarkter in Broekhuysen und Vorst ansässig, so dass auch für die Nahversorgung eine hohe Ausrichtung auf die Stadtmitte von Straelen besteht.

Für eine Lebensmittelvollversorgung sind größere SB-Märkte erforderlich, die jedoch für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein Kundeneinzugsgebiet von mindestens 5.000 Einwohnern benötigen. Aufgrund der vergleichsweise geringeren Einwohnerzahlen der peripheren Siedlungsbereiche ist damit keine flächendeckende Nahversorgung in allen Ortschaften durch größere Lebensmittel-SB-Märkte möglich. Vielmehr ist auch zukünftig eine Konzentration auf zentrale Versorgungsstandorte in der Stadtmitte von Straelen in Verbindung mit dem Ortsteil Herongen sinnvoll, um durch Verbundeffekte eine angemessene Versorgungsqualität für die örtliche Bevölkerung sicherzustellen. Eine Ergänzung des Angebotes ist vor allem für die Innenstadt notwendig.

Für die sonstigen Ortschaften ist ein Erhalt der kleinteiligen Versorgungsstrukturen wünschenswert. Ein Ausbau des stationären Handels ist jedoch angesichts der Siedlungsstrukturen als wirtschaftlich nicht rentabel zu bewerten.

¹⁵ Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

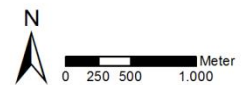
Abbildung 20: Nahversorgung in der Stadt Straelen



700-Meter-Radius um Einzelhandelsstandorte

- Lebensmittelmärkte

700 m - Radius



Quelle: BBE-Erhebungen

6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Die Stadt Straelen weist eine Einzelhandelsausstattung auf, die z. Z. nur eine begrenzte regionale Ausstrahlungskraft entfalten kann. Wichtige Wettbewerbsstandorte sind Geldern, Krefeld, Moers und Venlo mit einem umfassenden Einzelhandelsangebot. Als Angebotsstandort für den täglichen Bedarf ist auch die Nachbargemeinde Kerken mit ihren modernen Lebensmittelmärkten von großer Relevanz.

Die Innenstadt ist durch relativ kleinteilige Angebotsstrukturen geprägt. Die Lebensmittelmärkte Kaufland und Aldi als publikumsintensive Magnetbetriebe befinden sich in einer Randlage zur Altstadt. Der Leistungsaustausch zwischen den frequenzstarken Lebensmittelbetrieben und der innerstädtischen Hauptgeschäftslage entlang der Achse Gelderner Straße/ Markt/ Venloer Straße ist nicht voll funktionsfähig. Der Altstadtgrundriss bedingt vergleichsweise kleine Grundstücks- und Gebäudestrukturen, die nur noch eingeschränkt für moderne Ladengeschäfte geeignet sind. Größere Geschäftseinheiten sind innerhalb der Wälle nur in dem Quartier südlich des Marktes unterzubringen.

Der in der Fußgängerzone gelegene Edeka-Markt ist aufgrund der begrenzten Verkaufsflächengröße und der sonstigen baulichen Rahmenbedingungen (Anlieferung, Kundenstellplätze u. a.) nur noch bedingt marktfähig, so dass eine Verlagerung des Betriebes anstehen wird. Mit der möglichen Freisetzung des Ladenlokals an der Hochstraße ließe sich im Zusammenhang mit den gegenüberliegenden, z. T. minder- bzw. ungenutzten Geschäftseinheiten eine Aufwertung des Quartiers ermöglichen. Dazu sind jedoch auch bauliche Maßnahmen notwendig, die Ladeneinheiten für moderne Einzelhandelsnutzungen schaffen und damit eine Stabilisierung und marktgerechte Weiterentwicklung des innerstädtischen Geschäftszentrum ermöglichen.

Die Grundversorgung wird durch größere **Lebensmittelmärkte** an Standorten in Innenstadtnähe sowie im Ortsteil Herongen geprägt. Die kleineren Ortschaften verfügen nur über eine ausschnittsweise wohnungsnah Versorgung, für die aufgrund des Einwohnerpotenzials auch nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen. Zur Schaffung einer angemessenen Nahversorgung ist die Angebotsergänzung durch moderne Lebensmittelmärkte an zentralen Standorten (vor allem in der Innenstadt) zu empfehlen. Hierbei ist insbesondere für den Edeka-Markt ein geeigneter Verlagerungsstandort zu entwickeln.

Durch die projektierte Umnutzung des ehem. Penny-Standortes am Nordwall durch einen Rossmann **Drogeriemarkt** wird ab Frühjahr 2015 die Versorgung mit Drogeriewaren verbessert. Darüber hinaus bietet Rossmann ein begrenztes Angebot von gängigen Artikeln u. a. im Schreib- und Spielwarenssegment an.

Wichtige Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Straelener Innenstadt sind an den Standorten An der Oelmühle sowie Annastraße/ Zand/ Wankumer Straße vorzufinden. Die Versorgungsfunktionen der Geschäftsbereiche beziehen sich vor allem auf den Bau- und Gartenbedarf sowie auf Möbel und Einrichtungsbedarf. Die Betriebe übernehmen gesamtstädtische und z. T. übergemeindliche Versorgungsfunktionen.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen Angebotsdefizite auch in den sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten erkennen. Damit die Innenstadt die grundzentrale Versorgungsfunktion erfüllen kann, ist eine **Diversifizierung des innerstädtischen Angebotes** u. a. um kompetente Bekleidungs-, Schuh- und Sportanbieter sinnvoll. Dies sollte mit einem Ausschluss von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches einhergehen, um durch die Vorrangstellung des Hauptzentrums eine innenstadtbezogene Entwicklung zu unterstützen.

In den sonstigen innenstadtypischen Sortimenten (u. a. Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/ Schmuck, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik) sind begrenzte Entwicklungspotenziale in einem innerstädtischen Gesamtkonzept zu erwarten.

Die Entwicklungsperspektiven der dezentralen Einzelhandelsstandorte liegen vor allem in einer Bestandssicherung der Versorgungsstrukturen und einer Weiterentwicklung durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Insbesondere in den Bereichen **Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel/ Einrichtungsbedarf** sind mit Blick auf die regionale Wettbewerbssituation betriebliche Weiterentwicklungen notwendig.

7 Zentrenkonzept Straelen

7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln. Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel am 13.07.2013 bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen und somit auch den Rahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept bilden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden.
- Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz).
- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel). Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten (Grundsatz).

- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt.
- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden.
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.
- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlasses soll¹⁶

„ (...) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene

¹⁶

Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. D. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

ne Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelsituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

Mit einem Bundesverwaltungsgerichtsurteil von 2013 wurde nochmals die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung klargestellt. Demnach kann sich die Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung allein auf das beschlossene Einzelhandelskonzept berufen.¹⁷

7.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich - nach entsprechender Beschlussfassung durch den Rat der Stadt - um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB, 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

¹⁷ Vgl. hierzu ausführlicher Kapitel 9.1

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu bestimmen.

Für den einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB hat der Bundesgesetzgeber die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten im Satz 2 ausdrücklich betont. Diese Regelung lautet wie folgt:

„Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in einem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff „zentral“ ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versor-

gende Bevölkerung nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Grundsätzlich lassen sich nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren) unterscheiden.

7.3 Leitziele des Zentrenkonzeptes

Den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept für die Stadt Straelen bilden die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung. Darauf aufbauend werden für die Stadt Straelen die Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung wie folgt konkretisiert:

■ **Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion**

Der Einzelhandel der Stadt Straelen soll auch zukünftig die grundzentralen Versorgungsfunktionen erfüllen, so dass eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen erfolgen soll. Dem zentralen Versorgungsbereich wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebote eingeräumt.

■ **Priorität der Innenstadtentwicklung**

Die Innenstadt stellt den wichtigsten Geschäftsbereich der Stadt Straelen dar, für die eine quantitative und qualitative Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen angestrebt wird. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für Betriebe mit Verkaufsflächen oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO.

■ **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung**

Die wohnungsnahen Versorgung soll erhalten und marktgerecht weiterentwickelt werden. Dazu ist neben der Konzentration auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich die Realisierung von Nahversorgungsstandorten ermöglicht. Die Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird an die Bedingungen geknüpft, dass

- der Standort einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweist (wohngebietsintegrierte Lage),

- der Betrieb hinsichtlich Größe und Sortiment der wohnungsnahen Versorgung dient und
- keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

■ **Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf geeignete Ergänzungsstandorte**

Durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit wird auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf im Stadtgebiet gut erreichbare Standorte verfolgt, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und einen möglichst geringen Flächenverbrauch zu generieren. Zudem wird durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte der Ressourceneinsatz reduziert (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen).

Als Verbundstandort weist die bereits vorhandene Fachmarktachse Annastraße/ Zand/Wankumer Straße in Verbindung mit dem zu entwickelnden Standortbereich Großmarktstraße günstige Rahmenbedingungen auf. Für sonstige Standorte des großflächigen Einzelhandels (vor allem „An der Oelmühle“) ist eine bestandssichernde Weiterentwicklung zu unterstützen.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, so dass diese in Anlehnung an den Sachlichen Teilplan des LEP NRW i. d. R. auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken sind und im Rahmen einer Einzelfallprüfung für die Zulässigkeit eines Vorhabens die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu untersuchen sind.

7.4 Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

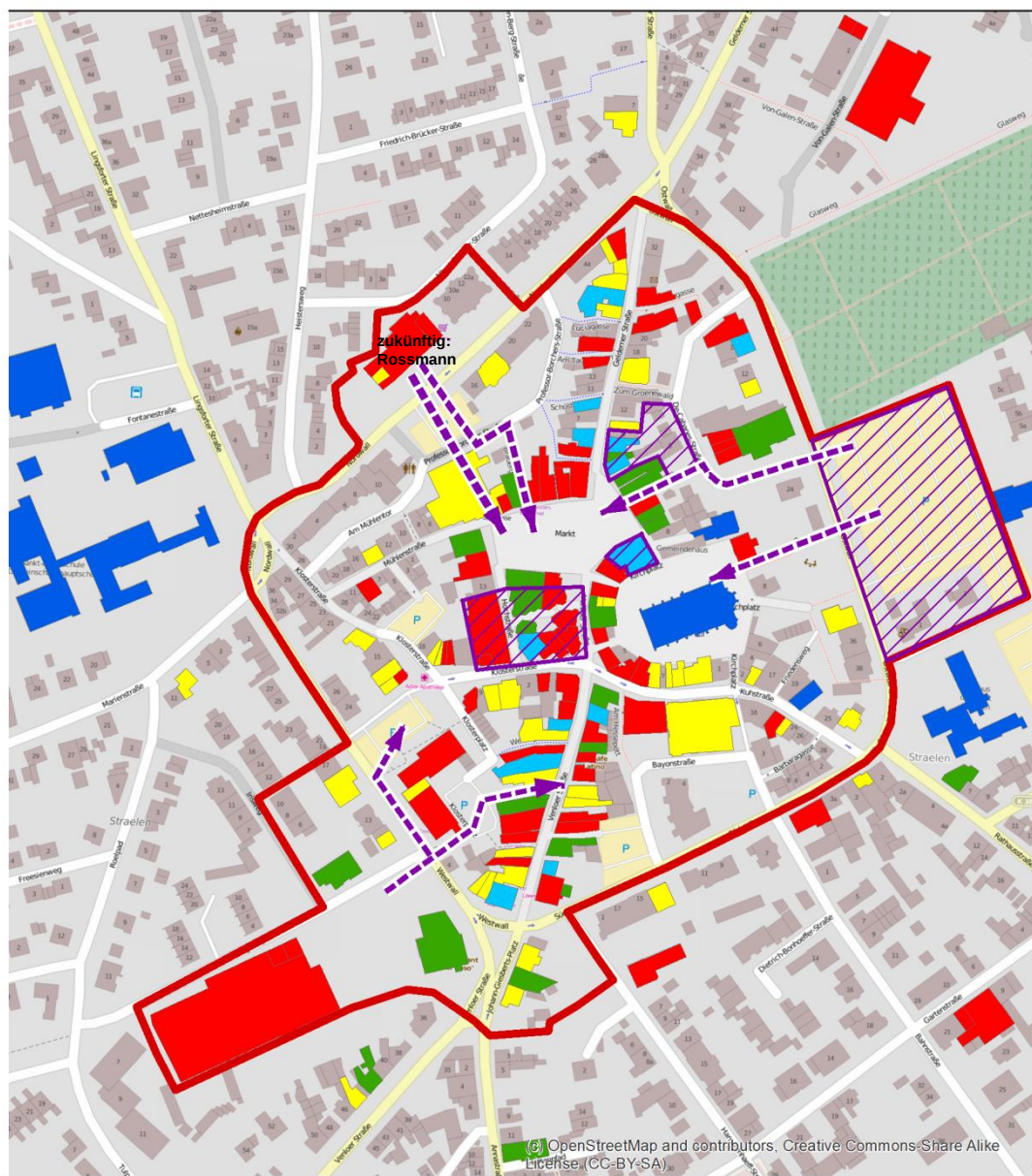
7.4.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen auf die Achse Venloer Straße, Kleiner Markt, Markt, Gelderner Straße und die Querachse Klosterstraße und Kuhstraße konzentrieren.

Die Wallstraße stellt die stadträumliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar. Im Sinne einer marktgerechten Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsstrukturen wurden Innenstadtergänzungen in den letzten Jahren im westlichen Bereich des Beginenpads (Kaufland) und am Nordwall (Geschäftshaus zukünftig Rossmann) vorgenommen. Im Sinne einer Entwicklungsfläche wird auch für den östlichen Abschnitt der Innenstadt ein Überschreiten der Wallstraße für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (Parkplatz Ostwall) empfohlen. Die vorgeschlagene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt ist der Abbildung 21 zu entnehmen. Außerhalb des abgegrenzten Bereiches sind nur noch wenige publikumsintensive Nutzungen ansässig, so dass in der Nutzungsstruktur eine deutliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches ablesbar ist.

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt von Straelen dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die räumliche Ausdehnung beläuft sich in Nord-Süd-Richtung auf ca. 400 m und in West-Ost-Richtung auf ca. 300 m, so dass das Versorgungszentrum nur im Zusammenhang mit der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist.

Abbildung 21: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Zentraler Versorgungsbereich

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- öffentliche Einrichtung
- Leerstand
- potenzielle Entwicklungsfläche
- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Aufwertung der Wegebeziehungen



Quelle: BBE-Erhebungen

7.4.2 Entwicklungsempfehlungen

Für die Weiterentwicklung der Straelen Innenstadt sind folgende Rahmenbedingungen von Bedeutung:

- Die hohe Leerstandsquote in den Hauptgeschäftslagen Markt, Venloer Straße, Hochstraße und Gelderner Straße ist als Indikator für deutliche Strukturschwächen der Straelener Innenstadt zu werten.
- Einerseits sind die Leerstände auf objektseitige Defizite zurückzuführen. Denn in der historischen Bausubstanz fehlen Ladenflächen in einer für moderne Einzelhandelsbetriebe angemessenen Größe.
- Es fehlen somit frequenzschaffende größere Einzelhandelsbetriebe im Hauptgeschäftsbereich. Erschwert wird die Lage noch dadurch, dass der an der Hochstraße ansässige Edeka-Markt nur noch sehr eingeschränkt wettbewerbsfähig ist. Wird dieser Markt geschlossen, droht der Innenstadt ein weiterer Frequenzverlust.
- Hinzu kommt, dass die am Rand der Innenstadt ansässigen Betriebe Kaufland und Aldi fußläufig nur unzureichend an die Fußgängerzone angebunden sind. Somit kann die zentrale Innenstadt nur in sehr geringem Maße vom Kundenpotenzial der frequenzstarken Lebensmittelmärkte profitieren.

Aufbauend auf den Stärken und Schwächen der Straelener Innenstadt als Einkaufsstandort ergeben sich folgende Handlungserfordernisse für die Weiterentwicklung als zentraler Versorgungsbe-
reich:

- Die Fußwegebeziehungen zwischen den Magnetbetrieben in Randlagen der Innenstadt und dem Hauptgeschäftsbereich der Fußgängerzone sind zu verbessern. Im Mittelpunkt sollte dabei die Attraktivierung der Fußwegebeziehungen zwischen Kaufland und Fußgängerzone stehen. Hierzu hat die Immobilien- und Standortgemeinschaft bereits die Initiative ergriffen – die Aktivitäten sollten breite Unterstützung erfahren. Insbesondere die Gestaltung des Klosterplatzes mit den hohen Hecken sollte verändert werden, um die Orientierung der Passanten zu verbessern.
- Der Standort des ehem. Penny-Marktes (zukünftig Rossmann) und der südlich anschließende Parkplatz an der Professor-Borchers-Straße sind durch bauliche Barrieren vom Marktplatz getrennt. Die Brauergasse sollte als Fußwegebeziehung aufgewertet werden.
- An den Wällen ist im Bereich der wichtigen Verbindungsachsen den Fußgängern Vorrang einzuräumen. Eine Möglichkeit könnte die Einrichtung von Shared Space-Zonen sein. Dabei wird durch die Gestaltung des Straßenraumes und die völlige Entfernung von Straßen-

schildern auf die Gleichberechtigung der Verkehrsteilnehmer und das Prinzip der gegenseitigen Rücksichtnahme gesetzt. Statt einer dominanten Stellung des motorisierten Verkehrs sollen Verkehrsteilnehmer und Nutzungen im Straßenraum gleichwertig nebeneinander existieren und sich den Raum teilen.

- Der Kirchplatz bildet ein baulich sehr reizvolles Ensemble. Allerdings ist die Nutzungsdichte hier gering. Eine funktionale Aufwertung dieses Bereichs ist anzuraten. Alle Überlegungen in diese Richtung haben selbstverständlich der sensiblen Lage an der Kirche Rechnung zu tragen. Denkbar wären am Kirchplatz Einzelhandelsnutzungen (z. B. Dritte-Welt-Laden, Kunsthandwerk, Ladenhandwerk, Bio-Lebensmittel), ein Café mit Außengastronomie sowie Märkte (Kunsthandwerkermarkt, Adventsmarkt).
- In diesem Zusammenhang ist auch der Wiederbelegung des ehemals durch das Textilhaus Botschen belegten Ladenlokals eine hohe Bedeutung beizumessen, da sich über dieses Grundstück mit der benachbarten Verbindungsgasse die Anbindung zwischen dem Kirchplatz und dem Markt optimieren ließe.
- Im Bereich des Kleinen Marktes ist die Einrichtung zusätzlicher Ladenflächen im Erdgeschoss zu prüfen. Dabei ist auch die Außenwirkung der Geschäfte zu verbessern, da der vorgezogene Laubengang die Einsehbarkeit der Geschäfte erheblich einschränkt.
- Ggf. ist im Zusammenhang mit einer Verlagerung des Edeka-Marktes an der Hochstraße eine Neuordnung des gesamten Quartiers möglich. Darüber hinaus sollte bei allen Neubaumaßnahmen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches seitens der Stadt Straelen daraufhin gewirkt werden, möglichst große und zeitgemäße Ladenflächen zu schaffen.
- In dem bereits in der Projektierung befindlichen Geschäftshaus auf dem Eckgrundstück Markt/ Picardie sollte die Erdgeschossfläche vollständig für den Einzelhandel erschlossen werden; denn das Grundstück bildet einen wichtigen Trittstein zwischen Markt und Ostwall.
- Der Parkplatz am Ostwall nimmt in der Innenstadt eine Schlüsselstellung ein. Denn er stellt den einzigen Standort in zentraler Lage dar, der für die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelsupermarktes geeignet ist.
- Daher sollte für den gesamten Bereich zwischen Rathaus über Soatspad, den Ostwall-Parkplatz, die Grundstücke an der Westseite des Ostwalls zwischen Friedensweg und Picardie eine Gesamtplanung mit dem Ziel entwickelt werden, eine deutliche Nutzungsverdichtung herbeizuführen.
- Wird in diesem Bereich eine Konzentration des kundenfrequenzstarken Lebensmitteleinzelhandels herbeigeführt, können sich auch für die Hauptgeschäftslage Entwicklungsmöglichkeiten

pulse ergeben. Grundvoraussetzung dafür ist aber, den räumlich funktionalen Zusammenhang zwischen Ostwall und Markt zu verbessern.

- Als Verbindungsachse bietet sich die Picardie an, die zu einer belebten Geschäftsstraße zu entwickeln ist. Dies bedingt eine Nutzungsverdichtung entlang des gesamten Straßenzugs. Insbesondere ist die „Hinterhof-Atmosphäre“ auf den rückwärtigen Grundstücken an der Ostseite des Marktes aufzulösen.
- Auch gegenüber dem Ostwall-Parkplatz befinden sich mindergenutzte Grundstücke, die baulich aufgewertet werden können.
- In dem vorab definierten Entwicklungsbereich gilt es, mit dem Entwicklungskonzept sehr unterschiedlichen Nutzungsanforderungen gerecht zu werden:
 - Bauliche Entwicklungen haben der Nachbarschaft des Friedhofes angemessen Rechnung zu tragen.
 - Gleichzeitig sollte die Entwicklungsfläche des Parkplatzes baulich bestmöglich genutzt werden. Funktional sollte dem kundenfrequenzstarken Einzelhandel hier absolute Priorität eingeräumt werden.
 - Zu Bestattungen kommen teilweise große Gruppen von Trauernden, denen Parkplätze in zumutbarer Entfernung bereitgestellt werden müssen.
 - Das Rathaus benötigt eine ausreichende Anzahl von Besucherparkplätzen. Für die Beschäftigten des Rathauses müssen ebenfalls Stellplätze in zumutbarer fußläufiger Distanz bereitgestellt werden.
 - Finden an Werktagen Messen und Andachten statt, muss die Parkraumnachfrage der Kirchenbesucher ebenso erfüllt werden, wie der Stellplatzbedarf der übrigen Innenstadtbesucher.
- Für die Sraelener Innenstadt ist das Zusammenspiel von Flair, Gastronomie und Einzelhandel auch unter touristischen Aspekten von Bedeutung, so dass insbesondere „rund um den Markt“ die Gastronomie als Nachnutzung ehemaliger Einzelhandelsflächen ebenfalls in Frage kommt.

Für die Straelener Innenstadt ist eine Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes in den nahversorgungsbezogenen und den innenstadttypischen Kernsortimenten durch Ansiedlung größerer und namhafter Betriebe zu empfehlen, so dass auch der ansässige Einzelhandel von Verbundeffekten profitieren kann. Dabei ist für die Innenstadt vor allem die Nahversorgung neu aufzustellen, da sowohl bei Nahrungs- und Genussmitteln als auch bei Drogeriewaren Ergänzungs- bzw. Erweiterungsflächen notwendig sind.

Darüber hinaus sollte eine Diversifizierung des Angebotes bei Bekleidung, Schuhen, Sport im Vordergrund stehen. Voraussetzung für die Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort ist jedoch zunächst eine Erhöhung der Kundenfrequenz, so dass einem städtebaulichen Gesamtkonzept zur Einbindung der frequenzstarken Magnetbetriebe (vor allem der Lebensmittelmärkte) in die Innenstadt und der Schaffung attraktiver Wegebeziehungen in die Hauptgeschäftslage rund um den Marktplatz die höchste Bedeutung zukommt. Gelingt es, den Einzelhandel vor allem am Standort Ostwall funktional an den Marktplatz anzuschließen, bestehen auch gute Möglichkeiten ergänzende kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in der Altstadt rentabel zu betreiben, so dass sich Entwicklungspotenziale auch in den sonstigen innenstadttypischen Sortimenten ableiten lassen (u. a. Bücher, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/ Schmuck, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik).

Die zunehmende Bedeutung des E-Commerce wird zukünftig verstärkt Auswirkungen auf die Entwicklung der Einkaufsstadt Straelen haben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in Deutschland bislang vor allem eine Verdrängung zulasten des klassischen Versandhandels stattgefunden hat, während für die Zukunft ein deutliches Wachstum des E-Commerce zulasten des stationären Einzelhandels prognostiziert wird.¹⁸ Dabei werden Standorte und Branchen unterschiedlich stark von diesen Auswirkungen betroffen sein.

Für Straelen ist angesichts der zu erwartenden Entwicklungen eine Konzentration auf die Nahversorgung als „Anker der Einkaufsstadt“ sinnvoll. Ergänzende innenstadttypische Einzelhandelsangebote können dann von der starken Kundenfrequenz profitieren. Diese Empfehlung resultiert vor dem Hintergrund der zu erwartenden E-Commerce-Entwicklung in erster Linie daraus, dass gerade dem Lebensmitteleinkauf eine geringe Internetaffinität beigemessen wird. Der Anteil des stationären Umsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln liegt heute noch bei über 99 % und die Steigerungsraten werden deutlich hinter den Marktentwicklungen der anderen Sortimente liegen.

¹⁸ So erwartet IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4 % des derzeitigen Bestands. (Quelle: Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013)

Im Hinblick auf den innerstädtischen Flächenbedarf von Straelen ist zu erwarten, dass sich die Entwicklung auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Für die Weiterentwicklung der Straelener Innenstadt ist somit auch vor dem Hintergrund der Entwicklung des E-Commerce von Bedeutung, dass es gelingt, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren und die Verbindungsachsen zu dem bestehenden Hauptgeschäftsbereich um den Marktplatz zu optimieren. Dazu sind Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate anzusiedeln.

Fazit

Der Parkplatz am Ostwall stellt den wichtigsten Entwicklungsstandort der Innenstadt dar, da die Größe des Areals die Ansiedlung von größeren Betriebseinheiten des Lebensmittelhandels zulässt, die angesichts der Angebotsstrukturen in Straelen und der allgemeinen Einzelhandelsentwicklungstrends zur Weiterentwicklung der Straelener Innenstadt erforderlich sind.

Zur optimalen Einbindung des empfohlenen Entwicklungsstandortes sind im Rahmen eines Gesamtkonzeptes auch die Verbindungsachsen nutzungsstrukturell aufzuwerten, um Verbundeffekte für den örtlichen Einzelhandel in der traditionellen Hauptgeschäftslage der Fußgängerzone auszulösen. Dabei ist vor allem von Bedeutung, dass ausreichend große Ladeneinheiten entwickelt werden, so dass sich Anbieter mit modernen Betriebskonzepten ansiedeln können.

7.5 Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes „An der Oelmühle“

Der Standortbereich „An der Oelmühle“ ist durch eine Mischung von gewerblichen Nutzungen (u. a. Deutschland-Zentrale der Firma Bofrost, Autohandel, Maschinenbau, Herstellung von Metall- und Kunststoffzeugnissen) und durch das Möbelhaus Dahlmann und den Baumarkt Self geprägt. Es handelt sich um ein verdichtetes Gewerbequartier, das nur noch geringe Entwicklungsflächen aufweist.

Im Sinne einer bestandssichernden Weiterentwicklung bestehen seitens der Dahlmann Self GmbH Überlegungen, die Verkaufsflächen für das Möbelhaus und den Baumarkt zu erweitern. Dabei wäre ein Neubau von Gebäudeteilen auf dem nördlich angrenzenden, derzeit unbebauten Grundstück möglich.

Nach den einer Auswirkungsanalyse aus dem Jahre 2013¹⁹ zugrunde liegenden Planüberlegungen steht eine Erweiterung des Gesamtvorhabens auf ca. 14.000 m² Verkaufsfläche in Rede. Dabei soll das Möbelhaus um ca. 2.600 m² und der Baumarkt um ca. 1.600 m² erweitert werden. Zusätzlich soll eine Gartencenterabteilung mit ca. 1.600 m² Verkaufsfläche ergänzt werden.

Angesichts der Marktentwicklungen im Möbele Einzelhandel sowie bei Bau- und Gartencentern in Deutschland erscheint eine flächenbezogene Weiterentwicklung des mittelständischen Betriebes notwendig, um seine Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern. Dabei ist die geplante Verkaufsflächenenergänzung für das Möbelhaus vor dem Hintergrund der Projektplanungen von Großmöbelhäusern in der Region zu bewerten. Der Einzelhandelsstandort stellt einen wichtigen Ergänzungsstandort in der Stadt Straelen dar, für den eine bestandsorientierte Weiterentwicklung positiv bewertet wird.

Das Erweiterungsvorhaben ordnet sich auch in die landesplanerischen Zielsetzungen ein. Im Rahmen der Neuauufstellung des Regionalplans wird für den Planstandort zukünftig ein „Allgemeiner Siedlungsbereich“ dargestellt werden (vgl. Abbildung 22), so dass Ziel 1 des LEP - Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel gewahrt wird. Da es sich um großflächige Betriebe mit - nach der Straelener Sortimentsliste - nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten handelt (vgl. Kapitel 8), ist eine Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt und damit am Untersuchungsstandort möglich, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente weniger als 10 % der Verkaufsfläche belegen und wesentliche Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Straelen und der Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können.

¹⁹ Vgl. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Stadt Straelen Wirkungsanalyse zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 44 „Möbelhaus, Bau- und Gartenmarkt An der Oelmühle“, 2013

Die Erweiterungsplanung bedarf einer Aufstellung eines Bebauungsplans mit der Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO. Dabei können neben der zulässigen Nutzung auch konkrete Festsetzungen hinsichtlich der zulässigen Verkaufsflächen vor allem der zentrenrelevanten Randsortimente vorgenommen werden.

Es wird empfohlen, einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan auf Basis einer konkreten Projektplanung aufzustellen, um die Bestandssicherung der ansässigen Einzelhandelsbetriebe positiv zu begleiten. Im Rahmen der Bauleitplanung sind die möglichen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen der Planung zu prüfen und abzuwägen.

Abbildung 22: Entwurf des Regionalplanes für den Regierungsbezirk Düsseldorf 2014



Quelle: Regionalplan Düsseldorf, Entwurf Stand April 2014

7.6 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung an der Großmarktstraße

Das ehemalige Versteigerungs- und Großmarktgelände zwischen Großmarktstraße, Annastraße und An der Bleiche soll zu einem „gemischten, urbanen Quartier mit höchster Qualität“ entwickelt werden (vgl. Abbildung 23). Dabei sollen Wohn-, Kultur- und Gewerbenutzungen realisiert werden. Das Planverfahren zur Entwicklung eines Nutzungskonzeptes steht noch am Anfang, so dass im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes nur die grundsätzliche Eignung des Areals für Einzelhandel bewertet wird.

Das Areal nimmt eine Zwischenlage zwischen dem nördlich angrenzenden Wohnquartier, den südlich benachbarten Gewerbegebietslagen und dem westlich gelegenen Stadtgarten ein. Die Entfernung zur zentralen Innenstadt am Markt beträgt ca. 600 - 700 m, so dass der Standort sich außerhalb einer von Innenstadtbesuchern akzeptierten Fußwegedistanz befindet.

Abbildung 23: Entwicklungsfläche Großmarktstraße



Quelle: Stadt Straelen, IS Straelen Innenstadt, Integriertes Handelungskonzept 1.0, 2013

Der Einzelhandel sollte in diesem Standortbereich deshalb auf Nutzungen beschränkt werden, die nicht in direktem Wettbewerb zur Straelener Innenstadt treten können. Angesichts der Strukturprobleme der Hauptgeschäftslage der Stadtmitte gilt dies auch für die Ansiedlung eines zusätzlichen großflächigen Lebensmittelmarktes, der die Realisierungschancen einer innerstädtischen Investition erheblich einschränkt. Aufgrund der relativ großen Entfernung würden sich aus der Frequenzwirkung eines großen Marktes am Standort Großmarktstraße keine Synergieeffekte für den zentralen Versorgungsbereich ergeben.

Dagegen ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten unter versorgungsstrukturellen Aspekten denkbar, da der Standort eine Ergänzung zu den Nutzungen entlang der Achse Annastraße/ Zand/ Wankumer Straße bilden könnte, so dass nicht-zentrenrelevante Nutzungen an diesem Standort konzentriert werden könnten. Die landesplanerische Voraussetzung der Darstellung eines Allgemeinen Siedlungsbereiches wird der Standort nach dem überarbeiteten Regionalplan erfüllen (vgl. Abbildung 22).

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist allerdings, dass die Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und Sortimentsstruktur (Festlegungen 4 bis 6 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel) berücksichtigt werden. Zusätzlich ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Straelener Innenstadt oder die zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen haben könnte.

7.7 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung

Die Stadt Straelen weist eine Lebensmittelversorgung im zentralen Versorgungsbereich sowie an wohnungsnahen Standorten auf. Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. eine Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an aktuelle Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben notwendig.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsansatz. Die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte grundsätzlich auf den zentralen Versorgungsbereich beschränkt werden. Darüber hinaus ist eine Bestandssicherung für die sonstigen wohnungsnahen Standorte notwendig, um eine bedarfsgerechte Versorgungsfunktion mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Stadt Straelen auch zukünftig sicherzustellen. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass mit dem Parkplatz am Ostwall eine Entwicklungsfläche zur Ansiedlung von großflächigem Lebensmitteleinzelhandel vorhanden ist, die Priorität vor der Weiterentwicklung sonstiger wohnungsnaher Standorte genießen sollte. Die Entwicklung von Versorgungsstandorten außerhalb des Siedlungszusammenhangs (z. B. in Autobahnnähe) ist konsequent auszuschließen.

Die Weiterentwicklung von Nahversorgungsstandorten mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion soll grundsätzlich nur möglich sein, wenn:

- die Standorte einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweisen (wohngebietsintegrierte Lage),
- die Betriebe der wohnungsnahen Versorgung dienen und
- durch die geplanten Nahversorgungsbetriebe keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.

Da die Versorgung in den Ortsteilen über Kleinflächenkonzepte nur ergänzenden Charakter haben kann, kommen den Versorgungsschwerpunkten in der Kernstadt auch künftig wichtige Funktionen im Rahmen der Grundversorgung der Gemeinde zu.

8 Straelener Sortimentsliste

Die Straelener Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel zu überprüfen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als nicht-zentrenrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Im Rahmen des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)

- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2006 wurde bereits eine stadtsspezifische Sortimentsliste vorgelegt, die vor dem Hintergrund der landesplanerischen und marktbezogenen Veränderungen zu überprüfen ist.

Für die Bewertung der Innenstadtrelevanz der ausgewählten Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung im zentralen Versorgungsbereich
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Straelen.

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Straelen wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Straelen im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich bzw. an wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **zentrenrelevant und gleichzeitig auch als nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Bücher/ Zeitschriften, Schreibwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Haushaltstextilien (Haus-, Bett- Tischwäsche), Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto, Optik, Uhren/ Schmuck, Fahrräder/ Zubehör sowie Sanitätsartikel konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Straelen faktisch als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Die Sortimentsbereiche Sportartikel, Spiel-/ Hobbywaren, Kunst, Bilder, -Rahmen, Geschenkartikel zeichnen sich durch ein relativ kleinteiliges Sortiment („Handtaschensortiment“) aus, das hinsichtlich des Flächenbedarfs und der Leistungsfähigkeit (Flächenproduktivität) in die zentrale Geschäftslage integrierbar ist. Auch wenn aktuell in der Stadt Straelen kein bzw. nur ein geringes Angebot im zentralen Versorgungsbereich vorhanden ist, wären diese Sortimentsbereiche für einen attraktiven Branchenmix in der Innenstadt wünschenswert. Aufgrund der Kleinteiligkeit des Sortiments ist auch eine grundsätzliche

Entwicklungsfähigkeit im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Straelen gegeben, so dass die Kriterien der Zentrenrelevanz erfüllt sind.

- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Blumen, Pflanzen) sowie Möbel/ Küchen in der Stadt Straelen als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches. Für die Angebotssegmente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nicht zu erwarten.
- Heimtierzubehör und lebende Tiere sollten in der Stadt Straelen als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Die Angebotsstruktur wird in der Stadt Straelen vor allem durch ein Fachgeschäft in Herongen geprägt. Aufgrund des Flächenanspruchs ist eine Integration in den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Straelen zukünftig nicht mehr zu erwarten.
- Die Sortimente Bettwaren und Teppiche werden im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Straelen in nur sehr begrenztem Umfang angeboten. Aufgrund der Sperrigkeit der angebotenen Waren ist auch bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten, so dass diese als nicht-zentrenrelevant zu bewerten sind.
- Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird in der Stadt Straelen nur als Randsortiment angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Straelener Stadtmitte entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen.
- Das Sortiment Baby- und Kinderartikel (ohne Spielwaren, Bekleidung) wird in der Stadt Straelen nicht angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für das Straelener Zentrum entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Dies gilt auch für Campingartikel, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf.

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird für die Stadt Straelen eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Warengruppen in einer Positivliste sowie die nicht-zentrenrelevanten Sortimente in einer Negativliste darstellt. Die Be-

zeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).²⁰

Abbildung 24: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Straelen

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche		
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.54	elektrische Haushaltsgeräte		
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		

Fortsetzung folgt

²⁰ Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Blumen, Lampen/ Leuchten, Heimtextilien/ Gardinen und Bettwaren als nicht-zentrenrelevant.

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
		aus 47.76.1	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), gelb hervorgehoben: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP, Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel

9 Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

9.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Straelen zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Straelen weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013²¹ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbepauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001

²¹ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe²² begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshof Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klar gestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

²² Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 9.2.

9.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, dass sich der Standort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.

- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.
Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls
 - einen eigenen Eingang,
 - eine eigene Anlieferung und
 - eigene Personalräume haben sowie
 - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften, vgl. OVG Münster, Az. 10 A 1144/11 vom 29. Mai 2013).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städttebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

9.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen

gen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.²³

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

²³

BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

9.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.²⁴ In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2014 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können. (OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2014, 1 KN 121/11)

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

²⁴ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Straelen

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

9.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Straelen steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der im zentralen Versorgungsbereich gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

9.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVP) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)²⁵.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

²⁵

zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

9.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Straelen-Innenstadt möglich. An den sonstigen Nahversorgungsstandorten soll durch einen aktiven Bestandsschutz die wohnungsnahe Versorgung erhalten werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um die Innenstadt zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden. Dies gilt vor allem auch für das Entwicklungsareal Großmarktstraße, für das nur gebietsbezogene Einzelhandelsnutzungen mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Frage kommen sollen.
- Dagegen kann das Areal Großmarktstraße als ein Ergänzungsstandort für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel entwickelt werden. Im Rahmen von Einzelfalluntersuchungen sind die raumordnerisch und städtebaulich verträgliche Dimensionierung von Sortimenten und Verkaufsflächen zur Vorbereitung des konkreten Bauleitplanverfahrens zu ermitteln.
- Für den Ergänzungsstandort An der Oelmühle sollte eine bestandssichernde Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels mit Möbeln/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf planungsrechtlich unterstützt werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich auf Randsortimente beschränkt werden, die dem

nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).

- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung des zentralen Versorgungsbereiches den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.

10 Online-Konzept zur Stärkung der Internetpräsenz lokaler Einzelhändler der Stadt Straelen

Die Entwicklung der Straelener Innenstadt wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computer und Smartphone sowie dem barrierefreien Zugang zum Internet basiert. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch.

So wird durch dem Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Nur Einzelhändler, die diesen Multichannel-Ansatz konsequent verfolgen, werden sich auch weiterhin auf dem Markt mit einem immer härter werdenden Preiswettbewerb behaupten können.

Das Online-Konzept prüft die Präsentation der Stadt Straelen im Internet und die Auffindbarkeit des lokalen Einzelhandels Straelens im Internet sowie dessen Wahrnehmung durch den Informationssuchenden über das Internet bzw. über den Internet-Suchmaschinenanbieter Google.

Hierzu stehen folgende Fragen im Vordergrund:

- Welche Informationen bzw. welche Assoziationen werden mit dem Besuch der Internetseite www.straelen.de zugrunde gelegt? Welche Funktionen und Elemente erleichtern die Informationsaufnahme zum ansässigen Einzelhandel in der Stadt Straelen?
- Wie präsentiert sich der lokale Einzelhandel bei der Online-Direktsuche? Welche Branchen dominieren die Suchergebnisse? Wie viele Unternehmen präsentieren sich?
- Ist die Online-Präsenz lokaler Einzelhändler mit der Internet-Präsentation der Stadt Straelen verknüpft?
- Welche alternativen Suchmethoden und Informationen zum lokalen Einzelhandel bietet das Internet darüber hinaus?
- Wie kann die aktuelle Situation dahingehend verbessert werden, dass die Wahrnehmung des lokalen Einzelhandels- und Geschäftsbesatzes im Internet gesteigert wird?
- Zielsetzung soll sein, mögliche Schwächen und Defizite sowie Stärken und Chancen in der internetgestützten Wahrnehmung des örtlichen Einzelhandels und der Stadt Straelen zu erkennen und Handlungsalternativen bzw. –empfehlungen zu entwickeln.

Bei der Online-Recherche muss davon ausgegangen werden, dass der durchschnittliche Internetbesucher eine begrenzte Bereitschaft zum Mittel- und Zeiteinsatz einbringt und somit eine kurze Verweildauer von wenigen Minuten pro besuchter Website je nach Qualität und Quantität als Grundlage angenommen werden muss. Informationen, die erst auf verlinkten Seiten angeboten werden, werden von Website-Besuchern oftmals nicht aufgerufen.

10.1 Internetpräsenz der Stadt Straelen

Die offizielle Homepage der Stadt Straelen www.straelen.de ist leicht auffindbar und unter Verwendung der Stichworte „Straelen“ oder „Stadt Straelen“ der erste Eintrag der Google-Suchmaschine. Der zweite stichwortbezogene Eintrag ist ein Artikel aus der Wikipedia-Enzyklopädie. Weitere Einträge sind dem Branchenbuch meinestadt.de, aktuellen Nachrichtenmitteilungen und dem europäischen Übersetzer-Kollegium in Straelen zuzuordnen. Die Auffindbarkeit und Zugänglichkeit zum offiziellen Internetauftritt ist als sehr gut zu bewerten.

Die offizielle Website der Stadt Straelen ist übersichtlich, ansprechend gestaltet sowie klar in die Bereiche Soziales, Bürgerservice, Wirtschaft und Tourismus unterteilt. Darüber hinaus bietet die Website eine Suchfunktion, eine Schnellnavigation sowie Informationsangebote in englischer, niederländischer und polnischer Sprache. Prägnant ist auch die direkte Verknüpfung mit den sozialen Netzwerken Facebook und Twitter sowie mit dem Werbering der Stadt Straelen.

Abbildung 25: Internetauftritt Stadt Straelen



Quelle: www.straelen.de

Der Besuch der offiziellen Website bietet Erstbesuchern, Touristen und Interessierten umfangreiche Informationen. Aus Sicht des Stadtmarketings sind folgende Aspekte wesentlich:

- Blumenstadt Straelen, Lage im gartenbaulichen Produktionsgebiet, Produktionsschwerpunkt ansässiger Gartenbaubetriebe im Bereich Blumen und Zierpflanzen
- Sanierte Innenstadt mit historischem Stadtkern und attraktivem Geschäfts-, Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebot
- Direkte Autobahnanbindung, geographische Nähe zu den Niederlanden sowie geographische Nähe zu namhaften Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie und dem Agrobusiness (u.a. Boduelle, Carl Kühne KG, Landgard, bofrost).
- Darüber hinaus betreibt die Stadt Straelen mit der Verleihung des Wirtschaftspreises „Grüne Couch“, dem Standortexposé sowie mit dem Straelener Unternehmensportal Standortmarketing, um die lokale Wirtschaft vor Ort zu fördern und die Marke „Straelen“ zu definieren. Standortprofilierung und Internetauftritt der Stadt Straelen sind konsistent. Die visuelle Gestaltung der Website unterstützt die Informationswahrnehmung des Einzelnen und verstärkt die Assoziation Straelens mit den oben beschriebenen Profil.
- Der lokale Einzelhandel könnte das Standortmarketing und die Positionierung Straelens als werbewirksames Potenzial nutzen, um das eigene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot zu bewerben und die Wahrnehmung der eigenen Geschäftstätigkeit auch außerhalb des Stadtgebietes sowie die Kundenzahl und Kaufkraft zu erhöhen.

In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass die Untersuchung der Online-Präsenz lokaler Einzelhändler dazu dienen soll, Aussagen über die Wahrnehmung des örtlichen Geschäfts-, Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebots durch potentielle Kunden auch von außerhalb zu treffen.

10.2 Online-Präsenz des lokalen Einzelhandels durch Online-Branchenbücher

Eine allgemeine Online-Recherche unter der Verwendung von Stichworten wie „Straelen Einkaufen“ oder „Geschäfte Straelen“ bietet in erster Linie Branchenbücher und Internetportale wie meinestadt.de, meinprospekt.de, kauf.da und einen Link zur offiziellen Homepage der Stadt Straelen sowie verschiedene Google Maps-Einträge als Suchresultate an.

Exemplarisch für die allgemeine Recherche zur internetbasierten Wahrnehmung des Einzelhandels der Stadt Straelen durch Branchenbücher wurde eine Analyse der Online-Präsenz lokaler Einzelhandelsanbieter in Straelen über das Branchenbuch von meinestadt.de durchgeführt. Vorteil dieser Webfunktion ist die branchenspezifische Suche.

Die Analyse der Branchenbucheinträge zeigt, dass nur die Branchen Blumenhandel und Bekleidung über eine umfassende Anzahl von Einträgen verfügen. Hinsichtlich der Zielsetzung der Prüfung zur Wahrnehmung der Online-Präsenz des lokalen Einzelhandels muss davon ausgegangen werden, dass die Warensortimente Bekleidung, Uhren & Schmuck, Schuhe und Blumen eine besondere Relevanz für die Kunden haben.

Die Warensortimente Schuhe, Uhren und Schmuck sind gut auffindbar. Drei von vier Straelener Ladengeschäften mit entsprechendem Sortiment können über das Internetportal von meinestadt.de gefunden werden. Gleiches gilt für Anbieter von Büchern und Schreibwaren. Bei Sportartikel werden hingegen im Branchenbuch Anbieter geführt, die nicht (mehr) existent sind.

Abbildung 26: Ergebnis der Branchenbuch-Analyse meinestadt.de

Ausgewählte Branchen	Anzahl der Einträge	Qualität (Öffnungszeiten, Kontakt, Bilder)	Verlinkung zu Websites	Anzahl der Bewertung
Apotheken	4	☹	☹	☹
Bekleidung	19	☹	☹	☹
Elektrogeräte	8	☹	☹	☹
Uhren & Schmuck, Optik	1	☹	☺	☹
Schuhe	2	☹	☹	☹
Lebensmittel	5	☹	☺	☹
Drogerieartikel	1	☹	☹	☹
Sportartikel	3	☹	☹	☹
Buch- & Schreibwaren	4	☹	☹	☹
Baufachhandel, Möbel	4	☹	☹	☹
Blumen, Gartenbau	43	☹	☺	☹
Ergebnis	Unzureichende Auskunft über lokales Einzelhandelsangebot	fehlende Informationen zu Öffnungszeiten, fehlende Profilebilder	Selten Verlinkungen, Verlinkung bei Filialisten zu den offiziellen Websites	Fehlende Kundenbewertungen als Referenzen

Quelle: BBE-Bewertung

Die Auffindbarkeit von Lebensmittelgeschäften ist dagegen mangelhaft. Hier verfügen gerade einmal 25% der ansässigen Einzelhändler über einen Branchenbucheintrag.

Bei der **Quantität** der Suchergebnisse muss berücksichtigt werden, dass nur Community-Mitglieder von meinestadt.de Einträge erstellen und Informationen hinzufügen oder löschen können. Auch wird nicht zwischen Einzelhändlern, Dienstleistern oder produzierendem Gewerbe unterschieden, was die Qualität des Suchergebnisses weiter mindert.

Insgesamt präsentieren sich 94 Unternehmen aus den untersuchungsrelevanten Branchen im Branchenbuch von meinestadt.de. Der Einzelhandelsbesatz der Straelener Innenstadt umfasst 75 Ladengeschäfte. Nicht jeder Einzelhändler ist mit einem eigenen Branchenbucheintrag repräsentiert, hinzu kommen Einträge von Dienstleistern und Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe. Dies betrifft vor allem die Sortimente Blumenhandel und Gartenbau. Mit 43 Einträgen weicht die Zahl deutlich von den fünf registrierten Blumenhändlern der Straelener Innenstadt ab. Ein ähnliches Problem zeigt sich im Bereich Elektrogeräte/ Multimedia.

Die vorhandenen Einträge im Branchenbuch erreichen lediglich eine durchschnittliche **Qualität**. Fehlende Informationen zu Öffnungszeiten sowie fehlende zusätzliche Bebilderung stellen Mängel dar.

Nicht zufriedenstellend ist auch die **Verlinkung** der Branchenbucheinträge mit individuellen Websites. Direktlinks sind in nur wenigen Fällen vorhanden. Gerade Spezialgeschäfte könnten durch Verlinkungen zur eigenen Homepage die Qualität ihres Branchenbucheintrags und die Wahrnehmung von Interessenten im Internet deutlich steigern (Optik Syben). Filialisten (u. a. Deichmann, Kaufland, Penny) verweisen auf die unternehmensbezogenen Websites.

Die Analyse zeigt, dass keines der eigentragenen Unternehmen über **Kundenbewertungen** verfügt. Diese haben jedoch eine große Bedeutung für Informationssuchende. Unentschlossene Käufer orientieren sich an der Meinung anderer Kunden. Fehlende Bewertungen mindern die Seriosität und führen bei potenziellen Kunden zu einer negativen Einschätzung eines Betriebes. Positive emotionale Kundenbewertungen steigern dagegen deutlich die positive Wahrnehmung eines Unternehmens durch potenzielle Kunden. Viele Internet-Surfer filtern daher Angebote und Produkte in Online-Shops nach positiven Kundenbewertungen.

Handlungsempfehlungen

- Erstellen von Branchenbucheinträgen (insbesondere in den relevanten Branchen Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck, Elektronik),
- Optimierung der Branchenbucheinträge durch Angaben von Öffnungszeiten, Geschäftsstandorten, Bildern, Verlinkungen zur geschäftseigenen Internetseite,
- Ermutigung von Kunden zur Erstellung von Bewertungen und Kommentaren zur Verbesserung der Informationsaustausches und der Kommunikation zwischen Kunden sowie zwischen Kunde und Einzelhändler.

10.3 Online-Präsenz des lokalen Einzelhandels durch Direktsuche

Bei der Direktsuche im Internet wurde das Stichwort Straelen mit dem jeweiligen Branchenstichworten kombiniert (u.a. Straelen Bekleidung, Straelen Schuhe, Straelen Blumen).

Direktlinks zu spezifischen und individuellen Websites von lokalen Einzelhändlern werden auf den ersten zwei Ergebnisseiten der Google-Suche unter Verwendung nicht-spezifischer Suchstichworte wie „Straelen Geschäfte“, mit Ausnahme der Sparkasse Straelen, nicht angeboten.

Eine Auflistung von Direktlinks auf den folgenden Ergebnisseiten ist für Informationssuchende meist nicht relevant, da bei einer Suchmaschinen-Recherche meist nur die ersten ein bis zwei Trefferlisten auf verwendbare Suchergebnisse untersucht werden. Daher werden bei der Analyse der Wahrnehmung des Straelener Einzelhandels durch die Online-Direktsuche nur die ersten zwei Ergebnislisten der Google-Suche berücksichtigt.

Die Ergebnisse der Online-Direktsuche mittels Branchenstichworten ist der nachstehenden Tabelle zu entnehmen.

Abbildung 27: Ergebnis der Online-Direktsuche mittels Branchenstichworten

Stichwort	Erste Suchergebnisse	Direktlinks*	Google-Maps-Einträge
Straelen + Bekleidung	gelbeseiten.de	Keine Direktlinks	Ernsting's Family, Ball-sportdirekt, Wäsche- und Modehaus Maria Thissen
Straelen + Schuhe	Werbering Straelen, oeffnungszeitenbuch.de	Keine Direktlinks	Deichmann, Leukers Schuh und Mode
Straelen + Supermarkt	kaufda.de	Keine Direktlinks	u.a. Kaufland, Edeka, Penny, Aldi
Straelen + Baumarkt	dasoertliche.de	Hagebaumarkt Slooten, Self Mein Markt, Möbel Dahlmann	Self Mein Markt, Möbel Dahlmann
Straelen + Uhren Straelen + Schmuck	Werbering Straelen, meinprospekt.de	Optik Hammans, kaum Direktlinks	Einträge aus anderen Städten und Gemeinden
Straelen + Blumen	Blumen Gatzweiler, straelen.de	Blumen Gatzweiler, Landgard, wenige Direktlinks	Blumen Gatzweiler, SBH Straelener Blumenhandel GmbH

*auf den ersten zwei Suchergebnisseiten,
Quelle: BBE-Bewertung (Anm. Bei Sportartikeln bestehen Alteinträge von Geschäften, die nicht mehr bestehen.)

Die Online-Direktsuche zeigt, dass die lokalen Einzelhändler eine unzureichende Online-Präsenz aufweisen. Individueller Einzelhandel in Straelen kann aufgrund fehlender Direktlinks im Internet weitestgehend nicht gefunden werden. Informationen durch Google Maps-Einträge sind insbesondere für Touristen unzureichend.

Es ist naheliegend, dass die zu geringe Wahrnehmung des lokalen Geschäftsbesatzes im Internet zum einen im schwachen Suchmaschinen- und Stichwortmarketing der Einzelhändler und zum anderen mangels eines individuellen Internetauftritts begründet ist. Wer über keinen Internetauftritt verfügt, erhält demnach auch keine Aufmerksamkeit über das Internet. Der Bekanntheitsgrad sowie das Einzugsgebiet verringern sich dadurch auf die Anwohner, Ortskundigen und Zufallsbesucher.

Der Straelener Werbering stellt eine Alternative zu einem Direktlink dar. Geschäftseinträge von Werbering-Mitgliedern werden direkt mit den weiteren Angeboten und Leistungen des Werberinges verknüpft, so sind Informationen zu Parkmöglichkeiten und Hinweise auf Veranstaltungen direkt erhältlich.

Handlungsempfehlungen

- Durch Verbesserung des Suchmaschinen- und Stichwortmarketings kann die Trefferquote und Auflistung auf der ersten Ergebnisliste von Internetsuchmaschinen erhöht werden. Externe Spezialisten und Dienstleister könnten für Coaching involviert werden.
- Individuelle Einzelhändler und Spezialgeschäfte mit Magnetfunktion für Besucher sollten ermutigt werden einen eigenen Internetauftritt zu organisieren. Auch hier könnten Dienstleistungen von E-Commerce-Beratungen, Webdesignern etc. in Anspruch genommen werden.
- Aufgrund bestehender Mängel übernimmt der **Werbering Straelen** die allgemeine Repräsentation des Straelener Geschäfts-, Dienstleistungs- und Einzelhandelsbesatzes. Besonders positiv fällt das Mitgliedsregister mit zusätzlichen Unternehmensinformationen auf. Manko auch hier: die alphabetische Auflistung verhindert die Recherche nach Branchen und Warensortimenten durch Websitebesucher.
- Das hier beworbene Einkaufsgutschein-Angebot dient dem Stadtmarketing und verstärkt die Wahrnehmung ansässiger Einzelhändler, daher sollte das Angebot deutlich kommuniziert werden. Zwischen dem Werbering, der Wirtschaftsförderung und der Stadt Straelen besteht eine enge Vernetzung. Diese Kooperation könnte durch die Herausgabe eines gemeinsamen Shopping-Guides (beispielsweise Erweiterung des Gutscheinbuches) genutzt werden.
- Der Werbering Straelen informiert über bestehenden Dienstleistungs- und Einzelhandelsbesatz und schafft aufgrund bestehender Angebote und Leistungen (Einkaufsgutscheine, Veranstaltungen und Aktivitäten, Parken in Straelen) eine Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes und Besuchsanreize für Touristen und Besucher. Daher übernimmt der Werbering eine zentrale Rolle zur Repräsentation und Information des Einzelhandels vor Ort.

10.4 Alternative Informationsquellen zum lokalen Geschäftsbesatz

Die Internetplattform OpenStreetMap bietet darüber hinaus Möglichkeiten zur Informationsrecherche zum Ortspotenzial von Straelen. Der Online-Kartendienst erlaubt Community-Mitgliedern das ortspunktbezogene Hinterlegen von Attributen wie Nutzungs- und Funktionsinformationen.

OpenStreetMap bietet umfassende ortsbezogene Informationen auf einen Blick und hat in den letzten Jahren an Bekanntheit gewonnen. Daher ist dieser Kartendienst besonders für die Erstinformation von Touristen und Besuchern als wichtige weitere Informationsplattform zu bewerten. Der über die offizielle Website der Stadt Straelen zur Verfügung gestellte Stadtplan sowie das Geoportal Niederrhein umfassen flächenbezogene Informationen und unzureichende nutzungsbezogene Informationen, daher können diese Informationsquellen aus Sicht des Einzelhandels vernachlässigt werden.

Abbildung 28: Kartenausschnitt Stadtzentrum Straelen



Quelle: OpenStreetMap

Die Analyse der OpenStreetMap-Karte des Stadtgebiets Straelen und insbesondere der Sraelener Innenstadt zeigt, dass bislang nur wenige Informationen und Nutzungsstrukturen hinterlegt wurden. Das Stadtzentrum zwischen West-, Nord-, Ost- und Südwall enthält 18 Informationspunkte. Sechs dieser Informationspunkte lokalisieren Parkplätze. Nur zwei der angegebenen Ortspunkte (Löwen Apotheke, Adler Apotheke) sind einzelhandelsbezogen. Des Weiteren sind Kaufland, Penny, Aldi Süd und Netto im Stadtgebiet kartiert. Der Edeka-Markt in der Hochstraße als zentralgelegener

Lebensmittelanbieter ist daher nicht kartiert. Der betrachtete Kartenausschnitt erweckt den Eindruck, weiterer Einzelhandels- und Geschäftsbesatz sei nicht vorhanden.

Demzufolge ist der Informationsgehalt der OpenStreetMap-Anwendung deutlich ausbaufähig.

Handlungsempfehlungen

- Die Erstinformation zum örtlichen Geschäftsbesatz sollte optimiert werden.
- Der lokale Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz sowie gastronomische Angebote sollten bei OpenStreetMap eingebunden werden.

10.5 Zusammenfassung

Die Analyse der Wahrnehmung des örtlichen Einzelhandels der Stadt Straelen weist grundlegende Verbesserungsmöglichkeiten auf. Diese liegen vor allem im Ausbau der Online-Präsenz individueller Einzelhändler und in der verstärkten Verknüpfung von vorhandenem lokalem Angebot und der Informationslandschaft des Internets.

Die Stadt Straelen weist ein hohes Werbepotenzial auf und könnte das städtische Image dazu nutzen, Touristen und Besucher zu akquirieren und den städtischen Einzelhandel zu stärken. Hierzu müsste die Stadt Straelen intensiver mit Einzelhändlern des lokalen Geschäftsbesatzes kooperieren und die Angebote und Alleinstellungsmerkmale der Stadt gezielter und verknüpfter kommunizieren. Ebenfalls könnten Einzelhändler das vorhandene Stadtmarketing nutzen, um sich gezielter im Internet positionieren zu können. Der Werbering trägt dazu bei, den Einzelhandel vor Ort zu bewerben. Dazu besteht eine direkte Verknüpfung des Internetauftritts der Stadt Straelen mit dem Internetauftritt des Werberinges. Allerdings fehlt eine selektierte Aufbereitung und Präsentation des Einzelhandelsangebotes (beispielsweise in einem Shopping-Guide, Broschüre, Lageplan), die den Websitebesuchern direkt zum Download zur Verfügung steht.

Das Gesamtergebnis des Online-Konzepts der Stadt Straelen ist in der nachfolgenden SWOT-Analyse zusammengefasst. Die Handlungsempfehlungen sind nochmals formuliert.

Abbildung 29: SWOT-Analyse

Stärken	Schwächen
■ Internetpräsentation Straelen als „Blumenstadt“	■ Fehlende Verknüpfung des Internetauftritts Straelen mit lokalem Einzelhandel
■ Werbewirksames Potenzial für Einzelhändler und Geschäftsinhaber in Straelen	■ Lokale Einzelhändler verfügen über keine eigenen Websites
■ Initiative Werbering Straelen für Standortmarketing	■ Kaum Direktlinks lokaler Einzelhändler
■ Unternehmensregister	■ Online-Suche meist über Internetportale wie www.gelbeseiten.de , www.meinestadt.de , Branchenbücher (keine Bewertungen/Kommentare)
■ Straelener Standortexposé	■ Kaum Nutzung von OpenStreetMap-Informationen → Präsenz hier ausbaufähig kaum Einzelhandelseinträge
■	■ Unternehmensregister der Stadt Straelen nur alphabetisch geordnet
■	■ Mitgliederliste des Straelener Werberinges nur alphabetisch sortiert
Chancen/ Handlungsempfehlung	Gefahren
■ Förderung des lokalen Einzelhandels durch Suchmaschinen-Optimierung	■ Lokale Einzelhändler werden im Internet nicht gefunden
■ Hilfe bei Einrichtung individueller Websites von Einzelhändlern (speziell Spezialgeschäfte) z.B. durch Zusammenarbeit mit E-Commerce-Beratungen)	■ Lokaler Einzelhandel in Straelen bleibt für Besucher im Internet unentdeckt
■ Verknüpfung der Branchenbucheinträge mit den individuellen Websites der Einzelhändler	■ Internetplattformen erwecken Eindruck einer mageren Einzelhandelslandschaft in Straelen (insbes. in Tourismus-relevanten Branchen u.a. Bekleidung, Schuhe, Blumen, Uhren und Schmuck)
■ Hinterlegung von flächendeckenden Informationen zu EH-Angeboten bei OpenStreetMap	■ Die verfügbaren Informationen in Branchenbüchern, OpenStreetMap oder über Direktlinks werden dem Image der Stadt Straelen nicht gerecht
■ Umstrukturierung des Unternehmensregisters (Kategorie EH, Bekleidung, Schuhe,...)	■ Straelen wirkt für potenzielle Touristen unattraktiv, Kaufkraft bleibt aus
■ Entwicklung eines Online-Shopping-Guides in Zusammenarbeit der Stadt Straelen und dem Straelener Werbering	■ Kaufkraftpotenziale verringern sich auf Anwohner, Ortskundige, Zufallsbesucher
■ Werbering als Repräsentant des Straelener Einzelhandels (gezielte Kommunikation der Angebote)	
■ Engere Verknüpfung des Werbepotenzials der Stadt Straelen mit dem Werbering und der lokalen Geschäftslandschaft	
■ Steigerung der Aufmerksamkeit durch das Internet, Verbesserung der Online-Präsenz	

11 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Grundzentrums Straelen wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Straelen kann die zugewiesenen grundzentralen Versorgungsfunktionen im Bereich des Einzelhandels aktuell nur ausschnittsweise erfüllen. Für die Innenstadt besteht unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. Hierbei ist vor allem die Schaffung von Entwicklungsflächen zur Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe von Bedeutung, um die Gesamtattraktivität des Hauptgeschäftsbereiches zu steigern. Demgemäß kommt der **Entwicklungsfläche des Parkplatzes am Ostwall** im Rahmen eines Gesamtkonzeptes mit der Anbindung an die bestehende Hauptgeschäftszone die höchste Priorität zu.
- Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von großflächigen **Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches** gelegenen Standorten und ggf. auch von nicht-großflächigen Betrieben (je nach Sortiment/ Standort) durch entsprechende Bauleitplanung **ausgeschlossen** werden soll.
- Der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel soll auf die bestehenden **Ergänzungsstandorte An der Oelmühle und Annastraße/ Zand/ Wankumer Straße** konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Die Bebauungspläne sind an dieses Ziel anzupassen. Insbesondere am Standort **An der Oelmühle** ist eine bestandssichernde Weiterentwicklung zu ermöglichen. Das Entwicklungsareal **Großmarktstraße** könnte im Rahmen eines Gesamtkonzept auch großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufnehmen.
- Die Weiterentwicklung der **Nahversorgung** soll sich vor allem im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vollziehen. Darüber hinaus können im Einzelfall Standorte mit Wohngebietsbezug weiterentwickelt werden, die der wohnungsnahen Versorgung dienen und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslösen.
- Zur Verbesserung der stadtgestalterischen und angebotsbezogenen Rahmenbedingungen in der Innenstadt kommt neben dem Entwicklungsstandort am Ostring auch der Schaffung zusätzlicher größerer Geschäftseinheiten im Hauptgeschäftsbereich eine wichtige Bedeutung zu, so dass bei jeder Neubaumaßnahme innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches seitens der Stadt Straelen daraufhin gewirkt werden sollte, möglichst **große und zeitgemäße Ladenflächen** zu schaffen.
- Die Möglichkeiten des Internets werden von den örtlichen Akteuren noch nicht ausreichend genutzt. Dies liegt vorwiegend an der fehlenden **Online-Präsenz** individueller Einzelhändler und an der unzureichenden Verknüpfung von vorhandenem lokalen Angebot und der Informationslandschaft des Internets.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Straelen im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu vermitteln, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Straelen erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts. Wie bereits in Kap 9.1 dargelegt, hat das Bundesverwaltungsgericht mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenschädlichkeit eines Sortimente bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzepts wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

Köln, im November 2014/ Januar 2015
BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Rainer Schmidt-Illguth