

EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Lübbecke -Fortschreibung-

Entwurf



Einzelhandelskonzept für die Stadt Lübbecke

- Fortschreibung -

Im Auftrag der Stadt Lübbecke

Entwurf

Jana Fieseler
Stefan Kruse



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

Februar 2015

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

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

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	17
2.4	Prozessbegleitung	18
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen.....	21
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	21
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lübbecke	23
3.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....	25
4	Aktuelle Angebotssituation in Lübbecke.....	28
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Lübbecke.....	28
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Lübbecke	32
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Lübbecke	41
4.4	Wohnungsnahe Grundversorgung in Lübbecke	60
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	64
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lübbecke	67
6	Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Lübbecke	77
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	77
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	80
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells.....	84
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Lübbecke	89
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	89
7.1.1	Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt.....	92
7.1.2	Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen	95
7.2	Sonderstandorte des Einzelhandels in Lübbecke	96

7.2.1	Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohnenstraße	96
7.2.2	Sonderstandort Blase Kreuzung	97
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....	99
8	Fortschreibung der Lübbecker Sortimentsliste	104
9	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	112
9.1	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung.....	121
Anhang		123
A1 Verzeichnisse.....		124
A2 Legende		126
A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....		127

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Lübbecke verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Junker + Kruse erarbeitet wurde und 2009 vom Rat der Stadt Lübbecke als „Einzelhandelskonzept für die Stadt Lübbecke“ beschlossen wurde.

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

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

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Dieses ist mittlerweile rund sechs Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Lübbecke Einzelhandelsbestandes im September / Oktober des Jahres 2008 stattgefunden hat. Seitdem haben nicht nur Veränderungen in der Lübbecke Einzelhandelslandschaft stattgefunden, auch werden derzeit verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Lübbecke Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel – in Kraft getreten im Juli 2013 mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt¹.

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

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen –

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

einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Lübbecke im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Lübbecke, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

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

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

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2009 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

² Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

2 Methodische Vorgehensweise

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

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerständen) im gesamten Lübbecker Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Lübbecke gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Lübbecke ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Juli 2014 eine flächendeckende **Vollerhebung des Lübbecker Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme laserge-

stützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

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

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

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

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

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

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

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

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

Quelle: eigene Zusammenstellung

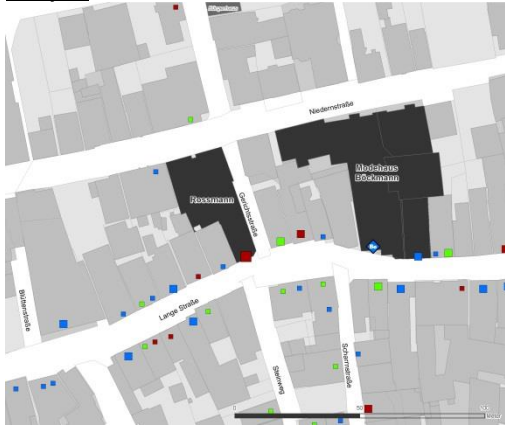
Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Lübbecker Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2008 dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten

ten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

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

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs-)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Innenstadt</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Lübbecke Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Lübbecke integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>	<p>Beispiel: Alsweder Straße</p> 
<p>Städtebaulich nicht integrierte Lage</p> <p>Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).</p>	<p>Beispiel: Maschweg / Industriestraße</p> 

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

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

Definition „Nahversorgung“

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

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

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

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

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Lübbecke wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner

Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

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

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

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

Sekundärstatistische Daten

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

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

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

desdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Lübbecke. Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Lübbecke durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im September 2014 in rund 30 exemplarisch ausgewählten Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in der Lübbecker Innenstadt und sonstigen Lagen die Postleitzahlen der Wohnorte der jeweils zahlenden Kunden erfasst.

Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Stadt Lübbecke eingeflossen ist (vgl. Kap. 3.2).

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Lübbecke im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Und dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte³
- Lage der Einzelhandelsmagneten

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

- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lübbecke. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2009 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁴ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Wie auch bei dem Einzelhandelskonzept 2009 wurde dieser Fortschreibungsprozess von einem Arbeitskreis begleitet.

Projektbegleitender Arbeitskreis (Lenkungsgruppe)

Der projektbegleitende Arbeitskreis hat sich während des Bearbeitungszeitraumes je nach Arbeitsfortschritt getroffen. Hier wurden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt. Zu den Mitgliedern des Lübbecke Arbeitskreises gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter folgender Institutionen bzw. Gremien:

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

- Fraktion der SPD
- Fraktion der CDU
- Fraktion der FDP
- Fraktion der Wählergemeinschaft Lübbecke e.V.
- Fraktion der Lübbecke-konkret
- LK-Werbegemeinschaft
- Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld
- Handelsverband Ostwestfalen-Lippe e.V.
- Stadtmarketing Lübbecke e.V.
- Stadtverwaltung der Stadt Lübbecke, Dezernat 3: Stadtplanung
- Stadtverwaltung der Stadt Lübbecke, Dezernat 1: Stadtmarketing
- Stadtverwaltung der Stadt Lübbecke: Wirtschaftsförderung

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 08. Oktober 2014
- 2. Arbeitskreis: 16. Dezember 2014

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

Evaluierungsgespräche zum Einzelhandelskonzept 2009

Die Evaluierung der Praxiserfahrungen von verschiedenen Akteuren mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 ist ein wichtiger Baustein der Fortschreibung des Konzeptes. Neben der Analyse der Einzelhandelsentwicklung können somit auch Stärken und Schwächen der Möglichkeit zur Steuerung des Einzelhandels aufgedeckt werden und in die Fortschreibung mit einfließen. Mit Vertretern folgender Institutionen wurden Evaluierungsgespräche geführt:

- Fachbereiche Stadtplanung, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung der Stadt Lübbecke
- Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld
- Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe e.V.

Die Ergebnisse der Gespräche stellen sich wie folgt dar.

- In der Gesamtschau wurde die kontinuierliche Entwicklung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes sowie dessen Wirkung auf die Standortstruktur in Lübbecke von den teilnehmenden Gesprächspartnern positiv bewertet.
- Die Stadtverwaltung hat das Einzelhandelskonzept konsequent umgesetzt. In der

täglichen Verwaltungspraxis gilt es als Handlungsleitfaden zur Beurteilung von Vorhaben und Grundlage bei der Aufstellung / Begründung von Bebauungsplänen. Seit dem politischen Beschluss des Konzeptes wurden viele Einzelhandelsentwicklungen gemäß den verschiedenen strategischen Bausteinen des Konzeptes angestoßen und durch entsprechende Bebauungspläne umgesetzt.

- Besondere Schwierigkeiten bei der praktischen Umsetzung konnten nicht identifiziert werden. Die Zusammenarbeit und Kooperation der verschiedenen Akteure bei der Umsetzung habe ebenfalls gut funktioniert. Auch eine breite politische Akzeptanz des Konzeptes ist vorhanden.
- Es wird gewünscht, dass das Einzelhandelskonzept unabhängiger von aktuellen Planungen fortgeschrieben wird. Denn das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 wurde stark auf damalige Planungen ausgerichtet, so dass nach Realisierung dieser bestimmte Aussagen ihre Aktualität verloren.
- Die grundsätzliche Ausrichtung der Ziele und Grundsätze sowie sonstiger konzeptioneller Bausteine wurde weitgehend bestätigt. Anpassungsbedarf wurde hinsichtlich folgender Aspekte formuliert:
 - Einordnung einiger Sortimente (z. B. Fahrräder) innerhalb der Lübbecke Sortimentsliste,
 - Prüfung der räumlichen Definition der zentralen Versorgungsbereiche,
 - konkrete Aussagen zu Entwicklungsspielräumen in Lübbecke in der Innenstadt und an den Sonderstandorten sowie
 - stärkere Berücksichtigung des Themas Online-Handel und dessen Auswirkungen auf die Strukturen des stationären Einzelhandels.

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

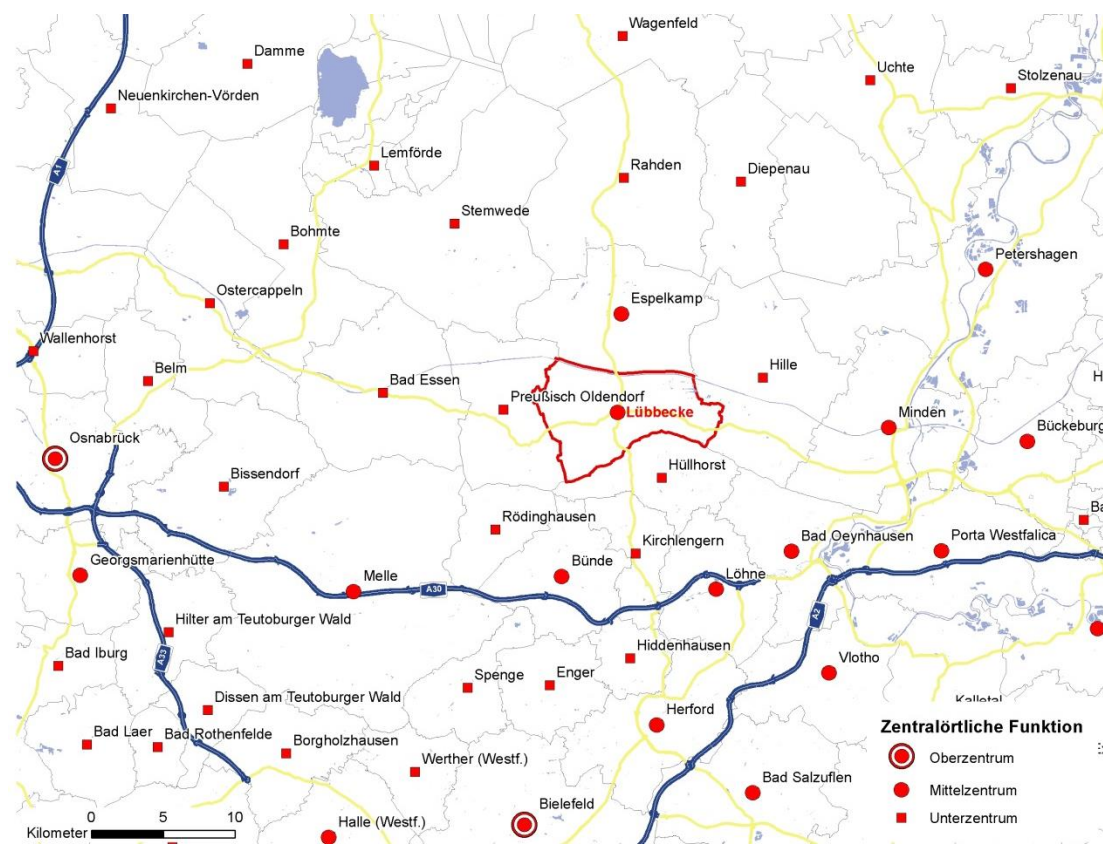
Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Lübbecke eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Lübbecke auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Konzepts werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 26.900 Einwohner zählende Stadt Lübbecke liegt im Nordosten Nordrhein-Westfalens und gehört zum ostwestfälischen Kreis Minden-Lübbecke. Die Stadt fungiert landesplanerisch als Mittelzentrum und soll somit eine entsprechende Versorgungsfunktion für angrenzende Grundzentren wie Rödinghausen, Hüllhorst, Hille und Preußisch-Oldendorf übernehmen.

Karte 1: Lage der Stadt Lübbecke in der Region



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

Konkurrierende Mittelzentren in der Region stellen die nördlich angrenzende Stadt Espelkamp sowie die ca. 13 km entfernte Stadt Bünde dar. Nächstgelegene Oberzentren sind die in rd. 45 bis 55 Minuten Fahrzeit erreichbaren Städte Bielefeld im Süden und Osnabrück im Westen.

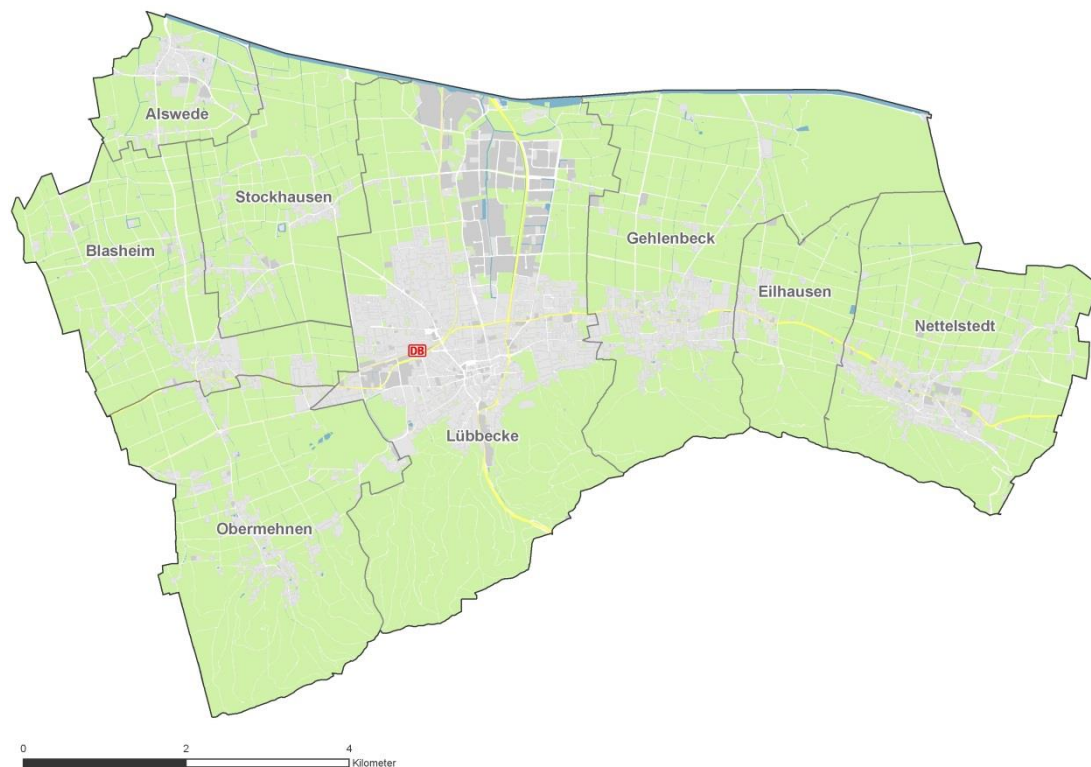
Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Lübbeckes mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesstraßen B 65 (Preußisch-Oldendorf – Minden) und B 239 (Espelkamp – A 30) gute überörtliche Straßenverbindungen. Anbindungen an das Autobahnnetz bieten vor allem die rd. 15 km südlich liegende Anschlussstelle zur A 30 (Niederlande – Bad Oeynhausen) sowie die rd. 20 km südöstlich liegenden Anschlüsse an die A 2 (Oberhausen – Hannover).

Über den Bahnhof Lübbecke ist die Stadt an das Schienennetz der DB angeschlossen. Die Regionalbahn 71 (Bielefeld – Rahden) bedient die Stadt stündlich. Neben dem stadterschließenden Nahverkehr ist die Stadt Lübbecke regional durch eine Schnellbuslinie sowie Regionalbusse an Espelkamp, Rahden und Preußisch-Oldendorf angebunden.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Stadt Lübbecke entstand in ihrer heutigen Form im Zuge der kommunalen Gebietsreform in NRW durch die Eingemeindung der ehemals eigenständigen Gemeinden Blasheim, Gehlenbeck, Eilhausen, Nettelstedt und die Bauerschaft Alswede.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Lübbeckes



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Das Stadtgebiet umfasst rund 65 km², wovon mehr als die Hälfte der Fläche von landwirtschaftlicher Nutzung beansprucht wird. Die Stadt Lübbecke setzt sich aus acht Stadtteilen zusammen.

Tabelle 4: Lübbecker Ortsteile mit Einwohnerzahlen

Ortsteil	Einwohner*
Alswede	1.040
Blasheim	1.450
Eilhausen	760
Gehlenbeck	3.290
Kernstadt Lübbecke	15.660
Nettelstedt	2.580
Obermehnen	1.340
Stockhausen	750
Gesamt	26.880

*gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen;
Quelle: Angaben der Stadt Lübbecke, Stand 12/2012

Den Siedlungsschwerpunkt bildet die Kernstadt Lübbecke (rd. 15.700 Einwohner), in welchem sich mit der Lübbecker Innenstadt der historische Siedlungskern sowie das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Stadt Lübbecke befindet. Die östlich anschließenden Stadtteile Gehlenbeck und Eilhausen besitzen zusammen rd. 4.100 Einwohner, ca. 15% der gesamten Bevölkerung Lübbeckes. Die sonstigen kleineren Stadtteile (jeweils rd. 800 bis 2.600 Einwohner) liegen siedlungsstrukturell abgesetzt und sind durch eine lockere Bebauungsstruktur geprägt.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lübbecke

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zur berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Lübbecke, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmen-

bedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kap. 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Lübbecke als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Lübbecke wie folgt abgrenzen:

Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Lübbecke bietet die Stadt Lübbecke mit ihren acht Ortsteilen selbst ein Kundenpotenzial von rund 26.900 Einwohnern. Knapp drei Viertel und damit der überwiegende Anteil der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet. Im Vergleich zu 2009 stellt dies eine deutliche Steigerung um mehr als 10 % dar. Allerdings lässt sich dies durch die Teilnahme von zwei größeren Lebensmittelmärkten an der Kundenherkunftserhebung begründen.

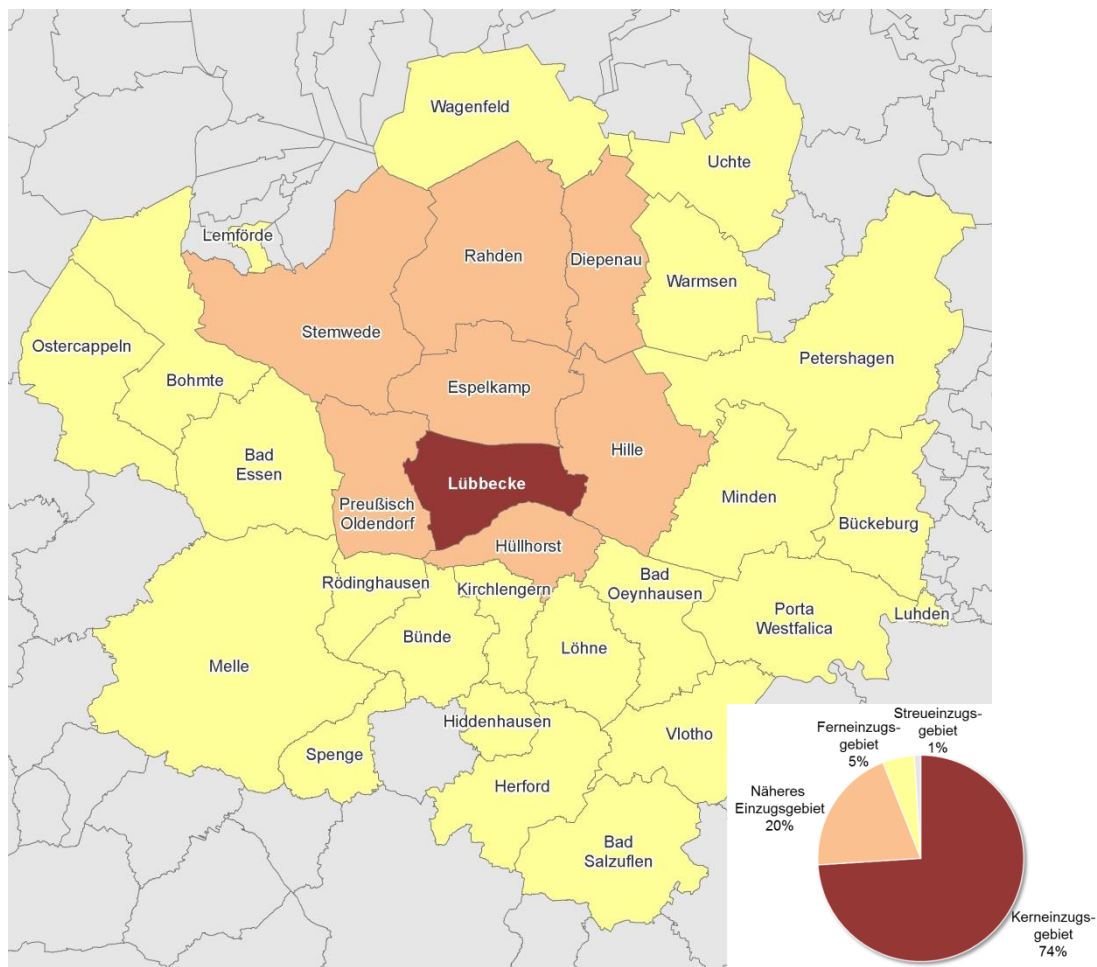
Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel kleinere Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Lübbecke liegen und aufgrund des mittelfachen Verflechtungsbereichs noch eine gewisse Orientierung zum Einkaufsstandort Lübbecke aufweisen. Dazu zählen die angrenzenden Nachbarkommunen Preußisch-Oldendorf, Hüllhorst, Espelkamp und Hille sowie Stemwede, Rahden und Diepenau, die insgesamt über rund 99.200 Einwohner verfügen. Aus dem näheren Einzugsgebiet kommen rund 20 % der befragten Kunden.

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Lübbecke mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Lübbecke ausgerichtet sind. Obwohl im Ferneinzugsgebiet rund 591.300 Einwohner leben, sind das Kundenaufkommen (rund 5 %) und dementsprechend auch die Kaufkraftabschöpfung aus diesen Herkunftsgebieten relativ gering. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem Kaufkraftpotenzial, die durch den Einzelhandel in Lübbecke abgeschöpft werden, sich mit zunehmender Entfernung verringern. Dies gilt insbesondere für die Gebiete, die eine vergleichsweise geringe Entfernung zu den nahegelegenen Oberzentren Bielefeld und Osnabrück, die sich nicht im Einzugsgebiet des Lübbecker Einzelhandels befinden, und andere starke Mittelzentren der Region aufweisen. Bei Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe spielen die Herkunftsorte des Ferneinzugsgebiets eine eher untergeordnete Rolle. Überwiegend werden hingegen Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe (z. B. Bekleidung) gekauft.

Als sogenannte Streuumsätze des Einzelhandels in Lübbecke werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb der eigentlichen Einzugsgebiete (z. B. Reisende, Touristen etc.) bezeichnet. Der Anteil der Kunden von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets liegt bei rund 1 %.

Karte 3: Einzugsbereich des Lübbecker Einzelhandels

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

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Insgesamt konnten die Ergebnisse der Kundenherkunftserfassung aus dem Jahr 2009 weitgehend bestätigt werden. Neben dem Kerneinzugsgebiet Lübbecke weisen vor allem Kunden aus Preußisch-Oldendorf, Hüllhorst, Espelkamp und Hille sowie ferner Stemwede, Rahden und Diepenau eine starke räumliche Einkaufsorientierung auf den Einzelhandelsstandort Lübbecke auf. Gleichwohl der Kundenanteil im Kerneinzugsgebiet gestiegen ist (im Vergleich zu 2009 bei gleichzeitiger Verringerung des Kundenanteils aus dem Naheinzugsgebiet), konnte keine wesentliche Veränderung des Lübbecker Einzugsgebiets festgestellt werden.

3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-daten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-

biet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Stadt Lübbecke folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Lübbecke

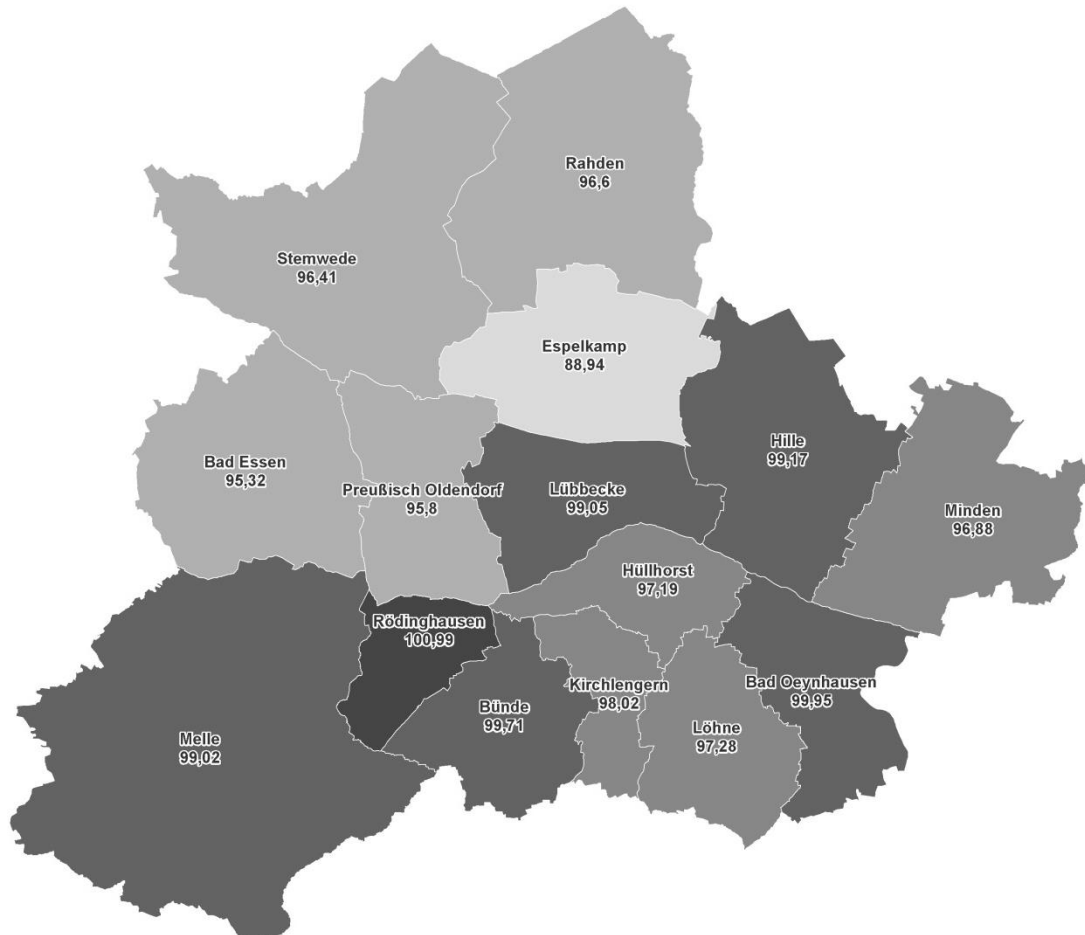
Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Lübbecker Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.228	59,9
Blumen (Indoor) / Zoo	107	2,9
Gesundheits- und Körperpflege	351	9,4
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	187	5,0
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	2.874	77,2
Bekleidung / Textilien	486	13,1
Schuhe / Lederwaren	137	3,7
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	64	1,7
Spielwaren / Hobbyartikel	119	3,2
Sport und Freizeit	100	2,7
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	906	24,3
Wohneinrichtung	123	3,3
Möbel	304	8,2
Elektro / Leuchten	156	4,2
Elektronik / Multimedia	415	11,2
Medizinische und orthopädische Artikel	78	2,1
Uhren / Schmuck	72	1,9
Baummarktsortimente	469	12,6
Gartenmarktsortimente	86	2,3
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.703	45,8
<i>Sonstige</i>	37	1,0
Kaufkraftpotenzial Gesamt	5.519	148,3

Quelle: Eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2014

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Lübbecke zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Lübbecke vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Lübbecke eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von

99,05, d.h. dass die Lübbecker Bevölkerung über ein nur leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2009 (101,2) ist das Lübbecker Kaufkraftniveau leicht gesunken.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: Eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2014

In den Nachbarkommunen Lübbeckes ist das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Vergleich zu 2009 ebenfalls gesunken und liegt – zum Teil deutlich – unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Lediglich die südwestlich befindliche Kommune Rödinghausen kann ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau verzeichnen.

4 Aktuelle Angebotssituation in Lübbecke

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Lübbecke unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbo- gen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung so- wie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

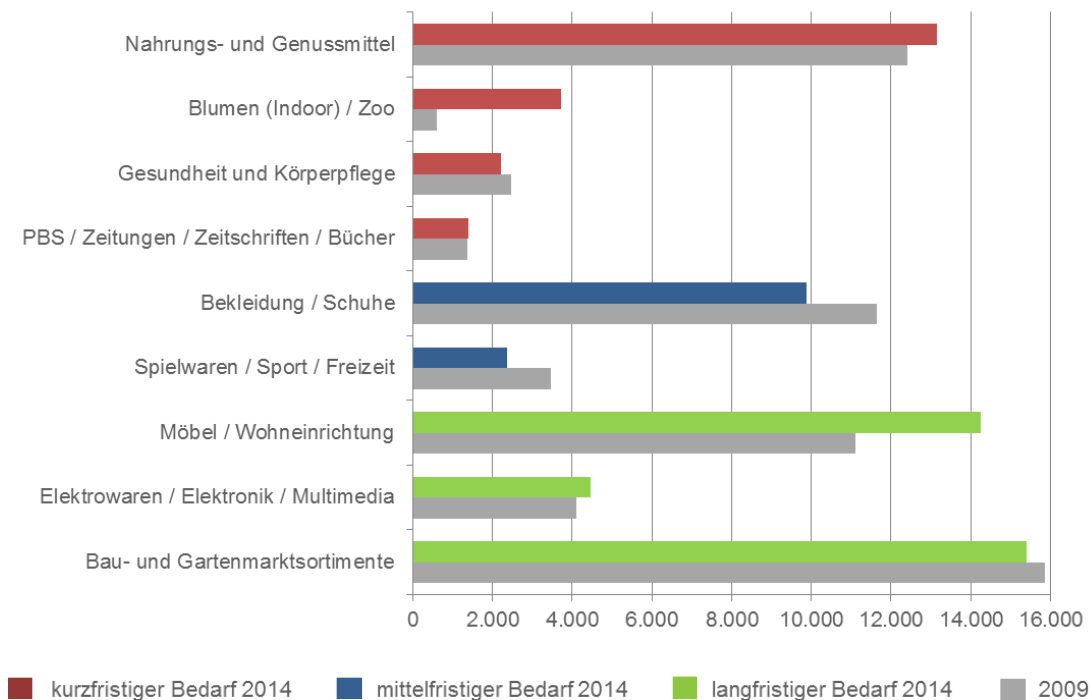
Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, ba- sieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009. Das heißt: Die zentra- len Versorgungsbereiche (Innenstadt und Nahversorgungszentrum) wurden entspre- chend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeit- lich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumli- chen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbe- reiche heute nicht mehr als solche definiert werden können.

4.1 Eckdaten des Einzelhandels in Lübbecke

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentsspezifischen flächende- ckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssitua- tion in Lübbecke getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grund- sätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Juli 2014). Die wesentlichen Kenn- werte des Einzelhandels in Lübbecke stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen **219 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **71.300 m²**. Seit 2009 ist somit ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 4.500 m² (+7 %) festzustellen.

Abbildung 1: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Lübbecke – Vergleich 2009 / 2014



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2008 und 2014 (Junker + Kruse)

- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** liegen weiterhin in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 13.200 m² Verkaufsfläche; +6 %) sowie in den flächenintensiven Branchen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rd. 15.400 m² Verkaufsfläche; -3 %). Eine hohe quantitative Bedeutung weisen auch die Warengruppen **Möbel** mit 10.450 m² und **Bekleidung** mit 7.650 m² Verkaufsfläche auf. Der Angebotsrückgang in der Warengruppe **Bekleidung** von rund 1.900 m² Verkaufsfläche ist vor allem durch Betriebsaufgaben bedingt.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **326 m²** und ist im Vergleich zu 2009 (270 m²) gestiegen, was an dem Verkaufsflächenzuwachs bei gleichzeitigem Rückgang der Zahl der Einzelhandelsbetriebe liegt. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Mittelzentren (252 m²) oder Städten mit 25.000 – 50.000 Einwohnern (264 m²) ist der Wert überdurchschnittlich.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **2,65 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,4 m² pro Einwohner, was jedoch auch auf einen hohen Anteil in den flächenintensiven Warengruppen **Möbel**, **Bau- und Gartenmärkte** im Stadtgebiet zurückzuführen ist (vgl. auch nachfolgende warengruppenspezifische Betrachtungen). Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert deutlich über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der

diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,04 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Mittelzentren liegt bei 1,98 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (2,43 m²) ist der Wert leicht gestiegen.

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

Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Lübbecke	Städte mit 25.000 – 50.000 Einwohnern		Mittelzentren (Durchschnitt)
		Spektrum	Durchschnitt	
Nahrungs- und Genussmittel	0,49	0,24 – 0,62	0,43	0,43
Blumen (Indoor) / Zoo	0,14	0,03 – 0,26	0,07	0,05
Gesundheit und Körperpflege	0,08	0,04 – 0,11	0,08	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,05	0,01 – 0,07	0,04	0,04
Bekleidung	0,28	0,07 – 0,49	0,23	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,08	0,02 – 0,15	0,06	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,12	0,03 – 0,17	0,08	0,09
Spielwaren / Hobbyartikel	0,03	0,02 – 0,09	0,04	0,03
Sport und Freizeit	0,06	0,01 – 0,18	0,06	0,06
Wohneinrichtung	0,14	0,02 – 0,16	0,07	0,07
Möbel	0,39	0,04 – 0,61	0,24	0,25
Elektro / Leuchten	0,07	0,01 – 0,10	0,05	0,04
Elektronik / Multimedia	0,10	0,02 – 0,11	0,05	0,04
Medizinische und orthopädische Artikel	0,03	0,01 – 0,05	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,01	0,00 – 0,02	0,01	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,56	0,12 – 1,13	0,50	0,47
Gesamtsumme	2,65	0,92 – 3,73	2,04	1,98

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

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Lübbecke, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 7 aufgeführt dar:

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Lübbecke nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	13.150	55,2	0,92
Blumen (Indoor) / Zoo	3.700	7,5	2,59
Gesundheit und Körperpflege	2.200	10,9	1,15
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.400	6,3	1,25
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	20.500	79,8	1,03
Bekleidung	7.650	22,6	1,73
Schuhe / Lederwaren	2.250	8,1	2,19
GPK / Haushaltswaren	3.200	7,3	4,26
Spielwaren / Hobbyartikel	850	2,7	0,84
Sport und Freizeit	1.500	4,8	1,77
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	15.450	45,4	1,87
Wohn Einrichtung	3.800	6,9	2,08
Möbel	10.450	13,6	1,66
Elektro / Leuchten	1.850	6,2	1,47
Elektronik / Multimedia	2.600	15,8	1,41
Medizinische und orthopädische Artikel	900	5,8	2,73
Uhren / Schmuck	300	2,6	1,35
Baummarktsortimente	9.450	14,4	1,14
Gartenmarktsortimente	6.000	5,2	2,24
Überwiegend langfristiger Bedarf	35.300	70,3	1,54
sonstige	50	0,2	0,19
Gesamtsumme	71.300	195,7	1,32

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Lübbecke, Juli 2014; gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

- Dem in der Stadt Lübbecke vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von fast 150 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 196 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,32** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 30 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Lübbecke aus der Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum und ist angesichts der überregionalen Angebots- und Konkurrenzsituation grundsätzlich als guter Wert einzuordnen. Gegenüber dem Jahr 2009 (rd. 181,2 Mio. Euro) ist eine leicht positive Umsatzentwicklung (+8 %) zu beobachten und auch das Kaufkraftvolumen stieg in diesem Zeitraum (+6 %) an. Die Zentralität über alle Warengruppen liegt dem-

sprechend leicht höher als im Jahr 2009 (1,30).

- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich in allen Warengruppen, mit Ausnahme der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (0,92) sowie Spielwaren / Hobbyartikel (0,84), Zentralitäten von z.T. deutlich über 1. Gegenüber dem Jahr 2009 ergeben sich niedrigere Zentralitätskennziffern vor allem in den Branchen Sport und Freizeit (-37 %) und Bekleidung (-24 %), dennoch liegen die Werte weiterhin über 1. Eine deutliche Steigerung ergibt sich hingegen u.a. in den Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo, Wohneinrichtung und GPK / Haushaltswaren. Aus rein quantitativer Sicht deuten die Werte daraufhin, dass zukünftig kein relevantes Ausbaupotential mehr vorhanden ist. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Lübbecke. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Lübbecker Einzelhandels erfolgen in Kapitel 5 dieser Untersuchung.

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

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Lübbecke

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

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit fast 13.200 m² entfällt der größte Einzelanteil (rd. 19 %) der Gesamtverkaufsfläche in Lübbecke auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (59 Betriebe, ca. 27 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 55 Mio. Euro den größten Einzelanteil (28 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Auch die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,49 m² liegt sowohl über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,35 – 0,40 m² als auch über dem Vergleichswert aus anderen Mittelzentren und Kommunen vergleichbarer Größenordnung⁵ von 0,43 m² pro Einwohner. Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst einen guten Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.

⁵ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

- **Seit** der Einzelhandelsuntersuchung im Jahr **2009** ist das Verkaufsflächenangebot leicht gestiegen (+6 %). Auf dieser Fläche wird mit rund 55,2 Mio. Euro ein nahezu konstanter Umsatz im Vergleich zum Jahr 2009 (-1 %) erzielt, jedoch ist das sortimentsspezifische Kaufkraftvolumen im gleichen Zeitraum gestiegen (+8 %)⁶. Entsprechend muss festgestellt werden, dass die sortimentsspezifische Zentralität in dieser Warengruppe seit dem Jahr 2009 (1,00) auf 0,92 gesunken ist und nun per Saldo leichte Kaufkraftabflüsse in dieser Warengruppe aufzeigt.
- Mit einem Verbrauchermarkt (Marktkauf), drei Supermärkten (2x Edeka, Jibi) und sechs Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto, 2x NP Discount, Penny) sowie diversen Fachmärkten (v.a. Getränke) und zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht insgesamt eine gute, wenngleich auch leicht discountlastige **Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmitteleinzelhandel** in Lübbecke.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Lübbecke wider. Rund 2.200 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Mit rund 0,08 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte dieser Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion marktübliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW)⁷. Bedeutendster Anbieter dieser Warengruppe ist der moderne Rossmann-Drogeriemarkt, der durch seine innerstädtische Lage in der Lange Straße eine positive Wirkung als Frequenzerzeuger auch für die ihn umgebenden Einzelhandelslagen der Innenstadt hat. Das weitere innerstädtische Fachangebot besteht vor allem aus zwei Parfümerien und einigen Apotheken. Darüber hinaus finden sich Gesundheits- und Körperpflegeartikel vor allem in zahlreichen Apotheken im Stadtgebiet sowie als Nebensortimente der Lebensmittelanbieter, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Lübbecke Bevölkerung beitragen.
- **Gegenüber** der Untersuchung aus **dem Jahr 2009** (2.480 m² Verkaufsfläche) ist auch in dieser Warengruppe das Verkaufsflächenangebot rückläufig (-11 %). Diese Veränderung in dieser Branche hängt vor allem mit der Insolvenz der Fa. Schlecker und den damit verbundenen Betriebsschließungen zusammen. Unter räumlichen Aspekten bedeutet diese räumliche Konzentrationstendenz auf der einen Seite eine Ausdünnung des wohnortnahen Versorgungsnetzes. Auf der anderen Seite wird durch die Insolvenz der Fa. Schlecker jedoch auch eine mangelnde ökonomische Rentabilität kleiner Märkte aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an ihren Standorten deutlich. Die geringen Flächengrößen entsprechen nicht mehr den heutigen Kundenwünschen und Standortanforderungen. Während die Schlecker-Märkte in Lübbecke im Schnitt weniger als 200 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z. B. dm, Rossmann) in der Regel

⁶ Junker + Kruse 2009, S. 71: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel von 55,4 Mio. Euro (nach BBE Retail Experts 2008)

⁷ Junker + Kruse Datenbank; eigene Erhebungen in Mittelzentren bzw. Städte der Größenordnung 25.000 – 50.000 Einwohner.

Verkaufsflächen von (zum Teil deutlich) mehr als 500 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf.

Die sortimentsspezifische Zentralität von 1,15 zeigt ein ausgewogenes Verhältnis zwischen dem in Lübbecke erzielten Umsatz und der örtlichen Kaufkraft, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) sogar übersteigt und auf leichte Kaufkraftzuflüsse hinweist.

- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** konzentriert sich das Angebot von insgesamt rund 3.700 m² Verkaufsfläche vor allem bei Gartenfachmärkten (Teilsortiment Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen) sowie Fachmärkten für zoologischen Bedarf (Zoo Bachert, Fressnapf). Ansonsten finden sich überwiegend „klein-flächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriemärkte (Tierfutter und Blumen). Der gegenüber dem Jahr 2007 zu verzeichnende Verkaufsflächenzuwachs von rund 3.100 m² ist saisonalen Schwankungen bei jeweils genutzten Frei- bzw. Gewächshausflächen von Gartenmarktbetrieben, aber vor allem auch mit methodischen Abweichungen⁸ zu begründen. Zudem gab es seit 2009 Neuansiedlungen, wie die Zoofachmärkte Fressnapf (Gehlenbecker Straße) und Zoo-Bachert (Mindener Straße). Infolge dessen ist die sortimentsspezifische Zentralität von 2,59 im Vergleich zum Jahr 2009 (0,46) um mehr als das fünffache gestiegen. Insgesamt ist ein gutes Angebot zu konstatieren.
- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfallen rund 30 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von insgesamt rund 1.400 m² auf typische Fachangebote wie Buch-, Presse- oder Schreibwarenhandel. Bedeutendster Anbieter ist der Buchladen Bücherstube in der Lübbecker Innenstadt. Große Teile des sortimentsspezifischen Fachangebots entfallen auch auf Randsortimentsangebote, vor allem Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten (insgesamt rund 400 m² des sortimentsspezifischen Angebots), aber auch Angebote in Tankstellenshops, Sonderpostenmärkten oder Billigläden (z. B. Jawoll / Kik).
In der Gegenüberstellung zur Untersuchung aus dem Jahr 2009 sind keine signifikanten Veränderungen festzustellen. Bei einer nahezu identischen Verkaufsflächenzahl (2009: 1.360 m²) sind (vor allem inflationsbedingt) leichte Umsatzzuwächse (+ 17 %) festzustellen. Sowohl die Verkaufsflächenausstattung von 0,05 m² / Einwohner und die Zentralität von 1,25 weisen auf eine quantitativ normale bis leicht überdurchschnittliche Angebotsausstattung hin. Positiv zu werten ist die Konzentration an qualitativem Facheinzelhandel in der Innenstadt sowie die kleinteiligen Grundversorgungsangebote an Lotto/Tabakwaren/Zeitschriften-Läden in wohnortnahen Streulagen.

Insgesamt entfällt mit fast 20.500 m² rund 30 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und rund 40 % des Umsatzes im Lübbecker Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil

⁸ Das Sortiment Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen wurde in der Untersuchung aus dem Jahr 2009 den Hauptwarengruppen Gartenmarktsortimente (Topfpflanzen) und GPK / Hausrat / Geschenkartikel (Blumentöpfe und Vasen) zugeordnet.

dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,03 per Saldo leichte Kaufkraftzuflüsse. Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen.

Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist ein leicht gestiegenes Verkaufsflächenangebot (2009: 16.900 m²) bei einer leicht gestiegenen Zentralität (2009: 1,01) zu verzeichnen.

Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Lübbecke folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 7.650 m² Verkaufsfläche (ca. 11 % der Gesamtverkaufsfläche), 29 Betrieben (ca. 13 % aller Lübbecker Betriebe) und rund 23 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist ein deutlicher Angebotsrückgang (-20 % Verkaufsfläche, -22 % Betriebe, -24 % Umsatz) zu verzeichnen, der vor allem mit Geschäftsaufgaben zu erklären ist (z.B. Modehaus Albersmeyer). Die zuvor sehr hohe sortimentsspezifische Zentralität von 2,29 ist dadurch gesunken (-24 %), aber mit 1,73 weiterhin deutlich über einem Wert von 1. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentsspezifische Kaufkraft der Lübbecker Bevölkerung damit um mehr als zwei Drittel. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 0,35 m² auf 0,28 m² gesunken, liegt damit aber weiterhin über dem Wert anderer Städte zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (0,23 m² / EW) bzw. anderen Mittelzentren (0,23 m² / EW)⁹.
- Diese aus quantitativer Sicht sehr hohe Angebotsausstattung täuscht jedoch bei oberflächlicher Betrachtung über den Umstand hinweg, dass lediglich 56 % des Angebots dieser Warengruppe in der Lübbecker Innenstadt verortet sind. Gleichzeitig entfallen rund 14 % des Verkaufsflächenangebots auf den Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße sowie rund 15 % auf städtebaulich nicht-integrierte Lagen.
- Größter Bekleidungsanbieter in der Innenstadt ist das Modehaus Böckmann (ehemals Kolck). Die ansässigen Filialisten sind vor allem bekannte Anbieter aus dem Standard- bis Discountsegment, während interessantere „Labels“ und namhafte Betreiber aus dem Standard- und höherwertigen Segment in der Innenstadt vergleichsweise unterrepräsentiert sind. Der Großteil des innerstädtischen Angebots ist zudem durch eine Vielzahl sehr kleinteilig strukturierter und inhabergeführter Betriebe geprägt. Knapp zwei Drittel der innerstädtischen Hauptsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung weisen eine Gesamtverkaufsfläche von weniger als 100 m² auf. Insgesamt ist ein gutes, individuelles Angebot zu konstatieren.

⁹ Junker + Kruse Datenbank, Werte aus eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen

- Die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** weist mit rd. 2.250 m² Verkaufsfläche (+8 %) aus quantitativer Sicht ebenfalls ein gutes Angebot auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,08 m² / Einwohner und die sortimentspezifische Zentralität von 2,19 liegen in einem für Mittelzentren bzw. Städte dieser Größe normalen bis überdurchschnittlichem Bereich. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentsspezifische Kaufkraft der Lübbecker Bevölkerung damit um mehr als das Doppelte.
Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche in der Innenstadt. Größte Anbieter sind die Fachanbieter Schuhe Schmidt und K+K City Schuhe.
- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche und rund 7,3 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet zum einen zwar qualitativ hochwertige Fachangebote (z. B. Das Haus, Tantius Glas und Kunst), aber auch Angebote von preisorientierten Billiganbietern (z. B. Jawoll-Sonderpostenmarkt, Posten Börse), Randsortimente oder wechselnde Aktionswaren von Lebensmittelanbietern (v.a. Lebensmitteldiscounter, Tchibo) oder Bau- bzw. Gartenfachmärkten. Trotz der sehr hohen Zentralität (4,26) ist in dieser Branche insgesamt eine eher durchschnittliche bis niedrige Angebotsqualität festzuhalten. Positiv zu bewerten ist vor allem das inhabergeführte Facheinzelhandelsangebot in der Innenstadt.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,84 die mit deutlichem Abstand niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Knapp ein Drittel des Verkaufsflächenangebots von rund 850 m² entfällt auf zwei innerstädtische Fachanbieter von Spielwaren (Lorenz Spiel & Freizeit) und Musikinstrumenten (Tjarksen Music-Shop). Darüber hinaus werden Spielwaren fast ausschließlich als Randsortiment oder Aktionsware von Lebensmittelanbietern oder Niedrigpreisanbietern (Kik, Jawoll-Sonderpostenmarkt, Posten Börse) angeboten. Gegenüber 2009 ist ein Rückgang der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche (-34 %) durch eine rückläufige Zahl der Betriebe (-50 %) festzustellen. Das sortimentsspezifische Angebot ist daher sowohl aus quantitativer wie qualitativer Sicht ausbaufähig. Gleichwohl ist anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Dennoch besitzt dieser Angebotsbaustein eine hohe Bedeutung für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur.
- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist mit über 1.500 m² Verkaufsfläche und einem sortimentsspezifischen Umsatz von rund 4,8 Mio. Euro (Zentralität: 1,77) aus quantitativer Sicht umfangreich vertreten. Jedoch entfällt davon weniger als die Hälfte auf Fachangebote in der Lübbecker Innenstadt. Der bedeutendste innerstädtische Hauptsortimentsanbieter ist Intersport. Daneben existieren zwei Fahrrad-fachanbieter und ein Fachgeschäft für Sportschuhe innerhalb des Stadtgebiets. Vor allem prägen Randsortimentsangebote von u.a. Lebensmittelmärkten (v.a. als Aktionswaren) und das sortimentsspezifische Angebot in Lübbecke.

Gegenüber 2009 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche (von 2.200 m²) und Zentralität (von 2,81) festzustellen, was vor allem auf die Betriebsaufgabe des Kaufhauses Ceka Töbens (ehemals Deerberg) zurückzuführen ist.

Mit insgesamt mehr als 15.400 m² Verkaufsfläche, 53 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von rund 45 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rd. 1,87) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen bedeutenden Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Lübbecke, bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung insgesamt **überdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung**. Die Zentralitätswerte unterstreichen zunächst die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt und weisen im Schnitt Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf.

Aus rein quantitativer Sicht kann zunächst nur in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel ein signifikantes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein Nachholbedarf ableiten ließe. Aus **qualitativer bzw. räumlich-struktureller** Sicht bestehen hingegen noch **Entwicklungsmöglichkeiten**. Positiv ist derzeit das vorhandene Angebot des innerstädtischen (v. a. mittelständischen) Fachhandels zu werten. In mehreren Branchen ist jedoch ein breiteres und qualifizierteres Spektrum an Fachangeboten wünschenswert. Auch weisen teilweise Anbieter in Streulagen (u. a. auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote) außerhalb der Innenstadt nennenswerte Angebotsanteile auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 35.300 m² Verkaufsfläche entfällt knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel** (rd. 10.450 m² Verkaufsfläche), **Bau-** (rd. 9.450 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rd. 6.000 m² Verkaufsfläche). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Lübbecker Einzelhandelsstrukturen, sondern sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen.
- In der Warengruppe **Möbel** kann im Vergleich zu 2009 ein Verkaufsflächenwachstum (+20 %) konstatiert werden. Dementsprechend fallen auch der Umsatz (rd. 13,6 Mio. Euro; +36 %) und die Zentralität (1,66; +33 %) größer aus.¹⁰ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 0,32 m² auf 0,39 m² gestiegen und liegt deutlich über dem Wert anderer Städte zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern (0,24 m² / EW) bzw. anderen Mittelzentren (0,25 m² / EW)¹¹. Bedeutendste Anbieter im Möbelbereich sind der Möbelmarkt SB-Möbel Boss an der Industriestraße und der Möbeldiscounter Posten-Discount GbR an der Osnabrücker Straße, auf die mehr als die Hälfte der sortimentspezifischen Verkaufsfläche entfallen.

¹⁰ Während der Erstellung dieses Endberichts wurde der Möbelfachmarkt Möbel Scholle (Tonstraße) geschlossen. Diese Bestandsveränderung ist in den dargestellten Zahlen nicht enthalten.

¹¹ Junker + Kruse Datenbank, Werte aus eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen

- Im Bereich der **Bau- und Gartenmarktsortimente** stellt der toom Baumarkt, der 2014 im Zuge der Standortverlagerung an die Strubbergstraße seine Verkaufsfläche deutlich vergrößert hat¹², den bedeutendsten Anbieter dar, auf den mehr als ein Drittel der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfällt. Der größte Gartenfachmarkt ist Blumen Coors in Eilhausen. Die Zentralität in den Warengruppen ist von 1,09 auf 1,31 gestiegen und zeigt damit deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region.
- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine im Vergleich zu anderen Mittelzentren bzw. Städten der Größenordnung Lübbeckes sehr gute Verkaufsflächenausstattung von rund 3.800 m² (0,14 m² / Einwohner) festzuhalten und eine Zentralität von 2,08. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentsspezifische Kaufkraft der Lübbecker Bevölkerung damit um mehr als das Doppelte. Dies liegt jedoch nur in untergeordnetem Maße an innerstädtischen Facheinzelhandelsbetrieben (z. B. Farbenhaus Krämer, Depot), sondern vielmehr auch an dem Heimtextilien-Fachmarkt Hammer im Jockweg, niedrigpreisorientierten Fach- oder Sonderpostenmärkten (Dänisches Bettenlager, Posten Börse, Jawoll Sonderpostenmarkt) sowie einer Vielzahl von kleineren Fachanbietern in Streulagen im Stadtgebiet (z. B. Buchholz und Ravensberger Matratzen) oder den Randsortimentsangeboten von Bau- und Gartenfachmärkten in zumeist nicht integrierten Streulagen im Stadtgebiet.
- Das Angebot in den Warengruppen **Elektro / Leuchten** und **Elektronik / Multimedia** umfasst zusammen rund 4.500 m² Verkaufsfläche. Größter Anbieter ist der neu entstandene Expert-Markt an der Gehlenbecker Straße (Blase Kreuzung), der vorher in einem kleineren Ladenlokal an der Mindener Straße ansässig war. Ansonsten sind gegenüber 2009 vor allem kleinteilige Veränderungen festzustellen. Die Zentralität in der Warengruppe Elektronik / Multimedia ist von 1,64 auf 1,41 gesunken, wohingegen die Zentralität in der Warengruppe Elektro / Leuchten von 1,17 auf 1,47 gestiegen ist. In beiden Warengruppen gibt es deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region.
- In den Angeboten der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** (rd. 900 m² Verkaufsfläche) sowie **Uhren / Schmuck** (rd. 300 m² VKF) sind nach wie vor kleinteilige Angebotsstrukturen mit hoher Angebotskonzentration in der Innenstadt vorherrschend. Im Bereich Uhren / Schmuck sind keine signifikanten Veränderungen des Angebotsbestandes zu erkennen. Innerhalb der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel kann ein Verkaufsflächenwachstum festgestellt werden, der z.T. durch Betriebsverlagerung (z.B. Sanitätshaus Westerholt) begründet werden kann. In Folge dessen ist die Zentralität von 1,66 auf 2,73 gestiegen. In beiden Warengruppen ist ein gut strukturiertes Angebot vorhanden.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend umfangreiches Angebot. In allen Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist ein nahezu konstantes bzw. leicht steigendes Angebot zu verzeichnen. Die Verkaufsfläche in den Warengruppen dieser

¹² Das ehemalige Gebäude des toom Baumarktes an der Osnabrücker Straße steht zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Endberichts leer.

Bedarfsstufe ist gegenüber den Kennzahlen von 2009 um rund 3.500 m² gestiegen. Die Zentralität von 1,54 (+20 %) zeigt einen deutlichen Kaufkraftzufluss aus der Region. Darüber hinaus liegt in den meisten Branchen auch eine vergleichsweise gute Angebotsmischung vor. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem vor dem Hintergrund räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen, beispielsweise die Stärkung des innerstädtischen Angebots (z. B. durch eine Verlagerung des Angebots in den Branchen Elektro / Leuchten bzw. Elektronik / Multimedia).

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Lübbecke:

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Lübbecke vorhanden ist und überwiegend ein quantitativ adäquates Angebot vorliegt.

Gleichwohl sind in manchen Branchen Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für qualitative wie räumliche Verbesserungen erkennen lassen. Zwar bewegen sich die sortimentsspezifischen Zentralitäten mit wenigen Ausnahmen (Nahrungs- und Genussmittel, Spielwaren) auf einem insgesamt hohen Niveau, sind jedoch auch auf Angebote in Streulagen außerhalb der Innenstadt zurückzuführen.

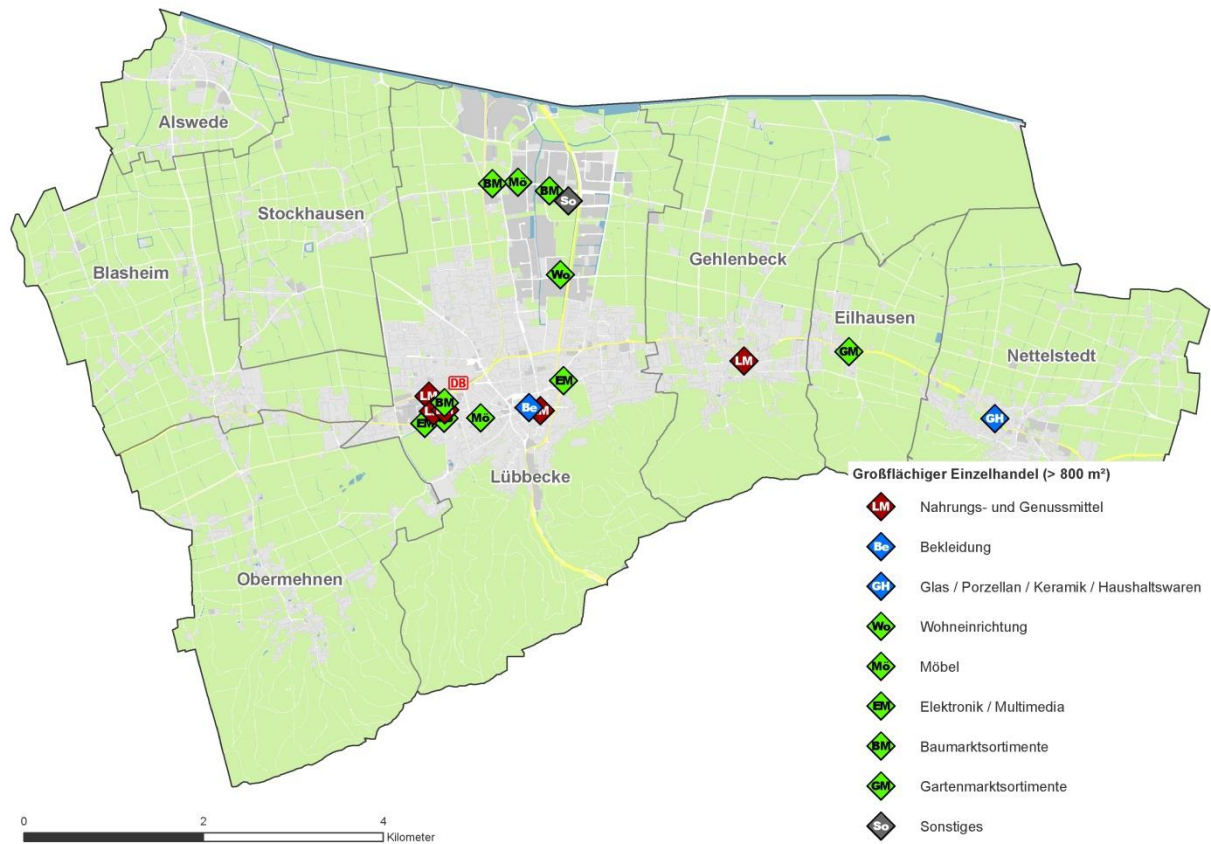
Großflächiger Einzelhandel in Lübbecke

- Aktuell existieren in Lübbecke **18 großflächige Anbieter**¹³ mit einer Verkaufsfläche von zusammen ca. 41.700 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie fast **59 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit 8 Betrieben und rund 11.500 m² Verkaufsfläche, d. h. rund einem Drittel der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen mehr als 40 % der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Hier sind in erster Linie die großen Lebensmittelanbieter (Marktkauf sowie auch Edeka, Lidl, Aldi) zu nennen, die mehrheitlich am Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße zu finden sind.
- Mit mehr als 12.300 m² Verkaufsfläche entfallen knapp 30 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Bau- und Gartenmarktsortimente**. Größter Anbieter in Lübbecke ist daher der toom Baumarkt in der Kernstadt Lübbecke. Größter Anbieter von Gartenmarktsortimenten ist der Gartenmarkt Blumen Coors in Eilhausen.
- Mit dem Bekleidungsfachmarkt Modehaus Böckmann und dem Lebensmittelvollsortimenter Edeka befinden sich lediglich zwei großflächige Anbieter in der Lübbecke-

13 Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

cker Innenstadt. Die anderen großflächigen Einzelhandelsbetriebe befinden sich in städtebaulich (nicht-) integrierten Streulagen.

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Lübbecke, Juli 2014, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

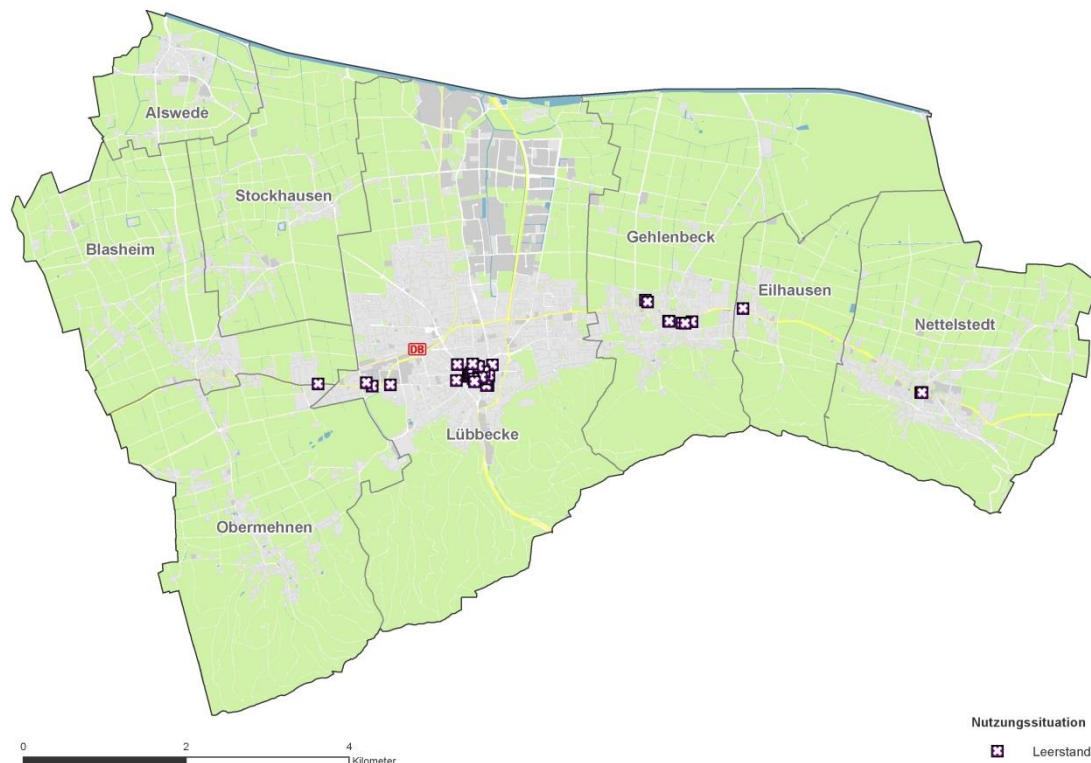
Leerstände in Lübbecke

- Zum Erhebungszeitpunkt Juli 2014 bestehen im Stadtgebiet **33 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche von rund 11.500 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 13 % der Ladenlokale und rund 14 % der Verkaufsfläche.
- „Prominenteste“ Leerstände sind momentan die Immobilien des ehemaligen toom Baumarkts an der Osnabrücker Straße und des ehemaligen Kaufhauses Ceka Töbens (ehemals Deerberg) in der Lübbecker Innenstadt, auf die mehr als zwei Drittel der leer stehenden Verkaufsfläche in Lübbecke entfallen. Um diesen Leerstand bereinigt, beträgt die Leerstandsquote in Lübbecke – bezogen auf die Fläche – momentan rund 4 %, was noch deutlich im Rahmen üblicher Fluktuationsraten liegt.
- Rund 40 % der Ladenleerstände (13 Ladenlokale) befinden sich in Streulagen im Stadtgebiet. Diese häufig zu beobachtende Tatsache ist auf eine schlechte Wettbewerbsposition kleinteiliger Ladenlokale in (häufig solitären) Streulagen und oft-

mals fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ zurückzuführen.

- Gleichzeitig sind 16 leerstehende Ladenlokale mit rund 4.500 m² Verkaufsfläche im Bereich der Lübbecker Innenstadt zu beobachten. Bezogen auf die Innenstadt beträgt die Leerstandsquote rund 16 % der Ladenlokale und 25 % der Fläche (ohne Kaufhaus Ceka Töbens: 9 %). Die Leerstände befinden sich nicht räumlich konzentriert, vielmehr sind sie verstreut in den Nebenlagen zu beobachten.

Karte 6: Leerstände in Lübbecke



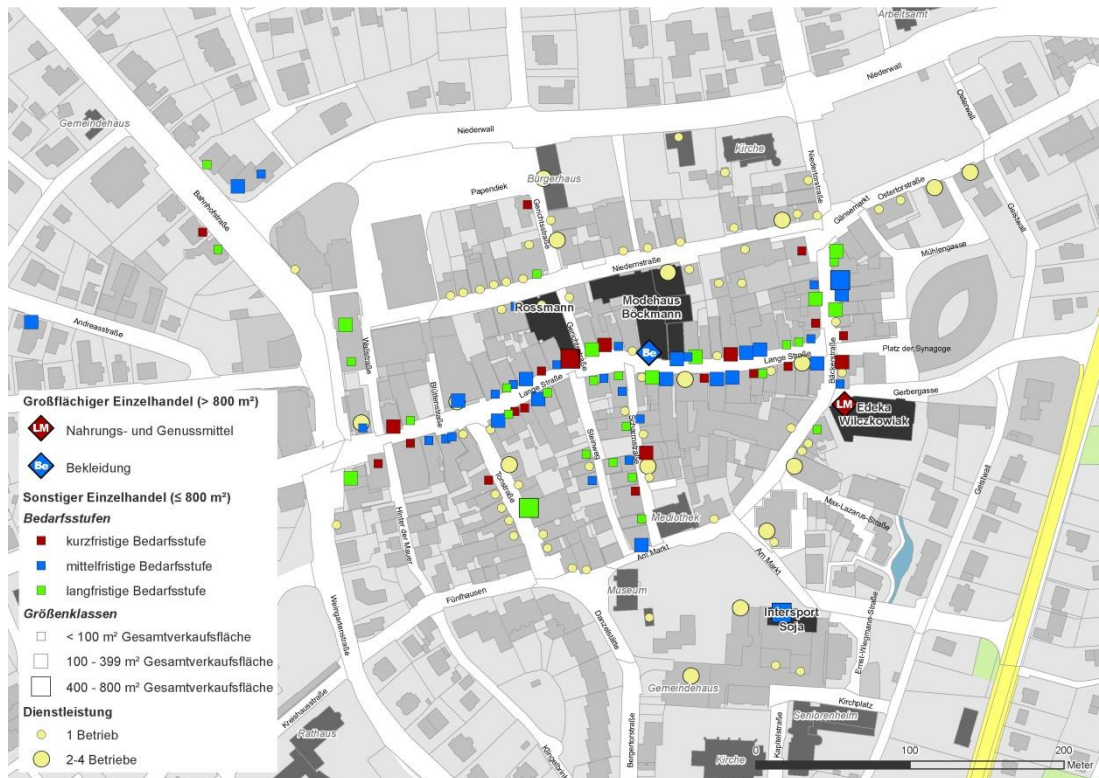
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Lübbecke, Juli 2014, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Lübbecke

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

Die Lübbecker Innenstadt

Das Geschäftszentrum erstreckt sich im Wesentlichen zwischen Niederwall im Norden, Bahnhofstraße im Westen, dem Markt im Süden und Geistwall im Osten.

Karte 7: Die Einzelhandelslagen der Lübbecke Innenstadt

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

- Die wichtigste Einzelhandelslage ist die **Lange Straße**, die als Fußgängerzone den dichtesten Geschäftsbesatz innerhalb der Innenstadt aufweist. Das Einzelhandelsangebot ist geprägt durch Anbieter der innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung und Schuhe. Auch der großflächige Modeanbieter Modehaus Böckmann ist hier in zentraler Lage verortet. Das übrige Angebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert und weist den höchsten Anteil an Filialisten (z. B. Rossmann, Esprit, Liberty Woman, Bonita, Fielmann) innerhalb der Lübbecke Innenstadt auf. Die Fußgängerzone wurde in den vergangenen Jahren neugestaltet und mit hochwertigem Natursteinbelag sowie einem Wasserspiel ausgestattet. Im westlichen Bereich der Lange Straße zwischen Ton- und Bahnhofstraße besteht Aufwertungsbedarf durch das leerstehende Kaufhaus Ceka und einer unattraktiven Wegeführung. Insgesamt ist die Hauptlage städtebaulich ansprechend gestaltet und macht einen lebendigen Gesamteindruck.

Fotos 1 und 2: Lange Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Im Bereich der Fußgängerzone bildet der von der Lange Straße abzweigende Teil der **Bäckerstraße** zwischen Gerbergasse und Niedernstraße eine weitere wichtige Einzelhandelslage. Neben mehreren Fachhändlern und Dienstleistungsangeboten sind hier die größten Anbieter der Lebensmittelvollsortimenter Edeka und das Schuhfachgeschäft Schuhe Schmidt.

Fotos 3 und 4: Bäckerstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Der Bereich **Am Markt** bildet die städtebauliche Mitte der Stadt und ist ein wichtiger Identitätsfaktor des Zentrums, liegt allerdings etwas abseits des eigentlichen Geschäftszentrums. Der weitläufige Platz wird im Norden und Westen von historischen Gebäuden gesäumt. Prägend sind insbesondere das Alte Rathaus und der Burgmannshof sowie die öffentlichen und kulturellen Nutzungen. Dominant ist aber auch ein Gebäudekomplex aus den 1960er Jahren, der den Übergang zur St.-Andreas-Kirche und zum höhergelegenen Kirchplatz bildet. In den Erdgeschossen am Markt finden sich Dienstleister, Gastronomie und Einzelhandel, ohne dass dieser Dichte entwickeln kann. Trotz vorhandener Qualitäten und guter Potenziale weist der Markt auch deutliche Schwächen auf. Zum einen ist der ansässige Filialist Inter-sport unzureichend in das Geschäftszentrum integriert. Zum anderen wirkt der 1960er-Jahre-Komplex veraltet und schwach, insbesondere auch aufgrund zahlreicher Leerstände in der oberen Ebene. Insgesamt ist der städtebauliche Zusammen-

hang der unterschiedlichen Bereiche am Markt aufgrund der Größe, der Topografie und der Platzgestaltung undeutlich.

Fotos 5 und 6: Markt



Quelle: eigene Aufnahmen

- Der Markt ist über die **Tonstraße**, den **Steinweg** und die **Scharnstraße** mit der Lange Straße verbunden. Insbesondere in der Scharnstraße befinden sich kleinteilige Ladenlokale, u.a. einzelne Bekleidungs-, Schuh- und Wohneinrichtungsanbieter. Ansonsten prägen Dienstleistungen und Wohnnutzungen die schmalen Straßen.

Foto 7 und Foto 8: Tonstraße und Scharnstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

- Parallel zur Lange Straße verläuft die **Niedernstraße**. Die Bebauungsstruktur der Straße ist heterogen. Neben historischen Gebäuden finden sich städtisch anmutende, mehrgeschossige Baukörper, aber auch Baulücken. Dieser Straßenzug ist nur in geringem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt. Sie stellt jedoch mit zahlreichen Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben ebenfalls einen wichtigen Teilbereich der Innenstadt dar.

Foto 9 und Foto 10: Niedernstraße

Quelle: eigene Aufnahmen

Die angebotsseitigen Kennwerte der Lübbecker Innenstadt werden in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 8: Verkaufsflächenangebot in der Lübbecker Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.350	10%
Blumen (Indoor) / Zoo	2	150	3%
Gesundheit und Körperpflege	7	850	38%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	600	42%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	21	2.950	14%
Bekleidung	18	4.300	57%
Schuhe / Lederwaren	7	1.600	72%
GPK / Haushaltswaren	3	400	13%
Spielwaren / Hobbyartikel	2	400	46%
Sport und Freizeit	4	750	49%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	34	7.450	48%
Wohneinrichtung	5	700	19%
Möbel	3	750	7%
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	7	500	19%
Medizinische und orthopädische Artikel	7	650	74%
Uhren / Schmuck	5	300	100%
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	27	2.900	8%
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	82	13.300	19%

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

Mit insgesamt 82 Betrieben und rund 13.300 m² Verkaufsfläche ist die Innenstadt der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Lübbecke. Das hier vorhandene Angebot umfasst nahezu 20 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 37 % der Betriebe in Lübbecke. Es übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Lübbecke und darüber hinaus. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei der typische innenstadtprägende Einzelhandel (z.B. Bekleidung, Schuhe) dominiert. Tendenziell unterrepräsentiert sind dabei allerdings die Warengruppen Spielwaren, GPK / Haushaltswaren und Elektronik / Multimedia. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem das Modehaus Böckmann in der Lange Straße, der Supermarkt Edeka in der Bäckerstraße und der Drogeriemarkt Rossmann in der Lange Straße. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Lübbecker Innenstadt darstellen, sind auch mehrere Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten jedoch im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen Standard befindet.

Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist das innerstädtische Verkaufsflächenangebot insgesamt rückläufig (- 21 Betriebe bzw. -20 %; -3.000 m² Verkaufsfläche bzw. -18 %). Ehemalige Einzelhandelsbetriebe werden gegenwärtig von Dienstleistung und Gastronomie genutzt, sodass es nicht gleichzeitig zu einer erhöhten Zunahme an Leerständen im Vergleich zu 2009 gekommen ist. Im Wesentlichen lässt sich der Rückgang der Verkaufsfläche mit der Geschäftsaufgabe des Ceka-Kaufhauses begründen, womit ein großflächiger Leerstand in der Lübbecker Innenstadt entstanden ist.

Nebenzentren im Stadtgebiet

Aufgrund der Größe und kompakten Siedlungsstruktur Lübbeckes existieren keine klassischen Stadtteilzentren im Stadtgebiet. Das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 definierte jedoch ein ergänzendes, perspektivisches **Nahversorgungszentrum** innerhalb des Siedlungsgebiets.

Das perspektivische Nahversorgungszentrum **Gehlenbeck / Eilhausen** verläuft mit einem bandförmigen Einzelhandelsbesatz entlang der Lindenstraße (B 65) im Ortsteil Gehlenbeck östlich der Innenstadt. Die Wohnsiedlungsbereiche erstrecken sich nördlich und südlich der B 65. Die Bebauung ist in diesem Bereich nicht geschlossen, dadurch wird die geringe Nutzungsdichte unterstrichen.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Gehlenbeck / Eilhausen



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Der größte Einzelhandelsbetrieb ist der Lebensmittelvollsortimenter Edeka Kirschke. Dieser übernimmt eine Grundversorgungsfunktion für die Ortsteile Gehlenbeck und Eilhausen. Wenige kleinere Anbieter (u.a. Bäckerei, Blumenladen, Brautmodenfachgeschäft) ergänzen das Angebot. Daneben sind Dienstleistungs- und Gastronomieangebote, wie beispielsweise eine Bank, Fahrschulen und eine Pizzeria, anzutreffen.

Die angebotsseitigen Kennwerte des zentralen Bereichs in Gehlenbeck / Eilhausen werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Gehlenbeck / Eilhausen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.250	10 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	< 100	2 %
Gesundheit und Körperpflege	-	< 100	4 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	2 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4	1.450	7 %
Bekleidung	1	150	2 %
Schuhe / Lederwaren	1	< 100	3 %
GPK / Haushaltswaren	-	< 100	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	1	150	9 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	3	400	3 %
Wohneinrichtung	-	< 100	< 1 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	1	< 100	< 1 %
Gartenmarktsortimente	-	< 100	1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	1	100	< 1 %
sonstige	-	< 100	9 %
Gesamtsumme	8	1.900	3 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

Im zentralen Bereich Gehlenbeck / Eilhausen sind acht Einzelhandelsbetriebe (2009: -11 %) mit insgesamt rund 1.900 m² Verkaufsfläche (2009: + 10 %) angesiedelt. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 1.500 m² Verkaufsfläche (rund 75 % der Verkaufsfläche am Standort) in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe. Einzelhandelsangebote in den Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe sind nur äußerst lückenhaft vorhanden. Insgesamt erfüllt der Einzelhandelsbesatz im zentralen Bereich eine Nahversorgungsfunktion für die Ortsteile Gehlenbeck und Eilhausen.

Es wird deutlich, dass das ausgewiesene Lübbecker Nahversorgungszentrum im Vergleich zu 2009 auf einem nahezu konstanten Niveau ist. Die zwischenzeitlich erfolgte einschlägige Rechtsprechung¹⁴ zum Themenkomplex „Zentrale Versorgungsbereiche“ formuliert bestimmte Mindestanforderungen, die solche Nahversorgungsstandorte er-

¹⁴ vgl. hier insbesondere das Urteil des OVG NRW vom 15.02.2012 (Az. 10 D 32/11.NE)

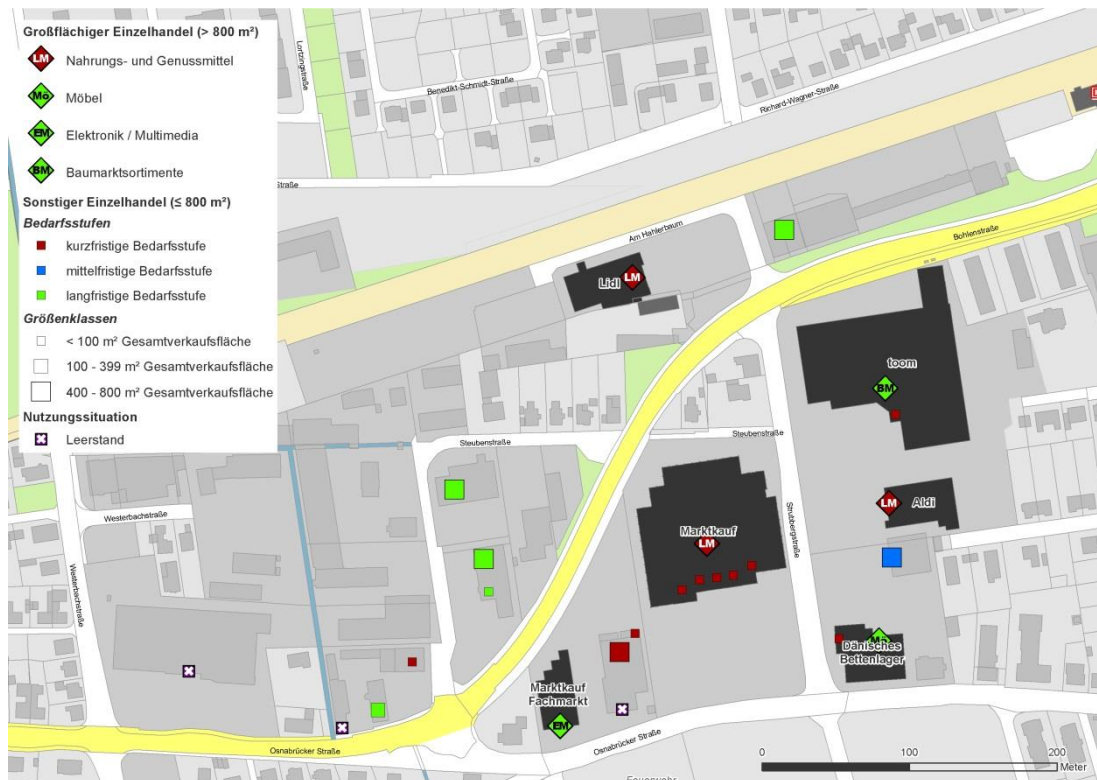
füllen müssen, um als zentrale Versorgungsbereiche (i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO) eingestuft werden zu können. Vor dem Hintergrund dieser Anforderungskriterien sind das Lübbecke Nahversorgungszentrum bzw. die Nahversorgungsstandorte im Rahmen der Definition zentraler Versorgungsbereiche daher einer kritischen Prüfung unterzogen worden (vgl. dazu die Ausführungen des Kapitels 7.1).

Sonderstandorte des Einzelhandels

Von hohem quantitativen Gewicht und auch regionaler Bedeutung sind zwei **Sonderstandorte** des Einzelhandels im Stadtgebiet. Dabei handelt es sich um Standortagglomerationen für überwiegend großflächige Fachmärkte in autokundenorientierter Lage.

- Dazu zählt der bereits im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 definierte Sonderstandort **Bohlenstraße / Osnabrücker Straße**, welcher im westlichen Bereich der Lübbecke Kernstadt in verkehrsgünstiger Lage an der B 65 liegt. Der Standort umfasst 21 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 20.000 m² Verkaufsfläche, mehr als ein Viertel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Insgesamt sind an diesem Standort sechs großflächige Betriebe ansässig, darunter mit dem Bau- und Gartenmarkt toom und dem Verbrauchermarkt Marktkauf zwei der größten Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke. Das Angebotsspektrum umfasst alle Bedarfsstufen. Deutliche Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rund 6.700 m² Verkaufsfläche) sowie Nahrungs- und Genussmittel (rund 4.600 m² Verkaufsfläche). Auf die zentrenrelevanten Warengruppen Bekleidung, GPK / Haushaltswaren und Elektronik / Multimedia entfallen mehr als 3.000 m² Verkaufsfläche.

Karte 9: Die Einzelhandelslagen des Standortes Osnabrücker Straße / Bohlensstraße



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Gegenüber 2009 ist ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs um mehr als 4.000 m² zu verzeichnen, der jedoch im Wesentlichen auf eine Erweiterung des nicht-zentrenrelevanten Angebots entfällt. Dies ist auf die Neugestaltung des östlichen Bereichs entlang der Strubbergstraße zurückzuführen (Hucke-Gelände). Im Zuge dessen haben sich der Baumarkt toom, der Bekleidungsdiscounter Kik und der Lebensmitteldiscounter Aldi an diesen Standort verlagert und vergrößert. Darüber hinaus hat sich der preisorientierte Fachmarkt Dänisches Bettenlager neu angesiedelt. Während der Gebäudekomplex des ehemaligen toom-Baumarktes leer steht, haben sich in den ehemaligen Immobilien von Kik und Aldi neue Betriebe angesiedelt (Sonderpreis Baumarkt und Knöner Ullmann). Einen Überblick über die Angebotssituation am Standort gibt die nachfolgende Tabelle.

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot am Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	12	4.650	35 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	800	21 %
Gesundheit und Körperpflege	-	650	29 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	300	23 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	13	6.400	31 %
Bekleidung	1	1.050	14 %
Schuhe / Lederwaren	-	300	13 %
GPK / Haushaltswaren	-	1.100	34 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	200	21 %
Sport und Freizeit	-	250	15 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	2.900	18 %
Wohneinrichtung	-	1.000	26 %
Möbel	1	1.500	15 %
Elektro / Leuchten	-	800	42 %
Elektronik / Multimedia	2	950	36 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	4	3.950	42 %
Gartenmarktsortimente	-	2.750	46 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	7	10950	31 %
sonstige	-	< 100	67 %
Gesamtsumme	21	20.200	28 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

- Der **Standort Blase Kreuzung** wurde im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 als zukünftiger Sonderstandort definiert. Der Bereich liegt rund 200 Meter nordöstlich der Lübbecke Innenstadt verkehrsgünstig an der Kreuzung Berliner Straße (B 239) und Gehlenbecker Straße. Die Planung zur Ansiedlung verschiedener Fachmärkte wurde in der Zwischenzeit realisiert. Insgesamt sind hier sechs Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 3.000 m² Verkaufsfläche ansässig. Der größte Anbieter ist der Elektromarkt Expert, der seinen Standort innerhalb Lübbeckes von der Mindener Straße an die Blase Kreuzung verlagert und seine Verkaufsfläche vergrößert hat. Darüber hinaus sind u.a. der Lebensmitteldiscounter Penny, der Zoofachmarkt Fressnapf und der Getränkemarkt Hol'ab angesiedelt.

Karte 10: Die Einzelhandelslagen des Standortes Blase Kreuzung

Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Das Angebotsspektrum umfasst die überwiegend kurz- und langfristigen Bedarfsstufen. Deutliche Angebotsschwerpunkte liegen in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rund 900 m² Verkaufsfläche) sowie Elektronik / Multimedia und Elektro / Leuchten (zusammen rund 1.300 m² Verkaufsfläche).

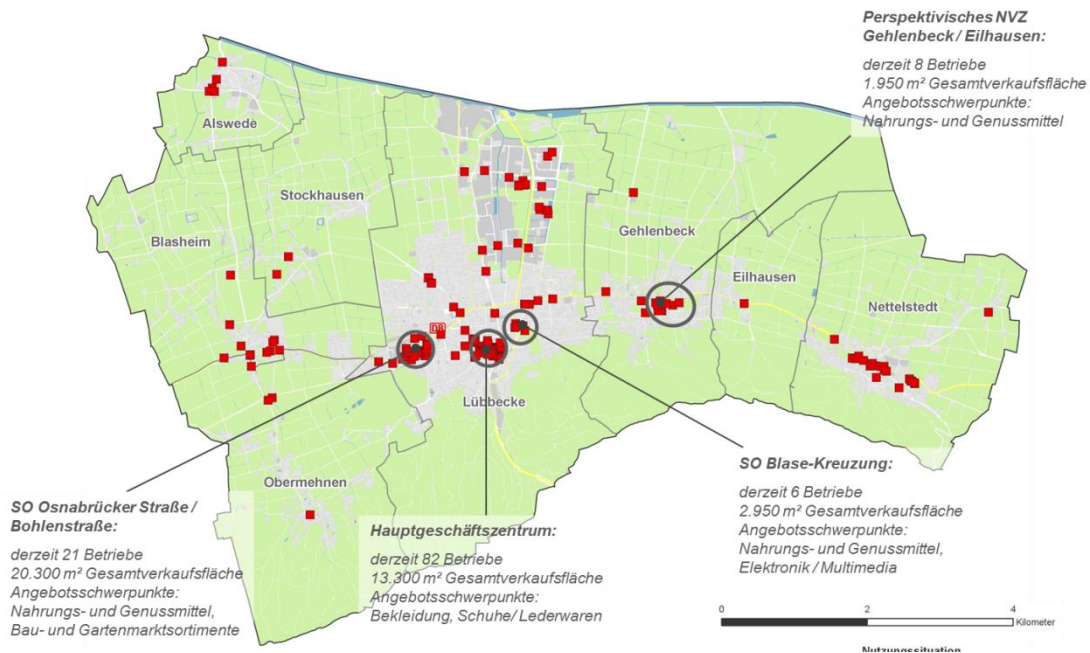
Tabelle 11: Verkaufsflächenangebot am Standort Blase Kreuzung

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	3	900	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	500	13 %
Gesundheit und Körperpflege	-	< 100	3 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 100	1 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4	1.450	7 %
Bekleidung	-	< 100	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	-	< 100	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	< 100	< 1 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	450	24 %
Elektronik / Multimedia	1	850	33 %
Medizinische und orthopädische Artikel	1	200	22 %
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	< 100	< 1 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	2	1.500	4 %
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	6	2.950	4 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

Neben diesen räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Lübbecker Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke.

Karte 11: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009



Quelle: Eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Insbesondere die Angebote in der Innenstadt und an den Sonderstandorten nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie den darüber hinaus reichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Das Angebot in dem Nahversorgungszentrum dient hingegen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadtgebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Lübbecke Ortsteilen:

Tabelle 12: Einzelhandelsangebot in den Lübbecke Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2012 (absolut)*	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung (in m ² je Einwoh- ner)
Alswede	1.040	5	550	0,53
Blasheim	1.450	11	550	0,37
Eilhausen	760	1	1.800	2,36
Gehlenbeck	3.290	13	2.200	0,67
Lübbecke Kernstadt	15.660	162	60.650	3,87
Nettelstedt	2.580	22	4.950	1,92
Obermehnen	1.340	3	500	0,38
Stockhausen	750	2	100	0,14
Gesamt	26.880	219	71.300	2,65

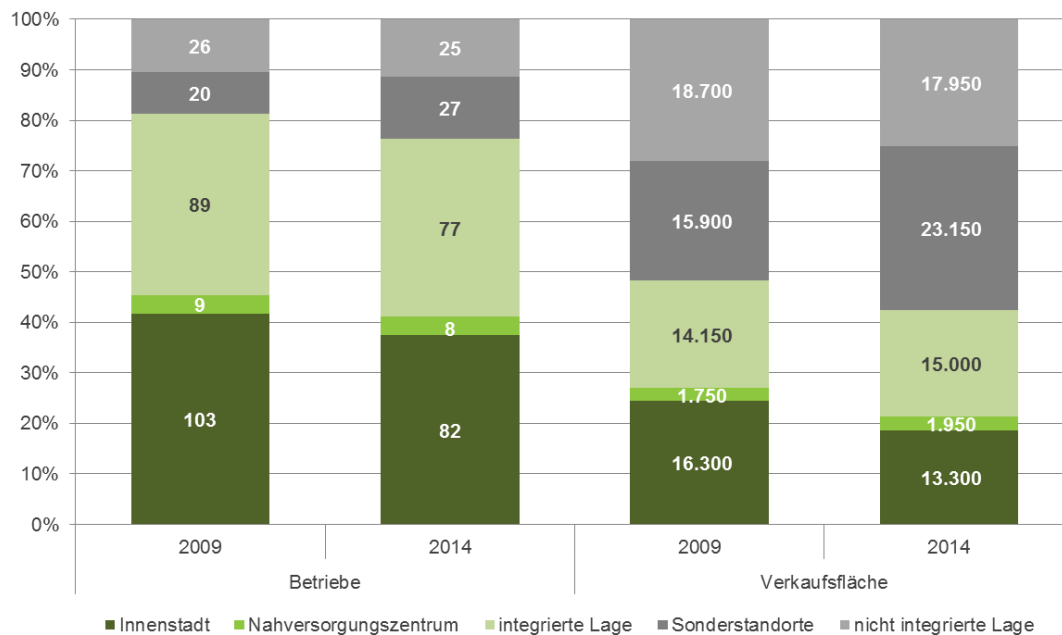
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

*Stadt Lübbecke, Stand: 12/2012

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich in der Kernstadt Lübbecke. Rund drei Viertel der Betriebe und 85 % der Verkaufsflächen entfallen auf diesen Ortsteil. Im Ortsteil Nettelstedt sind rund 10 % der Betriebe und 7 % der Verkaufsflächen verortet. Auf den Ortsteil Gehlenbeck entfallen noch rund 6 % der Betriebe und 3 % der Verkaufsflächen. Geringe Einzelhandelsangebote weisen vor allem die westlichen Lübbecke Ortsteile Blasheim, Alswede, Obermehnen und Stockhausen auf.
- Die höchste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung erreicht die Kernstadt Lübbecke mit 3,87 m² pro Einwohner. In den Ortsteilen Eilhausen und Nettelstedt liegt dieser Wert mit 2,36 bzw. 1,92 m² pro Einwohner auch über 1. Deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen erzielen die westlichen Lübbecke Ortsteile.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt und Nahversorgungszentrum), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2). Dabei wurden zunächst alle zentralen Versorgungsbereiche gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 2: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Lübbecke differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Junker + Kruse in Lübbecke 2014, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009

- Die Betrachtung nach städtebaulicher Lage zeigt im **Vergleich** zum Jahr 2009 eine Verschiebung zu Gunsten städtebaulich nicht integrierter Angebotsstandorte (Sonderstandorte und Solitärlagen), die ihre große quantitative Dominanz gegenüber zentralen bzw. integrierten Solitärlagen weiter ausbauen konnten. Während auf die Lübbecker Innenstadt knapp 20 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen, befinden sich rund 60 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots an städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen oder Sonderstandorten. 2009 lag dieser Anteil noch bei rund 44 %.
- In der Gesamtbetrachtung ist insbesondere an den **Sonderstandorten** sowohl ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs (von fast 7.300 m²; +46 %) als auch eine gestiegene Zahl an Einzelhandelsbetrieben (+7 Betriebe, +35 %) zu verzeichnen. Dieser Angebotszuwachs ist vor allem auf das Verkaufsflächenwachstum am Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße durch Verlagerungen einzelner Betriebe innerhalb des Standortes mit gleichzeitiger Vergrößerung der Verkaufsflächen (z.B. Bau- und Gartenmarkt toom) zurückzuführen. Aber auch die Ansiedlung der Blase Kreuzung hat zu einem Angebotszuwachs geführt.
- Der Verkaufsflächenanteil der **Innenstadt** ist mit rund 20 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau¹⁵. Dabei ist ge-

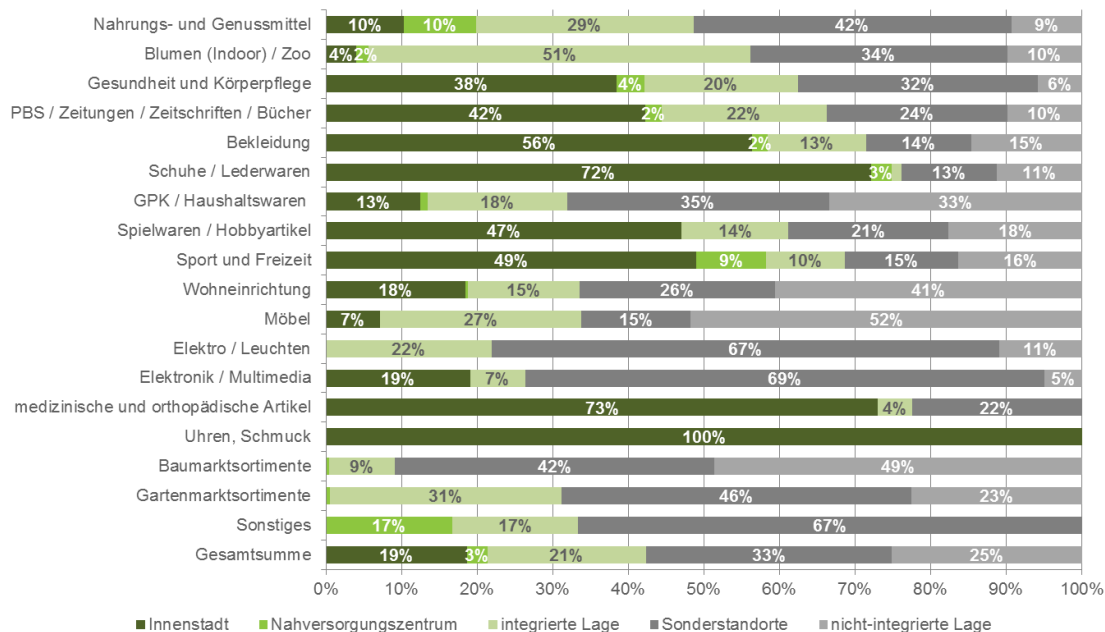
¹⁵ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

genüber 2009 ein Verkaufsflächenrückgang von rund 3.000 m² (-18 %) zu verzeichnen. Auch die Gesamtzahl der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe ist um rund 20 % gesunken. Gleichwohl befinden sich noch immer rund 37 % aller Lübbeckener Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt, was die kleinteilige Angebotsstruktur und Versorgungsbedeutung dieses Standorts widerspiegelt.

- In dem 2009 definierten **Nahversorgungszentrum** ist ein nahezu konstantes Angebot zu verzeichnen. Auf diese Lagekategorie entfallen acht Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 1.950 m² Verkaufsfläche.
- Ein Verkaufsflächenzuwachs (+850 m²) bei gleichzeitigem Rückgang der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (-12 Betriebe) ist in **städtebaulich integrierten Solitärlagen** festzustellen. Dies liegt an Betriebsaufgaben und / oder -verlagerungen, welche vor allem auch eine Vielzahl kleinteiliger Betriebe in Streulagen betreffen. Die Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar räumlich zugeordneten Einzelhandelslagen weisen in Lübbecke ein Verkaufsflächenangebot von knapp 15.000 m² auf. Dies entspricht rund 21 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt. Hier spielen vor allem auch Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, eine Rolle, aber auch Anbieter nicht-zentrenrelevanter Warengruppen, wie Möbel und Gartenmarktsortimente.
- In **städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen** ist ein nahezu konstantes Angebot zu verzeichnen. 25 Einzelhandelsbetriebe und mehr als 17.900 m² Verkaufsfläche entfallen in Lübbecke auf diese Lagekategorie. In diesem Verkaufsflächenvolumen spielen jedoch vor allem auch die flächenintensiven Möbel-, Bau- und Gartenmärkte eine wesentliche Rolle.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht-zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Möbel sowie Bau- oder Gartenmarktsortimente in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil nicht integrierter Einzelhandelslagen in üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 3):

Abbildung 3: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Lübbecke im Jahr 2014 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Juli 2014

- In Lübbecke ist der **Angebotsanteil der Sonderstandorte und städtebaulich nicht-integrierten Lagen** in vielen Warengruppen überdurchschnittlich hoch. Mit rund **57 %** befindet sich mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Das sind im Vergleich 5 Prozentpunkte mehr als noch im Jahr 2009.
- Diese Entwicklung betrifft jedoch nicht nur üblicherweise nicht-zentrenrelevante Angebote, sondern auch nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebote, die weiterhin in beträchtlichem Umfang an Sonderstandorten und in nicht-integrierten Einzelhandelslagen zu finden sind.
- Die Angebote in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** sind mehrheitlich außerhalb der zentralen Bereiche ansässig. In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ist zu dem mit 42 % ein sehr hoher Verkaufsflächenanteil an den Sonderstandorten zu beobachten. Noch rund 30 % der Verkaufsfläche in dieser Warengruppe sind in städtebaulich integrierten Lagen lokalisiert, was in erster Linie mit dem nahversorgungsrelevanten Charakter dieses Angebotes zu begründen ist.
- In den Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe entfallen ebenfalls z.T. deutliche Verkaufsflächenanteile auf die Sonderstandorte und städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Die Verkaufsflächen in der zentrumsprägenden Leitbranche **Bekleidung** befinden sich zu rund 56 % in der Lübbecke Innenstadt. Weitere relevante Angebote in dieser Warengruppe sind mit einem Verkaufsflächenanteil von rund 30 % an den Sonderstandorten und städtebaulich nicht-integrierten Lagen zu beobachten. Mit rund 71 % Verkaufsflächenanteil sind deut-

lich mehr als zwei Drittel des Angebotes in der ebenfalls zentrumsprägenden Leitbranche **Schuhe / Lederwaren** in der Lübbecke Innenstadt lokalisiert. Aber auch hier befindet sich ein nennenswerter Verkaufsflächenanteil von rund einem Viertel an den Sonderstandorten und städtebaulich nicht-integrierten Lagen. In den Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit** entfallen knapp die Hälfte der Verkaufsflächenanteile auf die Lübbecke Innenstadt. Dagegen spielt die Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** in der Lübbecke Innenstadt nur eine untergeordnete Rolle (13 %), da mit mehr als zwei Drittel der höchste Verkaufsflächenanteil dieser Warengruppe an den Sonderstandorten und städtebaulich nicht-integrierten Lagen zu beobachten ist.

- Das Angebot in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufen entfällt sehr deutlich auf die Sonderstandorte und städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Während die Anbieter der Warengruppe **Uhren / Schmuck** sowie **medizinische und orthopädische Artikel** überwiegend bzw. ausschließlich im zentralen Bereich ansässig sind, befinden sich vor allem die flächenintensiven Angebote der Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** sowie **Möbel** (fast) ausschließlich außerhalb der Innenstadt. Die Warengruppen **Wohneinrichtung, Elektronik / Multimedia** und **Elektro / Leuchten** spielen in der Lübbecke Innenstadt eine untergeordnete bis gar keine Rolle (warengruppenspezifischer Verkaufsflächenanteil von maximal 19 %) und konzentrieren sich mehrheitlich an den Sonderstandorten und städtebaulich nicht-integrierten Lagen.

Zwischenfazit – räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots :

In der Stadt Lübbecke ist nach wie vor ein hoher relativer Anteil der Sonderstandorte und weiterer städtebaulich nicht integrierter Lagen am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot festzustellen. Diese bereits 2009 vorhandene quantitative Dominanz wurde insbesondere durch die Veränderungen am Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße und die Ansiedlung der Blase Kreuzung noch weiter ausgebaut. Der damit zusammenhängende innerkommunale **Konkurrenzwettbewerb** zwischen städtebaulich nicht integrierten Standorten zu Standorten in zentralen Lagen hat sich somit weiter verschärft.

Insgesamt hat sich der Hauptgeschäftsbereich in den letzten Jahren nicht nennenswert weiterentwickeln können. Die relative Bedeutung der **Innenstadt** ist sowohl hinsichtlich des absoluten als auch des relativen Verkaufsflächenangebots weiter rückläufig.

In dem **Nahversorgungszentrum** fand im Vergleich zur Situation im Jahr 2009 keine nennenswerte Entwicklung statt. Die Entwicklung dieses zentralen Bereiches ist als stabil einzustufen.

Die Sonderstandorte entfalten aufgrund der großflächigen und strukturprägenden Anbieter eine **gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung** und stellen – insbesondere aufgrund ihres hohen Anteils an zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimenten – bedeutsame Konkurrenzstandorte sowohl zur Lübbecker Innenstadt als auch zu wohnungsnahen Grundversorgungsangeboten dar. Eine Weiterentwicklung von Verkaufsflächenangeboten in **typischen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen** wie von Bekleidung, Schuhen / Lederwaren oder auch Nahrungs- und Genussmittel oder Gesundheit und Körperpflege über das bereits gutachterlich untersuchte, politisch beschlossene und baurechtlich abgesicherte Maß hinaus, wäre daher **negativ zu bewerten**.

Ein wesentliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lübbecke muss der **Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsvielfalt und des Einzelhandelsangebots als wesentliche Leitfunktionen in der Lübbecker Innenstadt** sein.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Lübbecke

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

Derzeit führen in Lübbecke **59 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **13.150 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **18 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Lübbecke entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,49 m² pro Kopf** und liegt somit deutlich oberhalb

des bundesweiten Vergleichswerts von 0,35 - 0,4 m². Mit rund **55 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 28 % des Gesamtumsatzes des Lübbecker Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,92** zeigt dennoch, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel knapp 8 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung Lübbecke und somit unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

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

Tabelle 13: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lübbecker Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2012 (absolut)*	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je Einwohner)
Alswede	1.040	-	-	-
Blasheim	1.450	5	200	0,14
Eilhausen	760	-	< 100	< 0,10
Gehlenbeck	3.290	4	1.300	0,40
Lübbecke Kernstadt	15.660	39	9.900	0,63
Nettelstedt	2.580	11	1.650	0,65
Obermehnen	1.340	-	< 100	< 0,10
Stockhausen	750	-	-	-
Gesamt	26.880	59	13.150	0,49

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2014; gerundete Werte

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

- Die Verkaufsflächenausstattung in der Lübbecker Kernstadt ist mit 0,63 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner sowohl im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (0,35 m² – 0,40 m² pro Einwohner) als auch auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,49 m² pro Einwohner) als überdurchschnittlich einzustufen. Auch gegenüber der Verkaufsflächenausstattung im Jahr 2009 (0,54) ist ein weiterer Anstieg zu verzeichnen, der auf eine Abnahme der Einwohner bei einer gleichzeitigen Zunahme der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche zurückzuführen ist. Diese sehr gute Verkaufsflächenausstattung entspricht nach wie vor der Versorgungsfunktion der Lübbecker Kernstadt insbesondere für die umliegenden Ortsteile, in denen aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte kein Lebensmittelangebot vorgehalten wird.

- Der höchste Ausstattungswert zeigt sich im Ortsteil Nettelstedt, der über eine Lebensmittelverkaufsfläche von 0,65 m² / Einwohner verfügt (2009: 0,63 m² / Einwohner). Die wohnungsnahe Grundversorgung im Ortsteil wird durch den Lebensmitteldiscounter Netto und den Supermarkt Jibi Markt an der Ravensberger Straße sichergestellt.
- Die Verkaufsflächenausstattung im Ortsteil Gehlenbeck ist mit 0,40 m² / Einwohner im Vergleich zu 2009 (0,41 m² / Einwohner) auf einem konstanten Niveau. Die wohnungsnahe Grundversorgung im Ortsteil Gehlenbeck wird im Wesentlichen durch den Supermarkt Edeka sowie ergänzenden kleinteiligen Angeboten des Lebensmittelhandwerks im zentralen Bereich Gehlenbeck / Eilhausen sichergestellt.
- Die dünner besiedelten Ortsteile Alswede, Blasheim, Eilhausen, Obermehren und Stockhausen verfügen nur über eine sehr rudimentäre beziehungsweise über keine Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (maximal 0,14 m² / Einwohner).

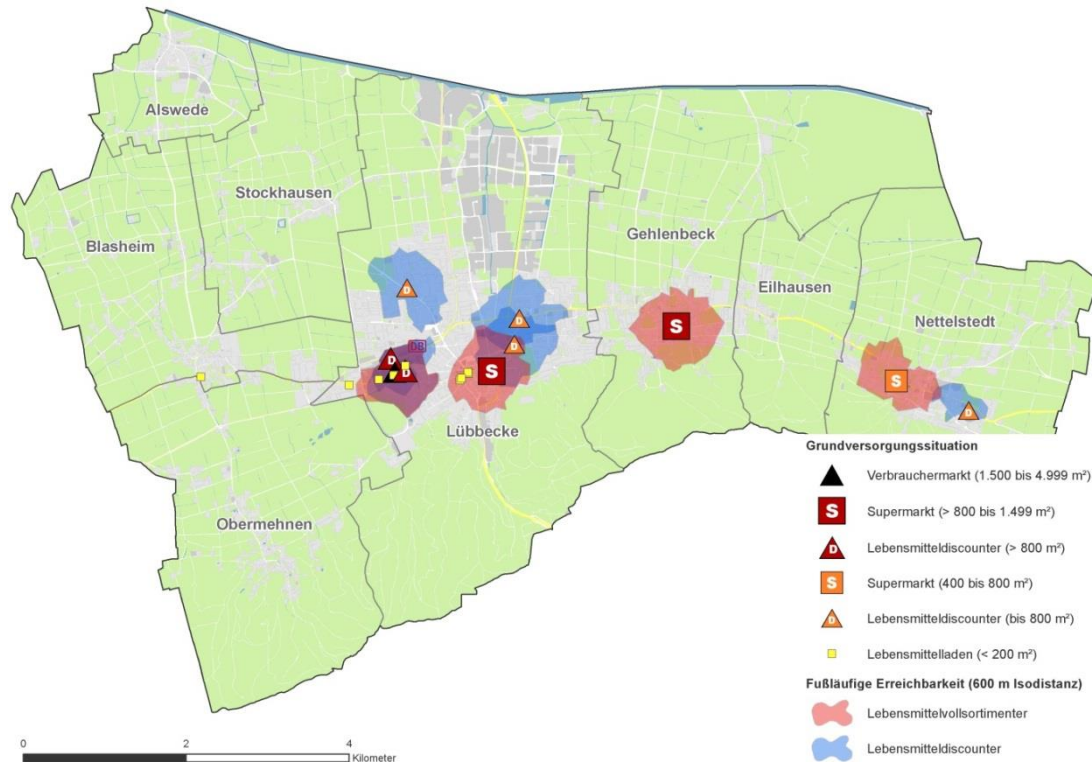
Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle ist – mit Ausnahme der Lübbecker Kernstadt - in allen Ortsteilen signifikant unterschritten. Grundsätzlich ist eine kleinteilige Angebotsarrondierung bzw. die Ansiedlung eines Marktes unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit für die Versorgung der dünner besiedelten Ortsteile aus konzeptioneller Sicht denkbar. Voraussetzungen dafür sind eine **am Nachfragevolumen der Bevölkerung orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung**, ein Standort in **städtebaulich integrierter Lage** sowie die **Stärkung der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen**.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem Verbrauchermarkt, drei Supermärkten und sechs Lebensmitteldiscountern sowie zahlreichen kleineren Lebensmittelläden, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks, Tankstellenshops und Hofläden ist grundsätzlich positiv zu bewerten, wenngleich eine leicht discountlastige Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist. Gleichwohl sind insbesondere im Bereich der größeren Lebensmittelmärkte auch qualitative Defizite zu beobachten. Hinsichtlich Betriebsgrößen, Stellplatzsituation und Warenpräsentation sind einige Märkte nicht mehr zeitgemäß. Auch der innerstädtische Supermarkt Edeka entspricht baulich nicht mehr den modernen Standards.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle. In einem nächsten Schritt muss daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln vor allem auch **räumlich differenziert** betrachtet werden. Als Bewertungsmaßstab können vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Lübbecke

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

Karte 12: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Lübbecke mit 600 m – Fußwegedistanzen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Lübbecke im Juli 2014; Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Insgesamt zeigt sich, dass **strukturprägende Lebensmittelanbieter** ausschließlich in den **Ortsteilen Lübbecke, Gehlenbeck und Nettelstedt** lokalisiert sind. Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich in der Lübbecker Kernstadt teilweise mehrfach, so dass eine sehr gute Abdeckung der Siedlungsbereiche durch die größeren Lebensmittelanbietern gegeben ist. In der Innenstadt führt vor allem der Supermarkt Edeka ein umfängliches Lebensmittelsortiment, aber auch zahlreiche kleinteilige Betriebe wie Bäcker und Metzger bieten Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment an. Allerdings lassen sich auch räumlich unterversorgte Bereiche definieren. Dies betrifft zum einen Siedlungsrandbereiche der Kernstadt. Zum anderen zeigt sich ein **räumliches Versorgungsdefizit** in den westlichen **Ortsteilen Alswede, Blasheim, Obermehren und Stockhausen**. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Ortsteilen sind die Entwicklungsperspektiven zu Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes eingeschränkt.

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

- NP Discount, Alsweder Straße (Kernstadt Lübbecke)

- NP Discount, Bohlenstraße (Kernstadt Lübbecke)
- Jibi Markt, Ravensberger Straße (Nettelstedt)
- Netto, Ravensberger Straße (Nettelstedt)

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

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind vor dem Hintergrund einer durchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung vor allem aber auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln nur dann zusätzlich notwendig, wenn sie zur Schließung von Versorgungslücken beitragen. Im Hinblick auf eine zentrenstärkende Stadtentwicklung sind dabei nur jene Standorte sinnvoll, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Zentren oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt.

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **219 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **71.300 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Lübbecke in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer guten quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 26.900 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 2,65 m² je Einwohner**, was sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m² / EW) als auch im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion¹⁶ (1,98 - 2,04m² / EW) einen **überdurchschnittlichen** Wert darstellt. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2009 ist ein Zuwachs der Verkaufsfläche um rund 4.500 m² zu verzeichnen. Dies ist auf die Ansiedlung der Blase Kreuzung und die Verlagerungen mit gleichzeitiger Vergrößerung am Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße zurückzuführen.
- Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, insgesamt zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst **kaum signifikante Angebotslücken**. Eine **unterdurchschnittliche Angebotsausstattung**, die auf einen gewissen Entwicklungsspielraum hindeutet, zeigt sich in der Branche *Spielwaren / Hobbyartikel*.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 150 Mio. Euro** weist Lübbecke ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 99,05) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 196 Mio. Euro** im Lübbecker Einzelhandel,

¹⁶ Junker und Kruse Datenbank – Eigene Erhebungen in Mittelzentren bzw. Städten der Größenordnung zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **1,32** ergibt. Per Saldo sind deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Lübbecke aus der Region nachweisbar, was der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** entspricht. Hohe Zentralitäten von z.T. deutlich über 1 und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich in allen Warengruppen, mit Ausnahme von Spielwaren / Hobbyartikeln sowie Nahrungs- und Genussmitteln.

Im **Vergleich zu 2009** ist die Zentralitätskennziffer von rund 1,30 leicht gestiegen. **Steigerungen** ergeben sich u.a. in den Branchen Blumen (Indoor) / Zoo, GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung. **Rückläufige Zentralitäten** sind vor allem in den Branchen *Bekleidung, Sport und Freizeit sowie Spielwaren / Hobbyartikel* zu verzeichnen. Dabei spielen neben Neuansiedlungen oder Erweiterungen (z. B. Ansiedlung Fressnapf) bzw. Betriebsaufgaben (z. B. Kaufhaus Ceka) auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen, eine ungleiche Entwicklung von Umsatz und Kaufkraft innerhalb der Branchen, aber auch methodische Abweichungen eine Rolle.

- Das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandortes Lübbecke erstreckt sich vor allem auf die angrenzenden Nachbarkommunen. Im Rahmen der Kundenherkunftserhebung wurde ein Anteil auswärtiger Kunden von rund einem Viertel ermittelt. Drei Viertel der Kunden des Lübbecke Einzelhandels stammen aus Lübbecke selbst.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist die **Lübbecker Innenstadt**. Diese präsentiert sich mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungsrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung und Schuhe / Lederwaren, aber auch Nahrungs- und Genussmitteln. Die Betriebsstruktur besteht vorwiegend aus kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben. Größter Anbieter ist das Modehaus Böckmann. Die Haupteinkaufslage des Geschäftszentrums erstreckt sich entlang der Fußgängerzone Lange Straße und Bäcker Straße. Die historische und kulturelle Mitte der Innenstadt bildet der Markt, der sich etwas abseits der Hauptlage befindet und keinen Einzelhandelsschwerpunkt bildet. Nebenlagen stellen die Niedernstraße, Tonstraße und Scharnstraße dar, in den Dienstleistungen und Gastronomie dominieren.
- Der zentrale Bereich in Gehlenbeck, 2009 als **perspektivisches Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen** definiert, verläuft bandförmig an der Lindenstraße. Strukturprägender Anbieter ist der Lebensmittelvollsortimenter Edeka. Im Vergleich zu 2009 besteht eine nahezu konstantes Angebotsniveau.
- Im Lübbecke Stadtgebiet sind zwei autokundenorientierte **Standortagglomerationen** lokalisiert (**Osnabrücker Straße / Bohlenstraße** und **Blase Kreuzung**) an denen sich **27 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **23.200 m²** befinden. Der Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße verfügt über ein relevantes Angebot in allen Warengruppen mit Schwerpunkt im Bereich **Bau- und Gartenmarktsortimente** sowie **Nahrungs- und Genussmittel**. Am

Standort Blase Kreuzung liegt der Angebotsschwerpunkt in den Warengruppen Elektronik / Multimedia sowie Nahrungs- und Genussmittel.

- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ wie qualitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist, die jedoch **Schwächen hinsichtlich der räumlichen Verteilung** bzw. der „Flächendeckung“ aufweist. Dies betrifft neben Siedlungsrandbereichen der Kernstadt, vor allem die westlichen **Ortsteile Alswede, Blasheim, Obermehren und Stockhausen**.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Lübbecker Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Es bestehen keine erheblichen quantitativen Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass stellenweise Verbesserungsbedarf besteht. Dies betrifft beispielsweise die Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgung. Insgesamt wird Lübbecke seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht.

Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Dabei zeigt sich Handlungsbedarf hinsichtlich der Aktivierung von Leerständen, z.B. ehemals Kaufhaus Ceka.

Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lübbecke

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

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

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

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität¹⁷ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenztabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Lübbecke von einer konstanten bis leicht rückläufigen Flächenproduktivität ausgegangen.

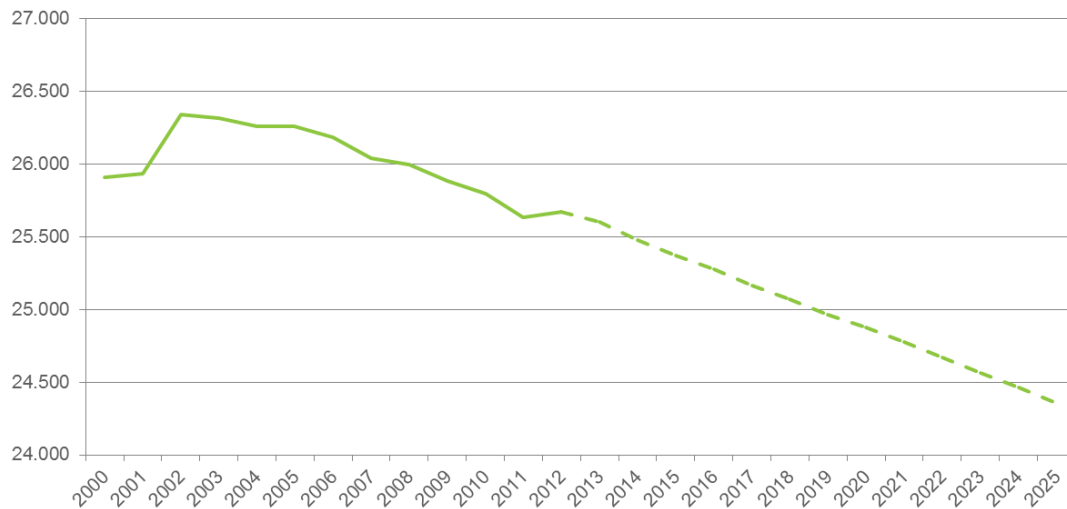
Bevölkerungsentwicklung in Lübbecke bis 2025

Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen prognostizieren für die nächsten Jahre sowohl für die Stadt Lübbecke als auch für den gesamten Kreis Minden-Lübbecke eine **leicht negative Bevölkerungsentwicklung**. Ausgehend vom Basisjahr 2014 wird für die Stadt Lübbecke bis zum Jahr 2025 eine Bevölkerungsabnahme von – 4,4 % und – im selben Zeitraum – für den Kreis Minden-Lübbecke eine Bevölkerungsabnahme von – 5,2 % prognostiziert.¹⁸ Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen zu leicht rückläufigen Bevölkerungszahlen zugrunde gelegt.

¹⁷ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

¹⁸ Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT NRW); www.landesdatenbank.nrw.de (zuletzt zugegriffen am 23.01.2015)

Abbildung 4: Prognose zur Bevölkerungsentwicklung in Lübbecke bis zum Jahr 2025



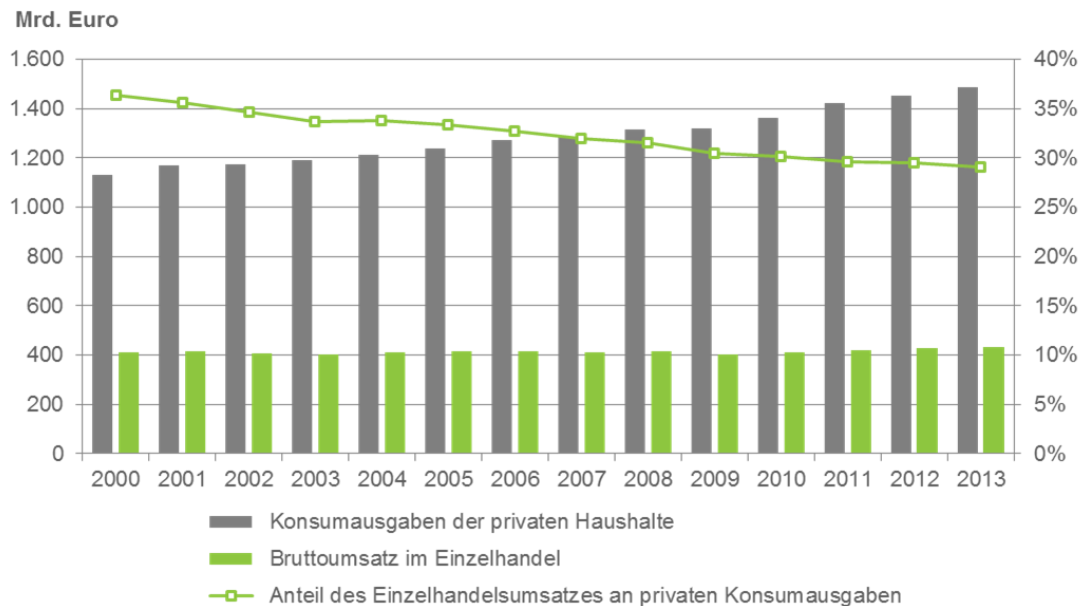
Quelle: Eigene Darstellung nach Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen – IT.NRW (2014)

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

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

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

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



Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003 um mehr als vier Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell rund 29 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend¹⁹.
- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –2 und +2 % weitestgehend stagniert (2013: rd. 440 Mrd. Euro)²⁰.

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²¹ Kaufkraft zu rechnen ist.

¹⁹ EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2003 bis 2013 (in Prozent)

²⁰ EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de): Bruttoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2013 mit Prognose für 2014 (in Milliarden Euro)

²¹ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

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

Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Tendaussagen

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

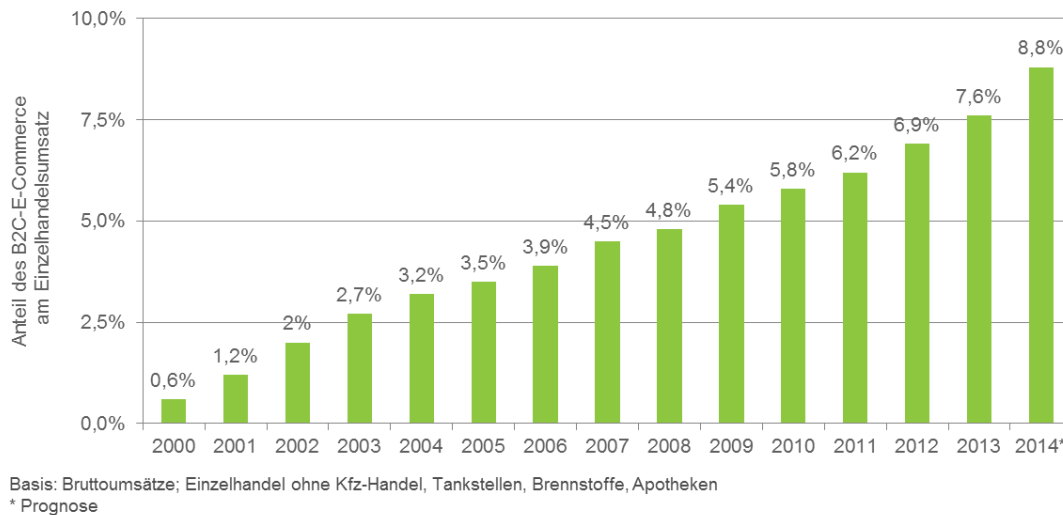
Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2014

Entwicklung des E-Commerce in Deutschland

Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce (=Onlinehandel). Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 2,5 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 33 Mrd. Euro im Jahr 2013. Für das Jahr 2014 wird eine weitere Zunahme auf rund 38,7 Mrd. prognostiziert. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,6 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **7,6 %** im Jahr 2013²² (vgl. nachfolgende Abbildung 6).

²² vgl. EHI Retail Institute Köln 2013: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014); Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)



Quelle: Eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Dabei ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß aktueller Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel²³ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rd. 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)²⁴. Alle übrigen Sortimentsgruppen²⁵ leisteten hingegen einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig²⁶ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten, wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 12 % von 109 Mio. m² im Jahr 2000 auf knapp 122,4 Mio. m² im

²³ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

²⁴ vgl. Bundesverband des deutschen Versandhandels 2013. Daten abrufbar unter www.bvh.info (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

²⁵ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

²⁶ vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

Jahr 2011 angestiegen²⁷.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel über das sogenannte „**Multi-Channel-Konzept**“²⁸ von der Attraktivität des Onlinevertriebs profitieren. So gaben bei einer Befragung des Handelsverbandes Deutschland im Jahr 2013 knapp **29 %** der befragten Einzelhandelsunternehmen an, dass sie bereits über einen eigenen Online-Shop verfügen. Knapp **9 %** der befragten Unternehmen planten die Einführung eines eigenen Online-Shops in den nächsten 12 Monaten.²⁹ Eine aktuelle Umfrage unter 2.287 Expansionsverantwortlichen in Deutschland ergab zudem, dass 93 % der Befragten das Multi-Channel-Konzept als „wesentlichen Erfolgsfaktor“ ihrer Vertriebsstrategie bewerten und bereits heute knapp 19 % den Onlinehandel eher nicht als Konkurrenz des stationären Einzelhandels in den Innenstädten sehen.³⁰

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: **73 %** rein stationär erzielte Umsätze, **10 %** rein online erzielte Umsätze und **17 %** Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept³¹.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Um sich weiterhin im Wettbewerb um den Kunden behaupten zu können, gilt es vor allem, auch zukünftig die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes in die städtischen Zentren, sogenannte kompakte Strukturen zu erhalten bzw. zu entwickeln.

²⁷ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

²⁸ Bei dem *Multi-Channel-Konzept* verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

²⁹ vgl. Handelsverband Deutschland 2013. Daten abrufbar unter www.einzelhandel.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

³⁰ vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 30-31

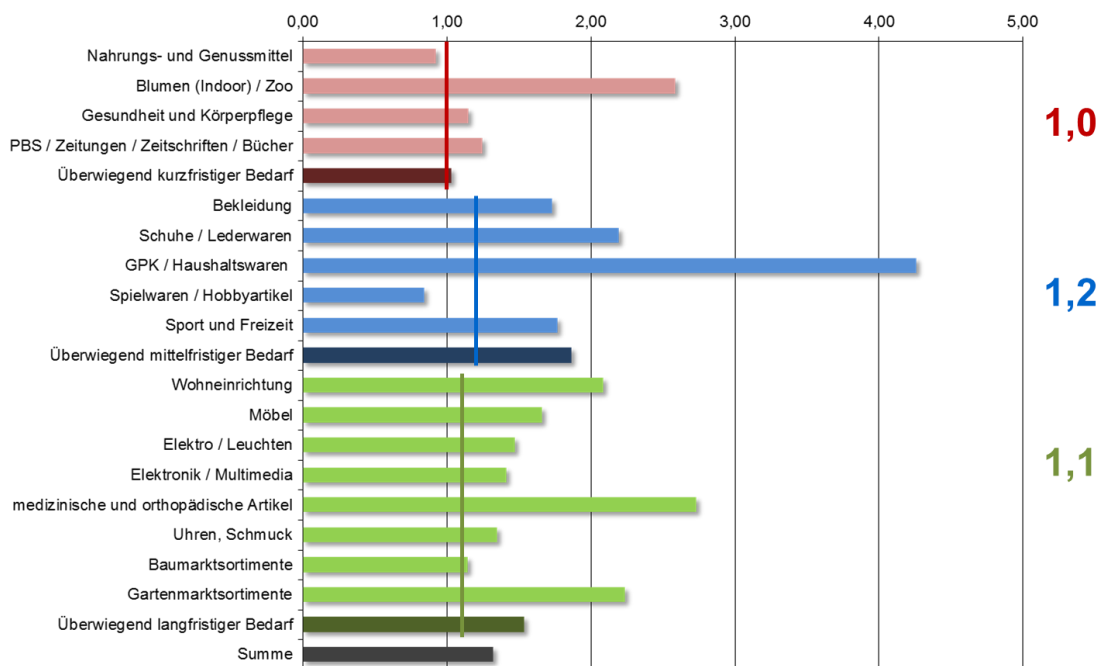
³¹ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

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

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in den Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo, Gesundheits- und Körperpflege und PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher erreicht und zum Teil sogar nennenswert überschritten. In dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind aus quantitativer Sicht leichte Arrondierungsspielräume erkennbar. In allen bestehen strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,2 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Lübbecke in der Region widerspiegeln. Die angesetzten Werte werden – mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel – in allen Branchen bereits jetzt erreicht bzw. teilweise sogar überschritten. Entwicklungsspielräume sind hier eher unter qualitativen Aspekten zu betrachten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden über alle Warengruppen Zielzentralitäten von 1,1 angenommen. Die aktuellen Zentralitäten erreichen bzw. überschreiten diesen Orientierungswert in allen Warengruppen.

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



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Lübbecke

Schlussfolgerungen

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

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

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

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

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

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

So bestehen – trotz bereits hoher Zentralitäten (z. B. in den Branchen Schuhe / Lederwaren, Wohneinrichtungsartikel) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Ein-

zelhandelsbesatzes in Lübbecke beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder auch ein moderner Verbrauchermarkt tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Lübbecke nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Grundversorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in der Innenstadt, führen. In diesem Zusammenhang stellen in der Innenstadt die Leerstände (z.B. ehemaliges Kaufhaus Ceka) geeignete Flächenpotenziale in zentraler Lage des Hauptgeschäftsbereichs dar. Die Ansiedlung insbesondere von Angebotsergänzungen in Warengruppen mit defizitären Angebotsausstattungen als zusätzlicher Frequenzbringer könnte zur weiteren Profilierung der Innenstadt und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen.

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

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

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

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion Lübbeckes als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion stärken,

- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

6 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Lübbecke

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

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

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Lübbecker Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Sonderstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lübbecke umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Lübbecker Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

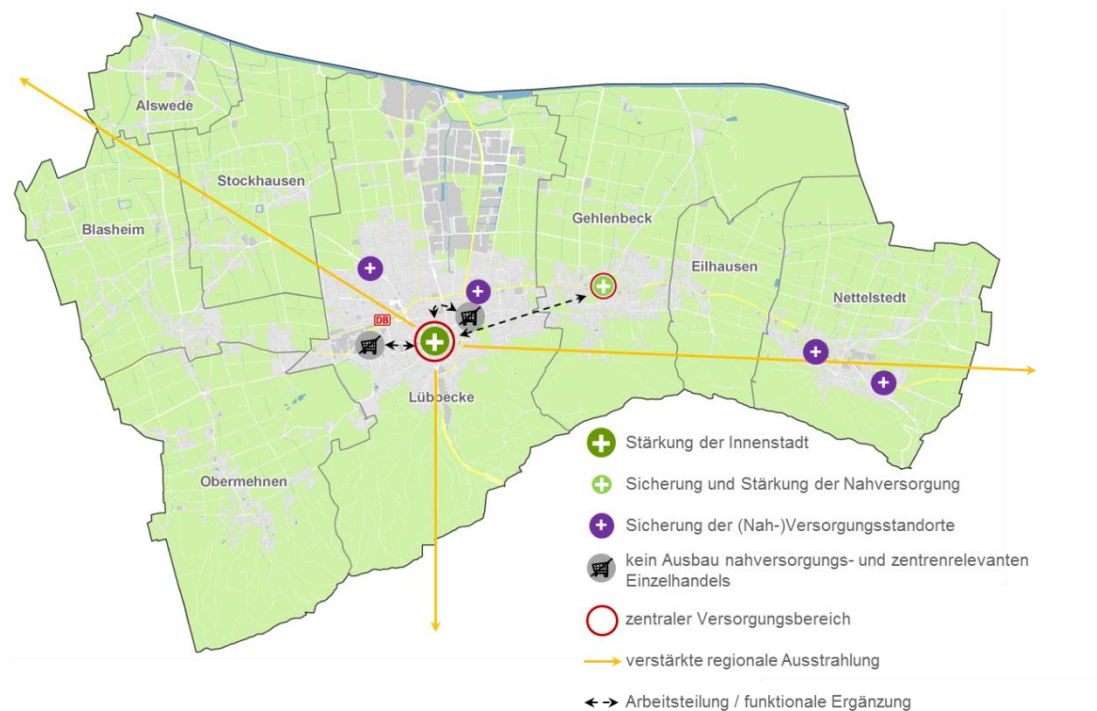
6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Lübbecke soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf die Innenstadt** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden

und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

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

Karte 13: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

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

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt Lübbecke (vgl. Kapitel 6.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Lübbecke können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und

Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Lübbecker Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel eines attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentrums unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Für Investoren ist Planungs- und Rechtssicherheit im Stadtgebiet gegeben. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

Zwischenfazit – Entwicklungsleitbild

Das Entwicklungsleitbild „räumlich-funktionale Gliederung“, d. h. räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Lübbecke in Abhängigkeit von Größen- und Sortimentsstrukturen, ist in sich konsequent und hat sich bewährt. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

Aus der Sicht des Gutachters trägt das Leitbild zu einer Optimierung der Angebotsstruktur in der Stadt Lübbecke bei. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird eine weitere Angebotsverschiebung zu Lasten der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorte minimiert. Gleichzeitig kann die mittellazentrale Ausstrahlungskraft Lübbeckes erhalten und ausgebaut werden. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust sowohl der Innenstadt als auch des Einzelhandelsstandorts Lübbeckes insgesamt nicht zu verhindern.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2009 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelspezifischen Situation in Lübbecke und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.³²

Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lübbecke, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Stadt**, kann festgehalten werden:

- Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Lübbecke auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Lübbecke innerhalb der Region gerecht wird.
- Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, der Lübbecker Versorgungsstandorte und der Ortsteile.

Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lübbecke zugrunde zu legen ist.

Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Lübbecke bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen für die Stadt Lübbecke und die Gemeinden des näheren Umlandes. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit angemessen erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,32).

³² Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Die räumliche Angebotssituation innerhalb der Stadt und vergangene Ansiedlungen zeigen jedoch vor allem auch im Bereich der zentrenrelevanten Warengruppen Verschiebungen der Verkaufsflächenanteile von gewachsenen Zentren an Standorte in städtebaulich nicht-integrierten Lagen wie den Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße. Diesbezüglich würde eine weitere Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte auch eine weitere Angebotsverschiebung in städtebaulich nicht-integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Lübbecke bleibt es, einer solchen drohenden bzw. in einigen Warengruppen bestehenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung ergänzender Angebotsstandorte im Stadtgebiet. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität des Einkaufsstandorts Lübbecke und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

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

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

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. den Sonderstandorten, an denen bereits heute eine sehr hohe Angebotskonzentration an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

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

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des Lübbecke Hauptgeschäftsbereichs in der Innenstadt

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

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

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³³ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Lübbecke Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primä-

³³ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

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

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

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Die bestehenden Sonderstandorte (Osnabrücker Straße/ Bohlenstraße und Blase Kreuzung) sowie auch verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die Innenstadt, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in der Lübbecker Innenstadt dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe³⁴ angestrebt werden muss.

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

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

³⁴ Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Lübbecker Innenstadt bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkariender Planungen

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

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Lübbecke (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der Innenstadt und der bestehenden Ergänzungsstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

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

6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

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

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

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2009 festgelegte Standortstruktur des Lübbecker Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 8: Standortstrukturmodell für die Stadt Lübbecke



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“

Dieser Zentrenotyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

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

Die **Lübbecker Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³⁵ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

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

Der gemäß dem Einzelhandelskonzept 2009 eingestufte zentrale Versorgungsbereich **Gehlenbeck / Eilhausen** (perspektivisches Nahversorgungszentrum) erfüllt nach Maßgabe der aktuellen Rechtsprechung weiterhin die Anforderungskriterien an einen zentralen Versorgungsbereich und wird auch zukünftig als Nahversorgungszentrum eingestuft.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Lübbecker Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlage-

³⁵ „‘Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 7.

rung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

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

- Alsweder Straße (derzeit NP Discount)
- Bohlenstraße (derzeit NP Discount)
- Ravensberger Straße (derzeit Jibi Markt)
- Ravensberger Straße (derzeit Netto)

Sonderstandorte

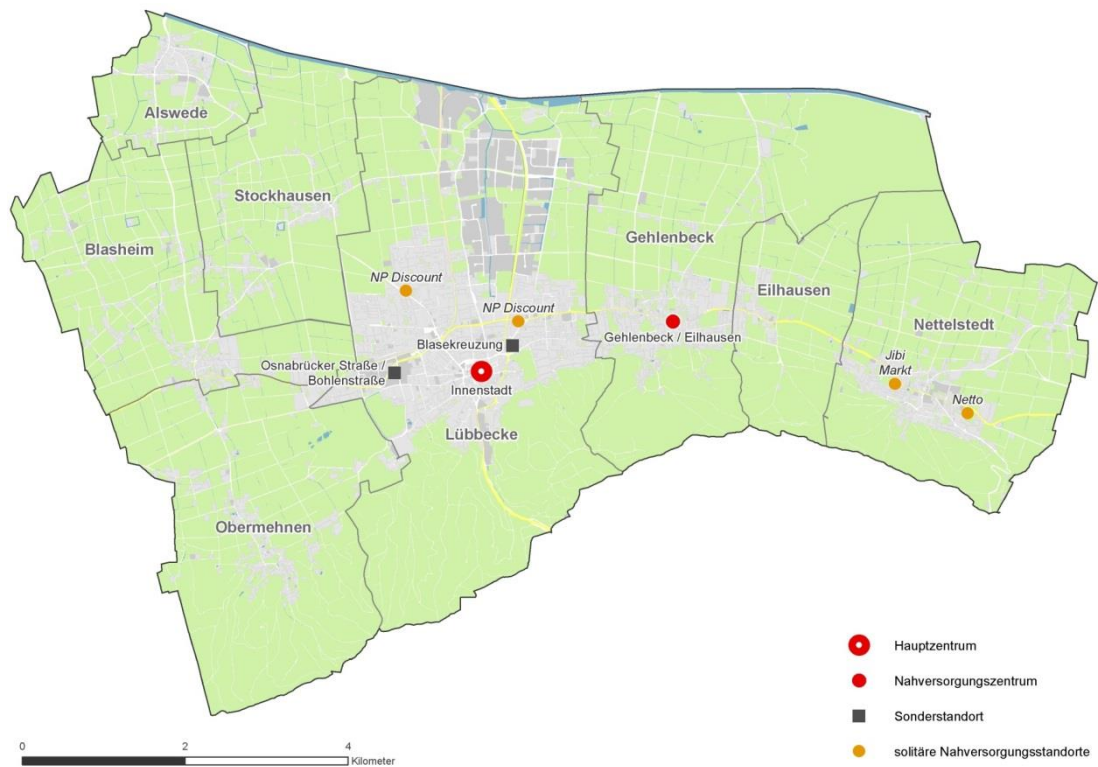
Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet/ Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist in Form von Lebensmittelmärkten) vorhanden,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien können nach wie vor die Angebotsstandorte Osnabrücker Straße / Bohlenstraße und Blase Kreuzung als ergänzende Sonderstandorte bezeichnet werden. Diese Standorte dienen auch zukünftig insbesondere als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche weitgehend restriktiv zu behandeln bzw. kritisch zu prüfen.

Trotz der weitreichenden Einzugsgebiete und ihrer Versorgungsfunktion können die Sonderstandorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden

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

Karte 14: Perspektivische Standortstruktur in Lübbecke

Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Lübbecke

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

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

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

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁶ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/ oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumli-

³⁶ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

chen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.³⁷

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

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur³⁸ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

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

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!³⁹

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile auch weitgehend geklärt ist die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lübbecke dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Lübbecker Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Lübbecke ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistun-

³⁷ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

³⁸ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

³⁹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

gen bildet. Dies ist in erster Linie natürlich der Hauptgeschäftsbereich in der Lübbecker Innenstadt, ebenso ist jedoch auch das mögliche Nahversorgungszentrum diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereiches sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

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

Städtebauliche Kriterien

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

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

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

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumli-

che Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Lübbecker Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

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

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

- dem **Hauptgeschäftsbereich** der Lübbecker **Innenstadt** (Zentrentyp I) und
- dem **Nahversorgungszentrum** Gehlenbeck / Eilhausen (Zentrentyp II).

Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2009 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Lübbeckes überprüft worden.

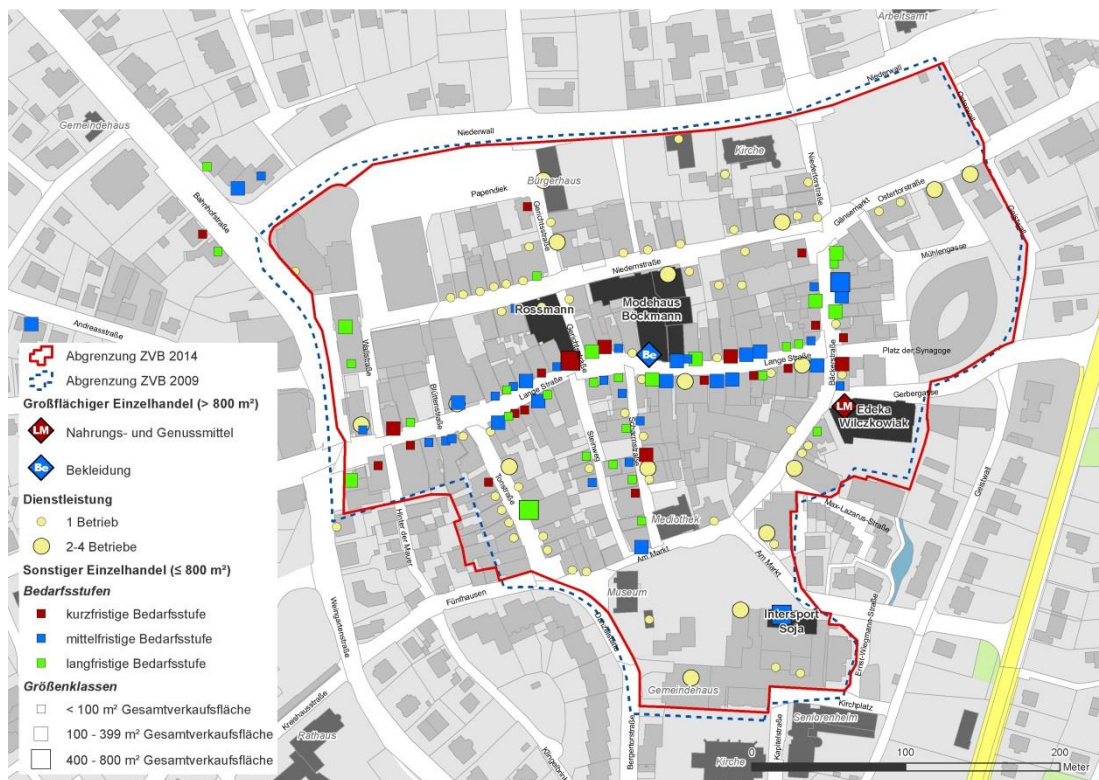
Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Ortsteilen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotsituation im Ortsteil orientiert.

7.1.1 Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt

Die Innenstadt der Stadt Lübbecke als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Lübbecke. Der hier ansässige Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Lübbecker Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Kommunen des mittelzentralen Verflechtungsbereichs. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in nachfolgender Karte 15 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Juli 2014; Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches der Lübbecke Innenstadt wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dementsprechend ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen durch eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung, weitestgehend identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2009.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich zwischen der Bahnhofstraße im Westen, dem Niederwall im Norden, den Straßen Geistwall und Bäckerstraße im Osten sowie dem Bereich Markt / Fünfhausen im Süden. Innerhalb der Innenstadt ist insbesondere entlang der **Kernachse Lange Straße** die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen festzustellen. Hier liegt nicht nur das größte Textilkaufhaus, sondern es sind auch die höchsten Anteile des Einzelhandels an den Erdgeschossnutzungen von durchweg (überwiegend deutlich) über 75 % sowie die höchsten Passantenfrequenzen festzustellen. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst darüber hinaus die nördlichen Neben- und Ergänzungslagen Niedernstraße, Gerichtsstraße, westliche Ostertorstraße und nördliche Bäcker Straße sowie im Süden die Ergänzungslagen südliche Bäckerstraße, Tonstraße, Steinweg, Scharnstraße, den Bereich des Marktes sowie die Straße Fünfhausen. Hier befinden sich viele kleinteilige oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte, die von einem stärkeren Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz flankiert werden.

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

Entwicklungsziele und -empfehlungen

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

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Lübbecker Innenstadt mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang bieten angemessen dimensionierte Entwicklungen u.a. der Fläche des ehemaligen Kaufhauses Ceka mit attraktiven Frequenzbringern und / oder Handelsmagneten innerhalb der Innenstadt eine sehr gute Entwicklungsoption in exponierter Lage als ein „Tor zur Innenstadt“. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels anzustreben. Mögliche großformatige Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die in der Innenstadt sowie im näheren Umfeld

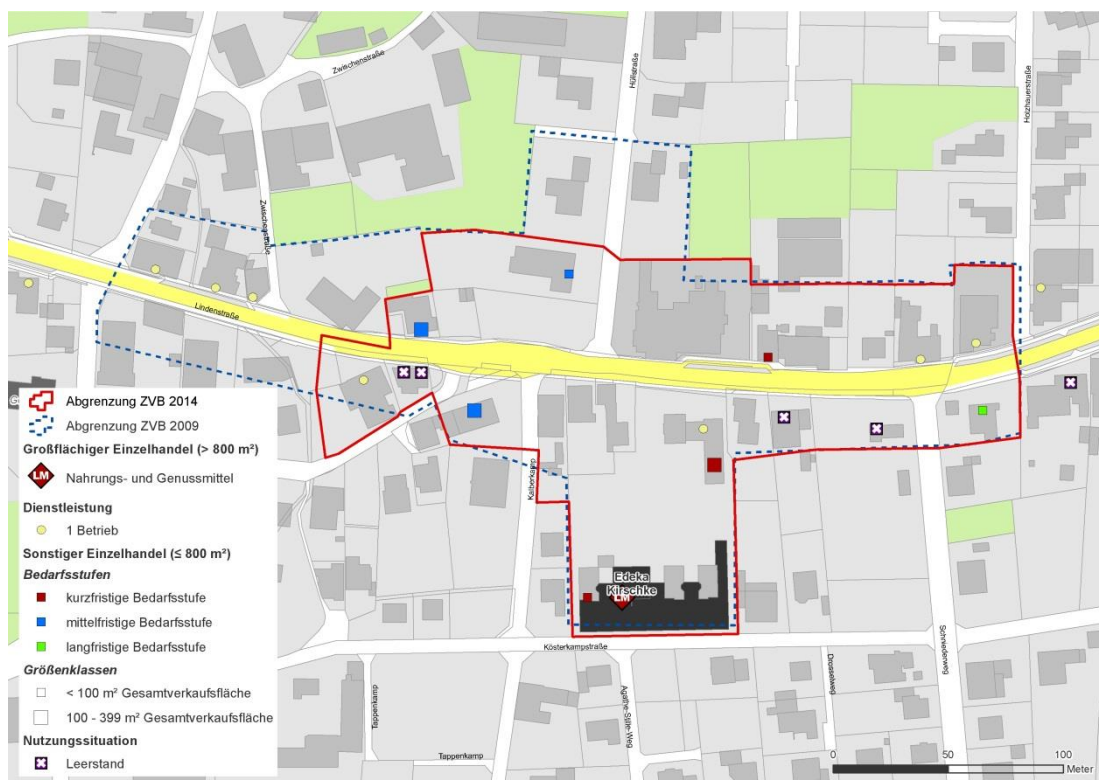
lebende Bevölkerung durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt.

- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

7.1.2 Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen

Das Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen (2009: perspektivisches Nahversorgungszentrum) ist mit acht Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rund 1.900 m² Verkaufsfläche sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen mit Angebotschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich der derzeit einzige Angebotsstandort in Lübbecke, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Er übernimmt die Versorgungsfunktion der Grundversorgung der Bevölkerung der Ortsteile Gehlenbeck und Eilhausen (rd. 4.000 Einwohner).

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen“



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Juli 2014; Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums erstreckt sich entlang der Lindenstraße (B 65) zwischen Schmiedestraße und Holzhauerstraße. Neben dem strukturprägenden Lebensmittelvollsortimenter Edeka, der im Wesentlichen die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums sicherstellt, sind weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ansässig, die das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen. Neben Anpassungen an parzellenscharfe Flurstücksgrenzen im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2009 ist die räumliche Ausdehnung im Sinne einer kompakten Struktur enger gefasst worden. So sind vor allem der Bereich entlang der Lindenstraße zwischen Schmiedestraße und Niederdorf- / Mühlenstraße sowie der Bereich der Hüllstraße nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen“ zu zählen. Es gibt dort keinen Einzelhandelsbesatz und die vorhandenen Nutzungen werden vorwiegend durch einfache Dienstleister sowie vor allem auch Wohnnutzung bestimmt.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche in den Ortsteilen Gehlenbeck und Holthausen
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als frequenzerzeugender Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen

7.2 Sonderstandorte des Einzelhandels in Lübbecke

Neben der Innenstadt bestehen mit zwei peripher gelegenen und vorwiegend auto-kundenorientierten Einzelhandelsstandorten in Lübbecke weitere räumliche Angebots-schwerpunkte im Stadtgebiet, die über ein teil- / gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügen. Dabei handelt es sich um Agglomerationen von Fachmärkten mit Angebotsschwerpunkten sowohl im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (z. B. bau- und gartenmarktspezifische Sortimente) als auch mit grundversorgungsrelevanten Angeboten (v. a. Nahrungs- und Genussmittel).

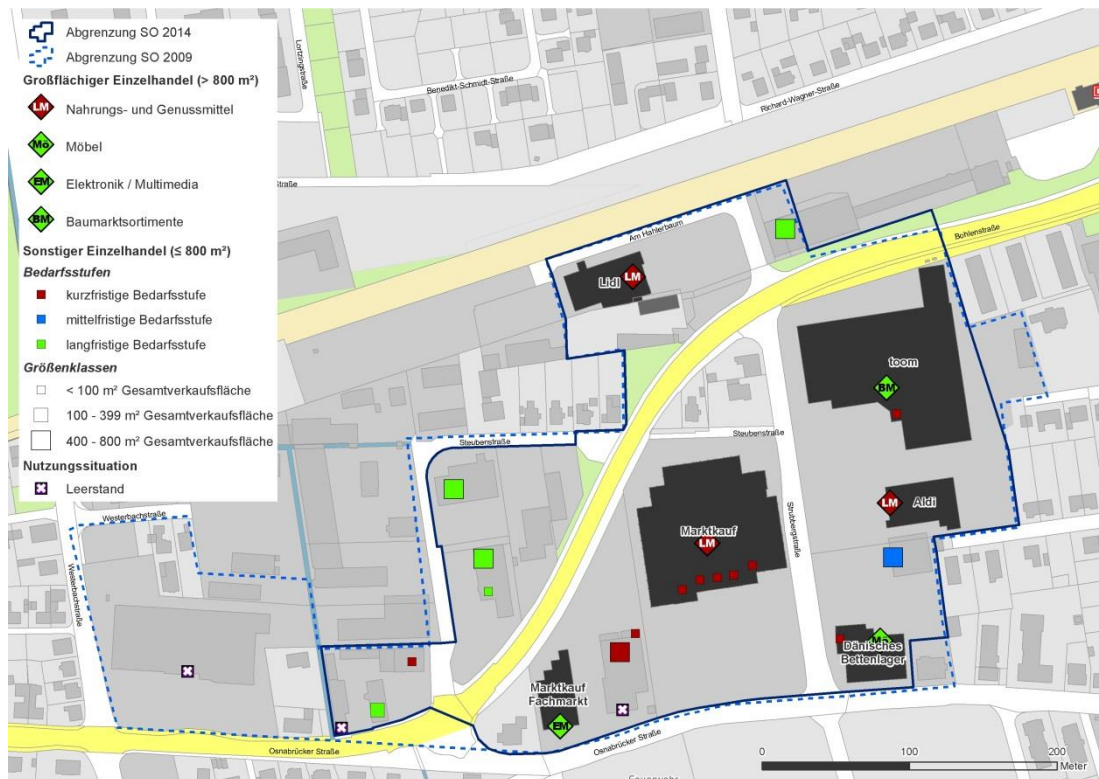
Im Sinne der Ergänzungsfunktion zur Innenstadt ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung dieser Sonderstandorte möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll.

7.2.1 Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße

Der Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße liegt in städtebaulich nicht-integrierter Lage an der B 65 im westlichen Bereich der Lübbecke Kernstadt. Er besteht aus einem Standortverbund um den Verbrauchermarkt Marktkauf sowie den großflächigen Bau- und Gartenmarkt toom an der Strubbergstraße. Das Einzelhandelsangebot

an diesem autokundenorientierten Fachmarktstandort umfasst aktuell rund 21 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 20.200 m² Verkaufsfläche über alle Bedarfsstufen.

Karte 17: Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1.) keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

- Als **Entwicklungsziel** für den Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße kann die zentrenverträgliche Sicherung bzw. der Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment festgehalten werden.
- Mit Blick auf die Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Lübbecke und der wohnortnahen Grundversorgung sollte ein weiterer Ausbau und eine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand konsequent vermieden werden. Bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment genießen grundsätzlich Bestandsschutz.

7.2.2 Sonderstandort Blase Kreuzung

Der Sonderstandort Blase Kreuzung befindet sich in städtebaulich integrierter, auto-kundenorientierter Lage nordöstlich der Kreuzung Berliner Straße (B 239) und Gehlen-

becker Straße in der Lübbecke Kernstadt. Die derzeit sechs ansässigen Einzelhandelsbetriebe weisen ein Verkaufsflächenangebot von zusammen rd. 3.000 m² Verkaufsfläche auf. Der Angebotsschwerpunkt dieses kompakten Standorts liegt in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektronik / Multimedia.

Karte 18: Sonderstandort Blase-Kreuzung



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten Kreis Minden - Lübbecke - Kataster- u. Vermessungsamt Mi-14-BSN-00894

Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1.) keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

- Auch für diesen Sonderstandort kann als **Entwicklungsziel** die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt formuliert werden.
- Eine Ausweitung nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Angebote über den genehmigten Bestand hinaus soll vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen jedoch nicht stattfinden.

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

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

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

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

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

- Alsweder Straße (derzeit NP Discount)
- Bohlenstraße (derzeit NP Discount)
- Ravensberger Straße (derzeit Jibi Markt)

- Ravensberger Straße (derzeit Netto)

Entwicklungsempfehlungen

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

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Lübbecke derzeit vor allem in den Siedlungsrandbereichen sowie den westlichen Ortsteilen Alswede, Blasheim, Stockhausen und Obermehren ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

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

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet

orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentsspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet der Grundsatz 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

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

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen auch in Lübbecke geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb der Innenstadt sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discounterorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- In den räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bringservices für Lebensmittel fungiert. Die Convenience Stores bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind die Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie

die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen Kleinflächenkonzepte lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen z.T. fließend sind⁴⁰:

- klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 - 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 - 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg. In Nordrhein-Westfalen und somit auch in Lübbecke bestehen diese Förderprogramme nicht.
- Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z.B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind i.d.R. soziale Einrichtungen aus der Region.
- bewohnergetragene Ansätze
Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z.B. im Rahmen eines genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.
- Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter
Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zur Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

40 Vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

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

8 Fortschreibung der Lübbecker Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Lübbecker Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten**, **zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁴¹.

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Lübbecke Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt⁴². Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

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

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge geschützt werden⁴³. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Ein-

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

⁴² vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

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

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

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁴⁴.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente⁴⁵ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstand-

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

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

orten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Lübbecke – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

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

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im Teilplan Großflächiger Einzelhandel definiert:

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

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

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

Herleitung der Lübbecker Sortimentsliste

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

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

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

werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes notwendig).

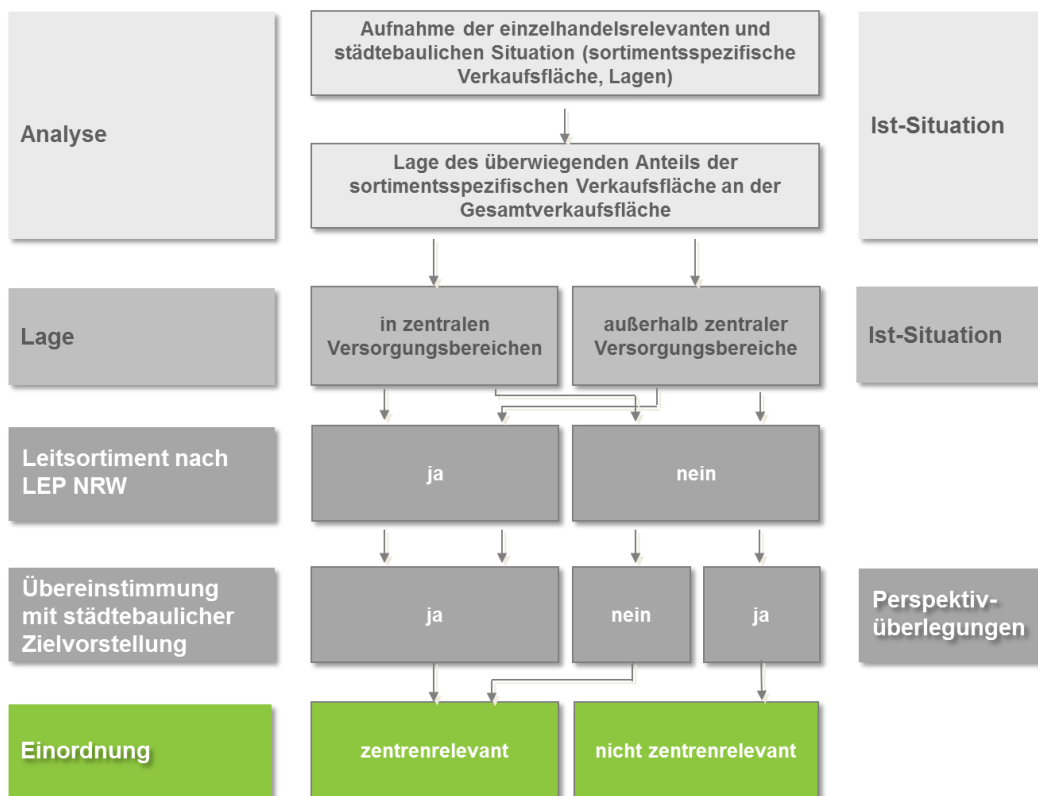
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus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

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Lübbecke selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Lübbecke.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt von Lübbecke verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit des Lübbecker Zentrums besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Lübbecke:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Lübbecke sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt in Lübbecke aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Lübbecke ergibt sich die im Folgenden dargestellte Lübbecker Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 15: Sortimentsliste für die Stadt Lübbecke

zentrenrelevante Sortimente	
hiervon nahversorgungsrelevant	Hörgeräte
Backwaren / Konditoreiwaren	Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel	Kunstgewerbe / Bilder und Bilderrahmen*
Fleisch- und Metzgereiwaren	Künstlerartikel / Bastelzubehör
Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Lederwaren / Taschen/ Koffer / Regenschirme
Getränke	Musikinstrumente und Zubehör
Nahrungs- und Genussmittel	Optik / Augenoptik
Schnittblumen	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Zeitungen / Zeitschriften	Sanitätsartikel / Orthopädiewaren
Bekleidung	Schuhe
Bild- und Tonträger	Spielwaren
Bücher	Sportartikel / Sportkleingeräte (inkl. Sportgroßgeräte)
Büromaschinen	Sportbekleidung
Computer und Zubehör	Sportschuhe
Elektrokleingeräte	Telekommunikation und Zubehör
Fotoartikel	Uhren / Schmuck
Glaswaren / Porzellan / Keramik	Unterhaltungselektronik und Zubehör
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Wohndekorationsartikel
Haushaltswaren	
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Angler- und Jagdartikel, Waffen	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)
Bauelemente, Baustoffe*	Kinderwagen
Bettwaren / Matratzen	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Bodenbeläge	Maschinen / Werkzeuge
Campingartikel (u. a. Campingkocher, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte)	Möbel (inkl. Küchen)
Eisenwaren / Beschläge	Pflanzen / Samen
Elektrogroßgeräte	Reitsportartikel
Elektroinstallationsmaterial	Rollläden / Markisen
Erotikartikel	Sanitärartikel
Fahrräder und technisches Zubehör	Tapeten
Farben / Lacke	Teppiche (Einzelware)
Fliesen	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe / Vasen (Indoor)
Gartenartikel / -geräte	Zoologische Artikel (inkl. lebende Tiere und Tiernahrung)*
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	
Kamine / Kachelöfen	

Quelle: eigene Darstellung,

rot dargestellt: im Vergleich zu 2009 abweichende Einordnung

blau dargestellt: Leitsortiment lt. sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel NRW

Die vorliegende Lübbecker Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des sachlichen Teilplans Einzelhandels LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Lübbecke. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 ergeben sich kleinteilige Veränderungen.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden.

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

Im Folgenden werden die Veränderungen gegenüber der ortstypischen Sortimentsliste aus dem Jahr 2009 dargelegt:

- In der Warengruppe Wohneinrichtung wurden die Sortimente **Bettwaren** und **Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe** 2009 als zentrenrelevant eingestuft. Aufgrund des überwiegenden Anteils der Verkaufsfläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (> 90 % bzw. knapp 100 %) werden diese Sortimente zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.
- In der Warengruppe Sportartikel waren die Sortimente **Campingartikel** sowie **Fahrräder und technisches Zubehör** bislang als zentrenrelevant eingestuft. Auch diese Sortimente befinden sich überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und werden zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
- Das Sortiment **Reitsportartikel** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste nicht vertreten, wird aber in Lübbecke aktuell ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Zwar bleibt Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, es lassen sich jedoch Ausnahmeregeln für eindeutige Funktionsbekleidung, die ausschließlich zu speziellen sportlichen Zwecken genutzt werden kann, formulieren. Dazu zählen beispielsweise Reithosen und Reithelme, nicht jedoch Sport- oder Freizeitbekleidung im Allgemeinen.
- Das Sortiment **Kinderwagen** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste als zentrenrelevante Sortimentsgruppe eingestuft. Es hat jedoch weniger als eigenständige Sortimentsgruppe im innerstädtischen Fachhandel als insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Babyfachmärkten oder als Randsortiment von Möbelmärkten einen immer größeren Stellenwert. Aufgrund seiner Beschaffenheit und geringen Magnetfunktion wird es als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

9 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

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

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

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

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

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

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

Grundsatz 1:

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

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftsbereich, Nahversorgungszentrum) liegen.

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

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigt),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz).

Erläuterungen:

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

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

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nah-einzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum

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

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

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁴⁷ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im **kompakten Siedlungsbereich** der Lübbecker Kernstadt entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rd. 600 m. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensvollsortimenter in einer Größenordnung von rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁴⁸. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde.

Um auch in dünn besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansonsten über keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Lübbeckes zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.

⁴⁷ Diese liegt derzeit bei rund 2.228 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2014).

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

Berechnungsbeispiel zur „35 % - Regel“:Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert, außerhalb der 600 m- Zone um die Innenstadt
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

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

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 6,68 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ($3.000 \text{ EW} \times 2.228 \text{ Euro je EW} = 6,68 \text{ Mio. Euro}$).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rd. 35 % dieser Kaufkraft abschöpfen: $6,68 \text{ Mio. Euro} \times 35 \% = 2,34 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte: ($5,18 \text{ Mio. Euro} / 2,34 \text{ Mio. Euro} = 2,21$)

Schlussfolgerung:

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

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

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

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Gehlenbeck / Eilhausen möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Lübbecker Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Grundsatz 1) sollen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im Hauptzentrum Innenstadt liegen. Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Zentrums (Ortsteil) dienen.

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

Ausnahme 1: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht-integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

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

Ausnahme 2: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten oder Dorfgebieten in Lübbecke zugelassen werden, wenn sie der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere der Lübbecker Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Lübbecker Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Lübbecke gelenkt werden, um diese Standorte in der jeweiligen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung sollte dabei in Anbetracht der Funktion als Haupt-

zentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können auch im Nahversorgungszentrum realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Zentrums gewährleistet ist.

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

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

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

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

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentsspezifischen Angebot im

betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

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

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁴⁹ im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Lübbecker Sortimentsliste sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und vorrangig an dafür vorgesehenen Sonderstandorten angesiedelt werden.

Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sind zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Lübbecker Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Ein-

⁴⁹ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

zelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

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

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

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung zentraler Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept die Sonderstandorte. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägungen an diesen Ergänzungsstandorten ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesen Standorten empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch in der Innenstadt realisiert werden, soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl

das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Lübbecke eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der ergänzenden Sonderstandorte an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

9.1 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Standorthierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Grundsätzen ermöglicht. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Tabelle 16: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit <i>nahversorgungsrelevantem</i> Kernsortiment (gemäß Grundsatz 1)	Einzelhandelsbetriebe mit <i>zentrenrelevantem</i> Kernsortiment (gemäß Grundsatz 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit <i>nicht-zentrenrelevantem</i> Kernsortiment (gemäß Grundsatz 3)
Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	ja	ja	ja ¹
Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet)	nicht-großflächige Betriebe (in Abhängigkeit von der Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet)	nein
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion)	nein	nein
Sonderstandorte	nein	nein	ja ^{1,2}
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI- / WA-Gebiete	ja (Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit)	Nicht-großflächige Betriebe (Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/ § 34-Gebieten): Versorgungsfunktion für den Nahbereich. Zentrenverträglichkeit)	nein

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich Innenstadt sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs ggf. weiter beschränkt sein kann / sollte.

Quelle: eigene Darstellung

Anhang

A1 Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Lübbecke – Vergleich 2009 / 2014	29
Abbildung 2:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Lübbecke differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie.....	56
Abbildung 3:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Lübbecke im Jahr 2014 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung	58
Abbildung 4:	Prognose zur Bevölkerungsentwicklung in Lübbecke bis zum Jahr 2025	68
Abbildung 5:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	69
Abbildung 6:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)	71
Abbildung 7:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Lübbecke als rein quantitative Orientierungsgröße	73
Abbildung 8:	Standortstrukturmodell für die Stadt Lübbecke	85
Abbildung 9:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	109

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien.....	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	16
Tabelle 4:	Lübbecker Ortsteile mit Einwohnerzahlen	23
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Lübbecke	26
Tabelle 6:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich.....	30
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand in Lübbecke nach Warengruppen	31
Tabelle 8:	Verkaufsflächenangebot in der Lübbecker Innenstadt	45
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Gehlenbeck / Eilhausen	48
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot am Standort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße	51
Tabelle 11:	Verkaufsflächenangebot am Standort Blase Kreuzung.....	53
Tabelle 12:	Einzelhandelsangebot in den Lübbecker Ortsteilen.....	55

Tabelle 13:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lübbecker Ortsteilen	61
Tabelle 14:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen	70
Tabelle 15:	Sortimentsliste für die Stadt Lübbecke	110
Tabelle 16:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	122

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Lübbecke in der Region	21
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur Lübbeckes.....	22
Karte 3:	Einzugsbereich des Lübbecker Einzelhandels	25
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	27
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke	40
Karte 6:	Leerstände in Lübbecke	41
Karte 7:	Die Einzelhandelslagen der Lübbecker Innenstadt	42
Karte 8:	Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Gehlenbeck / Eilhausen	47
Karte 9:	Die Einzelhandelslagen des Standortes Osnabrücker Straße / Bohlenstraße	50
Karte 10:	Die Einzelhandelslagen des Standortes Blase Kreuzung	52
Karte 11:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Lübbecke und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009	54
Karte 12:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Lübbecke mit 600 m – Fußwegedistanzen	63
Karte 13:	Räumliches Entwicklungsleitbild	78
Karte 14:	Perspektivische Standortstruktur in Lübbecke.....	88
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt“	93
Karte 16:	Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Gehlenbeck / Eilhausen“	95
Karte 17:	Sonderstandort Osnabrücker Straße / Bohlenstraße	97
Karte 18:	Sonderstandort Blase-Kreuzung	98

A2 Legende

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

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

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

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebens-

	<p>mittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.</p>
Nahversorgungszentrum	<p>Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p>
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	<p>Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort bzw.	<p>Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es</p>

Ergänzungsstandort	handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Sortimentsliste (ortstypische)	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.
(Städtebaulich) Integrierte Lage	Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Lübbecker Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Lübbecke integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht

ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

**Supermarkt
(= Lebensmittelmarkt)**

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch The-

kenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzonen sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

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

Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

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

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokun-

den, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

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