

# Einzelhandelskonzept für die **Gemeinde Ladbergen**

– Bericht –



**BBE Handelsberatung Münster**  
Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster  
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19  
Internet: [www.bbe-standort.de](http://www.bbe-standort.de)  
E-Mail: [info@bbe-muenster.de](mailto:info@bbe-muenster.de)

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader  
Dipl.-Ing. Christian Paasche



## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung &amp; Auftragsdurchführung</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung	1
1.2	Einordnung des Konzeptes	2
1.3	Methodik	4
<b>2</b>	<b>Sicherung der Grund- und Nahversorgung</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Gastronomie und Tourismus</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>Räumliche Lage und regionale Wettbewerbssituation</b>	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>Angebots- und Nachfrageanalyse</b>	<b>22</b>
5.1	Siedlungsstruktur & Bevölkerungsentwicklung	22
5.2	Betriebe und Sortimente	23
5.3	Verkaufsflächen	25
5.4	Räumliche Verteilung	27
5.5	Nahversorgung	29
5.6	Städtebauliches Standortprofil	31
5.7	Sonstige Standorte	33
5.8	Kaufkraftpotenzial	33
5.9	Kaufkraftbindungsquoten	35
5.10	Entwicklungspotenziale in Ladbergen	37
5.11	Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Ladbergen	40
<b>6</b>	<b>Standort- und Sortimentskonzept</b>	<b>42</b>
6.1	Planerische Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	42
6.1.1	Zentrenkonzept	42
6.1.2	Zentraler Versorgungsbereich	44
6.1.3	Sortimentsliste	45
6.2	Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Ladbergen	49
6.2.1	Zielvorgaben und Grundsätze	49
6.2.2	Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente	51



---

6.2.3	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente.....	53
6.2.4	Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten .....	54
6.2.5	Einzelhandel in sonstigen Baugebieten .....	57
6.3	Zentrenkonzept Ladbergen .....	58
6.3.1	Sicherung und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches.....	58
6.3.2	Integrierte Nahversorgungsstandorte .....	59
6.3.3	Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels.....	60
6.4	Ladbergener Sortimentsliste.....	60
6.5	Empfehlungen für die örtliche Kaufmannschaft .....	67
<b>7</b>	<b>Schlusswort .....</b>	<b>71</b>
<b>8</b>	<b>Anhang.....</b>	<b>72</b>
8.1	Abbildungen .....	72
8.2	Begriffe .....	74

---



# 1 Aufgabenstellung & Auftragsdurchführung

## 1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen (Baugesetzbuch, LEPro, Bundes- / Oberverwaltungsgerichts-Urteile)<sup>1</sup> wurde die BBE Handelsberatung Münster im Oktober 2009 mit der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beauftragt. Hierdurch wird eine konzeptionelle Grundlage für alle zukünftigen Entscheidungen zu Standortfragen des Einzelhandels geschaffen.

---

Veränderte rechtliche  
Rahmenbedingungen

Aufgabe des Entwicklungskonzeptes ist es damit einerseits, eine aktuelle Bestandsaufnahme der Angebotsstrukturen und eine Analyse der Nachfragesituation vorzunehmen. Andererseits wird ein Entwicklungsprogramm vorgelegt, das Zielsetzungen für einzelne Standorte sowie Handlungsempfehlungen im Hinblick auf wirtschaftlich tragfähige und zugleich gemeindeverträgliche Einzelhandelsentwicklungen formuliert.

---

Entwicklungsprogramm

Im Ergebnis soll das Konzept zur Attraktivitäts- und Zentralitätssteigerung des örtlichen Einzelhandels dienen und Anreize für Investitionen an städtebaulich geeigneten Standorten schaffen.

---

Attraktivitätssteigerung

Wesentliche Ziele des Konzeptes sind somit:

---

Ziele

- Schutz und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches
- Gemeindeverträgliche Sicherung und Förderung der verbrauchernahen Versorgung
- Zentrenverträgliche Entwicklung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente
- Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei folgende Aufgaben:

---

Aufgaben des  
Konzeptes

- Erhebung der Angebots- und Nachfragestrukturen in Ladbergen
- Analyse von Entwicklungsmöglichkeiten
- Städtebauliche Analyse Zentraler Versorgungsbereiche
- Beschreibung der Sonderstandorte

---

<sup>1</sup> u.a. § 2 Abs. 2, § 9 Abs. 2a, § 34 Abs. 3 BauGB; § 24a LEPro



- Entwicklung eines Zentrenkonzeptes einschließlich Zentrenhierarchie und Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte
- Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste („Ladbergener Liste“)

Die Erarbeitung des Konzeptes erfolgte auf breiter Kommunikations- und Abstimmungsebene. Nicht zuletzt ist vor allem die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche mit Rechtswirkungen verbunden, so dass auch vor diesem Hintergrund ein umfassendes Verfahren zur Beteiligung der Öffentlichkeit gewählt wurde:

Breite  
Kommunikationsbasis

- Es wurde ein projektbegleitender Arbeitskreis<sup>2</sup> u.a. mit Beteiligung der Träger öffentlicher Belange wie Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Bezirksregierung Münster sowie dem Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V. eingerichtet.
- Im Erarbeitungsprozess wurden weitere Abstimmungs- und Informationsgespräche mit dem Auftraggeber sowie den Trägern öffentlicher Belange geführt.
- Als weiterer wichtiger Bestandteil fand für einen Zeitraum von einem Monat eine öffentliche Auslegung im Rathaus der Gemeinde Ladbergen vorgesehen. Parallel hierzu wurden die Nachbarkommunen beteiligt. Eine erneute Beteiligung der oben aufgeführten Träger öffentlicher Belange ist ebenfalls erfolgt.

Die auf diese Weise eingegangenen Anregungen wurden berücksichtigt.

Als Projektleiter sind Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader sowie Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

## 1.2 Einordnung des Konzeptes

Die Zentren, insbesondere die Innenstädte, verfügen in aller Regel über ein breites Angebot von Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen. Sie sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Gemeinde, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger.

Öffentliches Interesse

<sup>2</sup> Besonderer Dank für zahlreiche Hinweise und Vorschläge gebührt den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises: Herr Decker-König (Bürgermeister der Gemeinde Ladbergen), Herr Kielmann (Gemeinde Ladbergen), Frau Gellenbeck (Bezirksregierung Münster), Frau Wilken (Bezirksregierung Münster), Herr Dr. Wolf (Bezirksregierung Münster), Herr Höing (IHK Münster), Frau Eksen (Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V.) Herr Dr. Quandt (Handwerkskammer Münster) sowie Vertretern der Fraktionen, der Werbegemeinschaft und der Marketing-Initiative Ladbergen „Nu män tou“. e.V.



Der Erhalt sowie die Förderung dieser Zentren ist von öffentlichem und privatem Interesse, was nicht nur durch die Städtebauförderung der öffentlichen Hand, sondern auch durch zahlreiche privatwirtschaftlich gestützte Initiativen wie „Ab in die Mitte“ dokumentiert wird.

Dies bedeutet aber auch, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, trading down-Prozesse oder Mindernutzungen vermieden werden sollen, ohne zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind ein Instrument zur Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung. Es entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i.d.R. einen Ratsbeschluss.

Steuerungsinstrument

Das Einzelhandelskonzept schafft die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze und Empfehlungen, die im Rahmen der Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind.

Grundlage der Bauleitplanung

Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z.B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Sie ist somit aktives Instrument der Kommune, bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte zu lenken.

Kommunale Planungshoheit

Eine Steuerung von Einzelhandelsvorhaben bedarf jedoch einer städtebaulichen Begründung. Dies gilt insbesondere mit möglichen Ausschlüssen oder Untersagungen, welche frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen.

Städtebauliche Begründung

Die Instrumente des Konzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen hinreichend bestimmt und auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein. Auf die rechtliche Einordnung u.a. der örtlichen Sortimentsliste wird im entsprechenden Kapitel eingegangen.

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept aber auch die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft.

Planungs- und Investitionssicherheit

Durch eindeutige Regelungen und Festlegungen können sowohl örtliche als auch sonstige Akteure ihre Planungen und Investitionsentscheidungen vorantreiben, ohne gleichzeitig mit einem „unfairen Wettbewerb“ städtebaulich nicht geeigneter, aber oftmals wirtschaftlich interessanter Standorte rechnen zu müssen.



Darüber hinaus kann auch das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

Aktive Standortpolitik

### 1.3 Methodik

Das Einzelhandelskonzept basiert auf einer umfangreichen Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Gemeinde Ladbergen und ihrem Einzugsgebiet. Hierzu wurden die nachfolgend skizzierten Analysemethoden eingesetzt.

Alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks im gesamten Gemeindegebiet von Ladbergen wurden im Rahmen einer Begehung hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standort) durch erfahrene Gutachter des beauftragten Büros erfasst. Zusätzlich berücksichtigt wurden überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb von Ladbergen. Die Erhebung wurde im Juli und August 2009 durchgeführt, wobei gemäß nachfolgender Waren- und Sortimentsgruppensystematik differenziert erhoben wurde:

Vollerhebung



Abb. 1 : Erhebungssystematik nach Waren- und Sortimentsgruppen

Warengruppe	Sortimentsgruppe
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	
<b>Nahrungs- und Genußmittel</b>	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
	Arzneimittel
<b>Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/ Optik/Sanitätsartikel</b>	medizinische und orthopädische Artikel kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel Augenoptiker
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	
<b>Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher</b>	Bücher Zeitschriften und Zeitungen Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel Antiquariate
<b>Bekleidung / Wäsche</b>	Textilien Bekleidung
<b>Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren</b>	Schuhe Lederwaren und Reisegepäck
<b>Baumarktartikel und Gartenbedarf / Blumen</b>	Metall- und Kunststoffware Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel zoologischer Bedarf und lebende Tier
<b>Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/ Geschenkartikel</b>	keramische Erzeugnisse und Glaswaren Haushaltsgegenstände Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
<b>Spielwaren/Hobby/Basteln/Musik- instrumente/Sportartikel/Fahrräder/ Camping</b>	Musikinstrumente und Musikalien Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel) Spielwaren
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	
<b>Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)</b>	Möbel, Einrichtungsgegenstände und sonstiger Hausrat Wohnmöbel
<b>Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte</b>	elektrische Haushaltsgeräte
<b>Unterhaltungselektronik/Musik/Video/ PC/Drucker/Kommunikation</b>	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software Telekommunikationsgeräte Geräte der Unterhaltungselektronik bespielte Ton- und Bildträger Foto- und optische Erzeugnisse
<b>Uhren und Schmuck</b>	Uhren und Schmuck
<b>Sonstiges</b>	Antiquitäten und antike Teppiche Aktionsware, Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008



Auf Basis dieser Erhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten<sup>3</sup>, qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2009 eine Umsatzprognose für den Einzelhandel in Ladbergen vorgenommen.

Die Ergebnisse dieser Berechnungen weisen gegenüber sekundärstatistischen Verfahren wie z.B. der Zentralitätskennziffer der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Abweichungen auf. Ursachen liegen in der Methodik der Ermittlung der GfK wie:

- Fortschreibung der GfK-Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 – Erhebungsjahr 1992,
- Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben: diese melden in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz.

---

Abweichungen zu  
anderen Datenquellen

Untersuchung aus anderen Städten und Gemeinden haben auch dort deutliche Abweichungen aus den unterschiedlichen Methoden bestätigt.

Die Analyse der Nachfragesituation wurde auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben<sup>4</sup> sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen.

---

Auswertung sekundär-  
statistischer Quellen

Daneben wurde den Gutachtern Karten- und Planungsgrundlagen wie Deutsche Grundkarte (DGK), Flächennutzungsplan, einzelhandelsrelevante Bebauungspläne etc. zur Verfügung gestellt.

---

<sup>3</sup> EHI, Retail Institute, Köln, 2008 / 2009

<sup>4</sup> BBE RETAIL EXPERTS, Köln, 2009



## 2 Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist nach wie vor ein tiefgreifender Strukturwandel festzustellen. Als wesentliche Parameter dieser Entwicklung sind ein erhöhter Wettbewerbsdruck sowie ein Betriebsgrößen-sprung feststellbar.

---

Strukturwandel im  
Lebensmittelhandel

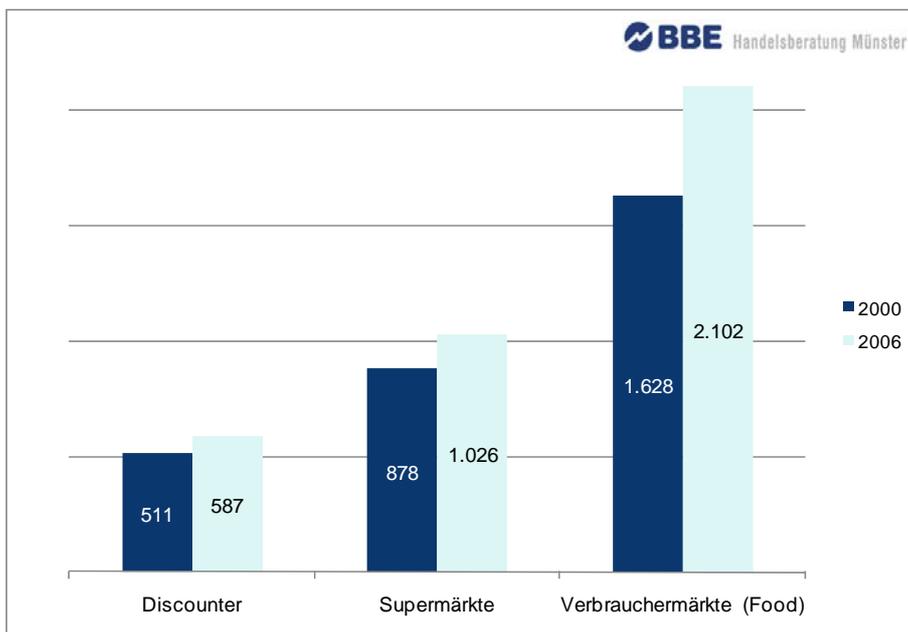
Im Ergebnis sind insbesondere nachfolgende Entwicklungstendenzen zu erkennen:

---

Änderungen der  
Angebotsstrukturen

- Die Umsatzentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels ist weiterhin stagnierend; etwaige nominale Umsatzzuwächse sind in erster Linie auf Preisanpassungen zurückzuführen; der Wettbewerb findet somit mehr denn je in sehr ausgeprägter Form statt.
- Die Zahl der Betriebsstätten sinkt weiter, während die Verkaufsfläche dem gegenüber wächst; dies führt zwangsläufig zu größeren Verkaufsflächen je Betriebsstätte.
- Bei gleichzeitiger stagnierender Umsatzentwicklung sinken die Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsstätten.
- Angesichts einer weiterhin stattfindenden Orientierung auf autokundenorientierte Standorte werden bevorzugt Objekte und Standorte angefragt, die verkehrlich gut erreichbar sind, gute Parkmöglichkeiten sowie großzügige Anlieferzonen bieten.
- Letztlich findet eine Verschiebung der Marktanteile zu Gunsten von Discountbetrieben statt.

Abb. 2 : Entwicklung der Verkaufsflächen (in qm) im LM-Handel



Quelle: EHI Retail Institute, eigene Darstellung

Die obigen anbieterseitigen Marktentwicklungen führen in vielen Städten und Gemeinden zu einer Konzentration größerer Betriebseinheiten bei einem gleichzeitigen Ausdünnen kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen.

Oftmals einher gehen damit räumliche Versorgungslücken nicht nur in ländlichen Bereichen, sondern auch in Randlagen oder Quartieren größerer Städte.

Insbesondere in kleineren Städten und Gemeinden stellen Nahversorgungsbetriebe nicht nur die Nahversorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind auch oftmals Frequenzbringer für gewachsene Zentren.

Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Zentren sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Bei der Entwicklung von gemeindlichen Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Gemeindegebietes sowie der Siedlungsstrukturen auch die Verfügbarkeit von Flächen in den Zentren eine erhebliche Rolle.

So verhindern oftmals kleinteilige Bebauungsstrukturen oder denkmalgeschützter Bestand die (gewollte) Entwicklung großflächiger Lebensmittelbetriebe in den Zentren.

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches gemeindliches Ziel dar,

Ausdünnen kleinteiliger  
Strukturen

Frequenzfunktion

Zielvorstellungen

Kleinmaschige  
Nahversorgung



welches auch einen moderaten Einsatz planungsrechtlicher Instrumente rechtfertigt.

Eine funktionierende Nahversorgung zeichnet sich dadurch aus, dass sie Angebote des täglichen Bedarfs möglichst dezentral und wohnungsnah vorhält und somit auch die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt.

Hierzu können neben Zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte (Solitärstandorte) beitragen.

Hierfür sind jedoch folgende Voraussetzungen sicherzustellen.

- Standorte für Nahversorgung sind auf Wohnsiedlungsbereiche bzw. Wohnquartiere zu konzentrieren (Integration).
- Die Umsatzleistung bzw. Umsatzerwartung solcher Betriebe bzw. Zentren sind in einem angemessenen Umfang zur zu versorgenden Bevölkerung zu bemessen. Anders formuliert sollte die Nahversorgung einer Stadt oder Gemeinde nicht auf wenige leistungsstarke und zentralisierte Betriebe konzentriert werden.
- Um den Bürgern eine mögliche Vielfalt unterschiedlicher Betriebsformen und Betreiber bieten zu können, ist auch die Angebotsvielfalt bei zukünftigen Entscheidungen einzubeziehen.

Hierzu müssen die Städte und Gemeinden natürlich die geeigneten Rahmenbedingungen aus Betreibersicht wie ausreichende Grundstücksgrößen sowie eine verkehrliche Erreichbarkeit und Anbindung schaffen.

Zur Sicherung der Grund- und Nahversorgung lassen sich nachfolgend grundsätzliche Empfehlungen aussprechen:

Insbesondere der räumlichen Steuerung von Nahversorgungsbetrieben kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Hierbei sind nicht nur die Betriebe oberhalb der Großflächigkeitsgrenze mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche in die Betrachtung einzubeziehen, sondern auch so genannte strukturprägende Betriebe.

So ist es in der Fachpraxis unstrittig, dass beispielsweise auch ein Betrieb mit 799 qm Verkaufsfläche erhebliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen haben kann.

In den planungsrechtlichen Empfehlungen des Konzeptes werden daher auch zu diesen Betriebstypen sowie unterschiedlichen Standorteignungen Aussagen getroffen.

Grundlage der zukünftigen Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen ist zunächst die Identifizierung räumlicher Versorgungslücken.

Dies kann sich sowohl auf einzelne Ortsteile als auch auf Wohnsiedlungsbereiche beziehen.

---

Voraussetzungen

---

Rahmenbedingungen

---

Empfehlungen

---

Räumliche Steuerung

---

Lücken identifizieren

Insbesondere in ländlich strukturierten Bereichen übernehmen hierbei auch kleinere Ortsteile Versorgungsfunktion für umliegende Räume.

Erste Erfahrungen aus dem Modellprojekt „Die Zukunft der Nachbarschaftsläden“<sup>5</sup> haben gezeigt, dass oftmals auch örtliche Betreiber oder kleine Standortgemeinschaften von Betreibern Nahversorgungsfunktionen wahrnehmen können, wenn die wirtschaftliche Tragfähigkeit für die üblichen Marktformate nicht gegeben ist.

### Abb. 3 : Beispiele Kleinflächenkonzepte



Quelle: eigene Fotos

Ebenfalls konnte im obigen Modellprojekt die Erkenntnis gewonnen werden, dass insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit sowie eine ausreichende Stellplatzsituation Nahversorgungsstrukturen nicht nur befördern, sondern auch sichern helfen.

Dem Ausbau sowie der Sicherung bestehender Betriebe kommt bei der Aufrechterhaltung der Versorgungsstrukturen eine höhere Bedeutung als möglichen Neuerrichtungen zu.

Mögliche freie Potenziale sind daher zunächst auf diese Betriebsstätten zu lenken, sofern sie die notwendige Integration und somit auch Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Durch die Integration zusätzlicher Funktionen wie Gastronomie, Dienstleistungen oder Gemeinbedarfseinrichtungen wird die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt und somit möglicherweise auch die Voraussetzungen zur Entwicklung von Nahversorgungszentren eingeleitet.

Neben den marktüblichen Formaten und Betreibern können auch sonstige Akteure durchaus Versorgungsfunktionen übernehmen. Hierbei seien u.a. Wochenmärkte oder mobiler Handel erwähnt, die sich in vielen Fäl-

---

Erreichbarkeit

---

Bestandssicherung vor  
Neuerrichtung

---

Sonstige Betreiber

<sup>5</sup> Das Modellprojekt mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen hat sich zum Ziel gesetzt, wirtschaftlich tragfähige Kleinflächenkonzepte aufzuzeigen. Beteiligte dieses Projektes sind neben der BBE Münster die Städte Bielefeld, Paderborn und Porta Westfalica, der Einzelhandelsverband Ostwestfalen-Lippe e.V. sowie die Betreiber EDEKA Minden-Hannover eG sowie Max LÜNING GmbH.



len nicht nur durch ihre Nähe zum Verbraucher, sondern auch zum Produzenten auszeichnen.

Angesichts der bereits heute deutlich erkennbaren Strukturbrüche sowie der daraus resultierenden städtebaulichen Folgen ist ein planerischer und behutsamer Umgang mit zukünftigen Entwicklungen der Nahversorgung wichtiger denn je.



### 3 Gastronomie und Tourismus

Das Gastronomiegewerbe zählt neben dem Einzelhandel zu den Branchen, welches die Zentren in besonderer Weise prägt.

Zentrenprägende  
Branche

Mit etwa 4,7 Mrd. Besuchern im Jahr übernimmt das Gastronomiegewerbe nicht nur wesentliche Frequenzfunktionen, sondern übt zugleich auch wesentlichen Einfluss auf Verweilqualität und –dauer aus.

Beredtes Zeugnis hierfür ist die zunehmende Einbindung von Gastronomieangeboten in modernen Shoppingcentern, wo sie je nach Lage und Struktur bis zu 5,8 % der Mietflächen ausmachen.<sup>6</sup>

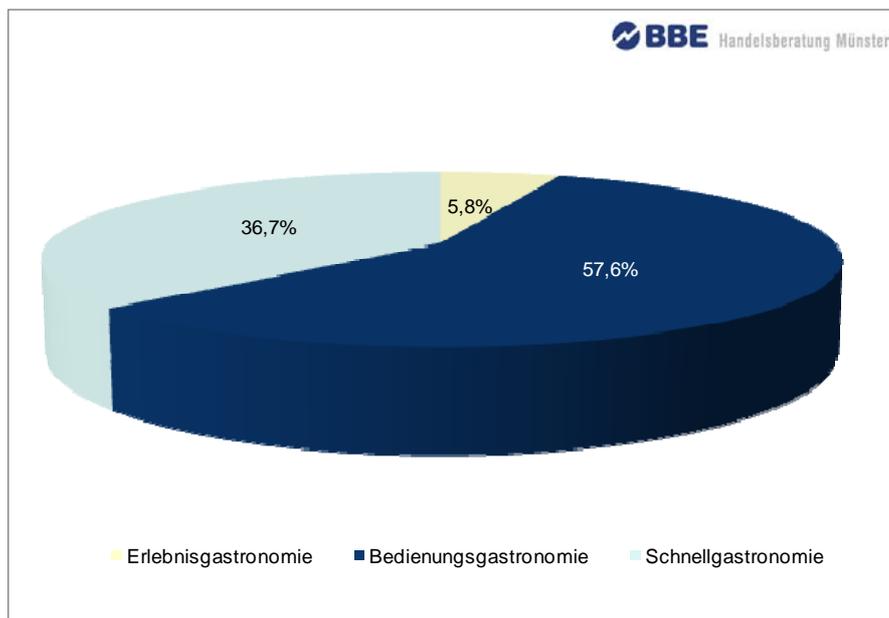
Insbesondere in den größeren Centern haben sich so genannte FOOD COURTS etabliert, die sich allerdings erst ab einer Größenordnung von etwa 1.500 qm entsprechend wirtschaftlich gestalten lassen.

Jenseits dieser einheitlich geplanten und verwalteten Einkaufszentren ist die Bedeutung der Gastronomie auch für die gewachsenen Zentren enorm.

Die Gesamtausgaben in der deutschen Gastronomie belaufen sich auf etwa 38,4 Mrd. Euro und sind somit auch bedeutender Wirtschaftsfaktor in den Städten und Gemeinden.

Bedeutender  
Wirtschaftsfaktor

**Abb. 4 : Ausgaben in der Gastronomie nach Angebotsform in %**



Quelle: Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle Bonn, 2005, eigene Berechnungen

<sup>6</sup> Quelle: EHI Retail Institute, Shopping Center 2006

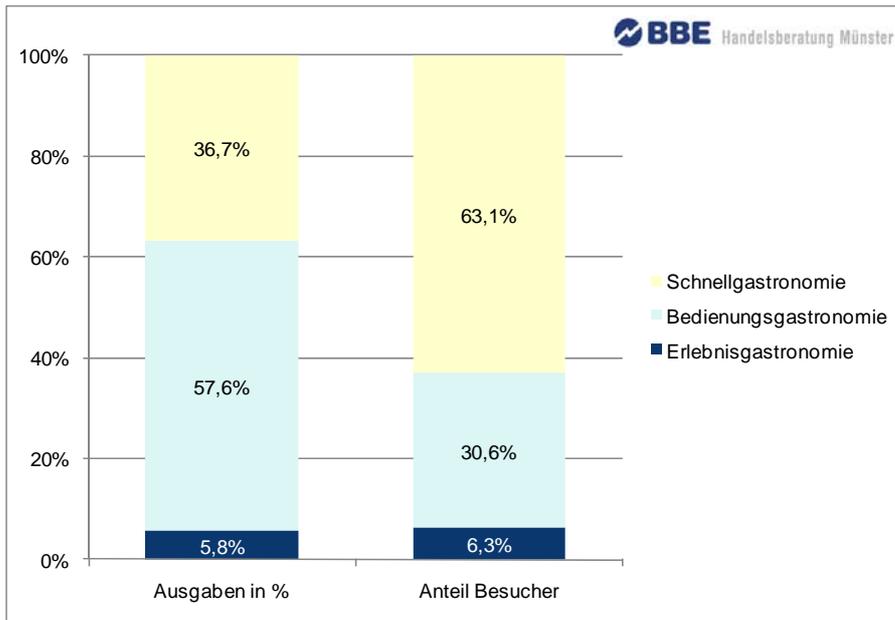


Je nach Angebotsform differieren natürlich auch Besuchshäufigkeit und durchschnittliche Verbrauchsausgabe.

Während in der Schnellgastronomie bei etwa 36 Besuchen pro Jahr und Person im Schnitt 4,76 € ausgegeben werden, beläuft sich die Ausgabe in der Bedienungsgastronomie bei etwa 15,40 € bei allerdings auch nur etwa halb so viel Besuchen.

Unterschiede bei  
Besuchshäufigkeit und  
Ausgabe pro Besuch

**Abb. 5 : Ausgaben und Besuchshäufigkeit in der dt. Gastronomie in %**



Quelle: ZMP Bonn 2005, eigene Berechnungen

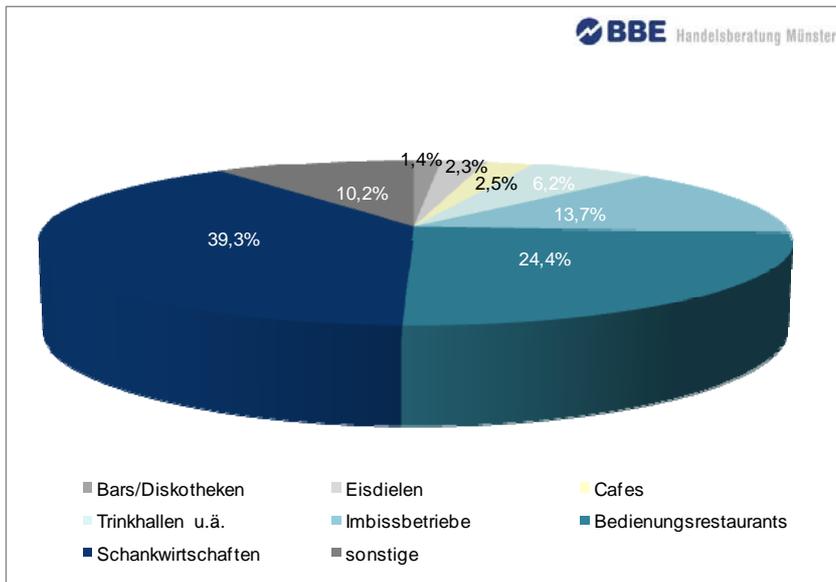
In Abhängigkeit obiger Größen sind somit natürlich auch erhebliche Unterschiede in Verweilqualität und Verweildauer festzustellen.

Aus der Qualität des Angebotes lassen sich somit aus Sicht der Verbraucher Qualitätsmerkmale für das gesamte Umfeld mitsamt seiner unterschiedlichen Nutzungen ableiten.

Trotz der erfolgreichen Entwicklung neuer Betriebsformen und Konzepte (Coffee Shop, Cantina etc.) nimmt der Anteil der klassischen Schankwirtschaft, also einer getränkeorientierten Betriebsform, noch etwa 40 % aller Betriebsstätten ein, allerdings mit deutlich abnehmender Tendenz.

So lassen sich sicherlich die Erhebungen z.B. der IHK Frankfurt zu den gastronomischen Betriebsformen innerhalb des Bezirks zumindest in der Tendenz auch auf andere Regionen übertragen.

Abb. 6 : Anteil der Betriebsformen in der Gastronomie



Quelle: IHK Frankfurt 2005, eigene Darstellung

Angesichts auch der wirtschaftlichen Bedeutung der Gastronomie und Hotellerie in Verbindung mit Tourismus und Geschäftsreisen bemühen sich viele Kommunen um diese teilweise erheblichen Potenziale.

Hier ist insbesondere festzustellen, dass die Bedeutung des Tourismus abhängig von Reisezweck und –dauer deutlich höhere Bedeutung für das Hotel- und Gaststättengewerbe einnimmt als z.B. für den Einzelhandel.

Abb. 7 : Verbrauchsausgaben nach Ausgabenart

BBE Handelsberatung Münster

Ausgabeart	Übernachtung	Ausflüge	Tages- geschäftsreisen
Unterkunft	65,92		
Verpflegung	44,64	11,48	22,30
Einkauf	11,16	10,04	5,78
Freizeit / Unterhaltung	11,06	4,18	1,63
Transport	6,68	0,75	4,23
sonstige Dienstleistungen	11,68	1,88	5,85
<b>Gesamt</b>	<b>151,14</b>	<b>28,33</b>	<b>39,79</b>

Quelle: dwfi, 2005



## 4 Räumliche Lage und regionale Wettbewerbssituation

Zur grundsätzlichen Einordnung der Gemeinde hinsichtlich der einzelhandelsspezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst die Analyse der wesentlichen Rahmenbedingungen, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Ladbergen auswirken können.

---

Rahmenbedingungen

Dabei ist zunächst die Stellung der Gemeinde Ladbergen innerhalb der regional bedeutsamen Einzelhandelsstandorte zu analysieren.

Ladbergen ist eine kreisangehörige Gemeinde im Kreis Steinfurt innerhalb der Region Münsterland.

Im Norden grenzt sie an die Städte Lengerich (Westf.) und Tecklenburg, im Osten an die Gemeinden Lienen und Ostbevern, im Süden an Greven sowie im Westen an Saerbeck.

---

Nachbarkommunen

Aus Sicht der Regionalplanung wird der Gemeinde die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Damit übernimmt sie im wesentlichen Versorgungsfunktion für die örtliche Bevölkerung.<sup>7</sup>

---

Ladbergen ist  
Grundzentrum

Durch die räumliche Lage befindet sich der Einzelhandelsstandort Ladbergen im Wesentlichen im Wettbewerb mit den Oberzentren Münster und Osnabrück sowie den Mittelzentren Lengerich und Greven.

---

<sup>7</sup> Grundzentren dienen dabei aus landesplanerischer Sicht dem Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung, so dass es auf dieser Zentralitätsebene vorrangig um Einzelhandelsbetriebe der Grundversorgung geht. Grundversorgung ist dabei im Schwerpunkt als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs zu verstehen. Darüber hinaus umfasst sie auch ergänzend die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.



Abb. 8 : Räumliche Lage



Quelle: Landesvermessungsamt NRW

Die Oberzentren Münster und Osnabrück sind aufgrund der räumlichen Nähe sowie ihres Angebotes die bedeutendsten Wettbewerbsstandorte.

Wettbewerbsstandorte  
Münster, Osnabrück



Abb. 9 : städtebauliches Profil Münster



<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptgeschäftsbereich Ludgeristraße, Salzstraße, Prinzipalmarkt</li> <li>▪ Räumliche Ausdehnung ca. 1.000 Meter</li> <li>▪ rd. 25 km von Ladbergen</li> </ul>
<b>Anzahl der Einwohner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rd. 272.900 Einwohner</li> </ul>
<b>Kaufkraftniveau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 105,0</li> </ul>
<b>Raumstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baulich geschlossen mit hoher Nutzungsdichte</li> </ul>
<b>Nutzungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durchgängige Einzelhandelsstrukturen mit hoher Besatzdichte, teilweise großflächiger Betriebe</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umfassendes und vielseitiges Angebot in allen Bedarfsbereichen</li> <li>▪ Frequenzbringer KAUFHOF, P &amp; C, SATURN ...</li> </ul>
<b>Fachmarktstandorte (u.a.)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Loddenheide (RATIO, PRAKTIKER)</li> <li>▪ Alte Ziegelei (u.a. HORNBAACH)</li> <li>▪ Mecklenbeck (Weseler Straße)</li> </ul>
<b>Städtebauliche Situation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilweise historisches Stadtbild</li> </ul>
<b>Versorgungsfunktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oberzentrale Versorgungsfunktion</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

Neben dem attraktiven Innenstadtbesatz dürften auch verkehrlich gut erreichbare Fachmarktstandorte wie das YORKCENTER eine Anziehungskraft auf Ladbergener Bürger ausüben.



Abb. 10 : städtebauliches Profil Osnabrück



<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptzentrum</li> <li>▪ Hauptgeschäftsbereich Große Straße, Nikolaiort, Neumarkt</li> <li>▪ Räumliche Ausdehnung ca. 700 Meter</li> <li>▪ rd. 35 km von Ladbergen</li> </ul>
<b>Anzahl der Einwohner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rd. 163.000 Einwohner</li> </ul>
<b>Kaufkraftniveau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 97,7</li> </ul>
<b>Raumstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baulich geschlossen mit hoher Nutzungsdichte</li> </ul>
<b>Nutzungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Durchgängige Einzelhandelsstrukturen mit hoher Besatzdichte, teilweise großflächiger Betriebe</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umfassendes und vielseitiges Angebot in allen Bedarfsbereichen</li> <li>▪ Wettbewerb mit anderen Oberzentren</li> <li>▪ Frequenzbringer L+T, P &amp; C, SATURN</li> </ul>
<b>Fachmarktstandorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kurt-Schumacher-Damm (RATIO ..)</li> <li>▪ Hafen (u. a. POCO..)</li> <li>▪ Hasbergen (IKEA)</li> <li>▪ Nahne (u.a. MARKTKAUF)</li> </ul>



<b>Städtebauliche Situation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilweise historisches Stadtbild</li> </ul>
<b>Versorgungsfunktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oberzentrale Versorgungsfunktion</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

Auch das angrenzende Mittelzentrum Lengerich mit seinem vielfältigen Einzelhandelsangebot sowie dem Fachmarktzentrum an der BAB 1 wird sicherlich Besucher aus Ladbergen ansprechen.

Wettbewerbsstandort  
Lengerich

**Abb. 11 : städtebauliches Profil Lengerich**

	
<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptzentrum</li> <li>▪ Hauptgeschäftsbereich Altstadt, Bahnhofstraße</li> <li>▪ Räumliche Ausdehnung ca. 700 Meter</li> <li>▪ rd. 11 km von Ladbergen</li> </ul>
<b>Anzahl der Einwohner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rd. 22.300 Einwohner</li> </ul>
<b>Kaufkraftniveau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 99,1</li> </ul>
<b>Raumstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baulich geschlossen mit mittlerer Nutzungsdichte</li> </ul>
<b>Nutzungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzungsverdichtung mit überwiegender Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vielseitiges Angebot</li> <li>▪ Frequenzbringer CEKA</li> </ul>
<b>Fachmarktstandorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TEUTO PARK (TOOM)</li> </ul>



<b>Städtebauliche Situation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilweise historisches Stadtbild</li> </ul>
<b>Versorgungsfunktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mittelzentrale Versorgungsfunktion</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

Auch die Nachbarkommune Greven verfügt insbesondere aufgrund einiger „örtlicher Riesen“ über eine Anziehungskraft auf die Verbraucher in Ladbergen.

Wettbewerbsstandort  
Greven

**Abb. 12 : städtebauliches Profil Greven**

<b>Lage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptzentrum</li> <li>▪ Hauptgeschäftsbereich Münsterstraße, Martinstraße, Niederort</li> <li>▪ Räumliche Ausdehnung ca. 500 Meter</li> <li>▪ rd. 11 km von Ladbergen</li> </ul>
<b>Anzahl der Einwohner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ rd. 35.700 Einwohner</li> </ul>
<b>Kaufkraftniveau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 100,2</li> </ul>
<b>Raumstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Baulich geschlossen mit mittlerer Nutzungsdichte</li> </ul>
<b>Nutzungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzungsverdichtung mit überwiegender Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umfassendes und vielseitiges Angebot</li> <li>▪ Frequenzbringer AHLERT, WIESCHÖRSTER</li> </ul>
<b>Fachmarktstandorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Münsterlanddamm (HAGEBAU)</li> </ul>



<b>Städtebauliche Situation</b>	▪ Modernes Stadtbild
<b>Versorgungsfunktion</b>	▪ Mittelzentrale Versorgungsfunktion

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

Insgesamt muss somit eine relativ hohe Wettbewerbsintensität für Ladbergen festgestellt werden.



## 5 Angebots- und Nachfrageanalyse

Anhand wesentlicher Leistungskennziffern wird die Einzelhandelssituation analysiert und mit anderen Städten und Gemeinden verglichen.

Leistungskennziffern

### 5.1 Siedlungsstruktur & Bevölkerungsentwicklung

Die Gemeinde Ladbergen verfügt im Kernbereich über geschlossene Siedlungsstrukturen.

Die Gemeinde Ladbergen weist Ende 2009 insgesamt 6.387 Einwohner (ohne Zweitwohnsitze) auf.

Etwa 6.400 Einwohner

Prognostiziert wird für Ladbergen in der Perspektive bis 2020 eine leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung mit einem (maximalen) Wert von 2,2 %.

Rückläufige Bevölkerungsentwicklung

**Abb. 13 : Bevölkerungsprognose**

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. 2006	Kreis ST; ggü. 2006	NRW; ggü. 2006
2006 (Basiswert)	6.420	--	--	--
2015	6.331	-1,4%	0,7%	-0,8%
2020	6.278	-2,2%	0,5%	-1,5%
<b>Saldo 2006-2020</b>	<b>-142</b>			

Quelle: Bertelsmannstiftung, www.wegweiser-kommune.de, 2008

Hieraus lassen sich keine möglichen Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten.

Die Bevölkerungs- und Siedlungsstruktur konzentriert sich auf den Ortskern mit seinen teilweise dörflich geprägten Bebauungsstrukturen.

**Abb. 14 : Fotos Ladbergen**



Quelle: eigene Fotos



## 5.2 Betriebe und Sortimente

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehung wurden die Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Kern- und Teilsortimenten erhoben und bewertet.<sup>8</sup>

Im Gemeindegebiet Ladbergen sind insgesamt 41 Einzelhandelsbetriebe mit einem Ladenlokal vertreten.

---

41 Einzelhandelsbetriebe

Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln nehmen dabei erwartungsgemäß eine hervorgehobene Stellung ein. Knapp die Hälfte aller Betriebsstätten ist dieser Warengruppe zuzuordnen.

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 79 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Es bleibt festzuhalten, dass auf Abteilungsebene alle Angebotsstrukturen mehrfach besetzt sind.

---

79 Teilsortimente

---

<sup>8</sup> Die Erhebung wurde durch qualifizierte Berater der BBE Handelsberatung Münster durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibilität geprüft. Die Erhebung erfolgt sortimentsgenau, d.h. dass eventuell vorhandene Randsortimente nicht dem dort vorhandenen Hauptsortiment zugerechnet worden sind, sondern separat erhoben wurden.

Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft, um somit letztendlich auch eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen. Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Baustoffhändler oder Autohäuser.

Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie Mobiler Handel, Automatenverkauf, Hofverkauf / Wochenmärkte, Streuanbieter, Fabrikverkauf. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.



Abb. 15 : Tabelle Betriebe und Sortimente

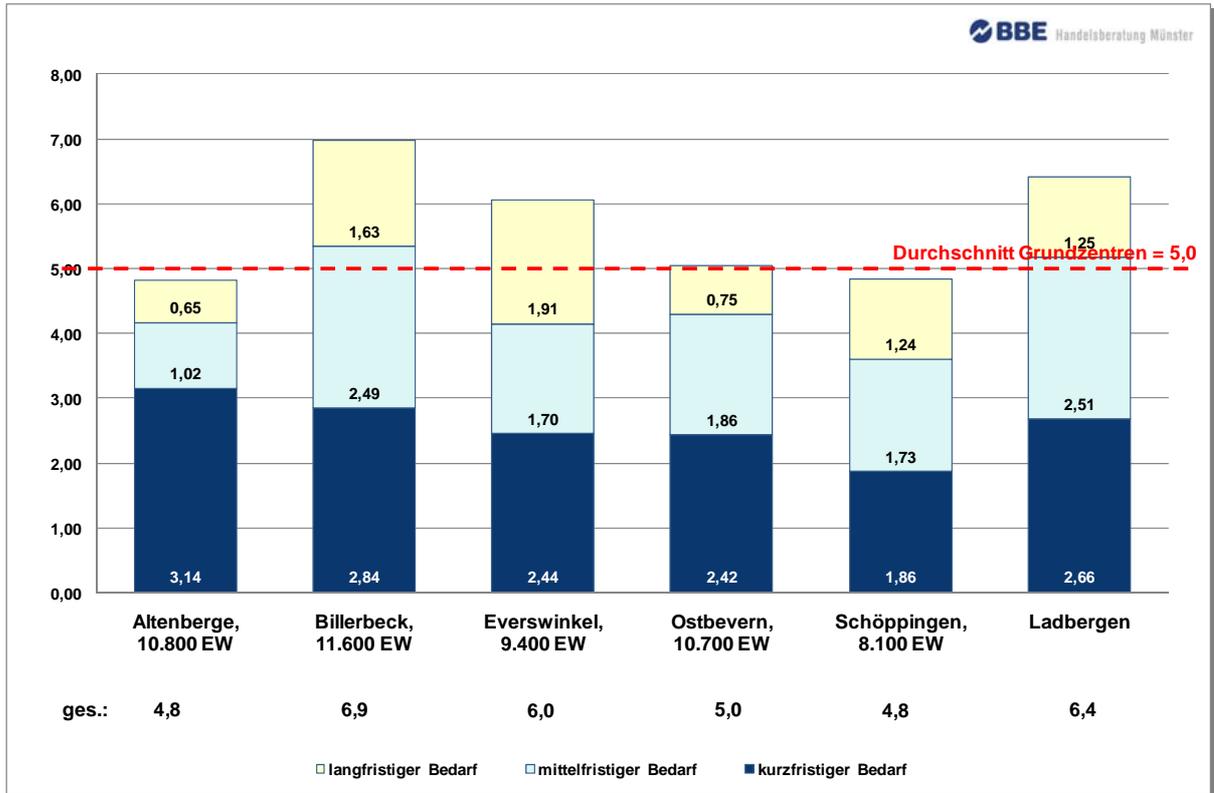
Warengruppe	Betriebe	Sortimente
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten
Nahrungs- und Genußmittel	14	16
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	2	6
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1	7
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>17</b>	<b>29</b>
Bekleidung/Wäsche	7	12
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1	2
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	5	5
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	2	7
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	1	2
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>16</b>	<b>28</b>
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	2	5
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1	4
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	2	2
Uhren/Schmuck	1	2
Sonstiges*	2	9
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>8</b>	<b>22</b>
<b>Gesamt</b>	<b>41</b>	<b>79</b>

Quelle: eigene Erhebungen

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Grundzentren liegt die Angebotsdichte – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 6,4 Betriebsstätten über einem in Grundzentren durchschnittlichen Wert von etwa 5,0 Betriebsstätten je 1.000 Einwohner.

Überdurchschnittliche  
Betriebsstätdendichte

Abb. 16 : Betriebsstättendichte im Kommunalvergleich



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

### 5.3 Verkaufsflächen

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 7.000 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht einer Flächenausstattung von rd. 1,1 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

7.000 qm  
Verkaufsfläche



Abb. 17 : Verkaufsflächen in Ladbergen

Warengruppe	Verkaufs- fläche	Flächen- ausstattung
	in qm	in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genußmittel	2.980	0,47
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	525	0,08
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	--*	--*
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.732</b>	<b>0,59</b>
Bekleidung/Wäsche	611	0,10
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	--*	--*
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	945	0,15
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	509	0,08
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	--*	--*
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2.315</b>	<b>0,37</b>
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromö)	340	0,05
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	--*	--*
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	110	0,02
Uhren/Schmuck	--*	--*
Sonstiges*	285	0,04
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>917</b>	<b>0,14</b>
<b>Gesamt</b>	<b>6.965</b>	<b>1,10</b>

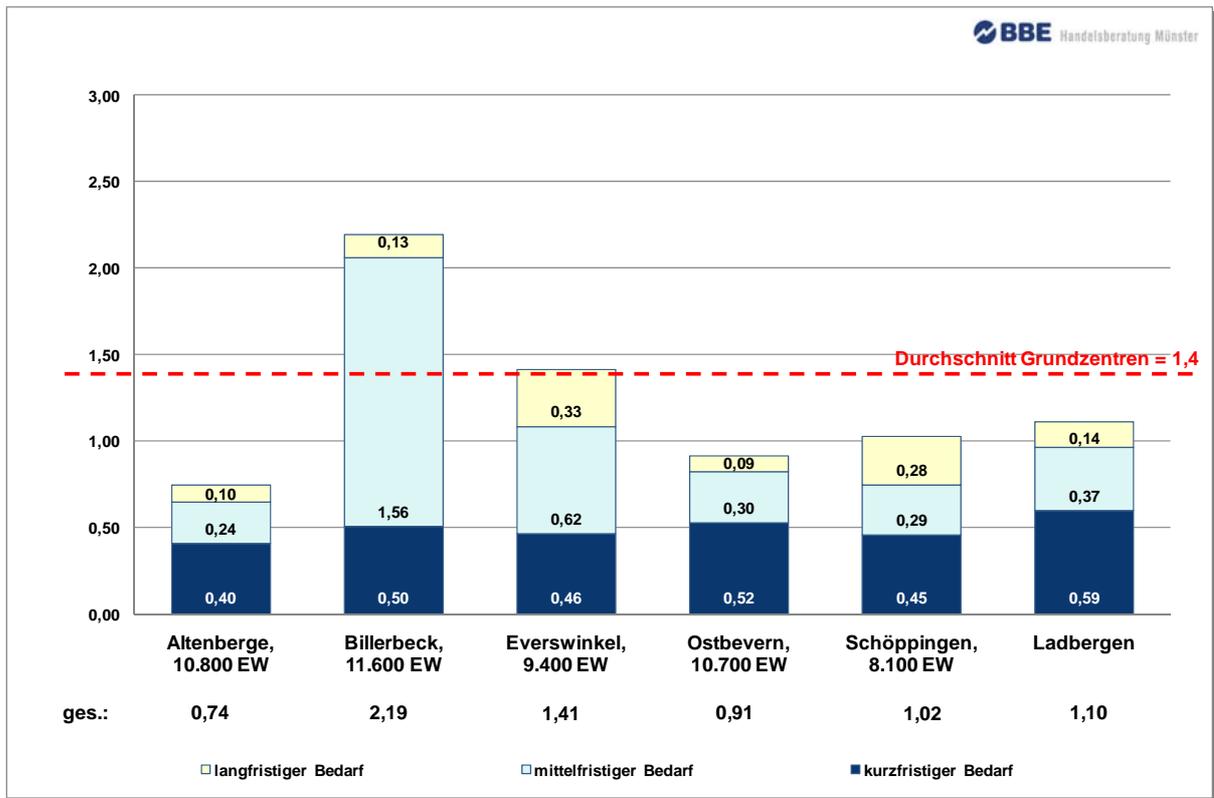
\* aus Datenschutzgründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Flächenausstattungen sind vor allem durch die hohen Ausstattungen bei Nahrungs- und Genussmittel geprägt.

Mit rd. 1,1 qm Verkaufsfläche je Einwohner liegt die Ausstattung in Ladbergen zumeist über der in vergleichbaren Grundzentren der Region. Eine Ausnahme bilden die Stadt Billerbeck sowie die Gemeinde Everswinkel mit ihrem jeweils hohen Anteil insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich.

Abb. 18 : Flächenausstattung im Kommunalvergleich



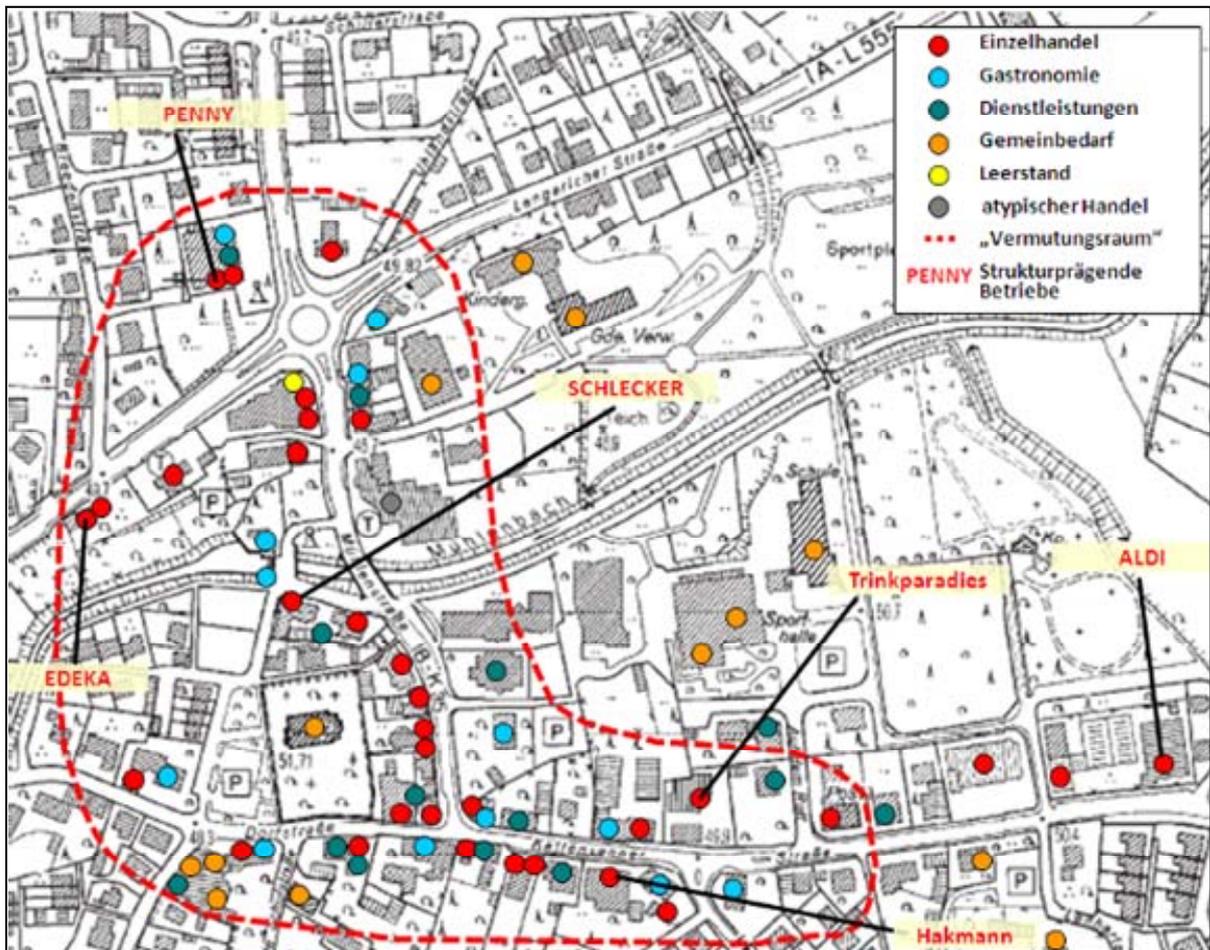
Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

## 5.4 Räumliche Verteilung

Der Einzelhandel in der Gemeinde konzentriert sich auf den Ortskern in Ladbergen. Innerhalb des Ortskerns sind insgesamt 33 Betriebe mit etwa 6.200 qm Verkaufsfläche anzutreffen.

Versorgungsschwerpunkt Ortskern

Abb. 19 : Karte Angebotsstrukturen Ladbergen



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Als strukturprägende Betriebe sind insbesondere die Betriebsstätten des Lebensmittelhandels sowie einige örtliche Anbieter zu benennen.

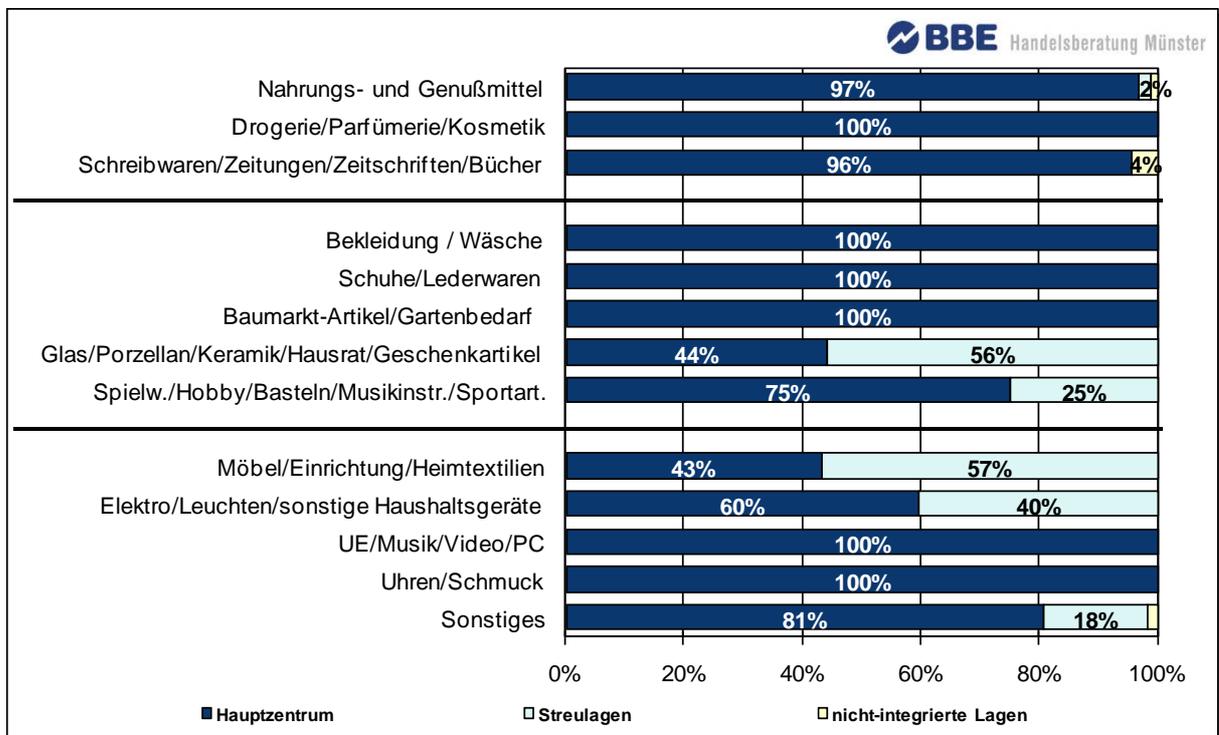
Im Weiteren lassen sich die Verkaufsflächen nach Standortlagen differenzieren:

Nahezu 90 % der Flächen innerhalb der Gemeinde finden sich innerhalb des Hauptzentrums. Damit übernimmt die Ortsmitte die wesentliche Versorgungsfunktion für die Gemeinde.

89 % der Flächen im  
Hauptzentrum

Die Verteilung der einzelnen Flächen in den Sortimenten kann der nachfolgenden Grafik entnommen werden.

**Abb. 20 : Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen nach Standortlagen**



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

## 5.5 Nahversorgung

Einen besonderen Stellenwert für die Bewertung der Einzelhandelsstrukturen, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein.

Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern des täglichen Bedarfs verstanden, die sich in räumlicher Nähe zum Wohnstandort des Bürgers befindet.

Zu den Gütern der kurzfristigen Bedarfsdeckung werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik gezählt.

Die quantitative, strukturelle und räumliche Ausstattung der Nahversorgung in der Gemeinde Ladbergen wird im Folgenden aufgezeigt:

Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Ladbergen mit 0,47 qm Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel je Einwohner zum Zeitpunkt der Erhebung als sehr gute Ausstattung dar.

Definition

Hohe Ausstattung

Neben einem größeren Vollsortimenter gibt es zwei Discountmärkte, von denen einer sich in jüngerer Vergangenheit marktgerecht vergrößert aufgestellt hat.

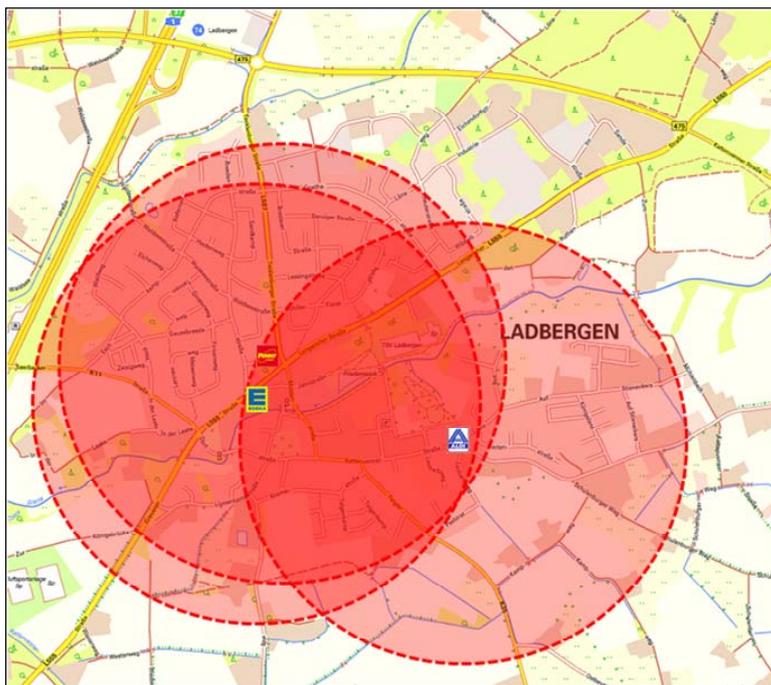
Darüber hinaus sind weitere Angebote bei kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern sowie Fachgeschäften, etc. zu finden.

Die Nahversorgung der Bürger in der Gemeinde Ladbergen konzentriert sich in besonderer Weise auf den eigentlichen Ortskern sowie den Standort ALDI. Diese übernehmen somit Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet.

Neben o.g. rein quantitativer Bewertung ist auch eine qualitative Beurteilung der Nahversorgungssituation unabdingbar. In diesem Zusammenhang stehen insbesondere die Erreichbarkeit der Nahversorgungsbetriebe und damit eine verbrauchernahe Versorgung im Fokus.

Der nachfolgenden Abbildung kann die räumliche Verteilung der wesentlichen Angebotsstätten der Nahversorgung entnommen werden. Um die einzelnen Standorte ist jeweils ein 700-m-Radius<sup>9</sup> gezogen worden.

**Abb. 21 : Nahversorgungssituation in Ladbergen**



Quelle: Landesvermessungsamt NRW, eigene Darstellung

<sup>9</sup> Lt. Einzelhandelserlass NRW ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs i.d.R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von 700 – 1.000 m.



Für die Bewohner innerhalb der farblich dargestellten Gebiete ist eine ausreichende Nahversorgung festzustellen. Wesentliche räumliche Versorgungslücken sind nicht auszumachen.

Flächendeckende  
Versorgung

## 5.6 Städtebauliches Standortprofil

Ein wesentlicher Bestandteil der Situationsanalyse ist die Erfassung und Bewertung der städtebaulichen Situation an zentralen Einkaufsorten bzw. räumlichen Versorgungsschwerpunkten, die vor allem zur parzellenscharfen Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche hinzugezogen werden.

Wesentliche Kriterien der städtebaulichen Analyse sind:

Kriterien

- Raum- und Bebauungsstruktur
- Nutzungsdichte und –mischung ortskernrelevanter Nutzungen wie Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Gemeinbedarf
- einzelhandelsspezifische Angebotsstrukturen wie Angebotsschwerpunkte, Magnetbetriebe, Branchenmix / Vielfalt, etc.

Der Bereich des Ortskerns von Ladbergen ist dabei durch relativ kompakte Bebauungs- und Nutzungsstrukturen gekennzeichnet.

kompakte Strukturen

Die größte Nutzungsdichte findet sich an der Grevener Straße sowie dem Straßenverlauf der Mühlenstraße und der Dorfstraße folgend.

Die äußeren Grenzen dieses Versorgungsbereiches werden insbesondere durch die zunehmenden Friktionen bzw. das vollständige Fehlen zusammenhängender Nutzungsstrukturen bestimmt.

Die Bebauungsstruktur ist weitgehend durch Baukörper mit in der Regel ein- und zweigeschossiger Bauweise zumeist modernerer Bauart –zum Teil durchsetzt mit historischer Bausubstanz – definiert.

Es handelt sich vorrangig um kleinteilige Bebauung sowie hiermit verbunden auch vergleichsweise kleinteiligen Betriebsgrößen.

Bestandteil des Ortskerns sind immerhin 33 Einzelhandelsbetriebe, die somit einen wesentlichen Anteil aller Betriebsstätten ausmachen. Insgesamt befinden sich in diesem Zentrum etwa 6.200 qm Verkaufsfläche, was einem Anteil von 89 % an der Gesamtverkaufsfläche in der Gemeinde Ladbergen entspricht.

Angebotsstruktur

Die wichtigsten Magnetbetriebe innerhalb dieser Lage sind die größeren Betriebsstätten des Lebensmittelhandels sowie örtliche Anbieter wie HAKMANN oder JAMODA.

Magnetbetriebe



Daneben finden sich überwiegend inhabergeführte, nicht filialisierte Betriebe im Ortskern wieder. Weitere Filialbetriebe über die Nahversorgung hinaus sind nicht vertreten.

Das Warenangebot ist weitgehend auf den Bereich Nahversorgung mit ergänzenden Angeboten in der mittelfristigen Bedarfsgruppe ausgerichtet.

Überwiegend  
Nahversorgung

Im Ortszentrum finden sich verschiedene Parkplätze sowie oftmals auch straßenbegleitende Parkmöglichkeiten.

Parkraum

Die Aufenthaltsqualität innerhalb des Ortskerns mit seinen teilweise verkehrsberuhigten Bereichen ist insgesamt als gut zu bezeichnen, wobei allerdings insbesondere die Grevener Straße durch die Verkehrssituation und dem damit einhergehenden Durchgangsverkehr deutlich in ihrer Aufenthaltsqualität beeinträchtigt wird.

Gute Aufenthaltsqualität

Ein unverwechselbares gastronomisches Angebot trägt zur insgesamt zufriedenstellenden Aufenthalts- und Verweilqualität bei.

**Abb. 22 : städtebauliches Profil Ladbergen**



**Lage**

- Hauptzentrum
- Hauptgeschäftsbereich Grevener Straße, Mühlenstraße, Dorfstraße
- Räumliche Ausdehnung ca. 400 Meter

**Anzahl der Einwohner**

- rd. 6.400 Einwohner

**Kaufkraftniveau**

- 100,6

**Raumstruktur**

- Baulich geschlossen

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Überwiegend 1-2 geschossige Bauweise</li> </ul>
<b>Nutzungsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nutzungsverdichtung mit teilweiser Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss</li> </ul>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Überwiegend kurzfristiges Angebot</li> <li>▪ Frequenzbringer EDEKA, PENNY</li> </ul>
<b>Fachmarktstandorte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ keine</li> </ul>
<b>Städtebauliche Situation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Attraktives Stadtbild mit zum Teil moderner sowie historischer Bausubstanz</li> </ul>
<b>Versorgungsfunktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundzentrale Versorgungsfunktion</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung und eigenes Foto

## 5.7 Sonstige Standorte

Bei dieser Standortkategorie handelt es sich um Standorte, die nicht dem Versorgungsschwerpunkt zugeordnet werden können.

Hier ist insbesondere ein nicht großflächiger Fachmarktstandort in nördlichen Siedlungsbereich zu benennen. Der ehemals größte Anbieter (Babyfachmarkt) hat jedoch den Betrieb mittlerweile eingestellt.

Ruthemeiers Esch

**Abb. 23 : Fotos Fachmärkte**



Quelle: eigene Fotos

## 5.8 Kaufkraftpotenzial

Zur Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales im Gemeindegebiet werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im ge-



samten Bundesgebiet sind für das Jahr 2009 pro Kopf insgesamt 5.451 € einzelhandelsrelevant.<sup>10</sup>

Die BBE Marktforschung weist für das Jahr 2009 in der Gemeinde Ladbergen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 100,6 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen um somit 0,6 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Hieraus ergibt sich für die Gemeinde Ladbergen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.483 € im Jahr. Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 35,0 Mio. € für das Jahr 2009 ermitteln.

Kaufkraftniveau 100,6 %

**Abb. 24 : Kaufkraftpotenzial in Ladbergen**

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	100,6	Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung	
	Einwohner:	6.387	im Bundesdurchschnitt
Warengruppe		in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel		2.018	2.028
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.		780	783
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		193	195
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>		<b>2.991</b>	<b>3.007</b>
Bekleidung/Wäsche		459	462
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		109	110
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen		702	704
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		72	72
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		192	194
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>		<b>1.534</b>	<b>1.543</b>
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		337	340
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		134	135
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation		363	365
Uhren/Schmuck		51	52
Sonstiges*		41	42
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>		<b>926</b>	<b>933</b>
<b>Gesamt</b>		<b>5.451</b>	<b>5.483</b>

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS 2009

Neben dem einzelhandelsspezifischen Kaufkraftpotenzial, das sich aus der ortsansässigen Bevölkerung ableiten lässt, sind weitere touristische Potenziale vorhanden.

Touristisches Potenzial

<sup>10</sup> Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt (ohne die Ausgabenanteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden). Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.



Diese resultieren aus den Übernachtungen in der örtlichen Hotellerie, aber auch aus den zwei Campingplätzen im Gemeindegebiet.

Insbesondere im letzteren Bereich liegen keine validen Übernachtungszahlen vor<sup>11</sup>, so dass eine quantitative Ermittlung des genauen Wertes nicht möglich erscheint, zumal das Verbrauchsverhalten der Gäste auch mit der Verweildauer am Ort zusammenhängt.

## 5.9 Kaufkraftbindungsquoten

Auf Basis der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wurde eine Analyse der Kaufkraftbindungsquoten durchgeführt.

Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der getätigte Umsatz der örtlichen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Gemeindegebietes zusammensetzt, sowie die Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Nachfragepotenzial) herangezogen werden.

Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse stärker als die Zuflüsse; bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze wurden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d.h. sortimentspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe angepasst werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

In der Gemeinde Ladbergen wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 25,4 Mio. € realisiert.

---

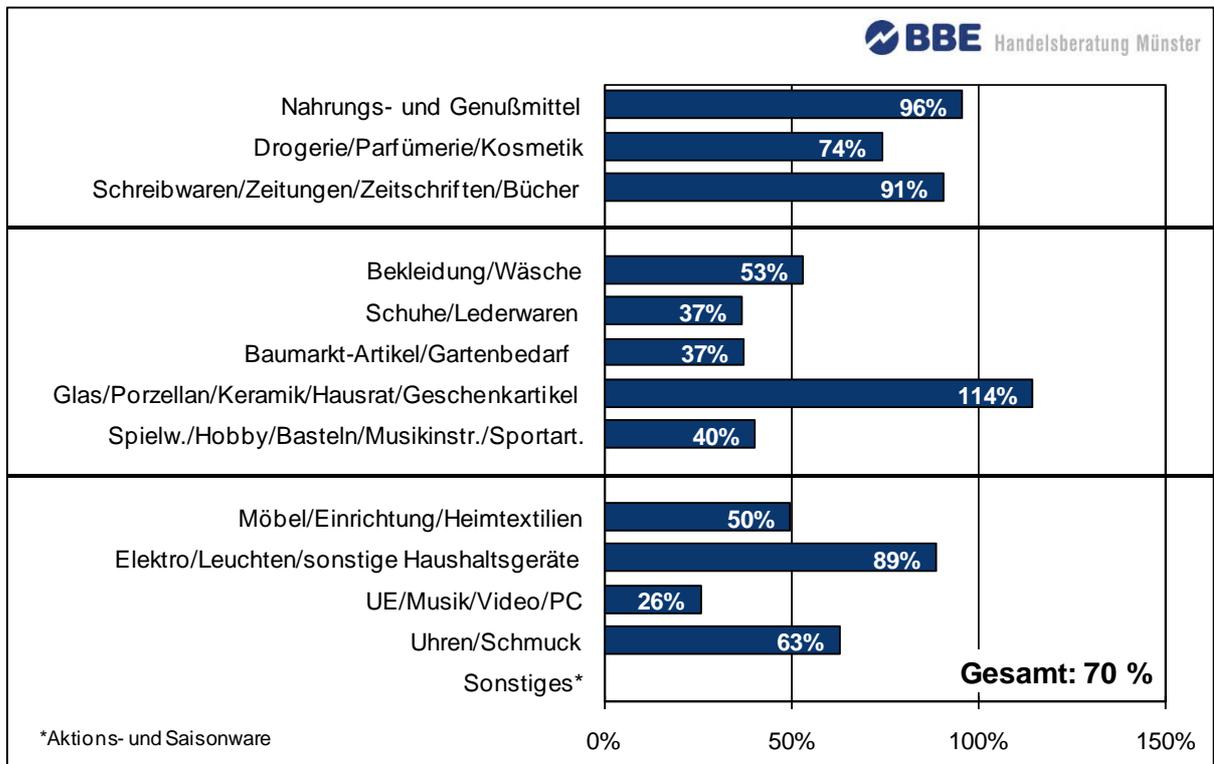
Umsatz-Kaufkraft-  
Relation

---

Einzelhandelsumsatz  
25,4 Mio. €

<sup>11</sup> Es liegen für die beiden Campingplätze (lt. kommunalen Angaben rd. 800 Stellplätze) keine konkreten statistischen Zahlen zu den Übernachtungen vor. Die vom Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik (LDS) herausgegebenen Statistiken beziehen sich zwar auf Betriebe mit 9 und mehr angebotenen Betten, wobei jedoch der Wert für die Campingplätze (ohne Dauercamping) in den entsprechenden Statistiken als "unbekannt bzw. als geheim zu halten" angegeben wird. Auch auf Verbandsebene des Tecklenburger Land Tourismus liegen diese Zahlen nicht vor.

Abb. 25 : Grafik Bindungsquoten



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In einer vertiefenden Betrachtung sind die prozentualen Bindungswerte für Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie / Parfümerie / Kosmetik) sowie GPK, Hausrat - wenngleich auch bei sehr geringen Verbrauchsausgaben in den letztgenannten Sortimenten - am höchsten. Auch bei der Warengruppe Elektrogeräte sind nennenswerte Bindungsquoten festzustellen.

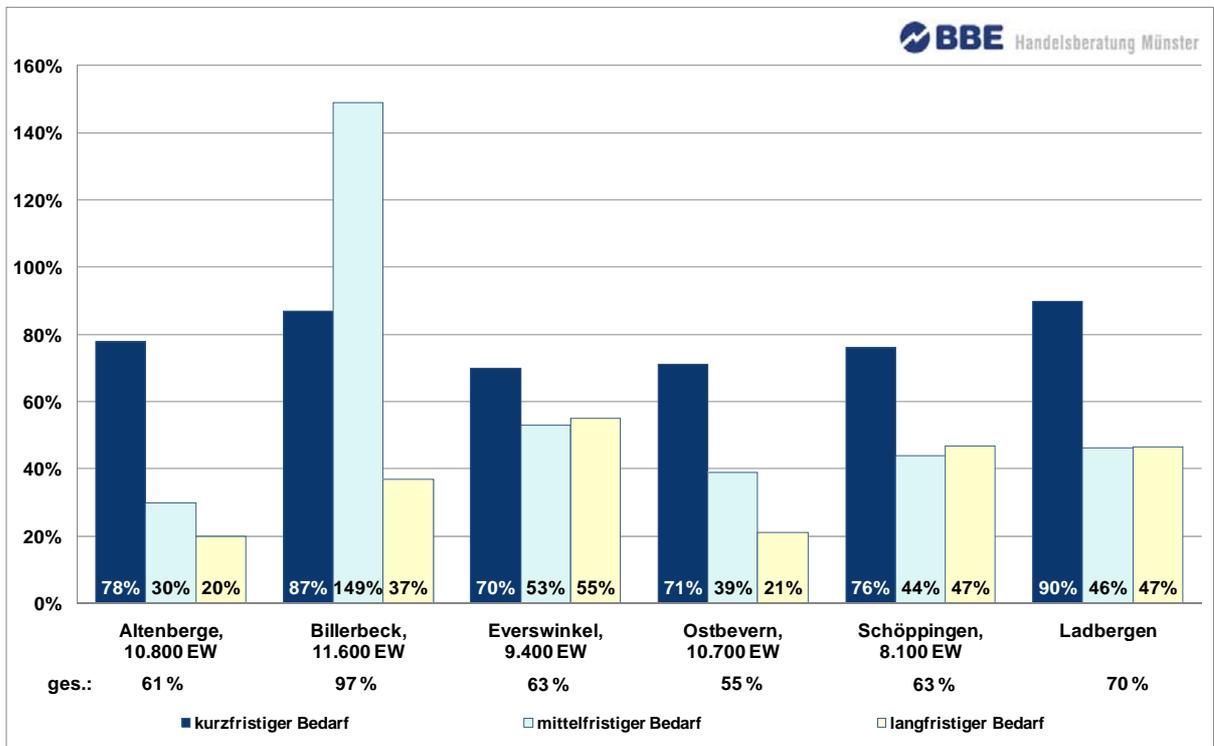
Angesichts dieser Ergebnisse ist die Versorgungssituation wie folgt zu bewerten:

- Die Versorgung der Bevölkerung mit Nahversorgungsangeboten ist derzeit als sehr gut anzusehen.
- Größere Versorgungsdefizite sind in nahezu allen sonstigen Sortimenten festzustellen. Allerdings muss hierzu auch angemerkt werden, dass sich innerhalb einiger Branchen eine wirtschaftliche Tragfähigkeit erst ab einer bestimmten Verkaufsflächengröße und somit auch einer entsprechenden Größe des wirtschaftlichen Einzugsgebietes erreichen lässt.
- Auch wenn sich aufgrund der fehlenden wirtschaftlichen Tragfähigkeiten nicht in allen Sortimenten die Versorgungssituation verbessern lässt, so muss es doch Ziel sein, insgesamt die wohnungsnaher Versorgung der örtlichen Bevölkerung zu verbessern.

Versorgungssituation

Der interkommunale Vergleich mit anderen Grundzentren macht deutlich, dass sich die Bindungsfähigkeit der Gemeinde im oberen Bereich vergleichbarer Standorte bewegt.

**Abb. 26 : Bindungsquoten im Kommunalvergleich**



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

## 5.10 Entwicklungspotenziale in Ladbergen

Die Situationsanalyse, hier insbesondere die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relationen, hat einen ersten Fingerzeig auf Defizite aber auch mögliche Entwicklungschancen des örtlichen Einzelhandels aufgezeigt. Gleichwohl ist die Erreichung einer vollständigen Kaufkraftbindung in einem Grundzentrum zunächst einmal lediglich ein rechnerischer Wert.

Neben dem grundsätzlichen Einwohner- und somit auch Verbraucherpotenzial spielen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmter Vorhaben oder Betreiber auch die Nähe zu konkurrierenden Wettbewerbsstandorten sowie deren Wettbewerbsqualität oder auch die räumliche Verteilung der Bevölkerung auf mögliche Siedlungsbereiche und Ortsteile eine wesentliche Rolle.

Auch hat der so genannte „Größensprung“ bestimmter Betriebsformen und Betreiber im Einzelhandel zum einen zu einer Ausweitung wirtschaftlich notwendiger Einzugsgebiete einzelner Vorhaben geführt, zum ande-

Erste Hinweise  
aus den UKR

Faktoren der wirtschaftlichen  
Tragfähigkeit

Größensprung der  
Vorhaben



ren aber auch die Entwicklungschancen an anderen Standorten deutlich eingeschränkt.

Dies lässt sich insbesondere an den Entwicklungen im Bereiche der Bau- und Gartenfachmärkte ablesen.

Hier ist die Markteintrittsgröße der regional und überregional agierenden Anbieter auf i.d.R. minimal 5.000 qm Verkaufsfläche angestiegen, was somit auch einen wirtschaftlichen Einzugsbereich von mindestens 30.000 Verbrauchern voraussetzt.

Zugleich hat sich der klassische inhabergeführte Eisenwarenhandel in vielen Städten und Gemeinden aufgrund des Wettbewerbs zurückziehen müssen.

Wenngleich somit bestimmte Angebotsformen und Betreiber in Ladbergen auch zukünftig nicht vertreten sein werden, so ergeben sich doch gewisse, dann allerdings standortangepasste Entwicklungschancen.

---

Standortangepasste  
Entwicklungschancen

In diesem Zusammenhang spielt beim Ausnutzen möglicher Entwicklungspotenziale des örtlichen Einzelhandels nicht nur ausschließlich die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine zentrale Rolle. Vielmehr kann eine höhere Kaufkraftbindung auch durch eine konzeptionelle Neuausgestaltung einzelner ortsansässiger Anbieter erzielt werden.

So zeigen Erfahrungen aus ähnlich gelagerten Projekten, dass durch eine (konzeptionelle) Umgestaltung und Aufwertung des Erscheinungsbildes – ggf. ergänzt durch gewisse Arrondierungsmaßnahmen – entsprechende Umsatzsteigerungen und damit auch eine höhere Kaufkraftbindung in den einzelnen Warengruppen erzielt werden können.

Eine verbesserte Umsatz- und Ertragssituation trägt letztlich auch zur Sicherung der jeweiligen Betriebsstätte bei.

Im Bereich Nahversorgung erzielt der örtliche Handel von Ladbergen wie auch in vielen anderen Münsterlandkommunen vergleichbarer Größenordnung und Struktur die höchste Kaufkraftbindung.

---

Höchste Bindung bei  
Nahversorgung

Da sich zugleich die größeren Magnetbetriebe als marktgerecht und leistungsfähig präsentieren, sind Entwicklungen in diesem Bereich vermutlich nur durch Arrondierungen oder aber kleinteilige Entwicklungen zu erwarten, zumal die wesentlichen Angebotsstätten sich in den schützenswerten Lagen wiederfinden und somit auch aus städtebaulicher Sicht keine Verschärfung des Wettbewerbes wünschenswert erscheint.

---

Entwicklung nur durch  
Arrondierung und klein-  
teilige Entwicklungen

Bedingt durch die Kaufkraftsituation sowie den Wettbewerb der Ober- und Mittelzentren sind insbesondere auch bei der persönlichen Ausstattung (Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck) deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen.

---

Persönliche Ausstattung

---

Vertikale Konzepte



In diesen auch so genannten Lifestyle-Sortimenten haben sich in den letzten Jahren neben den Individualkonzepten verstärkt Flächenkonzepte oder auch vertikale Konzepte durchgesetzt.

Diese Konzepte zeichnen sich dadurch aus, dass sich eine starre Trennung zwischen produzierender Industrie und örtlichem Handel mehr und mehr aufgelöst hat.

Zugleich gehen diese Konzepte mit einem deutlich schnelleren Belieferungstakt und somit auch einer verbesserten Aktualität der Mode sowie somit auch erhöhten Absatzchancen des Handels (verbesserte Lagerumschlags-Geschwindigkeit) einher.

Durch die starke Verbreitung dieser Konzepte (STREET ONE, ESPRIT, etc.) hat sich der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz dieser Konzepte erheblich verbessert.

Da zugleich das Angebot sich von denen systemgleicher Anbieter an anderen Orten nur geringfügig unterscheidet sowie eine eher konsumige Preislage bedient wird, hat sich auch in vielen kleineren Orten das Angebot in den Flächenkonzepten in den letzten Jahren erheblich verbreitert.

Dies stellt somit auch für Ladbergen eine gewisse Chance der örtlichen Anbieter dar, sofern sie die entsprechenden Produkte nicht bereits heute anbieten.

Bei Glas, Porzellan, Keramik erreicht die Gemeinde bereits sehr hohe Bindungswerte, die sich sicherlich nicht mehr wesentlich steigern lassen.

Im Wettbewerb mit den großflächigen Angeboten der Bau- und Gartenfachmärkte u.a. in Lengerich oder Greven bestehen Wettbewerbsstrategien insbesondere in einer doch stark an örtlichen Bedarfssituationen ausgerichteten Sortimentspolitik bei gleichzeitig hoher Beratungsqualität bzw. in der weiteren Optimierung bestehender Angebotsstrukturen.

Ähnliches gilt für den Bereich Unterhaltungselektronik und Elektrogeräte. Auch wenn hier der Markt zumindest in der öffentlichen Wahrnehmung durch die Marktführer dominiert wird, so ist doch nicht zu verkennen, dass immerhin noch etwa zwei Drittel des Marktes außerhalb dieser werbestarken Anbieter stattfindet.

Hier werden neben einer notwendigen Spezialisierung insbesondere Serviceleistungen wie Werkstatt, Installation vor Ort sowie Beratungsqualität in die Waagschale des inhabergeführten Handels zu legen sein.

Durch die Mitgliedschaft in Kooperationen und Verbundgruppen (horizontale Kooperationsformen) besteht zugleich ein zumindest gewisser Ausgleich bei der Wahrung der Wettbewerbsfähigkeit unterschiedlicher Betriebsformen.

---

Höhere Aktualität

---

Chancen durch  
Flächenkonzepte

---

Hohe Werte bei GPK

---

Angepasste Formate bei  
Bau- und Garten-  
sortimenten

---

Unterhaltungselektronik

---

Beratungs- und  
Servicequalität

---

Verbundgruppen



Der Bereich Wohnen und Einrichten ist in seinen Angebotsstrukturen ähnlich wie bei Bau- und Gartenmärkten durch i.d.R. sehr große Flächendimensionierungen geprägt.

---

Wohnen & Einrichten

Gewisse Ansiedlungs- und Erweiterungschancen ergeben sich hier insbesondere durch kleinere Fachanbieter mit hoher Beratungs- und Serviceintensität wie Küchenstudios oder Innenausbauer.

An manchen Standorten finden sich auch Spezialisten, die aufgrund ihrer doch recht engen Zielgruppenorientierung oftmals regionale Einzugsgebiete generieren. Als Beispiele seien hier nur Fachanbieter für Sportartikel (Reitsport, Anglerbedarf, Outdoor, Skisport o.ä.) oder sonstigen Spezialangeboten wie Musikinstrumente, Jagdbedarf oder Brautmoden.

---

Spezialanbieter

Allerdings werden in diesem Zusammenhang oftmals erhöhte Anforderungen an die verkehrliche Erreichbarkeit gestellt, um somit auch Ortsfremden eine leichte Anfahrt zu ermöglichen.

Die Anforderungen an die Objekteigenschaften differieren nach Branche und Betreiberkonzept recht deutlich. Während Fachmärkte in aller Regel eine Verkaufsflächendimensionierung von mindestens 300 qm Verkaufsfläche benötigen, sind Fachgeschäfte in wirtschaftlichen Größenordnungen in aller Regel schon mit etwa 80 bis 100 qm Verkaufsflächen zu führen.

---

Anforderungen an  
Objekte

Insbesondere Fachmärkte suchen insbesondere die Nähe zu frequenzstarken Magnetbetrieben, weshalb die Verfügbarkeit entsprechender Flächen und Objekte in unmittelbarer Anbindung an den Magnetbetrieb förderlich sein kann.

---

Nähe zu Magnet-  
betrieben

### 5.11 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandortes Ladbergen

Der Einzelhandelsstandort Ladbergen weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden:

- eine in der Summe gute Angebotssituation, zumeist geprägt durch größere Lebensmittelanbieter, aber auch kleinflächige inhabergeführte Fachgeschäfte
- die gute Einbindung wesentlicher Magnetbetriebe, insbesondere auch der großflächigen, frequenzfördernden Nahversorgungsbetriebe EDEKA und PENNY in die Hauptgeschäftslage
- eine gute räumliche Integration des ALDI Standortes in das Siedlungsgefüge

---

Stärken



- eine kompakte Nutzungsstruktur im Ortskern, gekennzeichnet u.a. durch zahlreiche öffentliche Einrichtungen, Dienstleistungseinrichtungen sowie gastronomische Angebote
- eine zumeist gute Verweilqualität aufgrund einer überwiegend attraktiven Gestaltung des öffentlichen Raumes
- eine gute Parkraumsituation

Diese Stärken gilt es, zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln.

Neben den obigen Stärken gibt es aber auch deutliche Schwächen. Es sind dies:

- eine eher schwache Kaufkraftbindung in einigen Sortimenten
- der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz wird z.T. durch Wohnnutzung oder gewerbliche Nutzungen unterbrochen; dies führt zu einer insgesamt geringeren Nutzungsdichte bei einer räumlich höheren Ausdehnung
- teilweise nicht zeitgerechter Marktauftritt einiger Betriebsstätten
- nur geringe Flächenpotenziale im Ortskern

---

Schwächen

Ziel des Konzeptes muss es sein, die Rahmenbedingungen für eine angepasste Weiterentwicklung des Einzelhandels in Ladbergen zu formulieren, um somit allen Beteiligten wie Kaufmannschaft, Rat, Verwaltung und Investoren nachvollziehbare und verlässliche Entscheidungsgrundlagen an die Hand zu geben.



## 6 Standort- und Sortimentskonzept

Die konzeptionellen Empfehlungen basieren auf den Untersuchungen und Analysen der beauftragten Gutachter und wurden u.a. gemeinsam mit den Mitgliedern des Projekt begleitenden Arbeitskreises erörtert und weiterentwickelt.

Abstimmung mit  
Arbeitskreis

### 6.1 Planerische Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung von Einzelhandelsstrukturen ist in Deutschland nicht allein den Marktkräften unterworfen. Vielmehr besteht ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung städtebaulicher Ziele, die sich allein durch das freie Spiel von Angebot und Nachfrage vermutlich nicht durchsetzen ließen.

Der Erhalt sowie die Förderung von Zentren sowie sonstigen gewachsenen Strukturen sind von öffentlichem und privatem Interesse, was nicht nur durch die Städtebauförderung der öffentlichen Hand, sondern auch durch zahlreiche privatwirtschaftlich gestützte Initiativen dokumentiert wird.

Förderung von Zentren

Eingriffe in den Markt werden grundsätzlich legitimiert mit dem Ziel der Sicherung und Entwicklung funktionsfähiger Zentren und der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs.

Städtebauliche Begründung  
für Steuerung

#### 6.1.1 Zentrenkonzept

Die Situationsanalyse bildet – wie bereits angeführt – die Grundlage für das zukünftige Zentrenkonzept der Gemeinde Ladbergen. Dabei werden die Versorgungsschwerpunkte in Ladbergen in ein hierarchisches Zentrenmodell integriert, das im Sinne einer „Arbeitsteilung“ und Vermeidung städtebaulich nicht gewünschten Wettbewerbs den verschiedenen Einzelhandelsstandorten im Ladbergener Gemeindegebiet räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zuweist.

Räumlich-funktionale  
Arbeitsteilung

Als Grundkonzept dient eine Zentrenhierarchie, bestehend aus dem Hauptzentrum im Sinne eines Zentralen Versorgungsbereiches, einem Nahversorgungsstandort sowie Fachmarktstandorte als wesentliche Versorgungsstandorte.

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung eines Einzelhandelsstandortes im Rahmen einer Zentrenhierarchie ist die vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsdichte bzw. -mischung. Hierbei sind u.a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwerpunkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Kriterien zur Festlegung  
des Zentralen Versorgungsbereiches



Ein weiterer wesentlicher Aspekt zur Einstufung sind zudem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde Ladbergen. Dazu zählt beispielsweise insbesondere die Berücksichtigung von Entwicklungsperspektiven des Zentralen Versorgungsbereiches.

Entwicklungs-  
perspektiven

Ausgehend von diesen Bewertungskriterien lassen sich die Einzelhandelsstandorte mit wesentlicher Versorgungsfunktion folgendermaßen idealtypisch definieren:

Der bedeutendste Typ der Einzelhandelsstandorte in der Gemeinde Ladbergen ist der Ortskern, in dem sich verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren.

Hauptzentrum<sup>12</sup>

Angebotsschwerpunkt ist die Nahversorgung, ergänzt um weitere mittel- und langfristige Warengruppen.

Bezogen auf die städtebauliche Integration befindet sich das Zentrum innerhalb des Wohnsiedlungsbereiches, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung.

Nahversorgungsstandorte zeichnen sich durch größere Lebensmittelbetriebe im Voll- und / oder Discountsortiment, ergänzt in der Regel um kleinteilige Ladenhandwerker und / oder Dienstleistungen (häufig in der Vorkassenzone), aus.

Nahversorgungs-  
standorte<sup>13</sup>

Strukturell sind sie aufgrund fehlender Angebotsdichte und –vielfalt nicht als Zentrale Versorgungsbereiche, sondern als solitäre Versorgungsstandorte einzuordnen.

Ihnen obliegt die Nahversorgungsfunktion insbesondere für Wohngebiete innerhalb eines (möglichst barrierefrei angebundenen) fußläufigen Einzugsbereiches.

Neben den räumlichen Schwerpunkten der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten werden im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimente untereinander auch Standorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarktstandorte.

Sonder- und Fachmarkt-  
standorte

Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei fehlender Dichte und Mischung mit anderen ortskernrelevanten Nutzungen charakterisieren.

<sup>12</sup> Hauptzentren = Zentrale Versorgungsbereiche: zu schützende und zu entwickelnde Bereiche u.a. im Sinne § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24a LEPro

<sup>13</sup> zu schützende und zu entwickelnde Standorte im Sinne § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24a LEPro

Prägend darüber hinaus ist ihre städtebaulich nicht integrierte Lage, oftmals in Industrie- und Gewerbegebieten bzw. Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen.

Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher Zielvorstellungen für die Gemeinde Ladbergen nachfolgende Zentrenhierarchie:

Zentrenhierarchie

**Abb. 27 : Zentrenhierarchie**



Quelle: eigene Darstellung

### 6.1.2 Zentraler Versorgungsbereich

Der Zentrale Versorgungsbereich stellt den zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereich insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Zentrengefüge dar.<sup>14</sup>

Dabei können sich Zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen Verhältnissen.<sup>15</sup>

Die Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde Ladbergen, den

Festlegung durch die  
Gemeinde

<sup>14</sup> Vgl. gesetzliche Grundlagen ebenda

<sup>15</sup> Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250



Ergebnissen der Situationsanalyse sowie der Zentrenkonzeption, in welcher der zu entwickelnde Zentrale Versorgungsbereich als Hauptzentrum planerisch festgelegt wird.

Darüber hinaus sind die landesplanerischen Grundsätze zu beachten. Danach zeichnet sich ein Zentraler Versorgungsbereich aus durch:

---

Vorgaben LEPro

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines Siedlungsbereichs und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Als weitere relevante Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches lassen sich anführen:

---

Weitere Kriterien

- Barrieren und Zäsuren, z.B. Verkehrsstraßen und Bahngleise
- Funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheiten
- Vorhandensein von Magnet- bzw. strukturprägenden Betrieben

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Gemeinde Ladbergen wird als Zentraler Versorgungsbereich der Versorgungsschwerpunkt Ortskern eingestuft.

---

ZVB Ladbergen

Nähere Ausführungen zur parzellenscharfen Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche sowie zu allen weiteren relevanten Standorten als Bestandteile der Zentrenhierarchie werden in separaten Kapiteln erläutert.

### 6.1.3 Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept sowie der Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches stellt die Ladbergener Sortimentsliste ein weiteres unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden (z.B. „Kölner Liste“).

Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme einer derartigen Liste ist nicht zulässig. Hierzu gab es in der Vergangenheit eine Vielzahl von Urteilen seitens der Verwaltungsgerichte.



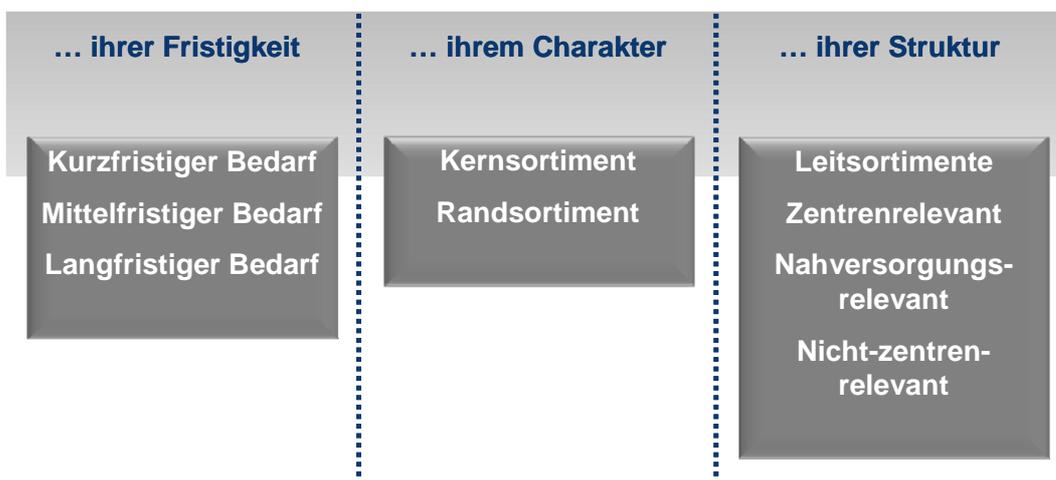
Beispielsweise urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster im Jahr 2004, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.<sup>16</sup>

Notwendigkeit einer örtlichen Liste

In dem Urteil wird u.a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz Zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste nach Ansicht des Oberverwaltungsgerichts Münster den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen.

Grundsätzlich lassen sich Sortimente hinsichtlich ihrer Fristigkeit, ihrem Charakter sowie ihrer Relevanz differenzieren.

**Abb. 28 : Differenzierung der Sortimente nach ...**



Quelle: eigene Darstellung

Grundsätzlich empfiehlt sich bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste folgende Vorgehensweise<sup>17</sup>:

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

- Zunächst sind die Sortimente in den Zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand).
- Diese Sortimente sind dann im Weiteren zu übertragen in die örtliche Sortimentsliste, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.
- Darüber hinaus können auch weitere zentrenrelevante Sortimente in die Liste mit aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur

<sup>16</sup> OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE

<sup>17</sup> U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007



in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive).

- So sind z.B. „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu realisieren.

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen.

Entscheidend ist letztendlich in der Abwägung, dass die Liste mit den örtlichen Verhältnissen abgestimmt ist.

---

Herleitung aufgrund örtlicher Verhältnisse

Zur grundsätzlichen Einordnung von Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt zunächst eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht-zentrenrelevanten Sortimente:

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines Zentralen Versorgungsbereiches prägend und somit für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

---

Merkmale zentrenrelevanter Sortimente

- Sie ziehen viele Kunden an.
- Sie besitzen eine hohe Flächenintensität.
- Sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen.
- Sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen vorrangig einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Zugleich sind sie insbesondere in kleineren Standortkategorien nicht nur Träger der Nahversorgung, sondern wesentliche Frequenzbringer für die weiteren Nutzungen auch in Zentralen Versorgungsbereichen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem typischerweise Waren des täglichen Bedarfes, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

---

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen auch die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgern im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche im Grundsatz möglich.

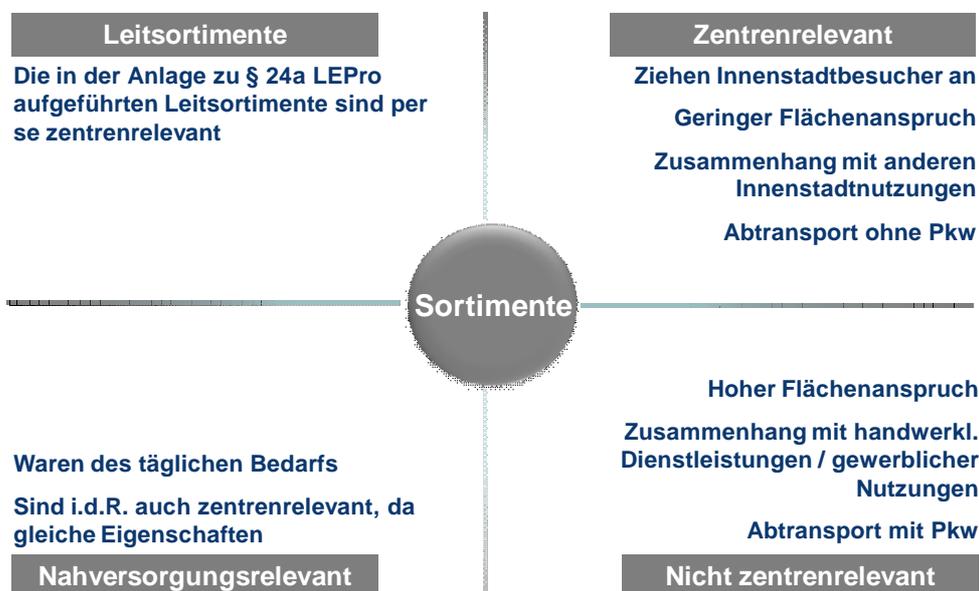


Dem gegenüber sind nicht-zentrenrelevante Sortimente dahingehend zu definieren, als dass sie nur in einem geringen Umfang im Ortskern vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das ortskerntypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die tendenziell eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen Zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Nicht zentrenrelevante  
Sortimente

Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Struktur bzw. ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

**Abb. 29 : Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz**



Quelle: eigene Darstellung

#### FAZIT

- Grundlage der räumlichen Steuerung ist ein hierarchisch abgestuftes Zentrenmodell mit dem Zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum) an der Spitze
- Die funktionale Steuerung erfolgt auf Basis der örtlichen Sortimentsliste



## 6.2 Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Ladbergen

### 6.2.1 Zielvorgaben und Grundsätze

Aufbauend auf den planerischen Grundlagen sowie den Ergebnissen der Situationsanalyse wird der Gemeinde Ladbergen empfohlen, sich hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels an folgenden übergeordneten Zielvorstellungen zu orientieren:

- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums / Zentraler Versorgungsbereich
- Sicherung und Entwicklung integrierter Nahversorgungsstandorte
- standortverträgliche Entwicklung des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an Sonder- / Fachmarktstandorten
- Festigung und Erhöhung der Kaufkraftbindung im Gemeindegebiet, insbesondere in den und zentren-, als auch in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

---

Ziele

Unter Berücksichtigung der obigen Zielvorstellungen empfiehlt die BBE Handelsberatung Münster für die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgende Grundsätze:

- Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden.
- Die bestehenden Entwicklungspotenziale für nahversorgungsrelevante Sortimente sollen mit Priorität dazu genutzt werden, Nahversorgungsstandorte im Zentralen Versorgungsbereich sowie integrierter Nahversorgungsstandorten – soweit die standortseitigen Rahmenbedingungen dies erlauben – zu stärken oder weiterzuentwickeln.
- Erweiterungen oder Neuansiedlungen sollen lediglich in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Siedlungsraumes erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind sowie deren Unschädlichkeit für das Zentrum dargelegt werden kann.

---

Grundsätze

Möglichkeiten der Stärkung können sein: die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen bzw. die Verlagerung vorhandener Betriebsstätten in den Zentralen Versorgungsbereich oder in städtebaulich integrierte Standortlagen innerhalb des Siedlungsraumes.

- Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll an Sonder- / Fachmarktstandorten realisiert werden.



Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich überall im gesamten Gemeindegebiet zulässig. Um dennoch die Zielsetzungen im Sinne des Leitbildes einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ zu erreichen, ist vorgesehen, auch hier eine entsprechende Lenkungswirkung zu erzielen. Als Zielstandorte bieten sich vor allem die bestehenden Gewerbegebiete an.

- Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit einer Produktionsstätte können in Industrie- und Gewerbegebieten unter bestimmten Voraussetzungen angesiedelt werden.

„Handwerkerprivileg“

Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, ihre Produkte am Produktionsstandort in Industrie- oder Gewerbegebieten zu verkaufen, sollen derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen zulässig sein.

Hierzu müssen allerdings ein räumlich-funktionaler Zusammenhang zum Hauptsortiment sowie eine deutliche Unterordnung des (kleinflächigen) Einzelhandels gegenüber dem Produktionsbetrieb gegeben sein, d.h. Einzelhandelsnutzungen als untergeordneter Betriebs- teil eines Gewerbebetriebes sind ausnahmsweise zulässig, wenn die vertriebenen Waren in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang mit der am Standort ausgeübten Produktion bzw. Dienstleistung stehen.

Kriterien: räumlich-funktionaler Zusammenhang & untergeordneter Betriebsteil

- Im Einzelfall sind Tankstellen und Kioske in Industrie- und Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig.

Ausnahme Convenience Shops

Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsperspektiven zu ermöglichen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig.

Die Umsetzung des empfohlenen Einzelhandelskonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumente, denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Ladbergen zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenigen Standorte zu lenken, die sich aus städtebaulicher Sicht bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

Maßvoller Einsatz planerischer Instrumente

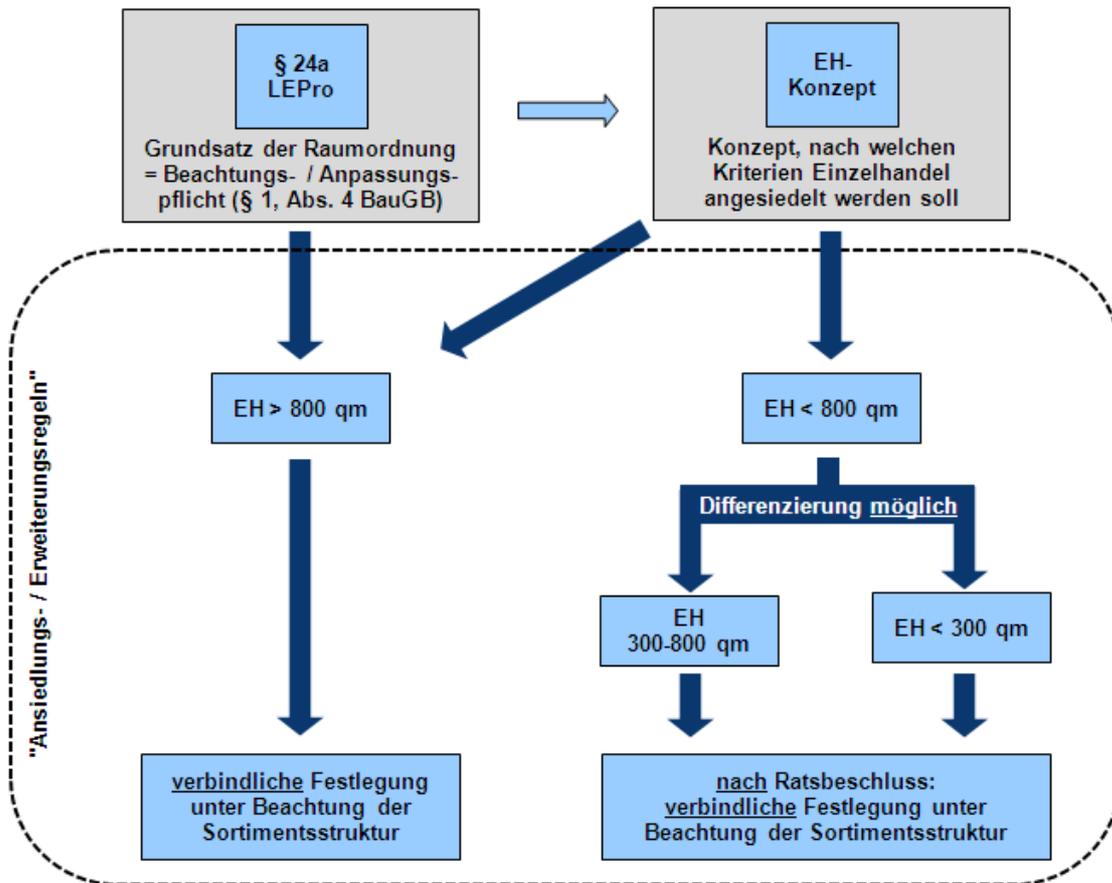
Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

Die Grundstruktur der Steuerungsregeln können auch der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Steuerungsregeln



Abb. 30 : Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung



Quelle: eigene Darstellung

### 6.2.2 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente

Vorrangiges Ziel für Ansielungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Schwerpunkten in zentrenrelevanten Kernsortimenten ist es, diese im Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können ausnahmsweise aber auch an Standorten außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt und erweitert werden, sofern sie sich in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten befinden sowie keine schädlichen Auswirkungen auf das Hauptzentrum haben.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Gemeinde Ladbergen vom Grundsatz empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte zu treffen.

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb dieser Entwicklungsbereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine nega-

Konzentration auf den ZVB

Ausschlussregelungen außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte

Ausnahmeregelung bei städtebaulicher Verträglichkeit

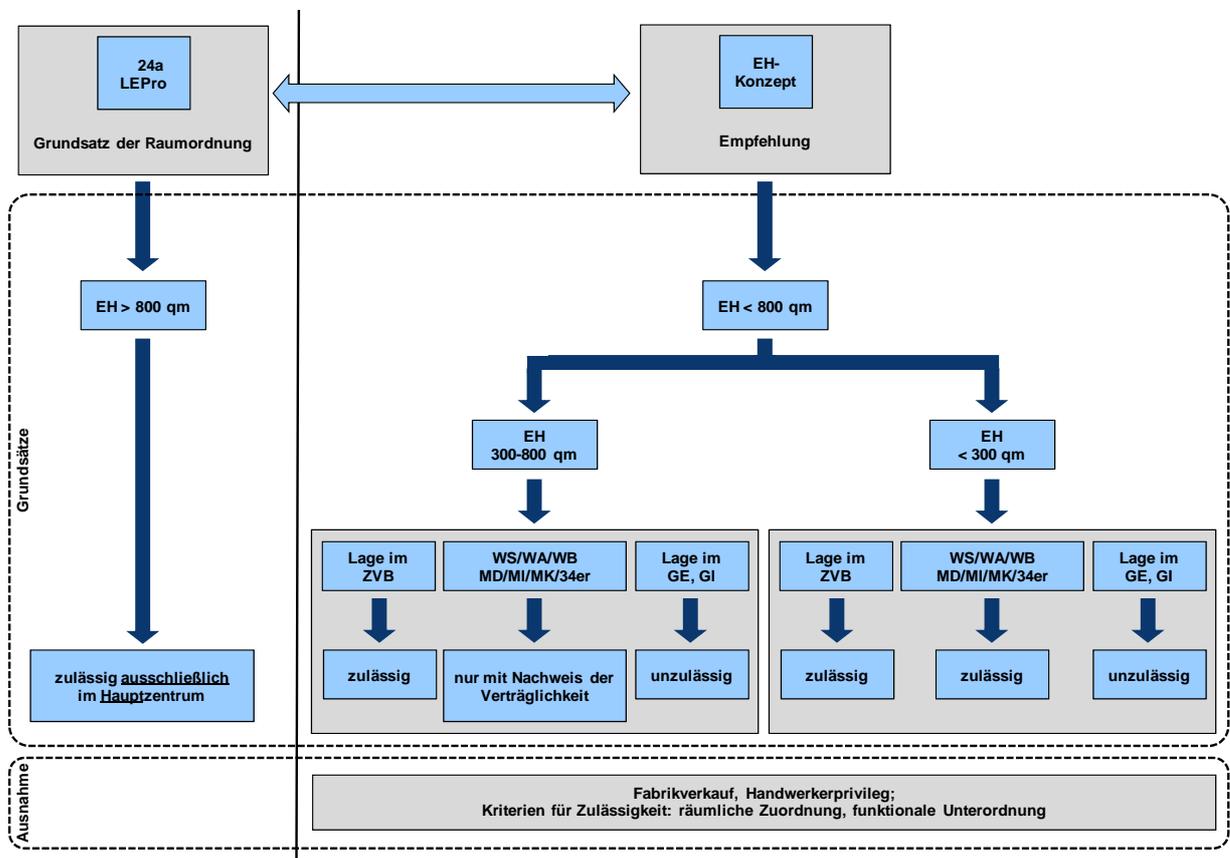


tiven städtebaulichen Auswirkungen ausgehen. Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine Zentren prägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentren prägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 300 qm Verkaufsfläche zu erwarten.

- Städtebaulich integrierte Ansiedlungen von nahversorgungsrelevanten Betrieben sollen lediglich dort erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite anzutreffen sind.

Die nachfolgenden Prüfschemata zeigen die wesentlichen Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.

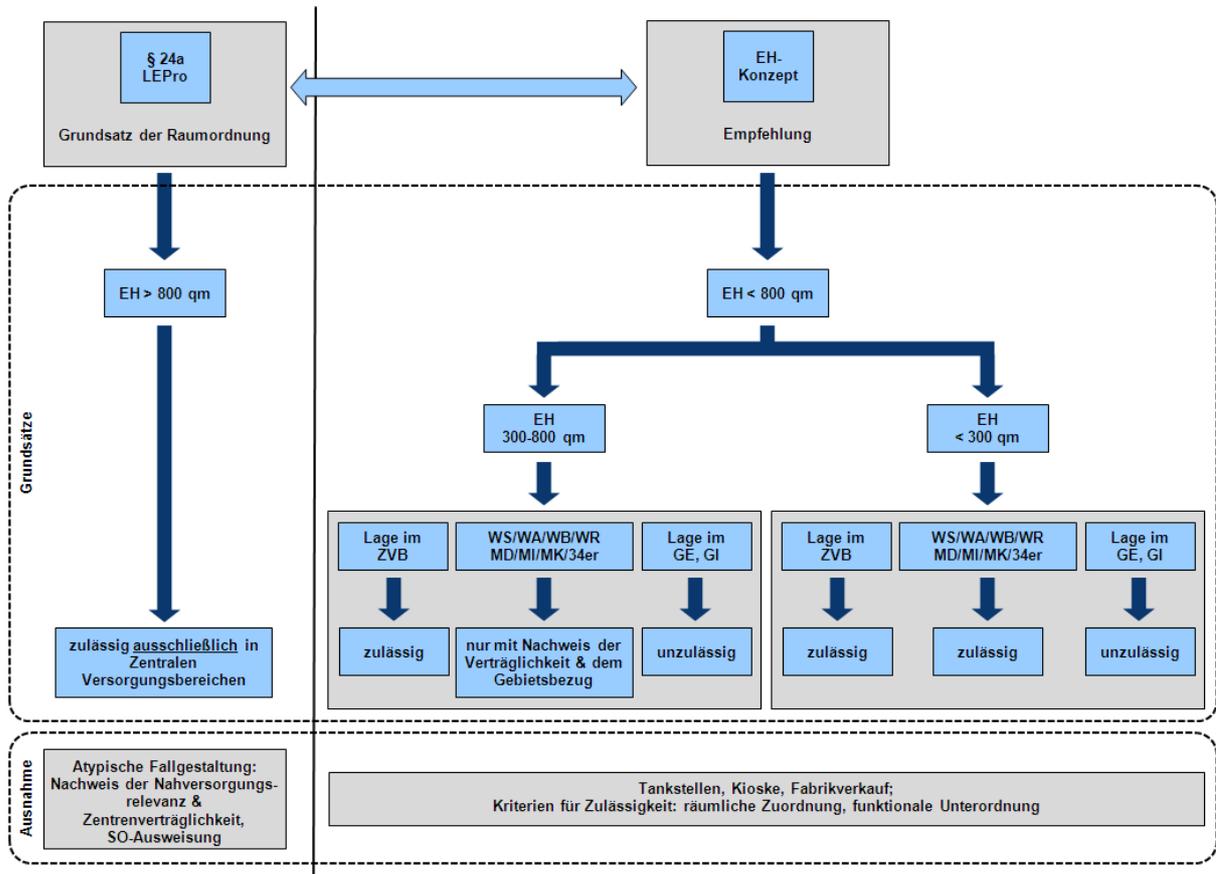
Abb. 31 : Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung



Abb. 32 : Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente



Quelle: eigene Darstellung

### 6.2.3 Nicht zentrenrelevante Kernsortimente

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich.

Insbesondere ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die definierte Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente als Basis dienen.

Auch hier ist darauf zu verweisen, dass keine Beeinträchtigungen schützenswerter Strukturen in den Zentralen Versorgungsbereichen entstehen dürfen. Aus der Erfahrung heraus sind negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche (bzw. maximal 2.500 qm) begrenzt wird. Ferner sollte festgelegt werden, dass die Flächen des Randsortimentes nicht von ei-

Beschränkung der Randsortimente

Bezug zum Hauptsortiment



nem Sortiment belegt werden. Vielmehr sollte eine Aufteilung der Randsortimente erfolgen. Darüber hinaus muss ein direkter Bezug der Randsortimente zum Hauptsortiment gegeben sein.

Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen. Im Falle eines Baumarktes können beispielsweise die zentrenrelevanten Sortimente deutlich eingeschränkt und dabei auch Größenfestlegungen für einzelne Randsortimentsgruppen im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung vorgenommen werden.

Grundsätzlich sind bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben des LEPro zu beachten, die insbesondere für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt Regelungen zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente treffen.

#### **6.2.4 Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten**

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens bestätigte.<sup>18</sup>

In dem vorgenannten Urteil wird u.a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird der Gemeinde Ladbergen empfohlen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in Gewerbe- und Industriegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der vorgeschlagenen Sortimentsliste zusammensetzt.

Hinsichtlich des Sortimentsausschlusses sind weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

<sup>18</sup> Bay VGH (23.05.1985), Az: 83 A 1490



Wie das Bundesverwaltungsgericht klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht.<sup>19</sup>

Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen.<sup>20</sup>

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen.

Nach dem zitierten Urteil des OVG Münster lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten (GE) nach § 8, Industriegebieten (GI) nach § 9 und in Mischgebieten (MI) nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

Die BBE Handelsberatung Münster schlägt für die Beschränkung des Einzelhandels folgende textliche Festsetzung vor:

Städtebauliche Begründung erforderlich

„Im Geltungsbereich des Bebauungsplans<sup>21</sup> sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment nachfolgender Liste entspricht<sup>22</sup>:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren

...

Zeitschriften und Zeitungen

...

Bekleidung

...“

<sup>19</sup> BVerwG (04.10.2001); Az: 4 BN 45.01

<sup>20</sup> OVG Münster (22. 04.2004); Az: 7a D 142/02

<sup>21</sup> bzw. der im Bebauungsplan festgesetzten GE- und GI-Flächen, falls dort unterschiedliche Gebietsarten festgesetzt werden

<sup>22</sup> vgl. örtliche Ladbergener Sortimentsliste



Mit den vorgeschlagenen textlichen Festsetzungen wird die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert, zu Gunsten einer Stärkung und Weiterentwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie integrierter Nahversorgungseinrichtungen.

Ziel: Sicherung städtebaulich gewünschter Zentren und Strukturen

Als Instrument zur Überplanung der entsprechenden Bereiche bietet sich beispielsweise auch der einfache Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB an.

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

Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente sollten nur als einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnetes und im Angebotsumfang deutlich untergeordnetes Nebensortiment zulässig sein.

Darüber hinaus sind Ausnahmen für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z.B. Kioske) sowie für Handwerks- und Produktionsbetrieben mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher, wenn das angebotene Sortiment aus eigener Herstellung stammt.

Ausnahmeregelungen

- Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, auch dann ihre Produkte am Produktionsstandort im Industrie- oder Gewerbegebiet zu vertreiben, können derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht integrierten Lagen wie Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden.
- Voraussetzung ist allerdings ein funktionaler (Eigenfertigung) und räumlicher (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar) Zusammenhang insofern, als dass das Ladenlokal dem Produktionsbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, die Grenze der Großflächigkeit von maximal 800 qm Verkaufsfläche nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb nach Fläche deutlich untergeordnet ist.
- Um auch Kiosken und Tankstellen Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen und damit beispielsweise auch die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Industrie- und Gewerbegebieten zulässig, sofern ihre Verkaufsfläche eine Größenordnung von 100-150 qm nicht überschreitet. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion Zentraler Versorgungsbereich“ nicht weiter tangieren.



### 6.2.5 Einzelhandel in sonstigen Baugebieten

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

Im Allgemeinen Wohngebiet sind grundsätzlich nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filialkette Schlemmer), sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen.

Nicht zulässig sind jedoch Betriebe, die aufgrund ihrer Größe und ihres Betriebskonzepts einen Einzugsbereich erwarten lassen, der deutlich über das umliegende Gebiet hinausgeht.

Als Beispiel für eine nicht zulässige Nutzung ist die Betriebsform des Lebensmittel-Discountmarktes zu nennen, dem auch bei weniger als 800 qm der Gebietsbezug abzusprechen ist.

Innerhalb von Mischgebieten, die sich außerhalb der vorgeschlagenen Entwicklungsbereiche für den zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel befinden, sollten aus Sicht der Gutachter diejenigen Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zugelassen werden, die aufgrund ihrer Größe und ihres Warensortiments Einzugsbereiche aufweisen, die voraussichtlich deutlich über die Nahbereichsebene hinausgehen. Dies trifft beispielsweise für spezialisierte Fachmärkte für Drogerieartikel, Bekleidung oder Schuhe mit Verkaufsflächengrößen ab 300 qm zu.

Kleinteilige wohnungsnahe Grundversorgung möglich, sofern die Versorgung der im Gebiet Wohnenden dient

#### FAZIT

- Die Steuerung des großflächigen Handels erfolgt auf planungsrechtlichen Vorgaben des § 24a LEPro sowie des Einzelhandelserlasses NRW
- Weitere Empfehlungen zur Steuerung auch des nicht großflächigen Handels ergeben sich aus den städtebaulichen Zielvorstellungen



## 6.3 Zentrenkonzept Ladbergen

Unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter bei der künftigen Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen das nachfolgende Zentrenkonzept.

### 6.3.1 Sicherung und Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches

Die Funktion des Hauptzentrums wird vom Zentralen Versorgungsbereich im Ortskern übernommen. Dieser ist somit grundsätzlich für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowohl für zentren- als auch für nahversorgungsrelevante Sortimente geeignet.

---

Großflächiger Einzelhandel im Zentralen Versorgungsbereich

Der im Hauptzentrum (=ZVB) angesiedelte Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient dabei der gesamtgemeindlichen Versorgungsfunktion. Mit dem Ziel des Schutzes und der Stärkung der entsprechenden Versorgungsfunktionen sind darüber hinaus vor allem zukünftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Für den Entwicklungsbereich werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

---

Hauptzentrum Empfehlungen

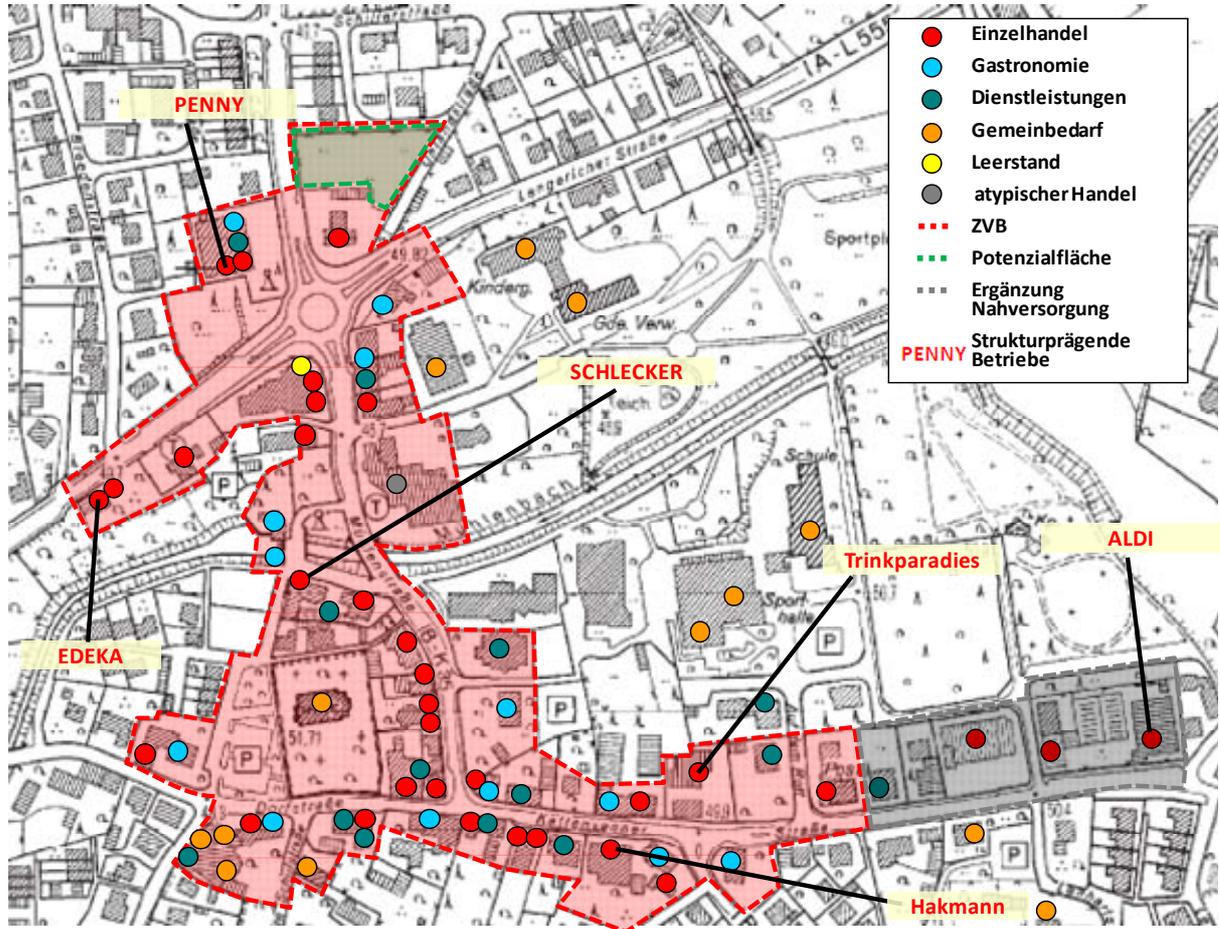
- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes,
- Konzentration und Bündelung von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auf diesen Bereich.

Entwicklungsfokus der Einzelhandelsentwicklung ist der rot markierte Bereich: Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind zulässig. Ergänzt wird der Bereich um eine potenzielle Entwicklungsfläche, welche insbesondere für großflächige Errichtungen grundsätzlich in Betracht kommt.

Eine Überschreitung der Abgrenzung ist im Regelfall nicht zulässig. Ob und inwieweit Abweichungen unter Berücksichtigung der Zielvorstellungen und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes möglich sind, kann nur einzelfallbezogen unter Nachweis städtebaulicher Gründe erfolgen.



Abb. 33: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Der (rot) abgegrenzte Zentrale Versorgungsbereich wird ergänzt durch eine Potenzialfläche (grün). Diese ist somit als Standorttauch des großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels grundsätzlich geeignet. Über deren mögliche Nutzung und Ausgestaltung ist im Rahmen der Bauleitplanung abzuwägen.

Potenzialfläche

Nicht in den eigentlichen ZVB einbezogen wurde der Bereich um den Standort ALDI (grau). Dieser wird als Ergänzung mit der Funktionszuweisung „großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt“ eingeordnet.

Ergänzungsfläche  
Nahversorgung

Durch diese Funktionszuweisung soll insbesondere zentrenprägender Handel auf den eigentlichen Ortskern gelenkt werden.

### 6.3.2 Integrierte Nahversorgungsstandorte

Die Errichtung großflächiger Nahversorgungsbetriebe ist im Grundsatz lediglich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs möglich.

Grundsatz

Ausnahme



Außerhalb dieses Bereiches sind jedoch ausnahmsweise Errichtungen und Erweiterungen auch großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt möglich, sofern sie folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Der Standort muss sich in städtebaulich integrierter Lage mit einer entsprechenden Mantelbevölkerung im Naheinzugsbereich befinden.
- Es muss im Naheinzugsbereich ein Versorgungsdefizit vorliegen.
- Das Vorhaben darf keine schädlichen Auswirkungen auf Zentren- oder Versorgungsstrukturen haben.

### 6.3.3 Standortverträgliche Entwicklung des nicht zentrenrelevanten Handels

Während gemäß § 24a Abs. 3 LEPro großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt in Gewerbe- bzw. Industriegebieten und damit außerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereichs grundsätzlich nicht zulässig ist, ist die Ansiedlung und räumliche Konzentration solcher Einzelhandelsbetrieben unterhalb der Großflächigkeitsschwelle im Sinne des Leitbildes „räumlich-funktionale Arbeitsteilung“ generell möglich.

In diesem Zusammenhang wird zudem empfohlen:

- Es sollten keine Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Gewerbe- und Industriegebieten stattfinden.
- Die bauplanungsrechtliche Absicherung etwaiger Sonder- / Fachmarktstandorte, um Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Schwerpunkten auszuschließen.

Empfehlungen

#### FAZIT

- Grundsätzlich ist das Hauptzentrum (=ZVB) Standort des großflächigen Handels mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt
- In der Ergänzungslage ist auch großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt zulässig

## 6.4 Ladbergener Sortimentsliste

Neben dem Zentrenkonzept und der Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches stellt die Ladbergener Sortimentsliste ein weiteres un-

verzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Bei der Herleitung der Ladbergener Sortimentsliste sind die auf Landesebene vorgegebenen Aussagen im Landesentwicklungsprogramm (§ 24a LEPro) sowie dem Einzelhandelserlass NRW zu berücksichtigen. Hiernach sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente von der Gemeinde festzulegen. Bei der Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage 1 des LEPro NRW aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten.

Die zentrenrelevanten Leitsortimente können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

**Abb. 34 : zentrenrelevante Leitsortimente gemäß § 24a LEPro**



WZ 2008 Nr.	Sortimentsgruppe
	Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren
	Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
	Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltskleingeräte
	Foto, Optik
	Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
	Uhren, Schmuck
	Spielwaren, Sportartikel

Quelle: § 24a Landesentwicklungsprogramm NRW (LEPro); eigene Darstellung

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses hat die Gemeinde bei der Aufstellung ihrer örtlichen Sortimentsliste die zu beachtenden Leitsortimente weiter zu konkretisieren, da die gebräuchlichen Sortimentslisten<sup>23</sup> i.d.R. deutlich stärker differenziert sind. Gleichwohl ist festzuhalten, dass bei den festgelegten Leitsortimenten nur ein begrenzter Spielraum zur Differenzierung besteht.

Dennoch ist z.B. eine weitere Differenzierung des Leitsortiments „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ u.a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- Matratzen und Bettwaren
- Teppiche, Brücken, Läufer
- Fußbodenbeläge und Tapeten

<sup>23</sup> Grundlage der Ladbergener Sortimentsliste ist die Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes.



- Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
- ...

Die vorgenannten Untergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinde sowohl als zentren- als auch nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.

Wie zuvor dargelegt, werden die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente somit anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festgelegt. Vor diesem Hintergrund werden die nachfolgend aufgeführten Sortimente einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen:

Matratzen und Bettwaren werden im Ortskern von Ladbergen und damit im schützenswerten Bereich angeboten. Aufgrund des Vorhandenseins dieser Warengruppe erfolgt die Einordnung als zentrenrelevant.

---

Matratzen,  
Bettwaren

---

Teppiche werden in der Regel von Betrieben außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche vorgehalten. Die Standortanforderungen dieses Sortimentes sind mit denen der Sortimente für Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel vergleichbar. Es wird von daher die Einordnung als nicht-zentrenrelevant empfohlen.

---

Teppiche

---

Elektrische Großgeräte werden derzeit nicht innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches von Ladbergen angeboten. Aufgrund fehlenden Bestandes sowie fehlender Entwicklungsmöglichkeiten wird das Sortiment als nicht zentrenrelevant eingeordnet.

---

Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (Groß- & Einbaugeräte)

---

Elektrische Einbaugeräte sind ebenfalls nicht in den schützenswerten Bereiche vorzufinden, so dass auch hier eine Einordnung als nicht zentrenrelevant erfolgt.

Musikinstrumente und Musikalien werden bislang nicht im ZVB von Ladbergen angeboten. Allerdings sind aufgrund der örtlichen Rahmenbedingungen gewisse Ansiedlungsperspektiven erkennbar, so dass das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird.

---

Musikinstrumente und  
Musikalien

---

Lampen und Leuchten werden nicht im Bestand innerhalb schützenswerter Standorte in Ladbergen angeboten. Das Sortiment weist von seiner grundsätzlichen Beschaffenheit jedoch zentrenprägenden Charakter auf und wird daher sowie aufgrund der gemeindlichen Zielvorstellung als zentrenrelevant eingeordnet.

---

Lampen, Leuchten

---

Im Marktsegment Fahrrad, Fahrradteile, Zubehör etablieren sich in Deutschland ähnlich wie in anderen Sortimenten zunehmend großflächige Fachmärkte, zumeist in verkehrsgünstigen Lagen.

---

Fahrräder, Fahrradteile,  
Zubehör

---

Zum Erhebungszeitpunkt ist kein Anbieter innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches vorzufinden. Aufgrund des hohen Anteils bzw. der



Bedeutung von Zweirädern im Münsterland sind Perspektiven gegeben, so dass eine Einordnung als zentrenrelevant erfolgt.

Bei Campingartikeln findet sich derzeit kein Bestand, jedoch sind Entwicklungsperspektiven im Zusammenhang mit den örtlichen Campingplätzen zu erkennen. Es wird die Einordnung als zentrenrelevant empfohlen.

Campingartikel (Zelte  
und Zubehör)

Gleiche Einordnung gilt für Angler- sowie Jagdbedarf (einschließlich Waffen und Munition)

Anglerbedarf,  
Jagdbedarf

Medizinisch-orthopädische Artikel sind in der Regel Bestandteile von Apotheken und Fachgeschäften. Innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches sind Apotheken ansässig, so dass diese Sortimentsgruppe als zentrenrelevant anzusehen ist.

Medizinisch-  
orthopädische Artikel

Bei der Warengruppe Blumen wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen:

Blumen (Schnittblumen,  
Blumenbindeerzeugnisse,  
Trockenblumen)

Während Schnittblumen zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf, Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen, Pflanzgefäße) vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Bei dem Sortiment Tiernahrung ist ebenfalls eine differenzierte Betrachtung sinnvoll:

Tiernahrung

Heim- und Kleintierfutter in Kleingebinden u.a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel wird in der Regel als Randsortiment in Lebensmittel- und Drogeriemärkten geführt und ist deshalb als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Tiernahrung in Großgebinden wird dagegen überwiegend in Fachmärkten angeboten, die fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und daher über Standorte mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen.

Demnach ist die Integration von Heim- und Kleintierfutter in Großgebinden in den Zentralen Versorgungsbereichen nicht grundsätzlich zu empfehlen. Heim- und Kleintierfutter in Großgebinden wird daher als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

Die Warengruppe zoologischer Bedarf und lebende Tiere wird gegenwärtig innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches in Ladbergen angeboten. Das Warensortiment ist als zentrenrelevant einzustufen.

Zoologischer Bedarf /  
lebende Tiere



Die Warengruppe Kunstgegenstände, Geschenkartikel etc. wird derzeit nicht im vorhandenen Besatz im Zentralen Versorgungsbereich in Ladbergen angeboten.

Kunstgegenstände, Bilder, kunstgew. Erzeugnisse, Briefmarken, Geschenkartikel, ...

Aufgrund möglicher Entwicklungsperspektiven ist das Warensortiment als zentrenrelevant einzustufen.

Antiquitäten werden nicht in Ladbergen angeboten. Aufgrund möglicher Entwicklungsperspektiven wird das Sortiment als zentrenrelevant eingestuft.

Antiquitäten und antike Teppiche

Die Bezeichnung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige:

**Abb. 35 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente**



WZ 2008 Nr.	Sortimentsgruppe
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
47.73.0	Apotheken (Arzneimittel)
47.75.0	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerieartikel
aus 47.76.2	Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung



Abb. 36 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente

WZ 2008 Nr.	Sortimentsgruppe
<b>Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren</b>	
47.61.0	Bücher
47.62.1	Zeitschriften und Zeitungen
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
47.79.2	Antiquariate
<b>Bekleidung, Lederwaren, Schuhe</b>	
47.71.0	Bekleidung (inkl. Pelz- / Kürschnerwaren)
47.72.1	Schuhe
47.72.2	Lederwaren und Reisegepäck
<b>Unterhaltungs-/Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltskleingeräte</b>	
47.41.0	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
47.42.0	Telekommunikationsgeräte
47.43.0	Geräte der Unterhaltungselektronik (inkl. Videospielekonsolen)
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
47.63.0	bespielte Ton- und Bildträger
<b>Foto, Optik</b>	
47.78.1	Augenoptik
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)
<b>Haus-/Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)</b>	
47.51.0	Textilien
aus 47.53.0	Vorhänge und Gardinen
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (Hausrat, Haushaltsartikel, Einrichtungsgegenstände)
aus 47.59.9	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
<b>Uhren, Schmuck</b>	
47.77.0	Uhren und Schmuck
<b>Spielwaren, Sportartikel</b>	
aus 47.64.2	Sportartikel
47.65.0	Spielwaren (ohne Videospielekonsolen)



WZ 2008 Nr.	Sortimentsgruppe
aus 47.51.0	Matratzen und Bettware (inkl. Bettwäsche)
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus 47.59.9	Beleuchtungsartikel (Lampen, Leuchten)
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
aus 47.64.2	Anglerbedarf (inkl. Boote)
47.74.0	medizinische und orthopädische Artikel
aus 47.76.1	Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen)
47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, und Geschenkartikel
aus 47.78.9	Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
47.79.1	Antiquitäten und antike Teppiche

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

**Abb. 37 : Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente**

WZ 2008 Nr.	Sortimentsgruppe
47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (Metallkurzwaren und Kleineisenwaren, Werkzeuge, Rasenmäher, Bauelemente aus Metall u. Kunststoff)
47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Sanitärbedarf u. Sauna)
aus 47.53.0	Teppiche, Brücken, Läufer
aus 47.53.0	Fußbodenbeläge und Tapeten
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
47.59.1	Wohnmöbel (inkl. Büromöbel)
aus 47.59.9	Sicherheitssysteme (Verriegelungseinrichtungen, Tresore u.A.)
aus 47.76.1	Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
aus 47.76.2	Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
aus 47.79.9	Kinderwagen
aus 47.79.9	Erotikartikel

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; eigene Auflistung

**FAZIT**

- Die örtliche Sortimentsliste schafft die planungsrechtliche Grundlage zur funktionalen Steuerung des Handels
- Sie dient somit der Umsetzung der städtebaulichen Zielvorstellungen in Ladbergen

## 6.5 Empfehlungen für die örtliche Kaufmannschaft

Der zunehmende Wettbewerb im Einzelhandel sowie anhaltende Flächenwachstum haben in den letzten Jahren nicht nur zu einem verstärkten Wettbewerb quantitativer Größen geführt, sondern die qualitativen Merkmale zunehmend wichtiger werden lassen.

Zur Beurteilung eines Einzelhandelsstandortes bedarf es nicht nur der Bestandserhebung quantitativer Aspekte, wie z. B. der Verkaufsflächenumsätze, sondern auch der Beurteilung des Erscheinungsbildes, einer mittelfristigen Wettbewerbsfähigkeit sowie einer klaren Zukunftsorientierung.

Die BBE Handelsberatung führt seit vielen Jahren Untersuchungen durch, welche der Bewertung qualitativer Kriterien Rechnung trägt.

In einer attraktiven Außenfrontgestaltung bietet sich dem Einzelhändler die Möglichkeit, auf sich sowie auf sein Leistungsangebot aufmerksam zu machen. Die Elemente einer guten Außenfrontgestaltung sind neben einer hohen Aufmerksamkeitswirkung (Fernwirkung) die zielgruppenadäquate Gestaltung des Gesamterscheinungsbildes sowie eine gute Einbindung sowohl in branchen- als auch in standortspezifische Gegebenheiten.

Neuere Studien haben erneut bewiesen, dass insbesondere im Spontankaufbereich das Schaufenster der attraktivste und effektivste Werbeträger des Unternehmens ist. Das Schaufenster bzw. die Schaufensterpräsentation soll hierbei zum einen Überblick über das angebotene Leistungsspektrum geben, zum anderen auch saison- oder anlassgerechte Anregungen vermitteln. Besonderes Augenmerk wird dabei auf folgende Kriterien gelegt:

- Ausleuchtung,
- Qualität der Blickfänge,
- Auszeichnung und Preistafeln,
- Präsentation der angebotenen Waren,
- Gesamtwirkung.

---

Qualitätswettbewerb

---

Außenfrontgestaltung

---

Schaufenstergestaltung



Der Eingangsbereich eines Geschäftes soll den Passanten in das Geschäft hineinführen und besonders ansprechend und einladend gestaltet sein. Die häufigsten Mängel in diesem Segment sind oftmals zugestellte Eingänge mit hohem Hemmschwellencharakter oder eine unattraktive Gestaltung durch mangelnde Ausleuchtung oder schlechte Einsehbarkeit des Eingangsbereichs.

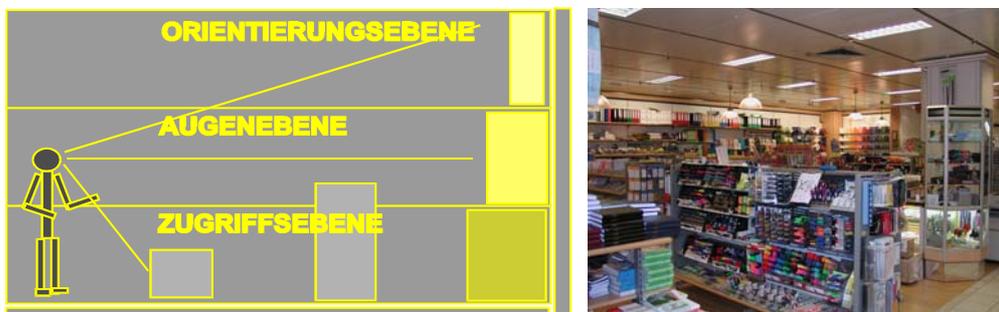
Eingangsbereich

Die Verkaufsflächenzuwächse im Einzelhandel haben in vielen Bereichen zu einem deutlichen Überangebot an Ware geführt. Neben rationalen und bedarfsgesteuerten Überlegungen überwiegen in vielen Bereichen spontane Kaufentscheidungen. Das sogenannte Visual Merchandising, das insbesondere auf eine zielgerichtete Warenpräsentation abzielt, hat sowohl bei den großen Einzelhandelskonzernen als auch bei den Filialisten einen erheblichen Stellenwert eingenommen. Bei der Beurteilung wurden folgende Kriterien angelegt:

Warenpräsentation

- Übersichtlichkeit und Kundenführung,
- Ladengestaltung,
- optische und funktionale Gliederung der Abteilungen,
- Einsatz von Leitbildern und Attraktivitätspunkten.

**Abb. 38 : Beispiele Warenpräsentation**



Quelle: eigene Darstellung

Untersuchungen in zahlreichen Städten belegen, dass insbesondere bei diesem Kriterium die deutlichsten Mängel auftreten. Bei dem Bewertungskriterium Ausleuchtung ist neben einer ausreichenden Grundausleuchtung die gezielte und akzentuierte Beleuchtung einzelner Warengruppen und Sortimente von Bedeutung. Weit verbreitet ist der Irrglaube, dass die Beleuchtung erst bei Einsetzen der Dämmerung einzuschalten ist.

Ausleuchtung

Als Ambiente wird eine zielgruppengerechte Geschäftsatmosphäre verstanden. Eine gelungene Harmonie zwischen Innenraum und äußerer Gestaltung, abgestimmt auf das Unternehmenskonzept, führt aus der Sicht des Kunden zu einem positiven Gesamterscheinungsbild des Betriebes.

Ambiente



Hinsichtlich einer eindeutigen Profilierung des Einzelhandelsangebotes, der Verbesserung der Kunden- und Serviceorientierung sowie der Attraktivitätssteigerung der Zentralen Einkaufsbereiche gibt es wesentliche Handlungsmöglichkeiten.

---

Serviceorientierung

Für die Geschäfte im Haupteinkaufsbereich besteht die Möglichkeit, sich durch Serviceorientierung zu profilieren und damit Kunden zu binden. Sinnvoll erscheint eine kritische Überprüfung, welche Maßnahmen sowohl einzelbetrieblich als auch betriebsübergreifend für eine Verbesserung der Serviceorientierung ergriffen werden können.

In Abhängigkeit vom Sortiment sowie weiteren Faktoren wie Betriebsgröße, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Personalausstattung, Zielgruppe, etc. können nachfolgende Leistungen Anhaltspunkte für ein umfangreiches Serviceangebot liefern:

---

Mögliche Serviceleistungen

- Geschenkgutscheine, Versand von Geschenkgutscheinen
- Zustellservice, Postversand
- Getränke anbieten
- Spielecke für Kinder, Kinderbetreuung
- Kundengeschenke (z.B. zu Weihnachten)
- Glückwünsche zum Kundengeburtstag, Hochzeit, etc.
- Gewinnspiele
- Info-Post an Kunden (z.B. über Neuheiten)
- Originelle (Geschenk-)Verpackungen, Tragetaschen
- Entsorgen von Altprodukten
- Kundenkarte

Informationen zu den oben aufgeführten Handlungsansätzen liefern auch zahlreiche Fachdokumentationen. Hilfestellung können zudem Verbände und Kooperationen sowie professionelle Berater leisten.

---

Umsetzung

Bewährt haben sich insbesondere Qualitäts-Initiativen innerhalb der Kaufmannschaft wie z.B. gemeinsame Workshops, Begehungen, Schaufensterwettbewerbe, etc. zur betrieblichen Weiterentwicklung des Haupteinkaufsbereiches<sup>24</sup>.

---

<sup>24</sup> Vgl. hierzu u.a. <http://www.qualitaetsroute-dortmund.de/>; ein Verbundprojekt von rd. 50 Einzelhändlern in der Dortmunder Innenstadt, bei dem verschiedene Maßnahmen in den Bereichen Serviceorientierung, Marktauftritt, Beratung sowie Marketing zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsbetriebe durchgeführt wurden.



**FAZIT**

- Die Verbesserung des Marktauftrittes und des Erscheinungsbildes des örtlichen Einzelhandels eröffnet Chancen sowohl für die jeweiligen Betreiber als auch für den Handelsstandort insgesamt



## 7 Schlusswort

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Ladbergen stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar.

---

Beurteilungs- und  
Abwägungsgrundlage

Es bietet vor allem Chancen, der weiteren Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben.

Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

---

Entscheidungs- und  
Orientierungsrahmen

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Gemeinde Ladbergen zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie den Zentralen Versorgungsbereichen, dem Zentrenkonzept sowie der örtlichen Sortimentsliste.

---

Ratsbeschluss

Neben dem Rat und Verwaltung sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes voranzutreiben.

Hierbei sind sowohl die Kaufleute bei einer Verbesserung des Marktauftrittes und Erscheinungsbildes als auch die Verwaltung in der konsequenten planerischen Umsetzung des Konzeptes aufgerufen.

## 8 Anhang

### 8.1 Abbildungen

Abb. 1 : Erhebungssystematik nach Waren- und Sortimentsgruppen.....	5
Abb. 2 : Entwicklung der Verkaufsflächen (in qm) im LM-Handel .....	8
Abb. 3 : Beispiele Kleinflächenkonzepte .....	10
Abb. 4 : Ausgaben in der Gastronomie nach Angebotsform in %.....	12
Abb. 5 : Ausgaben und Besuchshäufigkeit in der dt. Gastronomie in %.....	13
Abb. 6 : Anteil der Betriebsformen in der Gastronomie.....	14
Abb. 7 : Verbrauchsausgaben nach Ausgabenart .....	14
Abb. 8 : Räumliche Lage .....	16
Abb. 9 : städtebauliches Profil Münster .....	17
Abb. 10 : städtebauliches Profil Osnabrück .....	18
Abb. 11 : städtebauliches Profil Lengerich.....	19
Abb. 12 : städtebauliches Profil Greven.....	20
Abb. 13 : Bevölkerungsprognose.....	22
Abb. 14 : Fotos Ladbergen .....	22
Abb. 15 : Tabelle Betriebe und Sortimente .....	24
Abb. 16 : Betriebsstättendichte im Kommunalvergleich.....	25
Abb. 17 : Verkaufsflächen in Ladbergen.....	26
Abb. 18 : Flächenausstattung im Kommunalvergleich .....	27
Abb. 19 : Karte Angebotsstrukturen Ladbergen.....	28
Abb. 20 : Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen nach Standortlagen.....	29
Abb. 21 : Nahversorgungssituation in Ladbergen .....	30
Abb. 22 : städtebauliches Profil Ladbergen .....	32
Abb. 23 : Fotos Fachmärkte.....	33
Abb. 24 : Kaufkraftpotenzial in Ladbergen .....	34
Abb. 25 : Grafik Bindungsquoten .....	36
Abb. 26 : Bindungsquoten im Kommunalvergleich .....	37



---

Abb. 27 : Zentrenhierarchie .....	44
Abb. 28 : Differenzierung der Sortimente nach ... ..	46
Abb. 29 : Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz.....	48
Abb. 30 : Grundstrukturen der Einzelhandelssteuerung .....	51
Abb. 31 : Prüfschema für zentrenrelevante Kernsortimente .....	52
Abb. 32 : Prüfschema für nahversorgungsrelevante Kernsortimente.....	53
Abb. 33: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum.....	59
Abb. 34 : zentrenrelevante Leitsortimente gemäß § 24a LEPro .....	61
Abb. 35 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente .....	64
Abb. 36 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente.....	65
Abb. 37 : Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente .....	66
Abb. 38 : Beispiele Warenpräsentation.....	68



## 8.2 Begriffe

### **Agglomeration**

Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt.

Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.

### **Angebotsgenre**

Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.

### **Baugesetzbuch**

Das Baugesetzbuch ist das wichtigste Gesetz im Bauplanungsrecht. Es definiert die wichtigsten stadtplanerischen Instrumente, die den Gemeinden zur Verfügung stehen, zur städtebaulichen Entwicklung und Ordnung.

### **Bauleitplanung**

Die Bauleitplanung ist das wichtigste Planungswerkzeug zur Lenkung und Ordnung der städtebaulichen Entwicklung einer Stadt. Sie wird zweistufig in amtlichen Verfahren vollzogen, die im Baugesetzbuch umfassend geregelt sind. Zunächst wird für die Bodennutzung ein Flächennutzungsplan für das gesamte Stadtgebiet aufgestellt. Im Bebauungsplan wird für räumliche Teilbereiche dann u.a. die Art und das Maß der baulichen Nutzung festgesetzt.

### **Baunutzungsverordnung**

Die Baunutzungsverordnung bestimmt die Art und das Maß der baulichen Nutzung eines Grundstücks, die Bauweise und die überbaubare Grundstücksfläche.

**Bestandsschutz**

Der Bestandsschutz beschreibt den Schutz eines fertig gestellten Gebäudes vor staatlichen Anforderungen. Es wird dabei zwischen aktivem und passivem Bestandsschutz unterschieden. Das bedeutet, dass Gebäude, welche nach den zur Bauzeit gültigen Gesetzesgrundlagen erstellt wurden, auch dann noch genutzt und erhalten werden dürfen, wenn sich die Gesetzeslage später ändert (passiv). Bedingung für den Bestandsschutz ist, dass das Bauwerk zur Bauzeit dem gültigen Recht entsprochen hat und im gegenwärtigen Zustand seine Funktion erfüllen kann. Werden dem Gebäude über seinen derzeitigen Bestand hinaus Erweiterungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf gesetzlicher Grundlage eingeräumt, so ist dies als aktiver Bestandsschutz zu bezeichnen.

**Betriebsformen**

Bei den Betriebsformen handelt es sich um Erscheinungsformen von Handelsbetrieben, die sich in einem oder auch mehreren Merkmalen gleichen oder ähnlich sehen, so dass sie dadurch jeweils von den anderen unterschieden werden können.

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind: Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus, Kauf- und Warenhaus, Convenience-Store, Factory-Outlet-Center.

**Convenience-Store**

Ein Convenience-Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 400 qm, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte anbietet. Zu den Convenience-Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

**Discounter**

Ein Discounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche von unter 1.000 qm, das ausschließlich in Selbstbedienung umschlagsstarke Artikel anbietet und den Verbraucher vor allem aufgrund seiner Niedrigpreispolitik anspricht.

**Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (in der Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand- / Onlinehandel ausgegeben wird.

Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z.B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen.



---

<b>Elastizität der Nachfrage</b>	Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro Änderung des Einkommens.
<b>Fachgeschäft</b>	Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.
<b>Fachmarkt</b>	Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.
<b>Fachmarktstandort</b>	Fachmarktstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z.B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten Zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.
<b>Factory-Outlet-Center</b>	Factory Outlet ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren seines Produktionsprogrammes oder seines Zukaufsortimentes vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.
<b>Flächenleistung</b>	<p>Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche.</p> <p>Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche.</p>
<b>Kauf- und Warenhaus</b>	Ein Kauf- und Warenhaus ist ein großer Einzelhandelsbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment insbesondere in Textilien, Bekleidung, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel inklusive gastronomischen Angeboten.
<b>Mantelbevölkerung</b>	An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.
<b>Nahversorgung</b>	Nahversorgung ist die regelmäßige Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel) in unmittelbarer fußläufiger Nähe (rund 700 m) zur Wohnung.



<b>SB-Warenhaus</b>	Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment, Drogerieartikel sowie weitere mittel- und langfristige Warengruppen führt. Es ist somit ein oftmals verkehrlich gut angebundener Einzelhandelsgroßbetrieb mit breitem Sortiment.
<b>Städtebauliche Auswirkung</b>	Zu den städtebaulichen Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens zählen u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten. Aufgrund einer möglichen übermäßigen Kaufkraftbindung eines neuen Planvorhabens kann es im Einzelfall regelmäßig zu Geschäftsaufgaben, Leerständen und Funktionsverlusten kommen.
<b>Städtebauliche Integration</b>	Eine städtebaulich integrierte Lage befindet sich vom Grundsatz innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches oder Wohnsiedlungsbereiches. Kennzeichnend für eine derartige Lage ist insbesondere eine im unmittelbaren Umfeld befindliche Mantelbevölkerung.
<b>Streulage</b>	Prägend für eine Streulage ist ein wohngebietsorientierter Standort mit entsprechender Mantelbevölkerung im fußläufigen Naheinzugsbereich.
<b>Supermarkt</b>	Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit mindestens 400 qm Verkaufsfläche, davon Frischwaren und einem Anteil von Non-Food-Artikeln von nicht mehr als 25 % der Verkaufsfläche.
<b>Umsatz-Kaufkraft-Relation</b>	<p>Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet.</p> <p>Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden.</p> <p>Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.</p>
<b>Verbrauchermarkt</b>	Ein Verbrauchermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1.500 qm, der weitgehend Lebensmittel sowie kurz-, mittel- und langfristige Warengruppen in Selbstbedienung anbietet.
<b>Verbrauchsausgaben</b>	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.

**Verkaufsflächen-  
ausstattung**

Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an.

Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.

**Vermutungsregel  
städtebaulicher  
Auswirkungen**

Städtebauliche Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsprojekten sind in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche des Betriebs 1.200 qm überschreitet.

Diese Vermutungsregel geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschoßfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 qm diese Auswirkungen haben kann.

Allerdings können auch aufgrund örtlicher Gegebenheiten städtebauliche Auswirkungen unterhalb von 800 qm Verkaufsfläche auftreten.

**Verträglichkeits-  
analyse**

Eine Verträglichkeitsanalyse prüft die landesplanerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines in der Regel großflächigen Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens.

Im Rahmen einer Modellberechnung werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umverteilungswirkungen gegenüber dem Bestand) ermittelt. Eine abschließende Gesamtbetrachtung untersucht letztendlich die städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungen.

**Warengruppe**

Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z.B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z.B. Food und Non-Food).

**Zentraler Versor-  
gungsbereich**

Die Versorgungsbereiche einer Stadt oder Gemeinde umfassen die Zentralen Einkaufsbereiche im Stadtzentrum oder den Neben- und Grundversorgungszentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Stadt.

Sie werden häufig bestimmt durch einen durchgängigen Geschäftsbesatz, einem Mix unterschiedlicher Nutzungen, einer höheren fußläufigen Frequenz sowie einer Ansammlung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich gewachsenen Strukturen.



## Zentralität

Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer.

Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist.

Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird.

Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt.

So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl. Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).