Stadt + Handel

Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Ochtrup

- Endbericht -

Donnerstag, 27. September 2012

Auftragnehmer

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR
Huckarder Str. 12
44147 Dortmund

Tel. 0 231. 8 62 68 90
Fax. 0 231. 8 62 68 91

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

Tel. 0721.14512262
Fax. 0721.14512263
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Dipl.-Geogr. Steffen Böttger

Dortmund, September 2012

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

Inhalt

Inhalt i

Abkürzungsverzeichnis iii

1 Einführung und Ergebnisübersicht 1

2 Rechtliche Rahmenvorgaben 4

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts 4

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien 4

2.3 Landesplanerische Regelungen 8

3 Methodik 9

4 Markt- und Standortanalyse 11

4.1 Trends im Einzelhandel 11

4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen 13

4.3 Angebotsanalyse 15

4.4 Nachfrageanalyse 17

4.4.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss 17

4.4.2 Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich 19

4.4.3 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden 19

4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Ochtrup 22

4.6 Analyse und Bewertung sonstiger wesentlicher Standorte 24

4.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Ochtrup 27

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung 29

6 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept 30

6.1 Das Zentrenkonzept 30

6.1.1 Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Ochtrup 30

6.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Ochtrup 30

6.1.3 Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des ZVB Innenstadtzentrum 40

6.1.4 Städtebaulich-funktionale Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für das Innenstadtzentrum 42
6.1.5 Empfehlung zur Entwicklung des Innenstadtzentrums 44
6.2 Das Nahversorgungskonzept 49
6.3 Konzept für ergänzende Sonderstandorte 51
6.3.1 Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Sonderstandorten 51
6.3.2 Empfehlungen zum Sonderstandort Deipenbrook 52
6.4 Die Sortimentsliste für Ochtrup 52
6.5 Ansiedlungsleitsätze 59
6.5.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze 59
6.5.2 Ansiedlungsleitsätze 60
6.6 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen 62
7 Schlusswort 64

Literatur- und Quellenverzeichnis I
Abbildungsverzeichnis III
Tabellenverzeichnis IV
Glossar V

Abkürzungsverzeichnis

Abb. ..... Abbildung
Abs. ..... Absatz
B ..... Bundesstraße
BAB ..... Bundesautobahn
BauGB ..... Baugesetzbuch
BauNVO ..... Baunutzungsverordnung
BID ..... Business Improvement District
Bsp. ..... Beispiel
BVerwG ..... Bundesverwaltungsgericht
bzw. ..... beziehungsweise
d. h. ..... dass heißt
Drog. ..... Drogeriewaren
EAG Bau ..... Europarechtsanpassungsgesetz Bau
ehem. ..... ehemals
EHK ..... Einzelhandelskonzept
einschl. ..... einschließlich
EOC ..... Euregio Outlet Center
etc. ..... et cetera
e. V. ..... eingetragener Verein
EW ..... Einwohner
f. ..... folgende
ff. ..... fortfolgende
FNP ..... Flächennutzungsplan
FOC ..... Factory-Outlet-Center
gem. ..... gemäß
ggf. ..... gegebenenfalls
GPK ..... Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
ha ..... Hektar
i. A. ..... im Auftrag
i. d. R. ..... in der Regel
i. e. S. ..... im engeren Sinne
i. H. v. ..... in Höhe von
inkl. ..... inklusive
insb. ..... insbesondere

ISG ..... Immobilien- und Standortgemeinschaft
i. S. v. ..... im Sinne von
i. V. m. ..... in Verbindung mit
IZ ..... Innenstadtzentrum
Kap. ..... Kapitel
Kfz ..... Kraftfahrzeug
Km ..... Kilometer
LEP NRW ..... Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen
LEPro NRW ..... Landesentwicklungsprogramm NRW
m ..... Meter
m² ..... Quadratmeter
max. ..... maximal
mind. ..... mindestens
Mio. ..... Millionen
MIV ..... motorisierter Individualverkehr
Mrd. ..... Milliarden
niL ..... städtebaulich nicht integrierte Lage
Nr. ..... Nummer
NuG ..... Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
NVZ ..... Nahversorgungszentrum
ÖPNV ..... öffentlicher Personennahverkehr
OVG ..... Oberverwaltungsgericht
o. g. ..... oben genannt
PBS ..... Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Pkw ..... Personenkraftwagen
rd. ..... rund
S. ..... Satz
SB (SB-Warenhaus) ..... Selbstbedienung
siL ..... sonstige städtebaulich integrierte Lage
sog. ..... sogenannt
SPNV ..... Schienenpersonennahverkehr
s. u. ..... siehe unten
Tab. ..... Tabelle
u. a. ..... unter anderem
u. ä. ..... und ähnliches
UEC ..... Urban Entertainment Center

usw. ..... und so weiter
u. U. ..... unter Umständen
v. a. ..... vor allem
VerfGH ..... Verfassungsgerichtshof
VGH ..... Verwaltungsgerichtshof
vgl. ..... vergleiche
VKF ..... Verkaufsfläche
WZ ..... Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes
ZVB ..... zentraler Versorgungsbereich
z. B. ..... zum Beispiel
z. T. ..... zum Teil
z. Z. ..... zurzeit

1 Einführung und Ergebnisübersicht

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

Die Stadt Ochtrup beabsichtigt, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Zentren- und Einzelhandelsstruktur auf eine entsprechend tragfähige wie auch städtebaulich-funktional ausgewogene sowie schließlich rechtssichere Gesamtkonzeption zu gründen und somit das 2011 beschlossene Stadtentwicklungskonzept sektoral zu vertiefen. Hierdurch soll insbesondere die Leitfunktion des Einzelhandels die Vitalität und Attraktivität des Innenstadtzentrums stabilisiert und ausgebaut werden. Im Fokus stehen dabei eine verbesserte Verknüpfung zwischen den innerstädtischen Einzelhandelslagen und die Entwicklung von Handlungsansätzen für eine aktive Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums (hier insbesondere der Weinerstraße). Die vorliegende Konzeption schreibt dabei die bis dato gültige gutachterliche Stellungnahme zur Prüfung zentren- bzw. nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelssortimente aus dem Jahr 2006 fort.[1]

Um eine solch ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern und dauerhaft zu stärken, enthält die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts Empfehlungen primär für die kommunale Bauleitplanung sowie Grundlagen für Impulse durch Projektentwickler, Investoren und Immobilieneigentümer. Zudem werden durch die Evaluation wesentlicher Strukturentwicklungen und das Aufzeigen konzeptioneller Handlungsfelder auch Informationen bereitgestellt, die für weitere Adressaten von Interesse sein können. Hier ist neben der Wirtschaftsförderung, dem Stadtmarketing, den Einzelhändlern und Handelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertretern, Immobilieneigentümern und Ansiedlungsinteressierten insbesondere auch die zwischenzeitlich konstituierte Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Altstadt Ochtrup e.V. hervorzuheben.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelskonzept zunächst der aktuelle Zustand der Ochtruper Einzelhandelsstruktur für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Die Analyse legt folgende Standortstärken, aber auch gewisse Handlungsbedarfe zur Einzelhandelsstruktur offen:

Stärken und Potenziale der Einzelhandelsstruktur in Ochtrup

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist mit 0,96 unter dem Bundesdurchschnitt (1,0), hat sich diesem jedoch in den letzten Jahren sukzessive angenähert.

[1] Vgl.: Junker und Kruse (2006 b): Zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Einzelhandelssortimente in der Stadt Ochtrup („Ochtruper Sortimentsliste").

- Die gesamtstädtische Zentralität ist mit 113 % entsprechend der zentralörtlichen Funktionszuweisung als Mittelzentrum als angemessen aber ausbaufähig zu bewerten.
- Die Stadt Ochtrup verfügt mit 2,35 m² VKF je Einwohner über angemessene aber ausbaufähige Ausstattungskennwerte in Bezug auf das vorhandene Einzelhandelsangebot.
- Die Ochtruper Einzelhandelsstruktur weist eine gute siedlungsräumliche Integration auf. Lediglich 4 % der Einzelhandelsbetriebe bzw. 8 % der Gesamtverkaufsfläche befinden sich in nicht integrierten Lagebereichen.
- Das Ochtruper Innenstadtzentrum weist mit 67 % der Einzelhandelsbetriebe sowie 50 % der Gesamtverkaufsfläche ein sehr hohes Standortgewicht auf.
- Die bauliche Erweiterung des Factory-Outlet-Centers Ochtrup (im Folgenden: FOC Ochtrup) führt zu einer deutlichen Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandortes Ochtrup. Die zentrale Lage des FOC innerhalb des Innenstadtzentrums bietet dabei Potenziale zur Generierung von Synergieeffekten.[2]
- Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter sind ausschließlich im Innenstadtzentrum verortet und leisten aufgrund ihrer ausgewogenen räumlichen Verteilung einen wertvollen Beitrag zur Belebung und Funktionsfähigkeit der innerstädtischen Einzelhandelslagen.

Besondere Handlungsbedarfe in Ochtrup

- Hinsichtlich einer aus Konsumentensicht städtebaulich und funktional wahrnehmbaren Anbindung der innerstädtischen Einzelhandelslagen Altstadt und FOC Ochtrup ergeben sich noch Optimierungsbedürfnisse.
- Kleinteilige Gebäude- und Geschäftsstrukturen im Bereich der historischen Altstadt (Bereich Weinerstraße) erschweren die Ansiedlung von Magnetbetrieben und die Etablierung leistungsfähiger Anbieter in diesen Lagebereichen.
- Vor dem Hintergrund der Angebotsausweitung des FOC ergibt sich für Teilbereiche des Innenstadtzentrums der Bedarf zur funktionalen Neuausrichtung/ Profilierung, um bestmögliche Synergieeffekte zu erzeugen.

Auf Basis der Strukturanalysen werden in dieser Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Ochtrup folgende übergeordnete, gesamtstädtische Entwicklungszielstellungen hergeleitet:

1. Fortsetzung der Anstrengungen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum

[2] Mit Vollendung der zweiten Ausbaustufe des Euregio Outlet Centers Ochtrup im August 2012 erfolgte die Umbenennung in FOC Ochtrup. Diese Bezeichnung wird im Rahmen des vorliegenden Berichts Verwendung finden.

2. Sicherung und Stärkung eines zentralen Nahversorgungsbesatzes samt kleinteiligen Angeboten in den Ortsteilen
3. Bereitstellung ergänzender Standorte

In Verbindung mit diesen Zielstellungen werden schließlich konkrete Empfehlungen zur gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels in Ochtrup entwickelt. Gleichzeitig wird zudem die Ochtruper Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste) überprüft und fortgeschrieben. Wesentliches Ergebnis dieses Einzelhandelskonzepts sind nicht zuletzt die sogenannten Ansiedlungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten begleitenden Arbeitskreis erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und die besonderen Belange auch der Ochtruper Händlerschaft Berücksichtigung finden.

Das kommunale Einzelhandelskonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag[3] eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden.

[3] Im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB; wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandelskonzepts ist u. a. der politische Beschluss dieses Konzepts.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die Abgrenzung und der Schutz der sog. zentralen Versorgungsbereiche vertieft erörtert. Auch die darauf zielende Sortimentsliste sowie ergänzende landes- und regionalplanerische Vorgaben werden nachfolgend skizziert.

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Nebenzentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets städtebauliche Aspekte stehen, zu denen der Schutz zentraler Versorgungsbereiche gehört.

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

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

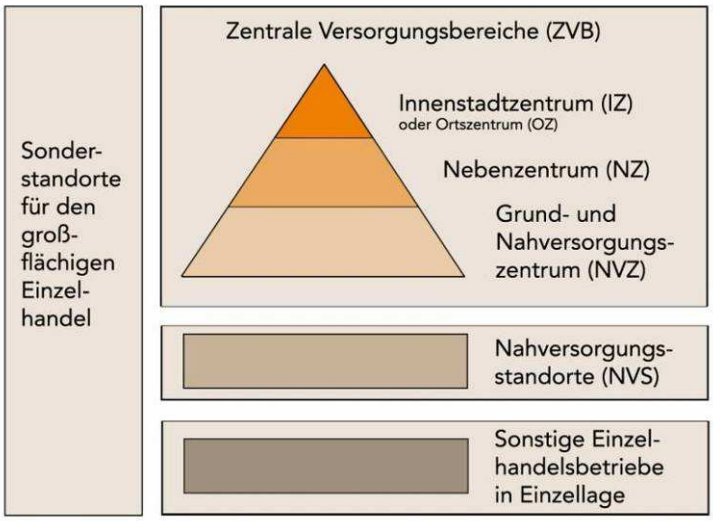
Die Innenstädte, die städtischen Nebenzentren und die Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Der räumlich abgegrenzte zentrale

Versorgungsbereich der Stadt Ochtrup bildet die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich je nach Größe und Struktur einer Kommune i. d. R. ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (vgl. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)



Quelle: Eigene Darstellung.

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.[4]

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und auf Grund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage

[4] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07

sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs - sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung - zu erfüllen.[5]

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen.[6]

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein
▪ räumlich abgrenzbarer Bereich, ▪ der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt, ▪ eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistung- und Gastronomieangebot geprägt ist.

Quelle: Eigene Darstellung.

Ist die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

[5] Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06

[6] Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Aspekte des Einzelhandels:
▪ Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, ▪ aktuelle und/ oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional),
Sonstige Aspekte:
▪ Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), ▪ städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, ▪ integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets, ▪ verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, ▪ ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Quelle: Eigene Darstellung.

In diesem Einzelhandelskonzept werden Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte ergänzend untersucht. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität der zentralen Versorgungsbereiche werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände in Zentren erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.[7]

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren nä-

[7] Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

her untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.[8]

2.3 Landesplanerische Regelungen

Während der Erarbeitungsphase des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ochtrup haben sich die raumordnerischen Festlegungen zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel in NRW dynamisch verändert: Der Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen (VGH NRW) hatte am 26.08.2008 § 24a Abs. 1 Satz 4 LEPro - die landesplanerische Regelung zur Steuerung von Factory-Outlet-Center - für nichtig erklärt. Hinsichtlich der landesplanerischen Regelungen zur Steuerung des Einzelhandels insgesamt hatte das Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen (OVG NRW) in seiner Entscheidung vom 30.09.2009 festgestellt, dass § 24a LEPro kein Ziel der Raumordnung darstelle. Die eingelegte Nichtzulassungsbeschwerde wurde vom Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) am 14.04.2010 zurückgewiesen, womit das o. g. Urteil des OVG NRW Rechtskraft erlangte. In der Folge war § 24a LEPro damit von den Kommunen allenfalls als Grundsatz der Raumordnung zu berücksichtigen und nicht – wie ursprünglich vorgesehen – zwingend zu beachten. Das LEPro und damit auch die landesplanerischen Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind am 31.12.2011 ausgelaufen. Die Erarbeitung eines Entwurfs für einen neuen umfassenden Landesentwicklungsplan, der auch Regelungen zum großflächigen Einzelhandel enthalten soll, wurde von der Landesregierung unterbrochen. Stattdessen hat die Landesregierung entschieden, vorgezogen landesplanerische Regelungen zum großflächigen Einzelhandel in einem sachlichen Teilplan zum LEP NRW zu erarbeiten. Ein entsprechender Entwurf wurde am 17.04.2012 vom Landeskabinett beschlossen.

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des Einzelhandelskonzeptes für Ochtrup wurden einer ersten Prüfung zu den aufgeführten landesplanerischen Entwurfsregelungen unterzogen. Das Gutachterbüro Stadt + Handel kommt zu der Einschätzung, dass der Entwurf des LEP Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel keine Zielvorgabe enthält, zu der das Einzelhandelskonzept in Konflikt steht. Ob oder inwiefern sich Anpassungsbedarf für das Einzelhandelskonzept ergeben, sollte nach endgültigem Inkrafttreten des LEP Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel in Zusammenspiel mit der kommunalen Anwendungspraxis des Einzelhandelskonzeptes geprüft werden.

[8] Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandelskonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische empirische Erhebungen zurückgreifen. Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Tabelle 3: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine

	Bestands-erhebung	Passanten-befragung	Händler-befragung	Passanten-frequenz-zählung	Kunden-herkunfts-erhebung
Datengrundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Befragung durch Stadt + Handel	Befragung durch Stadt + Handel	Zählung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel
Zeitraum	6. + 7. KW 2012	9. + 12. KW 2012	6. - 8. KW 2012	12. KW 2012	9. KW 2012
Methode	Flächendeckende Vollerhebung	Halbstandardisierter Fragebogen (n=800) Standorte: Altstadt und FOC	Flächendeckende Verteilung von Fragebögen (n=141; Rücklauf: 19)	Zählung an Zählpunkten in der Innenstadt	Standardisierter Fragebogen (n=25; Rücklauf: 8)
Inhalt	Standortdaten, VKF und Sortimente aller Betriebe, städtebauliche Analyse/ zentrenergänzende Funktionen	Passantenherkunft nach Sortiment Angebotslücken Standortbewertungen	Angebotslücken Umsatzherkunft Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche	Passantenfrequenz pro Stunde	Kundenherkunft

Quelle: Eigene Darstellung.

Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis

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

Für die Verwaltung:

- Stadt Ochtrup, Vertreter des Bauamtes, der Wirtschaftsförderung sowie der Bürgermeister und die Erste Beigeordnete
- Vertreter der politischen Fraktionen

Für den Einzelhandel und die Region:

- Vertreter der Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen
- Vertreter der Handwerkskammer Münster
- Vertreter des Einzelhandelsverbandes Westfalen-Münsterland
- Vertreter der Bezirksregierung Münster
- Vertreter der Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Altstadt Ochtrup e.V.
- Vertreter der Händlerschaft (VWO e.V.)

4 Markt- und Standortanalyse

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

4.1 Trends im Einzelhandel

Bevor im Folgenden die konkrete Situation des Einzelhandels in Ochtrup analysiert wird, werden einleitend wichtige Trends der bundesdeutschen Einzelhandelsentwicklung skizziert. Dabei handelt es sich um Faktoren, die es bei der Erstellung dieses Konzepts aufgrund ihrer räumlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen zu beachten gilt. Der Einzelhandel als dynamischer Wirtschaftsbereich unterliegt seit einigen Jahrzehnten einem fortwährenden, dynamischen Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen.

Entwicklungen auf der Angebotsseite

Wesentliche Faktoren, die zu Veränderungen auf der Angebotsseite des Einzelhandels geführt haben, sind mit den folgenden Schlagworten zu charakterisieren:

- **Wandel der Betriebsformen und rückläufige Betriebszahlen:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Discountorientierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte einher.
- **Entstehen neuer Handelsformen:** Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen, wie z. B. Shopping Center und Factory-Outlet-Center, sind auch neue Entwicklungen im nicht stationären Einzelhandel, z. B. im Bereich E-Commerce, zu beobachten.
- **Unternehmens- und Umsatzkonzentration:** Nach dem zweiten Weltkrieg dominierte in Deutschland noch der eigentümergeführte Betrieb. Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel, in dem die fünf größten Unternehmen der Branche einen Bruttoumsatz von rd. 146 Mrd. Euro erwirtschaften.[9]

[9] Vgl. EHI (2008): S. 199

Durch den Unternehmenskonzentrationsprozess werden die Ausdünnung des Versorgungsnetzes und das Wachstum nicht integrierter Standorte verstärkt.

- **Anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitig zurückgehender Flächenproduktivität durch stagnierende Umsätze:** Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,46 m² Verkaufsfläche.[10] Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat zudem zu einer Senkung der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt.
- **Entwicklungen auf der Nachfrageseite**

  Neben den skizzierten Veränderungen auf der Angebotsseite nehmen auch Veränderungen auf der Nachfragseite Einfluss auf die Handelslandschaft. Die Nachfrage der Konsumenten wird im Wesentlichen durch den privaten Verbrauch sowie das verfügbare Einkommen bestimmt. Die Nachfrageseite ist durch folgende Entwicklungen geprägt:
- **Wandel der demographischen Strukturen mit Veränderungen der Einwohnerzahlen, der Anzahl und der Größe der Haushalte:** Für Deutschland hat das Statistische Bundesamt eine deutliche Abnahme der Gesamtbevölkerung prognostiziert, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden in der Bevölkerungsentwicklung zu rechnen ist. Gleichzeitig stieg die Anzahl der Privathaushalte seit 1965 stetig an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduzierte. Im Jahr 2006 bildeten die Single-Haushalte mit einem Wert von 35 % den größten Teil der privaten Haushalte.[11]
- **Entwicklung der Altersstrukturen:** Im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel steigt der Anteil Älterer an der Gesamtbevölkerung; zudem nimmt innerhalb der Gruppe der über 65-Jährigen der Anteil der Betagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann wichtiger wird, wenn mit dem Alter die (Auto-) Mobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten und Serviceleistungen für Senioren (u. a. Bringdienste).
- **Veränderte Einkommensverhältnisse und die Ausgabenstruktur der Konsumenten:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, wird dieses Einkommen nicht analog steigend im Einzelhandel ausgegeben. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird hingegen für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten sowie für das Wohnen ausgegeben.

[10] Vgl. Website HDE 2010

[11] Vgl. EHI (2008): S. 57

- **Verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher:** In den letzten Jahrzehnten hat sich in Deutschland ein gesellschaftlicher Wertewandel vollzogen, der dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend einen immateriellen Erlebniswert beimisst. Aus diesem Grund ist eine Aufspaltung des Einkaufs in ein Segment „Erlebniseinkauf" und in ein Segment „Versorgungseinkauf" zu beobachten. Der Erlebniseinkauf zeichnet sich durch die Faktoren Qualität, Status und Atmosphäre aus, beim Versorgungseinkauf hingegen stehen der Preis und die schnelle Erreichbarkeit im Fokus der Konsumenten. In diesem Zusammenhang steht auch das so genannte one-stop-shopping, das dem Kunden durch Agglomerationen mehrerer Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ermöglicht, alle Waren an einem Einkaufsort zu besorgen, so dass Einkaufshäufigkeit und -aufwand reduziert werden können.

4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt.

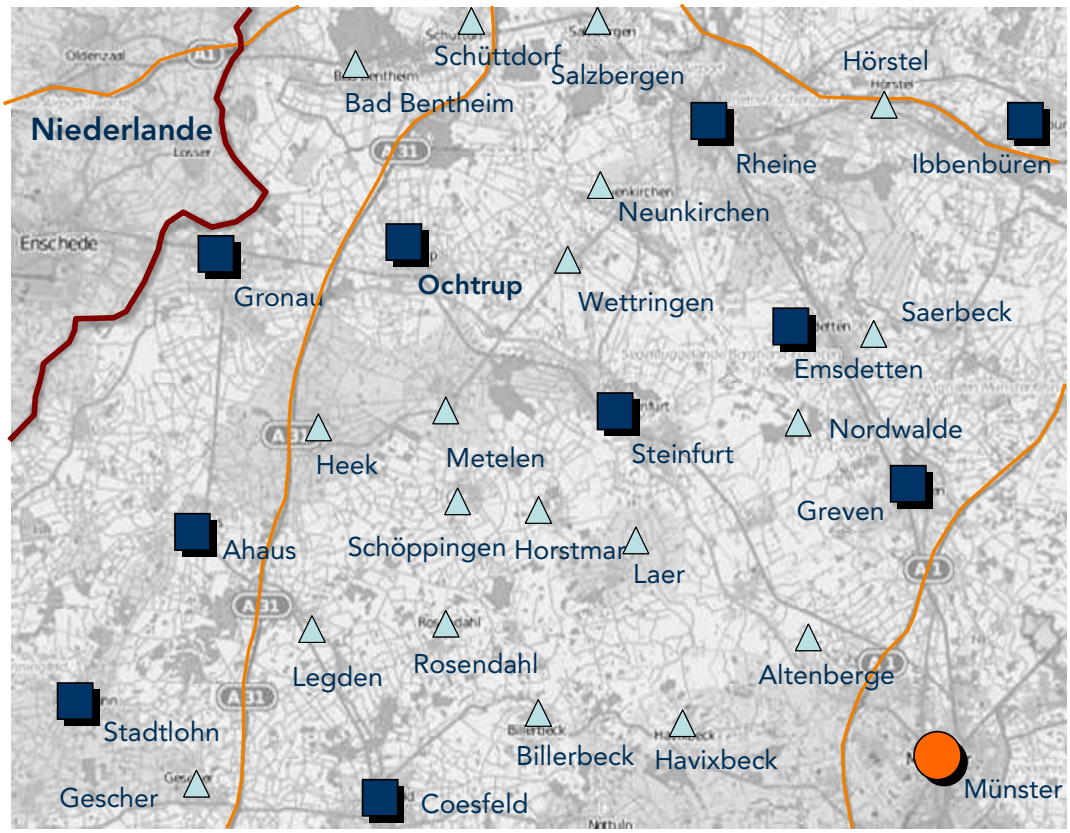
Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Das Mittelzentrum Ochtrup liegt im Kreis Steinfurt im nordwestlichen Münsterland umgeben von den Mittelzentren Emsdetten, Gronau, Rheine und Steinfurt. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Münster. Westlich von Ochtrup erstreckt sich, in rd. 10 km Entfernung, bei Gronau die niederländische Grenze. Auf der niederländischen Seite befindet sich die Großstadt Enschede, in rund 25 km Entfernung.

Die Stadt Ochtrup setzt sich aus dem gleichnamigen Stadtteil Ochtrup sowie den in 4 bzw. 6,5 km Entfernung gelegenen Stadtteilen Langenhorst und Welbergen zusammen. Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Ochtrups etwa 19.430 Einwohner[12], wobei die Kernstadt mit rd. 88 % der Einwohner den dominanten Bevölkerungsschwerpunkt bildet. Auf die beiden Stadtteile Langenhorst und Welbergen entfallen jeweils rund 6 % der Gesamtbevölkerung.

[12] Vgl. Website Statistisches Landesamt NRW (IT NRW) 2012; Einwohner mit Hauptwohnsitz der Stadt Ochtrup Stand: 31.12.2010.

Abbildung 2: Lage in der Region



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2009), OpenStreetMap (2010)- Veröffentlicht unter CC-BY-SA 2.0.

Verkehrsinfrastruktur

Die verkehrliche Erreichbarkeit Ochtrups ist allgemein positiv zu bewerten. Über die Autobahn BAB 31 besteht ein mittelbarer Anschluss an das Fernstraßennetz. Die Trasse dient als wichtige Nord-Süd-Verbindung und bindet Ochtrup sowohl an den Ballungsraum des Ruhrgebietes sowie an das nördlich gelegene Emsland an. Die nördlich von Ochtrup, in Ost-West-Richtung verlaufende BAB 30 schafft zudem eine bedeutende Verbindung zu den Niederlanden. Des Weiteren gewährleistet die von Münster in Richtung Niederlande führende B 54 eine gute verkehrliche Anbindung an das nationale und europäische Verkehrsnetz.

Ochtrup ist zudem über den südlich der Innenstadt gelegenen Bahnhof an das Streckennetz der Deutschen Bahn angeschlossen. Es besteht eine stündliche Verbindung zwischen dem Hauptbahnhof Münster und Enschede, mit Haltepunkten in den umliegenden Mittelzentren.

Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Ochtrup zeichnet sich vor allem durch seine Lage im überwiegend ländlichen Siedlungsraum des Münsterlandes aus. Dessen ungeachtet befinden sich diverse Mittelstädte im unmittelbaren räumlichen Umfeld. Als wesentliche Rahmenbedingung ergibt sich hieraus zugleich, dass Ochtrup als Einzelhandelsstandort mit den benachbarten Mittelzentren ein leistungsstarkes Konkurrenzumfeld aufweist. Mit Wettringen und Metelen gibt es zwei kommunal eigenständige Grundzentren, welche sich gemäß ihrer landesplanerischen Ausweisung und ihrer funktionalen Zuordnung auf Ochtrup beziehen.

Die verkehrliche Anbindung Ochtrups ist insbesondere nach Norden und Süden für den motorisierten Individualverkehr (MIV) gut ausgebaut. Der Schienenpersonennahverkehr (SPNV) bietet darüber hinaus eine leistungsfähige Anbindung nach Enschede und Münster.

Den Siedlungsschwerpunkt innerhalb des gesamten Stadtgebiets bildet der Stadtteil Ochtrup; der überwiegende Anteil der Ochtruper Bevölkerung ist dort ansässig. Gleichwohl sind in der nachfolgenden Analyse auch die anderen Stadtteile und Standortbereiche zu berücksichtigen.

4.3 Angebotsanalyse

Im Rahmen der Bestandserhebung 2012 wurden insgesamt 141 Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet erfasst, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 45.670 m² verfügen. Der Vergleich von Erhebungen der letzten Dekade zeigt deutliche Schwankungen hinsichtlich der Anzahl von Einzelhandelsbetrieben in Ochtrup sowie der Verkaufsflächensummen auf. Generell weisen die Daten zumindest seit 2006 auf stagnierende Verkaufsflächensummen bei einer rückläufigen Anzahl von Betrieben hin, was hinsichtlich der Betriebsanzahl dem bundesweiten Trend entspricht (vgl. folgende Tabelle). Deutliche Rückgänge sind bei den Einzelhandelsverkaufsflächen zu verzeichnen. Zwar konnte die insbesondere zwischen 1999 und 2006 zu verzeichnende negative Entwicklung durch die Ansiedlung des FOC Ochtrup (ehem. EOC) gestoppt werden. Gleichwohl hat die Stadt Ochtrup den Verlust von Verkaufsflächen zwischen 1999 und 2006 noch nicht kompensieren können. Auch unter Berücksichtigung der inzwischen realisierten 2. Ausbaustufe des FOC werden die Vergleichswerte von 1999 knapp unterschritten. Gleichzeitig sind die Verkaufsflächen auf Bundesebene in der letzten Dekade gemittelt um rd. 1 % per anno gestiegen.[13] Demnach muss für Ochtrup auch unter Berücksichtigung bundesweiter Trends eine rückläufige Entwicklung im Betrachtungszeitraum konstatiert werden.

[13] So stieg die Gesamtverkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland von 109 Mio. m² VKF im Jahr 2000 auf 122,4 Mio. m² VKF im Jahre 2010 (vgl. Website handelsdaten.de; 2012)

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Ochtrup

	Einzelhandels-konzept 1999 Junker und Kruse	Gutachterliche Stellungnahme 08/2006 Junker und Kruse	Fortschreibung Einzelhandelskonzept 2012 Stadt + Handel*
Anzahl der Betriebe	139	176	141
Gesamtverkaufsfläche	rd. 54.000 m²	46.640 m²	45.670 m²
Gesamtverkaufsfläche je Einwohner	2,89 m²/Ew	2,42 m²/Ew	2,35 m²/Ew

Quellen: Einzelhandelsbestandserhebungen Stadt + Handel 02/2012; Junker und Kruse 1999; 2006; * Daten 2012 ohne 2. Ausbaustufe FOC Ochtrup.

Mit 2,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner weist Ochtrup gegenwärtig ein gemäß seiner zentralörtlichen Funktion als Mittelzentrum durchschnittliches quantitatives Ausstattungsniveau auf. Bei einer teilräumlichen Differenzierung des Verkaufsflächenbestandes wird zudem deutlich, dass sich der Einzelhandelsbestand mit 94 % der Einzelhandelsbetriebe bzw. 96 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen fast ausschließlich auf den Stadtteil Ochtrup konzentriert.[14] Mit insgesamt zwei Dritteln der Betriebe und etwa der Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nimmt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum eine deutlich herausgehobene Stellung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge ein.

Bei sortimentsdifferenzierter Betrachtung des Verkaufsflächenbestandes zeigt sich die insgesamt sehr gute siedlungsräumliche Integration des Einzelhandels. Nahezu alle üblicherweise nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente werden ausschließlich im Innenstadtzentrum oder in städtebaulich integrierten Lagen angeboten. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang auch der erhöhte Anteil von Warengruppen mit eher niedrigen Flächenproduktivitäten wie Möbel oder Teppiche. In den nicht integrierten Standortbereichen jenseits der Wohngebiete werden ausschließlich üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente wie Baumarktsortimente oder Pflanzen/ Gartenbedarf angeboten. Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf geringe Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Stadtgebiets zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und den Standorten in nicht integrierten Lagen hin.

[14] Aufgrund des Stichtagscharakters der Einzelhandelserfassung (Erhebungszeitraum Februar 2012) wurde in den Bestandsdaten für Ochtrup die 2. Ausbaustufe des EOC Ochtrup nicht berücksichtigt.

Tabelle 5: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen

	ZVB Innenstadt-zentrum	Integrierte Streula-gen (siL)	Städtebaulich nicht integ-rierte Lagen (niL)
Anzahl der Betriebe	94	42	5
Anteil	67 %	30 %	3 %
Verkaufsfläche (in m²)	22.725	19.375	3.575
Anteil	50 %	42 %	8 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Leerstände nicht enthalten; Werte der Verkaufsflächen auf 25 m² gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen.

4.4 Nachfrageanalyse

Neben den angebotsseitigen Rahmenbedingungen sind auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der IBH RETAIL CONSULTANTS GmbH (IBH) zurückgegriffen.

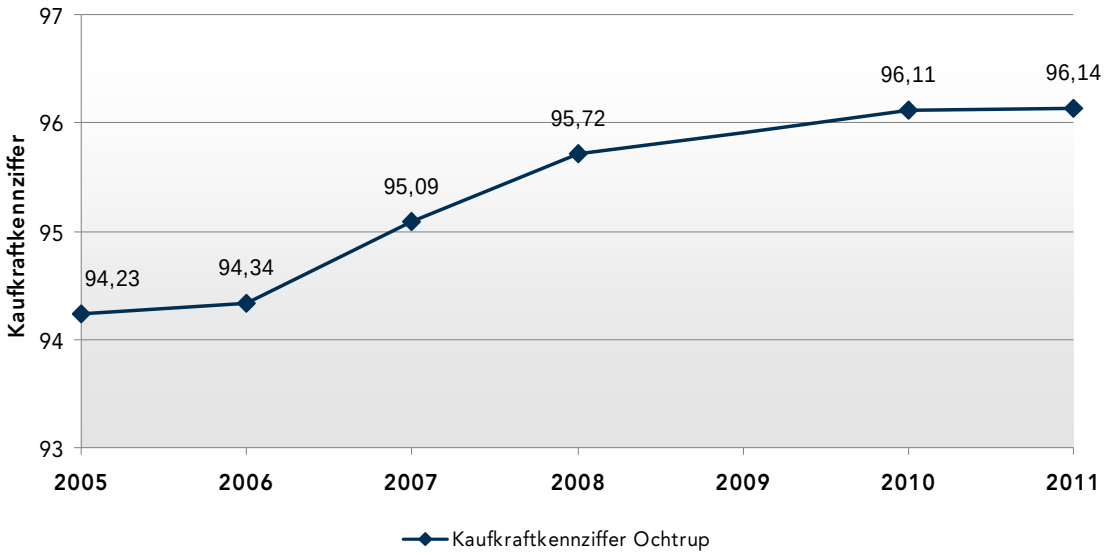
Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Händlerbefragung sowie der Kundenherkunftserhebung können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse aus Ochtrup heraus dargestellt werden. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Ochtrup durch die Kunden.

4.4.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

Ochtrup verfügt gemäß IBH über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 5.040 € je Einwohner und Jahr, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit etwa 2.000 € je Einwohner pro Jahr auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt. Für das Mittelzentrum ergibt sich somit eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 97,9 Mio. € pro Jahr.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau je Einwohner hat sich in Ochtrup in den letzten sieben Jahren sukzessive dem Bundesdurchschnitt angenähert. Lag die Ochtruper Kaufkraftkennziffer 2005 noch bei rd. 94 % (bezogen auf den Bundesdurchschnitt von 100 %), so ist sie inzwischen auf 96 % angestiegen.

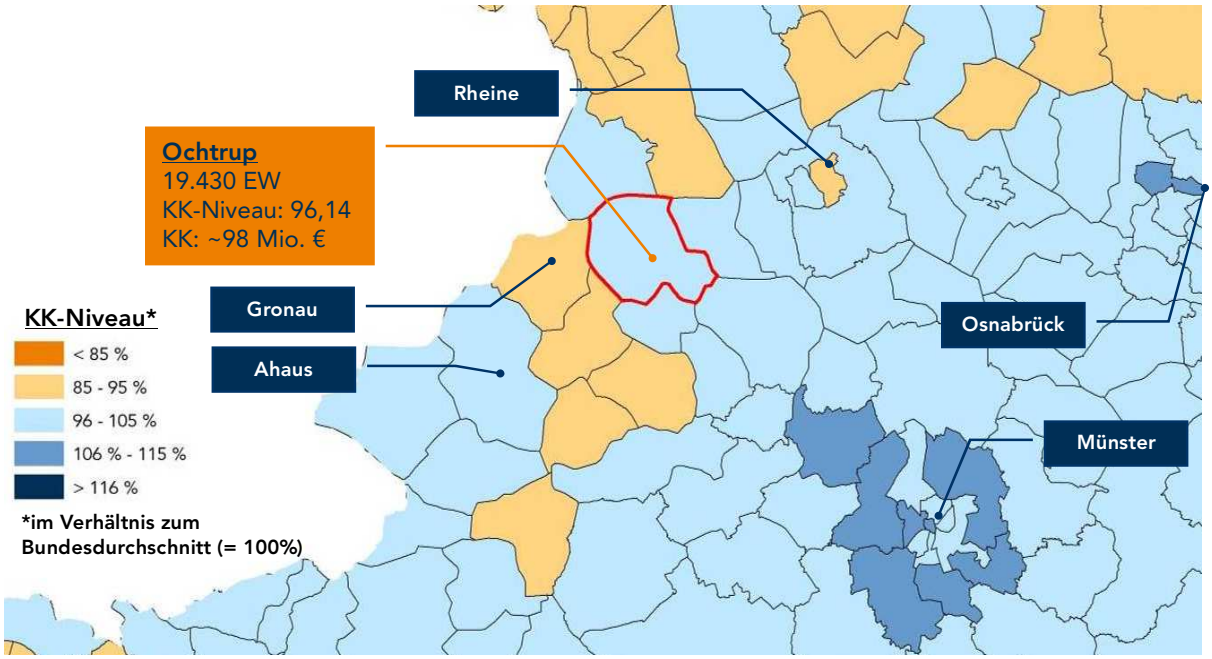
Abbildung 3: Entwicklung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer 2005 - 2011



Quelle: Kaufkraftdaten BBE/IBH 2005 – 2008; 2010, 2011.

Im regionalen Vergleich verfügt Ochtrup über durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennwerte. Während die Nachbarkommunen Gronau, Heek und Schüttdorf ein niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aufweisen, werden insbesondere in den Münsteraner Umlandkommunen deutlich höhere Referenzwerte erreicht.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im regionalen Vergleich (auf Basis der Postleitzahlengebiete)



Quelle: IBH 2011; Einwohnerdaten der Stadt Ochtrup Stand 31.12.2010 (IT NRW); Kartengrundlage: ESRI (2005) PLZ-5-Gebiete.

4.4.2 Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich

Für Ochtrup lässt sich ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rund 110 Mio. € brutto je Jahr ermitteln.[15] Gut 44 % dieses Umsatzes werden durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rd. 37 % des Umsatzes entfällt auf mittelfristige Bedarfsgüter und rund ein Fünftel auf die langfristigen Bedarfsgüter. Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von 113 %.[16]

Ochtrup erreicht im kurzfristigen Bedarfsbereich eine eher geringe Zentralität in Höhe von rd. 92 %. Insbesondere in der Warengruppe PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher fließt Kaufkraft in die benachbarten Mittel- und Oberzentren ab oder wird durch den nicht stationären Online-Handel gebunden. Aber auch im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, fließt Kaufkraft in die Nachbarkommunen ab. Dies ist insbesondere durch die ausgeprägte Konzentration der Lebensmittelanbieter auf das Innenstadtzentrum begründet, wodurch gegenwärtig etwa 11.000 Einwohner Ochtrups nicht fußläufig versorgt sind (vgl. Kapitel 4.5).

In den übrigen Sortimenten ergibt sich eine deutliche Varianz zwischen den Zentralitätswerten, welche in unmittelbarem Zusammenhang mit dem lokal verorteten Angebot stehen. Während in Warengruppen mit einem hohen Verkaufsflächenbesatz Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind, ergeben sich insbesondere in den Warengruppen Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz (35 %) sowie Möbel (34 %) deutliche Kaufkraftabflüsse, da lediglich weniger als die Hälfte der theoretisch verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Ochtruper Bevölkerung vor Ort gebunden werden kann. Zudem ergeben sich unterdurchschnittliche Zentralitätswerte für die Warengruppen Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente (56 %) sowie Neue Medien/ Unterhaltungselektronik (78 %).

4.4.3 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden

In der Passantenbefragung sowie der Einzelhändlerbefragung wurden neben den Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art abgefragt. Diese Einschätzungen der befragten Passanten und Einzelhändler runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisster Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Ochtrup ab.

Bezieht man die Auswertung lediglich auf die Personengruppen, welche sich tatsächlich geäußert haben, so vermissen insgesamt rd. 48 % Artikel und Angebote in der Ochtruper Innenstadt und sind daher mit der gesamtstädtischen Angebotssituation nicht vollends zufrieden. Welche Angebote im Detail gewünscht werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

---

[15] Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

[16] Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Vermisste Angebote in der Ochtruper Altstadt im Detail

Sortiment	Nennungen	Einkaufsorte		
		häufigste Nennung	Zweithäufigste Nennung	Dritthäufigste Nennung
Bekleidung	243	MÜ	RH	EN
Schuhe/ Lederwaren	88	MÜ	RH	EN
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	35	MÜ	RH	GR
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	25	GR*	MÜ*	IT*
Weitere Sortimente	141	-	-	-
Gesamt	**532**	**-**	**-**	**-**

MÜ – Münster; RH – Rheine; EN – Enschede; GR – Gronau; IT – Internet; * gleiche Anzahl von Nennungen

Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 03/2012; Frage: Gibt es Artikel und Angebote, die Sie beim Einkauf in der Ochtruper Altstadt vermissen?" Mehrfachnennungen möglich; Prozentuale Angaben beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen, n=523.

Die am häufigsten vermisste Sortimentsgruppe ist Bekleidung/ Wäsche auf die knapp 50 % der Nennungen entfielen. Dies resultiert insbesondere aus dem Wunsch nach spezialisierten Angeboten (wie Kinderbekleidung, Übergrößen, Berufsbekleidung), spezifischen Qualitätsniveaus (hochwertige Anbieter) oder einzelnen Markenanbietern. Mit Abstand folgen die Warengruppen Schuhe/ Lederwaren (17 %), Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat/ Einrichtungszubehör (7 %) und Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente (5 %). Die genannten Sortimente werden in den meisten Fällen in den benachbarten Mittel- und Oberzentren erworben. Insbesondere das Oberzentrum Münster ist hier hervorzuheben. Zudem sind das Mittelzentrum Rheine sowie die niederländische Stadt Enschede häufig genannte Alternativen, welche die vermeintlichen „Angebotslücken" auffüllen.

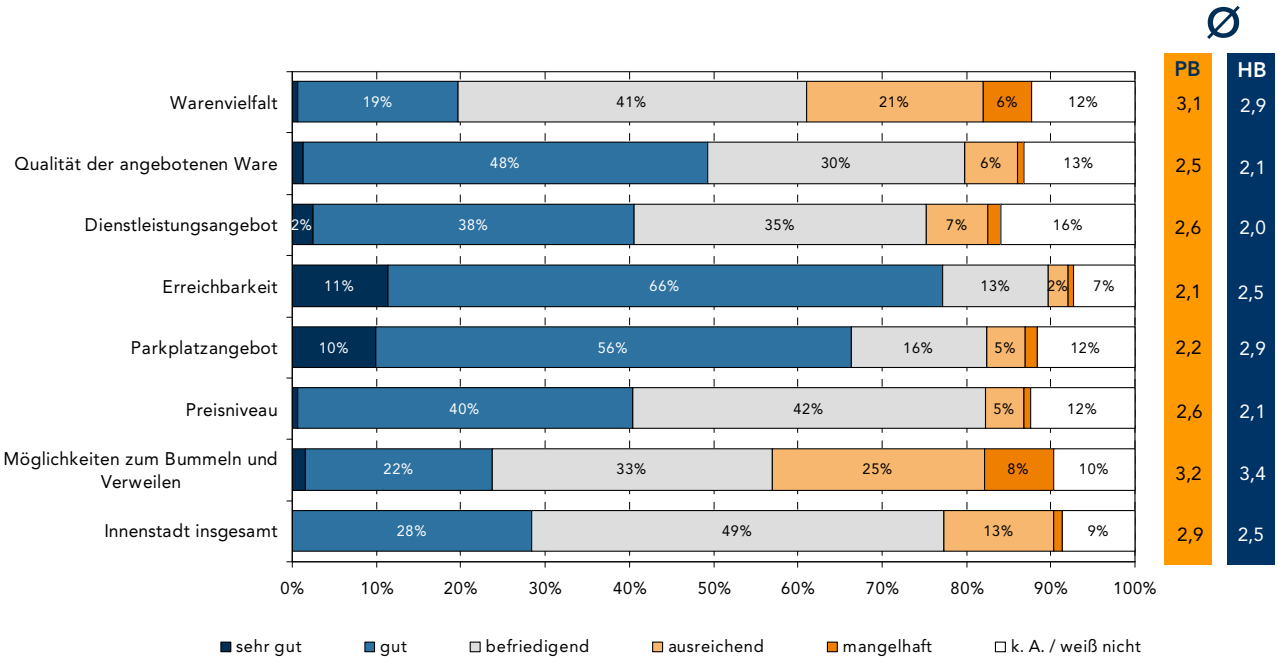
Bewertung der Altstadt und der Erreichbarkeit aus Kundensicht

Im Folgenden soll ein genauerer Blick auf die Ochtruper Altstadt geworfen werden. Die Attraktivität der Altstadt wird unter anderem durch folgende Faktoren aus Kundensicht mitbestimmt:

- die Zufriedenheit mit der Vielfalt und Qualität des Warenangebotes
- der „Bummelfaktor"
- das Parkplatzangebot

Die Passanten- und Händlerbefragung endete stets mit einer Befragung zur Gesamtzufriedenheit mit der Altstadt.

Abbildung 5: Bewertung der Altstadt aus Kunden- und Händlersicht



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 03/2012; n = 740; Händlerbefragung Stadt + Handel 02/2012; n = 19; „Wie stark treffen folgende Aussagen auf die Altstadt zu?"; PB = Passantenbefragung; HB = Händlerbefragung.

Die Abbildung verdeutlicht die Einstellungen der befragten Händler und Passanten zur Altstadt. Auf den ersten Blick überwiegen zwar die positiven Äußerungen, gleichwohl ist aus verschiedenen Äußerungen auch Handlungsbedarf abzulesen.

Auf die Frage, zur Angebotsvielfalt geben die befragten Passanten ein unentschiedenes Urteil ab. Rund 20 % zufriedene Kunden stehen 27 % unzufriedenen Kunden gegenüber. Bezüglich der Qualität der Waren sind die Befragungsteilnehmer hingegen überwiegend zufrieden (49 %), nur rd. 8 % der Befragten sind anderer Meinung.

Als weiterer Attraktivitätsfaktor wird für die Altstadt mit dem „Bummelfaktor" abgefragt, inwieweit das Stadtzentrum zum Bummeln und Verweilen einlädt. Nur ein ansprechend gestaltetes Innenstadtzentrum lädt Kunden ein, dort über eine längere Zeit zu verweilen. Auch der Aspekt einer hinreichenden Nutzungsmischung aus Einzelhandel und beispielsweise Gastronomie kann indirekt über diese Frage erfasst werden. Dieser Aspekt wurde von den Passanten noch vor der Warenvielfalt mit einer durchschnittlichen „Note" von 3,2 am schlechtesten bewertet. Nur rd. 24 % der Befragten Passanten bewerten die Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen in der Altstadt positiv, wobei davon insbesondere der Anteil Auswärtiger leicht erhöht ist. Dieser Aspekt wurde mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,4 auch von den befragten Einzelhändlern überwiegend negativ gesehen.

Hinsichtlich der Bewertung der Parkplatzsituation im innerstädtischen Kontext zeichnet sich eine je nach Betrachtungsblickwinkel differierende Bewertung ab. Während mit rd. 66 %

der überwiegende Teil der befragten Passanten mit dem Parkplatzangebot in der Altstadt überwiegend zufrieden ist, lässt sich aus sicht der Einzelhändler hier offenbar Handlungsbedarf ableiten. Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,9 erzielt dieser Aspekt nach den Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen bei den Einzelhändlern die schlechteste Bewertung.

Zusammenfassend nach einem Gesamturteil zur Altstadt befragt, äußern sich die Probanden mehrheitlich (49 %) neutral. Mit insgesamt nur 10 % kritischer Äußerungen, bei gleichzeitig 28 % positiver Bewertungen, kristallisiert sich insgesamt keine deutliche Tendenz heraus. Teilaspekte wie Warenqualität, Erreichbarkeit oder das Parkplatzangebot werden weitgehend positiv bewertet, während bei der Warenvielfalt und dem Bummelfaktor Handlungsbedarfe bestehen.

4.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Ochtrup

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Ochtrup vertieft analysiert. Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandelskonzepts werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Ochtrup zusammengefasst (vgl. Kap. 6.2).

Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Ochtrup verfügt gesamtstädtisch über eine durchschnittliche quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt z. B. die Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,4 m² Verkaufsfläche genau im Bundesdurchschnitt von rund 0,4 m² (vgl. folgende Tabelle). Die Zentralitätskennziffer von 94 % verdeutlicht allerdings, dass in der Summe Kaufkraft aus dem Stadtgebiet in benachbarte Kommunen abfließt. Dies dürfte sich insbesondere in der deutlichen Konzentration der strukturprägende Anbieter auf das Innenstadtzentrum begründen. Diese Konzentration erlaubt es derzeit rd. 11.000 Ochtruper Bürgern nicht, sich fußläufig zu versorgen. Bei einem somit erforderlichen Einkauf überwiegend mit Kfz dürften je nach Wohnort der Ochtruper Konsumenten (dies dürfte besonders die Ortsteile Welbergen und Langenhorst betreffen) auch Standorte in benachbarten Kommunen angesteuert werden.

Tabelle 7: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ochtrup gesamt

Einwohner	19.430
Verkaufsflächenausstattung NuG	8.060 m² VKF
VKF-Ausstattung je Einwohner	0,4 m² VKF/EW (im Bundesschnitt 0,4 m²)
Jahresumsatz NuG	rund 38 Mio. €
Zentralitätskennziffer NuG	94 %

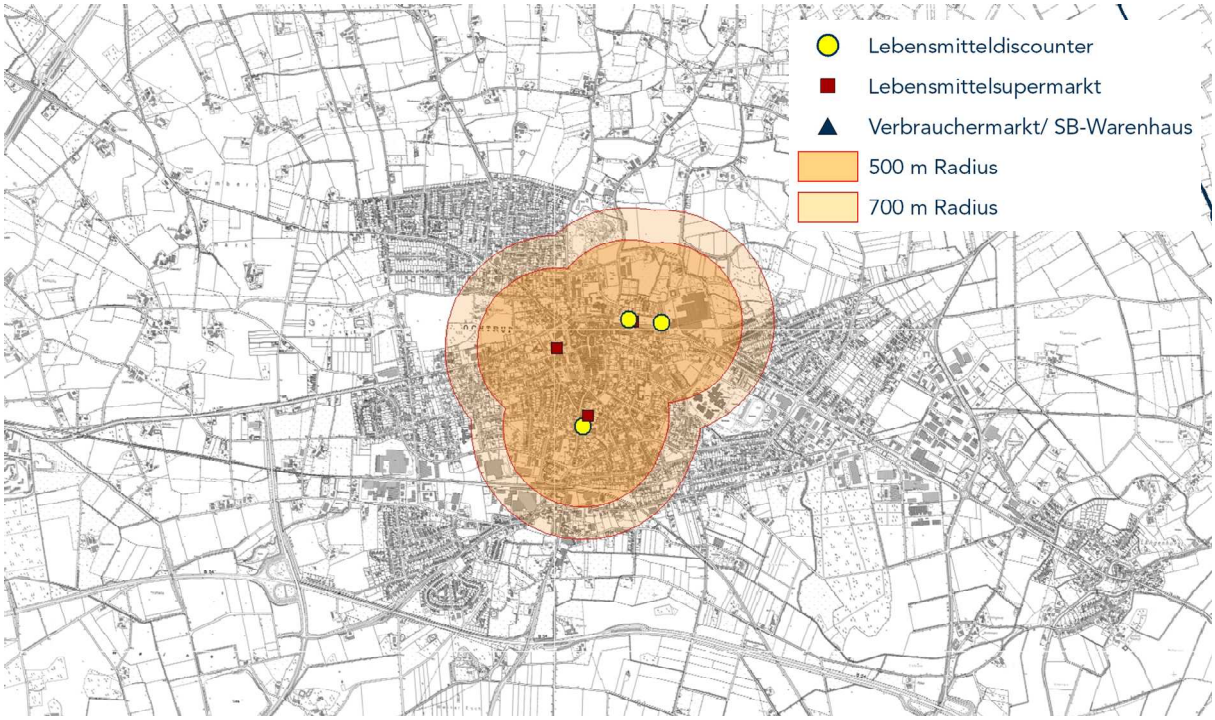
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2009, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, IBH 2011; Umsatz gerundet.

Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 – 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.[17] In Gebieten außerhalb dieser gekennzeichneten Bereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Die nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen Nahversorgungsstruktur in Ochtrup. Das Angebot relevanter Anbieter beschränkt sich dabei räumlich auf den Stadtteil Ochtrup und dort auf das Innenstadtzentrum. Die Stadtteile Welbergen und Langenhorst verfügen lediglich über kleinteilige Lebensmittelanbieter (z.B. Getränkemarkt, Bäcker, Genossenschaftsladen „Unser Laden"), welche kein vollumfängliches Nahversorgungsangebot gewährleisten können.

[17] Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 Gehminuten entspricht, vgl. hierzu Einzelhandelserlass NRW 2008, Nr. 2.8.

Abbildung 6: Die Nahversorgungsstruktur in Ochtrup



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage: Stadt Ochtrup.

Alle sechs Lebensmittelmärkte sind im Ochtruper Innenstadtzentrum verortet und wirken daher als bedeutende Frequenzbringer stabilisierend und begünstigend für die unmittelbar benachbarten Einzelhandelsbetriebe wie auch für die sonstigen ergänzenden Dienstleister. Gleichwohl führt die räumliche Konzentration der Lebensmittelanbieter auf den zentralen Versorgungsbereich allerdings dazu, dass eine fußläufig erreichbare Nahversorgung für rd. 11.000 EW in den übrigen Siedlungsteilen der Kernstadt sowie der Stadtteile Welbergen und Langenhorst derzeit nicht gegeben ist. Neben der quantitativen ist auch die qualitative Ausstattung durch den vorhandenen Betriebstypenmix aus einem Verbrauchermarkt, zwei Supermärkten und drei Lebensmitteldiscountern als ausgewogen und hinsichtlich ihrer Vielfalt als positiv zu bewerten.

4.6 Analyse und Bewertung sonstiger wesentlicher Standorte

Neben dem Innenstadtzentrum sind im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts weitere Einzelhandelsstandorte zu berücksichtigen, sofern diese in der gesamtstädtischen Perspektive eine Bedeutung für das aktuelle und das potenzielle Nahversorgungsgerüst aufweisen oder als Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum fungieren.

In Ochtrup existiert mit der Einzelhandelsagglomeration am Deipenbrook ein derartiger Standortbereich. Im Folgenden wird beschrieben, welche Versorgungsfunktion dieser Standort *aktuell* übernimmt, bevor in Kapitel 6.3 dargestellt wird, welche Aufgabenzuwei-

sung und Aufgabenteilung im Rahmen eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts für den Standortbereich *künftig* sinnvoll erscheinen.

Standortbereich Deipenbrook

Der Standortbereich Deipenbrook (Einzelhandelsanbieter u. a.: Hagebaumarkt und Dänisches Bettenlager) liegt östlich des Innenstadtzentrums, in rund 1 km Entfernung zum FOC Ochtrup bzw. 2 km Entfernung zum Altstadtkern. Aufgrund seiner straßenbegleitenden Anordnung entlang der Laurenzstraße, ist er mit dem Auto optimal erreichbar. Zudem ist durch die räumliche Nachbarschaft zu den östlichen Wohngebieten der Kernstadt, eine Erreichbarkeit für den nichtmotorisierten Individualverkehr gegeben.

Angebotsmerkmale, Angebotsschwerpunkte und Magnetbetriebe

Die insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe weisen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.660 m² auf. Den qua Fläche größten Betrieb stellt der Hagebaumarkt dar, gefolgt von weiteren Fachmärkten mit verschiedenen Angebotsschwerpunkten. Im räumlichen Zusammenhang des Standortbereiches befinden sich zudem zwei großflächige Leerstände, welche ehemals durch den Möbelmarkt Feldmann (inklusive Küchenstudio) genutzt wurden.

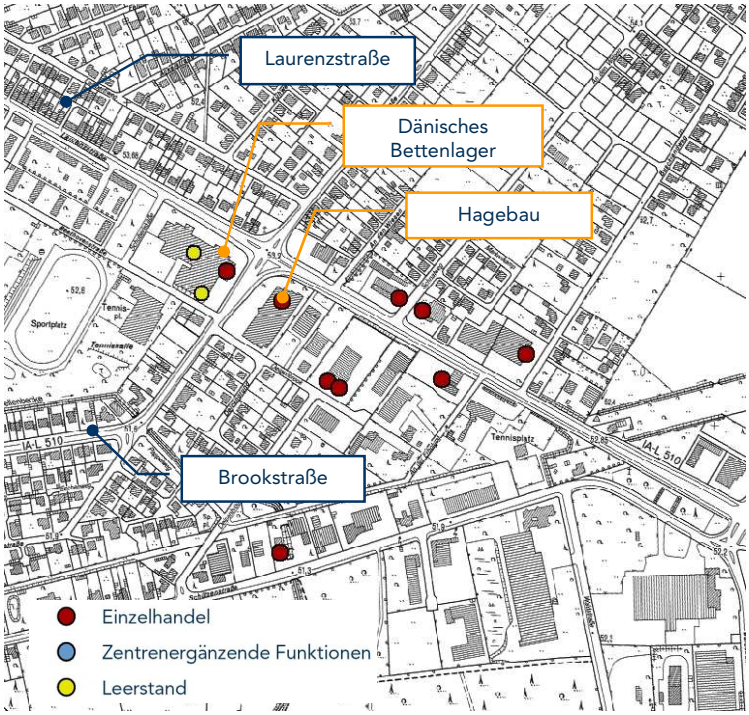
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Daten zum Sonderstandort Deipenbrook

	Sonderstandort Deipenbrook
Anzahl Einzelhandelsbetriebe	8
Anteil gesamtstädtisch	7 %
Verkaufsfläche [m²]	11.660
Anteil gesamtstädtisch	26 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012.

Das Einzelhandelsangebot am Standort ist mit rund 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein wichtiger Angebotsschwerpunkt im gesamten Standortgefüge. Mit dieser Größenordnung entspricht das Einzelhandelsangebot am Standortbereich Deipenbrook rund der Hälfte desjenigen im Innenstadtzentrum. Der Großteil des Warenangebots generiert sich aus Gütern des mittelfristigen Bedarfs, was insbesondere auf den großflächigen Baumarkt am Standort zurückzuführen ist. Es ist darauf hingewiesen sei, dass der überwiegende VKF Anteil aktuell auf nicht-zentrenrelevante Sortimente entfällt. Insofern ist die Konkurrenzsituation zur Innenstadt gering.

Abbildung 7: Heutiger Einzelhandelsbestand am Standortbereich Deipenbrook



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage: Stadt Ochtrup.

Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung Standortbereich Deipenbrook

Der Standortbereich Deipenbrook bildet aufgrund der überwiegend großflächigen Einzelhandelsformate ein attraktives Angebot für den Versorgungseinkauf mit Waren des mittelfristigen Bedarfs. Aus Kundensicht ergibt sich durch die gute Verkehrserschließung für PKW-Nutzer und der räumlichen Nähe zu den Siedlungsgebieten eine erhebliche Standortattraktivität.

Eine Profilierung des Standortes ist insbesondere im Baumarkt- und Baustoffsegment erkennbar. Aufgrund der angebotenen Warenstruktur, die sich hauptsächlich durch das Angebot nicht zentrenrelevanter Sortimenten auszeichnet, stellt der Standort Deipenbrook nur bedingt eine Konkurrenz zum Innenstadtzentrum dar.

4.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Ochtrup

Zu den für den Einzelhandel in Ochtrup wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau liegt in Ochtrup mit rd. 96 % leicht unter dem Bundesdurchschnitt, wobei sich das Kaufkraftniveau in den vergangenen Jahren sukzessive dem Bundesschnitt angenähert hat.
- Ochtrup liegt in einem überwiegend ländlich geprägten Raum, weist jedoch aufgrund der räumlichen Nähe zu den Mittelzentren Rheine, Steinfurt und Gronau und aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung an das Oberzentrum Münster eine ausgeprägte Wettbewerbssituation auf.
- Ochtrup ist geprägt durch ein überwiegend kompaktes Siedlungsgebiet, in dem rund 88 % der Einwohner im Hauptsiedlungskörper wohnen, weitere 12 % auf die Stadtteile Welbergen und Langenhorst verteilt sind.
- Der Einzelhandelsbesatz zeichnet sich insgesamt durch eine gute siedlungsräumliche Integration aus. Mit Ausnahme weniger Warengruppen werden an den nicht integrierten Standorten überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente angeboten.
- Von den 141 Einzelhandelsbetrieben sind über 67 % im ZVB Innenstadtzentrum angesiedelt (dies entspricht rd. 50% der Gesamtverkaufsfläche Ochtrups), wodurch sich eine starke Einzelhandelsausstattung im Innenstadtzentrum ergibt.
- Diese gute strukturelle Ausstattung spiegelt sich auch in einer überwiegenden Kundenzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum.
- Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich rein aus den quantitativen Ausstattungsdaten kein stadtplanerisches Optimierungsbedürfnis: es besteht ein insgesamt ausgewogener Betriebstypenmix.

Im Hinblick auf künftige Entwicklungsperspektiven verlangen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte besondere Aufmerksamkeit:

- Es sind in den kurzfristigen Bedarfsbereichen und in einzelnen Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche Steigerungspotenziale vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion Ochtrups erkennbar.
- Die befragten Händler und Passanten bewerten insbesondere die Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen im Innenstadtzentrum kritisch. Zudem vermissen sie trotz der guten quantitativen Ausstattungsmerkmale verschiedene Sortimente und Angebote.
- Aufgrund der räumlichen Konzentration strukturprägender Lebensmittelanbieter ist in großen Teilen des Stadtgebietes kein fußläufig erreichbares Nahversorgungsan-

gebot vorhanden. Vor diesem Hintergrund gewinnen ortsangepasste Kleinflächenkonzepte an diesen Standorten an Bedeutung.

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

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

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Ochtrup bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen entsprechend der Ergebnisse der Strukturanalyse nach Teilräumen differenzierte Entwicklungszielstellungen, verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden:

1. Schutz und Stärkung sowie Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum: Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum durch Qualifizierung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und Optimierung der positiven Synergieeffekte zwischen den innerstädtischen Lagebereichen Altstadt und FOC.
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung: Sicherung bestehender Standorte bei gleichzeitiger Entwicklung neuer (Ersatz-) Nahversorgungsstandorte im räumlich-funktionalen Zusammenhang zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum. Sicherung und Weiterentwicklung ortsteilspezifisch angepasster Nahversorgungsstrukturen in den kleineren Ortsteilen unter Wahrung des Leitbildes einer zentralisierten Nahversorgung.
3. Bereitstellung ergänzender Standorte: Weiterentwicklung des Standortbereichs Deipenbrook als Standort für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ohne hierbei die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Die dargestellten übergeordneten Entwicklungszielstellungen wurden intensiv im begleitenden Arbeitskreis abgestimmt und diskutiert. Insbesondere im Zusammenhang mit der Konzentration strukturprägender Nahversorgungsanbieter im Innenstadtzentrum gab es eine detaillierte Abwägung der damit verbundenen städtebaulichen und handelsstrukturellen Folgewirkungen. Durch den begleitenden Arbeitskreis wurde schließlich mehrheitlich eine Fortführung der bestehenden politischen Leitlinie vorgeschlagen, was im Rahmen einer Sondersitzung durch die Mitglieder des Ausschusses Planen und Bauen positiv zur Kenntnis genommen wurde.

6 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Entwicklungsziele erörtert werden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Diese sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 6.1 bis 6.3), der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Ochtruper Liste", Kapitel 6.4) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 6.5). Das Umsetzungs- und Steuerungskonzept wird komplettiert durch planungsrechtliche Festsetzungsempfehlungen für Ochtrup (Kapitel 6.6).

6.1 Das Zentrenkonzept

Das Zentrenkonzept definiert die empfohlene künftige gesamtörtliche Zentrenstruktur für Ochtrup unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse und der übergeordneten Entwicklungszielstellungen.

6.1.1 Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Ochtrup

In Ochtrup wird das Innenstadtzentrum im gleichnamigen Stadtteil Ochtrup als einziger zentraler Versorgungsbereich definiert. Obschon mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen erkennen lassen, weisen sie nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist dort der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt.

6.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Ochtrup

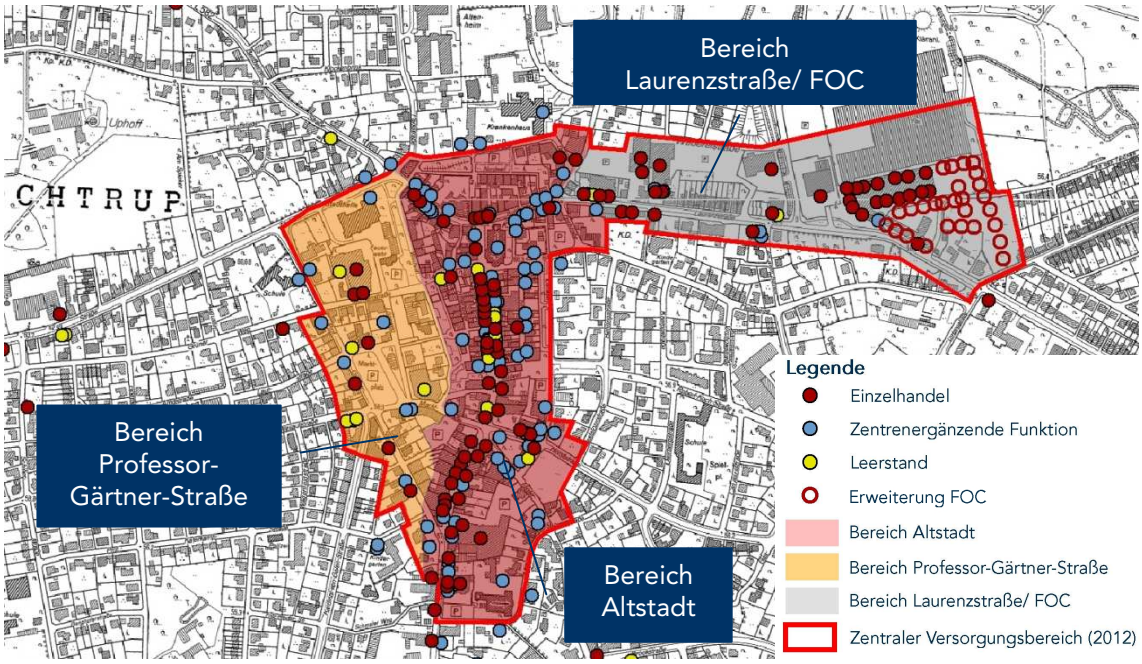
Das Innenstadtzentrum ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet von Ochtrup. Als städtebauliches Zentrum der regionalplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesenen Kommune soll es (wie bisher) auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen; er trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei, unterstützt auch durch das Wohnen, durch die angemessene Verkehrsstruktur sowie nicht zuletzt Bildungseinrichtungen und Freizeitangebote. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Stadt soll das Innenstadtzentrum somit nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt befördern.

Räumliche Ausprägung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum

Das Innenstadtzentrum liegt im Siedlungsschwerpunkt des Stadtteils Ochtrup. Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen erstreckt es sich zwischen der Professor-Gärtner-Straße im Westen und dem FOC Ochtrup im Osten. Im Norden verläuft die Grenze entlang der Gronauer Straße, des Nordwalls und der Webereistraße. Südlich und östlich bilden die Marienstraße, der Ostwall beziehungsweise die Fürstenbergstraße die Grenze. Der zentrale Versorgungsbereich lässt sich städtebaulich-funktional in drei Bereiche untergliedern: Die Altstadt, den Bereich Professor-Gärtner-Straße und den Bereich Laurenzstraße/ FOC.

Abbildung 8: Innenstadtzentrum – städtebaulich-funktionale Differenzierung der Lagebereiche



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage: Stadt Ochtrup.

Der **Bereich Altstadt** weist eine heterogene Struktur auf. Während der nördliche Bereich (Weinerstraße) überwiegend durch kleinteilige, historische Bebauung geprägt wird, überwiegen im südlichen Bereich großzügigere Strukturen, die insbesondere entlang der Bahnhofstraße Raum für großflächige Einzelhandelsbetriebe bieten. Die abwechslungsreiche Architektur bildet zusammen mit der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Unterstützt wird diese durch die Ausweisung im Bereich der Bahnhof- und Weinerstraße als reine Fußgängerzone. Aufgrund der funktional ähnlichen Prägung und der fließenden räumlichen Übergänge wird dieser Bereich im Folgenden unter dem Begriff Altstadt subsummiert.

Der **Bereich Professor-Gärtner-Straße** markiert einen weiteren Bereich der historischen Stadterweiterung westlich der Altstadt und ist neben vereinzelten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen insbesondere durch eine zunehmende Wohnfunktion geprägt.

Dieser Lagebereich umfasst auch den Ochtruper Marktplatz, der gegenwärtig als Parkplatz und zentrale Bushaltestelle fungiert.

Eine dritte Lage bildet der **Bereich Laurenzstraße/ FOC**. Seinen markanten Abschluss findet dieser Teil des Innenstadtzentrums durch die ehemaligen Fabrikanlagen des Van-Delden-Geländes, welche heute partiell durch das FOC genutzt werden. Zwischen der Altstadt und dem FOC erstreckt sich nördlich der Laurenzstraße ein Bereich, der zu überwiegenden Teilen durch Fachmärkte und großzügige Anlagen für den ruhenden Verkehr gekennzeichnet wird (ergänzt durch straßenbegleitende Wohnnutzung).

Verkehrliche Erschließung

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum ist in seinem gesamten Verlauf durch zahlreiche Eingangsbereiche gekennzeichnet und dementsprechend gut für den fußläufigen Verkehr erschlossen. Dazu tragen insbesondere auch die verkehrsberuhigten Bereiche der Weiner- und Bahnhofstraße bei. Für den motorisierten Verkehr ist eine sehr gute Anbindung gegeben. Über die nördlich angrenzende Laurenzstraße besteht Anschluss an die B 54 bzw. im weiteren Verlauf an die BAB 31 und somit das überregionale Fernstraßennetz. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrums übernimmt zudem die Professor-Gärtner-Straße eine wichtige Erschließungsfunktion.

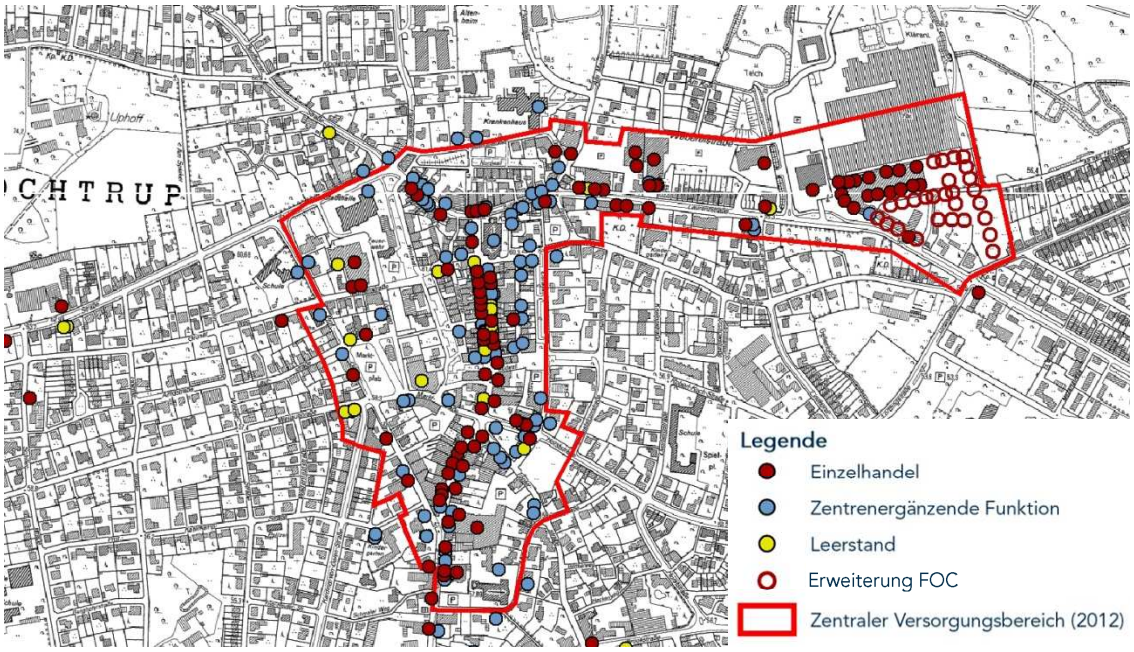
Bedeutende Flächen für den ruhenden Verkehr sind insbesondere im Bereich Professor-Gärtner-Straße (z. B. Marktplatz) verortet. Darüber hinaus befinden sich im Bereich der überwiegend autoorientierten Fachmarktagglomerationen entlang der Laurenzstraße sowie dem FOC großflächige Stellplatzanlagen für den motorisierten Individualverkehr, während im unmittelbaren Kontext der Altstadt aufgrund der engen Straßenfluchten nur wenige Flächen bestehen.

Die südlichen Bereiche des zentralen Versorgungsbereichs befinden sich in fußläufiger Entfernung zum Ochtruper Bahnhof, der eine leistungsfähige Bahnanbindung an die Ost-West Relation von Münster nach Enschede gewährleistet.

Standortmerkmale des Innenstadtzentrums

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum ist mit einem Anteil von rund 67 % aller Einzelhandelsbetriebe und 50 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Einkaufsschwerpunkt im Stadtgebiet (vgl. auch Tabelle 9). Das Zentrum verfügt über eine große Angebotsvielfalt in allen Branchen, Betriebstypen und -größen. Städtebaulich weist es Zentrenmerkmale wie städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf.

Abbildung 9: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum - Bestandsstruktur



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage: Stadt Ochtrup.

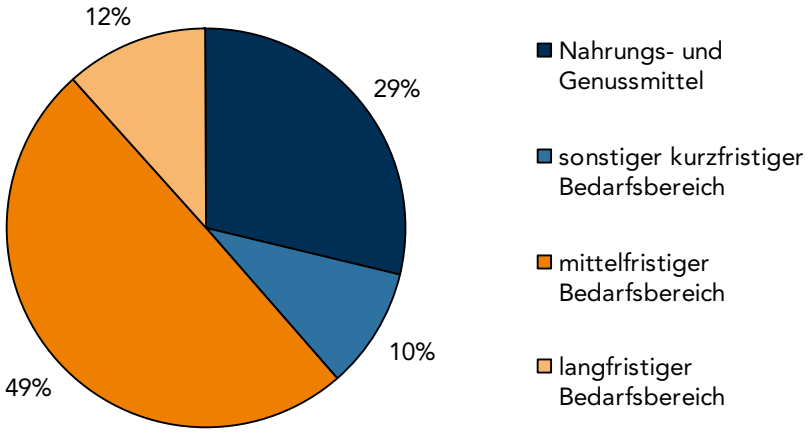
Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Mit Ausnahme der Warengruppen Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz sowie den sonstigen Sortimenten, welche nicht oder nur im Randsortimente im Innenstadtzentrum angeboten werden, bildet der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum das Spektrum von Einzelhandelsbetrieben aller Hauptbranchengruppen ab.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rd. 6.580 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Bekleidung im zentralen Versorgungsbereich eine Verkaufsfläche von rd. 5.890 m². Die Verkaufsflächen der sonstigen Sortimentsgruppen betragen zwischen 60 m² und rd. 1.720 m²

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird neben Bekleidung insbesondere durch die Branchen Sportartikel/ Fahrräder/ Camping sowie Schuhe/ Lederwaren gebildet. Aber auch Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs werden zu rd. 12 % der Gesamtverkaufsfläche angeboten. Die Verkaufsflächenanteile im langfristigen Bedarfsbereich verteilen sich gleichmäßig, so dass hier keine Warengruppe besonders prägend ist.

Abbildung 10: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadtzentrum



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012.

Die Ausstattung nach Fristigkeitsstufen ist gemessen an der landesplanerischen Zentralitätsstufe des Mittelzentrums insgesamt als der Funktion angemessen zu bewerten. Jedoch stellt auch hier der kurzfristige Bedarfsbereich mit rd. 40 % der Verkaufsfläche – davon wiederum fast drei Viertel Nahrungs- und Genussmittel – einen bedeutenden Angebotsfaktor im ZVB Innenstadtzentrum dar. Dies ist insbesondere auf die Tatsache zurückzuführen, dass sämtliche strukturprägenden Lebensmittelanbieter im zentralen Versorgungsbereich verortet sind.

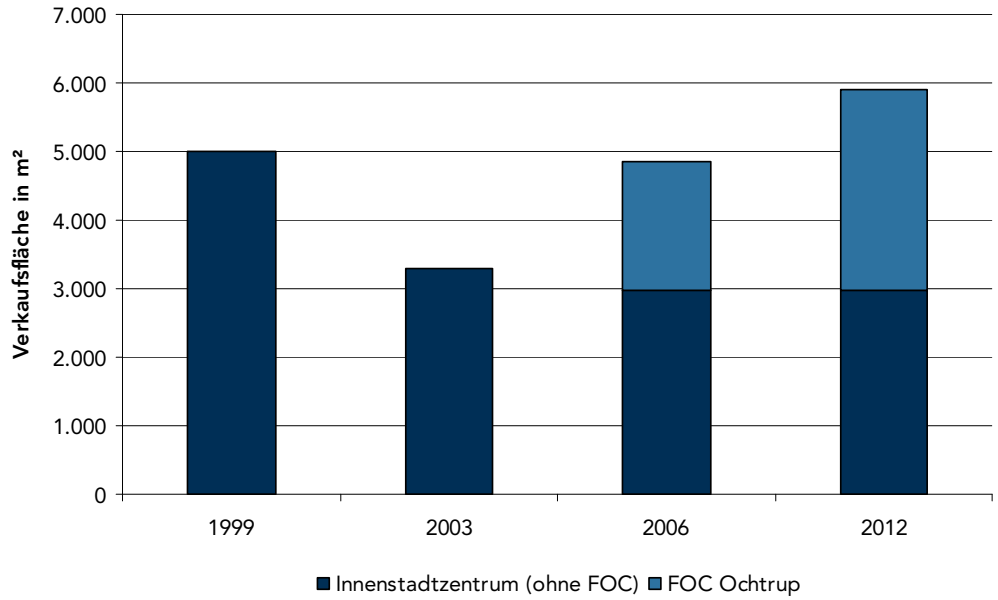
Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebots

Die vorhandenen Einzelhandelsbetriebe stellen schon aufgrund ihrer reinen Anzahl ein bedeutendes Angebot dar, das einen umfassenden Versorgungseinkauf ermöglicht und zu einem abwechslungsreichen Shopping-Erlebnis führt. Trotz der bereits beschriebenen Verkaufsflächenschwerpunkte in bestimmten Branchen bietet der ZVB Innenstadtzentrum insgesamt eine breite Angebotsvielfalt wobei hier auf z. T. nicht unerhebliche Unterschiede in den einzelnen Lagebereichen hinzuweisen ist. In einem Großteil der Warengruppen findet der Kunde mehrere Einzelhandelsbetriebe, die diese als Hauptwarengruppe anbieten. So gibt es zum Beispiel einen ausgeprägten Schwerpunkt im Bekleidungssortiment, welches 29 Betriebe als Hauptwarengruppe anbieten. Insgesamt 19 Betriebe können der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel und immerhin noch sechs der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat, Einrichtungszubehör zugeordnet werden. Selbst in Warengruppen, die zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zählen, findet der Kunde auch im Innenstadtzentrum häufig mindestens einen Einzelhandelsbetrieb (z. B. mit der Hauptwarengruppe Baumarktartikel).[18]

[18] Die Vielfalt angebotener Sortimente stellt sich selbstverständlich als sehr viel größer dar, wenn man nicht ausschließlich das Hauptsortiment der Betriebe analysiert: die Einzelhändler komplettieren i. d. R. ihr Hauptsortiment durch weitere Randsortimente.

Die Auswirkungen der Ansiedlung des FOC Ochtrup auf die gewachsenen Lagen des Innenstadtzentrums lassen sich indirekt anhand der Entwicklung der Verkaufsflächenwerte einzelner Warengruppen nachvollziehen. Ein Vergleich der innerstädtischen Verkaufsflächen des Sortiments Bekleidung aus den Einzelhandelserhebungen der letzen Jahre zeigt einen deutlichen Anstieg nach Eröffnung des EOC im Jahre 2004, der die Rückgänge aus den Jahren 1999 bis 2003 ausgleicht. Betrachtet man lediglich die sortimentsbezogenen Verkaufsflächensummen der Altstadt so zeigt sich, dass die Verkaufsfläche in diesen Lagebereichen seit Eröffnung des FOC stagniert. Dementsprechend können anhand dieses Indikators keine signifikanten (Negativ-) Effekte des FOC auf die Bekleidungsgeschäfte in den anderen innerstädtischen Lagen nachvollzogen werden. Dies ist dabei auch auf die bestehenden Regelungen im städtebaulichen Vertrag zur Sicherung der FOC-Atypik zurückzuführen, welche eine hinreichende Differenzierung der Angebote beider Standortbereiche gewährleistet.

Abbildung 11: Verkaufsflächenentwicklung im Sortiment Bekleidung im ZVB Innenstadtzentrum (Vergleich FOC – restliches Innenstadtzentrum)



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Junker und Kruse 2006 a (auf Basis der Bestandserhebungen 1999/ 2003/ 2006).

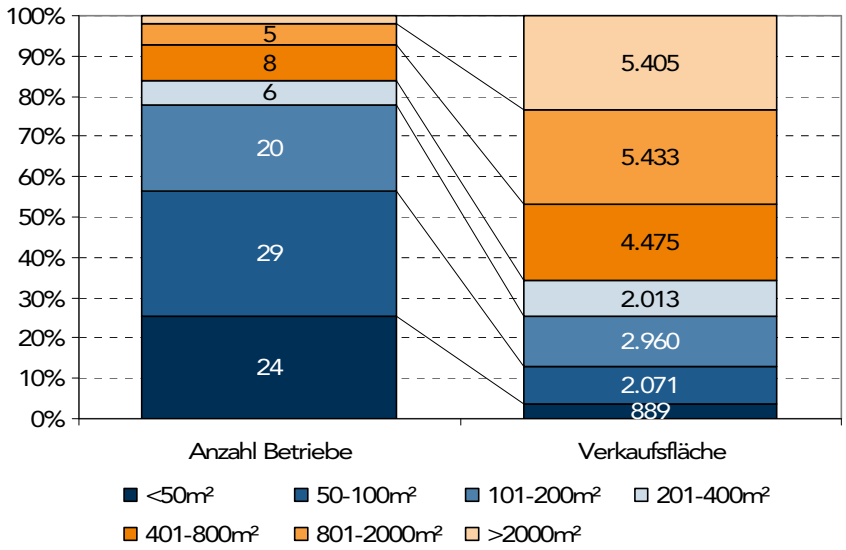
Mit der Erweiterung des FOC wird sich an dem Standort eine weitere Angebotsdiversifizierung vollziehen. Insbesondere in den Warengruppen Bekleidung (+ 4.000 m²) und Schuhe/ Lederwaren (+ 2.000 m²) werden sich die Angebotsschwerpunkte deutlich in Richtung FOC verlagern. Auch in den Sortimenten GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör (+ 600 m²); Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente (+ 150 m²) sowie Sportartikel/ Fahrräder/ Camping (+ 700 m²) werden die Anteile des Standortes FOC am Angebot des ZVB Innen-

stadtzentrum deutlich steigen.[19] Demzufolge wird der Standort FOC infolge der Erweiterung eine deutliche Attraktivitätssteigerung erfahren und im innerstädtischen Kontext weiter an Bedeutung gewinnen. Womit auch die Optimierung der Synergieeffekte zwischen beiden Standorten stärker in den Fokus rückt.

Verkaufsflächenstruktur

Mit rd. 78 % verfügt die Mehrheit der Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum über Ladengrößen von bis zu 200 m² Verkaufsfläche. Mittlere (201 m² bis 400 m²) und große Betriebe (401 m² bis > 2.000 m²) sind im zentralen Versorgungsbereich mit insgesamt nur rd. 22 % vertreten (vgl. nachfolgende Abbildung), sodass sich insgesamt zwar eine Mischung aus großen und kleinen Ladeneinheiten ergibt, jedoch ein deutlicher Schwerpunkt bei den kleineren Betrieben vorhanden ist.

Abbildung 12: Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen im ZVB Innenstadtzentrum



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012.

In der räumlichen Verteilung der Betriebe nach Größenklassen wird deutlich, dass die größeren und großflächigen Betriebe hauptsächlich im Bereich Laurenzstraße/ FOC angesiedelt sind. Auch entlang der Bahnhofstraße im südlichen Bereich der Altstadt ist eine Mischung aus kleinteiligen Ladenlokalen (unter 200 m² VKF) und großmaßstäblichen Anbietern über 200 m² VKF vorzufinden, wohingegen in der Weinerstraße aufgrund der überwiegend historischen Gebäude- und Bebauungsstruktur kleine Betriebsgrößen dominieren. Die unterschiedliche Strukturierung der Lagen, verdeutlicht ein Vergleich der durchschnittlichen Ladengrößen. Liegt die durchschnittliche Größe der Ladenlokale in der

[19] Alle Annahmen zu den sortimentsbezogenen Flächenzuwächsen beziehen sich auf die Textlichen Festsetzungen des gültigen Bebauungsplans Nummer 80 in der 8. Änderung.

Weinerstraße (inklusive Leerstände) bei 120 m², so beträgt der Vergleichswert in der Bahnhofstraße 330 m².

Die Kleinteiligkeit (bzw. anders ausgedrückt Feingliedrigkeit) ist prinzipiell positiv zu bewerten, da sie auf gleicher Fläche zu einer größeren Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt führt und daher aus Kundensicht einen überaus abwechslungsreichen Einkauf ermöglicht. Insofern ergänzt die Vielfalt der kleinen Fachgeschäfte städtebaulich-funktional die Bedeutung der großen Magnetbetriebe für die Funktionalität des Innenstadtzentrums.

Aus der Feingliedrigkeit ergibt sich ein Problem für die Innenstadt-Gesamtattraktivität erst dann, wenn

- den kleinen Fachgeschäften zu wenige große Anbieter gegenüberstehen oder die großen Magnetbetriebe gänzlich fehlen
- eine räumliche Unausgewogenheit von großen bzw. kleinen Ladeneinheiten vorherrscht, so dass sich attraktive Kundenläufe nicht optimal entwickeln können
- etwa aufgrund einer kleinteiligen historischen Bausubstanz bzw. Parzellenstruktur keine Ansiedlungsflächen für größere ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen[20]
- oder wenn aufgrund der je Laden zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche insgesamt zwar eine breite, nicht aber eine tiefe Sortimentsstruktur angeboten werden kann

Diesen Problemen steht der ZVB Innenstadtzentrum vor allem im Bereich der Weinerstraße gegenüber. In dieser Einzelhandelslage fehlen leistungsfähige Magnetbetriebe, welche zur Belebung des Standortes beitragen, nahezu vollständig.

Magnetbetriebe

Das Innenstadtzentrum verfügt über eine große Anzahl von Magnetbetrieben, welche als wesentliche Frequenzbringer fungieren. Ihnen kommt sowohl im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu.

Der Schwerpunkt liegt dabei im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Gleich drei Betriebe aus der Nahrungs- und Genussmittelbranche bilden die größten Betriebe im zentralen Versorgungsbereich. Hierzu zählen die Supermärkte Combi sowie Edeka Schramke und der große Supermarkt/ Verbrauchermarkt Klaas und Klock (K + K), die hinsichtlich ihrer Lage zueinander eine ausgewogene Verteilung an den jeweils südlichen, westlichen und nördlichen Endpunkten des Innenstadtzentrums aufweisen. Zu den fünf größten Betrieben im zentralen Versorgungsbereich zählen ferner der Elektrofachmarkt

[20] Auch nicht unter Berücksichtigung der Möglichkeit, Verkaufsflächen benachbarter Gebäude zusammenzulegen, vertikal (in die Höhe und in die Untergeschosse) und horizontal (auf rückwärtige oder andere benachbarte Bereiche) neue Geschossflächen zu gewinnen oder durch Nutzungsverlagerung und Neustrukturierung von Arealen neue Einzelhandelsflächen zu gewinnen

expert und das Sport- sowie Spielwarenfachgeschäft Intersport Bierbaum. Trotz seiner überwiegend kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen bildet das FOC als baulich-funktionale Einheit einen weiteren bedeutenden Angebotsschwerpunkt. Neben den genannten Filial- und Franchiseanbietern, runden auch einzelne inhabergeführte Magnetbetriebe (z. B. Modehaus Huesmann) das Angebot bedeutender Magnetbetriebe des ZVB Innenstadtzentrum ab. Auffallend ist das Fehlen entsprechender Magnetbetriebe im Bereich der Weinerstraße, die nahezu ausschließlich kleinteilig strukturiert ist.

Kundenläufe und Passantenfrequenzen

Ein Kundenlauf ergibt sich im Wesentlichen im Bereich der Weiner- und Bahnhofstraße. Entlang dieser in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Straßen, die als verkehrsberuhigte Zone oder Fußgängerzonen ausgewiesen sind, ist ein dichtes und diversifiziertes Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot vorhanden. Im nördlichen Bereich der Altstadt (Weinerstraße) sind insbesondere kleinteilige (Fach-)Einzelhandelsstrukturen, mit einer vielfältigen Angebotsstruktur vorherrschend. Südlich, im Bereich der Bahnhofstraße, befinden sich einige frequenzerzeugende Magnetbetriebe. Mit der Fachmarktagglomeration und dem FOC gibt es entlang der Laurenzstraße einen zweiten teilräumlichen Angebotsschwerpunkt im ZVB Innenstadtzentrum von dem eine frequenzerzeugende Wirkung ausgeht.

Parallel zu der von Stadt + Handel durchgeführten Passantenbefragung wurde an sechs ausgewählten Standorten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum eine Passantenfrequenzzählung durchgeführt. Die Ergebnisse der Zählung verdeutlichen, dass die Werte an den Zählstandorten Berg-/ Bültstraße und Laurenzstraße aufgrund des nicht durchgängigen Geschäftsbesatzes deutlich unter den Referenzwerten der anderen Zählstandorte liegen.[21] Hieraus folgt die Empfehlung für weitere Maßnahmen zur Veränderung der funktionalen Struktur in diesen Lagen und der damit verbundenen Optimierung der städtebaulichen Verknüpfung zwischen der Altstadt und dem Bereich Laurenzstraße/ FOC.

Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität eines Innenstadtzentrums. In Ochtrup wurden neben 94 Einzelhandelsbetrieben ferner 101 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen allein in Erdgeschosslage im ZVB Innenstadtzentrum kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen, Schneidereien und wellnessorientierten Angeboten zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigung eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Wie oben bereits erörtert stellen größere Verwaltungsstellen, Schulen, Banken oder etwa die Post relevante Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrennutzungen dar.

[21] Zählpunkte im Ochtruper Innenstadtzentrum: Bahnhofstraße, Weinerstraße; Laurenzstraße; Mühlenstraße; Berg-/ Bültstraße; Eingangsbereich FOC

Teilräumlich kann eine Konzentration von zentrenergänzenden Funktionen im Bereich der nördlichen Altstadt festgestellt werden. Hier sind neben einer erhöhten Anzahl von einzelhandelsnahen Dienstleistungsbetrieben auch diverse gastronomische Einrichtungen entlang der Berg-/ Bültstraße sowie der Weinerstraße verortet und bieten somit einen Ansatz für eine mögliche Profilierung des Standorts. Während der südliche Bereich der Altstadt um die Bahnhofstraße auch durch Dienstleistungsnutzungen geprägt wird, spielen Dienstleistungsnutzungen in den restlichen innerstädtischen Lagen eine deutlich untergeordnete Rolle.

Ladenleerstand und Trading down-Effekte

Im ZVB Innenstadtzentrum standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt 14 Ladenlokale leer. Bezogen auf den zentralen Versorgungsbereich ergibt sich somit eine Leerstandsquote von rd. 13 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Dabei beträgt die durchschnittliche Größe der leer stehenden Ladenlokale rd. 210 m².[22]

Rund drei Viertel der Leerstände befinden sich in den Bereichen der nördlichen Altstadt und der Professor-Gärtner-Straße, wobei insbesondere die Weinerstraße eine erhöhte Anzahl ungenutzter Ladenlokale aufweist. Diese teilräumliche Konzentration ist sowohl auf nicht marktgängige Ladenlokalgrößen als auch auf spezifische Konstellationen bei einzelnen Immobilien zurückzuführen. Im Zusammenspiel mit fehlenden Magnetbetrieben führen die Leerstände zu einem Attraktivitätsverlust dieser Einzelhandelslage sowohl aus Perspektive von Händlern als auch aus der Perspektive von Konsumenten. Um einer drohenden Abwärtsspirale (auch als Trading down bezeichnet) wirkungsvoll zu begegnen, zeichnet sich für diese Lage der Bedarf einer proaktiven Steuerung durch die Kommune ab.[23]

Öffnungszeiten

Einheitliche Ladenöffnungszeiten sind im Hinblick einer kompakten und aus Kundensicht attraktiven Innenstadt ein relevanter Faktor. Um die Attraktivität eines Innenstadtzentrums zu erhöhen, sind grundsätzlich Vereinheitlichungen der Öffnungszeiten – insbesondere in den Morgen- und Mittagsstunden zu empfehlen, da diese dem Kopplungsbedürfnis der Konsumenten bestmöglich entgegenkommen. Die Analyse der Öffnungszeiten in Ochtrup verdeutlicht, dass es bei den Ladenöffnungszeiten markante Unterschiede gibt. Die morgendlichen Öffnungszeiten der Innenstadtgeschäfte variieren überwiegend zwischen 8:00 Uhr und 9:30 Uhr. Zudem gibt es keine einheitlich geregelte Mittagspause. Während ein Teil der Geschäfte durchgehend geöffnet ist, sind vor allem die Fachgeschäfte zwischen 12:30 Uhr und 14:30 Uhr geschlossen. Im Bereich der Altstadt variieren zudem die abendli-

[22] Die Größenermittlung ist bei leer stehenden und daher nicht begehbaren Ladenlokalen nur durch Inaugenscheinnahme von außen möglich. Daher sind die Größenangaben als Annäherungswerte zu verstehen.

[23] Beispielsweise durch die Etablierung eines Ladenflächenmanagements zur Qualifizierung des Standortes, der Optimierung der Aufenthaltsqualität und des Stadtbildes sowie der Verbesserung der Anbindung an das FOC. Diese Aspekte werden vertiefend bei den lagespezifischen Entwicklungsempfehlungen aufgegriffen (vgl. Kapitel 6.1.5).

chen Öffnungszeiten zwischen 17:30 Uhr und 18:30 Uhr. Demgegenüber weisen die Geschäfte im FOC einheitliche Öffnungszeiten von 10:00 Uhr bis 19:00 Uhr (Montag – Donnerstag) bzw. 10:00 Uhr bis 20:00 Uhr (Freitag, Samstag) auf.

6.1.3 Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des ZVB Innenstadtzentrum

Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für den ZVB Innenstadtzentrum Ochtrup folgende Stärken festhalten:

- Der ZVB Innenstadtzentrum stellt gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe und dem gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil den bedeutendsten Einzelhandelsstandort im Stadtgefüge dar.
- Auch bzw. insbesondere im Vergleich mit einer Vielzahl von Stadt + Handel untersuchten Kommunen ist die Fokussierung der Einzelhandelsnutzungen auf die Innenstadt sehr positiv hervorzuheben.
- Der ZVB verfügt über eine hohe Einzelhandelsdichte im Bereich der Altstadt (insbesondere Bahnhofstraße, partiell auch Weinerstraße, wenngleich die Dichte hier durch Leerstände und Komplementärnutzungen aus dem Dienstleistungs- und Gastronomiebereich eingeschränkt ist) und im Bereich Laurenzstraße/ FOC.
- Das Einzelhandelsangebot des ZVB generiert sich aus allen Fristigkeitsstufen mit Schwerpunkten im mittel- und kurzfristigen Bedarfsbereich (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel).
- Insbesondere im Bereich Bahnhofstraße und Laurenzstraße wird der Einzelhandelsbestand durch mehrere große, teilweise auch autoorientierte Magnetbetriebe ergänzt.
- Die strukturprägenden Lebensmittelanbieter sind ausschließlich im ZVB Innenstadtzentrum verortet und tragen aufgrund ihrer ausgewogenen räumlichen Verteilung maßgeblich zur Belebung der innerstädtischen Einzelhandelslagen bei.
- Der zentrale Versorgungsbereich verfügt insbesondere im Bereich der nördlichen Altstadt über ein besonderes historisches Ambiente und weist aufgrund seiner räumlichen Ausdehnung eine vielfältige Gebäude- und Stadtstruktur auf.
- Es existiert ein vielfältiges und umfangreiches Angebot zentrenergänzender Funktionen, welche insbesondere im nördlichen Bereich der Altstadt einen teilräumlichen Schwerpunkt bilden und das Einzelhandelsangebot entlang der Weinerstraße sowie der Berg-/ Bültstraße abrunden.

Gleichzeitig lassen sich einige Schwachpunkte erkennen:

- Es besteht eine räumliche Ungleichverteilung der wichtigsten Magnetbetriebe mit Konzentrationstendenzen im Bereich der südlichen Altstadt und im Bereich der Laurenzstraße.
- Zwar sind die Leerstände insgesamt aus Kundensicht nicht als problematisch wahrzunehmen, dennoch mindert eine teilräumliche Leerstandsagglomeration in der Weinerstraße die Aufenthaltsqualität der historischen Altstadt und die Attraktivität der Einzelhandelslage.
- Im Bereich der nördlichen Altstadt (Weinerstraße) dominieren überwiegend kleinteilige Laden-/ Immobilienstrukturen, die eine Reaktion auf die Leerstandsproblematik erschweren.
- Aufgrund der großen räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ergeben sich Optimierungspotenziale hinsichtlich einer Verstärkung von Austauschbeziehungen zwischen den Einzelhandelslagen, die mittelbar auch Impulse für die Weinerstraße liefern sollen.
- In diesem Kontext ist ein besonderes Augenmerk auf die städtebaulich-funktionale Weiterentwicklung des Lagebereiches Laurenzstraße zu legen.

Wie bereits dargestellt, wird das Innenstadtzentrum von den befragten Passanten insgesamt überwiegend neutral bewertet. Die Passanten bewerten die Angebotsvielfalt, die sich in der rein quantitativen Analyse nach Branchen und Betriebstypen deutlich darstellt, allerdings kritischer. Aus Kundensicht ist auch der Bummelfaktor im Innenstadtzentrum mehrheitlich nicht zufriedenstellend bewertet worden.

Handlungsbedarf für die künftige strategische Weiterentwicklung ergibt sich zudem bereits daraus, dass die genannten positiven Standortfaktoren im Einzelnen wie in der Summe für die Zukunft gesichert werden sollten. Aus fachgutachterlicher Sicht ergibt sich weiterer Handlungsbedarf auch aufgrund der Tatsache, dass auch die Nachbarstädte aktiv ihre Standorte weiterentwickeln. Stillstand würde auch deshalb für das Innenstadtzentrum weitere Rückschritte bedeuten und die erreichte Stabilisierung der Gesamtverkaufsfläche gefährden.

Vor dem Hintergrund der zwischenzeitlich erfolgten Erweiterung und deutlichen Angebotsdiversifizierung des FOC im Zuge der Eröffnung der zweiten Ausbaustufe 2012 ist es von Bedeutung, dass die innerstädtischen Lagen jeweils ihr eigenständiges städtebaulich-funktionale Profil weiterentwickeln. Entsprechende Ansätze bestehen bereits. Ein zentrales Anliegen sollte darin bestehen mit der Altstadt einen attraktiven Gegenpol zum FOC zu schaffen, indem die Stärken des Standortes wie Beratungs- und Servicequalität und die vorhandene Warenvielfalt sowie das Dienstleistungs- und Gastronomieangebot deutlich herausgestellt werden. Zielstellung dieser Profilierung ist es demnach, die Synergieeffekte zwischen beiden Innenstadtlagen zu erhöhen und somit die Bedeutung des gesamten zent-

ralen Versorgungsbereichs zu stärken. Auch vor diesem Hintergrund ist eine gezielte städtebaulich-funktionale Weiterentwicklung des Bereiches Laurenzstraße hervorzuheben.

6.1.4 Städtebaulich-funktionale Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für das Innenstadtzentrum

Zur Gewährleistung der innerstädtischen Leitfunktion des Einzelhandels sollte die beschriebene Bestandsstruktur erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Ochtrup, die einen Bezug zum Innenstadtzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

Tabelle 9: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch…
▪ Festigung des Innenstadtzentrums als mittelzentraler Versorgungsstandort für die Region mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern
▪ Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften und Spezialangeboten
▪ Sicherung und Stärkung der Magnetbetriebe
▪ Erweiterung und Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten. Funktionale Abstimmung mit den bestehenden Funktionsräumen und ihren Strukturen. Weiterentwicklungen sollten der zugedachten Profilierung der Lagebereiche dienlich sein und die jeweils anderen Funktionsräume möglichst wenig beeinträchtigen.
▪ Ergänzung der inneren Kundenläufe und Optimierung der Anbindung des FOC an die Altstadt u. a. durch eine gezielte städtebaulich-funktionale Entwicklung des Bereiches Laurenzstr.
▪ Sicherung und Stärkung der für die Gesamtfunktionalität des Innenstadtzentrums bedeutenden Nahversorgungsfunktion

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Zielstellungen und Empfehlungen werden in Kapitel 6.1.5 konkretisiert.

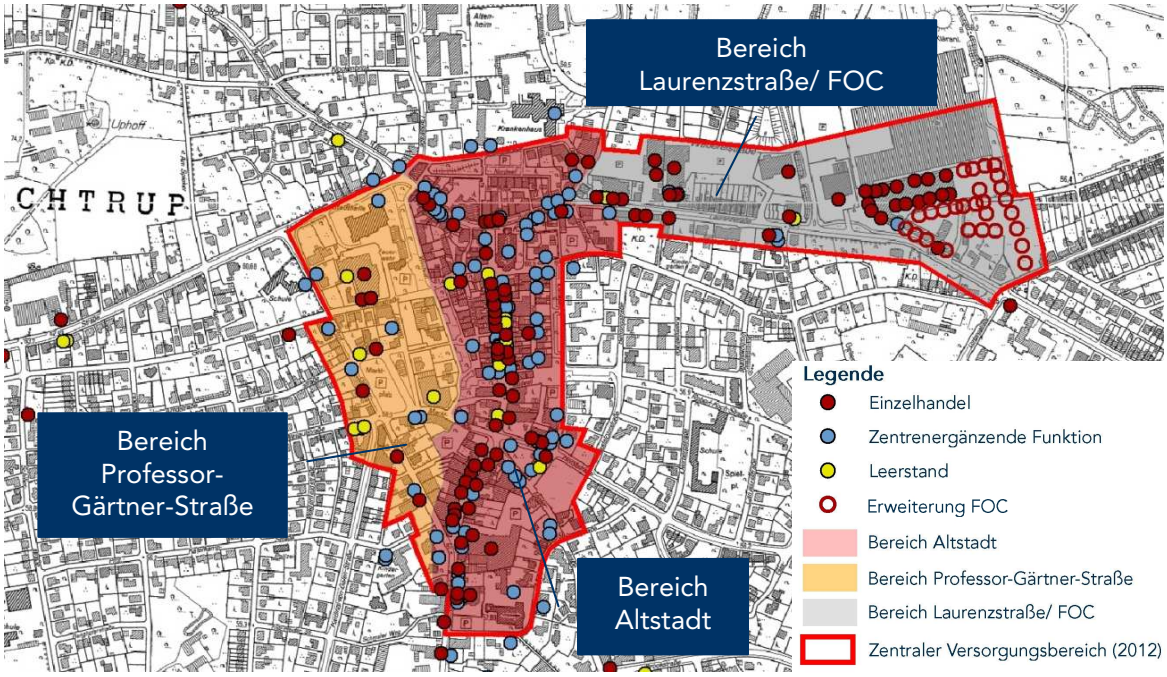
Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs

Für die Bauleitplanung ist eine räumliche Darstellung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich. Diese erfolgt in der folgenden Abbildung.

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst den Bereich Altstadt, den Bereich Professor-Gärtner-Straße und den Bereich Laurenzstraße/ FOC. Die in der Karte dargestellte Lagedifferenzierung dient ausschließlich dazu die Zielgenauigkeit der städtebaulich-funktionalen

Entwicklungsempfehlungen des Einzelhandelskonzepts zu erhöhen und impliziert keine hierarchische Ordnung der Lagebereiche zueinander. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Fußgängerzone mit ihren relevanten Kundenläufen und mit ihren Magnetbetrieben, den Bereich Laurenzstraße/ FOC sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des ZVB wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Abbildung 13: Räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage: Stadt Ochtrup

Es ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kapitel 2.2) begründete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

- Der nördliche Bereich des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadtzentrum wird durch die Gronauer Straße, die Hospitalstraße sowie die Alte Maate begrenzt und umfasst die historische gewachsene Altstadt von Ochtrup mit den durch Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen geprägten Straßenzügen Berg-/ Bültstraße und Weinerstraße. Entgegen der Zentrenabgrenzung aus dem Jahr 2006 wird der sich von der Gronauer Straße und Hospitalstraße in nördlicher Richtung erstreckende Bereich aufgrund des fehlenden Einzelhandelbesatzes nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.
- Im Osten findet der zentrale Versorgungsbereich mit den straßenbegleitenden Einzelhandelslagen entlang der Laurenzstraße seine Fortsetzung. Das städtebaulich

markante Areal des FOC Ochtrup inklusive der Erweiterungsflächen bildet den Abschluss des zentralen Versorgungsbereichs Richtung Nord-Ost.

- Im weiteren Verlauf bilden die historischen Stadtgrenzen der Altstadt entlang des Ostwalls die östliche Begrenzung, die sich im Bereich der Horststraße aufgrund des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes und einer Potenzialfläche bis zum Kreuzungsbereich Pestalozzistraße erweitert.
- Entlang der Bahnhofstraße werden die zu beiden Seiten gelegenen Grundstücke entlang der Fußgängerzone in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Den südlichen Abschluss bildet die Kreuzung der Marienstraße, jenseits derer der geschlossene Einzelhandelsbesatz endet und sich überwiegend Wohnnutzungen anschließen.
- Die westliche Grenze des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum bildet im südlichen Teilabschnitt die Bahnhofstraße. Dem Straßenverlauf in nördlicher Richtung folgend orientiert sich die Zentrenabgrenzung, ab der Einmündung der Professor-Gärtner-Straße, in nord-westlicher Richtung beidseitig entlang dieses Straßenzuges. Vollumfänglich umfasst wird neben dem Marktplatz und der bedeutenden Potenzialfläche im Bereich der ehemaligen Comet Immobilie auch das Rathaus.

6.1.5 Empfehlung zur Entwicklung des Innenstadtzentrums

Auf Grundlage der Analyse der Angebotsstrukturen des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum zeigt sich im Bereich Altstadt entlang der Weinerstraße eine zum großen Teil sehr kleinteilige Ladengrößenklassenstruktur mit – gemessen an der Verkaufsfläche – nur wenigen Magnetbetrieben. In diesem Kapitel werden Entwicklungsperspektiven und Handlungsempfehlungen (insbesondere) für diese kleinteiligen, und gewachsenen Einzelhandelslagen der historischen Altstadt aufgezeigt.

Lagespezifische Empfehlungen für den Bereich Altstadt

Die Entwicklungsempfehlungen lassen sich dabei in drei thematische Blöcke darstellen (vgl. folgende Abbildung), die im Folgenden näher erläutert werden.

Aufenthaltsqualität

Bereits im Rahmen des Stadtentwicklungskonzeptes wurde die Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum als ein zentrales Handlungserfordernis für das Innenstadtzentrum benannt. Diese Erkenntnisse werden auch durch die Ergebnisse der Händler- und Passantenbefragung gestützt.[24] Dabei ist ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild insbesondere für den Erlebniseinkauf sowie aus touristischen Motiven von Bedeutung und liefert somit einen wichtiger Beitrag zur aktiven Lenkung von Besucher-

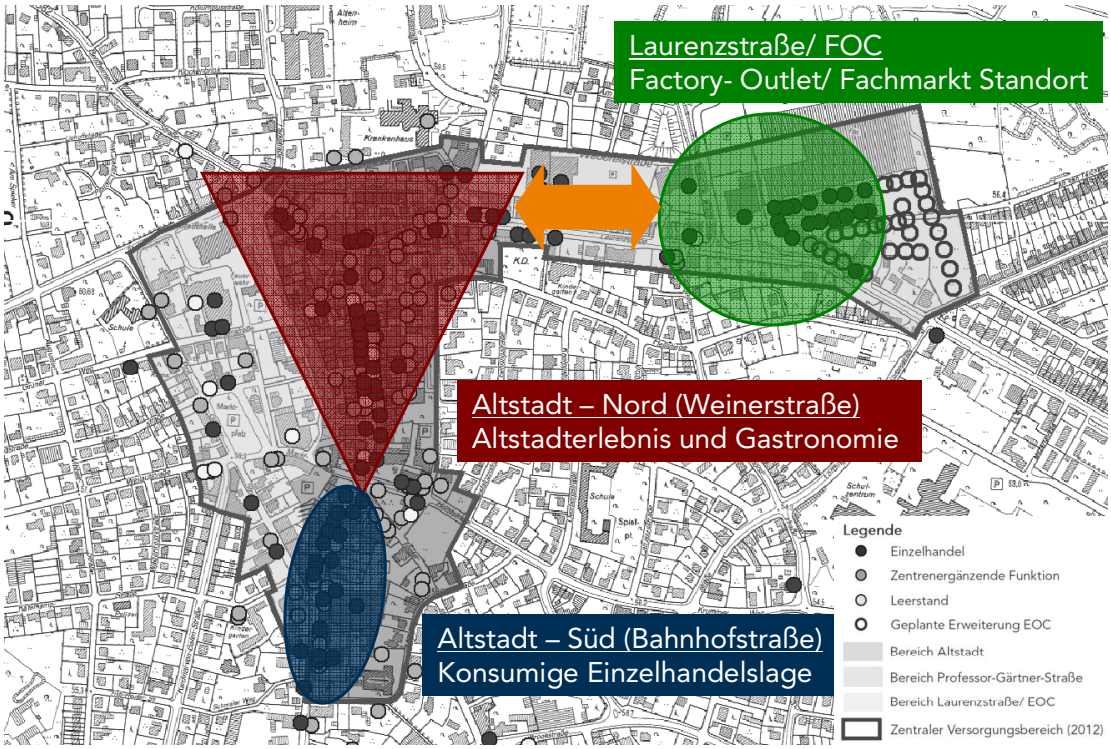
[24] Unterdurchschnittliche Bewertung des Aspekts „Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen im Innenstadtzentrum"

strömen aus dem FOC in die weiteren innerstädtischen Einzelhandelslagen der Altstadt. Das Stadtentwicklungskonzept benennt für das Innenstadtzentrum Schwerpunktbereiche und untersetzt diese mit konkreten Handlungs- und Maßnahmenvorschlägen. Auf diese Empfehlungen sei an dieser Stelle ausdrücklich verwiesen.

Abgestimmte Funktionen

Gemäß der bereits erkennbaren funktionalen Vorprägung sollen die einzelnen Bereiche und Teillagen der Innenstadt qualifiziert und weiterentwickelt werden. Zur Qualifizierung der Einzelhandelslagen ist es insbesondere notwendig eine eigenständige Profilierung der Lagen unter Berücksichtigung der spezifischen Rahmenbedingungen und Strukturen anzustreben, welche sich von den Angebotsschwerpunkten der anderen Bereiche des Innenstadtzentrums unterscheiden. Die Empfehlungen orientieren sich dabei an dem im Folgenden dargestellten Leitbild zur Profilierung der innerstädtischen Einzelhandelslagen.

Abbildung 14: Leitbild zur Profilierung der innerstädtischen Einzelhandelslagen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Stadt + Handel 02/2012; Kartengrundlage Stadt Ochtrup.

Der südliche Bereich der **Altstadt** entlang der **Bahnhofstraße** soll dabei vorrangig in seiner gegenwärtigen Funktion als konsumige Einzelhandelslage mit einer vitalen Mischung aus Fachmärkten und Fachgeschäften aller Bedarfsbereiche gesichert und weiterentwickelt werden.

Der nördliche Bereich der **Altstadt** entlang der **Weinerstraße** bietet aufgrund seiner Prägung durch kleinteilige historische Baustrukturen, überwiegend inhabergeführte

Einzelhandelsbetriebe und einen erhöhten Anteil von zentrenergänzenden Funktionen gute Voraussetzungen zur Entwicklung als Erlebnisraum. Mit den funktionalen Entwicklungsempfehlungen werden dabei explizit die städtebaulichen Potenziale der historischen Altstadt berücksichtigt, welche in Abstimmung mit den Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen einen bedeutenden weichen Standortfaktor darstellen. Gemäß Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung bildet der nördliche Bereich insbesondere einen Vorrangraum für den:

- beratungsintensiven und hochwertigen Einzelhandel,
- Spezialanbieter in bislang fehlenden Warengruppen, Teilsegmenten und Qualitätsstufen,
- Dienstleistungsanbieter,
- sowie gastronomische Einrichtungen.

Im **Bereich Laurenzstraße/ FOC** besteht gegenwärtig eine Vorprägung durch Fachmarktkonzepte und outletbezogene Einzelhandelsnutzungen. Zur Optimierung der Anbindung des FOC zu den Einzelhandelslagen der Altstadt soll dieser Bereich eine Weiterentwicklung in enger städtebaulich-funktionaler Abstimmung mit den bestehenden Einzelhandelslagen erfahren (vgl. folgender Abschnitt).

Optimierte Anbindung des FOC Ochtrup an die gewachsenen Einzelhandelslagen der Altstadt

Für die optimierte Anbindung des FOC an die Altstadt nehmen insbesondere die straßenbegleitenden Potenzialflächen beidseitig der Laurenzstraße eine Brückenfunktion ein. Mit der Entwicklung bislang unbebauter Areale (z. B. im Bereich Poststraße/ Laurenzstraße) oder der baulichen Umgestaltung bestehender Immobilien bzw. Grundstücke und deren einzelhandelsbezogener Nachnutzung ergeben sich Chancen zur weiteren Qualifizierung des Handelsstandortes durch gezielte Angebotsausweitung und zur Lenkung von Besucherströmen in die Altstadt.

Im Zusammenhang mit der Entwicklung einzelhandelsbezogener Nutzungen in diesen Bereichen ist die Herleitung des städtebaulichen Nutzungsumfangs hinsichtlich des Warenangebotes, der Qualitäten und der Verkaufsfläche empfehlenswert. Eine Entwicklung sollte dabei in enger städtebaulich-funktionaler Abstimmung mit den anderen innerstädtischen Einzelhandelslagen erfolgen.

Branchenmix

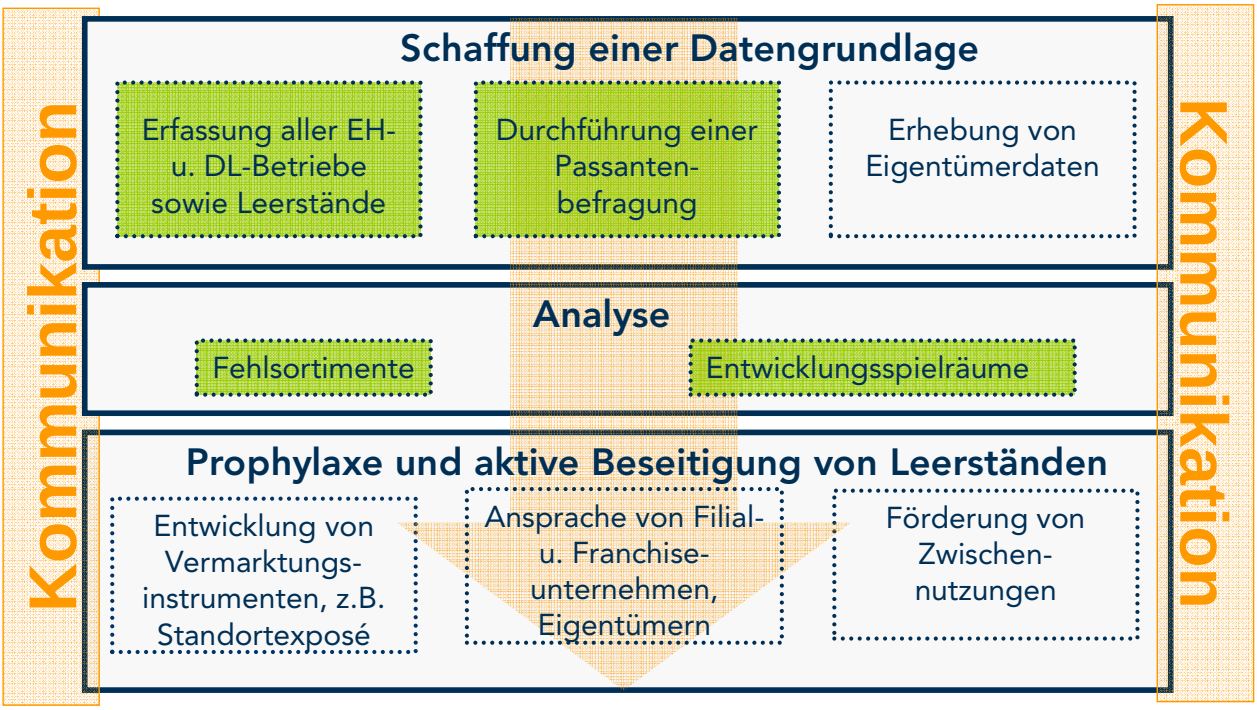
Die Vielfalt der im Ochtruper Innenstadtzentrum angebotenen Waren sowie der hier verorteten Einzelhandelsbetriebe ist entsprechend der zentralörtlichen Versorgungsfunktion generell als angemessen einzuschätzen. Es sind nahezu alle für ein Innenstadtzentrum dieser Größenordnung relevanten Betriebstypen vorhanden.

Dennoch sind insbesondere im Bereich der spezialisierten Angebote im Lebensmitteleinzelhandel (z.B. Fischfachgeschäft, Bio-Laden, Anbieter Regionaler Spezialitäten) sowie in der Warengruppe Bekleidung und weitere Sortimenten (Lederwarengeschäft, Telekommunikationsgeschäft) Ansatzpunkte für eine Erweiterung des innerstädtischen Einzelhandelsportfolios erkennbar. Diesbezüglich ergeben sich auch Überschneidungen mit den vermissten Sortimenten der befragten Passanten (vgl. Kapitel. 4.4.3). Aufgrund der zumeist geringen Flächenanforderungen der spezialisierten Anbieter ergeben sich somit insbesondere für die Einzelhandelslagen der Weinerstraße Potenziale zur weiteren Angebotsdiversifizierung und Attraktivierung des Standortes.

Ladenflächenmanagement

Für die Weiterentwicklung des ZVB Innenstadtzentrum (hier insbesondere im Bereich Weinerstraße sowie der Bereich Professor-Gärtner-Straße) bietet sich in Ochtrup die Etablierung eines Ladenflächenmanagements an, um Einzelhandelsbetriebe gezielt im zentralen Versorgungsbereich anzusiedeln und auch in die gewachsenen Lagen zu lenken. Ein Ladenflächenmanagement zentralisiert die Vermittlung verfügbarer Geschäftsflächen. Dabei steht die gleichzeitige Anstrebung des gewünschten Branchenmixes im Vordergrund, d. h. neben einem Quantitätsziel zur Verringerung der Leerstandsquote spielt auch das Qualitätsziel zur Steuerung des Branchenmixes eine große Rolle. Nachstehende Abbildung zeigt den idealtypischen Ablauf eines Ladenflächenmanagements.

Abbildung 15: Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements



Quelle: Eigene Darstellung; markierte Felder: Maßnahmen sind bereits im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzepts erfolgt.

Durch die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes und die in diesem Rahmen durchgeführten empirischen Bausteine (Einzelhandelsbestandserhebung), Passantenbefragung und Analysen liegen in Ochtrup wichtige Daten für die Einrichtung eines Ladenflächenmanagements bereits vor.

Ein solches Ladenflächenmanagement kann z. B. auch in ein umfassendes City-Management oder in die konstituierte Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Altstadt Ochtrup e.V. eingegliedert werden, welches die Interessen aller aktiven Akteure bündelt und nach Außen vertritt.

Im Rahmen eines Ladenflächen- und/oder Citymanagements sollte auch die Sicherung und Stärkung der Vielfalt an kleinen Fachgeschäften im Innenstadtzentrum fokussiert werden. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer und ggf. weiteren Akteuren können unter Zuhilfenahme von professionellen Coaching-Maßnahmen insbesondere folgende Aspekte bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben thematisiert und optimiert werden:

- Warenpräsentation/ Schaufenstergestaltung/ Marketing,
- Inhabernachfolge,
- Zwischenfinanzierung,
- bautechnische/ architektonische Beratung der Eigentümer zum Umbau bzw. Zusammenlegung von Ladenlokalen.

6.2 Das Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.5 analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Ochtrup ausgesprochen.

Zu den spezifischen Rahmenbedingungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in Ochtrup zählt eine räumliche Konzentration strukturprägender Lebensmittelanbieter im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum. Darin findet das politisch legitimierte Leitbild der Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs durch eine ergänzende Konzentration der frequenzerzeugenden Magnetbetriebe des Lebensmitteleinzelhandels seinen Ausdruck. Dem Innenstadtzentrum kommt somit eine Mitversorgungsfunktion für das restliche Stadtgebiet zu.

Handlungsprioritäten

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Ochtrup ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten tragfähiger absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Ochtrup aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

1. Künftige Neuansiedlungen sollten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum sowie in dessen räumlich-funktionalen Zusammenhang realisiert werden. Dabei ist eine räumlich optimierte Lage und Verteilung der strukturprägenden Nahversorgungsanbieter anzustreben, um eine weitestgehend flächendeckende fußläufige Nahversorgung in den angrenzenden Stadtteilen zu gewährleisten.
2. Das Ansiedlungspotenzial sollte genutzt werden, um bestehende Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich nachfrage- und zeitgemäß auszubauen, sofern die Märkte im Einzelnen nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen entsprechen. Hierdurch kann gewährleistet werden, dass die Funktionalität des zentralen Versorgungsbereichs stabilisiert wird.
3. Für räumlich abgesetzte Stadt- oder kleinere Ortsteile kann ein den jeweiligen Rahmenbedingungen angepasstes, moderates Nahversorgungsangebot etabliert bzw. gesichert werden ohne von dem politischen legitimierten Grundkonzept der Konzentration auf die Innenstadt abzuweichen.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kapitel 6.5); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der Zentren (entsprechend ihrer jeweiligen Funktionszuweisung) als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

Sofern innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs nachweislich keine geeigneten Flächen für Neuansiedlungen zur Verfügung gestellt werden können, ist es möglich, Entwicklungsflächen für die Ansiedlung eines einzelhandelsbasierten Nahversorgungsvorhabens, wenn es außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum, aber in unmittelbarer räumlicher Nähe liegt, in den zentralen Versorgungsbereich aufzunehmen. Dies ist an eine intensive Einzelfallprüfung geknüpft, welche mindestens folgende Prüfungskriterien enthalten sollte:

- Für das Einzelhandelsvorhaben stehen im zentralen Versorgungsbereich nachweislich[25] keine Entwicklungsflächen zur Verfügung.
- Das Einzelhandelsvorhaben ist mit der Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich funktional abgestimmt (sowohl sortiments- als auch verkaufsflächenbezogen) und ergänzt/ arrondiert das Angebot im zentralen Versorgungsbereich.
- Die Entwicklungsfläche steht in einem direkten städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum.
- Die Erweiterung entspricht einer stadtentwicklungspolitisch abgewogenen Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs (als Ganzes) und ist abgestimmt mit den gesamtstädtischen Leitsätzen zu verkaufs-, standorts- und sortimentsbezogenen Fortentwicklung der Ochtruper Einzelhandelsstruktur.

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite der Erweiterung sollte stets eine intensive Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzepts für das betreffende Ansiedlungsvorhaben und den zentralen Versorgungsbereich erarbeitet werden. In diesem sollten insbesondere die aktuellen und künftig möglichen Kundenlaufwege sowie die sonstigen funktionalen, städtebaulichen und stadtgestalterischen Bezüge innerhalb des bestehenden Zentrums zu dessen, zu untersuchenden, Erweiterungsbereich thematisiert werden. Eine solcherlei vorbereitete und abgewogene räumliche Ausweitung des zentralen Versorgungsbereichs sollte vom zuständigen Ratsgremium durch Beschluss gebilligt werden.

Empfehlungen für die Ochtruper Stadtteile

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung bei gleichzeitiger Konzentration der strukturprägenden Anbieter auf den ZVB Innenstadtzentrum, gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe innerhalb des Innenstadtzentrums an Bedeutung. Dessen ungeachtet bestehen insbesondere in den abgesetzten Stadtteilen Welbergen und Langenhorst sowie den innenstadtfernen Teilbereichen der Kernstadt keine fußläufig erreichbaren strukturprägenden

[25] Dieser Nachweis sollte sich nicht an kurzfristiger, einzelflächenbezogener Verfügbarkeit, sondern langfristigen strukturellen Entwicklungsoptionen unter Beachtung absehbarer Standortanforderungen der Betreiber orientieren.

Nahversorgungsangebote. In Zukunft sollte der Fokus in diesen Lagen auf angepassten Strukturen, Kleinflächenkonzepten sowie auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „Gebündelter" mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion")
- Kleinflächenkonzepte/ Nahversorgungsläden.

6.3 Konzept für ergänzende Sonderstandorte

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum oder den Einzelstandorten des Einzelhandels besteht in Ochtrup mit dem Standortbereich Deipenbrook eine weiterer Standort mit einem deutlichen Standortgewicht (vgl. zur Bestandsanalyse und -bewertung dieses Standorts Kapitel 4.6). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diesen Standortbereich grundsätzlich sowie im Einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind.

6.3.1 Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Sonderstandorten

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und den übergeordneten Entwicklungszielstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in Ochtrup (vgl. Kapitel 5) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung der ergänzenden Sonderstandorte verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den *großflächigen* Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum räumlich schlecht anzusiedeln wären,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum in seiner Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die

Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Für Ochtrup wird mit dem Sonderstandort Deipenbrook zunächst ein Sonderstandort empfohlen, der dauerhaft spezifische Versorgungsfunktionen – wie nachstehend näher beschrieben – übernehmen soll. Der empfohlene Sonderstandort sollte im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 6.5) zur Erweiterung oder Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.

6.3.2 Empfehlungen zum Sonderstandort Deipenbrook

Der Sonderstandort Deipenbrook ist gemessen an der Verkaufsfläche eine bedeutende Einzelhandelsagglomeration in Ochtrup. Hinsichtlich seiner Verkehrsanbindung für den Pkw-Verkehr ist er durch die örtliche und überörtliche Verkehrsfunktion der umgebenden Straßen sehr gut ausgestattet. Der Standort ist heute überwiegend durch Angebote aus den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen geprägt. Diese Standorteigenschaften sollten als positive Entwicklungsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung genutzt werden.

Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung

Auch wenn Einzelhandelsangebote aus den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen überwiegen, so erschweren andere Sortimentsbereiche dennoch die perspektivische Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum in Ochtrup. Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs zukünftig gewährleistet werden kann, sollte der Verkaufsflächenanteil für zentrenrelevante Haupt- und Randsortimente daher begrenzt werden.

Neue Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen künftig primär im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum stattfinden (vgl. Ansiedlungsleitsätze im Kapitel 6.5). Somit verbleiben für den Sonderstandort folgende wesentliche und zugleich nicht unbedeutende Standortfunktionen: Er soll dauerhaft Standort sein für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment.

6.4 Die Sortimentsliste für Ochtrup

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Ochtrup als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder ob eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzepts entspricht.

Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelskonzepts, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere", „zum Beispiel" bzw. „beispielsweise" enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde *sortimentsspezifisch* und *abschließend* darzulegen, welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentsliste sprechen.[26]

Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.[27] Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

---

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

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

Tabelle 10: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind i. d. R. Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können,
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten.

Nahversorgungsrelevant sind i. d. R. Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant sind i. d. R. Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen,
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die örtliche Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich.

Im Zuge der aktualisierten Bestandserhebung konnte die 2006 festgelegte Klassifizierung der Sortimente nahezu vollumfänglich bestätigt werden. Ausnahmen bilden die ehemals als nahversorgungsrelevant eingestuften Warengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Back-/ Fleisch-/ Reformwaren und Getränke),
- Drogerie, Kosmetik/Parfümerie und
- Pharmazeutische Artikel (Apotheke),

welche aufgrund Ihrer räumlichen Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum und den übergeordneten Entwicklungszielstellungen (vgl. Kapitel 5) im Rahmen der vorliegenden Fortschreibung als zentrenrelevant eingestuft wurden.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen und der methodischen Herleitung ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter Sortimente in Ochtrup als sog. „Ochtruper Liste“.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Ochtrup („Ochtruper Liste")

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008[28]	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	*47.78.1*	*Augenoptiker*
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	*47.71*	*Einzelhandel mit Bekleidung*
(Schnitt-) Blumen	*47.76.1*	*Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln*
Bücher	*47.61* *47.79.2*	*Einzelhandel mit Büchern* *Antiquariate*
Computer (PC-Hardware und –Software)	*47.41*	*Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software*
Drogerie, Kosmetik/ Parfümerie	*47.75*	*Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln*
Elektrogroßgeräte	*aus 47.54*	*Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)*
Elektrokleingeräte	*47.54*	*Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (NUR: Einzelhandel mit Elektrogeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)*
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	*47.78.2*	*Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)*
Glas/Porzellan/Keramik	*47.59.2*	*Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren*
Haus-/Bett-/Tischwäsche	*aus 47.51*	*Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z.B. Hand-, Bade-, Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)*
Hausrat/Haushaltswaren	*aus 47.59.9*	*Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z.B. Besteck und Tafelgerät, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen a.n.g.)*
Heimtextilien/Gardinen	*aus 47.53* *aus 47.51*	*Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen)* *Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.)*

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

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008[29]	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Handarbeitsbedarf/ Kurzwaren/Meterware	*aus 47.51*	*Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z.B. Nähnadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlusse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)*
Nahrungs- und Genussmittel	*47.2*	*Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)*
Med. und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte)	*47.74*	*Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln*
Musikinstrumente und Musikalien	*47.59.3*	*Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien*
Papier/Büroartikel/ Schreibwaren, Bastelbedarf	*47.62.2*	*Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln*
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	*47.73*	*Apotheken*
Schuhe/Lederwaren	*47.72*	*Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren*
Spielwaren	*47.65*	*Einzelhandel mit Spielwaren*
Sport- und Campingartikel	*aus 47.64.2*	*Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln*
Telekommunikationsartikel	*47.42*	*Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten*
Uhren/Schmuck	*47.77*	*Einzelhandel mit Uhren und Schmuck*
Unterhaltungselektronik	*47.43* *47.63*	*Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik* *Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern*
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	*aus 47.78.9* *aus 47.64.2*	*Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)* *Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)*
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen	*47.78.3* *aus 47.59.9*	*Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln* *Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)*
Zeitungen/ Zeitschriften	*47.62.1*	*Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen*

[29] WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008

Nicht zentrenrelevante Sortimente (kein abschließender Charakter)		
Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelskonzeptes als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.		
Baumarktsortiment im engeren Sinne	*47.52*	*Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel)*
	aus 47.53	*Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)*
	aus 47.59.9	*Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)*
	aus 47.78.9	*Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)*
Bettwaren	*aus 47.51*	*Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)*
Fahrräder und Zubehör	*47.64.1*	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	*aus 47.59.9*	*Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten)*
	aus 47.52.1	*Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)*
Kfz-Zubehör	*45.32*	*Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör*
Leuchten/Lampen	*aus 47.59.9*	*Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)*
Möbel (einschl. Gartenmöbel)	*47.59.1*	*Einzelhandel mit Wohnmöbeln*
	47.79.1	*Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen*
Pflanzen/Samen	*47.76.1*	*Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)*
Teppiche (ohne Teppichböden)	*47.53*	*Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)*

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 02/2012.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.[30] Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern

[30] Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531

des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.5 Ansiedlungsleitsätze

Die Ansiedlungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Ochtrup und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

6.5.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele untereinander:

- Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum
- Sicherung und Stärkung eines zentralen Nahversorgungsbesatzes samt kleinteiligen Angeboten in den Ortsteilen
- Bereitstellung ergänzender Standorte

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

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

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Ochtruper Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Ochtrup ansässiger Einzelhandelsbetriebe.[31]

[31] Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und

Die Ansiedlungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden; der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

6.5.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Ochtrup empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen weiterhin im zentralen Versorgungsbereich des Innenstadtzentrums angesiedelt werden. Damit kann das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber der Innenstadt sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

Innerhalb des Innenstadtzentrums sollen neue Einzelhandelsbetriebe oder Betriebserweiterungen primär in den Lagebereichen Altstadt und Laurenzstraße/ FOC angesiedelt werden. Im Bereich Professor-Gärtner-Straße sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe alternativ nur dann angesiedelt werden, wenn hierdurch eine strategische städtebauliche Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs und seiner inneren Struktur erreicht wird.

Leitsatz II: Einzelhandel mit (ehemaligen, gemäß Konzept aus dem Jahre 2006) nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment im/am zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum und zur Verbesserung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten in den Ortsteilen zur überwiegenden Versorgung des Gebiets

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz im zentralen Versorgungsbereich haben sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär nur im zentralen Versorgungsbereich selbst angesiedelt werden.

In den Ortsteilen Langenhorst und Welbergen und den abgesetzten Teilbereichen der Kernstadt soll eine an der Nahversorgung des Gebietes angepasste Entwicklung von Kleinflächenkonzepten (üblicherweise unter 400 m² VKF) in sonstigen Lagen angestrebt werden.

Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Ochtrup, insbesondere des Innenstadtzentrums.

Leitsatz III: Großflächiger nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel primär am ausgewiesenen Sonderstandort Deipenbrook.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zur Angebotsbereicherung primär im am Sonderstandort Deipenbrook angesiedelt werden.

Wenngleich solche Sortimente im bei einer Ansiedlung an weiteren Standorten im Stadtgebiet i.d.R. keine negativen Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum implizieren, wird generell eine Bündelung nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe an wenigen Standorten im Stadtgebiet für sinnvoll erachtet und daher empfohlen, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken.

Leitsatz IV: Zentrenrelevanter Einzelhandel außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs als Randsortiment begrenzt zulässig.

- Bis zu max. 10 % der VKF eines Vorhabens, max. 800 m² VKF bezogen auf die Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente.
- Obergrenzen für die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente sind an der Struktur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Ochtrup zu orientieren

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

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs. Um den zentralen Versorgungsbereich vor diesen gemäß der Ochtruper übergeordneten Entwicklungszielstellungen unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits des zentralen Versorgungsbereichs in begrenztem Umfang zugelassen werden.

Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.

Da dieser Schwellenwert die unterschiedliche Sensitivität der zentrenrelevanten Sortimente nicht ausreichend berücksichtigen kann, die sich aus ihrer jeweils unterschiedlichen sortimentsspezifischen Angebotsstruktur im zentralen Versorgungsbereich ergibt, sollen Verkaufsflächenbegrenzungen für Randsortimente *je Sortimentsgruppe* nach einer Prüfung

im Einzelfall[32] ggf. auch unterhalb der genannten Grenzen vorgenommen werden. Die Obergrenzen für die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente sind an der Struktur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Ochtrup zu orientieren.

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

Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden oder weiterverarbeitenden Betrieben.

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

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang,
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und

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

6.6 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Ochtrup werden in diesem Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte" Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte" Standorte[33] bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

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

[33] „Erwünscht" bzw. „unerwünscht" im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben im Innenstadtzentrum gemäß den im Einzelhandelskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen (vgl. Kapitel 6.4) und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen (vgl. Kapitel 6).
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung des Planungsschadensrechts.
- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen.
- Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar die eigenen zentralen Versorgungsbereiche zu schädigen drohen und die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Ochtruper Liste zentrenrelevanter Sortimente.

7 Schlusswort

Die Stadt Ochtrup verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des Innenstadtzentrums mit einer klar definierten Versorgungsaufgabe. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und durch den parallel einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen.

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

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort

Beckmann, Ralf / Böcker, Mone / Lindemann, Maik / Nyhues, Jens (2007): Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

EHI Retail Institute (2005): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2005/2006. Köln

EHI Retail Institute (2006): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2006/2007. Köln

EHI Retail Institute (2007): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2007/2008. Köln

EHI Retail Institute (2008): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des internationalen Handels. Schwerpunkt Deutschland, Österreich, Schweiz Ausgabe 2008/2009. Köln

EHI Handel aktuell 2008/2009, Köln

Hahn-Immobilien (2006): Real Estate Report 06. Ohne Ort

Hahn-Gruppe (2008): Real Estate Report Germany 2008/2009. Bergisch Gladbach

IBH (2011): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2011. Köln

IfH Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (2005): Branchendokumentation zum Betriebsvergleich Einzelhandel. Köln

Immobilien Zeitung (2008): Ausgabe 19/2008. Wiesbaden

Junker und Kruse (2006 a): Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Erweiterung des Euregio Outlet Centers in Ochtrup unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowohl in Ochtrup als auch in der Region. Dortmund

Junker und Kruse (2006 b): Zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Einzelhandelssortimente in der Stadt Ochtrup („Ochtruper Sortimentsliste"). Dortmund

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

Lebensmitteleinzelhandels-Atlas Deutschland (2009), Ohne Ort

Lebensmittelzeitung (2007): Ausgabe Nr. 13. Ohne Ort

Ministerium für Bauen und Verkehr, Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie (2008): Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Düsseldorf

Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen (1995): Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf (zitiert als LEP NRW)

Statistisches Bundesamt (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2006. Berlin

Sonstige Quellen

Website Handelsdaten.de, abgerufen 24.09.2012: www.handelsdaten.de

Website HDE, abgerufen 15.04.2010: www.einzelhandel.de

Website Soziale Stadt, abgerufen12.02.2012: www.sozialestadt.de/programm/

Website Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), abgerufen 12.02.2012: www.it.nrw.de/

Website Statistisches Bundesamt (Destatis), abgerufen 28.09.2007: www.destatis.de

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft) 5

Abbildung 2: Lage in der Region 14

Abbildung 3: Entwicklung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer 2005 - 2011 18

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im regionalen Vergleich (auf Basis der Postleitzahlengebiete) 18

Abbildung 5: Bewertung der Altstadt aus Kunden- und Händlersicht 21

Abbildung 6: Die Nahversorgungsstruktur in Ochtrup 24

Abbildung 7: Heutiger Einzelhandelsbestand am Standortbereich Deipenbrook 26

Abbildung 8: Innenstadtzentrum – städtebaulich-funktionale Differenzierung der Lagebereiche 31

Abbildung 9: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum - Bestandsstruktur 33

Abbildung 10: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im ZVB Innenstadtzentrum 34

Abbildung 11: Verkaufsflächenentwicklung im Sortiment Bekleidung im ZVB Innenstadtzentrum (Vergleich FOC – restliches Innenstadtzentrum) 35

Abbildung 12: Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen im ZVB Innenstadtzentrum 36

Abbildung 13: Räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept) 43

Abbildung 14: Leitbild zur Profilierung der innerstädtischen Einzelhandelslagen 45

Abbildung 15: Idealtypischer Ablauf eines Ladenflächenmanagements 48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) ____ 6

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) ____ 7

Tabelle 3: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine 9

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in Ochtrup ____ 16

Tabelle 5: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen ____ 17

Tabelle 6: Vermisste Angebote in der Ochtruper Altstadt im Detail ____ 20

Tabelle 7: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Ochtrup gesamt ____ 23

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Daten zum Sonderstandort Deipenbrook ____ 25

Tabelle 9: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum ____ 42

Tabelle 10: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten ____ 54

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Ochtrup („Ochtruper Liste") ____ 56

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsschienen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public Private Partnership - Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von Trading down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, i. d. R. mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentsspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit rd. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Oulet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion

und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist i. d. R. nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsläden, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m²

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommener

Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 – 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern.

Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsortiment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsortiment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Stadtteilzentrum (STZ)/ Ortsteilzentrum (OTZ)

Zum Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum zählen diejenigen sonstigen zentralen Bereiche einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besatz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das STZ/OTZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein STZ/OTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein Stadtteil- oder Ortsteilzentrum ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m², wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Trading down Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese" Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „Trading down" im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „Trading down" den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (rd. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 – 60 %; Umsatz 20 – 40 %.

Verkaufsfläche

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleis-

tungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich" z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.