



Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Mettingen

- Bericht -

BBE | Standort- und
Kommunalberatung
Münster

Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19

Internet: www.bbe-standort.de

E-Mail: info@bbe-muenster.de

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

Münster, im April 2016

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes	3
1.3 Methodische Vorgehensweise	5
2 Herausforderungen im Einzelhandel	8
2.1 Fokus: Sicherung der Grund- und Nahversorgung	9
2.2 Fokus: Online-Handel	11
2.3 Fokus: Demografischer Wandel	14
2.4 Fokus: Umnutzung gewerblicher Nutzungen	15
3 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	17
3.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	17
3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit.....	17
3.1.2 Zentralörtliche Bedeutung & Stellung in der Region	18
3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung.....	20
3.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen.....	22
3.2.1 Betriebe und Sortimente	24
3.2.2 Verkaufsflächen	26
3.3 Analyse der räumlichen Strukturen	29
3.3.1 Städtebauliche Strukturen im Ortskern.....	30
3.3.1.1 Lagebereich Geschwister-Voss-Straße (EDEKA, ALDI).....	31
3.3.1.2 Lagebereich Ibbenbürener Straße (K & K)	33
3.3.1.3 Lagebereich Westerkappelner Straße (LIDL).....	34
3.3.1.4 Lagebereich Westerkappelner Straße (NETTO)	36
3.3.2 Nutzungsstrukturen im Ortskern.....	38
3.3.3 Standortbereich Recker Straße	39
3.3.4 Standortbereich Westerkappelner Straße	40

3.3.5 Nahversorgungsstrukturen in Mettingen	42
3.4 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	44
3.4.1 Kaufkraftpotenzial in Mettingen	45
3.4.2 Kaufkraftbindungsquoten.....	47
3.5 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Mettingen	50
4 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung	52
5 Zentren- und Sortimentskonzept.....	56
5.1 Rechtliche Rahmenbedingungen	56
5.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie	57
5.3 Räumliche Festlegungen des ZVB.....	59
5.3.1 Hauptzentrum „Ortskern“	61
5.3.2 Sonder- / Fachmarktstandorte	65
5.3.3 Zentren- und Standortstruktur im Überblick	67
5.4 Sortimentsliste	68
5.4.1 Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste	68
5.4.2 Mettinger Sortimentsliste	72
5.5 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung.....	80
5.5.1 Exkurs: Steuerung des nicht großflächigen Handels	81
5.5.2 Ansiedlungsgrundsätze des zentren- / nahversorgungsrelevanten Einzelhandels .	82
5.5.3 Ansiedlungsgrundsätze des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels.....	87
5.5.4 Zusammenfassung: Ansiedlungsregeln im Überblick	89
6 Strategien und Empfehlungen für die Gemeinde Mettingen	91
6.1 Exkurs: Kerngebiet	94
7 Schlusswort	97
8 Abbildungsverzeichnis	98

Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d. h. Nennung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches insbesondere auch durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster.

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

In der Gemeinde Mettingen (Kreis Steinfurt) haben sich in den letzten Jahren wie in nahezu allen Städten und Gemeinden erhebliche Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen ergeben. Daneben haben sich die rechtlichen Rahmenbedingungen insbesondere zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels verändert, so dass die Gemeinde Mettingen dies zum Anlass genommen hat, ein aktuelles Einzelhandelskonzept aufzustellen.

Die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland wird seit Jahren durch anhaltende strukturelle Veränderungsprozesse geprägt. Sowohl die konzeptionelle Ausrichtung und das Erscheinungsbild als auch die räumliche Struktur dieses Wirtschaftssektors haben sich in den vergangenen Jahrzehnten nachhaltig gewandelt. Aufgrund veränderter Standort- und Objektanforderungen sind zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentren entstanden, wodurch die Innenstädte in ihrer Funktionalität und Attraktivität oftmals an Bedeutung eingebüßt haben. Auch ist die Zielvorstellung einer wohnortnahen und dezentralen Grundversorgung der Bevölkerung aufgrund der Konzentrationsprozesse im Einzelhandel zunehmend schwieriger zu erhalten bzw. zu realisieren.

Für die Funktionalität sowie Attraktivität gewachsener Zentren mit ihrem vielfältigen Angebot an Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen Einrichtungen kommt dem Einzelhandel eine zentrale Bedeutung zu. Die Zentren sind oftmals nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Gemeinde, sondern auch Kommunikations- und Identifikationspunkt für viele Bürger. Es besteht daher ein öffentliches sowie privates Interesse am Erhalt sowie der Förderung der Funktionsfähigkeit und der Nutzungsvielfalt der Zentren mit ihren örtlichen Besonderheiten. Dies bedeutet, dass städtebauliche Fehlentwicklungen wie Leerstände, Trading-down-Prozesse oder Mindernutzungen und damit einhergehend ein Attraktivitätsverlust der Zentren vermieden werden sollen. Die Einzelhandelsentwicklung ist daher auf geeignete Standortbereiche zu lenken, ohne zugleich über Gebühr in den marktwirtschaftlichen Standortwettbewerb eingreifen zu wollen.

Städtebauliche Zielvorstellungen und wirtschaftliche Rahmenbedingungen sind somit in ein ausgewogenes und zugleich verträgliches Verhältnis zu stellen. Der räumlichen Steuerung insbesondere des großflächigen Einzelhandels sowie der Sicherung und Entwicklung zukunftsfähiger Angebotsstrukturen durch die Kommunen kommt hierbei eine wesentli-

Strukturelle Veränderungen im deutschen Einzelhandel

Öffentliches Interesse zur Steuerung

Ausgewogenes Verhältnis unterschiedlicher Ziele

che Rolle zu. Dies geschieht letztlich vor dem Hintergrund veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen.¹

Die Gemeinde Mettingen sieht sich innerhalb dieses Spannungsfeldes unterschiedlicher Zielsetzungen vor der Aufgabe, eine auf die ortsspezifische Situation abgestimmte Gesamtkonzeption mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlich-funktional ausgewogenen Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, um so zum Erhalt und zur Entwicklung städtebaulich schützenswerter Nutzungs- und Standortstrukturen beizutragen. Als fachlicher Beitrag zur Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung soll das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept daher wesentliche städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung auf Basis der aktuellen gesetzlichen Grundlagen des Bundes bzw. des Landes formulieren.

Konzept für gemeinde-
entwicklungspolitische
Entscheidungen

Die Notwendigkeit eines solchen städtebaulichen Konzeptes im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist in entsprechenden Urteilen des OVG NRW hervorgehoben worden, da „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann (...) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, in aller Regel die Feststellung zulassen, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist“.²

Grundlage des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist eine aktuelle Bestandsaufnahme der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Analyse der Nachfragesituation wie auch der städtebaulichen und bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen. Die Analyse bildet die Basis zur Formulierung von Leitlinien und Zielsetzungen für einzelne Standortbereiche in Mettingen sowie für räumlich-funktionale Steuerungsinstrumente im Hinblick auf gemeindeverträgliche und zugleich wirtschaftlich tragfähige Einzelhandelsentwicklungen. Bestandteile des vorliegenden Konzeptes sind:

Bestandteile des
Konzeptes

- eine umfassende und differenzierte Analyse der städtebaulichen und einzelhandelsspezifischen Ausgangssituation,
- eine detaillierte Analyse und Bewertung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel,
- die Formulierung übergeordneter Leitlinien und Zielvorstellungen zur Steuerung des Einzelhandels,
- die Entwicklung eines räumlichen hierarchischen Zentrenmodells mit Zuweisung von Versorgungsfunktionen für die einzelnen Standorte,

¹ Novellierung Baugesetzbuch, aktuelle Rechtsprechung des Bundes- / Oberverwaltungsgerichts, LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

² OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 – 7 D 8/04 NE

- die Herleitung und Darstellung zentraler Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer exakten räumlichen Lage und Ausdehnung (parzellenscharf) sowie ihrer Versorgungsfunktion (ggf. inkl. etwaiger Potenzialflächen),
- die Darstellung und Einordnung sonstiger Standorte und Agglomerationen des Einzelhandels (insb. großflächige Sonderstandorte),
- die Erarbeitung einer ortstypischen Sortimentsliste („Mettinger Liste“),
- die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels („Ansiedlungsregeln“).

Darüber hinaus sind u. a. Aussagen zu zukünftigen, bedarfsgerechten Entwicklungsmöglichkeiten, Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung, Vorgaben und Empfehlungen für die Bauleitplanung sowie die Herleitung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung des nicht großflächigen Einzelhandels Bausteine eines Konzeptes.

Für die Projektbearbeitung und -durchführung sind als Projektleiter Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader, Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche sowie Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Kusch von der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster verantwortlich.

1.2 Rechtliche Einordnung des Einzelhandelskonzeptes

Die (planungsrechtliche) Steuerung des Einzelhandels ist Gegenstand der kommunalen Planungshoheit. Die öffentliche Hand kann durch das Bau- und Planungsrecht sowie die kommunale Genehmigungspraxis aktiv Einfluss auf die räumlich-funktionale Entwicklung des örtlichen Einzelhandels nehmen und bestimmte Entwicklungen auf städtebaulich gewünschte Standorte lenken. Für die Steuerung von Einzelhandelsvorhaben im Zuge von Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung ist jedoch eine sorgfältig erarbeitete städtebauliche Begründung unerlässlich. Dies gilt insbesondere für mögliche Ausschlüsse, Untersagungen und Einschränkungen, welche frei von willkürlichen Festsetzungen sein müssen. Eine fundierte Untersuchung der örtlichen Verhältnisse und hierauf basierend die hinreichend konkrete Ableitung der einzelnen Planungsziele sind für eine rechtssichere Steuerung grundlegende Voraussetzung. Hierzu ist in aller Regel ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept erforderlich. Die Inhalte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Grundlage der Bauleitplanung müssen sowohl hinreichend bestimmt, schlüssig, nachvollziehbar als auch auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein.

Ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt ein städtebauliches Konzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als Instrument zur

EHK =
Steuerungsinstrument

Grundlage für sachgerechte Abwägung

Festlegung der künftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung dar. Es ist Grundlage für eine sachgerechte Planung und Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung (großflächiger) Einzelhandelsvorhaben. Das Konzept entwickelt Rechtskraft durch einen politischen Beschluss, i. d. R. einen Ratsbeschluss und ist dann im Rahmen der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen.

Einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept kommt als informelle städtebauliche Planung nicht die Funktion von bindenden Vorentscheidungen zu. Ein derartiges Konzept erzeugt zwar eine interne Bindungswirkung innerhalb der Verwaltung, nicht jedoch unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Weder wird bestehendes Baurecht aufgehoben noch neu geschaffen. Ein Konzept schafft vielmehr die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze wie Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z. B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.³ Bebauungspläne ohne eine entsprechende fachlich fundierte Grundlage leiden hingegen an Begründungsmängeln.

Schaffung einer städtebaulichen Begründung

Mit der Aufstellung kommunaler Einzelhandels- und Zentrenkonzepte und der sich hieran anschließenden notwendigen planungsrechtlichen Umsetzung durch Bauleitpläne können die Städte und Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren unterstützen bzw. eine ausgewogene Versorgungsstruktur sicherstellen. Zentrenkonzepte sind demnach nicht nur allein auf die Sicherung des Bestandes, sondern auch auf die Konzeption einer anzustrebenden Versorgungs- und Zentrenstruktur ausgelegt. Dies schafft eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben im Sinne einer zukunftsorientierten Zentrenstruktur.

EHK = städtebauliche Begründung

Die Steuerung des örtlichen Einzelhandels im Rahmen der kommunalen Planungshoheit unterliegt dabei rechtlichen Grundlagen und Zielvorgaben des Bundes bzw. des jeweiligen Landes. So werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- des Landesentwicklungsplans NRW (LEP NRW), sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ sowie
- der aktuellen Rechtsprechung (diversere Urteile des Bundes- und Oberverwaltungsgerichtes)

Rechtliche Grundlagen des Konzeptes

klare und eindeutige Anforderungen formuliert.

³ Der Zeitpunkt der jeweiligen Planung / Planumsetzung richtet sich nach ihrer Erforderlichkeit, d. h. die Gemeinde kann sich darauf beschränken, zunächst nur dort bauleitplanerisch aktiv zu werden, wo ein konkreter Handlungsbedarf besteht.

Neben einer städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels schafft ein Konzept die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit für die gewerbliche Wirtschaft. 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. Die Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sollen dabei den Wettbewerb im Einzelhandel nicht verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf städtebaulich geeignete Standortbereiche lenken, so dass sowohl bestehende Betriebe als auch Ansiedlungsvorhaben hiervon profitieren. Darüber hinaus kann das Aufzeigen wirtschaftlicher Potenziale einen Beitrag zu einer aktiven Standort- und Wirtschaftspolitik darstellen.

Planungs- und Investitionssicherheit & aktive Standortpolitik

1.3 Methodische Vorgehensweise

Grundlage gemeindlicher Einzelhandelskonzepte ist eine fundierte und differenzierte Untersuchung der örtlichen Gegebenheiten. Sie bildet die Basis für die hieraus abgeleiteten konzeptionellen Empfehlungen wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist.

Wesentliche Leistungsbausteine

Abb. 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: eigene Darstellung

Das Einzelhandelskonzept basiert auf einer umfangreichen und differenzierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse der Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Gemeinde Mettingen. Hierfür sind die nachfolgenden Analyseschritte vorgenommen worden,

Notwendige Analyseschritte

die eine funktionale (nach Sortimenten) sowie räumliche (nach Standortlagen) Differenzierung erlauben:

- Durchführung einer Bestandserhebung sämtlicher Einzelhandelsunternehmen im Gemeindegebiet von Mettingen
- Qualitative Bewertung des Angebotes des örtlichen Einzelhandels
- Städtebauliche Bewertung einzelner Lagen oder Standorte
- Analyse der örtlichen Nachfragesituation

Mit den vorgenannten methodischen Analysebausteinen erfüllt das vorliegende Einzelhandelskonzept die rechtlichen Anforderungen zur Verabschiedung als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

Vor dem Hintergrund der verwaltungsinternen Bindungswirkung wurde für die Erarbeitung des Konzeptes ein breit angelegter und intensiv geführter Kommunikations- und Abstimmungsprozess unter Beteiligung des Rates der Gemeinde Mettingen, der Verwaltung, örtlicher Akteure sowie der Träger öffentlicher Belange durchgeführt. Ziel ist es, die konzeptionellen Empfehlungen auf Grundlage einer breiten Akzeptanz per Ratsbeschluss verabschieden zu können. Hierbei wurden folgende Schritte gewählt:

Kommunikations- /
Abstimmungsprozess

- Abstimmungs- und Informationsgespräche mit dem Auftraggeber sowie den Trägern öffentlicher Belange
- Einrichtung eines projektbegleitenden Arbeitskreises bestehend aus Vertretern nachfolgender Akteure und Institutionen⁴:
 - IHK NordWestfalen
 - Handelsverband Westfalen-Münsterland e.V.
 - Bezirksregierung Münster
 - Handwerkskammer Münster
 - Vertreter der Verwaltung
 - Vertreter der Ratsfraktionen
- Vorstellung des Konzeptes im öffentlichen Teil der gemeinsamen Sitzung des Bau-, Planungs- und Wegeausschusses sowie Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Ortsmarketing, Tourismus und Kultur (im Juni 2014)

⁴ Besonderer Dank für zahlreiche Hinweise und Vorschläge gebührt den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises.

- Öffentliche Auslegung im Rathaus der Gemeinde Mettingen; parallel hierzu Beteiligung der Nachbarkommunen sowie erneute Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (ab August 2015 geplant)

Die auf diese Weise eingegangenen Anregungen sind im Planungsprozess berücksichtigt und entsprechend abgewogen worden.

2 Herausforderungen im Einzelhandel

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen haben sich in den letzten Jahren und Jahrzehnten derart dynamische und grundlegende Veränderungen hinsichtlich des Erscheinungsbildes, der Funktionsweise sowie der räumlichen Ausprägungen gezeigt wie im Einzelhandel. Maßgeblich verantwortlich sind dabei insbesondere nachfolgende Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite sowie deren mögliche Bedeutung und Herausforderung für die künftige Stadtentwicklung.

Allgemeine
Herausforderung für die
Stadtentwicklung

Abb. 2: Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel

ENTWICKLUNGEN IM EINZELHANDEL	BEDEUTUNG FÜR DIE STADTENTWICKLUNG
Anhaltendes Flächenwachstum und rückläufige Betriebszahlen	Ausdünnen kleinteiliger Versorgungsstrukturen
Unternehmenskonzentration	Verlust der „Angebotsvielfalt“
Zunehmender Filialisierungsgrad	Gefahr der Uniformität
Marktanteilsverschiebung zugunsten von Discount- und Fachmarktbetrieben	Nachfrage- und Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte Standortlagen wächst
Entstehung neuer Handelsformate / Einzelhandelsgroßprojekte	Handelsformate mit veränderten Standortanforderungen (z. B. autokundenorientierte Standortpräferenzen)
Bedeutungszuwachs Online-Handel	Neue Herausforderungen für den örtlichen Handel
Bedeutungsverlust innerstädtischer Kauf- und Warenhäuser	Verlust struktur- und standortprägender innerstädtischer „Flaggschiffe“
Veränderte Standortentscheidungen bei Einkaufszentren	Innerstädtische Einkaufszentren mit Chancen und Risiken
Wandel der demographischen Strukturen	Bedeutung der wohnungsnahen Versorgung wächst
Veränderung der Konsumentenbedürfnisse und der Einkaufsgewohnheiten	Ausdifferenzierung des Angebots mit differierenden räumlichen Anforderungen

Quelle: eigene Darstellung

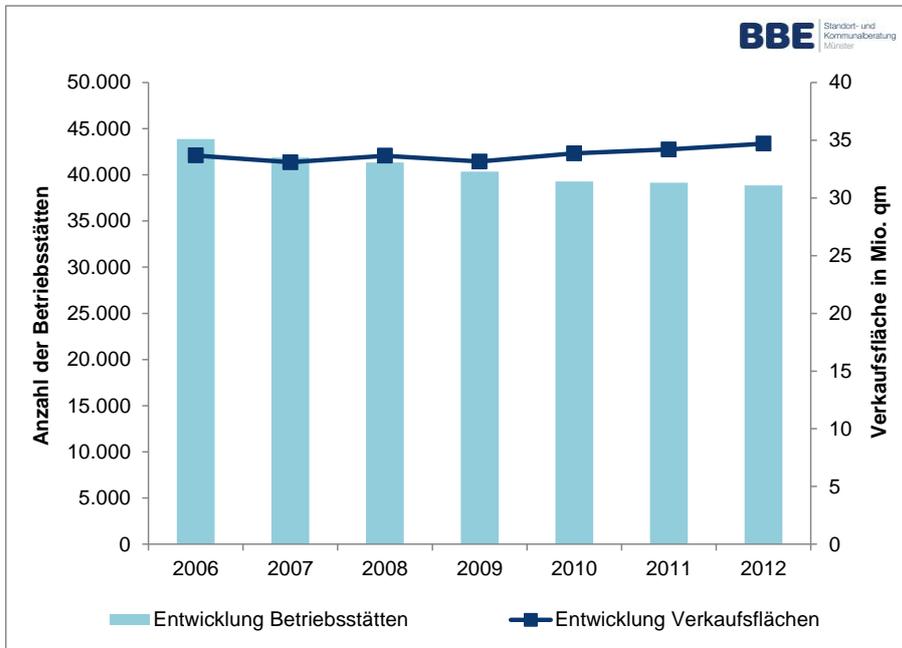
Insbesondere kleinere Städte und Gemeinden stehen vor besonderen Herausforderungen, die sich neben den allgemeinen Veränderungen aus dem Wettbewerb mit anderen Städten und Standorten ergeben. Aufgrund der Vielzahl der veränderten Parameter der Entwicklung soll nachfolgend auf die Aspekte eingegangen werden, die für die Gemeinde Mettingen die wesentlichen Rahmenbedingungen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung darstellen.

Herausforderungen für
die Gemeinde Mettingen

2.1 Fokus: Sicherung der Grund- und Nahversorgung

Die Entwicklung des deutschen Lebensmitteleinzelhandels ist seit vielen Jahren durch steigende Verkaufsflächengrößen der jeweiligen Betriebsstätten bei gleichzeitig sinkender Anzahl von Anbietern gekennzeichnet.

Abb. 3: Entwicklung der Betriebsstätten



Quelle: eigene Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2013

So liegt mittlerweile die Markteintrittsgröße je nach Betreiber bei Discountmärkten zwischen 1.000 und 1.300 qm Verkaufsfläche, bei Anbietern mit Vollsortiment bei mindestens 1.500 bis 1.800 qm Verkaufsfläche. Auch die vielerorts geplante oder realisierte Erweiterung der bestehenden Discountmärkte auf obige Dimensionierungen ist ein deutliches Zeichen der aufgezeigten Entwicklung.

Hiermit geht nicht nur ein Ausdünnen des Versorgungsnetzes vorrangig in Randlagen oder kleineren Orten mit steigenden Anforderungen an das wirtschaftliche Potenzial der Standorte bzw. des Einzugsgebietes einher. Insbesondere für kleinere Städte und Gemeinden wird es zunehmend schwerer, ein flächendeckendes und vielfältiges Angebot an Nahversorgungsleistungen für ihre Verbraucher vor Ort vorzuhalten.

Verstärkt hat sich die Entwicklung durch die Insolvenz der Drogeriekette SCHLECKER, für die oftmals kein sonstiger Drogeriefachmarkt als Ersatz nachgefolgt ist. Befragungen insbesondere in kleineren Städten und Gemeinden zeigen, dass diese Angebote von den Verbrauchern vermisst werden, wenngleich die sonstigen Anbieter vor Ort oftmals ihr Angebot ausgeweitet haben. In manchen Orten konnten sich aber auch

Größensprung der Betriebe

Lücken bei Drogeriemärkten

inhabergeführte oder genossenschaftlich organisierte Anbieter etablieren, welche die Lücke haben schließen können.

Gerade in kleineren Städten und Gemeinden stellen Nahversorgungsbetriebe aber nicht nur die Versorgung der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind oftmals Frequenzbringer für die gewachsenen Ortskernlagen. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung der Zentren sowie der Sicherung der Grund- und Nahversorgung eine besondere Bedeutung zu.

Frequenzfunktion

Bei der Herleitung kommunaler Zielvorstellungen zur planerischen Steuerung von Nahversorgungsanbietern spielt neben der räumlichen Ausdehnung des Stadt- / Gemeindegebietes sowie der Siedlungsstrukturen 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.

Zielvorstellungen

Zugleich stellt die Sicherung einer möglichst umfassenden kleinmaschigen Nahversorgung ein wesentliches kommunales Ziel dar, welches 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 die fußläufige Erreichbarkeit möglichst vieler Bürger sicherstellt. Hierzu können neben zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte (Solitärstandorte) beitragen.

Kleinmaschige
Nahversorgung

Es sind jedoch folgende Voraussetzungen sicherzustellen:

Voraussetzungen

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

Bei der räumlichen Steuerung von Nahversorgungsbetrieben sind nicht nur die Betriebe oberhalb der Großflächigkeitsgrenze (> 800 qm Verkaufsfläche) einzubeziehen, sondern auch die so genannten strukturprägenden Betriebe. So ist es in der Fachpraxis unstrittig, dass beispielsweise ein Betrieb mit 799 qm Verkaufsfläche erhebliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen haben kann. In den planungsrechtlichen Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes werden daher auch zu diesen Betriebstypen Aussagen getroffen.

Räumliche Steuerung

Dem Ausbau sowie der Sicherung bestehender Betriebe kommt bei der Aufrechterhaltung der Versorgungsstrukturen eine höhere Bedeutung als möglichen Neuerrichtungen zu. Etwaige freie Potenziale sind daher zunächst auf diese Betriebsstätten zu lenken, sofern sie die notwendige Integration und somit eine Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Bestandssicherung vor
Neuerrichtung

Neben den marktüblichen Formaten und Betreibern des stationären Handels können sonstige Akteure durchaus Versorgungsfunktionen übernehmen. Hierbei seien u. a. Wochenmärkte oder mobiler Handel erwähnt, die sich in vielen Fällen nicht nur durch ihre Nähe zum Verbraucher, sondern auch zum Produzenten auszeichnen.

Sonstige Betreiber

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

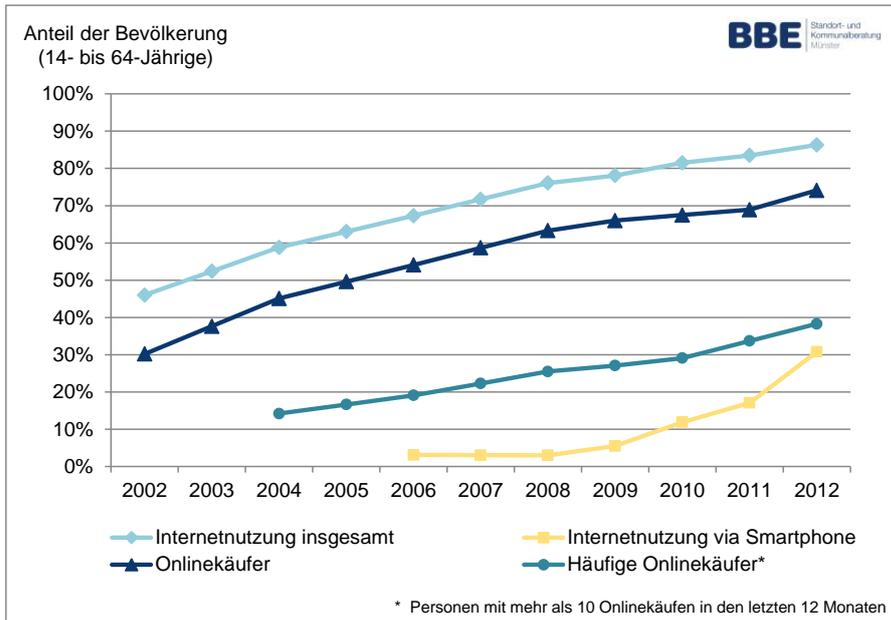
2.2 Fokus: Online-Handel

Neben den aktuellen Entwicklungen im stationären Einzelhandel mit ihren räumlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist mit der flächendeckenden Etablierung der Internetnutzung der Online-Handel in den Fokus vieler Verbraucher gerückt. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich entsprechende Vertriebsformen nicht mehr nur bei jüngeren Verbrauchern, sondern unabhängig von Alters- und Käuferschichten.

Im Jahr 2012 nutzten rd. 74 % der Personen zwischen 14 und 64 Jahren das Internet zum Kauf von Produkten und Dienstleistungen, was einem Anstieg von rd. 5 %-Punkten gegenüber dem Vorjahr entspricht. Etwa 38 % tätigen dabei mehr als 10 Einkäufe pro Jahr. Die Verbreitung von Smartphones hat zudem dazu geführt, dass die Kunden nicht ausschließlich an ihren heimischen Internetanschluss gebunden sind, sondern standortunabhängig Preise vergleichen oder Online-Käufe tätigen können. Diese Entwicklung führt im Sinne des Multi-Channel-Ansatzes zu einer zunehmenden Verzahnung des stationären Geschäfts mit dem Online-Handel.

74 % kaufen im
Internet ein

Abb. 4: Entwicklung von Internetnutzern / Onlinekäufern der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung



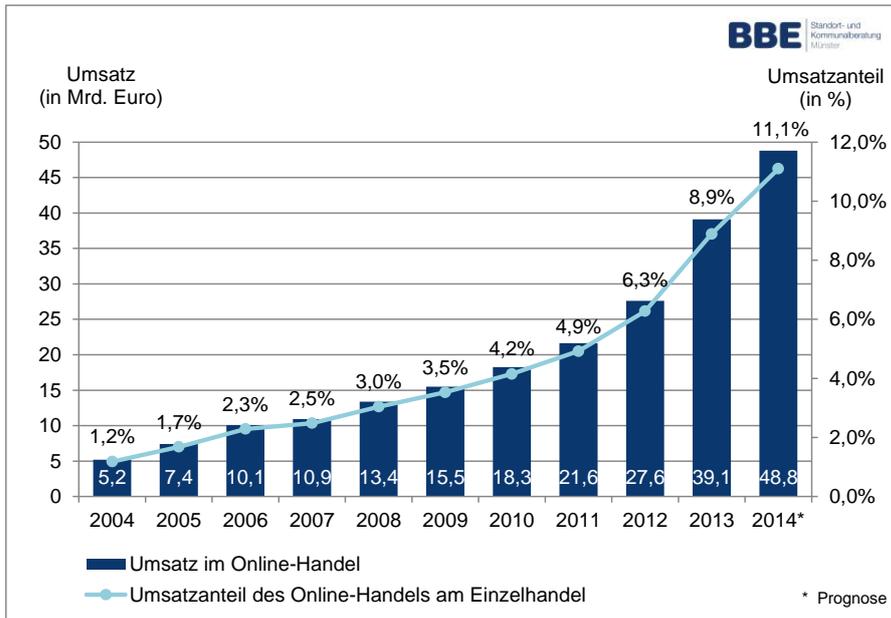
Quelle: eigene Darstellung; Institut für Demoskopie Allensbach, 2012

Der Online-Handel konnte in den vergangenen Jahren ein kontinuierliches Wachstum zwischen 15 und 30 % pro Jahr verzeichnen, sodass im Jahr 2013 ein Umsatz von 39,1 Mrd. € erreicht wurde. Dies entspricht knapp 9 % des Gesamtumsatzes im Einzelhandel. Vor dem Hintergrund stagnierender Einzelhandelsumsätze wird deutlich, dass dieser Anteil zukünftig weiter zunehmen wird.

Etwa 9 % Anteil am Einzelhandelsumsatz

Während der Umsatz im Online-Handel stetig wächst, sind die Umsätze der traditionellen Absatzwege des Versandhandels zunehmend rückläufig. Wurden im Jahr 2000 noch weniger als 5 % des Versandhandelsumsatzes im Internet erzielt, lag dieser Anteil 2011 bereits bei rd. 64 % und wird der Prognose nach für 2014 voraussichtlich sogar auf 88 % ansteigen. Der Online-Handel ersetzt demnach zum einen den traditionellen Versandhandel, führt aber auch zu deutlichen Kaufkraftverlusten des stationären Handels.

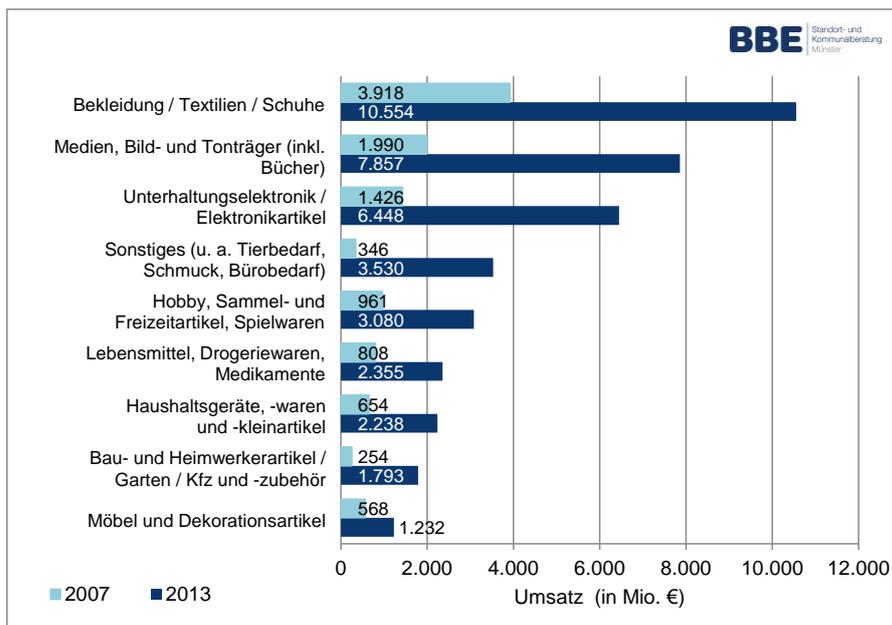
Abb. 5: Umsatzanteil des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz



Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2014; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), 2014

Zwar konnten alle Branchen im Online-Handel in den vergangenen Jahren ein deutliches Umsatzwachstum verzeichnen, die Entwicklungen vollziehen sich jedoch sehr unterschiedlich. Die umsatzstärkste Branche ist mit rd. 10,6 Mrd. € der Bereich Bekleidung, Textilien und Schuhe, unmittelbar gefolgt von Medien, Bild- und Tonträgern (rd. 7,9 Mrd. €), wobei ein Großteil der Umsätze dieser Branche mit Büchern erzielt wird sowie Unterhaltungselektronik und Elektroartikeln mit rd. 6,5 Mrd. €. An vierter Stelle befindet sich mit bereits deutlichem Abstand der zusammengefasste Bereich sonstiger Sortimente (u. a. Tierbedarf, Schmuck, Bürobedarf). Es wird deutlich, dass insbesondere zentrenprägende Sortimentsgruppen zunehmend über das Internet gekauft werden. In einigen dieser Sortimentsgruppen werden bereits heute 15 bis 25 % der Kaufkraft im Internet ausgegeben. Dem gegenüber konnte sich der Online-Handel in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen, wie beispielsweise Nahrungs- und Genussmittel, noch nicht in gleichem Maße etablieren.

Zentrenprägende
Sortimente

Abb. 6: Umsatzstärkste Warengruppen im interaktiven Handel

Quelle: eigene Darstellung; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bev), 2014

Ohne Zweifel stellt der Online-Handel den klassischen, stationären Einzelhandel vor Herausforderungen. So bedarf es kontinuierlicher Marktbeobachtungen, -anpassungen und einer entsprechenden Weiterentwicklung der Geschäftsstrategien, um sich zukünftig in diesem Wettbewerb behaupten zu können. Neben der oftmals als Bedrohung wahrgenommenen Konkurrenz des Online-Handels kann dieser für die stationären Einzelhändler gleichzeitig allerdings auch eine Chance darstellen, ihre bisherigen Vertriebskanäle auszuweiten bzw. miteinander zu vernetzen (sog. Multi-Channel-Vertrieb).

2.3 Fokus: Demografischer Wandel

Nahezu alle Städte und Gemeinden sehen sich erheblichen Veränderungen der Demografie ausgesetzt. Dies betrifft nicht nur die Einwohnerzahl und Altersstruktur der Bevölkerung, sondern hierdurch veränderte Lebens- und Einkaufsorientierungen.

Durch die älter werdende Bevölkerung ist teilweise ein Mobilitätsverlust breiter Bevölkerungsteile zu erwarten, so dass die Ansprüche an eine wohnungsnahe Versorgung deutlich steigen werden und dem Erhalt und der Entwicklung dezentraler Strukturen eine zunehmende Bedeutung zukommt.

Erfahrungen aus unterversorgten Ortsteilen oder Quartieren haben gezeigt, dass hierdurch der Wegzug der Bürger und somit die demografi-

Bedeutungszuwachs
Nahversorgung

sche Entwicklung noch beschleunigt werden. Zum Erhalt örtlicher Strukturen wird es umso wichtiger sein, die weiteren Angebote zur Daseinsvorsorge z. B. in örtlichen Netzwerken zu organisieren und zum Verbleib in der eigenen Wohnung bzw. dem Wohnort oder Quartier beizutragen.

Erste Erfahrungen aus Modellprojekten zeigen, dass technische Assistenzsysteme einen Beitrag zu einem möglichst angenehmen und somit langen Verbleib in gewohnten Strukturen leisten können. Es wird sich zeigen müssen, inwieweit diese Systeme mit örtlichen Kommunikations-, Dienstleistungs- und Einkaufsmöglichkeiten verknüpft werden können.

Möglichkeiten technischer Assistenzsysteme

Der demografische Wandel macht aber auch vor den Betreibern lokaler Geschäfte nicht halt, so dass der Erosionsprozess im inhabergeführten Einzelhandel hierdurch noch beschleunigt wird. Bestand werden im Wettbewerb um qualifizierte Kaufleute nur die Standorte haben, die über attraktive Strukturen nicht nur der angebotenen Waren, sondern auch der Rahmenbedingungen wie z. B. Barrierefreiheit oder seniorengerechte Angebote haben.

Nachfolge qualifizierter Kaufleute

2.4 Fokus: Umnutzung gewerblicher Nutzungen

Der Strukturwandel im Einzelhandel geht einher mit gestiegenen Ansprüchen der Betreiber hinsichtlich der Größe und Beschaffenheit der Ladenlokale. Hierdurch kommt es in nahezu allen Städten und Gemeinden zur Aufgabe von teilweise langjährigen Einzelhandelsnutzungen, ohne dass zumindest kurzfristig eine adäquate gewerbliche Nachfolgenutzung hierfür gefunden werden kann.

Seitens der Immobilieneigentümer entsteht insbesondere nach einem längeren Leerstand dann oftmals der Wunsch nach Umnutzung der gewerblichen Fläche in eine Wohnnutzung. Dem stehen beispielsweise in Kerngebieten die dort zulässigen Nutzungen entgegen, die vorwiegend Handel, Dienstleistung und Gemeinbedarf vorsehen.

Umnutzung in Wohnungen?

Städte und Gemeinden stehen somit oftmals vor der Frage, inwieweit sie derartige Umnutzungen „ausnahmsweise“ zulassen wollen, um wirtschaftlichen Interessen der Eigentümer einerseits, städtebaulichen Interessen der Kommune andererseits genügen zu wollen. Seitens der Kommunen steht somit oftmals die Sorge im Vordergrund, dass bei einer etwaigen Umnutzung sich die Lagequalitäten dauerhaft verschlechtern und somit möglicherweise zu einem trading down ganzer Lagen beitragen. Auch lassen sich mit Ausnahmeregelungen nur schwerlich ähnliche Ansprüche weiterer Antragsteller abwehren und führen zu Präzedenzfällen und somit auch zu Folgewirkungen.

Trading down Effekte

Politik und Verwaltung stehen daher vor der Aufgabe, verlässliche und nachvollziehbare Regelungen für solche Fälle zu treffen, in denen derartige Umnutzungen möglich sein können. Zugleich müssen sie aber auch

Verlässliche Regeln

(Tabu-)Bereiche definieren, in denen aus städtebaulichen Gründen dementsprechende Umnutzungen ausgeschlossen werden sollen.

3 Analyse der Angebotsstrukturen & nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Einordnung der Gemeinde hinsichtlich der einzelhandelsspezifischen und städtebaulichen Ausgangssituation erfolgt zunächst eine Darstellung der wirtschaftsräumlichen und standortrelevanten Rahmenbedingungen sowie die Analyse der Angebots- sowie Nachfragestrukturen in Mettingen als Grundlage für das Zentren- und Standortkonzept.

3.1 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

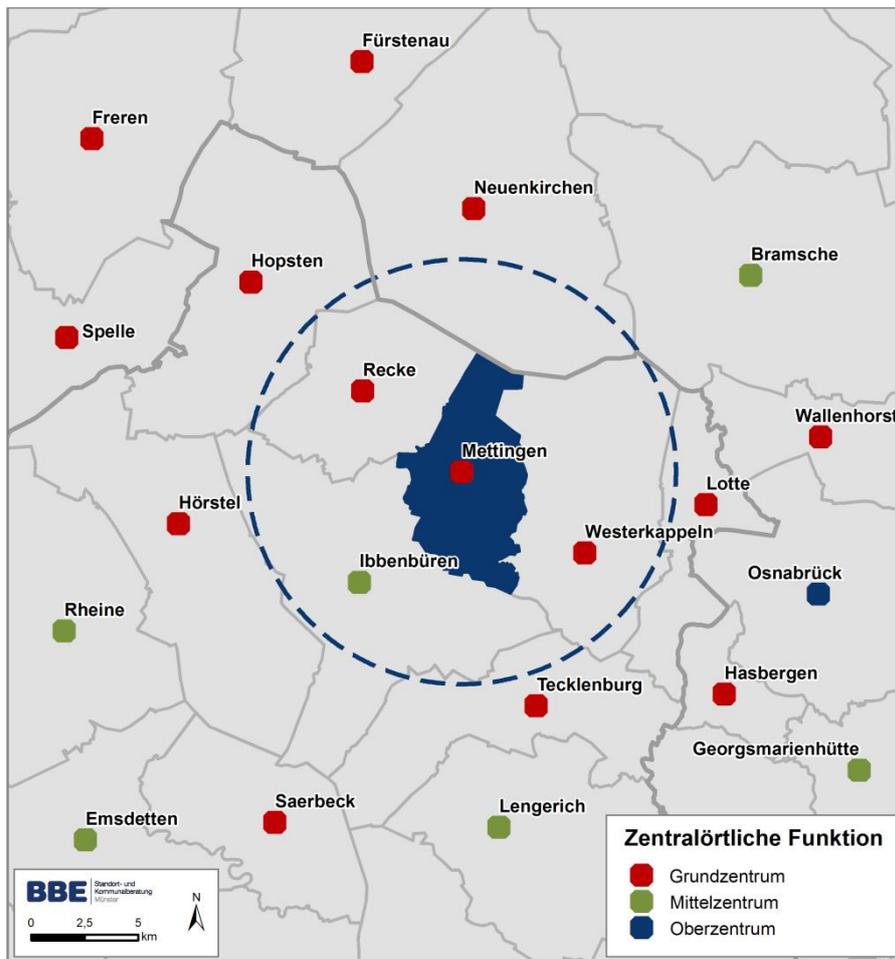
Im Nachfolgenden werden die wesentlichen Rahmenbedingungen und Standortfaktoren, die sich unmittelbar oder mittelbar auf die Nachfrage und das Einzelhandelsangebot in Mettingen auswirken können, dargestellt. Hierbei werden geographische, verkehrliche sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten untersucht.

3.1.1 Räumliche Lage und verkehrliche Erreichbarkeit

Die Gemeinde Mettingen liegt im Norden des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen im Tecklenburger Land (Kreis Steinfurt). Nachbargemeinden sind im Westen die Gemeinde Recke, im Norden die niedersächsische Gemeinde Neuenkirchen, im Osten die Gemeinde Westerkappeln sowie im Süden die Stadt Ibbenbüren.

Lage im Raum

Abb. 8: Zentralörtliche Funktion in der Region



Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2015

Die nächstgelegene Stadt höherer Zentralität ist die Nachbarstadt Ibbenbüren. Neben attraktiven Fachmärkten sowie Fachmarkttagglomerationen mit Anbietern und Betreibern, die in Mettingen nicht in einem vergleichbaren Maße vertreten sind, ist es die Innenstadt der Nachbarkommune, die mit größeren Angeboten insbesondere der persönlichen Ausstattung auch für Besucher aus Mettingen attraktiv ist.

Regionale
Wettbewerbsstandorte

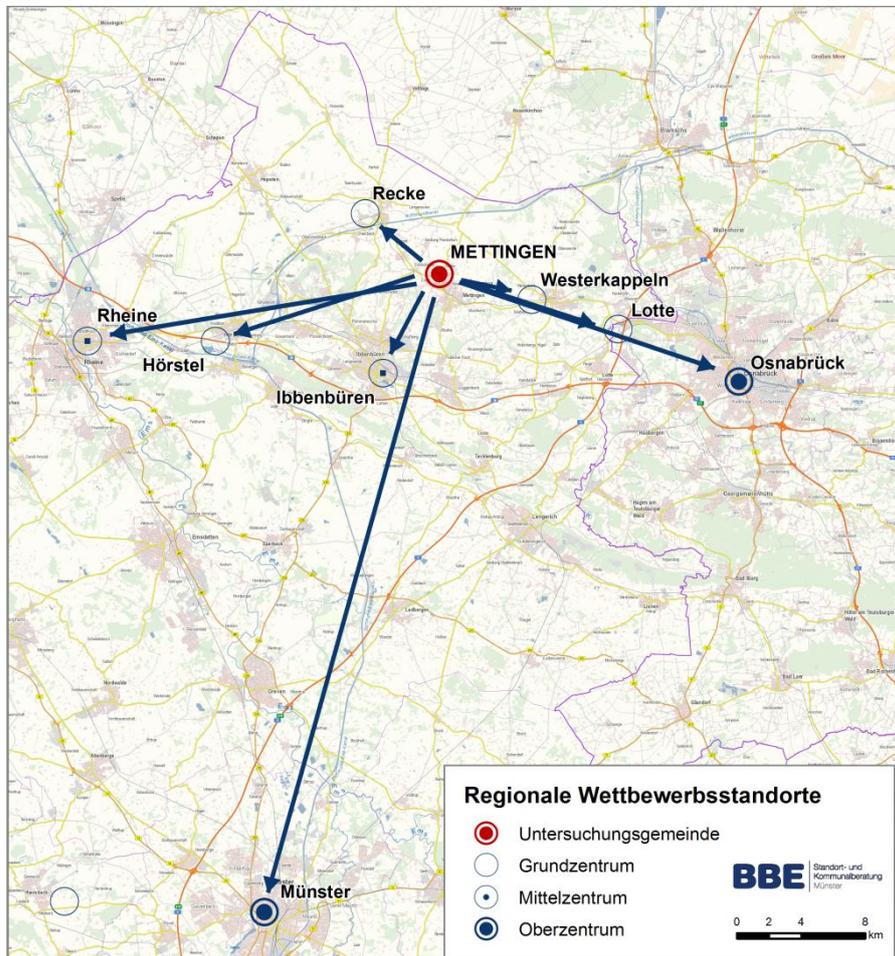
Abb. 9: Fotos Innenstadt Ibbenbüren



Quelle: eigene Fotos

Die nächsten Oberzentren sind die niedersächsische Stadt Osnabrück (ca. 15 km) und die Stadt Münster in etwa 60 km Entfernung. Einkaufsverflechtungen bestehen darüber hinaus mit den weiteren Mittelzentren in der Region wie Rheine sowie den angrenzenden Grundzentren.

Abb. 10: Regionale Wettbewerbsstandorte



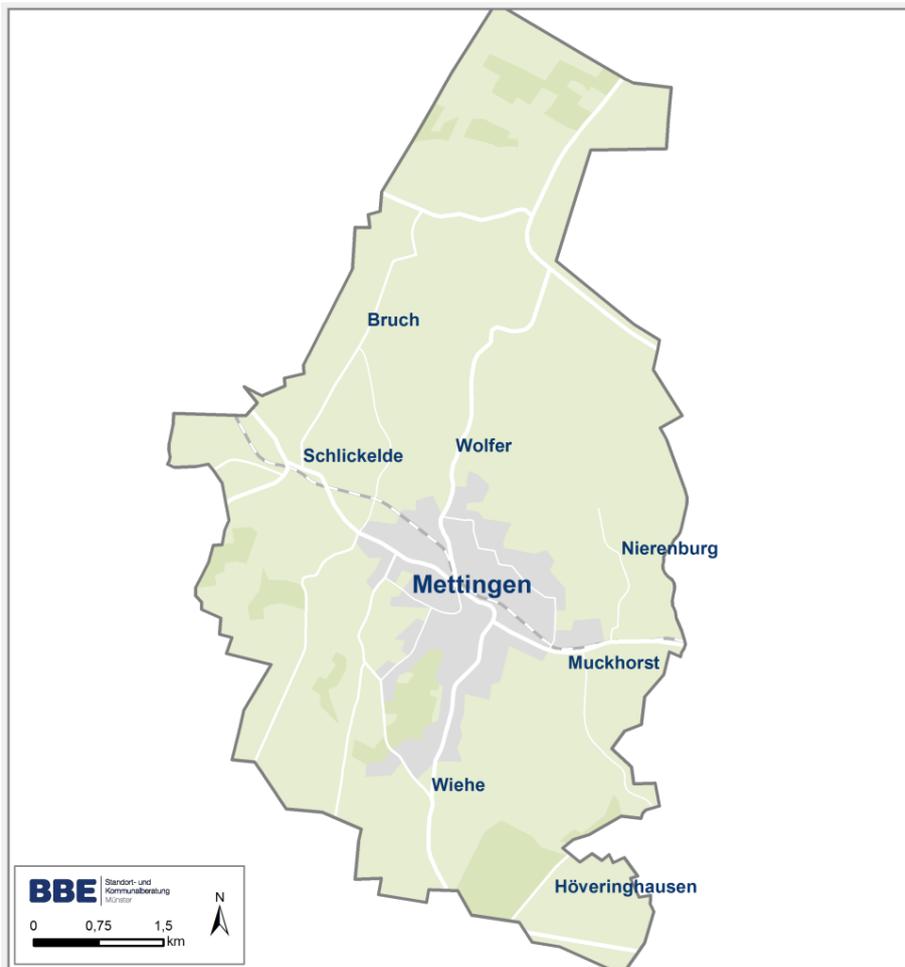
Quelle: eigene Darstellung; © GeoBasis-DE / BKG 2015

3.1.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Das Gemeindegebiet von Mettingen setzt sich aus dem Kernort sowie den Ortsteilen Lage-Wiehe, Nierenburg, Muckhorst-Höveringhausen und Schlickede-Bruch zusammen.

Siedlungsstruktur

Abb. 11: Siedlungsstruktur der Gemeinde Mettingen



Quelle: eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten

Die Gemeinde weist rd. 12.000 Einwohner (inkl. Zweitwohnsitze) auf. Die Siedlungsstruktur konzentriert sich dabei stark auf den Kernort. Bei einer Fläche von insgesamt ca. 40,6 km² liegt die Einwohnerdichte in Mettingen bei etwa 290 Einwohner / km².

Rd. 12.000 Einwohner

Prognostiziert wird für Mettingen in der Perspektive bis 2030 eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung mit einem Wert von 8,6 %, d. h. dass die natürliche negative Entwicklung, welche vorrangig auf einer rückläufigen Entwicklung der Geburtenzahlen basiert, in den kommenden Jahren immer weniger durch positive Wanderungssalden kompensiert werden kann.

Rückläufige
Bevölkerungs-
entwicklung

Abb. 12: Bevölkerungsvorausberechnung⁵

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. Basisjahr
2011 (Basisjahr)	12.105	---
2020	11.654	-3,7%
2025	11.386	-5,9%
2030	11.064	-8,6%
Saldo Basisjahr - 2030	-1.041	---

Quelle: eigene Darstellung; LSKN Hannover 2011; NIW 2010

Hieraus allein lassen sich keine möglichen Entwicklungsspielräume für die Kaufkraftentwicklung bzw. die zukünftige Einzelhandelsentwicklung ableiten. Vielmehr entstehen neue Anforderungen an den Einzelhandel und insbesondere an seine Standortwahl. Im Zuge des demographischen Wandels wird vor allem die Alterung der Gesellschaft bzw. der örtlichen Bevölkerung in Mettingen eine zunehmende Bedeutung erhalten.

Demografischer Wandel

3.2 Analyse der quantitativen Angebotsstrukturen

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist im März 2015 durchgeführt worden, d. h. alle Betriebsstätten des Einzelhandels und des Ladenhandwerks innerhalb des Gemeindegebietes von Mettingen wurden mittels Betriebsbegehungen hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Name, Adresse, Kern- und Teilsortiment, Verkaufsfläche, Betriebstyp, Standortlage) durch erfahrene Gutachter der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster mittels elektronischer Vermessung vor Ort erfasst.⁶

Vollerhebung des Einzelhandelsbesatzes

Gemäß der nachfolgenden Warengruppensystematik wurden die Verkaufsflächen insgesamt sowie nach Teilflächen pro Warensortiment differenziert erhoben, um so – mit Blick auf die Identifizierung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente – die örtliche Sortimentsliste ableiten zu können:

Warengruppensystematik

⁵ Hier nur Hauptwohnsitz

⁶ 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. Diesen Angebotsformen wird durch Einbeziehung marktüblicher Anteilswerte bei der Ermittlung freier Potenziale im Weiteren Rechnung getragen.

Abb. 13: Erhebungssystematik⁷

Warengruppe	Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel) Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Papier- /Büro-/Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel Zeitschriften und Zeitungen Bücher Antiquariate
Bekleidung/Wäsche	Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren) Pelz- und Kürschnerwaren Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe, Lederwaren	Schuhe (ohne Sportschuhe) Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
Baummarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial) Fußbodenbeläge, Tapeten Rollläden, Rollos, Markisen Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore) Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune Herde, Öfen, Kamine Sauna Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör) Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung) Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter) Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik) Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielekonsolen) Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte) Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte) Sportbekleidung und -schuhe Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank) Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe) Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe) Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe) Boote und Zubehör Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe) Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe) Künstler- und Bastelbedarf Musikinstrumente und Musikalien Pokale, Vereinsbedarf
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel) Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen) Matratzen und Lattenroste Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel) Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse Antiquitäten und antike Teppiche Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle) Bettwaren (ohne Bettwäsche) Vorhänge und Gardinen

⁷ Die Zuordnung der Sortimente und Betriebe erfolgt nach der gleichen Systematik wie bei der Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft, um letztendlich eine vergleichbare Zuordnung zu ermöglichen.

Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
	elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
	Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
	Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielekonsolen)
	bespielte Ton- und Bildträger
Uhren/Schmuck	Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
	Uhren und Schmuck
Sonstiges	Kinderwagen
	Sammlerbriefmarken, -münzen
	Erotikartikel

Quelle: eigene Darstellung

Im Rahmen der Betriebsstättenbegehungen wurden die Verkaufsflächen der örtlichen Anbieter sowohl differenziert nach innen und außen liegender Verkaufsfläche⁸ als auch hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage⁹ detailliert erfasst. Auf Basis dieser Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener Flächenproduktivitäten¹⁰, qualitativer Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2015 eine Umsatzprognose für den gesamten Einzelhandel in Mettingen vorgenommen.¹¹

Intensivbegehungen des Ortskerns sowie der sonstigen Standorte wurden zur Analyse der Detailstrukturen und Identifizierung möglicher Entwicklungspotenziale durchgeführt. Zusätzlich berücksichtigt wurden zur Einschätzung wesentlicher Einkaufs- und Wettbewerbsverflechtungen überörtlich bedeutsame Wettbewerbsstandorte außerhalb von Mettingen.

3.2.1 Betriebe und Sortimente

Im Gemeindegebiet von Mettingen sind insgesamt 69 Einzelhandelsbetriebe mit Ladenlokal ansässig. Betriebe mit Nahrungs- und Genussmitteln nehmen dabei erwartungsgemäß den größten Einzelwert ein.

Differenzierte Erhebung
des Einzelhandels

69 Einzelhandels-
betriebe

⁸ Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes vom 24.11.2005 (BVerwG, Urteil 4 C 10.04) findet Anwendung. Bei der Ermittlung und Berechnung der Verkaufsfläche ist die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich bzw. die Fläche, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang steht, d. h. einschließlich Kassenzonen, Kassenvorraum, Windfang, Pfandrücknahmerraum, Schaufenster etc. (siehe Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008).

⁹ Differenzierung nach schützenswerten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche wie Hauptgeschäftsbereich, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum), integrierte Standortlagen, nicht integrierte Standortlagen

¹⁰ EHI Retail Institute, Köln 2014/2015

¹¹ 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 (Fortschreibung der GfK-Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung aus dem Jahr 1993; Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben, da diese in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz melden).

Bei den Teilsortimenten konnten insgesamt 233 Sortimente (Fachabteilungen) festgestellt werden. Somit sind auf Abteilungsebene alle Angebotsstrukturen mehrfach besetzt.

Abb. 14: Betriebe und Sortimente¹²

Warengruppe	Betriebe 2015*	Sortimente 2015*	Betriebe 2010
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten	nach Kernsortimenten
Nahrungs- und Genussmittel	19	25	22
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	10	28	9
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	1	21	3
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	30	74	
Bekleidung/Wäsche	8	17	---**
Schuhe, Lederwaren	1	7	---**
Baummarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	7	34	---**
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	2	16	---**
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	3	22	---**
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	21	96	
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	9	30	---**
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	2	18	6
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	4	10	
Uhren/Schmuck	2	5	2
Sonstiges	1	0	1
Überwiegend langfristiger Bedarf	18	63	
Gesamt (ohne Leerstände)	69	233	77

Quelle: eigene Erhebung

Gegenüber der letzten Primärerhebung 2010 ist ein leichter Rückgang der Betriebsstätten festzustellen, der jedoch zumindest teilweise auf die geänderte Erhebungsmethodik (lediglich typischer Handel) zurückzuführen ist.

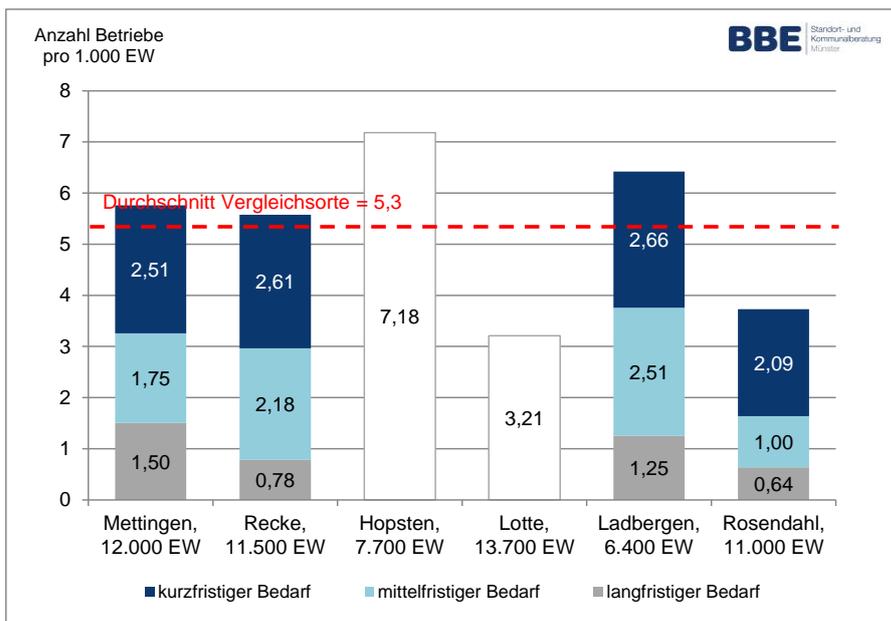
Geänderte Erhebungssystematik

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Städten und Gemeinden liegt die Angebotsdichte insgesamt – gemessen in Betriebsstätten je 1.000 Einwohner – mit 5,8 Betriebsstätten in etwa im Durchschnitt. Allerdings handelt es sich hierbei zunächst um eine rein quantitative Betrachtung, die noch keine Aussage zur Qualität des örtlichen Einzelhandels beinhaltet.

Durchschnittliche Betriebsstättendichte

¹² Inklusive der planungsrechtlich abgesicherten Bestände NETTO und ACTION

Abb. 15: Betriebsstätdichte im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Kommunen

3.2.2 Verkaufsflächen

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 23.600 qm Verkaufsfläche. Bei der Bewertung des Verkaufsflächenbestandes fällt der hohe Besatz der Sortimente Möbel/Wohneinrichtung sowie Baumarktsortimente ins Gewicht. Dies ist somit den größeren örtlichen Anbietern in Mettingen geschuldet.

Rd. 23.600 qm
Verkaufsfläche

Abb. 16: Verkaufsflächen in Mettingen

Warengruppe	Verkaufsfläche 2015*	Flächen- ausstattung*
	in qm	in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	5.532	0,46
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	1.350	0,11
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	303	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	7.185	0,60
Bekleidung/Wäsche	1.904	0,16
Schuhe, Lederwaren	184	0,02
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	5.587	0,47
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	1.169	0,10
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	1.192	0,10
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	10.037	0,85
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	5.280	0,44
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	484	0,04
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	443	0,04
Uhren/Schmuck	178	0,01
Sonstiges	0	0,00
Überwiegend langfristiger Bedarf	6.385	0,53
Gesamt (ohne Leerstände)	23.606	1,98

* inkl. NETTO-Planung; inkl. ACTION-Planung

Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

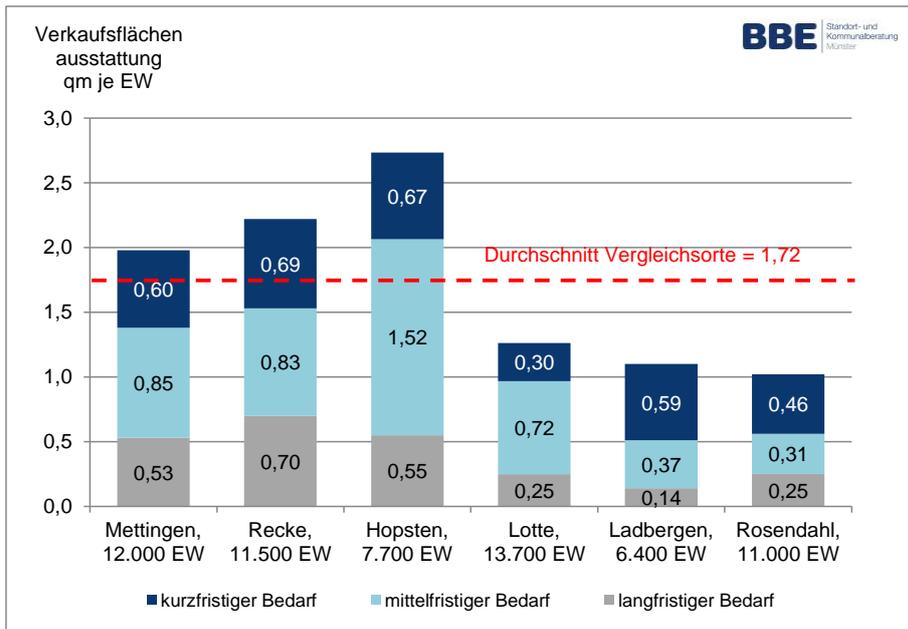
Die Verkaufsfläche gegenüber dem Erhebungsjahr 2010 ist in etwa gleichgeblieben, wenngleich die geänderte Erhebungssystematik sowie andere Sortimentszuordnungen einen Detailvergleich unmöglich machen.

Der Verkaufsflächenbesatz im Verhältnis zur Einwohnerzahl entspricht einer Flächenausstattung von 1,98 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Damit liegt die quantitative Flächenausstattung deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts, der sich in etwa auf 1,45 qm Verkaufsfläche je Einwohner beläuft. Mit rd. 1,98 qm liegt die Ausstattung in Mettingen zudem über der Ausstattung vergleichbarer Grundzentren.

Konstante VKF

Verkaufsflächenausstattung: 1,98 qm / EW

Abb. 17: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich

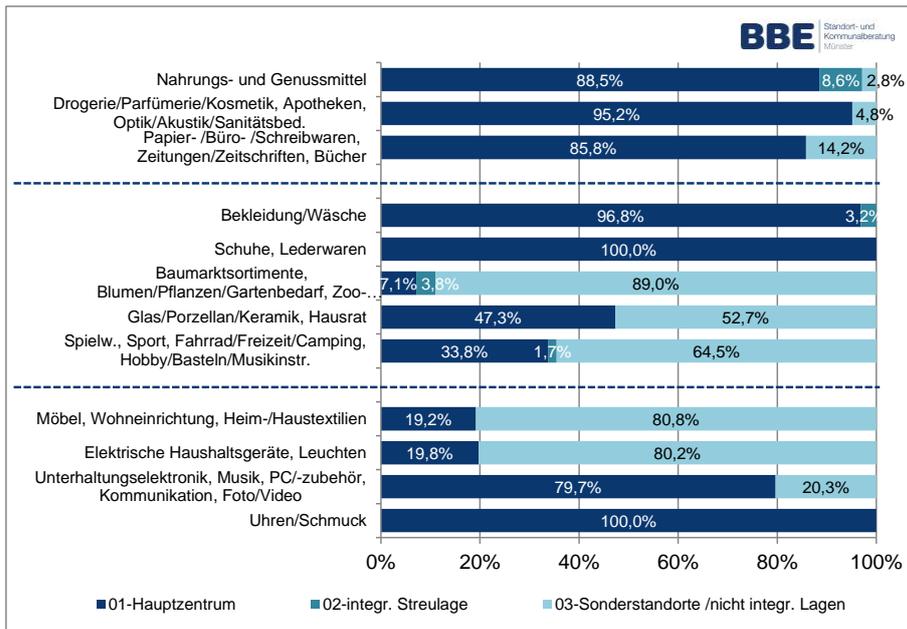


Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Kommunen

Der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt bei 48,6 %, was angesichts der flächenintensiven Anbieter bei Möbeln sowie bei Baumarktsortimenten einen sehr hohen Wert darstellt und somit auch dem ausgeprägten städtebaulichen Ziel der Gemeinde widerspiegelt, die Einzelhandelsnutzungen soweit möglich auf den Ortskern zu lenken. Dies wird insbesondere bei den Anbietern des kurzfristigen Bedarfs deutlich, da sich nahezu alle Anbieter im Ortskern wiederfinden und somit als Magnetbetriebe auch Frequenzwirkungen für die sonstigen Nutzungen entfalten.

Hoher Anteil im Ortskern

Abb. 18: Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Neben den erwähnten größeren Betrieben des kurzfristigen Bedarfs zeichnen sich die Angebotsstrukturen im Ortskern durch kleinteilige Strukturen teilweise auch inhabergeführter Betriebe aus.

Durch die Angebotsmischung besteht eine vergleichsweise hohe Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt, so dass eine hohe Attraktivität des Ortskerns gegeben ist und aus Kundensicht einen abwechslungsreichen Einkauf bietet.

Attraktive Mischung

3.3 Analyse der räumlichen Strukturen

Neben quantitativen Betrachtungen, wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen, spielt die räumliche Verteilung dieser Flächen eine erhebliche Rolle bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes.

Räumliche Verteilung

Die Siedlungsstruktur der Gemeinde Mettingen konzentriert sich, wie bereits angeführt, stark auf den Kernort. In den weiteren Ortschaften sind indes keine nennenswerten bzw. nur vereinzelte Einzelhandelsstrukturen vorhanden. Innerhalb des Kernortes konzentriert sich der örtliche Einzelhandel wiederum sehr stark auf den gewachsenen Ortskernbereich sowie unmittelbar angrenzender Standortlagen. Neben dem Ortskern Mettingen sind einzelne weitere Versorgungsschwerpunkte überwiegend durch Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimentschwerpunkten und somit flächenintensiven Sortimenten gegeben.

Versorgungsschwerpunkt Ortskern

3.3.1 Städtebauliche Strukturen im Ortskern

Der größte Einzelhandelsschwerpunkt in Mettingen ist der Ortskern. Dieser umfasst neben dem Kernbereich rund um den Rathausplatz, den Markt und die Mühlenstraße zumindest in Teilen auch Lagen jenseits der L 599, wo sich einige der erwähnten Magnetbetriebe des Lebensmittelhandels in enger räumlicher Anbindung an den gewachsenen Ortskern etabliert haben.

Räumliche Ausdehnung

Die kleinstädtischen Strukturen im gewachsenen Ortskern werden durch überwiegend zwei- und dreigeschossige Bebauungen moderner, aber auch teilweise historischer Wohn- und Geschäftshäuser geprägt.

Bebauungsstrukturen

Abb. 19: Fotos Ortskern



Quelle: eigene Fotos

Der stadträumliche Mittelpunkt befindet sich rund um die St. Agatha Kirche als Wahrzeichen der Gemeinde. Durch die attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes ergibt sich ein Bereich mit hoher Verweilqualität. Die Kombination aus der Gestaltung des öffentlichen Raumes in Verbindung mit einem teilweise historischen Ortsbild sowie einer guten Integration moderner Bebauung führt zu einem harmonischen Ortsbild und einem unverwechselbaren Erscheinungsbild.

Attraktiver Ortskern

Abb. 20: Fotos öffentlicher Raum



Quelle: eigene Fotos

Der gewachsene Ortskern ist gekennzeichnet durch ein weitestgehend verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge nicht nur im Einzelhandel, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen bzw. Einrichtungen des

Verdichtetes Nutzungs- und Angebotsgefüge

Gemeinbedarfs, der Gastronomie und Dienstleistungen. Der Einzelhandel konzentriert sich hierbei im Wesentlichen auf die Erdgeschosslagen der einzelnen Geschäftseinheiten und ist insbesondere geprägt durch kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsstrukturen im kurz- und mittelfristigen Sortimentsbereich.

Neben den teilweise historischen und auch sonstigen kleinteiligen Bebauungsstrukturen des gewachsenen Ortskerns haben sich in Randlage mehrere moderne Anbieter des Lebensmittelhandels etabliert, denen durch die enge räumliche Anbindung nicht nur eine Versorgungsfunktion, sondern auch eine Magnetfunktion für den gewachsenen Ortskern zukommt. Diese sind somit wesentlicher Bestandteil des innerörtlichen Einzelhandelsangebotes. Aufgrund ihrer besonderen Bedeutung und Funktion sollen sie nachfolgend kurz beschrieben werden.

Magnetbetriebe

3.3.1.1 Lagebereich Geschwister-Voss-Straße (EDEKA, ALDI)

Unmittelbar nördlich des gewachsenen Ortskerns und nur von einer Bahntrasse bzw. Landstraße getrennt haben sich an der Geschwister-Voss-Straße im Bereich der sog. „Schultenwiese“ ein Supermarkt des Betreibers EDEKA, ein Discountmarkt von ALDI sowie weitere Nutzungen aus Handel und Dienstleistungen etabliert.

EDEKA, ALDI

Abb. 21: EDEKA, ALDI



Quelle: eigene Fotos

Die südlich verlaufende Bahntrasse sowie die Landesstraße stellen hierbei zwar eine gewisse räumliche Zäsur zum gewachsenen Ortskern dar, wengleich eine fußläufig attraktive Verbindung durch eine Unterführung die Anbindungsqualität an den Ortskern deutlich verbessert und damit wesentliche Austauschbeziehungen bestehen. Neben einer wohngebietsbezogenen Versorgungsfunktion aufgrund ihrer siedlungsintegrierten Lage übernehmen die genannten, lagenprägenden Betriebsstätten von daher auch eine wesentliche Funktion für den unmittelbar südlich angrenzenden, gewachsenen Ortskern.

Funktion für den Ortskern

Abb. 22: Fotos Fußgängerunterführung

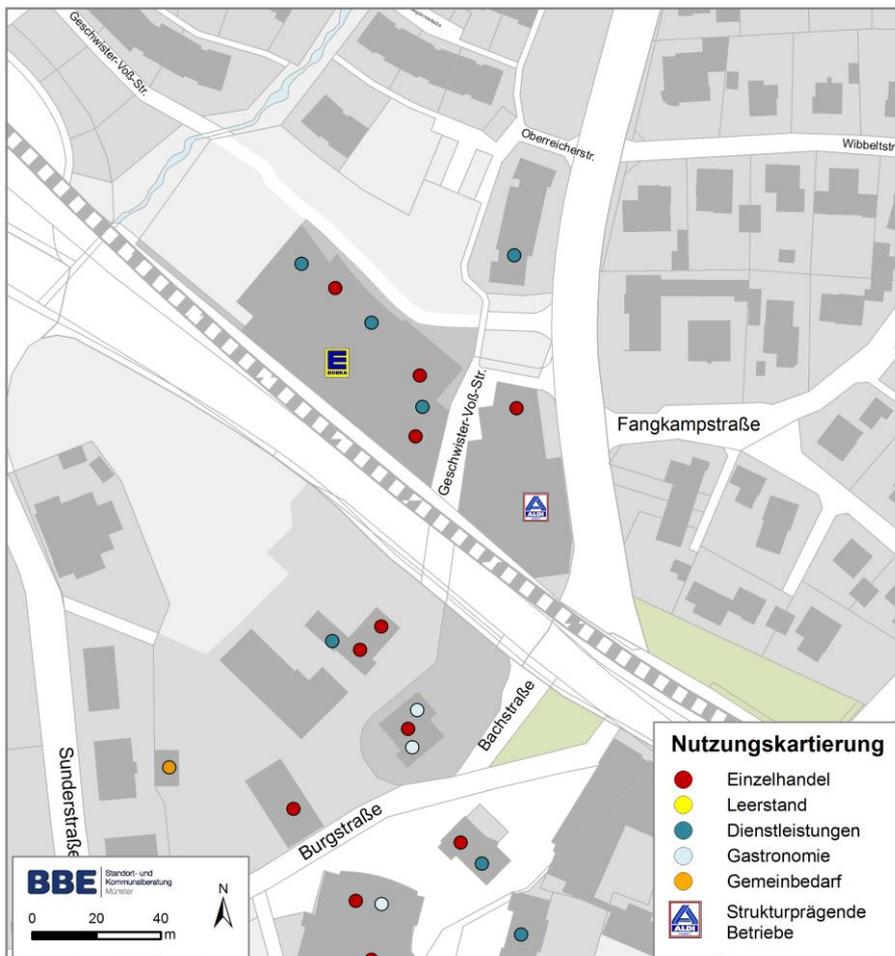


Quelle: eigene Fotos

Der Standort befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 48 „Schultenwiese“. Sowohl Flächennutzungsplan als auch Bebauungsplan legen an der Stelle Kerngebiet fest.

Baurecht

Abb. 23: Nutzungsstrukturen Schultenwiese



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Bereits in der Vergangenheit hat es verschiedentliche Planungen zur Erweiterung des dortigen Magnetbetriebes ALDI gegeben, um so die markt- und wettbewerbsfähige Formate zu sichern. Die Planungen konnten jedoch nicht umgesetzt werden. Zwar ist zum Erhebungszeitpunkt durch Einbeziehung eines kleinen angrenzenden Verkaufslokals die Verkaufsfläche geringfügig erweitert worden, gleichwohl entspricht dies auch nach Erweiterung nicht den üblichen Standards, so dass mittelfristig ein weiterer Anpassungsbedarf bestehen wird.

Auch der dortige EDEKA Supermarkt liegt mit etwa 1.400 qm Verkaufsfläche am unteren Rand der heute üblichen Verkaufsflächendimensionierungen. Zudem wird die heutige Parkplatzanlage den Erfordernissen der Betreiber nur noch sehr begünstigt gerecht.

Angesichts der doch recht eingeschränkten räumlichen Entwicklungsoptionen am Standortbereich „Schultenwiese“ werden Planungen zur Verlagerung des dortigen Discountmarktes betrieben, die somit mögliche Erweiterungsoptionen für den EDEKA-Markt eröffnen würden.¹³ Hiermit wäre auch eine Überplanung des Standortes notwendig.

3.3.1.2 Lagebereich Ibbenbürener Straße (K & K)

Am südlichen Rand des gewachsenen Ortskerns hat sich an der Ibbenbürener Straße ein Supermarkt des Betreibers KLAAS & KOCK etabliert. Außer einem Backshop in der Vorkassenzone befindet sich der Markt in einer siedlungsintegrierten Solitär- und Siedlungsraum sowie seiner Lage kommt dem Anbieter nicht nur eine Nahversorgungsfunktion für den südlichen Siedlungsraum zu, der Markt übernimmt auch in Teilen eine Funktion für den Ortskern, wenngleich die Anbindung an den Besatz im gewachsenen Ortskern nicht ohne Friktionen erfolgt.

Abb. 24: Fotos K & K



Quelle: eigene Fotos

Frühere Planungen

Überplanung?

K & K

Baurecht

¹³ Durch einen Brand des EDEKA-Marktes im Herbst 2015 haben Planungen zur Neugestaltung der Betriebsanlage noch zusätzliche Schubkraft gewonnen.

Der Standort befindet sich im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB, wobei es sich aufgrund der Eigenart der näheren Umgebung faktisch um ein Mischgebiet handelt.

Trotz schwieriger baulicher Voraussetzungen ergeben sich möglicherweise Erweiterungspotenziale durch eine Einbeziehung der angrenzenden derzeit leerstehenden Immobilien.

Entwicklungsoptionen

Abb. 25: Nutzungsstrukturen Ibbenbürener Straße



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

3.3.1.3 Lagebereich Westerkappeler Straße (LIDL)

Am östlichen Kernstadtrand nimmt ein weiterer Discountmarkt des Betreibers LIDL mit einer Verkaufsfläche von etwa 950 qm sowie einem Bäcker in der Vorkassenzone eine ortskernintegrierte und zugleich verkehrszentrale Standortlage ein. Da sich dieser innerhalb der innerörtlichen Haupteinfahrstraße befindet, besteht eine gute räumlich-funktionale Anbindung zum gewachsenen Ortskern, auch wenn entlang

LIDL

dieses Teilabschnitts der Westerkappler Straße einzelne Friktionen gegeben sind.

Abb. 26: Fotos LIDL

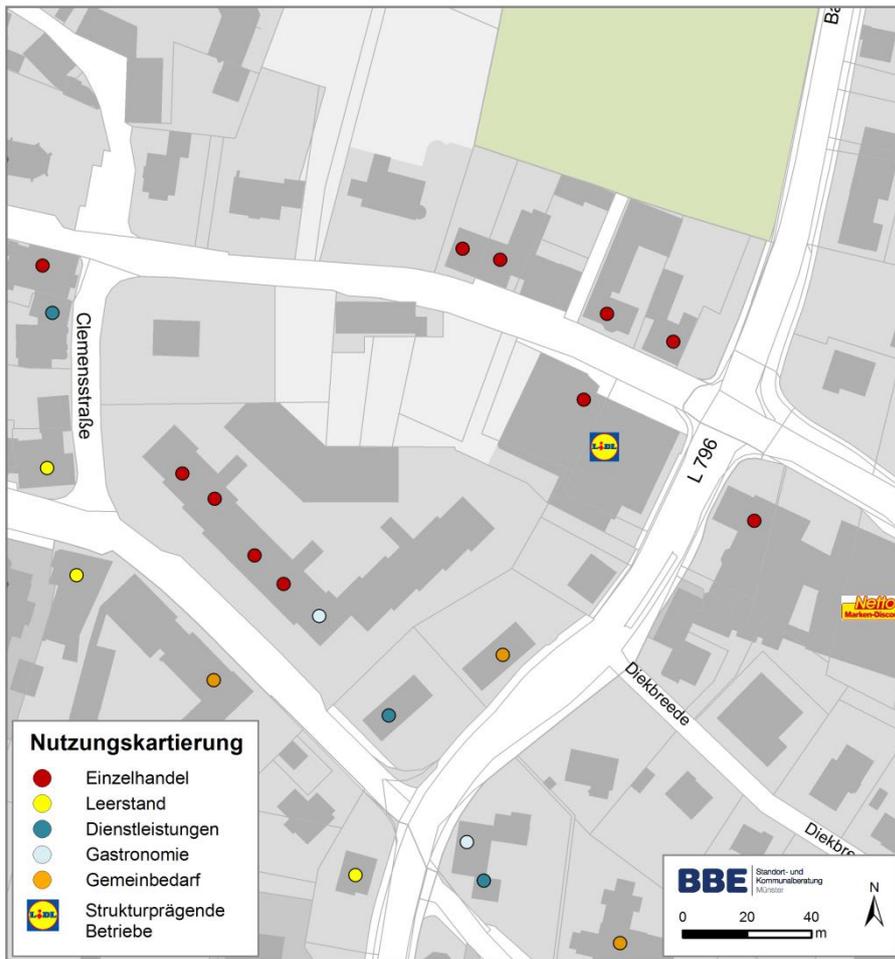


Quelle: eigene Fotos

Der Planstandort befindet sich innerhalb des rechtskräftigen Bebauungsplans Nr. 52 „Westerkappler Str. - 1. Abschnitt“. Gemäß den augenblicklichen Festsetzungen ist der Bereich als Kerngebiet definiert.

Baurecht

Abb. 27: Nutzungsstrukturen Westerkappelner Straße



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Durch die Grenzbebauung sowie die Wohnnutzungen im Obergeschoss sind möglichen Erweiterungen baulicher Art zumindest enge Grenzen gesetzt.

Entwicklungsoptionen

3.3.1.4 Lagebereich Westerkappelner Straße (NETTO)

Weiter östlich des gewachsenen Ortskerns befindet sich ein weiterer größerer Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln an der Westerkappelner Straße. Bedingt durch die Lage östlich der L 796 besteht allerdings eine gewisse Barrierewirkung in der fußläufigen Anbindung an den gewachsenen Ortskern und somit auch keine Agglomerationswirkung mit dem benachbarten LIDL-Discountmarkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite. Unmittelbar räumlich angrenzend wird derzeit zudem ein Sonderpostenmarkt des Betreibers ACTION errichtet.

NETTO

Abb. 28: Fotos NETTO

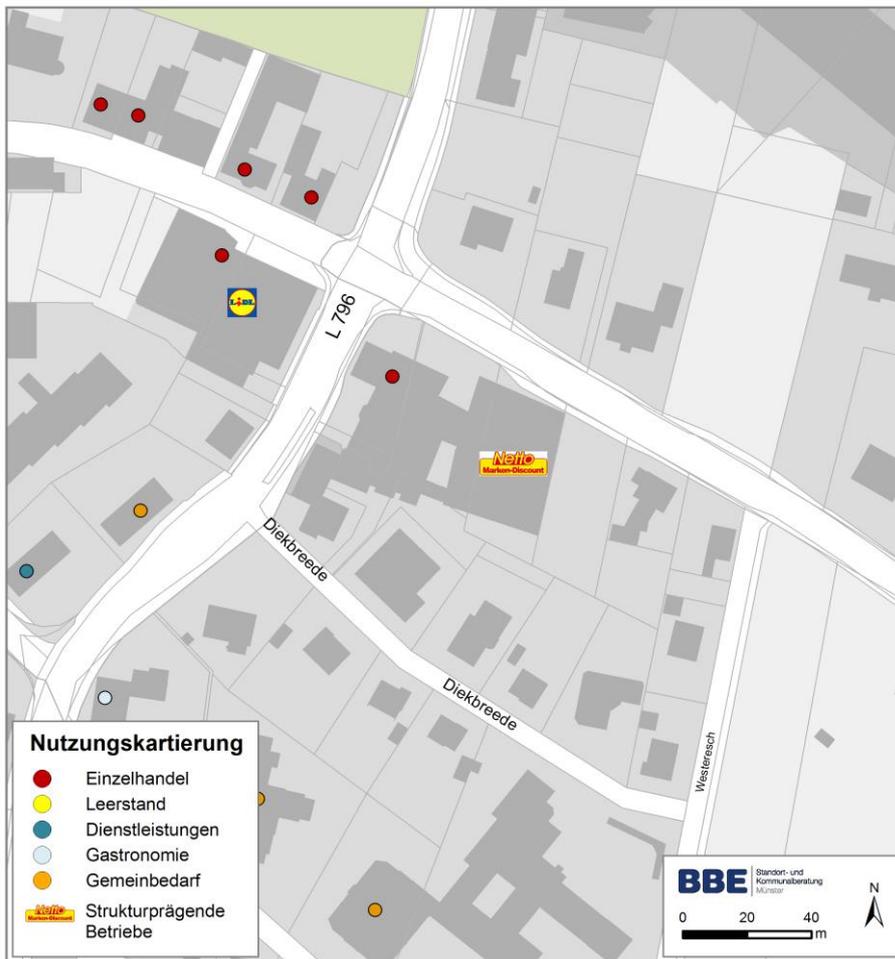


Quelle: eigene Fotos

Der Standort befindet sich in einem Mischgebiet im Geltungsbereich der 4. Änderung des BPlans Nr. 12 „Westersch“.

Baurecht

Abb. 29: Nutzungsstrukturen Westerkappeler Straße

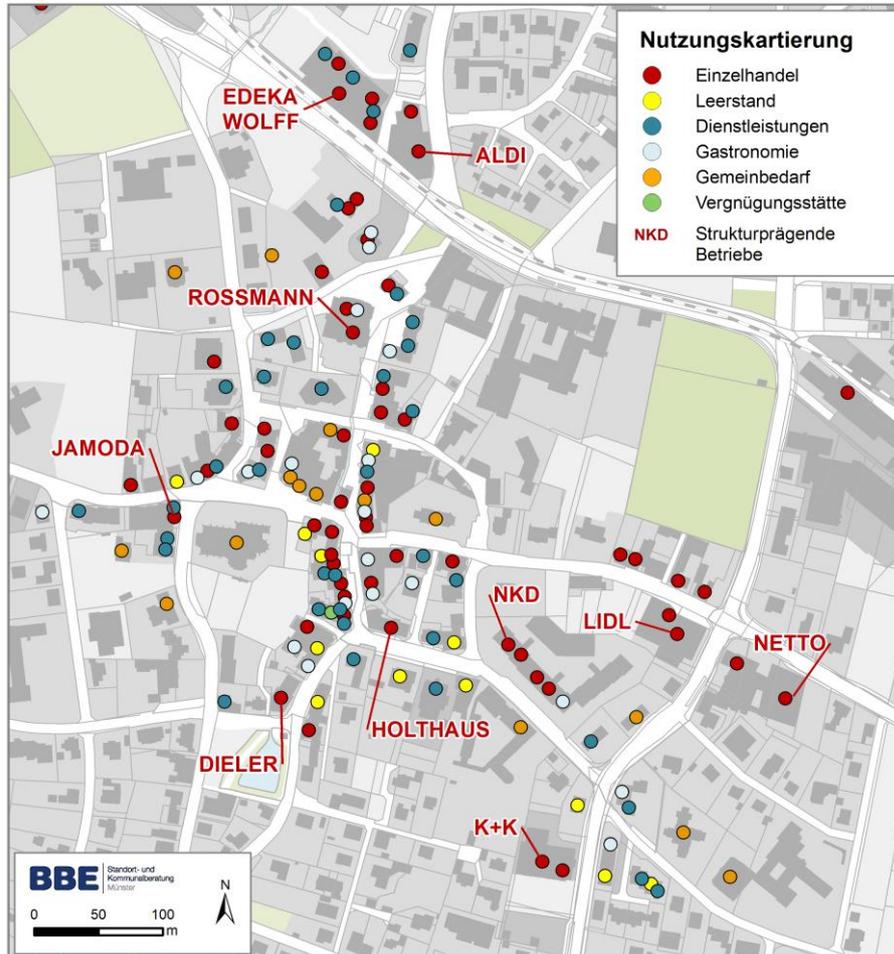


Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

3.3.2 Nutzungsstrukturen im Ortskern

Unter Einbeziehung der dargestellten Lagebereiche ergibt sich für den Ortskern eine kompakte und vielfältige Nutzungsstruktur.

Abb. 30: Nutzungsmischung Ortskern



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Im Ortskern sind zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 55 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die zusammen ein Angebot von rd. 11.500 qm Verkaufsfläche vorhalten. Damit liegen etwa 50 % der gesamten Verkaufsfläche im Ortskern. Magnetfunktion für den Ortskern übernehmen u. a. die bereits genannten größeren Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln.

Die größte Nutzungsdichte befindet sich rund um den Markt und die St. Agatha Kirche. Magnetbetriebe in diesem Bereich sind u. a. die Betreiber JAMODA, HOLTHAUS, DIELER oder ROSSMANN. Allerdings hat sich der räumliche Schwerpunkt innerhalb des gewachsenen Ortskerns in Teilen in Richtung Norden verschoben, was sich u. a. in einigen größeren Leerständen im südlichen Bereich widerspiegelt. Trotz dieser Ent-

55 Betriebe im Ortskern

Verschiebung nach Norden

wicklung ist festzuhalten, dass sich innerhalb des Ortskerns eine attraktive und leistungsfähige Mischung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe etabliert hat, die insgesamt zu einem attraktiven und unverwechselbaren Ortsbild beitragen.

3.3.3 Standortbereich Recker Straße

Westlich des Ortskerns haben sich an der Ausfallstraße „Recker Straße“ mehrere Fachmärkte etabliert, die zu der guten Angebotssituation in der Gemeinde insgesamt beitragen. Daneben wird das Umfeld insbesondere durch Mischnutzungen geprägt.

Durch die Friktionen, die fehlende Nutzungsmischung sowie die fehlende Anbindung an den gewachsenen Besitz im Ortskern nimmt der Standortbereich den Charakter einer Fachmarkttagglomeration ein.

Westliche Ausfallstraße

Funktion:
Fachmarkttagglomeration

Abb. 31: Nutzungskartierung Standortbereich Recker Straße



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Magnetbetriebe

Magnetbetriebe innerhalb dieses Bereiches sind das Möbelhaus AG-TERNKAMP, Rad und Zoo WULFEKAMMER sowie die POSTENBÖRSE und somit Anbieter sowohl zentrenrelevanter als auch nicht zentrenrelevanter Sortimente.

Abb. 32: Fotos Standortbereich Recker Straße



Quelle: eigene Fotos

Insgesamt sind am Standort 5 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.950 qm ansässig. Hiermit entfallen knapp 21 % des örtlichen Einzelhandels auf diesen Standortbereich.

Rd. 4.900 qm Verkaufsfläche

3.3.4 Standortbereich Westerkappelner Straße

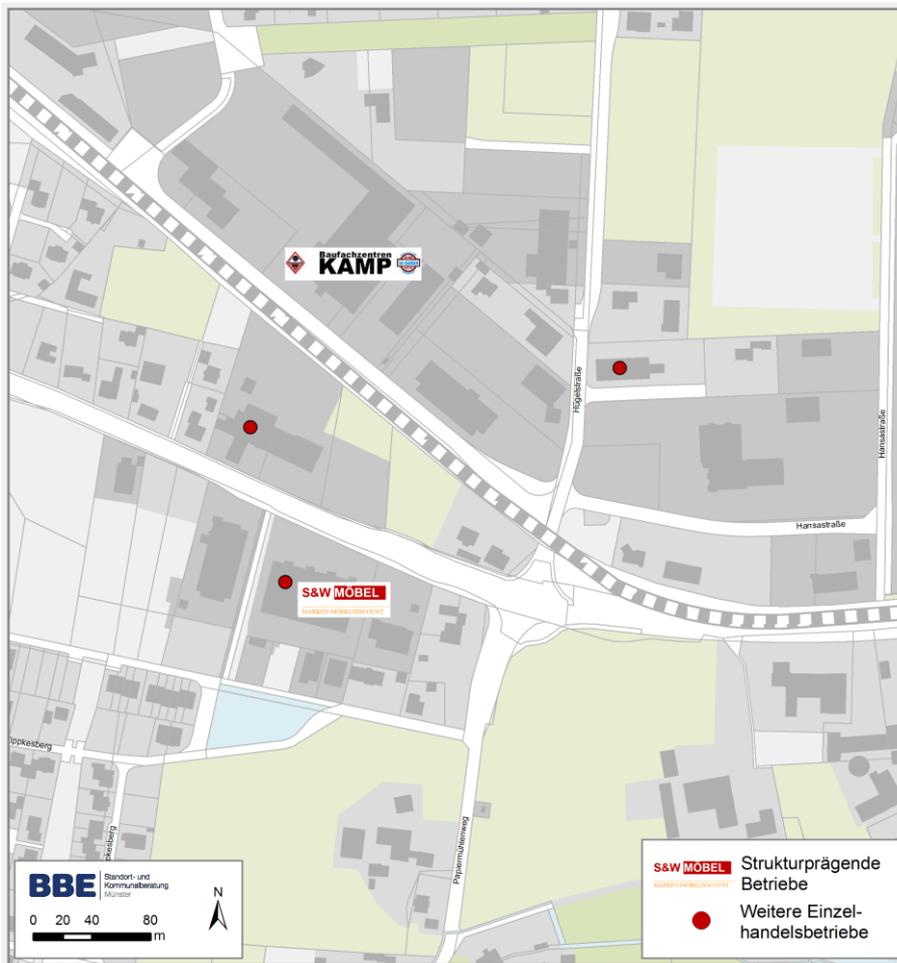
Östlich vom Ortskern haben sich entlang der Westerkappelner Straße bzw. im angrenzenden Gewerbegebiet ebenfalls einige, teilweise auch großflächige Fachmärkte etabliert, die das örtliche Einzelhandelsangebot komplettieren.

Östliche Ausfallstraße

Durch den gewerblich geprägten Gebietscharakter mit mehreren großflächigen Einzelhandelsbetrieben ohne ergänzende, handelsaffine Nutzungsverdichtung ist der Bereich ebenfalls als Fachmarktstandort zu charakterisieren.

Funktion:
Fachmarkttagglomeration

Abb. 33: Nutzungskartierung Standortbereich Westerkappelner Straße



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Besonders zu erwähnen sind der METTINGER BAUMARKT sowie der Möbelanbieter S&W Möbel und somit Anbieter nicht zentrenrelevanter Sortimentsschwerpunkte.

Magnetbetriebe

Abb. 34: Fotos Standortbereich Westerkappelner Straße



Quelle: eigene Fotos

Der Einzelhandelsbesatz entlang der Westerkappelner Straße umfasst ebenfalls 5 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.000 qm. In Bezug auf den Gesamtflächenbesatz der Gemeinde entspricht dies einem Anteil von rd. 17 %.

Rd. 4.000 qm Verkaufsfläche

3.3.5 Nahversorgungsstrukturen in Mettingen

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge nimmt die Grund- bzw. Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung oder wohnungsnaher Grundversorgung wird 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 zählen die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik.

Definition

Zugleich sind diese Betriebe aber oftmals auch Magnetbetriebe für die sonstigen Nutzungen in ihrem Umfeld und stellen somit eine wichtige Frequenzfunktion sicher. Hier hat die Gemeinde Mettingen sich als wesentliche städtebauliche Zielvorgabe eine räumlich möglichst enge Anbindung der Nahversorgungsbetriebe an den gewachsenen Ortskern mit seinen teilweise kleinteiligen und historischen Bebauungsstrukturen gesetzt und auch realisieren können. Im Ergebnis befinden sich somit alle größeren Nahversorger innerhalb der Ortsmitte.

Nahversorger als Magnetbetriebe

Insgesamt stellt sich die quantitative Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Mettingen mit 0,57 qm Verkaufsfläche je Einwohner für Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie / Parfümerie / Kosmetik zum Zeitpunkt der Erhebung als gut dar.¹⁴ Das Angebot umfasst hierbei zwei Verbrauchermärkte (EDEKA, K+K) sowie die Discountmärkte der drei marktführenden Betreiber (ALDI, LIDL, NETTO). Darüber hinaus sind weitere Angebote bei Fachmärkten wie einem Drogeriemarkt (ROSSMANN) sowie kleineren Anbietern, Ladenhandwerkern und Fachgeschäften etc. zu finden.

Gute Ausstattung

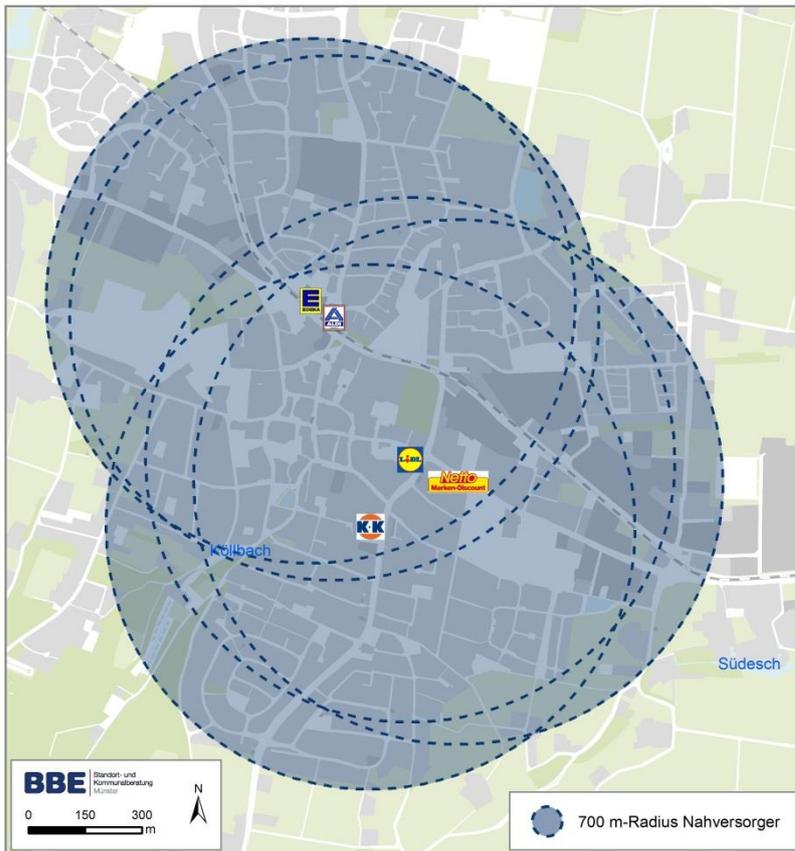
Durch die räumliche Konzentration auf die Ortsmitte bei zeitgleicher räumlicher Verteilung innerhalb der Ortsmitte auf die wesentlichen Zugangsbereiche hierzu gelingt zugleich eine gute räumliche Abdeckung des Hauptsiedlungsbereiches. Der nachfolgenden Abbildung kann die räumliche Verteilung der wesentlichen Angebotsstätten der Nahversorgung entnommen werden. Um die einzelnen Standorte ist jeweils ein 700 m-Radius¹⁵ gezogen worden.

Gute räumliche Abdeckung

¹⁴ Einschließlich des im Bau befindlichen NETTO Discountmarktes

¹⁵ Es 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 max. 700 m.

Abb. 35: Nahversorgungsradien



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Grundsätzlich besteht eine gute und flächendeckende Versorgung, wenngleich einige der örtlichen Betriebsstätten insbesondere hinsichtlich ihrer Verkaufsflächendimensionierungen einen Anpassungsbedarf an marktübliche Standards haben und dies auch durch die Entwicklung moderner Formate z. B. in Recke oder Westerkappeln als potenzielle Wettbewerbsstandorte forciert wird. Hiervon ausgenommen werden kann der derzeit im Bau befindliche NETTO-Discountmarkt, wenngleich sich der Markt unterhalb der Großflächigkeitsgrenze etabliert.

Anpassungsbedarf

Abb. 36: innerörtliche Magnetbetriebe der Nahversorgung



Magnetbetriebe der Nahversorgung

LIDL,
Westerkappeler Str.



NETTO (in Bau),
Westerkappeler Str.



Quelle: eigene Fotos

Weitere Angebotsstrukturen finden sich zudem innerhalb des Ortsteils „Siedlung Priestertum“. Hier hat sich mit IHRE KETTE ein kleines Lebensmittelgeschäft etabliert, welches derzeit die wesentliche wohnortnahe Grundversorgung für den angrenzenden Siedlungsbereich übernimmt.

Abb. 37: weitere Angebotsstrukturen der Nahversorgung



Quelle: eigene Fotos; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

3.4 Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Zur Beurteilung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen wird eine Analyse der Nachfragesituation vorgenommen. Im Ergebnis werden die Kaufkraftpotenziale und -bindungen innerhalb der kommunalen Grenzen ermittelt.

3.4.1 Kaufkraftpotenzial in Mettingen

Die Analyse der örtlichen Nachfragesituation erfolgt auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau, den Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen.

Die Daten und Statistiken der nachfolgenden Institute stellen hierfür die Grundlagen dar:

- IFH Retail Consultants, Köln 2014
- Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Düsseldorf 2015

Für die Ermittlung des Kaufkraftpotenziales im Gemeindegebiet werden neben der Zahl der Einwohner (= Bedarfsträger) die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben hinzugezogen.¹⁶ Grundlage sind die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants aus dem Jahre 2014. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind insgesamt 5.678 € einzelhandelsrelevant.¹⁷

Die Verbrauchsausgaben werden zudem mit einem Faktor gewichtet, der einen Index für die Ausgabefähigkeit im örtlichen Einzelhandel darstellt. Dieser Faktor wird bei der Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer einbezogen. Die IFH Retail Consultants Köln, weisen in der Gemeinde Mettingen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 94,52 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit um 5,48 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Das Kaufkraftniveau der Gemeinde ist vergleichbar mit der Region, wie der nachfolgenden Karte zu entnehmen ist, wenngleich die südlich gelegenen Gemeinden leicht höhere, jedoch immer noch unter dem Bundesdurchschnitt liegende Kaufkraft vorweisen.

Auswertung sekundärstatistischer Quellen

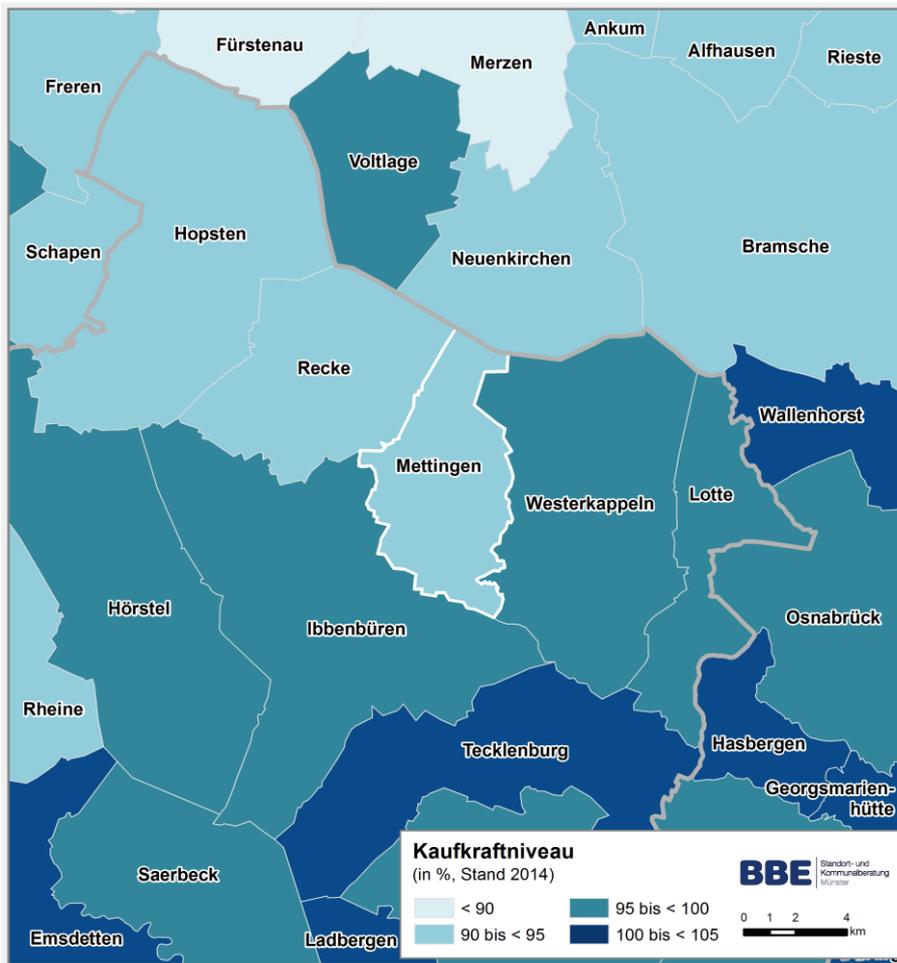
Verbrauchsausgaben

Kaufkraftkennziffer:
94,52 %

¹⁶ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft (= Summe aller Nettoeinkünfte aus selbstständiger und nicht selbstständiger Arbeit einschließlich Kapitaleinkünften und staatlichen Transferzahlungen, wie Arbeitslosengeld, Kindergeld und Renten), die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u. a. Dienstleistungen, Versicherungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u. a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

¹⁷ Inkl. Versandhandel und e-Commerce

Abb. 38: Kaufkraft in der Region



Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2014; © GeoBasis-DE / BKG 2014

Die Verbrauchsausgaben werden mit der Elastizität der Nachfrage gewichtet, da die Ausgabenbereitschaft für einzelne Sortimente durchaus differieren kann. Dies bedeutet, dass bei einem höheren Kaufkraftniveau die Ausgabenbereitschaft beispielsweise bei Gütern des mittelfristigen Bedarfes nicht im gleichen Verhältnis wie z. B. bei Gütern des langfristigen Bedarfes ansteigt.

Hieraus ergibt sich für die Gemeinde Mettingen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 5.543 €¹⁸ im Jahr.

Elastizitätsfaktor

¹⁸ Verbrauchsausgaben korrigiert um die Ausgaben, die im Baumarktsegment über das Handwerk abgedeckt werden.

Abb. 39: Kaufkraftpotenzial in Mettingen¹⁹

Warengruppe		Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe	
	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	94,52	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	
	Einwohner:	11.975	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	
			im Gebiet	in T€ zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	
Nahrungs- und Genussmittel			2.248	2.134	25.553
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.			927	897	10.737
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher			190	175	2.095
Überwiegend kurzfristiger Bedarf			3.365	3.205	38.385
Bekleidung/Wäsche			493	452	5.408
Schuhe, Lederwaren			139	128	1.534
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf			477	464	5.559
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat			65	59	705
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.			222	204	2.445
Überwiegend mittelfristiger Bedarf			1.396	1.307	15.651
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien			432	398	4.766
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten			158	145	1.739
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video			414	387	4.638
Uhren/Schmuck			73	65	782
Sonstiges			37	34	413
Überwiegend langfristiger Bedarf			1.114	1.030	12.339
Gesamt			5.876	5.543	66.374

Quelle: eigene Darstellung; IFH Retail Consultants, Köln 2014

Gewichtet mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt rd. 66,4 Mio. € für das Jahr 2014 ermitteln.

Kaufkraftpotenzial:
rd. 66,4 Mio. €

Die Gemeinde Mettingen ist seit 1992 staatlich anerkannter Erholungsort und wird u. a. in diesem Zusammenhang auch durch Touristen aufgesucht. Neben einem attraktiven Ortsbild kann hierbei die Gemeinde mit ihrem Rundwandernetz, den guten ausgebauten Fahrradwegen oder ihren Museen punkten. Diese erhöhen somit das zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial. Über die Höhe des touristischen Potenzials kann mangels vorliegender Zahlen allerdings keine verlässliche Aussage getroffen werden.

Touristisches Potenzial

3.4.2 Kaufkraftbindungsquoten

Auf Grundlage der Betriebsstättenerhebungen sowie der Kaufkraftdaten wird eine Analyse der örtlichen Kaufkraftbindungsquoten vorgenommen. Hierbei werden die vor Ort gebundenen Umsätze der sortimentspezifischen

Umsatz-Kaufkraft-
Relation

¹⁹ Es sind ausschließlich Einwohner mit gemeldeten Erstwohnsitz (ohne Zweit- / Nebenwohnsitz) berücksichtigt worden.

schen Kaufkraft gegenübergestellt.²⁰ Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt eine Kenngröße für die Versorgungssituation der Gemeinde dar.

Liegt der Wert unter 100 %, so sind die Abflüsse (im Saldo) stärker als die Zuflüsse, bei einem Wert über 100 % erwirtschaftet der Einzelhandel mehr als Kaufkraft vor Ort vorhanden ist. Die vollständige Kaufkraftbindung von 100 % ist allerdings zunächst eine rechnerische Größe, die in den einzelnen Sortimenten teilweise deutlich nach oben oder nach unten abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Stadt oder eines Standortes auch mit der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebe oder Betriebsformen des Handels in Verbindung steht.

Zur Ermittlung der Umsätze werden aktuelle branchenbezogene und betriebsspezifische Flächenproduktivitäten²¹, d. h. sortimentspezifische Umsätze je qm Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen, angesetzt, die hinsichtlich der standortbezogenen und betrieblichen Qualitäten der Einzelhandelsbetriebe angepasst werden. Bezogen auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze.

In der Gemeinde Mettingen wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter Umsatz von rd. 60,3 Mio. € realisiert. In Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vor Ort besteht so insgesamt eine Kaufkraftbindung von 91,4 % über alle Sortimente.

Einzelhandelsumsatz
ca. 60,3 Mio. €

²⁰ = Umsatz-Kaufkraft-Relationen (Relation zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Nachfragepotenzial)

²¹ EHI Retail Institute, Köln 2014/2015

Abb. 40: Bindungsquoten

Warengruppe	erzielte Umsätze*	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation 2015
	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in Prozent zur Kaufkraft
Nahrungs- und Genussmittel	25.060	25.553	98,1%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken, Optik/Akustik/Sanitätsbed.	10.305	10.737	96,0%
Papier- /Büro- /Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	947	2.095	45,2%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	36.312	38.385	94,6%
Bekleidung/Wäsche	4.366	5.408	80,7%
Schuhe, Lederwaren	601	1.534	39,2%
Baumarktsortimente, Blumen/Pflanzen/Gartenbedarf, Zoo-/Heimtierbedarf	6.561	5.559	118,0%
Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat	749	705	106,3%
Spielw., Sport, Fahrrad/Freizeit/Camping, Hobby/Basteln/Musikinstr.	2.210	2.445	90,4%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	14.487	15.651	92,6%
Möbel, Wohneinrichtung, Heim-/Haustextilien	5.881	4.766	123,4%
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten	1.118	1.739	64,3%
Unterhaltungselektronik, Musik, PC/-zubehör, Kommunikation, Foto/Video	1.532	4.638	33,0%
Uhren/Schmuck	---	782	---
Sonstiges	---	413	---
Überwiegend langfristiger Bedarf	9.461	12.339	79,3%
Gesamt (ohne Leerstände)	60.260	66.374	91,4%

Quelle: eigene Berechnung; eigene Darstellung; EHI Retail Institute, Köln 2014/2015

Hervorzuheben sind die hohen Bindungswerte für Waren des kurzfristigen Bedarfes (Nahrungs- und Genussmittel), bei Baumarktsortimenten und Möbeln sowie für GPK und Hausrat, wenngleich bei sehr geringen Verbrauchsausgaben in den letztgenannten Sortimenten. Auch bei Textilien und Spielwaren werden angesichts der Ortsgröße gute Werte erzielt. Die Versorgungssituation in den Sortimenten ist wie folgt zu bewerten:

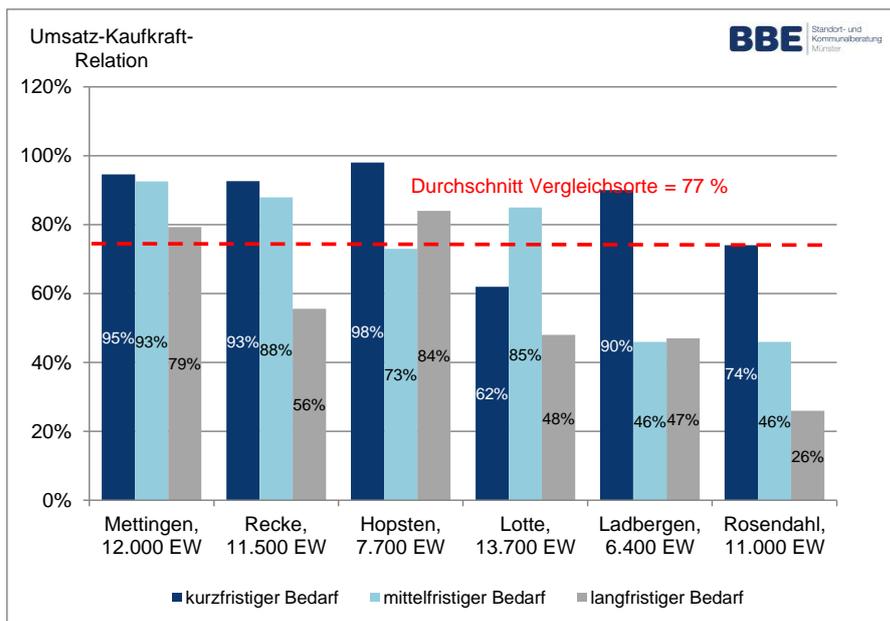
- Die quantitative Versorgung der Bevölkerung mit Nahversorgungsangeboten ist derzeit als gut anzusehen.
- Kaufkraftzuflüsse sind bei Baumarkt- und Möbelsortimenten festzustellen und somit den leistungsfähigen Anbietern vor Ort geschuldet.
- Ebenfalls rechnerische Zuflüsse ergeben sich bei Hausrat / GPK, wenngleich bei sehr niedrigen Verbrauchsausgaben. Die Sortimente finden sich überwiegend als Rand- oder Teilsortimente sonstiger Anbieter.
- Für ein Grundzentrum gute Abdeckungsquoten sind auch bei Textilien sowie bei Spiel / Sport / Hobby festzustellen.

Versorgungssituation

Der interkommunale Vergleich mit anderen Grundzentren macht deutlich, dass sich die Bindungsfähigkeit der Gemeinde im kurzfristigen Bedarfsbereich oberhalb der durchschnittlichen Werte vergleichbarer Städte bewegt.

Bindungsquoten
im Vergleich

Abb. 41: Bindungsquoten im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; Konzepte der Städte

3.5 Fazit: Stärken und Schwächen des Einzelhandels in Mettingen

Der Einzelhandelsstandort Mettingen weist in der Struktur seines Angebotes spezifische Stärken und Unverwechselbarkeiten auf. Als Stärken können folgende Punkte benannt werden, die es zukünftig weiter auszubauen und zu entwickeln gilt:

Stärken

- ein attraktiver und vitaler Ortskern mit einem vielfältigen und teilweise unverwechselbaren Erscheinungsbild,
- ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild und eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes,
- eine gute Angebotssituation, geprägt durch wettbewerbsfähige und leistungsstarke örtliche Anbieter,
- eine große Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt auch aufgrund kleinteiliger Fachgeschäfte,
- eine sehr gute Einbindung der großen Nahversorgungsanbieter an den gewachsenen Ortskern,
- eine quantitativ gute Verkaufsflächenausstattung und Kaufkraftbindung im Bereich Nahversorgung bei einem ausgewogenen Betriebs-typenmix (Supermärkte, Discounter, Drogeriemarkt, Ladenhandwerk)
- eine gute räumliche Abdeckung bei Nahversorgung,

- eine gute Ausstattung sowie hohe Kaufkraftbindungsquoten auch in einigen Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches.

Neben den obigen Stärken gibt es aber auch einige Schwächen. Dies sind:

Schwächen

- eine abnehmende Angebots- und Nutzungsverdichtung im südlichen Randbereich des Ortskerns,
- nicht mehr marktgerechte Formate einzelner Lebensmittelanbieter,
- keine erkennbaren Potenzialflächen im gewachsenen Ortskern,
- einige Leerstände, die zumindest vereinzelt auch stadtbildprägend sind.

Die Schwächen gilt es im Rahmen der Stärkung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen, wenn möglich, zu beheben. Mögliche Handlungsansätze sind diesbezüglich:

Handlungsansätze

- die Sicherung und Entwicklung der bestehenden Angebotsstrukturen durch Erweiterung sowie ggf. Verlagerung
- eine Entwicklung der Nahversorgung mit Fokus auf den Ortskern
- gezielte (kleinteilige) Ergänzungen in zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zur Stärkung des Ortskerns durch Nachnutzung von Leerständen
- eine Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Strukturen bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs sowie bei Angeboten mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten

4 Leitlinien und Ziele für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung

Die städtebauliche und einzelhandelsbezogene Situationsanalyse stellt die Grundlage für die Handlungsempfehlungen zur räumlich-funktionalen Steuerung des Einzelhandels und damit für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklung dar. Neben dem Vorrang der Innenentwicklung, der Vermeidung eines unnötigen Verbrauches vorhandener Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen ist die Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Mettingen übergeordnetes Ziel. Dabei gilt es, die Angebotsstrukturen insbesondere im Ortskern zu sichern und zu entwickeln, eine möglichst flächendeckende Grundversorgung zu gewährleisten bzw. auszubauen sowie funktionale Ergänzungsstandorte vorzuhalten. Voraussetzung hierfür ist ein abgestuftes und aufeinander abgestimmtes Zielsystem, auch um etwaige Zielkonflikte oder entgegenlaufende Planungen des Einzelhandels zu vermeiden.

Abgestuftes und abgestimmtes Zielsystem

Mit Hilfe nachfolgender Leitlinien, Zielsetzungen und Grundsätze wird ein Rahmen definiert, an dem sich künftige Entscheidungen zu einzelhandelsrelevanten Fragestellungen orientieren. Dabei sind unterschiedliche Maßstäbe für die Entwicklung unterschiedlicher Standortkategorien anzusetzen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept muss für jede Standortkategorie und damit letztlich für jeden Standort des Einzelhandels innerhalb der Gemeinde Mettingen Ziele und Handlungsanweisungen enthalten. Den rechtlichen Rahmen bilden hierzu die Grundsätze und Ziele der Raumordnung und Landesplanung sowie die Aussagen des BauGB sowie der BauNVO zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben und Einkaufszentren.

Die nachfolgenden Ziele und Leitlinien stellen eine Fortführung und Weiterentwicklung der bereits im Einzelhandelskonzept von 2007 erarbeiteten Ziele, welche bereits Grundlage für die Bauleitplanung in der Gemeinde sind.

Es soll darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung nachfolgender Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu reglementieren, sondern mögliche Einzelhandelsentwicklungen auf städtebaulich geeignete Standorte zu fokussieren.

Keine Reglementierung des Handels

Die Leitlinien und Ziele für die Gemeinde Mettingen lassen sich wie folgt zusammenfassen.

Ziele der Gemeinde Mettingen

Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Gemeinde Mettingen

Eine wesentliche Zielsetzung für die Einzelhandelsentwicklung ist die Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Gemeinde Mettingen als Grundzentrum. Hiermit gehen die Sicherung sowie der Ausbau eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes einher, welches durch die Quantität des Angebotes (Anzahl und Größe der Betriebsstätten) und seine qualitative Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Sortimentstiefe und -breite, Betriebsformen und -konzepte etc.) bestimmt wird.

Stärkung und Weiterentwicklung des Ortskerns

Der Ortskern in Mettingen stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort der Stadt dar. Das derzeitige als auch das zukünftige Einzelhandelsangebot, ergänzt um weitere Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, handelsaffine Nutzungen etc.), ist maßgeblich für die Attraktivität der Gemeinde. Ziel muss daher die Sicherung und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes sein.²² Der Fokus zukünftiger Entwicklungen (insbesondere mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist somit auf den Hauptgeschäftsbereich zu legen. Dieser Standort genießt als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der örtlichen Zentrenstruktur.

Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung

Ziel muss es sein, dauerhaft tragfähige, verträgliche und räumlich wie funktional ausgewogene Strukturen zu schaffen, welche die flächendeckende Nahversorgung der Bevölkerung nachhaltig sicherstellen. Das bestehende Netz an integrierten Nahversorgungseinrichtungen muss erhalten und stabilisiert werden.

Sicherung funktionaler Ergänzungsstandorte und zentrenverträgliche Entwicklung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen unter Berücksichtigung der städtebaulichen Ziele sowie der Zentrenverträglichkeit solcher Vorhaben anbieter- und kundengerecht weiterentwickelt werden. Einzelhandelsbetriebe mit

²² Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes wird dabei im entscheidenden Maße durch das Zusammenspiel aus quantitativer Ausstattung des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebsstätten, Verkaufsflächenausstattung etc.) sowie der qualitativen Zusammensetzung (Branchenvielfalt, Betriebsformen, Sortimentstiefe etc.) einschließlich seiner Funktions- / Nutzungsvielfalt (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie etc.) bestimmt.

nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen unter Vermeidung eines unnötigen Verbrauches von Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen räumlich vorrangig auf die bestehenden Sonder- / Fachmarktstandorte gelenkt werden (Bündelung).

Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch außerhalb schützenswerter Lagen

In den sonstigen Standortlagen außerhalb der schützenswerten Bereiche soll eine Steuerung des Einzelhandels erfolgen. Betriebsstätten, die nicht strukturprägend sind²³, können hier zugelassen werden. Bereits bestehende Betriebe, die sich außerhalb der schützenswerten Lagen befinden, genießen Bestandsschutz. Hierdurch erhalten sowohl die Immobilienwirtschaft als auch Betreiber verlässliche Aussagen zu Entwicklungsflächen und Standorten (Investitionssicherheit).

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Diese Gebiete sollen für ihre originären Bestimmungen vorgehalten und eine unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert werden.

Die Zielvorstellungen zur örtlichen Einzelhandelsentwicklung lassen sich je nach den örtlichen Ausgangsbedingungen nicht immer vollständig miteinander vereinbaren. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit ist etwaig entstehenden Zielkonflikten durch eine sachgerechte Abwägung der einzelnen Zielvorstellungen unter Berücksichtigung des räumlich-funktionalen Zentrumsystems bzw. der Zentrenhierarchie zu begegnen.

Für die je nach Sortimentsstruktur²⁴ unterschiedlichen Zielsetzungen wird ein aufeinander abgestimmtes Steuerungsinstrumentarium auf Grundlage einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung mit nachfolgenden Bausteinen angewendet:

- Standortstruktur & Zentrenhierarchie
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche (räumlich)
- Ortsspezifische Sortimentsliste (funktional)
- Ansiedlungsgrundsätze und -regeln

Sachgerechte
Abwägung ortsspezifischer Zielkonflikte

Steuerungselemente des
Konzeptes

²³ In Orientierung an den örtlichen Gegebenheiten unterhalb einer Größenordnung von etwa 300 qm („Mettinger Laden“), vgl. Herleitung Kap. 5.5.1

²⁴ Zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht zentrenrelevant

Abb. 42: Steuerungselemente des Konzeptes



Quelle: eigene Darstellung

5 Zentren- und Sortimentskonzept

Die nachfolgenden konzeptionellen Empfehlungen basieren sowohl auf den Untersuchungen und Analysen als auch den räumlichen Leitlinien und Entwicklungszielen und wurden u. a. gemeinsam mit den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises erörtert und weiterentwickelt.

Abstimmung
mit Arbeitskreis

5.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ ist von der Landesregierung mit Zustimmung des Landtags als Rechtsverordnung beschlossen worden. Die Veröffentlichung der Rechtsverordnung ist im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen am 12. Juli 2013 erfolgt. Damit ist der LEP NRW – Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ am 13. Juli 2013 in Kraft getreten. Dieser stellt mit den nachfolgend dargestellten Regelungen konkrete Anforderungen bezüglich der Standortwahl des großflächigen Einzelhandels.

Sachlicher Teilplan
„Großflächiger Einzelhandel“ (LEP NRW)

Gemäß Ziel 1 sind Kern- oder Sondergebiete für großflächige Einzelhandelsvorhaben nur im regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) zulässig.

Ziel 1: Lage im ASB

Gemäß Ziel 2 sind Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten²⁵ nur in zentralen Versorgungsbereichen möglich. Hinsichtlich der Lage großflächiger Vorhaben mit nahversorgungsrelevantem Sortimentschwerpunkt stellt der sachliche Teilplan zum großflächigen Einzelhandel allerdings auch fest, dass diese ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche möglich sind, sofern

Ziel 2: Lage in ZVB

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist,
- das Vorhaben der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient,
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt sind.

Ausnahmeregelungen für Betriebsstätten nahversorgungsrelevanter Kernsortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind gemäß Ziel 2 in Mettingen bei fehlenden Ansiedlungsstandorten innerhalb des Zentrums zu prüfen.

²⁵ Entsprechend den Leitsortimenten bzw. der ortstypischen Sortimentsliste

Gemäß Beeinträchtungsverbot aus Ziel 3 dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden durch die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Ziel 3: Beeinträchtigungsverbot

Etwaige Auswirkungen neuer großflächiger Einzelhandelsvorhaben auf die schützenswerten Standorte in Mettingen selbst sowie auf schützenswerte Bereiche in betroffenen Nachbarkommunen wären in diesem Zusammenhang im Sinne einer Untersuchung nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO darf der zu erwartende Gesamtumsatz der geplanten Sortimentsgruppen die jeweilige sortimentspezifische Kaufkraft der Gemeinde nicht überschreiten.

Grundsatz 4:
Kongruenz

Bei großflächigen Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zudem sicherzustellen, dass, sofern sie außerhalb zentraler Versorgungsbereiche festgesetzt werden, der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und dass es sich um Randsortimente (funktionaler Zusammenhang) handelt.

Grundsatz 6:
Anteil Randsortimente

Im Rahmen von Ziel 7 dürfen vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Hierbei sind Verkaufsflächen allerdings in der Regel auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise können jedoch geringfügige Erweiterungen der Verkaufsflächen in Betracht kommen, sofern hierdurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

Ziel 7: Überplanung
vorhandener Standorte

Gemäß Ziel 8 ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung sowohl bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche als auch bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken.

Ziel 8: Einzelhandelsagglomerationen

5.2 Standortstruktur & Zentrenhierarchie

Die Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Mettingen hängt von der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab.

Auf Grundlage der Situationsanalyse sowie der Leitlinien und Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Mettingen wird ein Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ angewendet. In diesem sind die räumlichen Versorgungsschwerpunkte in ein hierarchisches Zentrenmodell gegliedert und den Einzelhandelsstandorten räumlich-funktionale Versorgungsfunktionen zugewiesen worden. In Mettingen mit einer Bündelung der zentren- und nahversor-

Räumlich-funktionale
Arbeitsteilung

gungsrelevanten Sortimente ausschließlich auf das Zentrum liegt hier ein Standortsystem ausschließlich aus Hauptzentrum, sonstigen Standorten sowie den Fachmarktstandorten vor.

Maßgebliches Kriterium für die Einstufung und Abgrenzung eines Einzelhandelsstandortes im Zentrensystem ist die Einzelhandelsdichte sowie die Durchmischung mit weiteren Nutzungen. Hierbei sind u. a. die Anzahl und Dichte der Einzelhandelsbetriebe, die Sortimentsschwerpunkte, die Verkaufsfläche und die städtebauliche Integration in die Beurteilung einzubeziehen.

Neben der Orientierung am Bestand sind mögliche Entwicklungsperspektiven und geeignete Flächen zu berücksichtigen.

- Hauptzentrum

Der bedeutendste Einzelhandelsstandort in der Gemeinde ist der Ortskern, in dem sich vielfältige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie öffentliche Einrichtungen und gastronomische Betriebe konzentrieren. Der Ortskern übernimmt eine Versorgungsfunktion für das Gemeindegebiet.

- Sonstige Standortlagen

Neben dem Ortskern finden sich weitere nicht großflächige Angebotsstrukturen, die teilweise durch ihre räumliche Lage innerhalb von Wohnsiedlungsbereichen, umgeben von angrenzender Mantelbevölkerung, die Funktion einer wohnungsnahen Versorgung wahrnehmen können, aber aufgrund der nicht vorliegenden Nutzungsvielfalt keine Zentrenfunktion ausüben.

- Sonder- und Fachmarktstandorte

Neben den räumlichen Schwerpunkten für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente werden im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ der Standorte und Sortimente auch Standorte für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel benannt: die Sonder- und Fachmarktstandorte. Als Agglomeration einzelner Fachmärkte oder Fachgeschäfte lassen sie sich durch ihren nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt bei fehlender Dichte und Mischung mit anderen ortskernrelevanten Nutzungen charakterisieren. Prägend ist darüber hinaus 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 Mettingen nachfolgende Zentrenhierarchie:

Kriterien zur Festlegung
des zentralen Versorgungs-
bereiches

Entwicklungs-
perspektiven

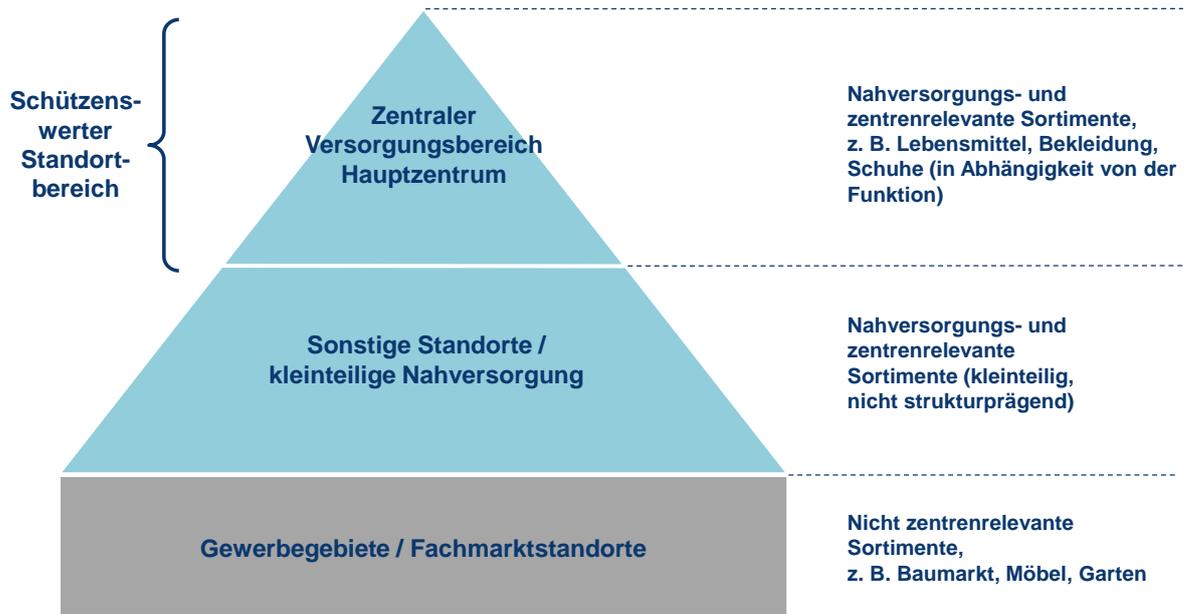
Hauptzentrum

Sonstige Standortlagen

Sonder- und
Fachmarktstandorte

Zentrenhierarchie

Abb. 43: Zentrenhierarchie der Gemeinde Mettingen



Quelle: eigene Darstellung

Gemäß den anzuwendenden Rechtsgrundlagen²⁶ ist das Hauptzentrum als schützenswerter und zu entwickelnder Bereich einzustufen. Dem gegenüber haben die Fachmarkt- und Bestandsstandorte keinen solchen Schutzanspruch.

5.3 Räumliche Festlegungen des ZVB

Der zentrale Versorgungsbereich stellt den zukünftig zu schützenden und zu entwickelnden Bereich insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten dar. Das Zentrum ist städtebaurechtlich und landesplanerisch schützenswert im Sinne des BauGB, der BauNVO sowie der Landesplanung.²⁷ Seine räumliche Abgrenzung sowie funktionale Zuordnung ist die wesentliche Grundlage zur Steuerung des Einzelhandels in der Bauleitplanung.

Dabei können sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ergeben. Sie können aber auch aus sonstigen

²⁶ u. a. i. S. V. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB

²⁷ Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO), der bundesrechtlichen Leitsätze zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB), der planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich (§ 34 Abs. 3 BauGB) sowie der zu berücksichtigenden Belange der Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Zudem berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne (§ 9 Abs. 2a BauGB).

raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen abgeleitet werden, nicht zuletzt aus den örtlichen Verhältnissen.²⁸

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung ist unter Einbeziehung funktionaler und städtebaulicher Kriterien vorzunehmen und erfolgt auf der Grundlage der städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde Mettingen sowie der Standortstruktur und Zentrenhierarchie.

Festlegung durch die
Gemeinde

Als Kriterien für die Festlegung bzw. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche lassen sich u. a. anführen:

Kriterien ZVB

- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des Gemeindegebiets,
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen,
- 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,
- die Lage der strukturprägenden Magnetbetriebe, räumliche Verteilung und Besatzdichte weiterer Angebotsstrukturen sowie Branchenmix,
- eine funktionale oder in sich geschlossene, kompakte städtebauliche Einheit / Bebauungsstruktur,
- die Gestaltung des öffentlichen Raumes,
- die Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität,
- die Gestaltung, Einbindung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur,
- die verkehrliche Erreichbarkeit und Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz,
- mögliche Barrieren und Zäsuren, z. B. Verkehrsstraßen und Bahngleise sowie
- die Passantenfrequenzen und –ströme.

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt mehrstufig. Auf Grundlage der örtlichen Situationsanalyse sowie obiger Kriterien wird zunächst eine parzellenscharfe Abgrenzung des tatsächlichen Bestandes von öffentlichen und privaten Einrichtungen vorgenommen.

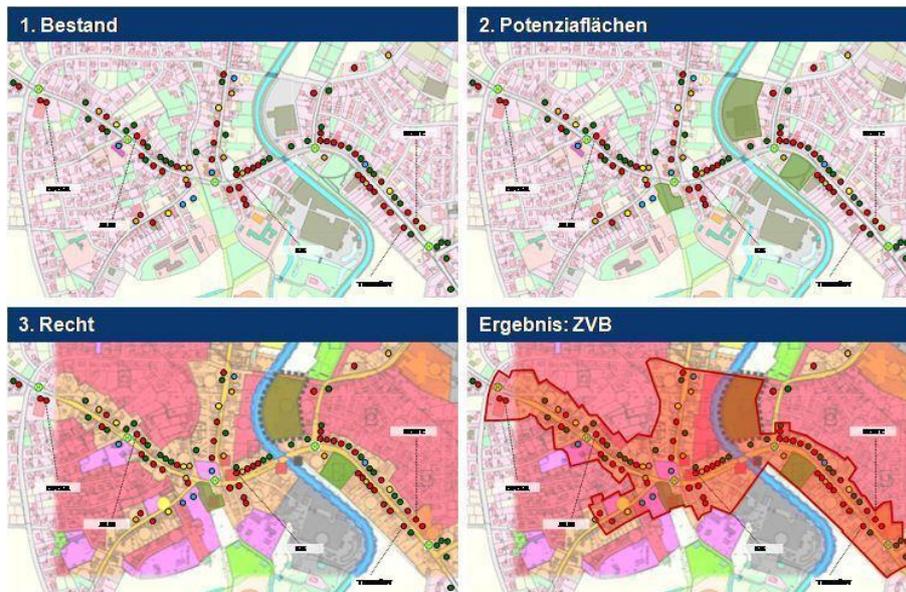
Methodik

²⁸ Begründung des Regierungsentwurfs zum Europarechtsanpassungsgesetz, BT-Drs. 15/2250

Um künftige Entwicklungsperspektiven zu berücksichtigen, ist neben dem tatsächlichen Bestand die Einbeziehung geeigneter Flächen geboten.

Darüber hinaus erfolgt eine Orientierung an den planungsrechtlichen Vorgaben (z. B. Regionalplan, Flächennutzungsplan), wengleich ein zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen muss.

Abb. 44: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel)



Quelle: eigene Darstellung

5.3.1 Hauptzentrum „Ortskern“

Entsprechend der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Gemeinde wird die Funktion des Hauptzentrums vom zentralen Versorgungsbereich im Ortskern übernommen. Dieser ist somit für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe sowohl zentren- als auch nahversorgungsrelevanter Kernsortimente geeignet.

Der im Hauptzentrum ansässige Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten dient der gemeindlichen Versorgung. Zum Schutz und zur Stärkung der Versorgungsfunktionen sind zukünftige zentren- und nahversorgungsrelevante Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren.

Für das Hauptzentrum werden folgende Zielvorstellungen definiert:

- Sicherung, Stärkung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums gemäß den Zielvorstellungen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes,

Großflächiger Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich

Zielvorstellungen

- Konzentration und Bündelung insbesondere von zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (klein- / großflächig) auf diesen Bereich.

Bei der räumlichen Abgrenzung haben die Ergebnisse der Situationsanalyse, und hier im Besonderen die Untersuchungen zu den unterschiedlichen Standort- bzw. Lagequalitäten Eingang gefunden. Wie die Untersuchungen gezeigt haben, ist der Lagebereich mit der höchsten Nutzungsmischung und somit Funktionsdichte im gewachsenen Ortskern rund um den Markt verortet. Hierbei handelt es sich vorrangig um kleinteilige Bebauungsstrukturen, teilweise auch mit historischer Bausubstanz.

Differenzierung nach
Lagequalitäten

Da aufgrund der hier vorzufindenden Kleinteiligkeit geeignete Flächen für den großflächigen Einzelhandel im gewachsenen Ortskern nicht zur Verfügung stehen, haben sich die größeren Anbieter von Nahversorgungsangeboten in unmittelbarer Randlage des gewachsenen Ortskerns etabliert und erfüllen somit nicht nur eine Versorgungsfunktion in siedlungsintegrierter Lage, sondern sind zugleich auch Magnetbetriebe und Frequenzbringer für den überwiegend kleinteiligen Besatz des gewachsenen Ortskerns. Sie sind somit funktionaler Bestandteil des Zentrums und für die Sicherung und Weiterentwicklung des Ortskerns unerlässlich.

Zugleich soll aber auch auf konzeptioneller Ebene sichergestellt werden, dass diese Lagen insbesondere den (großflächigen) Angeboten mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dienen und nicht in einen möglichen Wettbewerb mit den kleinteiligen Strukturen des gewachsenen Ortskerns treten. Für die angesprochenen Lagebereiche soll daher die Empfehlung ausgesprochen werden, diese als „Ergänzungslagen Nahversorgung“ mit einer entsprechenden Funktionszuweisung als Standorte nahversorgungsrelevanter Angebote zu definieren.

Ergänzungslagen
Nahversorgung

Wie in der Situationsanalyse für den Lagebereich „Schultenwiese“ dargelegt wurde, stellen die südlich verlaufende Bahntrasse sowie die Landesstraße zwar eine gewisse räumliche Zäsur zum gewachsenen Ortskern dar, wenngleich eine attraktive fußläufige Verbindung mit einer Unterführung die Anbindungsqualität an den Ortskern deutlich herstellt. Diese gestalterisch und städtebaulich attraktive Verbindung wird sowohl von Fußgängern als auch Radfahrern gut angenommen und sichert somit einen Austausch mit dem gewachsenen Ortskern. Neben seiner wohngebietsbezogenen Versorgungsfunktion aufgrund der siedlungsintegrierten Lage übernimmt der Standort somit eine wesentliche Funktion für den unmittelbar südlich angrenzenden, gewachsenen Ortskern

Schultenwiese

Allerdings stehen innerhalb des Lagebereichs „Schultenwiese“ keine geeigneten Flächen oder Objekte zur Verfügung, um den dortigen Discountmarkt auf ein mittlerweile marktübliches Format entwickeln zu kön-

Entwicklungsfläche im
Bereich „Schultenwiese“

nen. Unmittelbar angrenzend an die „Schultenwiese“ steht jedoch südlich der Bahnlinie sowie der Bahnhofstraße eine mögliche Potenzialfläche zur Verfügung, die zumindest grundsätzlich als Entwicklungsfläche für den großflächigen Einzelhandel geeignet ist. Hierbei handelt es sich um eine nicht bebaute Grünfläche in einer Größenordnung von etwa 10.000 qm, die jedoch nur zu Teilen für eine mögliche Handelsentwicklung zur Verfügung steht bzw. stehen soll.

Das Grundstück liegt südlich der Hauptverkehrsachse Bahnhofstraße sowie westlich der Sunderstraße. Über die letztgenannte Straße ist auch die Anbindung an den Ortskern gegeben, wenngleich die Anbindungsqualität hinsichtlich der Nutzungsdichte und der Gestaltungsqualität noch zu verbessern wäre. Darüber hinaus wäre bei der Anlagenplanung eine Ausgestaltung städtebaulich wünschenswert, die eine möglichst enge Anbindung des Objektes sowohl hinsichtlich der fußläufigen Anbindung als auch der Sichtbeziehungen gewährleisten würde.

Abb. 45: Fotos Potenzialfläche



Quelle: eigene Fotos

Das unmittelbare Umfeld dieses Potenzialbereichs wird in nördlicher bzw. westlicher Richtung durch teilweise Einzelhandelsnutzungen (Möbel, Tankstelle), in südlicher Richtung durch Gemeinbedarf (Comenius-Kolleg) sowie nach Westen durch einen Dienstleister sowie Wohnbebauung gekennzeichnet.

Umfeld

Abb. 46: Fotos Standortumfeld



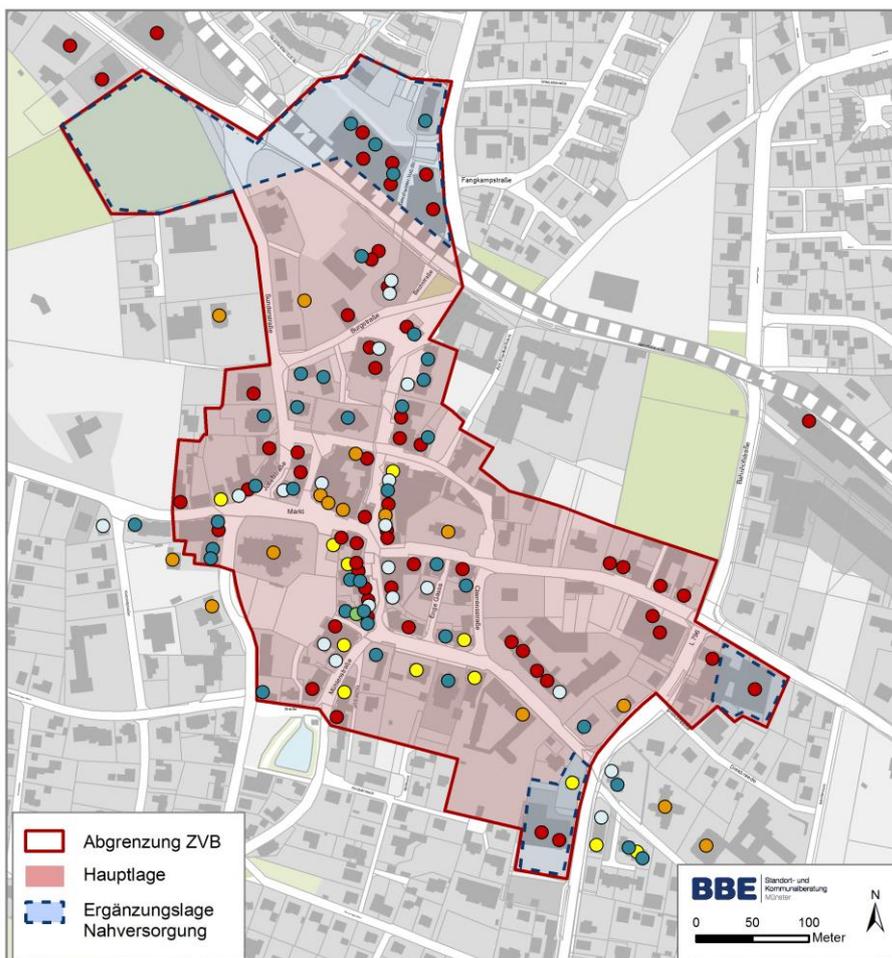
Quelle: eigene Fotos

Die Standorteigenschaften der Entwicklungsfläche lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- die Fläche ist als Standort des großflächigen Einzelhandels mit Nahversorgungssortimenten grundsätzlich geeignet
- die Verträglichkeit möglicher Entwicklungen ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen
- eine Nutzung mit weiteren Einzelhandelsflächen gleich welcher Art (Agglomeration) ist zu vermeiden
- bei der Planung sollte der Gestaltungs- und Anbindungsqualität ein besonderes Augenmerk gelten

Unter Einbeziehung der Ergänzungslagen sowie der genannten Potenzialfläche stellt sich der zentrale Versorgungsbereich in seiner funktionalen Gliederung wie folgt dar.

Abb. 47: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Schützenswerter Bereich im Sinne eines zentralen Versorgungsbereiches ist der gesamte rot umrandete Raum. Betriebe aller Branchen und Größenordnungen sind innerhalb dieses Kernbereichs zulässig, d. h. neben der Konzentration strukturprägender Magnetbetriebe ist eine gezielte Neuansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe insbesondere zentrenrelevanter Art anzustreben. Den Ergänzungslagen der Nahversorgung kommt die Aufgabe als Standorte für nahversorgungsrelevante Kernsortimente zu.

Kernbereich

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

Aus der dargestellten Abgrenzung und Differenzierung ergeben sich nachfolgende Konsequenzen:

Konsequenzen aus der Abgrenzung

- Bestehendes Baurecht wird durch das Konzept zunächst nicht berührt.
- Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs schafft die städtebauliche Grundlage für eine gezielte und nach Lagequalitäten differenzierte Entwicklung des Einzelhandels und zur planerischen Steuerung insbesondere des großflächigen Einzelhandels. Über die mögliche Zulässigkeit einzelner Planungen ist im Rahmen der Aufstellung bzw. Änderung von Bauleitplänen zu entscheiden.
- Der abgegrenzte „zentrale Versorgungsbereich“ stellt den Bereich der Gemeinde Mettingen mit der höchsten Schutzwürdigkeit dar und ist im Rahmen möglicher Auswirkungs- und Verträglichkeitsuntersuchungen als wesentlicher städtebaulicher Belang bei der Bewertung von (großflächigen) Vorhaben im Bereich der Gemeinde selbst oder auch bei (großflächigen) Vorhaben oder Planungen benachbarter Gemeinden zu beachten (§ 2 Abs. 2 BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB).

5.3.2 Sonder- / Fachmarktstandorte

Neben dem Hauptzentrum sind im Gemeindegebiet Standorte für die (vorrangige) Ansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig.

Standorte für nicht zentrenrelevanten Handel

Anders als bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentschwerpunkten sind Ansiedlungen des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt auch außerhalb schützenswerter Bereiche zulässig. Voraussetzung ist allerdings die Lage in einem Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) sowie die Beschränkung der

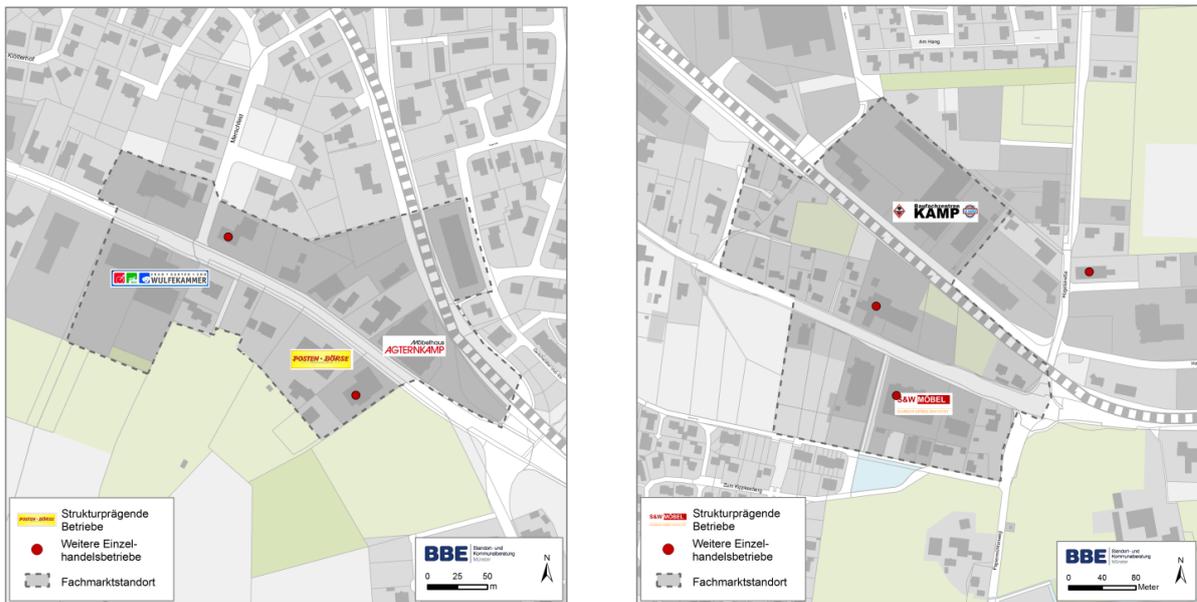
Bündelung auf Sonder- und Fachmarktstandorte

Randsortimente. Neben der Zulässigkeit solcher Vorhaben z. B. in Gewerbe- oder Industriegebieten empfiehlt sich eine Bündelung entsprechender Vorhaben auf definierte Bereiche, um zumindest mittelbar zu einem reduzierten Ressourcenverbrauch und einer besseren Auslastung örtlicher Infrastrukturen beizutragen.

In der Gemeinde Mettingen finden sich Fachmärkte teilweise in Agglomerationslage im Bereich der Recker Straße sowie der Westerkappeler Straße. Diese sind von daher hinsichtlich ihrer Funktion als Sonder- bzw. Fachmarktstandorte einzuordnen.

Sonder- und Fachmarktstandorte

Abb. 48: Sonder- und Fachmarktstandorte



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

Für die Sonder- und Fachmarktstandorte wird empfohlen:

Empfehlungen

- Zulässig ist die Ansiedlung von (großflächigen) Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten, sofern die Verträglichkeit der Planungen mit den gemeindlichen Strukturen und einer etwaig zugewiesenen Versorgungsfunktion gegeben ist.
- Bei großflächigen Betriebsstätten ist der Anteil der (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Randsortimente auf maximal 10 % (insgesamt maximal 2.500 qm) zu beschränken²⁹ und sollte dem Kernsortiment deutlich untergeordnet sein. Die maximale Verkaufsflächenobergrenze ist zudem durch das raumordnerische Kongruenzgebot (Grundsatz 4 LEP) beschränkt. Zudem sollte die Gesamtfläche

²⁹ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass bestehende Betriebsstätten mit Anteilen zentrenrelevanter Randsortimente > 10 % entsprechend unter den Bestandsschutz auf die ausgeübte Nutzung bzw. auf den durch den BPlan gesicherten Bestand fallen.

der Randsortimente nicht von einem Teilsortiment allein eingenommen werden, sondern eine Aufteilung auf unterschiedliche Teilsortimente erfolgen.

- Entwicklungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten sind an diesen Standorten auszuschließen.

Der Ausschluss nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente verfolgt die zuvor definierten städtebaulichen Zielvorstellungen einer Stärkung des Ortskerns.

Städtebauliche
Zielvorstellungen

Die Zielvorstellung entspricht zugleich den Vorgaben der landesplanerischen Regelungen durch den Sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ (LEP NRW). So ist gemäß Ziel 2 großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig.³⁰

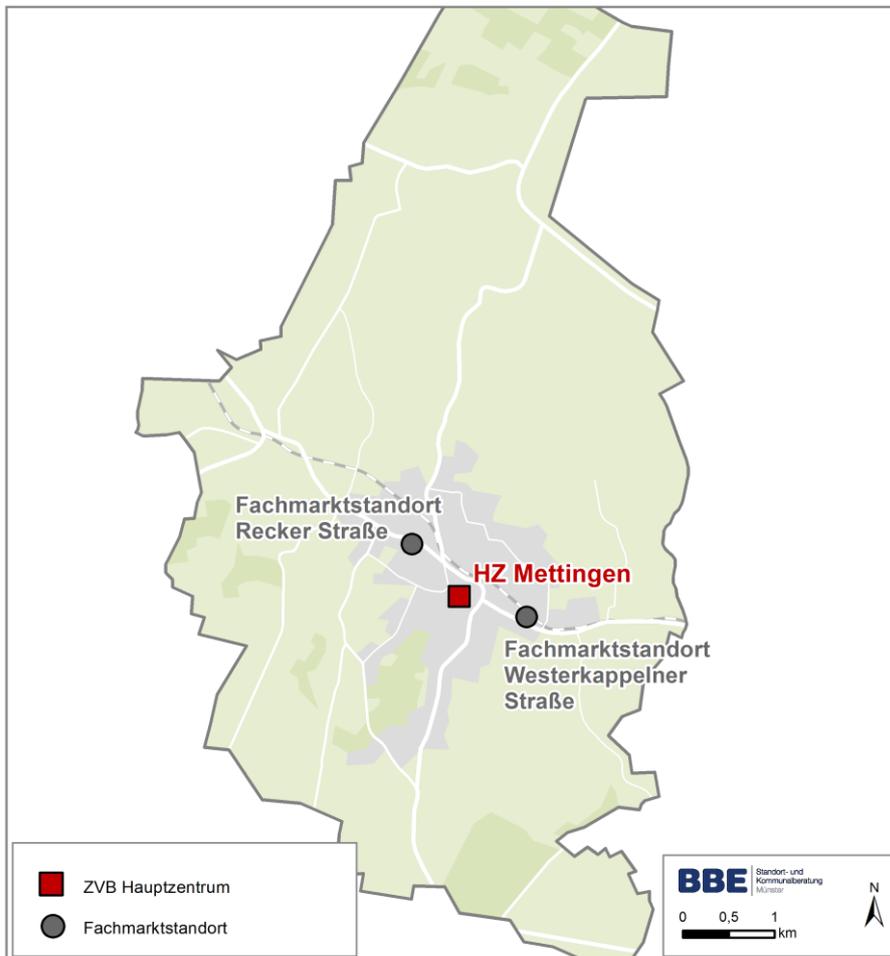
Ziel 2 der
Landesplanung

5.3.3 Zentren- und Standortstruktur im Überblick

Basierend auf der Zentrenhierarchie sowie der räumlichen Abgrenzungen lassen sich nachfolgende Standorte für die Gemeinde definieren und räumlich verorten:

³⁰ Ausnahmeregelungen für nahversorgungsrelevante Kernsortimente vgl. Kap. 5.5.2

Abb. 49: Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Mettingen



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

5.4 Sortimentsliste

Neben der Standortstruktur und Zentrenhierarchie sowie der Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche stellt die Mettinger Sortimentsliste ein unverzichtbares Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Rahmen der Bauleitplanung dar. In der Bauleitplanung ist die örtliche Sortimentsliste für Bindungen des Sortiments bei der Festsetzung von SO-Gebieten für den großflächigen Einzelhandel sowie bei der Zulässigkeit bzw. dem Ausschluss von Einzelhandel in den einzelnen Baugebieten der BauNVO (§§ 1 – 11) maßgeblich.

5.4.1 Einordnung und Herleitung einer örtlichen Sortimentsliste

Die Städte und Gemeinden sind aufgefordert, eine örtliche Sortimentsliste auf Grundlage der örtlichen Verhältnisse zu definieren. Eine allge-

meingültige Aufstellung oder Übernahme sonstiger Listen z. B. anderer Kommunen ist nicht zulässig und keine rechtssichere Grundlage für die Festsetzungen in Bebauungsplänen.

Diesbezüglich urteilte das Oberverwaltungsgericht Münster, dass eine allgemeine Liste rechtswidrig sei und zu Abwägungsfehlern führe.³¹ In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen vielmehr zum Schutz sowie zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, muss die Liste den örtlichen Gegebenheiten entsprechen und im gesamtstädtischen Kontext entstehen.

Notwendigkeit einer örtlichen Liste

Zur Einordnung der Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Differenzierung nach ihrer Relevanz, d. h. eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente. Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden, wobei zunächst zwischen typischem und atypischem Handel unterschieden werden muss. Während beim typischen Einzelhandel der Verkauf von Waren und Produkten an den Endverbraucher erfolgt, steht der atypische Handel in Beziehung zu einer gewerblichen Nutzung bzw. handwerklichen Dienstleistung (z. B. Baustoffe, Kfz-Handel mit Werkstatt, Brennstoffe).

Abb. 50: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz



Quelle: eigene Darstellung

³¹ OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE

Die Einordnung und Differenzierung der Sortimente nach ihrer Relevanz erfolgt u. a. anhand ihrer Warenbeschaffenheit, ihres Flächenanspruchs, ihrer Transportbedürftigkeit und anhand ihres Beitrags zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebots und somit der Belebung und Attraktivierung der Innenstädte.

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

Merkmale zentren-
relevanter 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).

Bei der Erstellung der ortstypischen Sortimentsliste für die Gemeinde Mettingen sind die zentrenrelevanten Leitsortimente als Ziel der Landesplanung zwingend zu beachten. Diese Leitsortimente prägen in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte. In ihrem Zusammenspiel leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes. Nicht zuletzt aufgrund ihrer Magnetfunktion tragen sie wesentlich zur Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.³²

Leitsortimente

Abb. 51: Liste der Leitsortimente in NRW

Sortimentsgruppe
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Bücher
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik
Spielwaren
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
Elektrogeräte, Medien (UE, Kommunikation, Computer, Foto)
Uhren, Schmuck
Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

Quelle: eigene Darstellung; LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

³² Siehe Erläuterungen zum LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

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 Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränken sowie Drogerieartikeln.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Für nahversorgungsrelevante Sortimente treffen die Merkmale zentrenrelevanter Sortimente zu. Da allerdings eine Ansiedlung oder Erweiterung von Nahversorgungsbetrieben grundsätzlich für eine wohnortnahe Versorgung wünschenswert sein kann, sind nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unter bestimmten Anforderungen³³ ausnahmsweise möglich.

Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie nur in einem geringen Umfang in Zentren und Ortskernen vertreten sind und für das zentrentypische 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 oftmals eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Bei der Erarbeitung einer örtlichen Sortimentsliste empfiehlt sich folgende Vorgehensweise³⁴:

Vorgehensweise örtliche Sortimentsliste

- Zunächst sind die Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen zu ermitteln, die durch Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen (Kriterium: Bestand). Diese Sortimente sind dann im Weiteren in die örtliche zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Sortimentsliste zu übertragen, auch wenn diese darüber hinaus an städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden.
- Darüber hinaus können solche Sortimente in die Liste aufgenommen werden, die sich heute gar nicht oder nur in einem geringen Umfang in den schützenswerten Standorten wiederfinden (Kriterium: Entwicklungsperspektive). So können „zentrenbildende“ Nutzungsarten, die in den Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel ausgeschlossen werden, um mögliche Neuansiedlungen zur Attraktivitätssteigerung im Zentrum zu nutzen.

³³ Siehe Ziel 2 des LEP NRW – sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“

³⁴ U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007

- Die landesplanerischen Vorgaben und Zielsetzungen für die Einordnung der Sortimentsgruppen sind hierbei zwingend zu berücksichtigen.

Bei der Zuordnung der örtlichen Sortimentsliste in Mettingen wird darüber hinaus eine detaillierte Differenzierung der gängigen Sortimentsgruppen vorgenommen, wie die nachfolgende Gliederung des Sortiments „Elektrogeräte“ beispielhaft verdeutlichen soll. So ist beim genannten Beispiel „Elektrogeräte“ eine Ausdifferenzierung u. a. in nachfolgende Untergruppen möglich:

- elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
- ...

Die genannten Sortimentsuntergruppen können je nach den örtlichen Gegebenheiten der jeweiligen Gemeinde dann sowohl als zentren- als auch als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden. Ein besonderes Augenmerk ist gemäß aktueller Rechtsprechungen des Oberverwaltungsgerichts Münster allerdings darauf zu legen, dass die differenzierten Untergruppen hinreichend bestimmt sind.³⁵

Im Ergebnis kann eine örtliche Sortimentsliste durchaus mit einer allgemeinen Auflistung übereinstimmen, es kann allerdings auch zu Abweichungen kommen. Entscheidend ist letztendlich, dass die Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestellt wird.

Herleitung aufgrund
örtlicher Verhältnisse

5.4.2 Mettinger Sortimentsliste

Bei der Herleitung der Mettinger Sortimentsliste sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente anhand der örtlichen Gegebenheiten (Kriterien: Bestand, städtebauliche Zielvorstellung / Entwicklungsperspektiven) festzulegen.

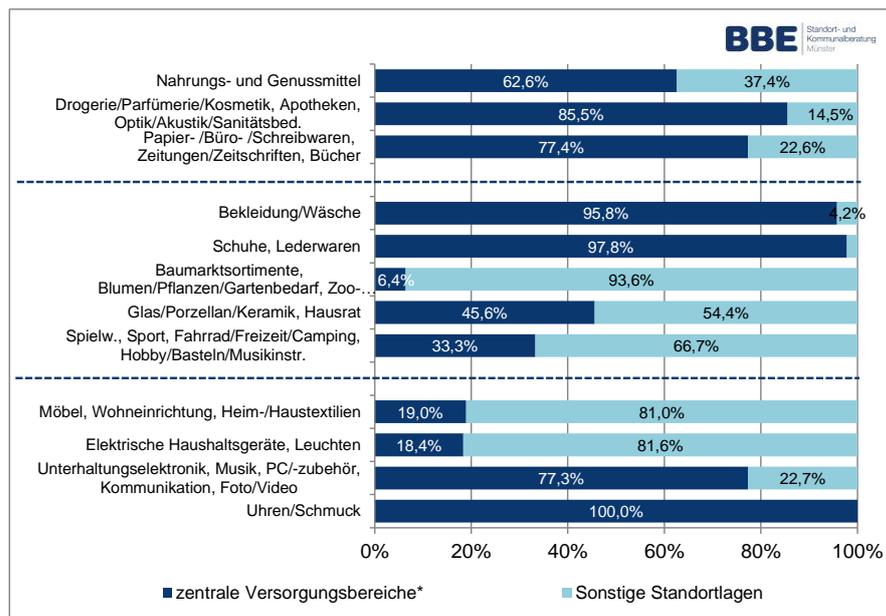
Festlegung
durch die Gemeinde

Die nachfolgende Abbildung gibt die Verteilung der Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich bzw. in sonstigen Standortlagen der Gemeinde wieder:

Bestandssituation der
Sortimentsgruppen

³⁵ OVG Münster (15.03.2013); Az: 10 D 9/11.NE

Abb. 52: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen



*Neue ZUR-Ährenzinn inkl. funktionaler Gliederungen

Quelle: eigene Erhebungen; eigene Berechnungen

Unter Beachtung der zentrenrelevanten Leitsortimente³⁶ als Ziel der Landesplanung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Bestandssituation innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches werden diejenigen Sortimente identifiziert, die einen wesentlichen Beitrag zum Zentrencharakter leisten und deren Bestand in den Zentren es damit zu sichern gilt.

Bei einigen Sortimenten kann eine Differenzierung einzelner Sortimente abweichend von der Bestandssituation in den Zentren erfolgen, wie am Beispiel für Elektrogeräte aufgezeigt worden ist. Abweichende Einordnungen einzelner Sortimente werden im Folgenden ebenfalls einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen.

Unter Beachtung der zentrenrelevanten Leitsortimente gemäß LEP NRW sind die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel³⁷ sowie kosmetische Erzeugnisse, Körperpflegemittel und Drogerieartikel als zentrenrelevant und gleichzeitig nahversorgungsrelevant eingeordnet worden.³⁸ Dies entspricht auch den örtlichen Verhältnissen, da sich mit den genannten Super- und Discountmärkten die wesentlichen Magnetbetriebe innerhalb des räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs befinden. Den Betrieben kommt durch die enge räumliche Anbindung nicht nur eine Versorgungsfunktion, sondern auch eine Magnetfunktion für den gewachsenen Ortskern zu. Die Märkte sind somit wesentlicher Bestand-

Nahversorgungs-
relevante Sortimente

³⁶ Die im sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ festgelegten Leitsortimente werden unabhängig von ihrem tatsächlichen Bestand im Ortskern von Mettingen per se als zentrenrelevant eingeordnet.

³⁷ Zu dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zählen auch Getränke, da dieses als typisches Teilsortiment in Lebensmittelmärkten angeboten wird und damit wesentlicher Angebotsbestandteil bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist.

³⁸ Siehe Anlage 1 des sachlichen Teilplans „Großflächiger Einzelhandel“

teil des innerörtlichen Einzelhandelsangebotes, wengleich zur Sicherung und Entwicklung einer wohnortnahen Grundversorgung nahversorgungsrelevante Sortimente grundsätzlich auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung der konzeptionellen Zielvorstellungen sowie o. g. Anforderungen ausnahmsweise möglich sein können.

Trotz einer nur untergeordneten Bestandssituation innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt in der Mettinger Sortimentsliste zudem eine Einordnung des nachfolgenden Sortiments als zentren- bzw. als nahversorgungsrelevant.

- Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)

Dieses Sortiment wird zum einen als Randsortiment in Fachmärkten außerhalb des Ortskerns, zum anderen aber auch als typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten o. ä. innerhalb des Ortskerns angeboten und dient damit auch der Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten wie auch der Zielvorstellungen des Konzeptes erfolgt eine Einordnung als nahversorgungsrelevant.

Neben den zentrenrelevanten Leitsortimenten gemäß LEP NRW sind die Einzelhandelssortimente identifiziert worden, die hinsichtlich des Angebotscharakters bzw. der Warenbeschaffenheit, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur in Mettingen zur Angebotsvielfalt im Ortskern beitragen. Durch den Bestand dieser Sortimente, die im Wesentlichen innerhalb des Ortskerns liegen, sind diese als zentrenrelevant eingeordnet worden.

Zentrenrelevante
Sortimente

- Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
- Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
- Zeitschriften und Zeitungen

Trotz eines zum heutigen Zeitpunkt nur geringen bzw. nicht vorhandenen Bestands innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt in der Mettinger Sortimentsliste zudem eine Einordnung der nachfolgend genannten Sortimente als zentrenrelevant.

- Antiquariate
- Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
- Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)

- Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Künstler- und Bastelbedarf
- Musikinstrumente und Musikalien
- Pokale, Vereinsbedarf
- Wohneinrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
- Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
- Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
- Vorhänge und Gardinen
- Sammlerbriefmarken, -münzen

Deren Flächenanteile liegen aktuell zwar, sofern überhaupt vorhanden, zumeist außerhalb des Zentrums, können aber gemäß der städtebaulichen Zielvorstellung einer möglichst vielfältigen Angebotsmischung im Zentrum mit seinen kleinteiligen Betriebseinheiten (künftig) zentrenprägende Sortimente darstellen.

Die nachfolgenden Sortimente als Teilsortimente der im sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ definierten Leitsortimente sollen aufgrund der örtlichen Strukturen sowie nicht erkennbarer Entwicklungschancen innerhalb der Zentren in der Mettinger Sortimentsliste indes als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden:

- Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
- Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)

Nachfolgende Sortimente werden im Ortskern von Mettingen lediglich als Randsortimente in deutlich untergeordneter Größenordnung vorgehalten. Vielmehr finden sich diese Angebotsstrukturen überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Aufgrund ihrer Warenbeschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen (z. B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) können marktgerechte Formate mit den nachfolgenden Sortimentsschwerpunkten nicht in die kleinteiligen Bebauungsstrukturen des Mettinger Ortskerns integriert werden. Zudem rufen sie für das zentrentypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervor.

Ausdifferenzierte
Leitsortimente =
nicht zentrenrelevant

Weitere nicht zentren-
relevante Sortimente

- Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
- Fußbodenbeläge, Tapeten
- Rolläden, Rollos, Markisen
- Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
- Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
- Sauna
- Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
- zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
- Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
- Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
- Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
- Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
- Boote und Zubehör
- Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
- Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
- Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
- Matratzen und Lattenroste
- Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
- Antiquitäten und antike Teppiche
- Bettwaren (ohne Bettwäsche)
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
- Kinderwagen, Kindersitze
- Erotikartikel

Abweichend vom derzeitigen Besitz in dem zentralen Versorgungsbe-
reich erfolgt in der Mettinger Sortimentsliste zudem eine Einordnung der
nachfolgend genannten Sortimente als nicht zentrenrelevant.

- Herde, Öfen, Kamine
- Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trocken-
blumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden,
Pflanzgefäße
- elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
- elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)

Auch die vorgenannten Sortimente leisten für das zentrentypische Ange-
botsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte. Diese Sortimente
stellen aufgrund ihres Sortimentscharakters und dem damit geringen
bzw. fehlenden Beitrag zum Zentrencharakter auch an städtebaulich
nicht integrierten Lagen keine wesentliche Gefährdung für den gewach-
senen Ortskern dar, so dass diese als nicht zentrenprägend für Mettin-
gen eingeordnet werden.

Zusammenfassend ergeben sich aufgrund vorgenannter Ausführungen
folgende Einordnungen der einzelnen Sortimentsgruppen. Die Bezeich-
nung der Warengruppen in der nachfolgenden Auflistung stützt sich auf
die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirt-
schaftszweige³⁹:

Abb. 53: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente⁴⁰

Sortimentsgruppe
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke und Tabakwaren, Bäckerei- / Konditorei- / Metzgereiwaren, Reformwaren)
kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerie- / Parfümerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
Arzneimittel, pharmazeutischer Bedarf
Tiernahrung (nur Heim- und Kleintierfutter)

Quelle: eigene Darstellung; Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschafts-
zweige 2008

³⁹ Grundlage der Mettinger Sortimentsliste ist die Klassifikation der Wirtschaftszwei-
ge, Ausgabe 2008 (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes.

⁴⁰ Gleichzeitig auch zentrenrelevant gemäß Anlage 1 des LEP NRW

Abb. 54: Liste der zentrenrelevanten Sortimente

Sortimentsgruppe
medizinische und orthopädische Artikel, Sanitätsartikel
Augenoptik (inkl. Brillen, Kontaktlinsen, Pflegemittel)
Akustische Erzeugnisse und Hörgeräte
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
Zeitschriften und Zeitungen
Bücher
Antiquariate
Damen- / Herren- / Kinderoberbekleidung und -wäsche (inkl. Miederwaren)
Pelz- und Kürschnerwaren
Gürtel, Hosenträger, Handschuhe, Krawatten, Schals, Tücher
Schuhe (ohne Sportschuhe)
Lederwaren und Reisegepäck (inkl. Taschen, Koffer, Regenschirme, Geldbörsen)
Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen, Floristik
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (Glas, Porzellan, Keramik, inkl. Zimmerkeramik)
Hausrat, Haushaltswaren und -artikel, Schneidwaren, Bestecke
Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren
Spielwaren (inkl. Spiele, Bastelsätze für den Modellbau; ohne Videospielekonsolen)
Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)
Sportbekleidung und -schuhe
Anglerbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Waffen, Munition und Jagdbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe)
Künstler- und Bastelbedarf
Musikinstrumente und Musikalien
Pokale, Vereinsbedarf
Wohnrichtungsartikel (inkl. Kerzen, Aufbewahrungsutensilien, Spiegel)
Bilder und Bilderrahmen, Kunstgegenstände / kunstgewerbliche Erzeugnisse
Heim- und Haushaltstextilien (inkl. Kurzwaren, Haus- und Tischwäsche / Bettwäsche, Schneidereibedarf, Handarbeitswaren, Stoffe, Dekorations- / Möbelstoffe, Meterwaren, Wolle)
Vorhänge und Gardinen
elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Zubehör und Software
Telekommunikationsgeräte, Mobiltelefone und Zubehör
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (inkl. Videospielekonsolen)
bespielte Ton- und Bildträger
Foto- / Videokameras, Ferngläser, Mikroskope und Zubehör (ohne Augenoptik)
Uhren und Schmuck
Sammlerbriefmarken, -münzen

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

Die beiden zuvor aufgeführten Sortimentslisten legen fest, welche Sortimente den nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Hierbei verbleiben alle in den Listen nicht aufgeführten Sortimente als nicht zentrenrelevant. Allerdings kann eine nicht zentrenrelevante Sortimentsliste nicht abschließend oder vollständig sein. Die nachfolgende Auflistung gibt somit die wesentlichen bzw. gebräuchlichsten Sortimente wieder.

Nicht zentrenrelevante
Sortimentsliste =
nicht abschließend

Abb. 55: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele)⁴¹

Sortimentsgruppe
Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Metallkurzwaren, Kleineisenwaren, Werkzeuge und Maschinen, Anstrichmittel, Elektroinstallationsmaterial)
Fußbodenbeläge, Tapeten
Rolläden, Rollos, Markisen
Sicherheitssysteme (inkl. Verriegelungseinrichtungen, Tresore)
Block- und Gartenhäuser, Wintergärten, Zäune
Herde, Öfen, Kamine
Sauna
Blumen (ohne Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen, Sämereien und Düngemittel, Torfe und Erden, Pflanzgefäße
Gartengeräte und -artikel (inkl. Grillgeräte und -zubehör, Teichzubehör)
zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Hygiene- und Pflegemittel; ohne Tiernahrung)
Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
Außenspielgroßgeräte (inkl. Sandkästen, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin, Fahrgeräte)
Sportgroßgeräte (inkl. Fitnessgeräte, Hantelbank)
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Campingartikel (ohne Campingmöbel, Bekleidung und Schuhe)
Boote und Zubehör
Reitsportartikel und -zubehör (ohne Bekleidung und Schuhe)
Wohnmöbel (inkl. Büro- / Küchen- / Badmöbel)
Garten- und Campingmöbel (inkl. Polsterauflagen)
Matratzen und Lattenroste
Teppiche (Einzelware), Brücken, Läufer
Antiquitäten und antike Teppiche
Bettwaren (ohne Bettwäsche)
elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte; ohne Einbaugeräte)
elektrische Haushaltsgeräte (Einbaugeräte)
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
Kinderwagen, Kindersitze
Erotikartikel

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

⁴¹ Auflistung nicht abschließend

5.5 Grundsätze zur räumlich-funktionalen Einzelhandelsentwicklung

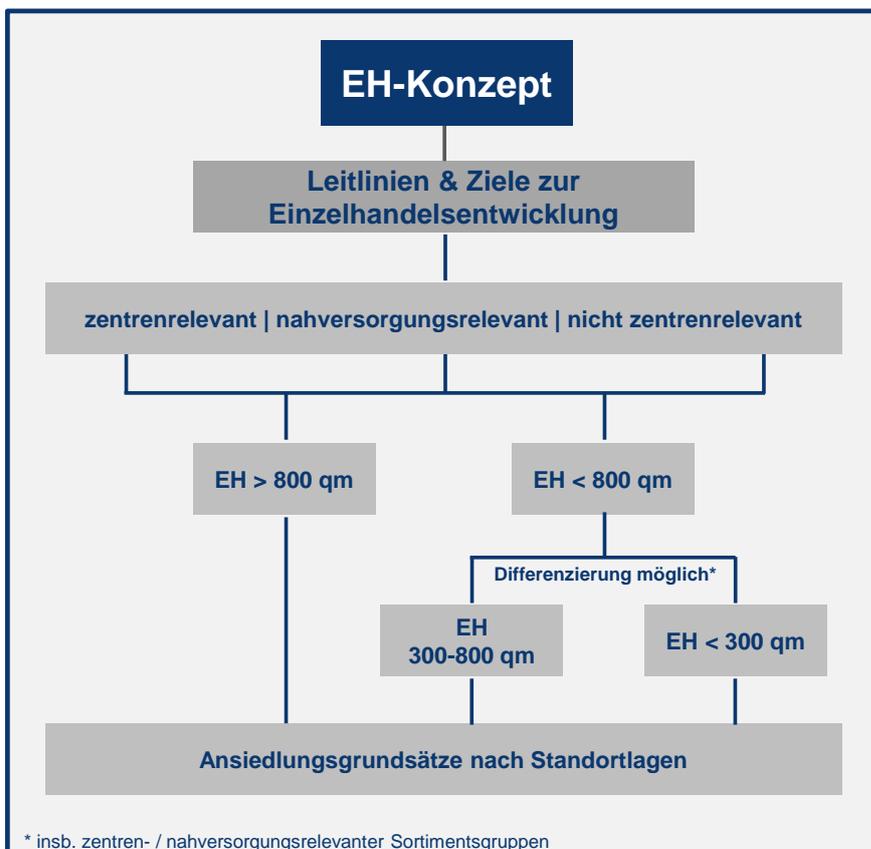
Zur Umsetzung der Leitlinien und Ziele sind Ansiedlungsregeln und Grundsätze für die künftige räumliche Entwicklung der Versorgungsstrukturen und die Steuerung des Einzelhandels auf städtebaulich gewünschte Standorte erforderlich. Die Ansiedlungsregeln und Grundsätze konkretisieren die Ziele und bilden die Grundlage für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als Einzelhandelsstandort im Rahmen bauleitplanerischer Abwägungen.

Aus städtebaulicher Sicht sind Neuansiedlungen oder Erweiterungen sinnvoll, wenn sie zur Stärkung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, zur Sicherung und Entwicklung wohnortnaher Versorgung sowie zur räumlichen Konzentration des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels an Sonderstandorten beitragen. Die Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfordert letztlich einen maßvollen Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums.

Im Folgenden werden Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen. Die Grundstruktur der Steuerungsregeln kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung

Abb. 56: Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung in Mettingen



Quelle: eigene Darstellung

Die Leitlinien und Grundsätze differenzieren Einzelhandelsnutzungen nach ihrer Sortimentsrelevanz (zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant, nicht zentrenrelevant), nach Haupt- und Randsortimenten, ihrem Verkaufsflächenumfang sowie ihrer städtebaulichen Lage.

Die nachfolgenden Ansiedlungsregeln und Grundsätze gelten vor allem für die Bauleitplanung im Rahmen von Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen sowie für Bebauungspläne zum Ausschluss oder zur Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen, wobei für die Zulässigkeit von Vorhaben allein die jeweilige bauplanungsrechtliche Situation (§§ 30 bis 35 BauGB; Bebauungsplanfestsetzungen i. V. m. der BauNVO) maßgebend ist. Bestehende Baurechte bleiben hinsichtlich des genehmigten Bestandes von den formulierten Regeln unberührt (Bestandsschutz).

Allerdings ergibt sich nicht nur für den großflächigen Einzelhandel, sondern auch für Einzelhandelsbetriebe mit Betriebsstätten unterhalb der Großflächigkeit ein Steuerungserfordernis, dem die Empfehlungen Rechnung tragen sollen.

Bauplanungsrechtliche
Situation maßgeblich

5.5.1 Exkurs: Steuerung des nicht großflächigen Handels

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte dienen insbesondere der räumlich-funktionalen Steuerung des großflächigen Einzelhandels (> 800 qm Verkaufsfläche). Die dafür maßgeblichen Regelungen müssen die teilweise sehr differenzierten raumordnerischen Vorgaben der Landes- und Regionalplanung sowie die bauplanungsrechtlichen Vorgaben des BauGB und der BauNVO (insb. § 11 Abs. 3) beachten.

In der Fachpraxis ist jedoch unstrittig, dass auch Vorhaben unterhalb der Großflächigkeitsgrenze insbesondere im Zusammenhang mehrerer Nutzungen (Agglomerationen) durchaus städtebauliche Auswirkungen generieren und den Zielvorstellungen der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie der wohnungsnahen Grundversorgung zuwiderlaufen können⁴² und die deshalb ebenfalls einer bauleitplanerischen Steuerung bedürfen.

Auswirkungen auch
unterhalb der
Großflächigkeit

Unterhalb dieser Schwelle sieht jedoch der Gesetzgeber mit Ausnahme der Regelvermutung nach § 34 Abs. 3 BauGB keinen Prüf- und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf, wenngleich z. B. ein Lebensmitteldiscountmarkt mit 799 qm Verkaufsfläche möglicherweise höhere Umsätze und auch potenzielle städtebauliche Auswirkungen generiert als ein großflächiger Supermarkt mit Vollsortiment. Ähnliches gilt im Besonderen für zentrenprägende Leitsortimente wie Bekleidung oder Schuhe, da z. B. ein Textilfachmarkt mit 500 qm Größe relativ schnell hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zum örtlichen Besatz in den

Rechtliche Grundlagen

⁴² Siehe z. B. BVerwG, Urteil vom 10.11.2011 – 4 CN 9.10 (Agglomerationsregelungen in Raumordnungsplänen)

zentralen Lagen erreichen kann. Zugleich ist ein vollständiger Ausschluss außerhalb ausgewiesener Zentren weder gewünscht noch städtebaulich begründbar und lediglich in definierten Tabubereichen wie z. B. Gewerbe- oder Industriegebieten planerische Praxis.

Andererseits bedürfen kleinere Einzelhandelsläden, die keine versorgungsstrukturelle Bedeutung haben, nicht der bauleitplanerischen Steuerung. Da sich für diese Läden ein allgemeingültiger Anlagentyp auf Grundlage der Sortimentsstruktur sowie der Verkaufsfläche nicht rechtsicher definieren lässt, erfordert dessen Bestimmung eine Orientierung an den tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten, d. h. es bedarf einer Herleitung und Begründung, warum bestimmte Läden von ihrer Größe und Sortimentsstruktur her für die örtliche Situation typisch sind.

Die Situationsanalyse für die Gemeinde Mettingen hat einen Bestand von 69 Betrieben mit insgesamt etwa 23.600 qm Verkaufsfläche über alle Sortimente und Betriebsformen hinweg ermittelt, so dass sich hieraus eine durchschnittliche Betriebsgröße von rechnerisch 346 qm ergibt. Ein Schwellenwert zur Steuerung größerer wenn auch nicht großflächiger Betriebe sollte auch filialfähige Betriebsformen wie Fachmärkte o. ä. sowie deren typische Markteintrittsgrößen von mind. 300 qm bis 400 qm berücksichtigen.

Angesichts der städtebaulichen Zielvorstellungen, ohne jedoch zu stark steuernd in das Marktgeschehen eingreifen zu wollen, ergibt sich hieraus eine empfohlene Größenordnung von etwa 300 qm, die den Schwellenwert darstellt, an dem aus städtebaulicher Sicht zumindest eine Bewertung oder Prüfung eines Vorhabens erfolgen sollte.

Im Umkehrschluss sind keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und die zentralen Versorgungsbereiche anzunehmen, sofern ein Einzelhandelsbetrieb mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten diese Größenordnung von 300 qm nicht überschreitet und der Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. im Nahbereich dient.

5.5.2 Ansiedlungsgrundsätze des zentren- / nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

ZIELE

- Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Gemeinde
- Stärkung und Weiterentwicklung des Ortskerns als bedeutendster Einzelhandelsstandort

Neben der Erhaltung und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Gemeinde Mettingen als Grundzentrum ist die Sicherung

Orientierung an örtlichen Gegebenheiten

Schwellenwert 300 qm VKF; „Mettinger Laden“

Städtebauliche Wirkung

Zielsetzung

und Entwicklung eines attraktiven und vielfältigen Einzelhandelsangebotes innerhalb des Ortskerns eine wesentliche Zielvorstellung. Der Fokus zukünftiger Entwicklungen ist auf diesen Bereich zu lenken, der als schützenswerter Bereich oberste Priorität innerhalb der örtlichen Zentrenstruktur genießt. In Bezug auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente ist hierbei zudem die Sicherung und Entwicklung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden, wohnungsnahen Versorgung wesentliche Zielvorstellung.

GRUNDSÄTZE

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb des Hauptzentrums liegen.
- Zentrenrelevante Nutzungen innerhalb der „Ergänzungslagen Nahversorgung“ sind auszuschließen.
- Auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich nur innerhalb des Hauptzentrums angesiedelt oder erweitert werden.
- Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit ~~zentren-~~ und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen vorrangig innerhalb des Hauptzentrums angesiedelt werden.
- Die räumliche Konzentration mehrerer, selbständiger, für sich nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Agglomeration) mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb des Hauptzentrums, von denen zentrenschädliche Auswirkungen ausgehen, ist zu vermeiden.
- In Gewerbe- und Industriegebieten soll die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich ausgeschlossen werden.

AUSNAHMEN

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen (Atypische Fallgestaltung; Einzelfallprüfung). Diese sind, bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben unter Beachtung der Ausnahmeregelungen in Ziel 2 des LEP - Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“, zudem nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig, sofern sie der Nahversorgung dienen und Versorgungslücken geschlossen werden.

- „Mettinger Laden“: Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten mit einer Verkaufsflächengröße von bis zu 300 qm sind außerhalb von Industrie- und Gewerbegebieten, sofern nicht gezielt ausgeschlossen, allgemein zulässig.
- In Gewerbegebieten können kleinflächige Verkaufsstätten in Verbindung mit produzierenden Gewerbebetrieben („Fabrikverkauf“) oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) ausnahmsweise zugelassen werden.
- Im Einzelfall können auch Tankstellen und Kioske mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten ausnahmsweise zulässig sein.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- aber auch nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen künftig grundsätzlich nur innerhalb des Hauptzentrums angesiedelt werden, um diese Standortbereiche zu sichern und zu entwickeln. Wie die Ergebnisse der angebotsbezogenen wie auch städtebaulichen Analyse aufgezeigt haben, stellen die vorhandenen Nahversorgungsbetriebe nicht nur eine flächendeckende Versorgung⁴³ der örtlichen Bevölkerung sicher, sondern sind Frequenzbringer für den gewachsenen Ortskern. Angesichts der Bedeutung dieser Betriebe kommt ihnen für die Entwicklung des Ortskerns eine besondere Bedeutung zu. In der Konsequenz sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen.

Auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können gerade in kleineren Städten und Gemeinden funktionsprägend für den zentralen Versorgungsbereich sein, sofern sie zumindest aufgrund ihrer Flächendimensionierung strukturprägend sind („Mettinger Laden“). Die Ansiedlung solcher Einzelhandelsbetriebe außerhalb des Hauptzentrums kann in der Summe die Funktionsfähigkeit des schützenswerten Standortbereiches beeinträchtigen. Daher sollen auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ab 300 qm („Mettinger Laden“) vorrangig in dem zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden.

Die Errichtung von Vorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment an den Standorten der „Ergänzungslagen Nahversorgung“ soll nicht zulässig sein. Bei den Betrieben der Nahversorgung sind zudem die zentrenrelevanten Randsortimente zu beschränken, um so eine Gefährdung für die Sicherung und Entwicklung schützenswerter Standortbereiche zu vermeiden.

Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

Betriebe > 800 qm

Betriebe < 800 qm

Ergänzungslagen

Atypik

⁴³ In Bezug auf den Kernort (ohne Ortsteile)

zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich ausgehen (Atypische Fallgestaltung). Städtebauliche Auswirkungen sind insbesondere dann nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine zentrenprägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentrenprägende Versorgungsfunktionen sind ab 300 qm Verkaufsfläche („Mettinger Laden“) zu erwarten.

Vorhaben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen zudem lediglich in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind sowie deren Unschädlichkeit für die Zentren dargelegt werden kann, d. h. zusätzliche Angebote dürfen die zentralen Versorgungsbereiche nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben sind zudem die Ausnahmeregelungen in Ziel 2 des LEP – Sachlicher Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ zu beachten.

In diesem Sinne ist Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten mit einer Verkaufsflächengröße von bis zu 300 qm planungsrechtlich i. d. R. überall (sofern nicht gezielt ausgeschlossen) zulässig. Dies umfasst zunächst auch alle planungsrechtlich im Rahmen eines „alten“ BPlans festgesetzten Misch- und Gewerbegebiete, die für Einzelhandelsnutzungen städtebaulich eigentlich nicht geeignet sind. Zulässig kann ein solches Vorhaben auch in allen nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebieten sein, wenn die rechtlichen Voraussetzungen erfüllt werden, d. h., wenn sich das Vorhaben „einfügt“.

Die Vermeidung von Einzelhandelsagglomerationen trägt der Erkenntnis Rechnung, dass mehrere, je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten bei einer räumlichen Konzentration außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vergleichbaren negativen Auswirkungen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe führen können. Dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung bzw. Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ist daher entgegenzuwirken.

Eine Beschränkung von bestimmten in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO 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.⁴⁴ 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

Agglomerationen

Ausschluss in
Gewerbegebieten

⁴⁴ Bay VGH (23.05.1985), Az: 83 A 1490

Nutzungen eines Gewerbegebiets darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.⁴⁵ Vor diesem Hintergrund sind (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. Die o. g. Ausnahmeregelungen gelten damit ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzung vorzuhalten.

Zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kann es erforderlich werden, auch in Allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zu treffen. Insbesondere für Mischgebiete ist im Einzelfall zu prüfen, ob eine Zulässigkeit eines solchen Vorhabens den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entspricht. Für Mischgebiete, die sich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden, sollten aus Sicht der Gutachter diejenigen Einzelhandelsbetriebe 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 Bekleidung oder Schuhe mit Verkaufsflächengrößen ab 300 qm („Mettinger Laden“) zu. Ansonsten ist im Einzelfall zu prüfen, ob ein Ausschluss den Leitlinien und Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entspricht.

Um produzierenden Betrieben die Möglichkeit zu eröffnen, Produkte aus eigener Herstellung an Produktions- oder bedeutenden Vertriebsstandorten eines Herstellers in Gewerbegebieten zu verkaufen, können derartige Betriebe auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten zulässig sein („Fabrikverkauf“). Voraussetzung ist allerdings eine räumliche Zuordnung der Ladenfläche zum Produktions- bzw. Vertriebsstandort (äußerlich angegliedert und als Bestandteil des Produktionsbetriebes erkennbar). Die Verkaufsfläche darf eine Größe von maximal 300 qm („Mettinger Laden“) nicht überschreiten und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb der Fläche nach deutlich untergeordnet sein. Das Sortiment derartiger Fabrikverkaufsläden besteht üblicherweise aus Teilen des Markensortiments des Herstellers,

Sonstige Baugebiete

Ausnahme:
Fabrikverkauf

⁴⁵ Es ist 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. Zudem 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.

welche zu erheblich reduzierten Preisen unter dem üblichen Ladenpreis verkauft werden (z. B. zweite Wahl, Überbestände, Retouren).

Eine weitere Ausnahme gilt für Handwerksbetriebe. So soll der Verkauf von Produkten aus eigener Herstellung bzw. Produkten, die in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang⁴⁶ mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen, auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten möglich sein („Handwerkerprivileg“). Voraussetzung ist ein funktionaler und räumlicher Zusammenhang, womit das Ladenlokal dem Handwerksbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, eine Verkaufsflächenobergrenze von maximal 300 qm („Mettinger Laden“) nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Handwerksbetrieb von Fläche und Umsatz nach deutlich untergeordnet ist. Der Begriff „funktionaler Zusammenhang“ ist so zu verstehen, dass nicht nur im Betrieb selbst hergestellte Waren veräußert werden dürfen. Er ist im Falle des Handwerksbetriebes weiter auszulegen, dass auch mit solchen zugekauften Waren Handel getrieben werden darf, die der Kunde des jeweiligen Handwerks als branchenübliches Zubehör betrachtet und die in Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung steht. Die weiteren Kriterien bleiben von dieser erweiterten Begriffsauslegung unberührt.

Ausnahme:
Handwerkerprivileg

Um Kiosken und Tankstellen Entwicklungsperspektiven einzuräumen und damit beispielsweise die Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen zu sichern, sind sie ausnahmsweise in Gewerbegebieten zulässig sofern ihre Verkaufsfläche angemessen dimensioniert ist. Damit wird zugleich sichergestellt, dass sie die städtebauliche Zielsetzung „Schutz und Stärkung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche“ nicht beeinträchtigen.

Tankstellen, Kioske

5.5.3 Ansiedlungsgrundsätze des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

ZIELE

- Sicherung funktionaler Ergänzungsstandorte und zentrenverträgliche Entwicklung des Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten.
- Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich sowie den Sonder- / Fachmarktstandorten

Zielsetzung

Ziel ist die räumliche Konzentration des Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die Sonder- / Fachmarktstandorte und damit die Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen dem

⁴⁶ Dies umfasst nicht nur Produkte, welche selbst hergestellt werden, sondern auch solche, die dem jeweiligen Betriebstyp zugeordnet werden können.

zentralen Versorgungsbereich sowie den Sonder- / Fachmarktstandorten.

GRUNDSÄTZE

- Die Ansiedlung oder Erweiterung von klein- bzw. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind innerhalb zentraler Versorgungsbereiche zulässig.
- Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sollen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorrangig an Sonder- / Fachmarktstandorten angesiedelt oder erweitert werden (Bündelung).
- Branchenübliche zentren- / nahversorgungsrelevante Randsortimente von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, einnehmen, wobei eine maximale Gesamtgröße von 2.500 qm nicht überschritten werden sollte.

AUSNAHMEN

- In Gewerbegebieten mit Einzelhandelsausschluss können ausnahmsweise kleinflächige Verkaufsstätten in Verbindung mit produzierenden Gewerbebetrieben („Fabrikverkauf“) oder Handwerksbetrieben zulässig sein („Handwerkerprivileg“).
- Der atypische Einzelhandel (z. B. Kfz-Handel, Motorradhandel, reiner Baustoffhandel) ist in Gewerbegebieten zulässig.

Grundsätze &
Ausnahmen

Die Ansiedlung von klein- und großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zulässig. Aufgrund ihrer Struktur, ihrer Warenbeschaffenheit sowie der besonderen Standortanforderungen ergeben sich gegenüber dem zentrentypischen Angebotspektrum jedoch nur geringe Synergieeffekte. Angesichts des Zielsystems für die Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Mettingen sollten Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten aus städtebaulich-funktionalen Gründen räumlich vorrangig auf die bestehenden Sonder- / Fachmarktstandorte gelenkt werden (Bündelung). Eine Bündelung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hinsichtlich der Vermeidung eines unnötigen Verbrauches vorhandener Ressourcen und der besseren Auslastung vorhandener Infrastrukturen zu fördern.

Sofern die Gemeinde Mettingen ihre Industrie- bzw. Gewerbegebiete, in denen keine Einzelhandelsvorprägung besteht, ausschließlich für Handwerk und produzierendes Gewerbe sichern will, ist in diesen der Einzelhandel generell nach § 1 Abs. 5 BauNVO auszuschließen. Ausnahmen

Standortlagen des
nicht zentrenrelevanten
Einzelhandels

bilden hier lediglich der „Fabrikverkauf“, das „Handwerkerprivileg“ sowie Angebotsformen des atypischen Einzelhandels, wobei bei den Ausnahmeregelungen zum „Fabrikverkauf“ sowie zum „Handwerkerprivileg“ auch hier eine Verkaufsflächenobergrenze von maximal 300 qm („Mettinger Laden“) grundsätzlich nicht überschritten werden soll.

Bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung zu beschränken, um so eine Gefährdung für die Sicherung und Entwicklung schützenswerter Standortbereiche zu vermeiden. Um negative landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden daher Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und differenzierte Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Dazu ist es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen.

Negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen sind in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche bzw. insgesamt 2.500 qm begrenzt wird.⁴⁷ Auch für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe soll eine Beschränkung der Randsortimente dahingehend gelten, dass der Charakter eines nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunktes gewahrt bleibt (Anteil > 50 %).

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Randsortimente bei Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dem zentralen Versorgungsbereich sollen regelmäßig ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden.

Ferner ist für die Annahme eines Randsortiments festzulegen, dass ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment gegeben sein muss. Die Flächen für Randsortimente dürfen auch nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden. Die Obergrenze städtebaulich verträglicher zentrenrelevanter Randsortimente variiert allerdings je nach Größe und Betriebsform der angestrebten Nutzung und ist im Einzelfall zu überprüfen.

Beschränkung der
Randsortimente

Bezug zum
Hauptsortiment

5.5.4 Zusammenfassung: Ansiedlungsregeln im Überblick

Die nachfolgende Grafik zeigt die wesentlichen funktionalen Zuordnungen nach Standortkategorien sowie die hiermit verbundenen Leitlinien und Grundsätze für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerun-

⁴⁷ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass bestehende Betriebsstätten mit Anteilen zentrenrelevanter Randsortimente > 10 % entsprechend unter dem Bestandsschutz auf die ausgeübte Nutzung bzw. auf den durch den BPlan gesicherten Bestand fallen.

gen, wobei für die Zulässigkeit von Vorhaben zunächst die jeweilige bauplanungsrechtliche Situation maßgebend ist.

Abb. 57: Räumlich-funktionale Zuordnung

Zentrenmodell	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungsrelevante Kernsortimente	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente
Hauptzentrum Mettingen	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*
Sonstige Standortbereiche			
Sonstige Standorte	„Mettinger Laden“	„Mettinger Laden“**	klein- / großflächig*; Randsortimente < 10 %
Gewerbegebiete / Fachmarktstandorte	nicht zulässig	nicht zulässig	klein- / großflächig*; Randsortimente < 10 %
<small>*ggf. Nachweis der Verträglichkeit; ** in begründeten Ausnahmefällen auch größer mit Einzelfallprüfung</small>			

Quelle: eigene Darstellung

6 Strategien und Empfehlungen für die Gemeinde Mettingen

Zur Stärkung und Weiterentwicklung der Gemeinde Mettingen als Einzelhandelsstandort sollen mögliche Strategien und Entwicklungspotenziale aufgezeigt werden. Diese betreffen sortiments- bzw. betreiberspezifische Entwicklungspotenziale sowie städtebauliche Entwicklungsansätze für den Ortskern.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept gibt den Rahmen für die zukünftige Entwicklung und sorgt für Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit durch ein Modell der städtebaulich-funktionalen Arbeitsteilung zwischen den unterschiedlichen Standorten. In einigen Entwicklungskonzepten werden darüber hinaus so genannte Flächenkorridore ermittelt, die auf Grundlage anzustrebender Zielzentralitäten die möglichen Flächenentwicklungen in einzelnen Sortimenten quantifizieren. Diese geben nach Einschätzung der BBE Standort- und Kommunalberatung Münster jedoch nur bedingt und lediglich rechnerisch die tatsächlichen Entwicklungschancen einer Stadt oder eines Standortes wieder. Wie die Entwicklungen in vielen Städten oftmals zeigen, generiert eine bereits bestehende hohe Attraktivität oder auch Zentralität zusätzliche Anziehungskraft auf weitere Betriebe und Betreiber, die sich auf diese Weise deren Frequenz zu Nutze machen. Somit stellt sich die Frage, woraus mögliche Zielzentralitäten abgeleitet werden können.

Zugleich erfordern bestimmte Anbieter oder Angebotsformen Mindestgrößen oder -formate. Neben dem Einwohner- und Verbraucherpotenzial spielen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit bestimmter Vorhaben oder Betreiber die Nähe zu konkurrierenden Wettbewerbsstandorten sowie deren Wettbewerbsqualität oder 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 anderen die Entwicklungschancen an anderen Standorten deutlich eingeschränkt. Dies lässt sich insbesondere an den Entwicklungen im Bereich 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 einen wirtschaftlichen Einzugsbereich von mindestens 30.000 Verbrauchern voraussetzt.

Zusammenfassend heißt dies, dass es entweder gelingt, ein entsprechendes Format (Beispiel: Möbeldiscounter mit etwa 4.000 bis 6.000 qm Verkaufsfläche) für einen Standort zu gewinnen oder aber möglicherweise keine Ansiedlungen und somit Flächenentwicklungen realisieren zu können.

Begrenzte Aussagekraft
rein quantitativer
Entwicklungskorridore

Mindestanforderungen

Größensprung der
Vorhaben

In diesem Zusammenhang spielt beim Ausschöpfen möglicher Entwicklungspotenziale des örtlichen Einzelhandels aber nicht nur die Ansiedlung neuer Betriebsstätten eine zentrale Rolle. Vielmehr kann eine höhere Kaufkraftbindung auch durch eine konzeptionelle Neuausrichtung ortsansässiger Anbieter erzielt werden. So zeigen Erfahrungen aus entsprechenden Projekten, dass durch eine (konzeptionelle) Umgestaltung und Aufwertung des Erscheinungsbildes – ggf. ergänzt durch Arrondierungsmaßnahmen – Umsatzsteigerungen und damit eine höhere Kaufkraftbindung erzielt werden können. Eine verbesserte Umsatz- und Ertragsituation trägt somit letztlich zur Sicherung der jeweiligen Betriebsstätte sowie der lokalen Angebotsqualität bei.

Entwicklung im Bestand

Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel besteht mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von 98 % eine sehr hohe quantitative Ausstattung mit Angeboten unterschiedlicher Betreiber und Formate. Es ist allerdings festzustellen, dass bei den örtlichen Betreibern oder zumindest bei einzelnen von ihnen vor dem Hintergrund allgemeiner Marktanpassungen im Lebensmitteleinzelhandel der Wunsch nach angemessenen Erweiterungen ihrer bestehenden Betriebsstätten aufkommen kann. Die begrenzten Entwicklungspotenziale sollten somit für Erweiterungs- oder Verlagerungsabsichten eingesetzt werden, die vorrangig der Ortskernentwicklung oder der verbrauchernahen Versorgung dienen. Darüber hinaus sind die Neuansiedlung ergänzender oder spezialisierter Fachanbieter (z. B. Bioläden, Reformwaren) wünschenswert, stoßen aber sicherlich schnell an die Grenzen der wirtschaftlichen Tragfähigkeit.

Nahrungs- und
Genussmittel

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Sortiment Drogerieartikel liegt mit 96 % auf einem vergleichbaren Niveau, so dass weitere Entwicklungen hier nicht zu erwarten sind.

Drogerieartikel

Im typischerweise innenstadtprägenden Sortimentsbereich der persönlichen Ausstattung (u. a. Bekleidung / Schuhe) verzeichnet Mettingen derzeit gute Kaufkraftbindungsquoten bei Bekleidung. Dies ist einem ausgeprägten Wettbewerb sowohl mit den Oberzentren Osnabrück und Münster als auch den Nachbarkommunen Ibbenbüren und Recke (u. a. BÖCKMANN) schon als bemerkenswert einzuordnen. Weitere Entwicklungen sind daher lediglich im Bereich der inhabergeführten Konzepte zu erwarten.

Persönliche Ausstattung

In den so genannten Lifestyle-Sortimenten haben sich in den letzten Jahren neben den Individualkonzepten verstärkt Flächenkonzepte oder vertikale Konzepte durchgesetzt. Diese Konzepte zeichnen sich dadurch aus, dass sich die starre Trennung zwischen produzierender Industrie und örtlichem Handel mehr und mehr aufgelöst hat. Zugleich gehen diese Konzepte mit einem deutlich schnelleren Belieferungstakt und einer verbesserten Aktualität der Mode sowie erhöhten Absatzchancen des Handels (verbesserte Lager-Umschlags-Geschwindigkeit) einher. Durch die starke Verbreitung dieser Konzepte (STREET ONE, ESPRIT etc.) haben sich der Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz erheblich verbes-

Vertikale Konzepte

sert. Da sich das Angebot zugleich von dem 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 verbreitet.

Angesichts der Ortsgröße erscheint die Gewinnung größerer filialisierter Anbieter in den übrigen innenstadtypischen Sortimenten wie Schuhen, Unterhaltungselektronik oder Uhren / Schmuck sehr schwierig. Mögliche Entwicklungen in diesem Bereich werden vorrangig durch inhabergeführte Fachgeschäfte getragen werden müssen, was die gezielte Ansprache möglicher Betreiber sehr erschwert.

Die Marktentwicklung der letzten Jahre haben u. a. bei Unterhaltungselektronik nicht nur zu einer Zunahme des Online-Handels geführt, sondern auch zu einer Konzentration auf immer größere Betriebseinheiten und damit notwendigerweise verbundene Standortgrößen. Angesichts dieser Entwicklungen scheint zumindest die Gewinnung filialisierter Anbieter sehr schwierig. Mögliche Entwicklungen in diesem Bereich konzentrieren sich auf inhabergeführte Formate mit einer hohen Spezialisierung hinsichtlich Sortiment und Service wie Werkstatt, Installation vor Ort sowie Beratungsqualität.

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

Über die quantitative Verkaufsflächenentwicklung hinaus ergeben sich auch für den bestehenden örtlichen inhabergeführten Handel u. a. im Zusammenhang mit qualitativen Aspekten wie Marktauftritt, Angebotsspektrum, Service- und Beratungsleistungen Chancen zur Profilierung im Wettbewerb.

Besondere Herausforderungen für den örtlichen Handel ergeben sich insbesondere durch den Online-Handel, der aus Sicht der Verbraucher neben einem umfassenden Angebot insbesondere durch einen hohen Grad an Bequemlichkeit punktet. Wenngleich Handelsexperten den Aufbau eines eigenen Shops und somit eine multi-channel Strategie empfehlen, so dürfte die Umsetzung zumindest bei mittelständischen Betreibern durch die zur Verfügung stehenden Ressourcen allerdings beschränkt sein.

Inhabergeführte Formate
in weiteren Sortiments-
bereichen

Anforderungen an
Objekte

Profilierung örtlicher
Anbieter

Herausforderung
Online-Handel

Auch wenn oftmals durch den serviceorientierten Handel ein so genannter „Beratungsklaue“ beklagt wird, so ergeben sich allerdings auch so genannte Showrooming-Effekte durch eine Information der Verbraucher im Netz, aber einem Kauf vor Ort. Diese Effekte gilt es durch individuelle Beratung und Service zu nutzen. Zukünftig gilt es für den stationären Handel mehr denn je, seine spezifischen Stärken wie das unmittelbare „Erleben und Erfassen“, persönliche Kommunikation oder Individualität in den Vordergrund zu stellen.

Die Entwicklung des Einzelhandels in der Gemeinde Mettingen unterliegt selbstverständlich nicht nur den angebots- und nachfrageseitigen Faktoren des Handels selber, sondern auch den sonstigen Rahmenbedingungen, welche die Vielfalt, Attraktivität und Individualität einer Stadt ausmachen.

Wesentliches Element stellen hier städtebauliche Qualitäten wie z. B. eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität oder die attraktive Einbindung historisch-baulicher sowie naturräumlicher Gegebenheiten dar. Auch gewinnt angesichts des demografischen Wandels sowie der bequemen Alternative durch Online-Shops eine weitergehende Barrierefreiheit nicht nur der Läden sondern auch des öffentlichen Raums eine zunehmende Bedeutung.

Die Gemeinde verfügt mit ihrem gewachsenen und unverwechselbaren Ortskern über städtebaulich attraktive Rahmenbedingungen, die im gleichen Zuge für eine zeitgemäße Handelsentwicklung mit adäquater Flächendimensionierung allerdings eine Herausforderung darstellen.

Neben den städtebaulichen Rahmenbedingungen in Mettingen spielen sonstige Angebote oder Strukturen wie Gastronomie und Hotellerie, Kultur- und Freizeitangebote, Dienstleistungen oder Gemeinbedarfseinrichtungen eine wesentliche Rolle für die Attraktivität einer Einkaufsstadt.

Hier ist der Ortskern insbesondere mit einem relativ vielfältigen Netz unterschiedlicher Gastronomieangebote sowie einer guten Einbindung von Gemeinbedarfseinrichtungen wie dem Rathaus oder dem Tüöttenmuseum gut aufgestellt und schafft somit einen ansprechenden und unverwechselbaren Rahmen auch für attraktive Handelsnutzungen.

Städtebauliche
Voraussetzungen

Einflussfaktoren für
Handelsentwicklungen

6.1 Exkurs: Kerngebiet

Wie angeführt erfolgt bei der Abgrenzung schützenswerter Standortbereiche eine Orientierung an den planungsrechtlichen Vorgaben, wenn gleich ein zentraler Versorgungsbereich nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung übereinstimmen muss.

Ausgelöst durch einige Leerstände oder Unternutzungen von Objekten innerhalb des gewachsenen Ortskerns ist an die Gemeinde der Wunsch

Umnutzung?

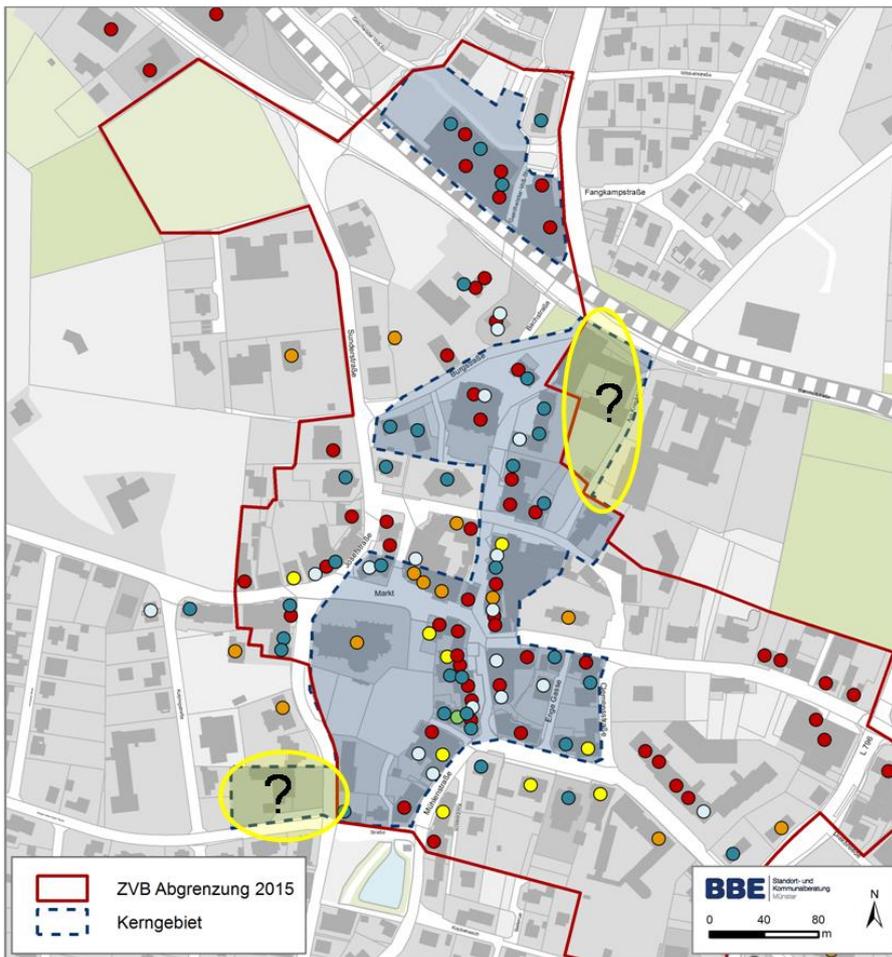
herangetragen worden, einzelne gewerblichen Nutzungen in den Erdgeschosslagen in Wohnnutzungen umzuwandeln. Dem stehen allerdings in Kerngebieten die dort zulässigen Nutzungen entgegen, die vorwiegend Handel, Dienstleistung und Gemeinbedarf vorsehen.

Auch ist es ein städtebaulich legitimes Ziel der Gemeinde, zur Erhaltung sowie zum Ausbau der Nutzungsvielfalt im Ortskern in den Erdgeschosslagen auch zukünftig ein breites Spektrum gewerblicher Nutzungen vorhalten zu können. Ausnahmen oder Abweichungen von den im Kerngebiet zulässigen Nutzungen sind zugleich nur begründet und überprüfbar zu gewähren, um somit keine Präzedenzwirkungen an anderer Stelle hervorzurufen.

Es wird daher der Gemeinde empfohlen, die Ausweisung eines Kerngebietes in Randlagen kritisch zu prüfen und einzelne Grundstücke ggfs. aus dem Kerngebiet herauszunehmen, um somit faktisch eingetretenen Entwicklungen gerecht werden zu können. Die aus Gutachtersicht in Frage kommenden Bereiche sind im Rahmen von Standortbegehungen identifiziert worden und in der nachfolgenden Karte als Fragezeichengebiete gekennzeichnet.

Empfehlung

Abb. 58: Kerngebiet



Quelle: eigene Erhebungen; eigene Darstellung; © Amtliche Geobasisdaten: Kreis Steinfurt; Amtliches Liegenschaftskatasterinformationssystem (ALKIS)

7 Schlusswort

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Mettingen stellt die Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage für die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes dar. Es bietet vor allem Chancen zur weiteren Stärkung des Ortskerns.

Beurteilungs- und
Abwägungsgrundlage

Es schafft zugleich allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss. Wenngleich durch das Einzelhandelskonzept nicht alle heutigen und zukünftigen Fragestellungen im Zusammenhang mit der Ortskernentwicklung beantwortet werden können, so wird doch ein verlässlicher Rahmen für wesentliche Entwicklungen insbesondere im Zusammenhang mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben geschaffen.

Entscheidungs- und
Orientierungsrahmen

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der Zustimmung des Rates der Gemeinde Mettingen zu den grundlegenden Bestandteilen des Konzeptes wie dem Standort- und Zentrenkonzept, den zentralen Versorgungsbereichen, der örtlichen Sortimentsliste sowie den Ansiedlungsregeln.

Ratsbeschluss

Das Konzept erzeugt nach Ratsbeschluss eine interne Bindungswirkung innerhalb der Verwaltung, nicht jedoch unmittelbare Rechtswirkung nach außen. Es schafft die notwendigen Abwägungsgrundlagen und konzeptionellen Grundsätze wie Empfehlungen, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung sowie der Baugenehmigungsverfahren zu konkretisieren sind. Anders ausgedrückt bedeutet dies, dass die Empfehlungen des Konzeptes einer konkreten Umsetzung z. B. durch geeignete Bebauungspläne bedürfen.

Umsetzung in
Bauleitplanung

Diese Bedeutung des Konzeptes wird in einem aktuellen Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes noch einmal bestätigt. Hier wird festgestellt, dass eine Gemeinde nicht verpflichtet ist, das Einzelhandelskonzept sofort und insgesamt umzusetzen und somit auch bei einer zunächst nur teilweisen Umsetzung das Plankonzept als Begründung hinzuziehen kann. Für die Umsetzung in Mettingen bedeutet dies, dass insbesondere die Standorte überplant werden sollten, für die es mögliche Planvorhaben gibt oder aber wo aufgrund der Lagegunst entsprechende Vorhaben zu erwarten sind.

Schrittweise Umsetzung

Neben dem Rat und der 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 Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandelskonzeptes.....	5
Abb. 2: Allgemeine Entwicklungen im Einzelhandel	8
Abb. 3: Entwicklung der Betriebsstätten	9
Abb. 4: Entwicklung von Internetnutzern / Onlinekäufern der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung ...	12
Abb. 5: Umsatzanteil des Online-Handels am gesamten Einzelhandels-umsatz.....	13
Abb. 6: Umsatzstärkste Warengruppen im interaktiven Handel	14
Abb. 7: Räumliche Lage	18
Abb. 8: Zentralörtliche Funktion in der Region.....	19
Abb. 9: Fotos Innenstadt Ibbenbüren.....	19
Abb. 10: Regionale Wettbewerbsstandorte	20
Abb. 11: Siedlungsstruktur der Gemeinde Mettingen	21
Abb. 12: Bevölkerungsvorausberechnung	22
Abb. 13: Erhebungssystematik.....	23
Abb. 14: Betriebe und Sortimente	25
Abb. 15: Betriebsstättendichte im Vergleich	26
Abb. 16: Verkaufsflächen in Mettingen	27
Abb. 17: Verkaufsflächenausstattung im Vergleich	28
Abb. 18: Verkaufsflächenausstattung nach Standortlagen.....	29
Abb. 19: Fotos Ortskern	30
Abb. 20: Fotos öffentlicher Raum.....	30
Abb. 21: EDEKA, ALDI.....	31
Abb. 22: Fotos Fußgängerunterführung.....	32
Abb. 23: Nutzungsstrukturen Schultenwiese	32
Abb. 24: Fotos K & K.....	33
Abb. 25: Nutzungsstrukturen Ibbenbürener Straße	34
Abb. 26: Fotos LIDL.....	35

Abb. 27: Nutzungsstrukturen Westerkappelner Straße	36
Abb. 28: Fotos NETTO	37
Abb. 29: Nutzungsstrukturen Westerkappelner Straße	37
Abb. 30: Nutzungsmischung Ortskern	38
Abb. 31: Nutzungskartierung Standortbereich Recker Straße	39
Abb. 32: Fotos Standortbereich Recker Straße	40
Abb. 33: Nutzungskartierung Standortbereich Westerkappelner Straße	41
Abb. 34: Fotos Standortbereich Westerkappelner Straße	41
Abb. 35: Nahversorgungsradien.....	43
Abb. 36: innerörtliche Magnetbetriebe der Nahversorgung	43
Abb. 37: weitere Angebotsstrukturen der Nahversorgung.....	44
Abb. 38: Kaufkraft in der Region	46
Abb. 39: Kaufkraftpotenzial in Mettingen	47
Abb. 40: Bindungsquoten	49
Abb. 41: Bindungsquoten im Vergleich	50
Abb. 42: Steuerungselemente des Konzeptes.....	55
Abb. 43: Zentrenhierarchie der Gemeinde Mettingen.....	59
Abb. 44: Methodik zur Abgrenzung (Beispiel).....	61
Abb. 45: Fotos Potenzialfläche.....	63
Abb. 46: Fotos Standortumfeld.....	63
Abb. 47: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum	64
Abb. 48: Sonder- und Fachmarktstandorte	66
Abb. 49: Zentren- und Standortstruktur der Gemeinde Mettingen	68
Abb. 50: Sortimente hinsichtlich ihrer Relevanz	69
Abb. 51: Liste der Leitsortimente in NRW	70
Abb. 52: Verkaufsflächenanteile nach Standortlagen.....	73
Abb. 53: Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente.....	77
Abb. 54: Liste der zentrenrelevanten Sortimente.....	78

Abb. 55: Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente (Beispiele).....	79
Abb. 56: Grundstruktur der Einzelhandelssteuerung in Mettingen	80
Abb. 57: Räumlich-funktionale Zuordnung.....	90
Abb. 58: Kerngebiet.....	96