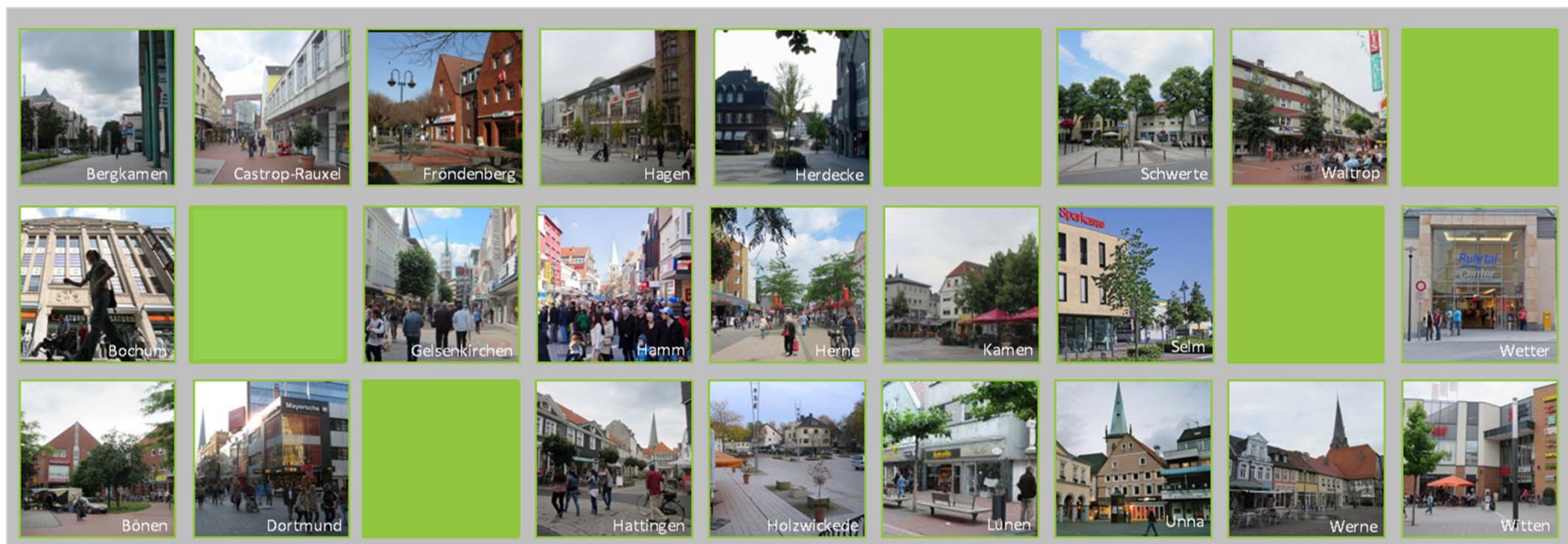


Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche



4. Juli 2013 Auftaktveranstaltung zum kommunalen Entscheidungsprozess

Gliederung

- 1 Die Trends**
- 2 Der Weg**
- 3 Das Konzept**

Die Trends

Bedeutungsverlust des Facheinzelhandels

Rückgang der Flächenproduktivitäten

Einkaufszentrum

Verkaufsflächenwachstum

Aktionswaren

Randsortimente

Konzentration

Nahversorgung

Verschiebung der Marktanteile

ABWÄRTSSPIRALE

Fachgeschäft

Billigfilialist

1-Euro-Shop

Versicherungsagentur

Piercing-Studio

Leerstand

Leistungsverluste
der Warenhäuser

„Rückbesinnung“ auf integrierte Standorte

Billiganbieter als Fruchtfolge

Lebensmitteldiscount

Expansionsbestrebungen halten an

Leerstände

Demographischer Wandel

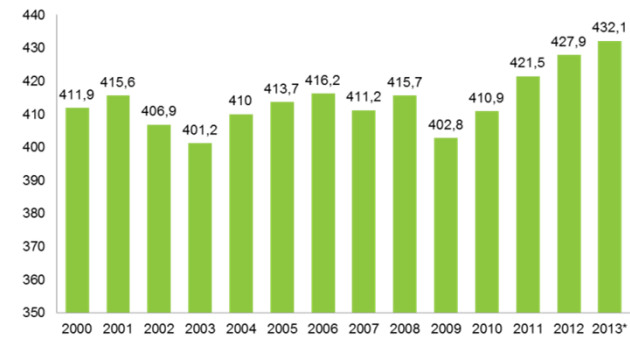
- Wir werden älter, weniger, bunter.
- Wir leben häufiger allein.
- Wir siedeln um.

Kommune	Einwohner* 30.06.2006	Einwohner** 31.12.2011	Veränderung** 2006 / 2011	Prognose** 01.01.2025
Bergkamen	51.995	50.267	-3,32	46.070
Bochum	384.492	373.976	-2,74	352.100
Bönen	19.142	18.439	-3,67	16.619
Castrop-Rauxel	77.407	74.935	-3,19	69.987
Datteln	36.452	35.512	-2,58	32.551
Dortmund	587.717	580.956	-1,15	570.500
Fröndenberg / Ruhr	22.816	21.712	-4,84	19.564
Gelsenkirchen	266.772	256.652	-3,79	239.800
Hagen	196.213	187.447	-4,47	168.000
Hamm	184.017	182.112	-1,04	179.900
Hattingen	56.706	55.388	-2,32	51.839
Herdecke	25.421	24.210	-4,76	21.173
Herne	170.448	164.244	-3,64	151.400
Holzwickede	17.491	17.103	-2,22	16.795
Kamen	45.777	44.217	-3,41	41.124
Lünen	89.803	87.061	-3,05	83.538
Schwerte	49.533	47.983	-3,13	45.098
Selm	27.477	26.747	-2,66	25.462
Unna	67.744	66.202	-2,28	64.412
Waltrop	30.002	29.511	-1,64	28.371
Werl	32.163	32.018	-0,45	29.667
Werne	30.571	29.793	-2,54	26.166
Wetter (Ruhr)	28.923	28.037	-3,06	26.128
Witten	100.422	97.819	-2,59	92.617
Untersuchungsraum	2.599.504	2.532.341	-2,58	2.398.881

Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklungen korrespondieren nicht !

- Umsatzentwicklung
2000 bis 2012: rd. + 4%

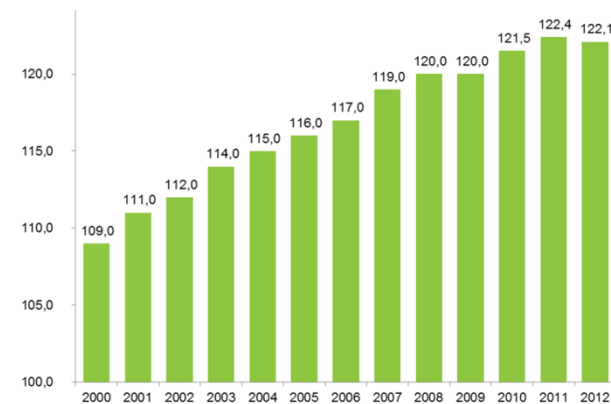
Umsätze in Mrd. Euro



Quelle: www.handelsdaten.de

- Verkaufsflächenentwicklung
2000 bis 2012: rd. + 12 %

VKF in Mio. m²



Quelle: HDE, 2012 bereinigt um Schlecker-Filialschließungen

Bau- und Gartenmärkte, Möbelmärkte

■ Möbelmärkte

Anzahl ist in den letzten zehn Jahren um 25 % gesunken.
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Möbelmarkt ist gestiegen
(derzeit rund 48.600 m²).

Östliches Ruhrgebiet: 4 Anbieter mit 28.000 bis 40.000 m² VKF

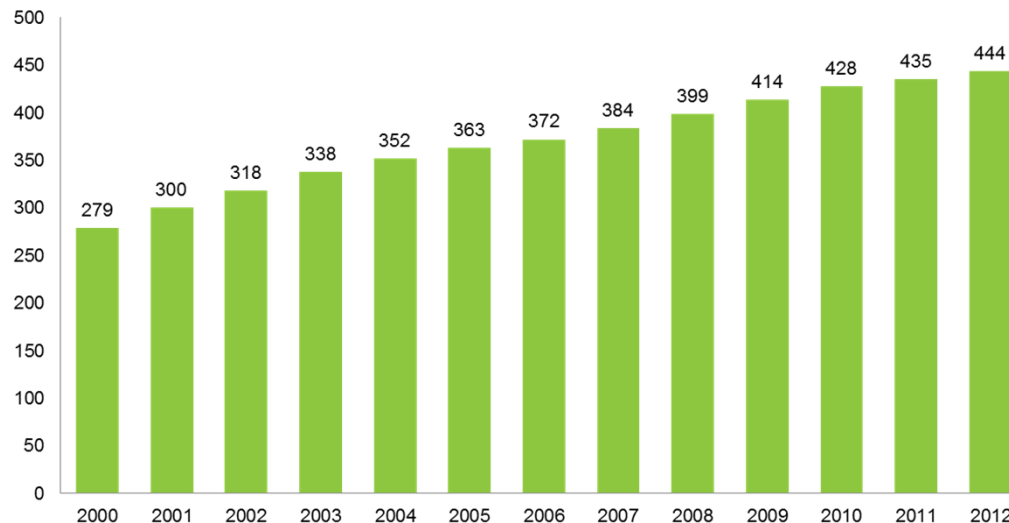
■ Baumärkte

Anzahl ist in den letzten zehn Jahren um 10 % gesunken.
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Möbelmarkt ist gestiegen
(derzeit rund 5.400 m²)

*Östliches Ruhrgebiet: durchschnittliche Größe eines typischen
Baumarktes rund 8.100 m² VKF*

Shopping-Center

- Anzahl und Flächen von Shopping-Centern steigt bundesweit weiter an.



Quelle: www.handelsdaten.de

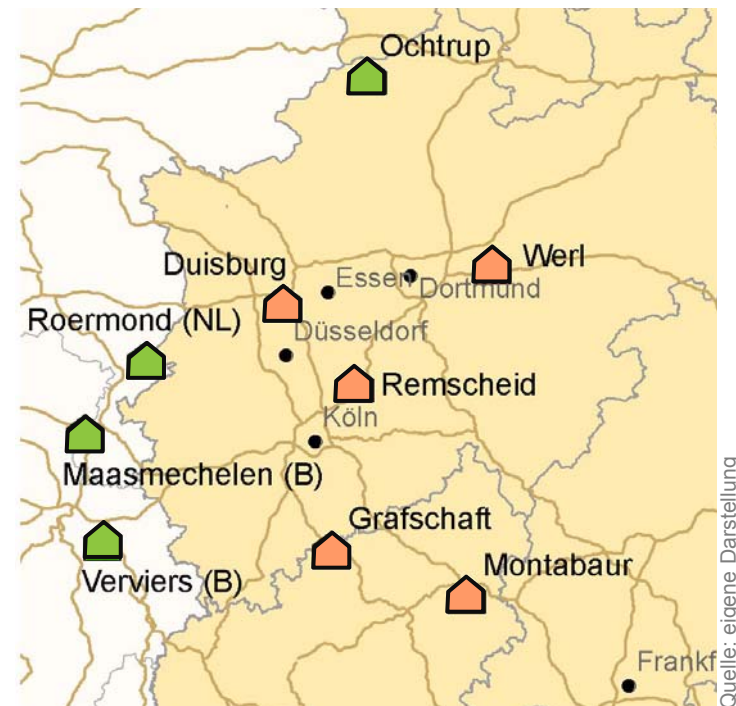
- Im bundesdeutschen Vergleich nimmt Nordrhein-Westfalen mit 71 Shopping-Centern Anfang 2012 den ersten Platz ein.

Factory Outlet Center

- Anfang 2012 gibt es in Deutschland elf Factory Outlet Center. Das einzige FOC in Innenstadtlage befindet sich in Wolfsburg.
- In Nordrhein-Westfalen gibt es seit Sommer 2012 ein FOC in Ochtrup.

- Im Umfeld des östlichen Ruhrgebiets bestehen Planungen für

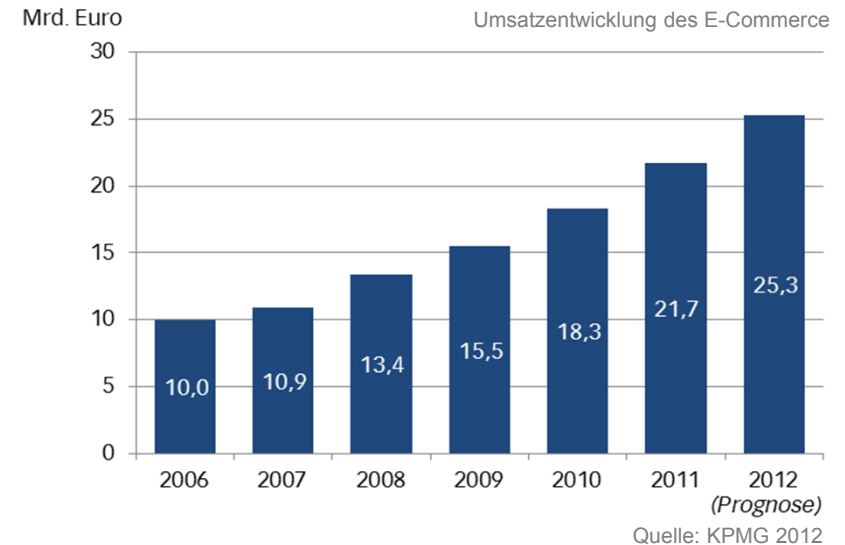
Duisburg Outlet Village
Designer Outlet in Remscheid
FOC Werl

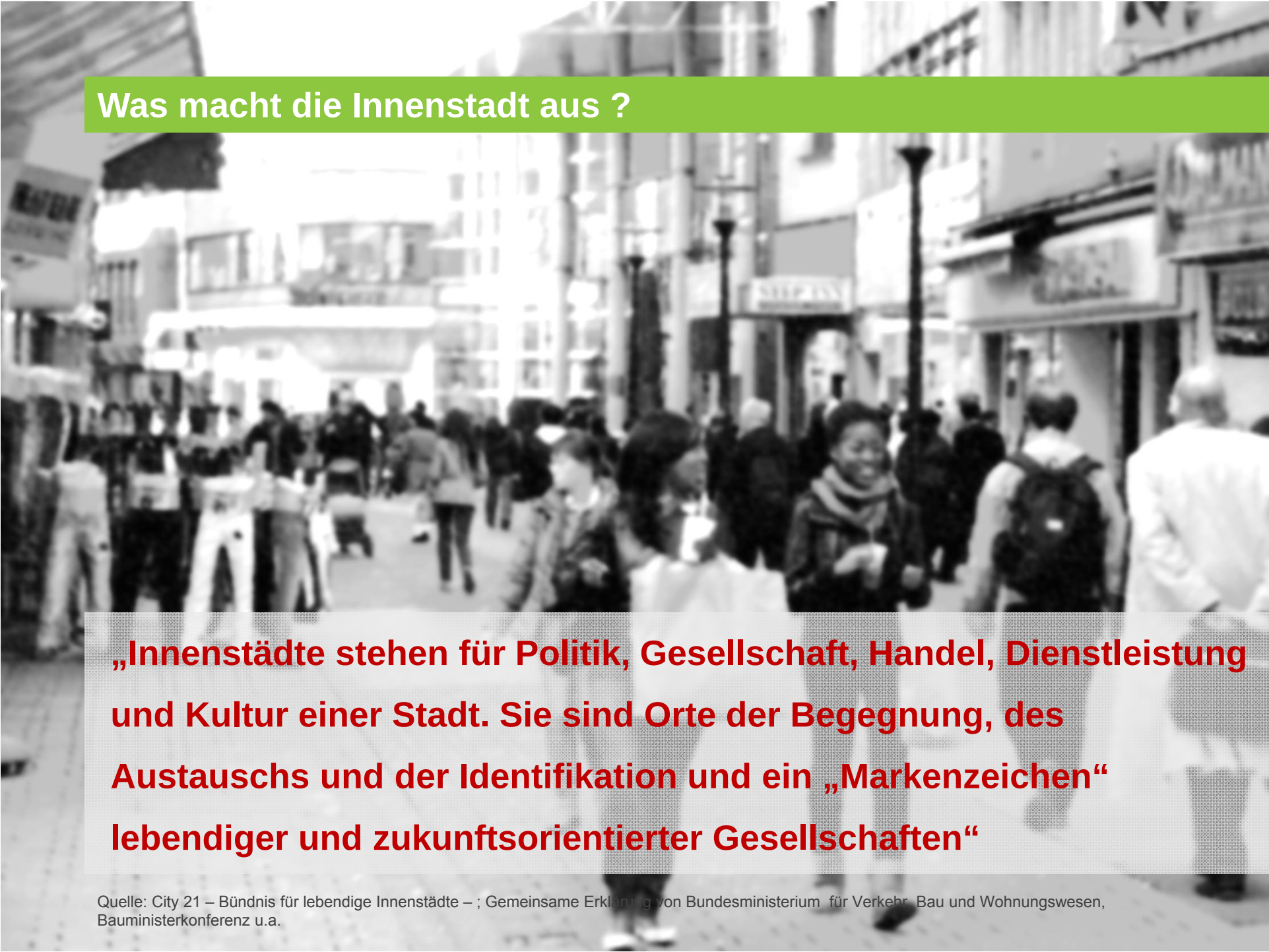


Quelle: eigene Darstellung

E-Commerce und Multi-Channel

- Der Umsatz des bzw. der Anteil des Interaktiven Handels am Einzelhandel wächst.
- Wesentlichen Anteil am Umsatz haben die Warengruppen Bekleidung sowie Unterhaltungselektronik / Elektroartikel.
- Hohe Umsatzzuwächse verzeichnen die Warengruppen Telekommunikation, Haushaltswaren, Körperpflegeprodukte und Freizeitartikel.
- Trend: Verbindung unterschiedlicher Verkaufskanäle
→ Multi-Channel, stationärer Handel + Online-Handel





Was macht die Innenstadt aus ?

„Innenstädte stehen für Politik, Gesellschaft, Handel, Dienstleistung und Kultur einer Stadt. Sie sind Orte der Begegnung, des Austauschs und der Identifikation und ein „Markenzeichen“ lebendiger und zukunftsorientierter Gesellschaften“

Quelle: City 21 – Bündnis für lebendige Innenstädte – ; Gemeinsame Erklärung von Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen, Bauministerkonferenz u.a.

Räumliche Konsequenzen

- Standortkonkurrenz
- Zunehmende Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen
- Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes
- Konzepte kleiner(er) Lebensmittelmärkte in Zentren
- Alternative Nahversorgungskonzepte
- Inanspruchnahme von Gewerbe- und Industrieflächen durch Einzelhandel



Grundgedanke (Raumordnungsgesetz):

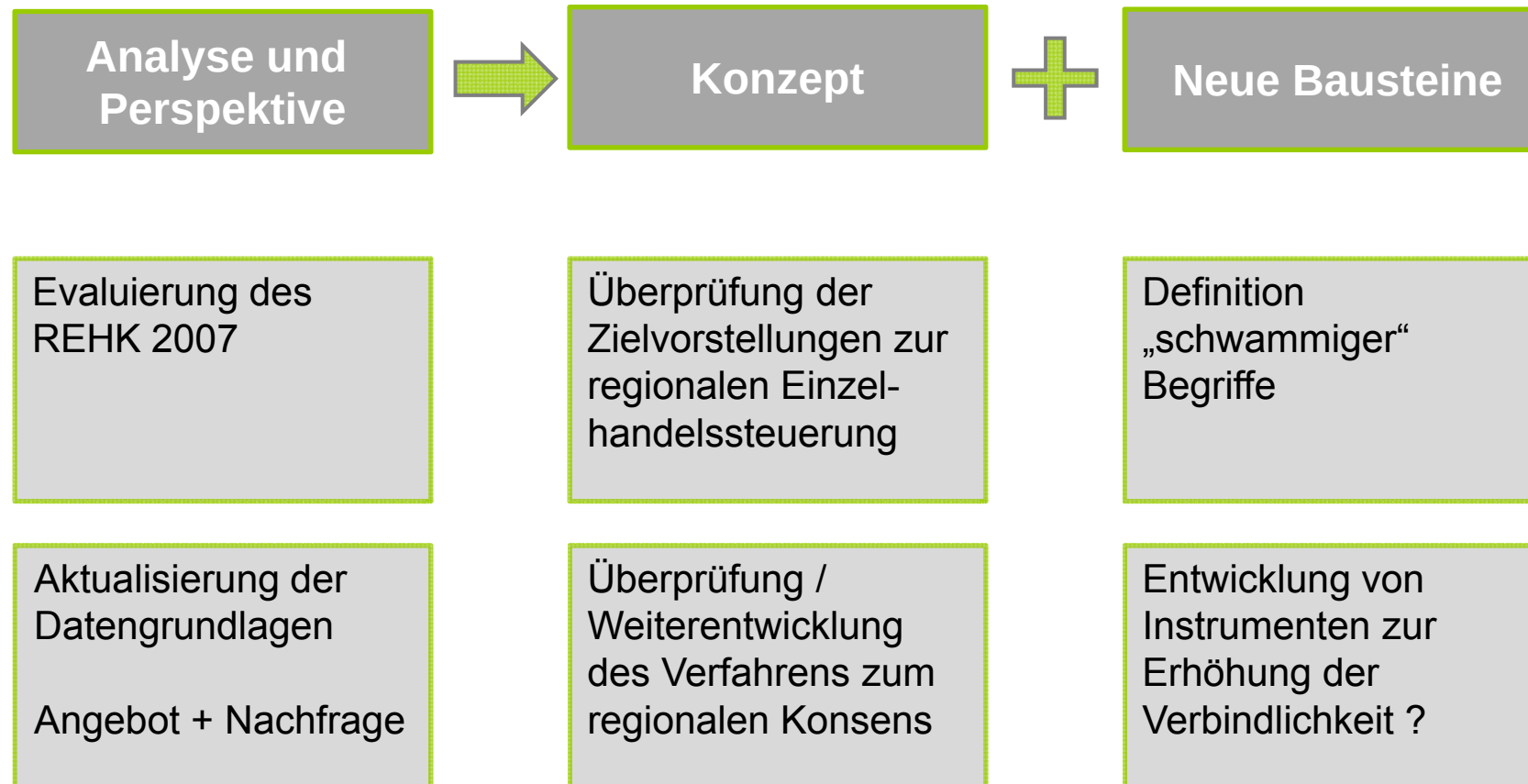
Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen die Angebote der Daseinsvorsorge und die Versorgungsstrukturen in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und in ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden.

...

Weiterhin und verstärkt ist auch im Östlichen Ruhrgebiet planerisches und politisches Handeln zum Erhalt und zur Weiterentwicklung von Zentren und integrierten Nahversorgungsstrukturen unabdingbar.

Der Weg

Untersuchungsschritte



Kommunikationsprozess

Mitwirken der Kommunen an der Erarbeitung der REHK und Rückkopplung der Ergebnisse

- **Evaluationsgespräche** in den Mitgliedskommunen
- 7 Sitzungen der **Arbeitsgruppe Fortschreibung**
- 7 Sitzungen des **Plenums**
- direkte Abstimmung von Einzelfragen mit Vertretern der Kommunen

Positive Aspekte aus Sicht der Mitgliedskommunen

- Das REHK hat sich als **informelles Instrument bei der Einzelhandelssteuerung** in der Region bewährt.
- Das REHK wirkt **disziplinierend** in den Kommunen wie auch im Kooperationsraum.
- Das REHK ist eine **wichtige Argumentationshilfe** gegenüber Ansiedlungsinteressenten / Investoren / Projektentwicklern bei der Einordnung von Ansiedlungsvorhaben.
- Das REHK versetzt die Kommunen in eine **stärkere Position gegenüber den Ansiedlungsinteressenten**. Da für alle die gleichen Rahmenbedingungen gelten, können die Kommunen nicht gegeneinander ausgespielt werden (**Eindämmung von „Dumping-Wettbewerb“**).
- **Gemeinsame Stellungnahmen** zu Projekten außerhalb des Kooperationsraumes wurden vorgenommen und **stärkten die Position der einzelnen Kommunen**.

Der positive Wert des Plenums

- Es bietet einen **fachlichen Austausch** im Hinblick auf Einzelhandelsentwicklungen sowie
- eine **Schärfung des Bewusstseins** für „Regionales“ und regional wirkende Vorhaben im Allgemeinen und
- eine **frühzeitige Information** über geplante Vorhaben / Projekte in der Region im Besonderen.

Hervorgehobene Gründe für eine Überarbeitung

- definierte **Konsenskriterien** weisen in der Praxis **Schwächen** auf
- Vermehrte „**Regelverstöße**“
- **Entwicklungen im Einzelhandel** im Hinblick auf Großprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimente (beispielsweise FOC) oder nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (beispielsweise Möbelsektor)
- **Veränderungen der bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen**

Der Konzept

Konzeptaufbau

Grundlagen

Standortstruktur

Sortimentslisten

Ziele

5 Ziele = Übergeordnete Intention



Steuerungsregeln

5 Steuerungsregeln: Rahmen zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben



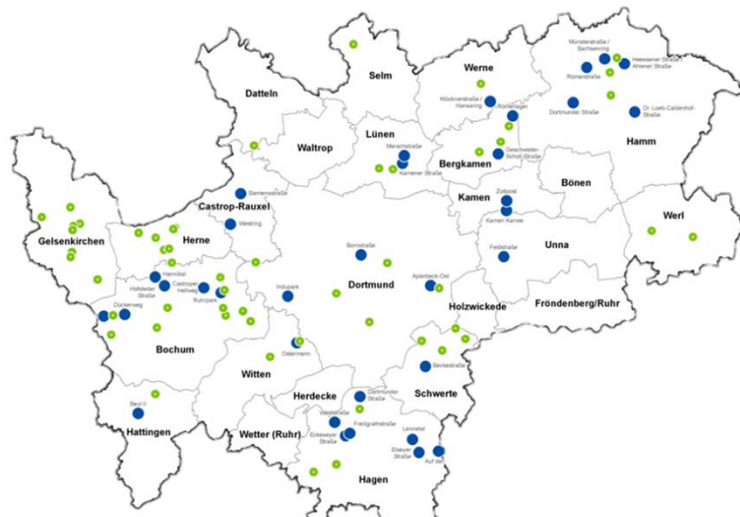
Prüfkriterien

Zur Bewertung der Konsensfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben

Grundlagen

- **Zentralörtliche Gliederung** in Grund-, Mittel- und Oberzentren unter Berücksichtigung der entsprechenden Versorgungsaufgabe
- Berücksichtigung der **zentralen Versorgungsbereiche**
Übernahme aus kommunalen Einzelhandelskonzepten
- Berücksichtigung von Ergänzungsstandorten (Einzelstandorte und Agglomerationen ab 5.000 m³ VKF)
Keine Definition von (teil-)regional bedeutsamen Standorten mehr als Entwicklungsstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel
- **Sortimentsliste** des Östlichen Ruhrgebiets und angrenzender Bereiche
- **Betriebstypenspezifische Sortimentslisten**
(für Bau-, Garten-, Möbelmärkte)

Grundlagen



Berücksichtigung von **Ergänzungsstandorten**
(Einzelstandorte und Agglomerationen ab 5.000 m² VKF)
Keine Definition von (teil-)regional bedeutsamen
Standorten mehr als Entwicklungsstandorte für nicht-
zentrenrelevanten Einzelhandel

Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheits- und Körperpflegeartikel
Schnittblumen

Augenoptik
Bekleidung
Bücher
Elektrokleingeräte und Zubehör
Elektronik und Multimedia¹
Glas / Porzellan / Keramik²
Haushaltswaren³, Schneidwaren und Bestecke
Haus-, Bett- und Tischwäsche
Hörgeräte
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Künstler- und Bastelartikel
Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
medizinische, orthopädische und pharmazeutische Artikel
Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Schuhe
Spielwaren / Modellbau⁴
Sportartikel
Sportbekleidung / Sportschuhe
Uhren / Schmuck

Nicht-zentrenrelevante Sortimente (Auflistung beispielhaft, nicht abschließend)

Baumarktspezifisches Sortiment⁵
Bauelemente, Baustoffe, Holz
Brennstoffe und Mineralölzeugnisse*
Gartenhäuser
Gartengeräte und –artikel⁶, Gartenmöbel und Polsterauflagen
Heizungen / Kamine / Kachelöfen
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör^{7, 8}
Kraftfahrzeuge / Motorräder*
Möbel⁹
Pflanzen und Sämereien, Pflanzgefäße
Rollläden und Markisen

Örtlich spezifische Einordnung

Angelartikel
Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen¹⁰
Bodenbeläge (Einzelware)
Boote und Zubehör
Campingartikel und Zubehör¹¹
Erotikartikel
Elektrogroßgeräte
Fahrräder und technisches Zubehör
Gardinen und Zubehör
Heimtextilien, Dekostoffe
Heim- und Kleintierfutter¹²
Jagdartikel
Kinderwagen
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Reitsportartikel
Sportgroßgeräte¹³
Waffen
Zoologische Artikel, lebende Tiere (ohne Heim- und Kleintierfutter)

Betriebstypische Sortimentsliste (Beispiel Auszug Möbelmarkt)

Kernsortiment	Unzulässige Sortimente
Möbel (Antiquitäten)	Bekleidung
Zulässiges zentrenrelevantes Randsortiment	Bücher (außer Einrichtungs-Fachbücher)
Einrichtungs-Fachbücher, Fachzeitschriften	Elektronik, Multimedia
Glas / Porzellan / Keramik	Elektrokleingeräte und Zubehör
Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke	Erotikartikel
Haus-, Bett- und Tischwäsche	Gesundheits- und Körperpflegeartikel
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen	Heim- und Kleintierfutter (inkl. Hygieneartikel für Kleintiere)
Zulässiges nicht-zentrenrelevantes Randsortiment	Hörgeräte
Bodenbeläge (Rollware)	Kinderwagen und Kindersitze
Farben, Lacke	Künstler- und Bastelartikel
Tapeten	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
Zulässige Sortimente mit örtlicher Spezifikation	medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Bettwaren (z.B. Lattenroste) / Matratzen	Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien
Elektrogroßgeräte (= weiße Ware)	Nahrungs- und Genussmittel*
Gardinen und Zubehör	Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
Heimtextilien / Dekostoffe	Schnittblumen
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel	Schuhe, Lederwaren
Teppiche (Einzelware)	Spielwaren
	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (inkl. Sportartikel nach örtlicher Spezifizierung)
	Uhren, Schmuck
	Zoologische Artikel, lebende Tiere

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

Übergeordnete Ziele sollen weiterhin Bestand haben!

1. Stärkung der **hierarchisch gegliederten polyzentralen Struktur** unter besonderer Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche
2. Stärkung einer **flächendeckenden, wohnortnahe Grundversorgung** (Sortimente der kurzfristige Bedarfsdeckung)
3. **Großflächige Einzelhandelsvorhaben außerhalb städtischer Zentren** sind städtebaulich und insbesondere auch regional verträglich zu gestalten
4. Ansiedlungen, Erweiterungen oder Verlagerungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sollen nach **einheitlichen Kriterien** bewertet. Regional konsensfähige Planungen sollen schneller und mit **weniger Abstimmungsaufwand** realisiert werden.
5. **Investitions- und Planungssicherheit** soll gewährleistet werden.

Steuerungsregeln

Steuerungsregel 1: Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen in Allgemeinen Siedlungsgebieten sowie zentralen Versorgungsbereichen liegen.

Steuerungsregel 2: Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen in Allgemeinen Siedlungsgebieten und sollen in zentralen Versorgungsbereichen oder an Ergänzungsstandorten liegen. Randsortimente müssen zentrenverträglich dimensioniert werden!

Steuerungsregeln

Steuerungsregel 3: Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Jede Kommune hat den Anspruch, die Grundversorgung für ihre Bevölkerung selbst bereit zu stellen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimente sollen sich in zentralen Versorgungsbereichen oder wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen befinden.

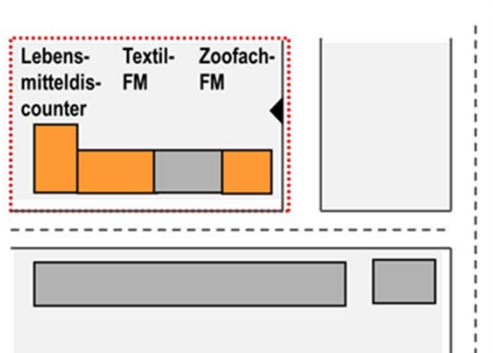
Negative Auswirkungen auf Zentren und Versorgungsstruktur sind auszuschließen!

Steuerungsregeln

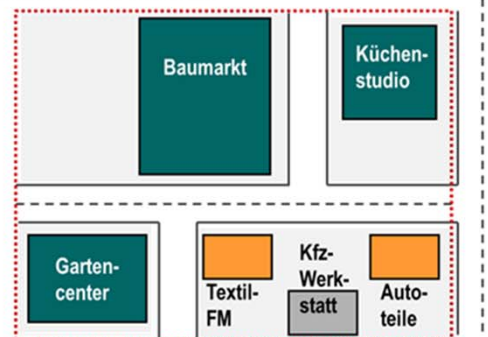
Steuerungsregel 4: Einzelhandelsagglomeration

Negative städtebauliche Auswirkungen durch Einzelhandelsagglomerationen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstruktur sind zu vermeiden!

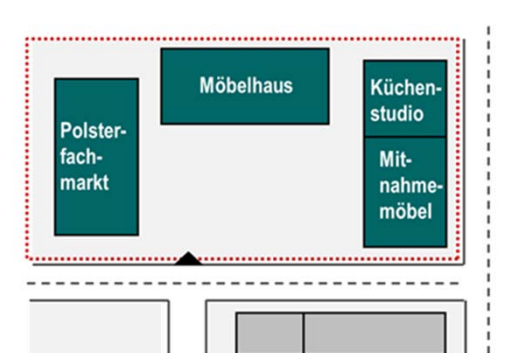
Agglomeration aus kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus kleinflächigen und großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Steuerungsregeln

Steuerungsregel 5: Bestandsschutz

Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wären, gilt mindestens der „passive“ Bestandsschutz.

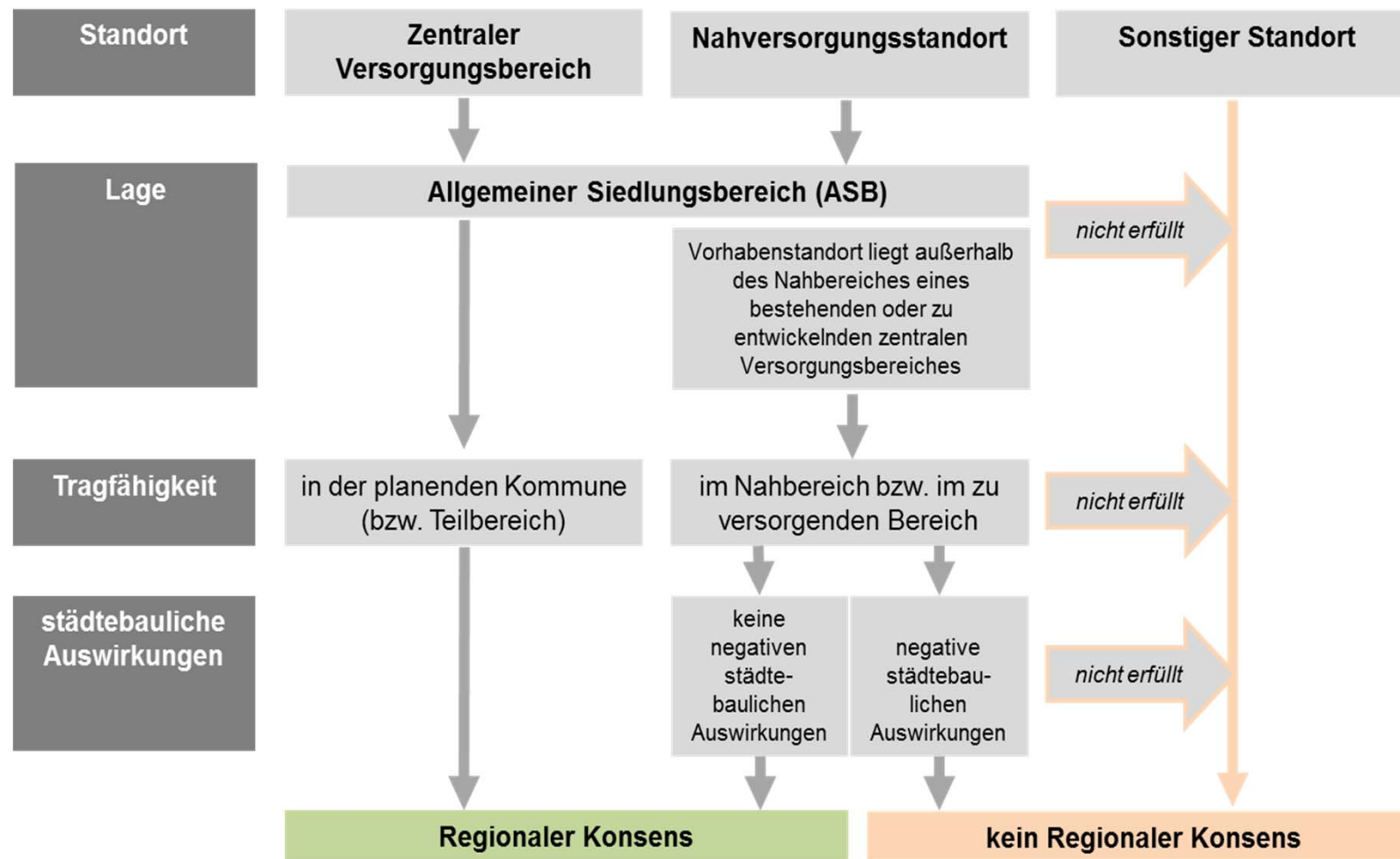
Dieser bezieht sich auf den baugenehmigten Bestand und die genehmigte Funktion.

Er erfasst grundsätzlich nicht Bestands- und Funktionsänderungen und erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung.

Prüfkriterien

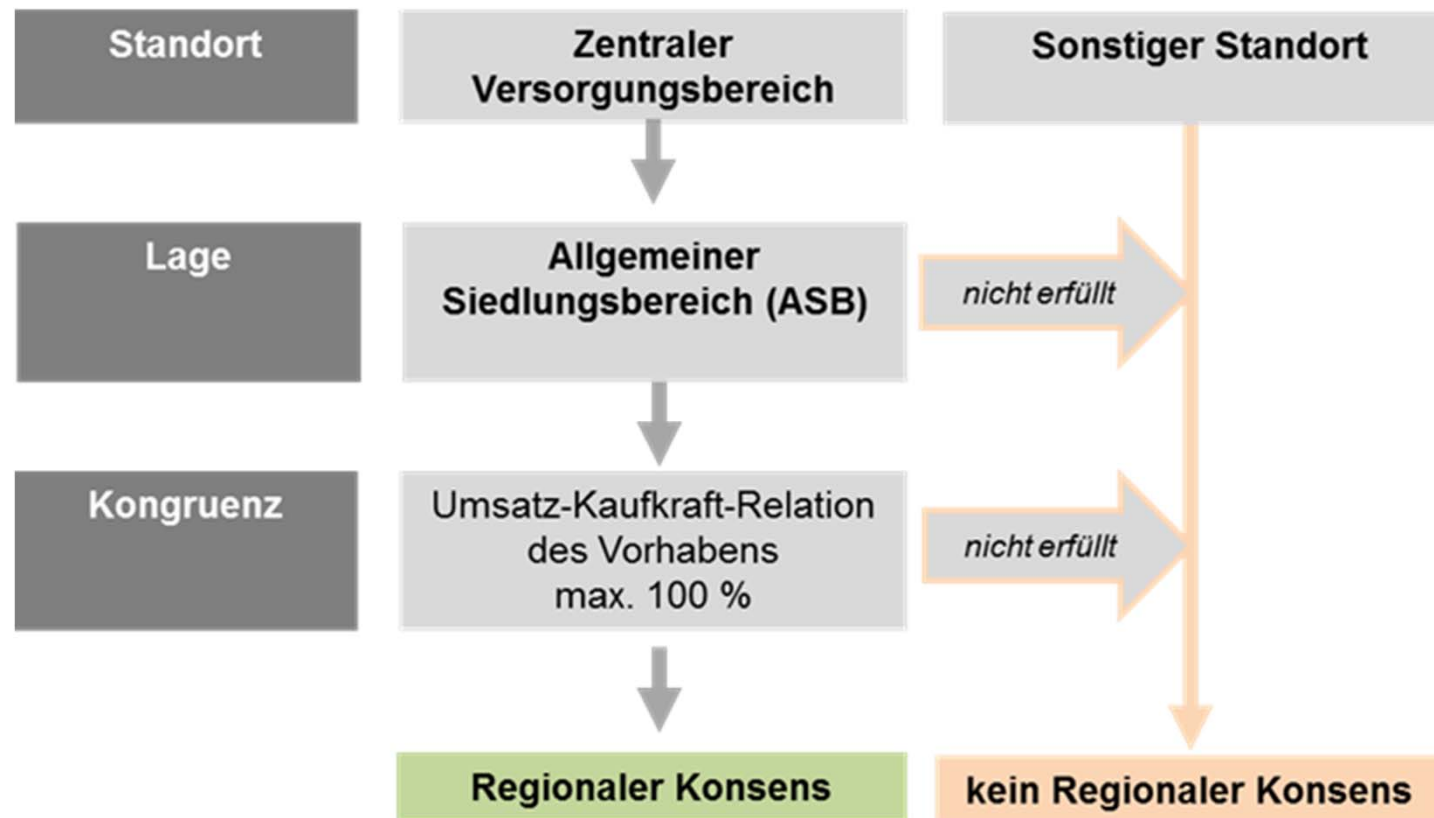
- I. Sortimentsschwerpunkt
- II. Kern- und Randsortimente bei Bau-, Garten- und Möbelmärkten
- III. Standortqualität
- IV. Tragfähigkeit von Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten
- V. Bewertung negativer städtebaulicher Auswirkungen
- VI. Umsatz-Kaufkraft-Relation
- VII. Schwellenwerte zur Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Prüfschema für regional bedeutsame Lebensmittelmärkte

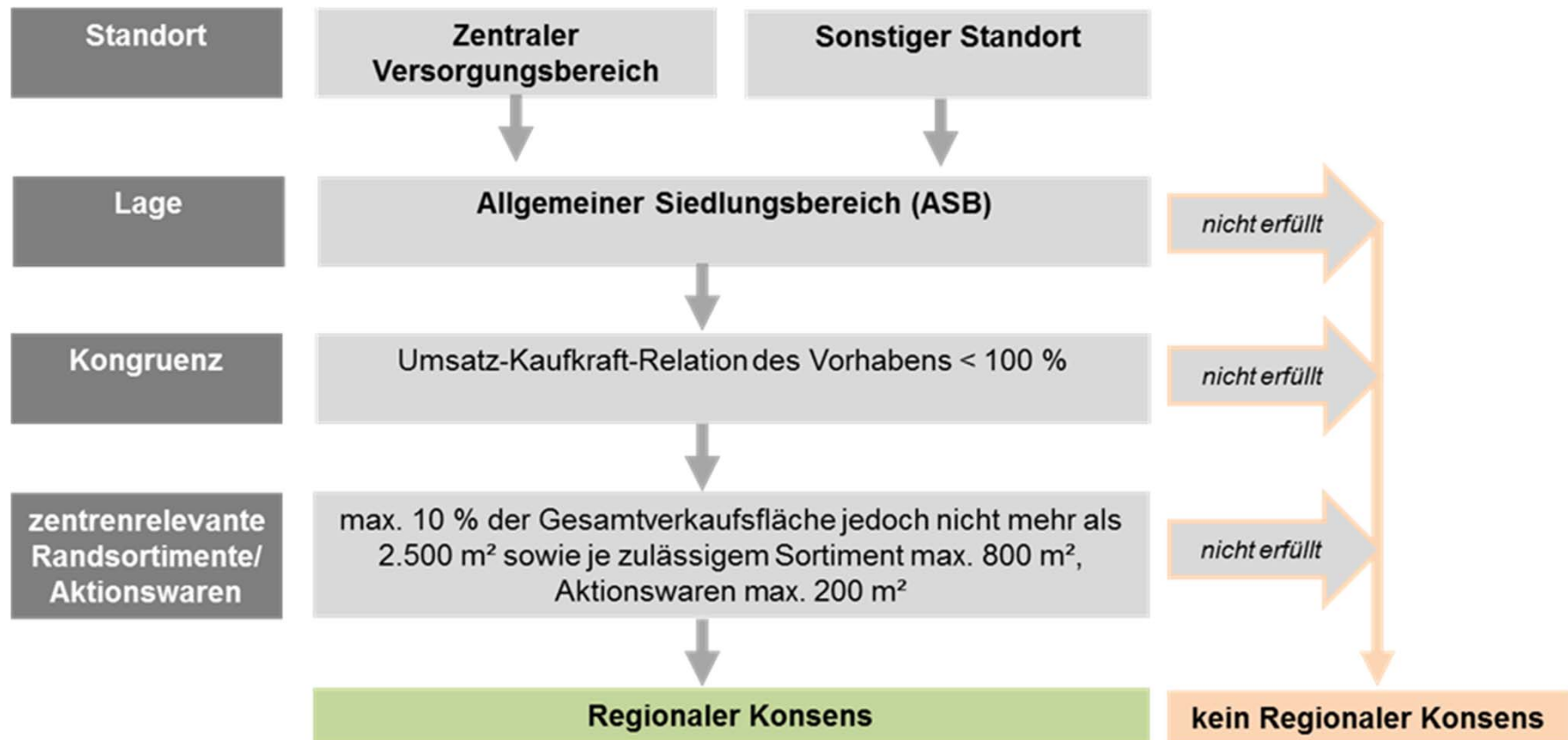


Prüfschema für einen Einzelhandelsbetrieb mit zentrenrelevantem Kernsortiment

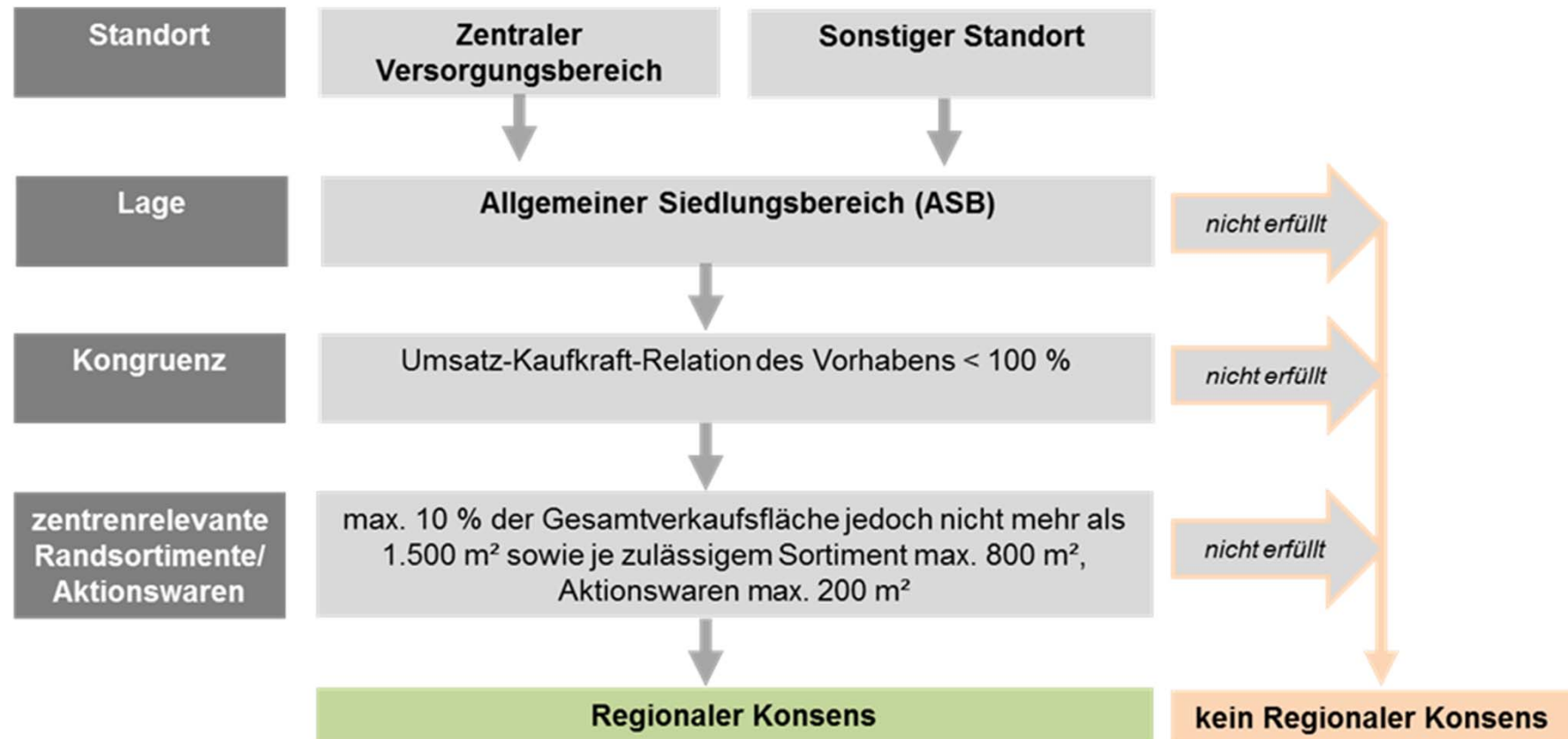
- z.B. Bekleidungsfachgeschäft, Elektronikfachmarkt



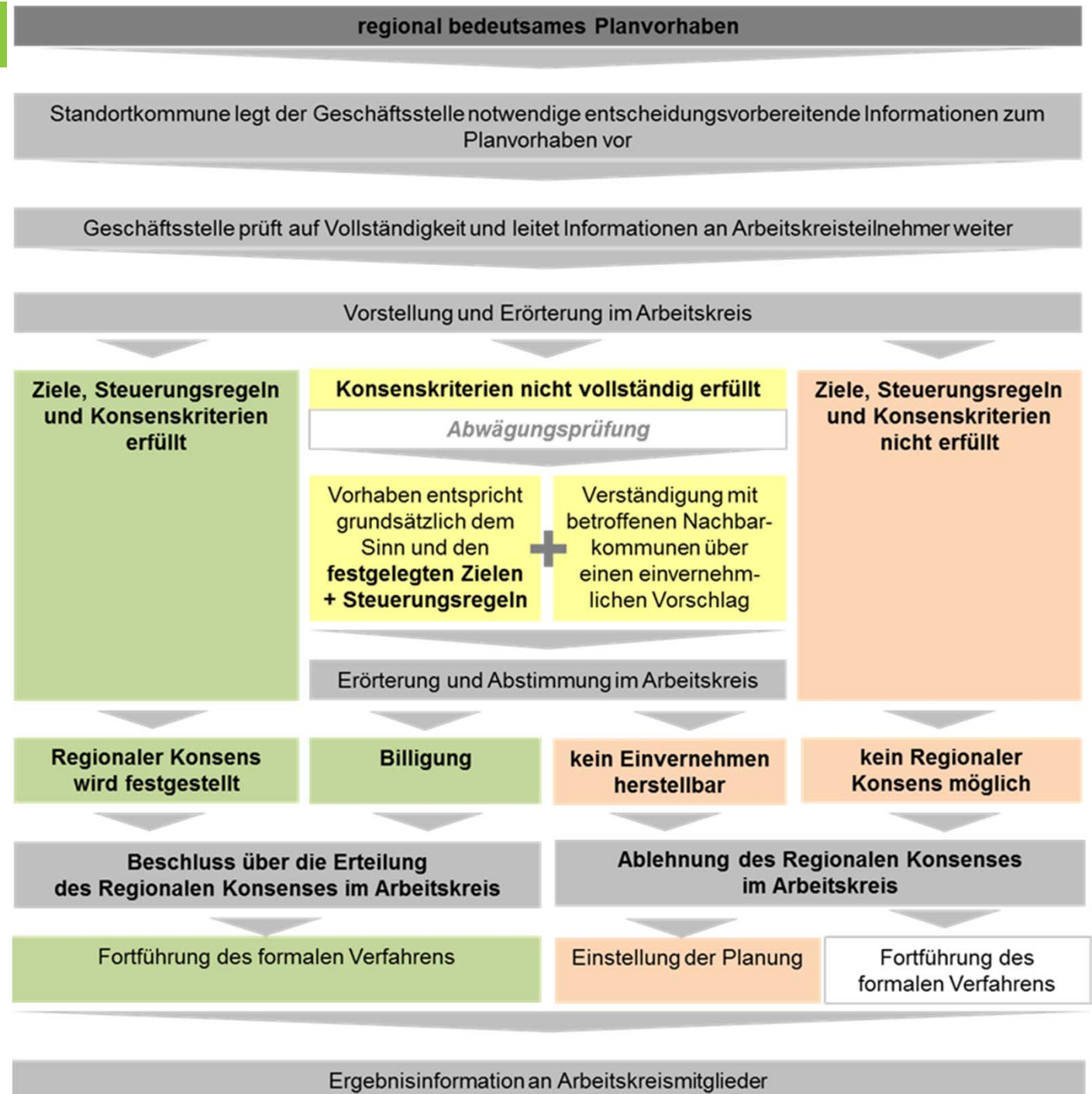
Prüfschema für einen Möbelmarkt



Prüfschema für einen Bau- und Gartenmarkt



Konsensverfahren



Das REHK soll

- **nicht** den Wettbewerb verhindern
- **nicht** die Entwicklung und Profilierung der Kommunen einschränken
- **nicht** bestimmte Betriebstypen oder Betreiber ausschließen

Das REHK soll

- den Einzelhandel an städtebaulich sinnvolle Standorte lenken
- zur Sicherung und Stärkung der Innenstädte sowie Versorgungsstrukturen beitragen
- die Kommunikation und die Kooperation der Kommunen fördern



Die erneute **Ratifizierung des REHK** setzt ein Signal nach außen und schafft die notwendige Eigenbindung hinsichtlich gemeinsamer Ziele.

REHK 3.0

Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche

**Zusammenkommen ist ein Beginn,
Zusammenbleiben ist ein Fortschritt,
Zusammenarbeiten ist ein Erfolg.**

Henry Ford



Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche

