

Einzelhandelskonzept für die **Gemeinde Schöppingen** – Bericht –



BBE Handelsberatung Münster

Von Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-standort.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl. Kfm. Hans-Joachim Schrader
Bauass. Michael Gutzeit

Münster, im Dezember 2008

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	1
1.1	Aufgabe und Zielsetzung der Untersuchung	1
1.2	Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	2
2	Rahmenbedingungen.....	6
2.1	Lage und Funktion im Raum	6
2.2	Verkehrerschließung	6
2.3	Städtebauliches Erscheinungsbild	7
2.4	Bevölkerungsentwicklung	9
2.5	Kaufkraft	10
2.6	Entwicklungstendenzen im Einzelhandel	11
2.7	Planungsrecht	15
	2.7.1 Landesplanung	16
	2.7.2 Bauleitplanung	18
3	Ergebnisse der Situationsanalyse in der Gemeinde Schöppingen.....	20
3.1	Stellung des Einzelhandelsstandortes Schöppingen	20
3.2	Einzelhandelssituation in Schöppingen	21
	3.2.1 Betriebe	22
	3.2.2 Verkaufsflächen	23
	3.2.3 Räumliche Verteilung	25
	3.2.3.1 Zentraler Einkaufsort.....	26
	3.2.3.2 Nahversorgungsstandorte.....	27
	3.2.3.3 Sonstige Standorte.....	29
3.3	Umsatz-Kaufkraft-Relationen	29
3.4	Angebotsqualität	32
3.5	Zusammenfassende Bewertung	34
4	Konzeptionelle Empfehlungen	35
4.1	Entwicklungsszenarien	35
	4.1.1 Entwicklungsszenario „freie Entwicklung“	35
	4.1.2 Entwicklungsszenario „restriktive Entwicklung“	36

4.1.3	Entwicklungsszenario „räumlich-funktionale Entwicklung“	36
4.1.4	Fazit	37
4.2	Leitlinien und Zielvorstellungen	37
4.3	Zentrenkonzept	38
4.4	Zuordnung von Einzelhandelsstandorten und Entwicklungszielen	40
4.4.1	Zentraler Versorgungsbereich	40
4.4.2	Nahversorgungsstandorte	42
4.4.2.1	Nahversorgungsstandort Wallstrasse	42
4.4.2.2	Nahversorgungsstandort ALDI, HÖLSCHER	43
4.4.3	Fachmarktstandorte	44
4.5	Erweiterungsplanungen	46
4.6	Planungsrechtliche Empfehlungen	48
4.6.1	Schöppingener Sortimentsliste	49
4.6.1.1	Definition der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente	49
4.6.1.2	Festlegung der örtlichen Sortimentsliste	50
4.6.2	Steuerung des Einzelhandels von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten	54
4.6.3	Steuerung des Einzelhandels von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten	55
4.6.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten	55
4.6.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	57
4.7	Empfehlungen zum Abbau von Angebotslücken	58
5	Schlusswort	60
6	Anhang Fachbegriffe	61

Abbildungs- / Kartenverzeichnis

Abb. 1 : Zuordnung der Sortimente zu den Warengruppen	4
Abb. 2 : Lage im Raum / Verkehrserschließung	7
Abb. 3 : Fotos Ortskern	8
Abb. 4 : Karte Ortskern.....	9
Abb. 5 : Bevölkerungsprognose	10
Abb. 6 : Kaufkraft in Schöppingen	11
Abb. 7 : Entwicklung der Verkaufsflächen	12
Abb. 8 : Entwicklung der Verkaufsflächen und Flächenproduktivitäten.....	13
Abb. 9 : Entwicklung der Vertriebsformen (Umsatzanteile).....	14
Abb. 10 : Liste der zentrenrelevanten Leitsortimente	16
Abb. 11 : Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche	17
Abb. 12 : Fotos Münster	20
Abb. 13 : Betriebsstätten in Schöppingen	22
Abb. 14 : Angebotsstätten je 1.000 Einwohner	23
Abb. 15 : Verkaufsflächenbesatz in Schöppingen	24
Abb. 16 : Flächenausstattung im Vergleich.....	25
Abb. 17 : Nutzungskartierung Ortskern	26
Abb. 18 : Anteil der Verkaufsflächen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches	27
Abb. 19 : Fotos Nahversorgungsstandort Wallstrasse	28
Abb. 20 : Fotos ALDI, HÖLSCHER	28
Abb. 21 : Karte räumliche Verteilung Nahversorger	29
Abb. 22 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen in Schöppingen	30
Abb. 23 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Vergleich	32
Abb. 24 : Umsatz-Anteile nach Betriebsform.....	33
Abb. 25 : Kriterien Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum	39
Abb. 26 : Zentrenhierarchie	40
Abb. 27 : Karte Zentraler Versorgungsbereich.....	41
Abb. 28 : Nahversorgungsstandort Wallstrasse	43
Abb. 29 : Nahversorgungsstandort ALDI, HÖLSCHER.....	44
Abb. 30 : Gewerbegebiet Nord.....	45
Abb. 31 : Gewerbegebiet Süd	45
Abb. 32 : Absatzwirtschaftliche Leistung Gesamtvorhaben	47
Abb. 33 : Absatzwirtschaftliche Leistung der Erweiterung	48

Abb. 34 : Vorher-Nachher-Betrachtung-----	48
Abb. 35 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente -----	52
Abb. 36 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente-----	53
Abb. 37 : Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente -----	54

1 AUFGABENSTELLUNG UND AUFTRAGSDURCHFÜHRUNG

1.1 Aufgabe und Zielsetzung der Untersuchung

Die Gemeinde Schöppingen hat im Oktober 2008 bei der BBE Handelsberatung Münster ein Einzelhandelskonzept in Auftrag gegeben. Hintergrund ist neben einer veränderten Rechtslage durch den neuen § 24a Landesentwicklungsprogramm NRW die Zielsetzung der Sicherung und Weiterentwicklung der Handelsstrukturen in der Gemeinde auch angesichts vorliegender Verlagerungs- und Erweiterungspläne.

Für die weitere einzelhandelsrelevante Entwicklung werden in einem Einzelhandelskonzept die rechtlichen, städtebaulichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen dargestellt.

Ausgehend von den Zielen der Gemeindeentwicklung und den marktseitigen Rahmenbedingungen in Schöppingen wie Kaufkraft, Wettbewerbssituation, betriebswirtschaftliche Standortanforderungen werden Empfehlungen zur Sicherung und zum Ausbau eines Versorgungsnetzes vorgelegt, das der Siedlungs- und Versorgungsstruktur der Gemeinde entspricht.

Im Ergebnis werden konzeptionelle Empfehlungen als Entscheidungsgrundlage für Politik und Verwaltung zur Steuerung und Förderung der Einzelhandelsentwicklung in Schöppingen vorgelegt.

Wesentliche **Ziele des Konzeptes** sind somit:

- Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels
- Erhalt und Ausbau der Versorgungsstrukturen
- Erkennen und Ausweisung von Ansiedlungschancen und –standorten
- Planungsrechtliche Absicherung und Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch an anderen Standorten wie Gewerbegebieten durch ein abgestuftes Zentrennetz auf Basis einer örtlichen Sortimentsliste

Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei folgende Aspekte:

- Erhebung der Daten zu Angebots- und Nachfragestrukturen in Schöppingen
- Zentralität und Stellung Schöppingens im regionalen Wettbewerb
- Erkennen standortangepasster Entwicklungskorridore sowie -standorte
- Aufnahme, Abgrenzung sowie Bewertung des Zentralen Versorgungsbereiches, der Nahversorgungsstandorte sowie Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels
- Erarbeitung eines Zentrenkonzeptes mit einer Funktionszuweisung für den Zentralen Versorgungsbereich und die sonstigen Standorte

- Darstellung der Steuerungsinstrumente für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels
- Erarbeitung einer „Schöppingener Sortiments-Liste“ für nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente

Ziel der gesamten Untersuchung ist es, die Rechts- und Planungssicherheit für privatwirtschaftliche Investitionsvorhaben zu erhöhen und Steuerungs- und Einflussmöglichkeiten der Gemeinde auf die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels zu optimieren.

Als Projektleiter sind Dipl. Kfm. Hans-Joachim Schrader und Dipl. Ing. Michael Gutzeit von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.

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

- Herr Niehoff, Bürgermeister der Gemeinde Schöppingen
- Herr Hachmann, Bauamt der Gemeinde Schöppingen
- Herr Wellers, Vorsitzender der Initiative Schöppingen e.V.
- Frau Greiwe, Bezirksregierung Münster
- Frau Eksen, Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V.
- Herr Höing, IHK Nordwestfalen
- Herr Dr. Quandt, Handwerkskammer Münster
- Vertreter der im Rat der Gemeinde Schöppingen vertretenen Fraktionen

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

In der Untersuchung wird neben bereits vorliegenden Daten (Sekundärdaten) auf primär für die Untersuchung erhobene Daten zurückgegriffen.

Bei den Sekundärdaten sind dies vorrangig folgende Gutachten sowie Marktforschungsergebnisse:

- Verbrauchsausgaben und Kaufkraft-Niveau, BBE Retail Experts, Köln, 2008
- Daten zur Einzelhandelsstruktur und –entwicklung, EHI – Retail Institute, Köln, 2008

Neben den obigen Gutachten wurden den Gutachtern Karten- und Planungsgrundlagen wie Deutsche Grundkarte (DGK), Flächennutzungsplan etc. zur Verfügung gestellt.

Grundlage der Angebotsanalyse sind die im Rahmen von Orts- und Betriebsbegehungen durchgeführten Erhebungen der Betriebsstätten und die Schätzung der für das Jahr 2008 zu erwartenden Umsätze. Hierzu wurden sämtliche Betriebsstätten in der Gemeinde Schöppingen durch Begehung aufgesucht und erhoben.

Die Verkaufsflächen und Umsätze wurden differenziert nach den jeweiligen Sortimenten erhoben. In der Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den der folgenden Tabelle zu entnehmenden Warengruppen zugeordnet.

Abb. 1 : Zuordnung der Sortimente zu den Warengruppen

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

Quelle: eigene Auflistung

Zusätzlich wurden Informationen zum Standort, zum Betriebstyp sowie zur etwaigen Filialorganisation in einer Datenbank erfasst. Durch Intensivbegehung der wesentlichen Einzelhandelsstandorte wurden mögliche Entwicklungspotenziale analysiert und bewertet.

Die Analyse der Nachfragesituation wurde auf Basis sekundärstatistischer Verfahren wie einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, der Verbrauchsausgaben sowie der Elastizität der Nachfrage in den jeweiligen Sortimenten bzw. Warengruppen vorgenommen. Auf primärstatistische Verfahren wurde im Hinblick auf die maßgebliche Zielsetzung einer planungsrechtlichen Steuerung durch das Konzept verzichtet.

2 RAHMENBEDINGUNGEN

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

Zunächst sind geografische, verkehrliche sowie siedlungs- und infrastrukturelle Gegebenheiten zu berücksichtigen, welche die Bedeutung und das Profil des Standortes weitgehend prägen.

2.1 Lage und Funktion im Raum

Die kreisangehörige Gemeinde Schöppingen liegt im westlichen Münsterland. Sie ist kreisangehörige Gemeinde im Kreis Borken.

Benachbarte Kommunen sind im Norden Heek, Metelen sowie die Kreisstadt Steinfurt. Des Weiteren grenzt sie an die Gemeinden Legden, Rosendahl und Horstmar.

Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde ist der Ortskern selber; ein kleinerer zusammenhängender Siedlungsbereich findet sich zudem in Eggerode.

Aus Sicht der Landesplanung wird der Gemeinde Schöppingen die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Damit übernimmt sie im wesentlichen Versorgungsfunktion für die örtliche Bevölkerung.

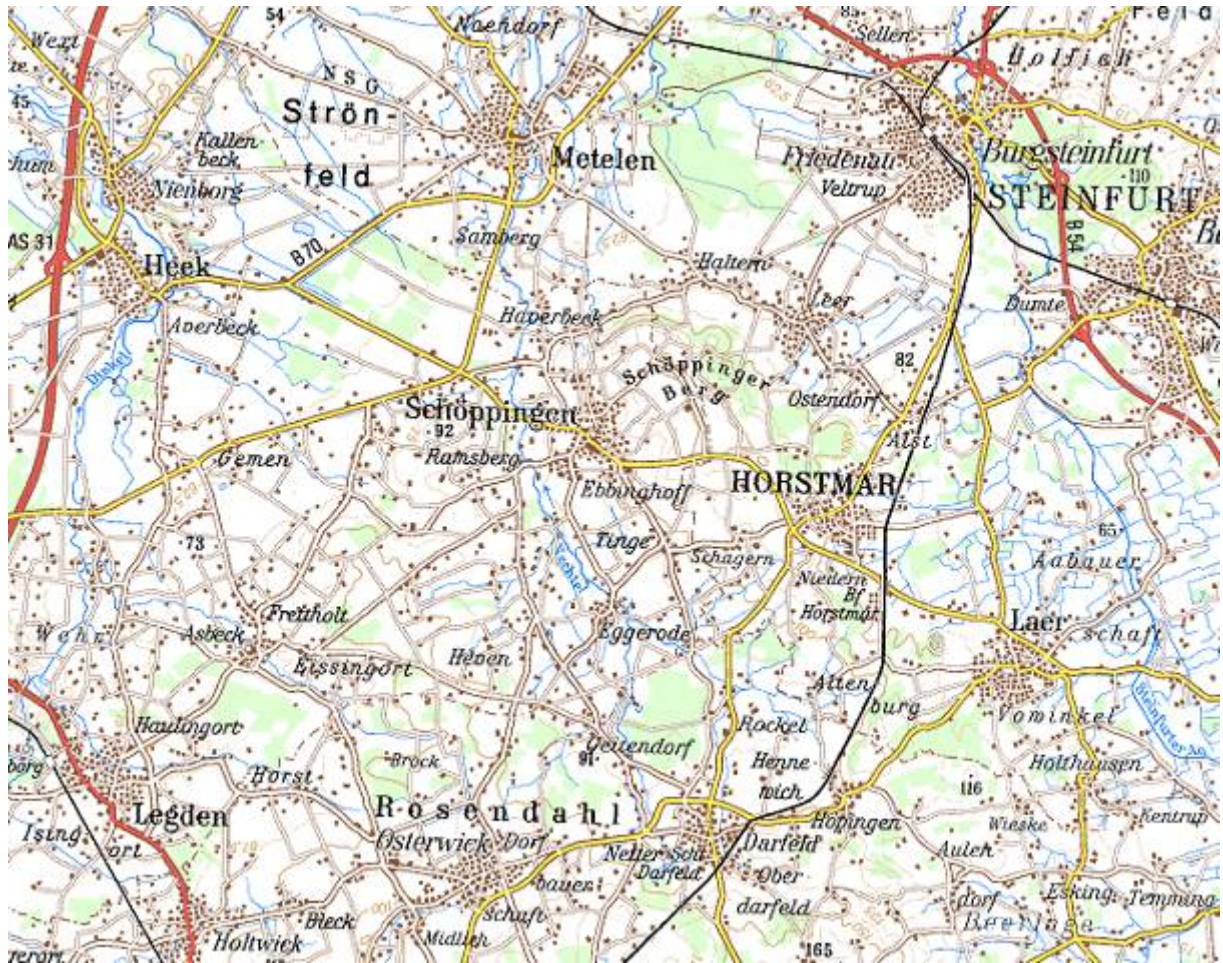
2.2 Verkehrserschließung

Die Gemeinde Schöppingen ist über Landesstrassen an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Die Anschlussstellen der BAB 31 sowie der BAB 1/43 sind in etwa 10 km bzw. 25 km zu erreichen.

Durch verschiedene Buslinien ist die Gemeinde an das ÖPNV-Netz angebunden.

Der Flughafen Münster Osnabrück in etwa 40 km Entfernung ist ebenfalls schnell zu erreichen.

Abb. 2 : Lage im Raum / Verkehrserschließung



Quelle: Landesvermessungsamt Nordrhein-Westfalen

2.3 Städtebauliches Erscheinungsbild

Die Gemeinde Schöppingen ist die Parklandschaft des westlichen Münsterlandes eingebettet.

Die Gemeinde wurde erstmalig im Jahr 838 urkundlich erwähnt.

Von der Geschichte der Gemeinde zeugt u.a. das historische Rathaus im Ortskern.

Abb. 3 : Fotos Ortskern



Quelle: eigene Fotos

Die Gemeinde wird durch kompakte Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen geprägt.

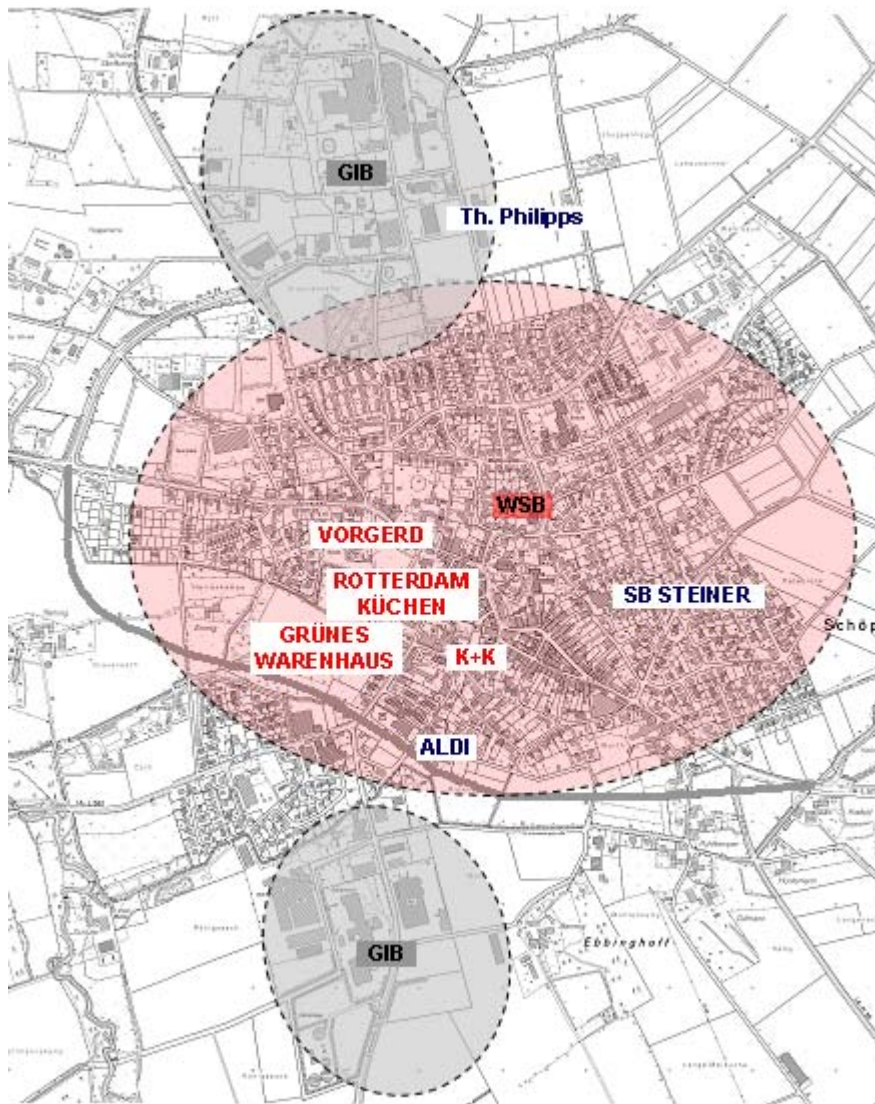
Im Hauptort Schöppingen selber finden sich neben einem größeren Wohnsiedlungsbereich (WSB) Gewerbe- und Industriebereiche (GIB) im Norden sowie Süden.

Prägend für den Ortskern ist insbesondere ein vielfältiger Nutzungsmix aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen sowie öffentlichen Einrichtungen. Auch das überregional bekannte KÜNSTLERDORF befindet sich im Zentrum.

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe im Zentrum sind neben den dort ansässigen Lebensmittelmärkten ein Kleinkaufhaus sowie ein Möbel- und Küchenhaus.

Weitere zusammenhängende Siedlungsstrukturen finden sich darüber hinaus in Eggerode.

Abb. 4 : Karte Ortskern



Quelle: DGK, eigene Darstellung

2.4 Bevölkerungsentwicklung

Die Gemeinde Schöppingen weist 8.085 Einwohner im Jahr 2008 auf.

Prognostiziert wird in der Perspektive bis 2020 eine stagnierende Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde.

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

Abb. 5 : Bevölkerungsprognose

Jahr	Einwohner	Veränderung ggü. 2003	Kreis Borken; ggü. 2003	NRW; ggü. 2003
2008	8.085	-0,7%	--	--
Prognose				
2003 (Basiswert)	8.142	--	--	--
2015	8.257	1,4%	3,8%	-0,7%
2020	8.150	0,1%	4,0%	-1,9%

Quelle: Bertelsmannstiftung, www.wegweiser-demographie.de, 2005

2.5 Kaufkraft

Die BBE Retail Experts Köln ermitteln in jedem Jahr die einzelhandelsspezifische Kaufkraft für alle Städte und Gemeinden bzw. für alle Postleitzahlenbereiche in Deutschland.

Das einzelhandelsspezifische Kaufkraft-Niveau für die Gemeinde Schöppingen liegt mit 88,3 % unter dem Niveau der Bundesrepublik, jedoch in etwa auf dem Niveau der Region.

Eine Abweichung des Kaufkraftniveaus vom bundesweiten Mittel führt unter Einbeziehung der durchschnittlichen Verbrauchsausgaben zu Veränderungen der Kaufkraft in einzelnen Warengruppen und Sortimenten. Dieser Zusammenhang stellt sich jedoch nicht linear dar, weil es je nach Relevanz der Sortimente sowie Bedarfssituation zu flexiblen Anpassungsreaktionen der Verbraucher kommt.

So ist bei unterdurchschnittlicher Kaufkraft die Ausgabebereitschaft z.B. bei hochwertigen Textilien geringer als bei Nahrungs- und Genussmitteln.

Dieses Phänomen wird als Elastizität der Nachfrage bezeichnet und durch rechnerische Verfahren berücksichtigt.

Für die Verbraucher in Schöppingen ergibt sich eine **einzelhandelsspezifische Verbrauchsausgabe** von **4.772 Euro** pro Kopf und Jahr.

Die größte Einzelposition stellt das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel mit 1.782 Euro. Dem stehen z.B. bei Uhren, Schmuck oder aber bei Schuhen vergleichsweise geringe Pro-Kopf-Ausgaben gegenüber.

Für die Gemeinde Schöppingen ergibt sich somit ein rechnerisches **Nachfrage-Potenzial** von etwa **38,6 Mio. Euro** in 2008.

Abb. 6 : Kaufkraft in Schöppingen

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau:	88,3	Ausgaben je Warengruppe pro Kopf der Bevölkerung		Einzelhandels-Kaufkraftpotenziale je Warengruppe
Einwohner:	8.085	im Bundesdurchschnitt	im Gebiet	im Gebiet
Warengruppe		in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.	in 1.000 € zu Endverbraucherpreisen inkl. MwSt.
Nahrungs- und Genußmittel		1.994	1.781	14.402
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.		768	709	5.732
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher		194	162	1.311
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		2.956	2.652	21.445
Bekleidung/Wäsche		467	384	3.107
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren		111	92	746
Baumarkt-Artikel* und Gartenbedarf/Blumen		604	569	4.602
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel		143	125	1.009
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping		192	159	1.288
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		1.516	1.330	10.752
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)		344	285	2.304
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte		129	107	869
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation		368	320	2.586
Uhren/Schmuck		52	40	326
Sonstiges**		44	37	299
Überwiegend langfristiger Bedarf		936	790	6.384
Gesamt		5.409	4.772	38.580

*Tapeten/Farben/Lacke/Eisenwaren/Heimwerker/Autozubehör etc.

**Aktionsware

Quelle: BBE Retail Experts Köln, 2008

2.6 Entwicklungstendenzen im Einzelhandel

Die räumliche Entwicklung der Gemeinde Schöppingen ist auch im Kontext allgemeiner angebots- und nachfrageorientierter Rahmenbedingungen im Einzelhandel zu sehen. Die nachfolgenden Ausführungen sollen die aus Gutachtersicht relevanten Einflussfaktoren für die Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Schöppingen deutlich machen.

Auf der **Angebotsseite** sind folgende Faktoren festzustellen:

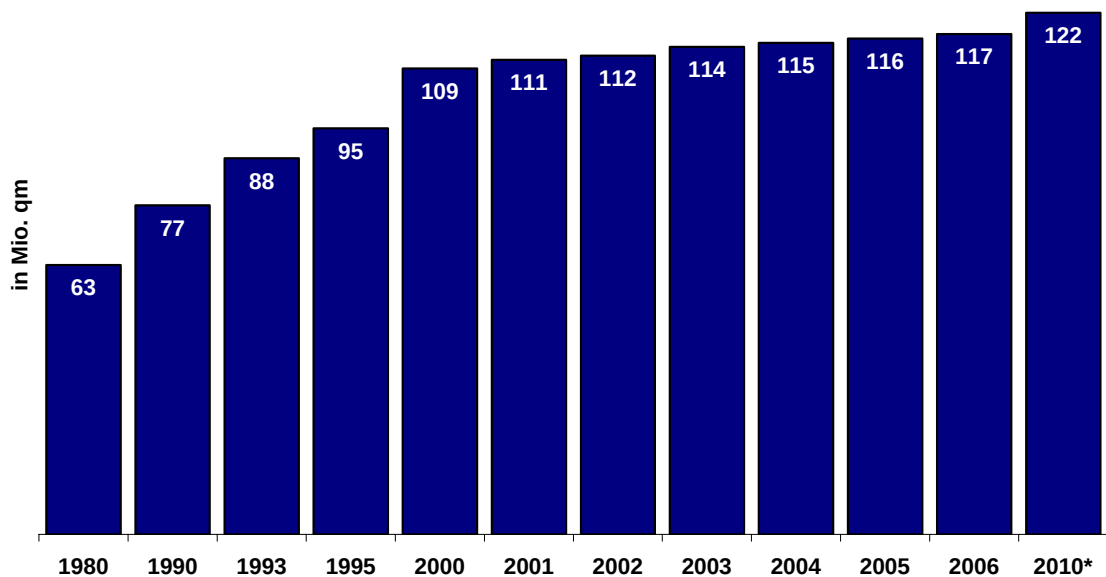
- **ein nach wie vor stattfindender Konzentrationsprozess der Unternehmen:** in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche beispielsweise erzielten 1990 die Top 10 der Unternehmen 44,6 % der Umsätze; während Ende 2005 die Top 10 bereits 82,2 % der Umsätze erwirtschafteten¹
- damit einhergehend eine **abnehmende Zahl von Einzelhandelsbetrieben:** die Betriebsstätten reduzierten sich von 388.414 Unternehmen im Jahr 1999 auf 274.193 im Jahr 2004²; dies entspricht einer Veränderungsrate von ca. -30 %

¹ KPMG, Trends im Handel 2005

² EHI, Handel aktuell '99 und 2007 / 2008

- eine fortschreitende **Zunahme der Verkaufsflächen**: es ist davon auszugehen, dass die gesamten Verkaufsflächen trotz real nicht mehr steigender Einzelhandelsumsätze weiter wachsen werden und im Jahr 2010 bei rund 122 Mio. qm liegen dürften³

Abb. 7 : Entwicklung der Verkaufsflächen



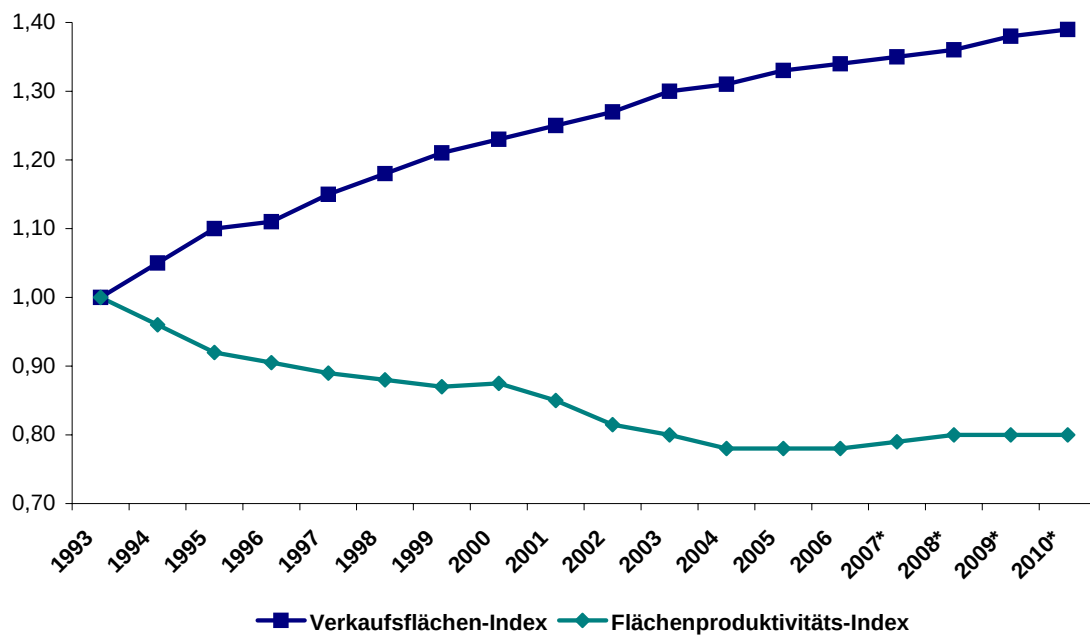
*Schätzwert

Quelle: Unternehmensgruppe Hahn, Retail Real Estate Report 2007 / 2008, eigene Darstellung

- unmittelbare Folge des Verkaufsflächenwachstums bei stagnierenden Einzelhandelsumsätzen ist eine **abnehmende Flächenleistung**

³ EHI, Handel aktuell 2007 / 2008

Abb. 8 : Entwicklung der Verkaufsflächen und Flächenproduktivitäten



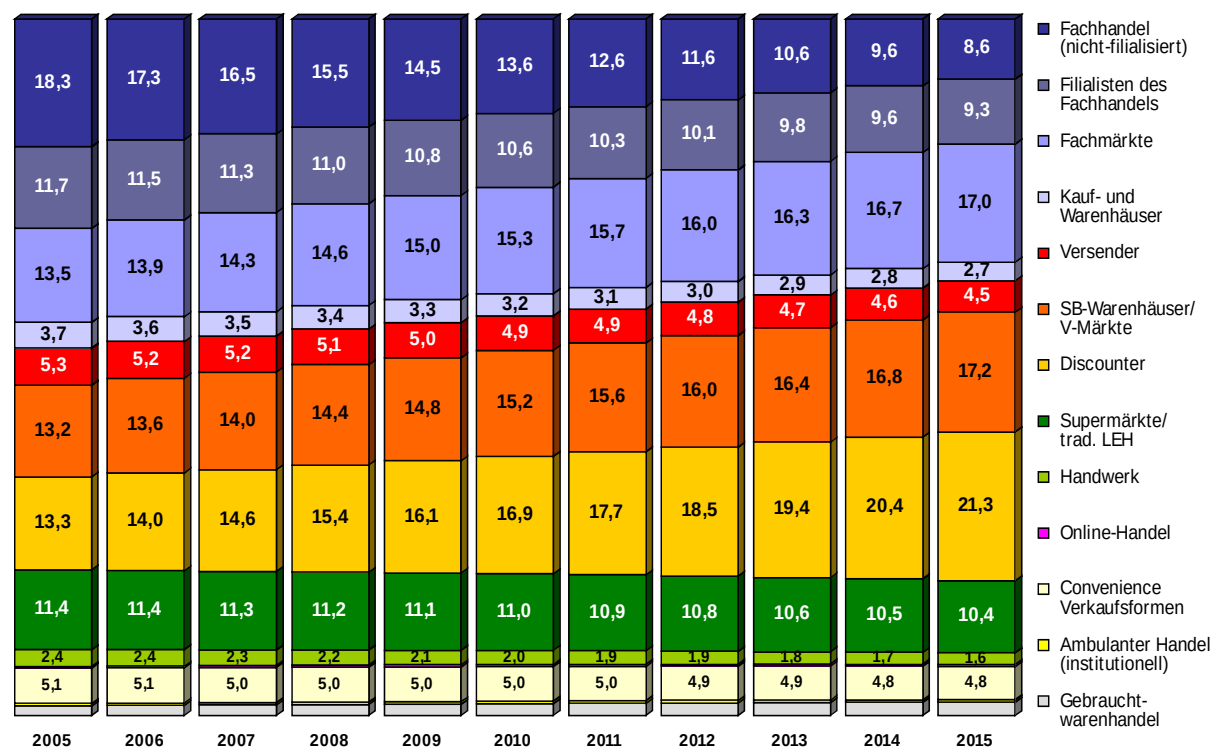
*Schätzwert

Quelle: Unternehmensgruppe Hahn, Retail Real Estate Report 2007 / 2008, eigene Darstellung

- ebenfalls festzustellen sind **Marktanteilsverschiebungen der Betriebsformen und Konzepte** mit verstärkter Tendenz zur Großflächigkeit und zum Discount zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte⁴; hiermit korrespondiert eine Wettbewerbszunahme zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen; Gewinner dieser Entwicklung sind die Fachmärkte und Discounter, während als Verlierer Supermärkte, Kauf- / Warenhäuser und Fachgeschäfte anzuführen sind

⁴ Unternehmensgruppe Hahn, Retail Real Estate Report, 2007 / 2008

Abb. 9 : Entwicklung der Vertriebsformen (Umsatzanteile)

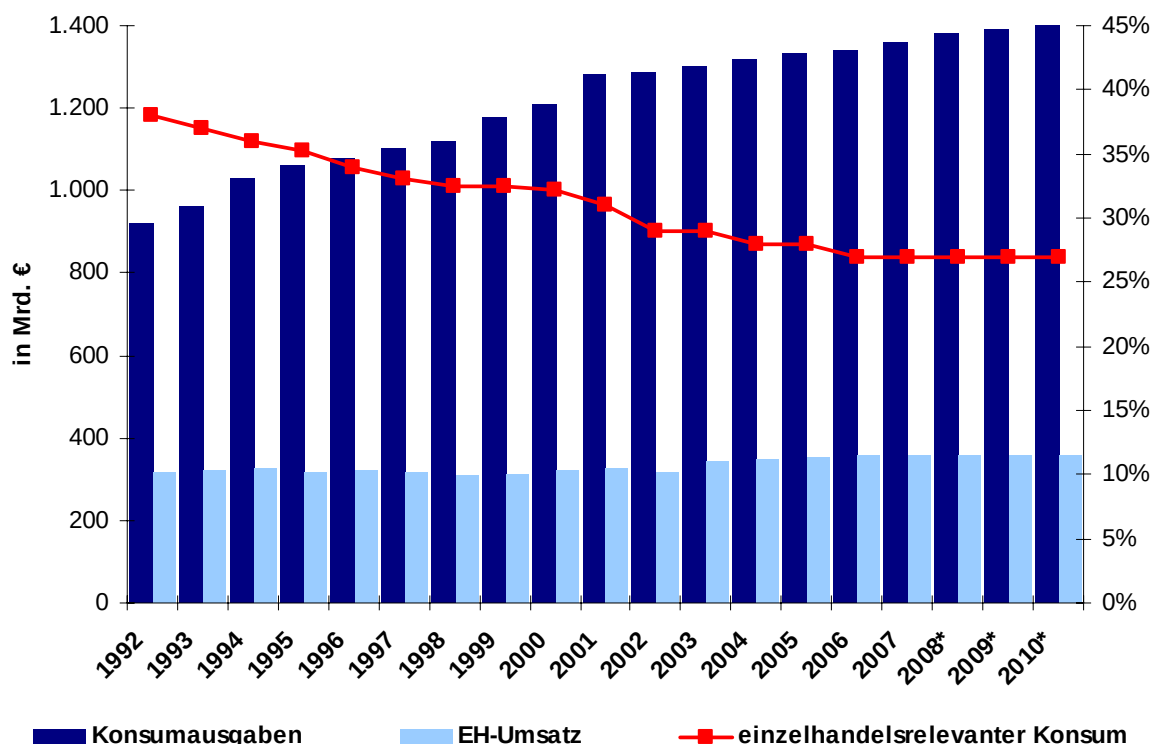


Quelle: BBE Retail Experts Köln, 2008

- die **Standortwahl** expansiver Einzelhandelsunternehmen bevorzugt nach wie vor **autokundenorientierte Standorte**
- die **Marktanteile** des klassischen Lebensmittelhandels verschieben sich tendenziell in **andere Angebotsformen** wie Tankstellen, Convenience-Shops oder Heimservice-Anbieter

Demgegenüber sind auf der **Nachfrageseite** folgende Einflussfaktoren zu erkennen:

- ein nach wie vor **rückläufiger Einzelhandelsanteil am privaten Konsum**, der sich laut Prognose im Jahr 2010 auf rund 27 % einpendeln wird



Quelle: Unternehmensgruppe Hahn, Retail Real Estate Report 2007 / 2008

- ein regional sehr unterschiedlich **ausgeprägter demographischer Wandel** hinsichtlich Bevölkerungsentwicklung, Anteil Älterer sowie mittlerer Haushaltsgröße
- eine zunehmende **Polarisierung des Einkaufsverhaltens** in qualitativ hochwertige Spitzenprodukte sowie Billigprodukte und Handelsmarken
- trotz gestiegener Energiepreise eine nach wie vor festzustellende Bereitschaft der Verbraucher, einen **höheren Such- und Wegeaufwand** in Kauf zu nehmen
- eine Verschiebung der Verbrauchergewohnheiten in Richtung des **Convenience** durch stärkere Betonung des „**bequemen Konsums**“ wie Fertiggerichte, Home Meals etc.

Bei den aufgeführten Entwicklungen muss berücksichtigt werden, dass diese auch räumliche Auswirkungen auf die Einzelhandelsentwicklung in Schöppingen haben.

2.7 Planungsrecht

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

Eingriffe in den Markt werden grundsätzlich legitimiert mit dem Ziel der Sicherung und Erhaltung funktionsfähiger Innenstädte und der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfes.

2.7.1 Landesplanung

Der Landtag Nordrhein-Westfalen hat am 19. Juni 2007 den bisherigen § 24 Abs. 3 Landesentwicklungsprogramm (LEPro) durch einen neuen § 24a „Großflächiger Einzelhandel“ ersetzt.

Anlass hierfür war das sog. „CentrO-Urteil“ des OVG Münster vom 06. Juni 2005 bzw. dessen endgültiger Bestätigung durch das Bundesverwaltungsgericht⁵, wonach § 24 Abs. 3 LEPro wegen fehlender Bestimmtheit die Qualität eines raumordnerischen Zieles abgesprochen wurde.⁶

Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in Zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innen-, Neben- oder Nahversorgungszentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten handelt.

Dabei gibt § 24a LEPro unter Benennung der sog. zentrenrelevanten Leitsortimente vor, welche Sortimente zwingend als betriebliche Kernsortimente in den Zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden müssen. Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsaufstellung ist bei der Erarbeitung örtlicher Sortimentslisten somit stets zu beachten:

Abb. 10 : Liste der zentrenrelevanten Leitsortimente

Zentrenrelevante Leitsortimente	
Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren	
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	
Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)	
Foto/Optik	
Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)	
Uhren/Schmuck	
Spielwaren, Sportartikel	

Quelle: Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 05. Juli 2007

Vorhandene Standorte außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche genießen darüber hinaus Bestandsschutz.

Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (insbesondere Möbel- und Baumärkte sowie Gartencenter) und begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin auch außerhalb von

⁵ BVerwG (28.12.2005) „Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision“ (Az: BVerwG 4 BN 41.05)

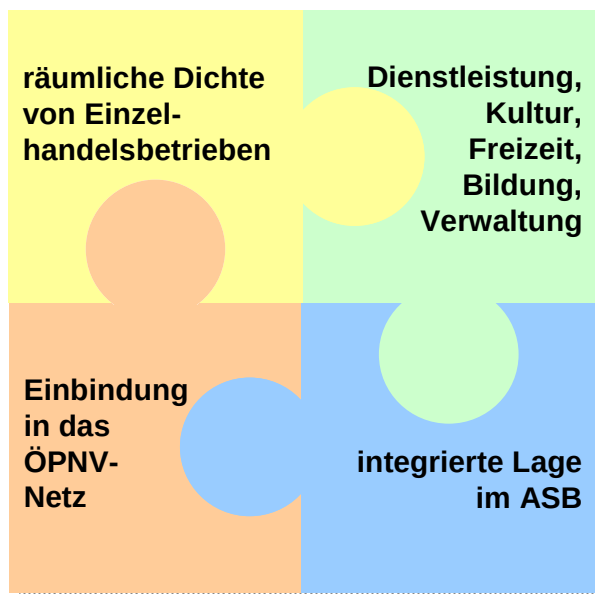
⁶ OVG Münster (06.06.2005) zur Erweiterung des CentrO in Oberhausen (Az.: 10D145/04.NE)

Zentralen Versorgungsbereichen entstehen, sofern der Standort in einem im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)⁷ liegt und die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % (bzw. max. 2.500 qm) begrenzt sind.

Es gilt im Einzelnen:

- die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des Zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt; sie dürfen weder Zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnah Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen
- die räumliche und funktionale Festlegung der Zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Städte und Gemeinden, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs“ oder die „gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz“

Abb. 11 : Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche



- eine Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt (Regelvermutung), solange der erwartete Umsatz eines zentren- und nahversorgungsrelevanten Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt; Maßstab ist bei Hauptzentren die Kaufkraft aller Einwohner einer Stadt oder Gemeinde; bei Nebenzentren ist es das Kaufkraftpotenzial der jeweils funktional zugeordneten Stadt- oder Ortsteile

⁷ Regionalplan des Regierungsbezirkes Münster, Teilabschnitt Münsterland: Wohnsiedlungsbereiche (WSB)

- auch bei Planvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten gilt die Regelvermutung, dass keine Beeinträchtigung von Zentralen Versorgungsbereichen oder der Nahversorgung vorliegt, solange der erwartete Umsatz die entsprechende Kaufkraft aller Einwohner einer Kommune nicht übersteigt
- weitergehende Regelungen beziehen sich auf die Ansiedlung von Factory-Outlet-Center (nur in Städten mit mehr als 100.000 Einwohner) sowie auf Einzelhandelsvorhaben in „raumbedeutsamen Großeinrichtungen für Freizeit, Sport, Erholung, Kultur oder sonstigen Dienstleistungen“ (ab 50 ha Gesamtfläche)
- in Regionalen Einzelhandelskonzepten – sofern sie die Anforderungen des neuen § 24a LEPro erfüllen – dürfen Abweichungen vereinbart werden, insbesondere zu Art und Umfang zulässiger Nutzungen in Zentralen Versorgungsbereichen, zu Hersteller-Direktverkaufszentren, zu den Kriterien für die Abgrenzung Zentraler Versorgungsgebiete sowie zu den Beschränkungen für Sondergebiete mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen

2.7.2 Bauleitplanung

Auf kommunaler Ebene bestehen mit der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie dem Baugesetzbuch (BauGB) weitere verbindliche Regelungen für die Einzelhandelsentwicklung.

- Maßgebend für die Ansiedlung bzw. Erweiterung des großflächigen Einzelhandels ist der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in Kern- und Sondergebieten zulässig sind. Der Paragraph schreibt vor allem für Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten oftmals einen Verträglichkeitsnachweis vor. Dieser ist in der Regel zu führen, wenn Einzelhandelsbetriebe die Schwelle zur Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche überschreiten und städtebauliche und regionalplanerische Auswirkungen zu vermuten sind.

Bedingt durch die Novellierungen des BauGB in 2004 und 2007 wurden den Kommunen weitere rechtliche Handlungsmöglichkeiten und Abwehrrechte an die Hand gegeben:

- durch den im Jahr 2004 geschaffenen § 34 Abs. 3 BauGB wird festgestellt, dass von einzelhandelsrelevanten Planvorhaben im unbeplanten Innenbereich keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche - weder in der eigenen Gemeinde noch in anderen Gemeinden - ausgehen dürfen; nicht abschließend geklärt ist jedoch, worin genau diese Auswirkungen bestehen und wie sie festzustellen sind; richtungweisend zur Beantwortung der Frage können allerdings Anhaltspunkte sein, die in einem Urteil des BVerwG⁸ genannt wurden: Lage des Vorhabens außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs, substantielle Funktionsstörung des Zentralen Versorgungsbereichs, im betroffenen Zentralen Versorgungsbereich vorhandene Leerstände, Unverhältnismäßigkeit der geplanten Verkaufsflächen im Vergleich zu den im betroffenen Zentralen Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsflächen, Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses in betroffenen Zentralen Ver-

⁸ BVerwG (11.10.2007); Az: BVerwG 4 C 7.07

sorgungsbereichen, der Umsatzumverteilungen oder der Verlagerung von Kundenströmen

- ebenso wurde durch die Novelle in 2004 im § 2 Abs. 2 BauGB formuliert, dass die Bauleitpläne benachbarter Städte und Gemeinden aufeinander abzustimmen sind; dabei können sich die Gemeinden zur Abwehr großflächiger Einzelhandelsvorhaben in den Nachbarkommunen auch auf die ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre Zentralen Versorgungsbereiche berufen
- mit dem Inkrafttreten des Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte wurde im BauGB in 2007 ein neuer § 9 Abs. 2a BauGB das Instrument des einfachen Bebauungsplanes eingeführt, um die im unbeplanten Innenbereiche gelegenen Zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten oder zu entwickeln; es besteht nun die Möglichkeit, bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen Nutzungen, wie z.B. Einzelhandelsnutzungen, für zulässig oder nicht zulässig zu erklären. Grundlage und zu berücksichtigen ist dabei insbesondere ein städtebauliches Entwicklungs- oder Einzelhandelskonzept, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden Bereiche enthält
- die Rechtssprechung hat zudem klargestellt, dass die Großflächigkeit bei einer Verkaufsfläche ab 800 qm gegeben ist⁹; die Verkaufsfläche ist dabei der Teil der Geschäftsfläche, „auf dem üblicherweise die Verkäufe abgewickelt werden (einschließlich Kassenzone, Gänge, Schaufenster, Bedientheke, Pfandräume und Stellflächen für Einrichtungsgegenstände sowie innerhalb der Verkaufsräume befindliche und diese miteinander verbindenden Treppen und Aufzüge)“
- von Bedeutung in diesem Zusammenhang ist auch die Frage, unter welchen Umständen mehrere Betriebe in Nachbarschaft als „Agglomeration“ oder sogar „Einkaufszentrum“ einzustufen sind; nach einem Urteil des BVerwG¹⁰ wurden noch einmal die Grenzen einer Funktionseinheit verdeutlicht, die der Einstufung benachbarter Einzelhandelsbetriebe als „Funktionseinheit“ gesetzt sind; hervorgehoben wird u.a., dass die Voraussetzung erfüllt sein kann bei:
 - gemeinschaftlich abgestimmter Teilnahme mehrerer eng benachbarter Betriebe am Wettbewerb, wobei nicht abschließend beantwortet wird, was unter „gemeinschaftlicher Abstimmung“ zu verstehen ist
 - Unterbringung der einzelnen Betriebe in einem einheitlichen Gebäude
 - die gemeinsame Nutzung betrieblicher Kapazitäten – etwa durch Vorhaltung eines gemeinsamen Parkplatzes oder gemeinsamer Erschließung,
 - die aus Sicht des Kunden „nach Art eines typischen Einkaufszentrums“ als Einheit in Erscheinung tretende Verbundenheit der verschiedenen Läden / Märkte untereinander

⁹ BVerwG (24.11.2005), Az: BVerwG 4 C 10.04

¹⁰ BVerwG (24.11.2005), Az: BVerwG 4 C 14.04

3 ERGEBNISSE DER SITUATIONSANALYSE IN DER GEMEINDE SCHÖPPINGEN

3.1 Stellung des Einzelhandelsstandortes Schöppingen

Durch die räumliche Lage sowie die Siedlungsstruktur befindet sich der Einzelhandelsstandort Schöppingen im Wesentlichen im Wettbewerb mit dem Oberzentrum Münster sowie den Mittelzentren Steinfurt und Ahaus.

Daneben bestehen Verflechtungen mit den unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen wie z.B. Horstmar.

Diese Entwicklung dürfte sich durch neuerliche Errichtungen (z.B. BAUMGARTEN in Burgsteinfurt) noch verstärkt haben.

Die nachfolgenden Bewertungen nehmen Bezug auf die regionalen Wettbewerbsstandorte sowie den potenziellen Einzugsbereich des Einzelhandelsstandortes Schöppingen.

Münster

Das Oberzentrum Münster verfügt über eine vielfältige und attraktive Einzelhandelsstruktur. Insbesondere die Innenstadt mit überregional bedeutsamen Magnetbetrieben wie GALERIA KAUFHOF, KARSTADT oder P & C dürften Anziehungskraft auch auf Bürger aus Schöppingen ausüben. Daneben sind es auch „örtliche Riesen“ wie SCHNITZLER oder ZUMNORDE sowie das städtebauliche Erscheinungsbild, welche den Reiz und die Unverwechselbarkeit der Stadt ausmachen.

Abb. 12 : Fotos Münster



Quelle: eigene Fotos

Steinfurt

Die Kreisstadt Steinfurt ist durch ihre bipolare Siedlungsstruktur geprägt.

Im Ortsteil Steinfurt übt insbesondere das Fachmarktzentrum BAUMGARTEN auch Anziehungskraft auf Bürger aus Schöppingen aus.

Daneben hat auch die historisch geprägte Altstadt mit einigen unverwechselbaren Anbietern eine gewisse Attraktivität.

Ahaus

Das verkehrlich gut erreichbare Mittelzentrum Ahaus zeichnet sich im Zentrum durch eine relativ vielfältige Struktur auch einiger örtlicher Riesen mit überörtlicher Bedeutung aus.

Insbesondere die großen Anbieter von Bekleidung und Sportartikeln finden keine vergleichbaren Angebotsstrukturen in Schöppingen.

3.2 Einzelhandelssituation in Schöppingen

Die in der Gemeinde Schöppingen ansässigen Betriebe mit Verkaufsort wurden im Rahmen einer Orts- und Betriebsstättenbegehung erhoben und bewertet. Die Erhebung wurde durch qualifizierte Berater der BBE Handelsberatung Münster durchgeführt und mit Erkenntnissen und Erhebungen anderer Quellen auf Plausibilität geprüft.

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

Nicht erhoben wurden aus systematischen Gründen Betriebsstätten des atypischen Handels wie Baustoffhändler oder Autohäuser.

Nicht erfasst werden können ebenfalls einige Angebotsformen wie:

- Mobiler Handel
- Automatenverkauf
- Hofverkauf und Wochenmärkte
- Streuanbieter
- Fabrikverkauf

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

3.2.1 Betriebe

Die Betriebsstättenenerhebung in Schöppingen hat **39 Einzelhandelsbetriebe** mit Ladenlokal ergeben.

Die Zahl der Betriebsstätten mit Nahrungs- und Genussmittelangebot ist erwartungsgemäß am Größten. In nahezu allen Sortimenten sind mehrere Anbieter vertreten.

Knapp die Hälfte aller Betriebsstätten ist dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen und dient somit vorrangig der Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung.

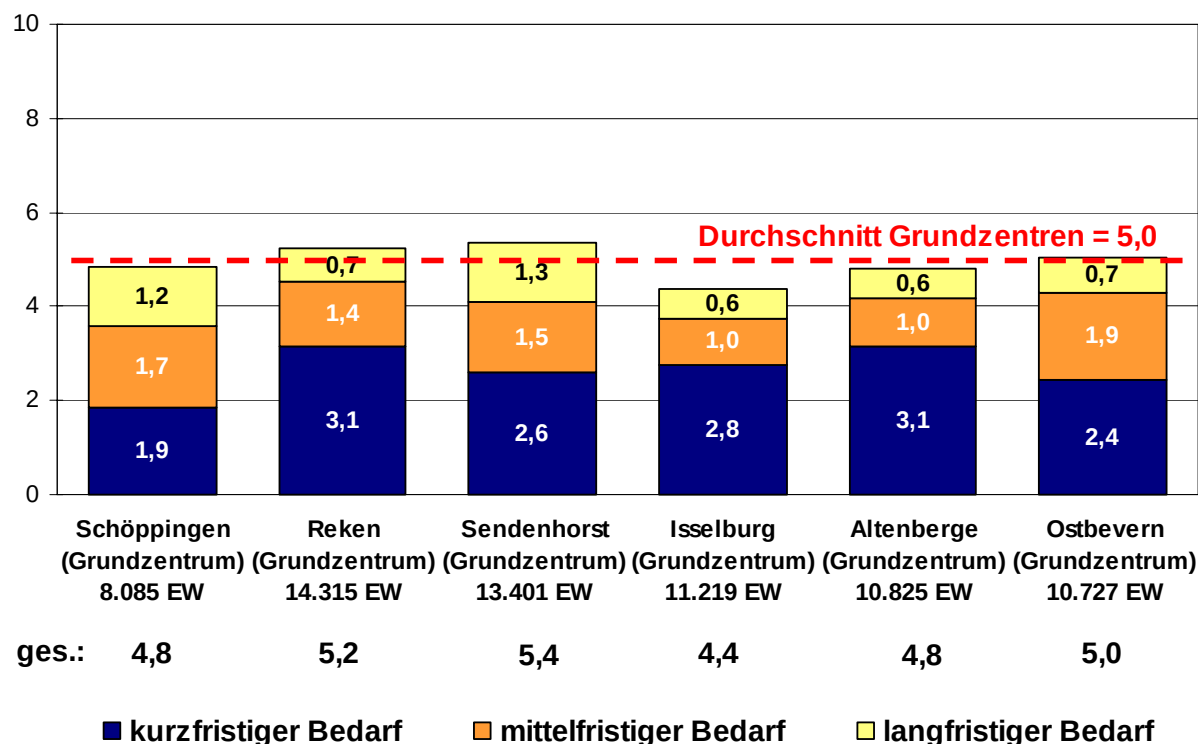
Abb. 13 : Betriebsstätten in Schöppingen

Warengruppe	Betriebe	Sortimente
	nach Kernsortimenten	nach Teilsortimenten
Nahrungs- und Genußmittel	11	14
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	2	6
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2	6
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	15	26
Bekleidung/Wäsche	4	7
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2	2
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	5	5
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	2	6
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	1	3
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	14	23
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	3	3
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	2	3
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	1	1
Uhren/Schmuck	1	1
Sonstiges	3	6
Überwiegend langfristiger Bedarf	10	8
Gesamt	39	57

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Da zahlreiche Einzelhandelsbetriebe mehrere Sortimente anbieten, sind diese differenziert erfasst und bewertet worden. Für die Gemeinde Schöppingen konnten insgesamt **57 Sortimente** (Fachabteilungen) festgestellt werden.

Im Verhältnis zu ähnlich gelagerten Grundzentren ist dieser Wert gemessen an der Ausstattung je 1.000 Einwohner ein durchschnittlicher Wert.

Abb. 14 : Angebotsstätten je 1.000 Einwohner

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.2.2 Verkaufsflächen

Sämtliche Einzelhandelsflächen wurden im Rahmen der Erhebung in den jeweiligen Sortimenten differenziert erfasst. Hierbei sind auch Teilflächen innerhalb der Betriebe den jeweiligen Sortimenten zugeordnet.

Zum Erhebungszeitpunkt summiert sich die Gesamtfläche auf etwa 8.300 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht einer Flächenausstattung von rund 1,0 qm Verkaufsfläche je Einwohner.

Die Flächenausstattungen in den Bedarfsbereichen sind vor allem durch die großflächigen Anbieter der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Möbel geprägt.

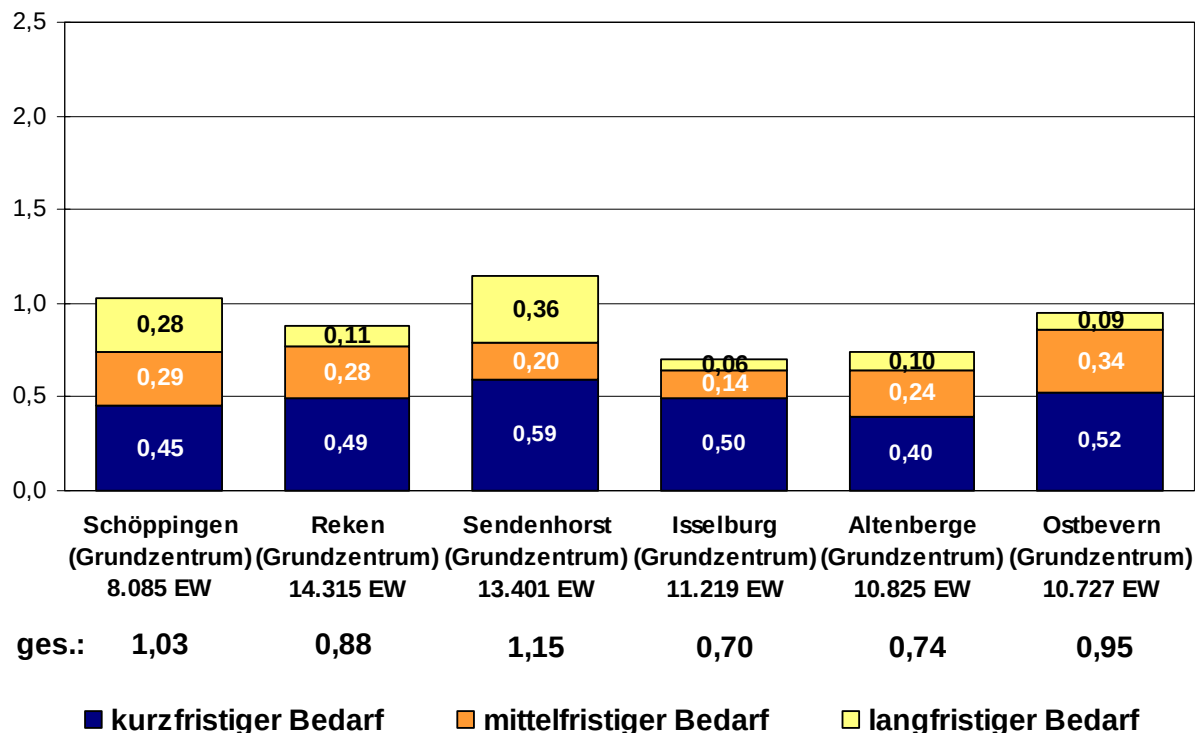
Abb. 15 : Verkaufsflächenbesatz in Schöppingen

Warengruppe	Verkaufsfläche	Flächenausstattung
	in qm	in qm je Einwohner
Nahrungs- und Genußmittel	2.866	0,35
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken/Optik/Sanitätsart.	601	0,07
Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	203	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.669	0,45
Bekleidung/Wäsche	848	0,10
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	..****	..****
Baumarkt-Artikel und Gartenbedarf/Blumen	620	0,08
Glas, Porzellan, Keramik/Hausrat/Geschenkartikel	346	0,04
Spielw./Hobby/Basteln/Musikinstr./Sportart./Fahrräder/Camping	..****	..****
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.324	0,29
Möbel/Einrichtung/Heimtextilien (inkl. Bad-/Garten-/priv. Büromöbel)	..****	..****
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	..****	..****
Unterhaltungselekt./Musik/Video/PC/Drucker/Kommunikation	..****	..****
Uhren/Schmuck	..****	..****
Sonstiges	1.066	0,13
Überwiegend langfristiger Bedarf	2.296	0,28
Gesamt	8.290	1,03

****aus Datenschutzgründen keine Ausweisung

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Mit rund 1,0 qm Verkaufsfläche je Einwohner entspricht die Ausstattung in Schöppingen in etwa der vergleichbarer Grundzentren.

Abb. 16 : Flächenausstattung im Vergleich

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.2.3 Räumliche Verteilung

Neben rein quantitativen Betrachtungen wie Anzahl der Betriebsstätten oder Verkaufsflächenausstattungen spielt die räumliche Verteilung der Angebotsstrukturen eine erhebliche Rolle in der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in einer Gemeinde.

Hierbei fließen Beurteilungskriterien wie Standortqualitäten, städtebauliche Rahmenbedingungen, aber auch das Erscheinungsbild der Betriebe mit ein.

Die Betriebsstätten sowie die Flächen konzentrieren sich in besonderer Weise auf den Ortskern.

Hier verfügen u.a. die größeren Nahversorgungsanbieter sowie die Unternehmen ROTTERDAM und VORGERD über Magnetfunktionen auch für die anderen Anbieter im näheren Umfeld.

Im Ortsteil Eggerode sind lediglich kleinere Betriebsstätten vorzufinden. Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen sowie der räumlichen Nähe zu anderen Angebotsstätten sind Entwicklungen größerer Betriebsstätten hier eher nicht zu erwarten.

3.2.3.1 Zentraler Einkaufsort

Als zentraler Einkaufsort bzw. Versorgungsbereich ist der Ort zu benennen, der neben der Nahversorgung eine größere Vielfalt von Angeboten und Nutzungen aufweist. Dieser Ort übt somit eine Attraktivität über die wohnortnahe Versorgung oder aber einen Zielkauf hinaus aus.

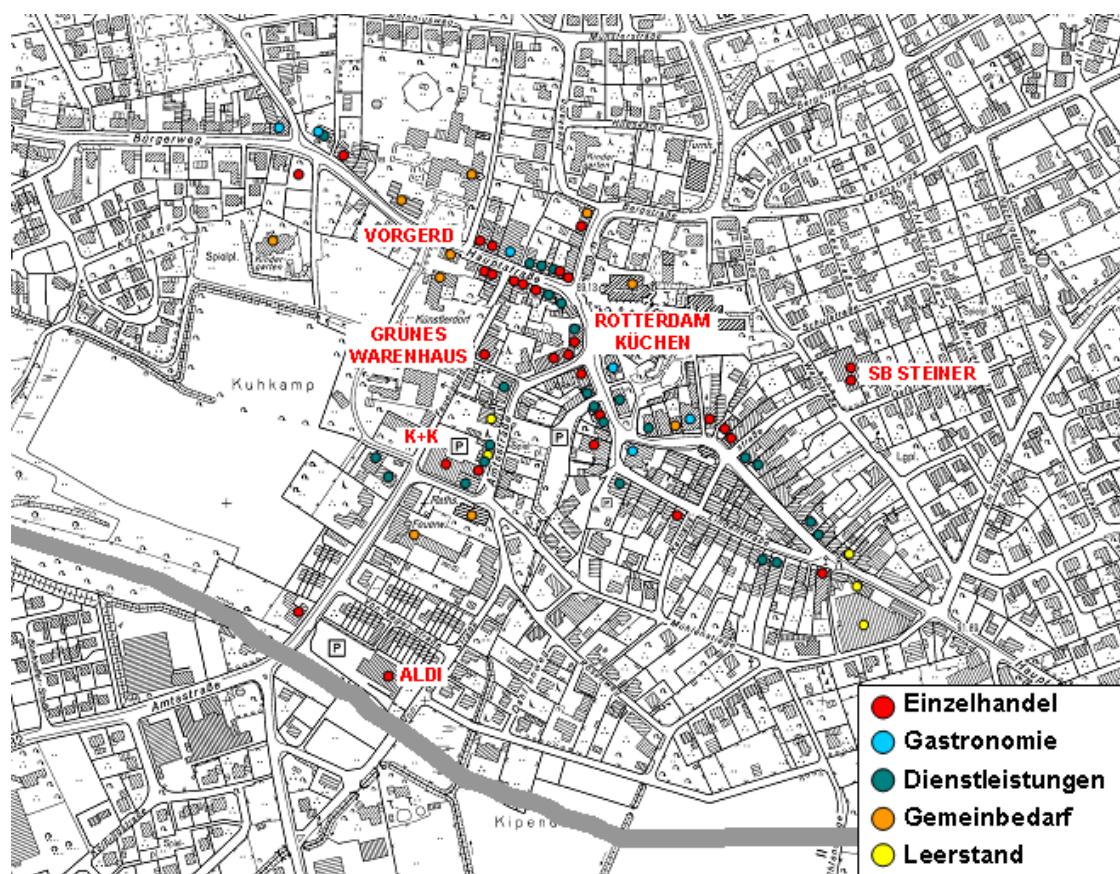
Als zentraler Einkaufsort ist der Ortskern von Schöppingen zu benennen. Dieser gewachsene Versorgungsbereich hat sich entlang der Hauptstraße sowie der Amtsstrasse gebildet.

Die räumlichen Grenzen werden durch den vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie die Durchmischung mit weiteren Funktionen (Gastronomie sowie öffentliche Einrichtungen) definiert. Auch verkehrliche Barrieren spielen für die Abgrenzung eine wichtige Rolle.

Als Haupteinkaufsort kommt diesem Bereich auch die Versorgungsfunktion für den aperiodischen Bedarf innerhalb der Gemeinde zu.

Eine Nutzungskartierung kann der nachfolgenden Karte entnommen werden.

Abb. 17 : Nutzungskartierung Ortskern

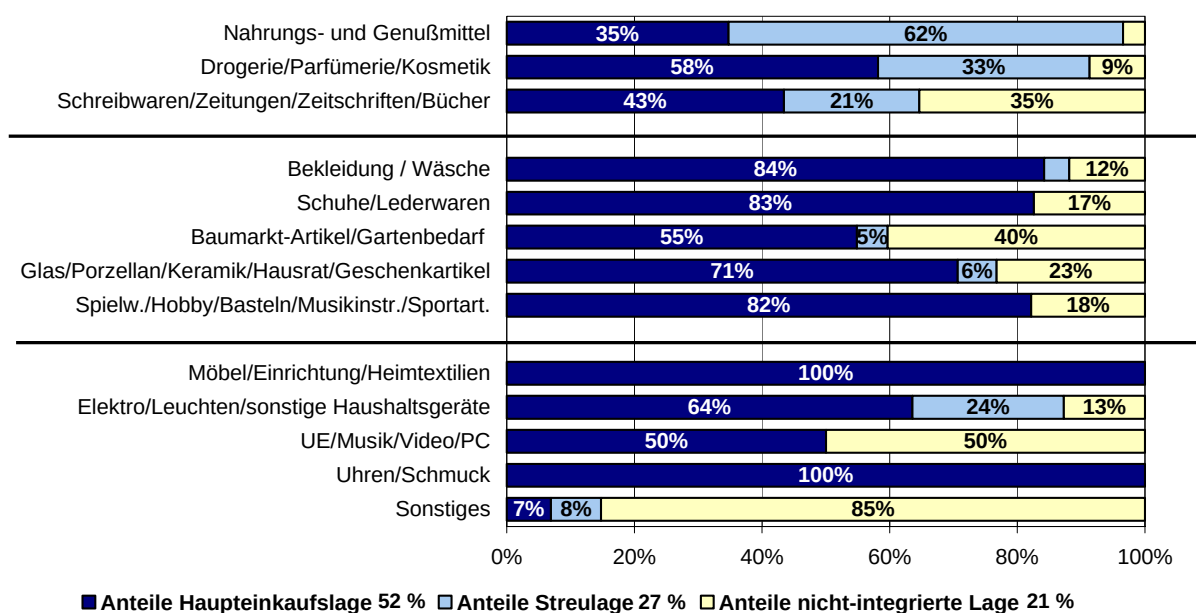


Quelle: DGK, eigene Darstellung

In der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen in Schöppingen ist vor allem hervorzuheben, dass erhebliche Flächenanteile im Zentralen Versorgungsbereich angesiedelt sind, hierunter auch zentrenprägende Sortimente wie Bekleidung und Schuhe.

Demgegenüber erscheint der Verkaufsflächenanteil bei Nahrungs- und Genussmitteln für ein Grundzentrum als eher gering. Letztendlich werden die größeren Nahversorger ALDI und SB STEINER trotz einer räumlichen Nähe zum Ortskern nicht unmittelbar dem Zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Sie erfüllen vielmehr aufgrund ihrer Nutzungsstruktur, städtebaulichen Lage und dezentraler Versorgungsfunktion den Charakter von solitären Nahversorgungsstandorten.

Abb. 18 : Anteil der Verkaufsflächen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.2.3.2 Nahversorgungsstandorte

Als Nahversorgungsstandorte sind die Standorte zu bezeichnen, die aufgrund ihrer Größe oder in Agglomeration mehrerer Anbieter die Nahversorgung in einer Gemeinde tragen.

Nicht berücksichtigt werden Solitärstandorte oder aber Lagen mit vereinzelt Angeboten überwiegend kleinteiliger Anbieter.

Nahversorgungsstandort Wallstrasse

An diesem Standort hat sich ein Supermarkt des Betreibers SB Steiner etabliert.

Aufgrund der nicht mehr marktgerechten Standortgegebenheiten bestehen Verlagerungs- und Erweiterungsabsichten.

Abb. 19 : Fotos Nahversorgungsstandort Wallstrasse



Quelle: eigene Fotos

Nahversorgungsstandort Amtsstrasse

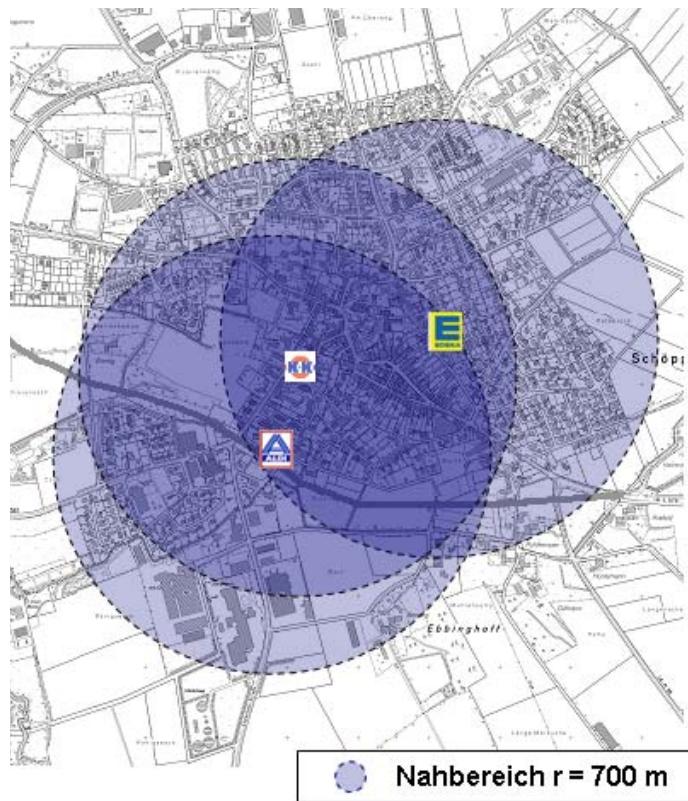
An der Amtsstrasse in unmittelbarer Anbindung an die neu geschaffene Umgehungsstrasse befindet sich ein moderner ALDI Discountmarkt sowie der Frischemarkt HÖLSCHER.

Abb. 20 : Fotos ALDI, HÖLSCHER



Quelle: eigene Fotos

Bei Betrachtung der räumlichen Verteilung der größeren Nahversorger wird deutlich, dass diese nahezu eine flächendeckende Nahversorgung des Wohnsiedlungsbereiches innerhalb eines 700 m-Radius erreichen.

Abb. 21 : Karte räumliche Verteilung Nahversorger

Quelle: DGK, eigene Darstellung

3.2.3.3 Sonstige Standorte

Bei dieser Standortkategorie handelt es sich um Standorte, die weder dem Hauptgeschäftsbereich noch den Nahversorgungsstandorten zugeordnet werden können.

Im Schöppingen ist insbesondere ein Solitärstandort innerhalb des Gewerbegebietes zu erwähnen, an dem sich ein großflächiger Sonderpostenmarkt (THOMAS PHILLIPS) angesiedelt hat.

Daneben sind weitere Betriebsstätten als Solitärstandorte im Gemeindegebiet vertreten, die sich jedoch unterhalb der Großflächigkeitsgrenze bewegen.

3.3 Umsatz-Kaufkraft-Relationen

Basis der nachfolgenden Berechnungen sind die ermittelten Kaufkraft-Potenziale sowie die Ergebnisse der Betriebsstättenenerhebungen.

Die Erhebungen wurden durch erfahrene Mitarbeiter des beauftragten Gutachterbüros vorgenommen und differenziert nach Teilflächen und Sortimenten bewertet. Zur Bewertung hinzugezogen wurden neben branchenüblichen Flächenproduktivitäten qualitative Faktoren wie Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre.

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

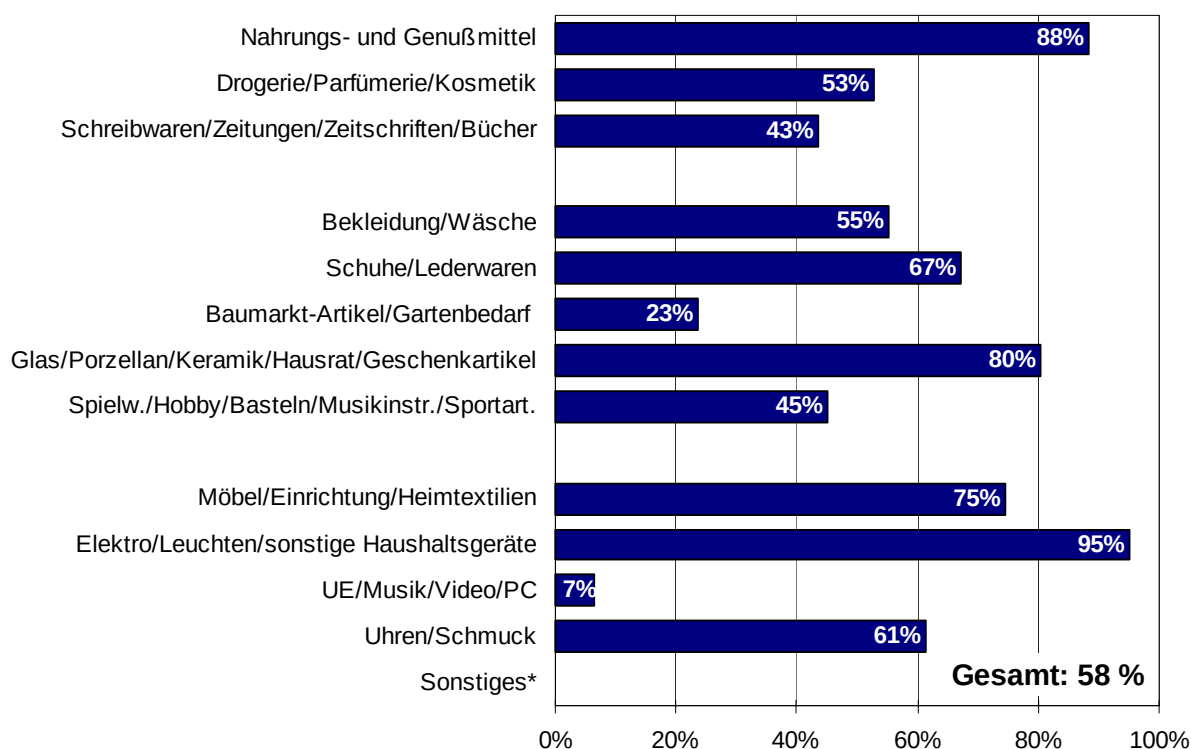
- Fortschreibung der Daten auf Basis der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) aus dem Jahr 1993 – Erhebungsjahr 1992
- Problematik der Zuordnung bei Filialbetrieben: diese melden in aller Regel ihre Umsatzsteuer nicht am Ort ihrer Betriebsstätten, sondern am Unternehmenssitz.

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

In der Gemeinde Schöppingen wird zum Erhebungszeitpunkt ein einzelhandelsrelevanter **Umsatz** von rund **25,9 Mio. Euro** realisiert.

Eine Gegenüberstellung der getätigten Umsätze mit den rechnerischen Potenzialen der Kaufkraft ergibt die so genannten Umsatz-Kaufkraft-Relationen und somit den prozentualen Wert, mit der ein Sortiment am Standort derzeit gebunden wird.

Abb. 22 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen in Schöppingen



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Eine vollständige Kaufkraftbindung ist zunächst eine rechnerische Größe, die in den Sortimenten teilweise deutlich abweichen kann, weil die Bindungsfähigkeit einer Gemeinde

oder eines Standortes auch von der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betriebsformen des Handels abhängen kann.

So haben sich in einigen Branchen und Sortimenten mittlerweile Betriebsformen am Markt etabliert, die eine wirtschaftliche Tragfähigkeit erst ab einer bestimmten Größe und somit auch einer entsprechenden Größe des wirtschaftlichen Einzugsgebietes erreichen. Ein Beispiel hierfür ist die Neuerrichtung eines Möbelhauses (Vollsortiment) mit in der Regel mindestens 25.000 qm Verkaufsfläche, was wiederum einen Einzugsbereich von mindestens 100.000 Verbrauchern erfordert.

Die Folgen sind weitere Konzentrationsprozesse sowohl hinsichtlich der Standorte als auch der Anbieter.

Innerhalb der Sortimente wird hinsichtlich ihrer Fristigkeit und somit auch unterschiedlicher Auswirkungen auf die Einzugsbereiche differenziert:

Bei den Sortimenten des **kurzfristigen Bedarfs** handelt es sich um Güter des täglichen Bedarfs, die in aller Regel wohnortnah angeboten und eingekauft werden.

Bei den Sortimenten des **mittelfristigen Bedarfs** handelt es sich im Schwerpunkt um Artikel der Persönlichen Ausstattung, in denen Kaufentscheidungen der Verbraucher oftmals spontan vorgenommen werden. Es sind dies **vorwiegend Sortimente mit zentrenrelevantem Schwerpunkt**, welche die Attraktivität und Besonderheit eines Ortskerns prägen. Ober- oder Mittelzentren sind durch die Agglomeration vieler Anbieter und Angebotsformen in der Lage, Kaufkraftbindungsquoten jenseits der eigenen kommunalen Kaufkraft zu erzielen.

Die **mittel- und langfristigen Bedarfsgüter** sind in einem stärkeren Maße von rationalen Such- und Entscheidungsprozessen der Verbraucher geprägt. Diese sind in vielen Fällen auch bereit, bei ausreichendem Angebot längere Wege in Kauf zu nehmen und Standorte gezielt aufzusuchen. Einzugsgebiete von 50 oder mehr Kilometern beispielsweise bei Möbelhäusern sind keine Ausnahme. **Die Angebotsstandorte orientieren sich demzufolge in besonderer Weise an verkehrlichen Erreichbarkeiten.**

Angesichts dieser Einordnungen sind für die Gemeinde Schöppingen die Umsatz-Kaufkraft-Relationen wie folgt zu bewerten:

Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation zum Erhebungszeitpunkt bei **88 %**. Rechnerisch fließt somit 12 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft aus Schöppingen ab. Die Versorgungssituation ist gemäß den Untersuchungen wie folgt zu bewerten:

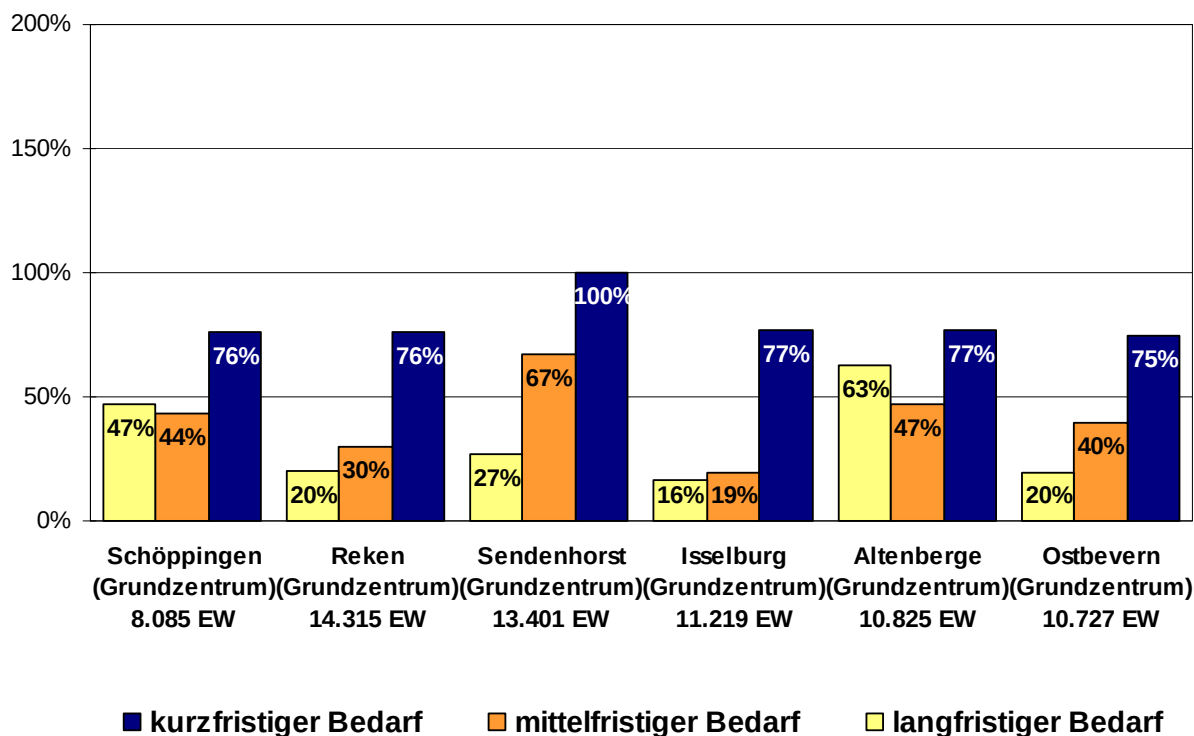
- Die Versorgung der Bevölkerung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs ist als gut anzusehen. Dies betrifft auch die Angebotsvielfalt. Mit anderen Worten bedeutet dies, dass mögliche Ansiedlungspotenziale auf städtebaulich gewünschte Standorte oder zur Bestandsicherung bestehender Nahversorgungseinrichtungen zu lenken sind.

Bei den mittel- und langfristigen Sortimenten werden die besten Bindungsquoten in der Sortimentsgruppe **Elektro, Leuchten, GPK / Hausrat, Möbeln** sowie bei **Schuhen / Lederwaren** erzielt.

Bemerkenswert für ein Grundzentrum sind insbesondere die hohen Bindungsquoten bei Möbeln sowie Elektro / Leuchten.

Der interkommunale Vergleich mit anderen Grundzentren macht die sehr gute Kaufkraftbindung der Gemeinde Schöppingen deutlich.

Abb. 23 : Umsatz-Kaufkraft-Relationen im Vergleich



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

3.4 Angebotsqualität

Zur Beurteilung der Angebotsstrukturen bedarf es neben der Berücksichtigung quantitativer Faktoren auch einer qualitativen Beurteilung des Angebotsgenres / Sortimentsniveaus.

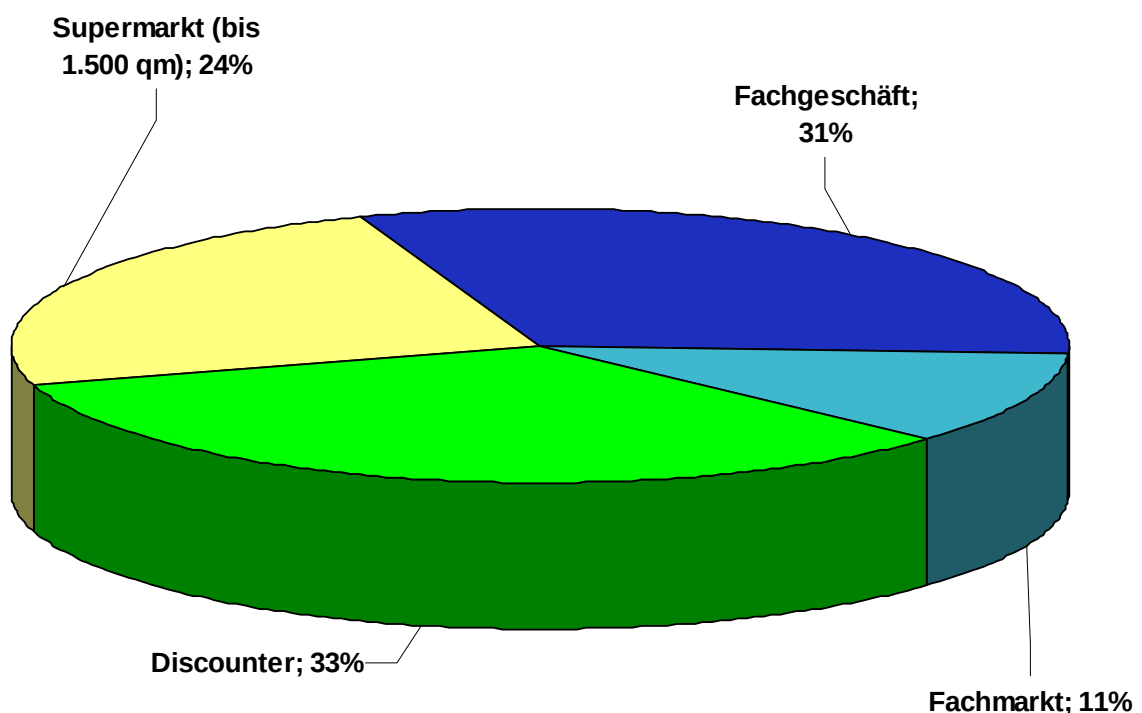
Insbesondere bei modischen Angeboten trifft der Verbraucher auf eine Vielfalt von Angebotsformen sowie unterschiedlichsten modisch und preislich differenzierten Angeboten. Zugleich ist das Angebot der Persönlichen Ausstattung (Bekleidung / Schuhe) als besonders standortprägend zu bezeichnen.

Die Ausprägungen der Sortimente wie Breite und Tiefe, Genre, Zielgruppenansprache oder Angebotsform werden in erheblicher Weise durch wirtschaftliche Rahmenbedingungen am Standort vorgeprägt. Es sind dies insbesondere Faktoren wie Kaufkraftniveau sowie Markt- und Wettbewerbsstrukturen.

Im deutschen Handel vollziehen sich die Veränderungen insbesondere der Angebotsstrukturen in einer weiterhin ungebremsen Dynamik. Gewinner der Entwicklung sind vorrangig die Fachmärkte und Discounter, während der traditionelle Fachhandel weiterhin an Marktbedeutung verliert.

In Schöppingen werden derzeit rund 31 % aller Umsätze in Fachgeschäften getätigt. Dies macht trotz des Fehlens filialisierter Anbieter eine gewisse Angebotsvielfalt und eine Unverwechselbarkeit der Angebote deutlich.

Abb. 24 : Umsatz-Anteile nach Betriebsform



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Der zunehmende Wettbewerb der Anbieter, der Vertriebsformen und Standorte hat bei gleichzeitig erheblichen Erweiterungen der verfügbaren Flächen in den letzten Jahren nicht nur zu einem verstärkten Wettbewerb quantitativer Größen geführt, sondern die qualitativen Merkmale zunehmend wichtiger werden lassen.

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

3.5 Zusammenfassende Bewertung

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

- ein kompaktes räumliches Angebot im gewachsenen Ortskern
- zahlreiche ortstypische und somit unverwechselbare Anbieter
- die Einbindung von Magnetbetrieben in den Zentralen Versorgungsbereich
- die räumliche Lage attraktiver Frequenzbetriebe (EDEKA, ALDI) in dezentraler, wohngebietsorientierter Lage
- eine ausgewogene Nahversorgungssituation

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

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

- Kaufkraftabwanderungen in einzelnen Sortimenten
- Defizite im Erscheinungsbild einiger Betriebe

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

4 KONZEPTIONELLE EMPFEHLUNGEN

Das nachfolgende Konzept basiert auf den Untersuchungen und Analysen der beauftragten Gutachter und wurde in seinen Empfehlungen gemeinsam mit den Mitgliedern des projektbegleitenden Arbeitskreises erörtert und weiterentwickelt.

4.1 Entwicklungsszenarien

Als wesentliches Steuerungsinstrumentarium für die perspektivische Einzelhandelsentwicklung gilt eine „**räumlich-funktionale Arbeitsteilung**“ zwischen dem Hauptzentrum, den nahversorgungsorientierten Ortsteilen sowie den Fachmarktstandorten. Diese Arbeitsteilung sorgt für eine attraktive und ausgewogene sowie wettbewerbsfähige Einzelhandelsstruktur innerhalb der kommunalen Grenzen von Schöppingen.

Von besonderer Bedeutung ist hierbei insbesondere die Konzentration vor allem nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente im Zentralen Versorgungsbereich von Schöppingen. Denn die Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente an anderer Stelle bzw. an städtebaulich nicht-integrierten Standorten zieht in der Regel eine Schwächung des Zentralen Versorgungsbereiches nach sich mit weiteren städtebaulichen Folgen wie Funktionsverlusten und Leerständen in den bestehenden Strukturen.

Zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in den Ortsteilen sind auch hier angemessene Angebotstrukturen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in integrierter Lage vorzusehen. Lebensmittelanbieter innerhalb des Ortskerns haben neben ihrer Versorgungsfunktion auch wichtige Magnetfunktionen für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Dabei ist darauf zu achten, dass die Dimensionierung der Lebensmittler eine räumlich wie funktional abgestufte und ausgewogene Nahversorgungsstruktur im Schöppinger Gemeindegebiet auch nach wie vor ermöglicht.

Darüber hinaus sind die nicht-zentrenrelevanten Angebotsstrukturen, die sich oftmals aufgrund ihrer Flächenintensität nur bedingt in städtebauliche Strukturen einfügen, ebenfalls auf Bereiche im Gemeindegebiet zu bündeln, den sog. Fachmarktstandorten.

In Abhängigkeit von der Wirkung planerischer Steuerungsmöglichkeiten werden unterschiedliche Entwicklungsszenarien für die weitere Einzelhandelsentwicklung in Schöppingen dargestellt. Einzelne Aspekte lassen sich dabei mit unterschiedlicher Ausprägung auch häufig in der Realität feststellen. Nichtsdestotrotz werden zum Teil Annahmen getroffen, die bewusst mögliche Folgewirkungen überdehnen, um sowohl positive als auch negative Auswirkungen der planerischen Steuerungsmöglichkeiten besonders zu verdeutlichen.

4.1.1 Entwicklungsszenario „freie Entwicklung“

Der Einsatz planerischer und rechtlicher Steuerungsinstrumente ist bei diesem Szenario auf ein Minimum reduziert. Die Ansiedlungen oder auch Erweiterungen von Einzelhandelsbetrie-

ben erfolgen in erster Linie an städtebaulich nicht-integrierten Standorten wie den Gewerbegebieten. Aus Betreibersicht sind hier ohne größeren Aufwand Standortentwicklungen an einem verkehrlich gut erreichbaren Standort zu realisieren.

Als Folgewirkung entsteht durch die neuen nicht-integrierten Standorte ein verschärfter Verdrängungswettbewerb insbesondere gegenüber den städtebaulich integrierten Lagen. Es kann zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen mit der Folge von Geschäftsaufgaben und Leerständen in den gewachsenen Versorgungsbereichen.

Damit einher geht eine Schwächung des Zentralen Versorgungsbereiches, aber auch eine Ausdünnung der Nahversorgung in der Nähe zu Wohngebieten. Die dort bestehenden Betriebsstätten sind somit in ihrer Funktionsfähigkeit gefährdet und verlieren durch den Verlust von Magnetbetrieben zunehmend an Attraktivität.

Mit den geringen Steuerungsmöglichkeiten korrespondiert auch ein hohes Maß an Unsicherheit für mögliche Planungen und Investitionen. Investitionen werden vor allem im Zentralen Versorgungsbereich nicht mehr stattfinden, wo sie bislang ausdrücklich gewünscht wurden, wenn zeitgleich an anderer Stelle eine neue Konkurrenzsituation entsteht.

4.1.2 Entwicklungsszenario „restriktive Entwicklung“

Beim Szenario „restriktive Entwicklung“ erfolgt im Gegensatz zum Szenario „freie Entwicklung“ ein maximales Ausschöpfen der rechtlichen Instrumentarien zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung. Das Szenario folgt dem Prinzip der „Käseglocke“, so dass der vorhandene Bestand an Einzelhandelsbetrieben dahingehend geschützt wird, dass keine neuen Konkurrenzsituationen entstehen. Es geht somit primär um den Erhalt des Status Quo sowie die Festschreibung der bestehenden Situation. Einzige Entwicklungsperspektive ist die Ansiedlung von Betriebsstätten innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches.

Die Folge ist ein „Einfrieren“ der derzeitigen Situation. Entwicklungsimpulse und Investitionen finden quasi nicht mehr statt und Investoren orientieren sich an andere Standorte. In der Folge verliert der Einzelhandel kontinuierlich an Attraktivität und Kaufkraft wandert ebenfalls verstärkt in andere Standorte. Sinnvolle Investitionen im Zentralen Versorgungsbereich oder Verkaufsflächenerweiterungen bleiben aus, wodurch andererseits der Anpassungsdruck für notwendige Anpassungsmaßnahmen bei den bestehenden Betrieben genommen wird.

Letztendlich wäre das Ergebnis eine unmittelbare Gefährdung des Einzelhandelsstandortes Schöppingen.

In der Konsequenz bestehen bei diesem Szenario umfassende Steuerungsmöglichkeiten des Einzelhandels. Dies garantiert zugleich entsprechende Planungs- und Investitionssicherheit, unter der Voraussetzung, dass Investitionen aufgrund der geschilderten Konsequenzen überhaupt noch stattfinden.

4.1.3 Entwicklungsszenario „räumlich-funktionale Entwicklung“

Das Entwicklungsszenario „räumlich-funktionale Entwicklung“ definiert eine räumliche und funktionale Aufteilung der Versorgungsfunktionen der verschiedenen Einzelhandelsstandor-

te. Nach den Kriterien Standortqualität (integriert / nicht-integriert), Sortimentsstruktur sowie Verkaufsflächendimensionierung werden die Einzelhandelsbetriebe auf die Versorgungsstandorte innerhalb des Gemeindegebietes zukünftig planerisch konzentriert. Ziel ist die Vermeidung eines ruinösen Verdrängungswettbewerbes der Standorte untereinander.

Das Szenario wird insbesondere durch eine Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie der integrierten Nahversorgungsstandorte gekennzeichnet. Gleichzeitig werden auch an nicht-integrierten Standorten Ansiedlungsperspektiven im Schwerpunkt für nicht-zentrenrelevante Sortimente geschaffen. Investitionen und Weiterentwicklungen können unter Maßgabe dieser räumlichen-funktionalen Lenkung gezielt gefördert und beeinflusst werden. Der Einzelhandelsstandort entwickelt sich insgesamt und schafft die Voraussetzungen, um Kaufkraft zukünftig in einem verstärkten Maße zu binden.

Das Szenario „räumlich-funktionale Entwicklung“ basiert ebenfalls auf einer konsequenten Anwendung des städtebaulichen Lenkungs-Instrumentariums, allerdings nun unter Berücksichtigung der räumlichen Zuordnung von Ansiedlungen an funktionsgerechten Standorten. Hierdurch werden im Wesentlichen potenziellen Investoren „Leitplanken“ vorgegeben, wo sich aus städtebaulicher, aber letztendlich auch aus Betreibersicht mit entsprechender Planungs- und Investitionssicherheit sinnvoller Weise niederlassen können.

4.1.4 Fazit

Aus der Sicht der Gutachter überwiegen die Vorteile des Entwicklungsszenarios „räumlich-funktionale Entwicklung“ in einem hohen Maße. Die Gemeinde Schöppingen erhält hierdurch die Chance, sich als Einzelhandelsstandort konsequent weiterzuentwickeln.

Hierdurch kann es gelingen, sowohl den Zentralen Versorgungsbereich als auch die integrierten Nahversorgungsstandorte, und nicht zuletzt die Bereiche für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel in ihrer Versorgungsfunktion zu stärken und zu fördern.

Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung seitens der Gemeinde wird ein ruinöser Verdrängungswettbewerb zu Lasten gewachsener Zentrenstrukturen sowie integrierter Nahversorgungsstandorte vermieden. Im Umkehrschluss wären bei anderweitiger Anwendung der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten die bereits aufgezeigten Entwicklungen der anderen Szenarien unaufhaltsam.

4.2 Leitlinien und Zielvorstellungen

Aufbauend auf diesem Leitbild sowie den Vorgaben der Situationsanalyse wird der Gemeinde Schöppingen empfohlen, sich hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung an folgenden übergeordneten Zielvorstellungen zu orientieren:

- **Stärkung und Sicherung der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums der Gemeinde Schöppingen**
- **Sicherung der Nahversorgungsangebote an dezentralen, wohngebietsorientierten Standorten**

- **Standortverträgliche Entwicklung des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an Fachmarktstandorten**
- **Festigung und Erhöhung der Kaufkraftbindung im Gemeindegebiet, sowohl in den nahversorgungs- und zentren- als auch in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten**

Unter Berücksichtigung der obigen Zielvorstellungen empfiehlt die BBE Handelsberatung Münster bei der künftigen Entwicklung der Versorgungsstrukturen folgende Vorgehensweise:

- **Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Angeboten sollen im Zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums konzentriert werden. Darüber hinaus soll der Zentrale Versorgungsbereich auch zukünftig Nahversorgungsangebote für die Einwohner bereithalten.**
- **Die bestehenden Entwicklungspotenziale für nahversorgungsrelevante Sortimente sollen mit Priorität dazu genutzt werden, Nahversorgungsstandorte im Zentralen Versorgungsbereich – soweit die standortseitigen Rahmenbedingungen dies erlauben – zu stärken oder weiterzuentwickeln. Erweiterungen oder Neuansiedlungen sollen lediglich in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Siedlungsraumes erfolgen, wo nachweisbar Versorgungsdefizite festzustellen sind.**

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

- **Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentren-relevanten Hauptsortimenten soll an Fachmarktstandorten realisiert werden.**

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

- **In Verbindung mit einer Produktionsstätte eines Gewerbebetriebes können auch Verkaufsstätten mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in Industrie- und Gewerbegebieten angesiedelt werden.**

4.3 Zentrenkonzept

Abgeleitet aus den Ergebnissen der Situationsanalyse werden den einzelhandelsrelevanten Standorten im Rahmen des Zentrenkonzeptes Versorgungsfunktionen zugeordnet.

Das Zentrenkonzept weist dabei als Spitze den **Zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums** aus, der sich grundsätzlich anhand der landesplanerischen Kriterien einer räumlichen Dichte von Einzelhandelsbetrieben und sonstigen Nutzungen wie

Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, Gemeinbedarfseinrichtungen, etc., der Einbindung in das ÖPNV-Netz sowie einer integrierten Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Wohnsiedlungsbereiches definiert.

Abb. 25 : Kriterien Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum

Kriterien	Hauptzentrum
Versorgungsfunktion	gesamtes Gemeindegebiet
Einzugsbereich	gesamtes Gemeindegebiet
Dichte von Einzelhandelsbetrieben	Angebote für kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf
Dichte von Dienstleistern	ergänzendes Angebot an Dienstleistern und Gastronomie
Wohnfunktion	baulich verdichteter Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen
Anbindung an den ÖPNV	Haltestellen des ÖPNV-Netz
Lage innerhalb des Wohnsiedlungsbereiches lt. Regionalplan	Haupteinkaufslage innerhalb von Wohngebieten

Quelle: eigene Darstellung

Aufgrund der Angebotsbreite von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten verfügt der Zentrale Versorgungsbereich des Hauptzentrums in der Regel über Versorgungsfunktion sowie einen Einzugsbereich für das gesamte Gemeindegebiet bzw. nahegelegene Wohngebiete.

Neben dem Zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums erfüllen auch **Solitärstandorte der Nahversorgung** Aufgaben der wohnungsnahen Grundversorgung. Sie verfügen über wichtige Nahversorgungsfunktionen und sind im Sinne des Konzeptes zu erhalten und zu sichern. Im Gegensatz zu Zentralen Versorgungsbereichen entsprechen sie allerdings nicht den Kriterien einer mit anderen Nutzungen durchmischten Zentrenstruktur.

Weiterer Bestandteil des Zentrenkonzeptes sind **Fachmarkstandorte**, in denen zukünftig vorwiegend der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel angesiedelt werden soll.

Die unterschiedlichen Standortkategorien können der nachfolgenden Grafik entnommen werden.

Abb. 26 : Zentrenhierarchie



Quelle: eigene Darstellung

4.4 Zuordnung von Einzelhandelsstandorten und Entwicklungszielen

Die bereits beschriebenen Einzelhandelsstandorte in Schöppingen übernehmen wesentliche Versorgungsfunktionen innerhalb des Zentrenkonzeptes. Ihre Funktion sowie Versorgungsaufgabe in der Zentrenhierarchie werden im Folgenden erläutert.

4.4.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Erhebungen haben eine deutliche Angebotsagglomeration vor allem zentrenrelevanter Sortimente im Kernbereich ergeben. Diesen Bereich gilt es zukünftig als Zentralen Versorgungsbereich weiter zu stärken und zu entwickeln.

Weitere Zentrale Versorgungsbereiche im Sinne eines Haupt- oder Nebenzentrums gemäß § 24a LEPro sind in Schöppingen nicht zu erkennen. Demzufolge sollen die Ansiedlungspotenziale auf die dafür geeigneten Standorte des Zentralen Versorgungsbereiches und der Nahversorgungsstandorte gelenkt werden.

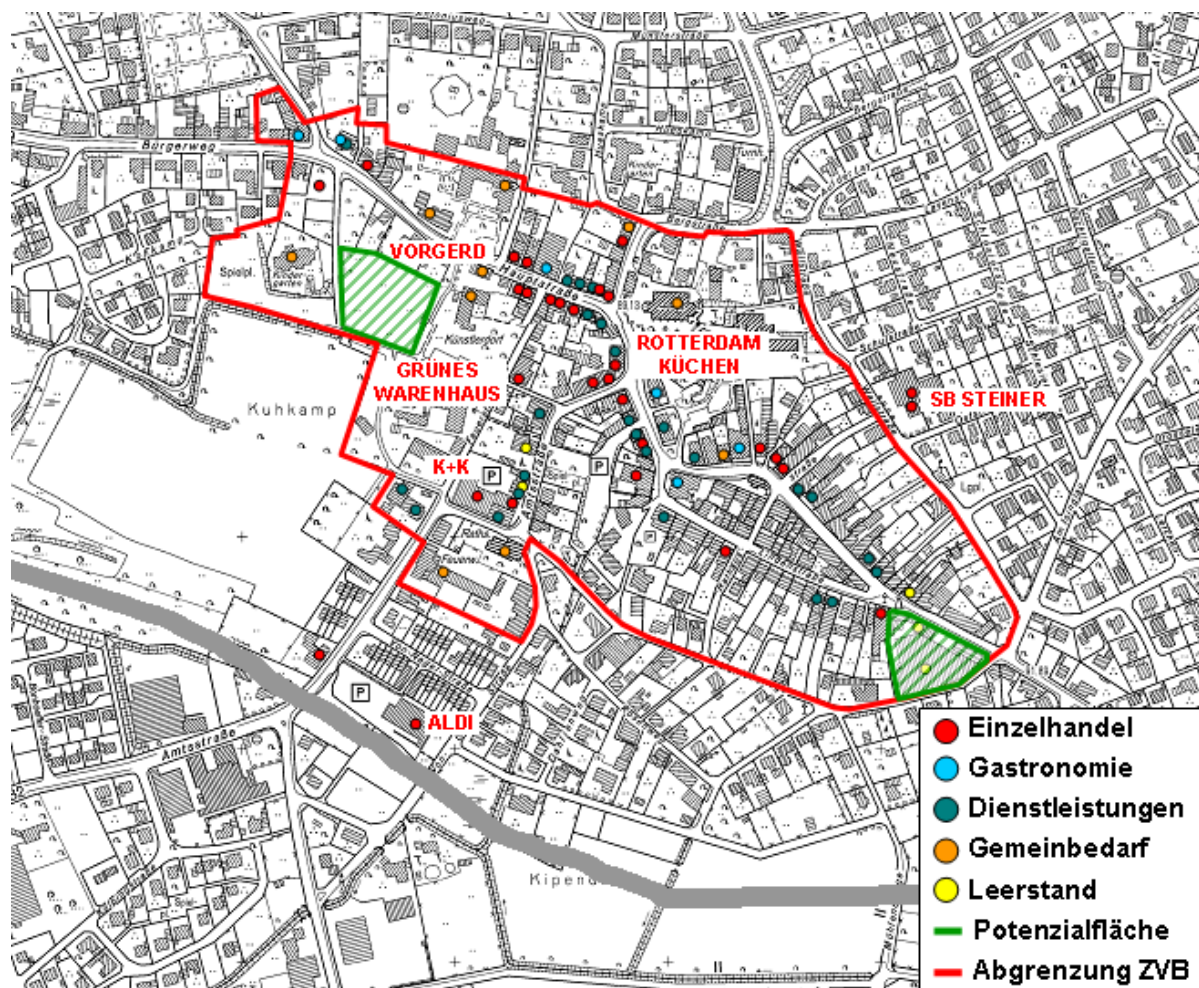
Zukünftige Ansiedlungen und Erweiterungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten oberhalb der gerichtlich bestimmten Großflächigkeitsgrenze sind zukünftig innerhalb des abgegrenzten Versorgungsbereiches vorzunehmen. Ansiedlungen und Erweiterungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten unterhalb dieser Grenze sind ebenfalls innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches zu realisieren, sofern ein entsprechendes Vorhaben außerhalb

dieses Bereiches negative bzw. schädliche Auswirkungen auf die vorhandenen Zentrenstrukturen verursacht.

Flächenpotenziale zur Ansiedlung oder Erweiterung weiterer Einzelhandelsbetriebe ergeben sich beispielsweise auf den markierten Potenzialflächen, können aber auch je nach Verfügbarkeit auf anderen Flächen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches realisiert werden.

Die bestehenden Lebensmittelanbieter EDEKA und ALDI grenzen zwar unmittelbar räumlich an die gewachsenen Strukturen des Ortskerns, sind jedoch in ihrer Nutzungsstruktur, städtebaulichen Lage und dezentraler Versorgungsfunktion als Nahversorgungsstandorte einzuordnen.

Abb. 27 : Karte Zentraler Versorgungsbereich



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Zur Weiterentwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche und potenziellen Ansiedlung weiterer Frequenzbetriebe zur Stärkung der vorhandenen Strukturen wurden Potenzialflächen ausgewiesen.

Anzumerken ist, dass hierdurch allerdings zunächst die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die weitere Bauleitplanung geschaffen werden und nicht per se Baurecht. Vielmehr obliegt die eigentliche Feinsteuerung möglicher Planvorhaben den weiteren Plan- und Genehmigungsverfahren.

4.4.2 Nahversorgungsstandorte

Die Untersuchung konnte weitere Nahversorgungsstandorte feststellen. Diese befinden sich zwar außerhalb des definierten Zentralen Versorgungsbereiches, aber an städtebaulich integrierten Standorten.

Auch hat die Situationsanalyse aufzeigen können, dass derzeit bereits 88 % der Kaufkraft in der Gemeinde Schöppingen bei Nahrungs- und Genussmitteln abgedeckt werden. Bedingt dadurch, dass auch zukünftig nicht alle Betreiber sowie Betriebsformen in Schöppingen angesiedelt werden können, ist eine Ausschöpfung der rechnerisch noch vorhandenen Potenziale in Höhe von 12 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft zunächst eine theoretische Größe.

Mögliche Entscheidungen über Errichtungen oder Weiterentwicklungen von Nahversorgungseinrichtungen sind daher aus städtebaulicher Sicht zu bewerten. **Die Entwicklungen sind auf städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte bzw. Entwicklungsflächen zu lenken.**

Es werden außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches im Einzelnen folgende Nahversorgungsschwerpunkte definiert und eingestuft:

- Alt-Nahversorgungsstandort an der Wallstrasse mit bestehendem Baurecht für nahversorgungsrelevante Sortimente bei perspektivischer Verlagerung des SB STEINER
- Nahversorgungsstandort ALDI, HÖLSCHER

Neben den obigen Betriebsstätten sind noch weitere Betriebsstätten mit Nahrungs- und Genussmitteln im Gemeindegebiet ansässig, die jedoch aufgrund ihrer Dimensionierung keine weitergehende Nahversorgungsfunktion aufweisen.

Die räumlich-funktionale Einordnung der genannten Standorte sowie deren städtebauliche Bedeutung werden im nachfolgenden dargestellt.

4.4.2.1 Nahversorgungsstandort Wallstrasse

An diesem Standort hat sich ein Supermarkt des Betreibers SB STEINER etabliert.

Aufgrund seiner räumlichen Lage mit entsprechender Mantelbevölkerung ist der Standort als integrierter Nahversorgungsstandort zu bezeichnen.

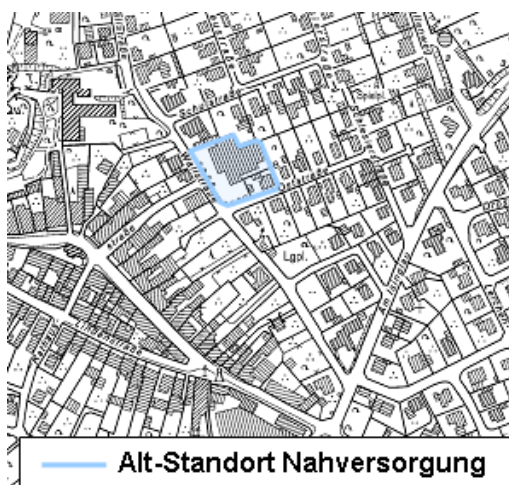
Ausstattung und Dimensionierung entsprechen allerdings nur noch bedingt den heute marktüblichen Standards, so dass der Betreiber eine Verlagerung und Erweiterung seiner Betriebsstätte auf die augenblickliche Brache ROTTERDAM beabsichtigt.

Aus der ausgeübten Nutzung besteht zunächst bestehendes Baurecht.

Allerdings ist unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (unzureichende Erschließung, mangelnde Parkraumsituation, geringe Objektgröße) eine Nachnutzung des Standortes mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten nahezu auszuschließen.

Mögliche Nachnutzungen der Immobilie ergeben sich somit zum einen aus den wirtschaftlichen und baulichen Rahmenbedingungen des Standortes, zum anderen aus den planungsrechtlichen Beschränkungen, wie sie im Konzept für die Gemeinde empfohlen werden.¹¹

Abb. 28 : Nahversorgungsstandort Wallstrasse



Quelle: DGK, eigene Darstellung

4.4.2.2 Nahversorgungsstandort ALDI, HÖLSCHER

In Randlage des Siedlungsbereiches der Gemeinde Schöppingen hat sich ein Discountmarkt des Betreibers ALDI sowie ein Verbrauchermarkt des Betreibers HÖLSCHER etabliert.

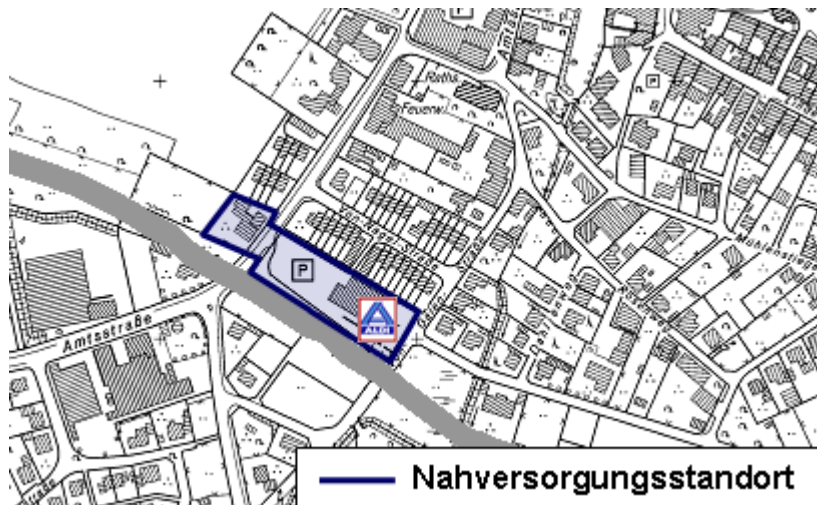
Durch seine Lage übernimmt er Versorgungsfunktion für das Gemeindegebiet.

Der Standort ist zumindest in Teilen von Wohnbebauung umgeben und somit zumindest als teilintegrierter Standort einzustufen.

Für den Discountmarkt liegen planungsrechtlich abgesicherte Erweiterungsmöglichkeiten vor, die auch eine perspektivische Absicherung der Betriebsstätte ermöglichen.

Durch die Einbeziehung des Betreibers HÖLSCHER in den Nahversorgungsstandort sind auch für diesen angemessene Erweiterungen zumindest grundsätzlich gegeben.

¹¹ Vgl. hierzu Kapitel 4.6.2

Abb. 29 : Nahversorgungsstandort ALDI, HÖLSCHER

Quelle: DGK, eigene Darstellung

4.4.3 Fachmarktstandorte

Gewerbegebiete Nord und Süd

Als weitere Betriebsstätte des großflächigen Handels in Schöppingen ist der Sonderpostenbetreiber THOMAS PHILLIPS innerhalb des Gewerbegebietes Nord zu benennen.

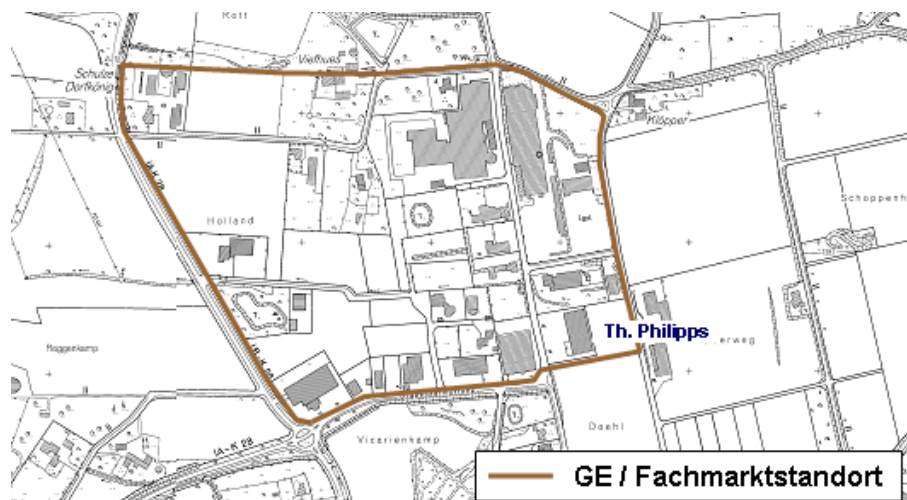
Durch seine Spezialisierung auf bestimmte Segmente und Zielgruppen spricht er auch Kunden aus anderen Kommunen an.

Der Standort befindet sich innerhalb eines Gewerbegebietes und unterliegt somit den gleichen planungsrechtlichen Empfehlungen wie sonstige Standorte in gleicher Kategorie.

Innerhalb der Gewerbegebiete Nord und Süd sind Ansiedlungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten möglich, allerdings aufgrund der Lage im Gewerbe- und Industriebereich laut Regionalplan nur unterhalb der Großflächigkeit.

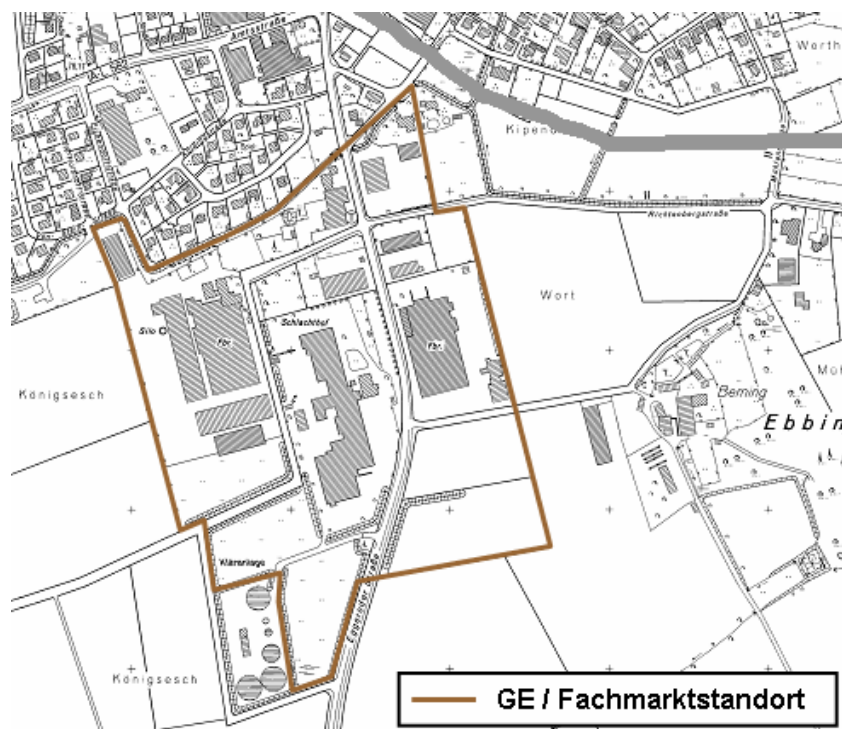
Auf die planungsrechtlichen Empfehlungen wird an späterer Stelle eingegangen.

Abb. 30 : Gewerbegebiet Nord



Quelle: DGK, eigene Darstellung

Abb. 31 : Gewerbegebiet Süd



Quelle: DGK, eigene Darstellung

4.5 Erweiterungsplanungen

In der Gemeinde Schöppingen liegen mögliche Planungen zur Verlagerung und Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes (SB STEINER) vor.

Diese Planung wird im nachfolgenden hinsichtlich ihrer städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit sowie ihrer Einordnung in das Zentrenkonzept geprüft.

Für eine Beurteilung der Auswirkungen sind neben der Berücksichtigung der örtlichen Strukturen die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen dieser Vorhaben zu beachten.

Negative städtebauliche Auswirkungen entstehen, wenn durch die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens eine ausreichende und flächendeckende Versorgung nicht mehr gegeben ist oder zu unerwünschten städtebaulichen Entwicklungen in der Zentrenstruktur führt.

Als mögliche städtebauliche Folgen sind insbesondere zu benennen:

- Geschäftsaufgaben oder Leerstände im Zentralen Versorgungsbereich
- Frequenzverschiebungen, Verminderung der Angebotsvielfalt oder des Angebotsgenres
- Gefährdung der Versorgungssicherheit oder der wohnungsnahen Struktur von Versorgungseinrichtungen
- Beeinträchtigung möglicher Entwicklungsziele oder Spielräume an anderen Standorten
- Sogwirkungen und somit Agglomerationseffekte gegenüber gewachsenen Strukturen
- Beeinträchtigung der städtebaulichen Entwicklung in den Zentralen Versorgungsbereichen insbesondere durch Randsortimente

Landesplanerische Einordnung

Auch aus landesplanerischer Sicht unterliegen die Vorhaben dem Beeinträchtigungsverbot zu Lasten schützenswerter Bereiche vor allem der Nachbarkommunen.

Letzteres bedeutet dies, dass bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten das örtliche Kaufkraftpotenzial in der Regel nicht überschritten werden darf.

Das derzeit zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial von 20,1 Mio. € für nahversorgungsrelevante Sortimente, welche in der Situationsanalyse ermittelt wurde, stellt letztendlich die Obergrenze der noch zur Verfügung stehenden Potenziale und somit auch möglicher Flächen dar.

Zur Bewertung möglicher landesplanerischer Folgewirkungen insbesondere auf die Nachbarkommunen wird für das Planvorhaben zunächst eine absatzwirtschaftliche Prognose auf Basis einer maximalen Umsatzleistung durchgeführt, da Planungsrecht unabhängig von möglichen Betreibern geschaffen wird und zunächst entsprechend rechtlicher Anforderungen die maximal möglichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens anzunehmen sind, auch wenn die Betreiber aufgrund örtlicher oder betrieblicher Gegebenheiten diese Leistung nicht realisieren werden.

Abb. 32 : Absatzwirtschaftliche Leistung Gesamtvorhaben

	Sortimente	Verkaufs-fläche	Flächenleistung max.	Flächenleistung wahrsch.	Umsatz max.	Umsatz wahrsch.
		in qm	in € je qm	in € je qm	in T€	in T€
Supermarkt Planung	Food	1.279	4.200	3.800	5.371	4.859
	Non-Food 1	164	4.200	3.800	690	624
	Non-Food 2	107	--	--	--	--
Planung	gesamt	1.550	ø 4.200	ø 3.800	6.061	5.484

Quelle: EHI Retail Institute 2008, eigene Berechnungen

Dabei fällt der Großteil der Verkaufsfläche bzw. des Umsatzes auf den Bereich Food (Nahrungs- und Genussmittel). Zudem ist eine größere Verkaufsfläche und somit auch eine absatzwirtschaftliche Leistung bei Non Food 1 (Drogerieartikeln) als Randsortiment zu berücksichtigen.

Ebenfalls mit geringen Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen sind als Randsortimente Non Food 2-Artikel berücksichtigt. Hierunter fallen sowohl wechselnde Randsortimente wie Aktions- und Saisonware als auch Papier-, Büro- und Schreibwaren sowie Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel.

Diese werden im Rahmen der absatzwirtschaftlichen Prognose auch aufgrund wechselnder Sortimente nicht weiter betrachtet. Letztendlich sind aufgrund der geringen Verkaufsflächen- und Umsatzanteile und somit städtebaulicher Relevanz lediglich geringfügige wettbewerbliche Beeinträchtigungen vorhandener Betriebsstätten zu erwarten.

Von dem Gesamt-Vorhaben geht somit eine absatzwirtschaftliche Leistung für nahversorgungsrelevante Sortimente von etwa 6,1 Mio. Euro aus.

Diese Umsatzleistung liegt unter dem sortimentsspezifischen Kaufkraft-Potenzial von 20,1 Mio. € der Gemeinde und entspricht somit dem landesplanerischen Beeinträchtigungsverbot Zentraler Versorgungsbereiche und der der wohnortnahen Grundversorgung.

Städtebauliche Einordnung

In einer Analyse möglicher städtebaulicher Auswirkungen ist insbesondere die saldierte Umsatzwirkung unter Einbeziehung heute bereits bestehender Flächen zu berücksichtigen.

Diese beträgt maximal 2,6 Mio. Euro.

Abb. 33 : Absatzwirtschaftliche Leistung der Erweiterung

	Sortimente	Verkaufs-fläche	Flächenleistung max.	Flächenleistung wahrsch.	Umsatz max.	Umsatz wahrsch.
		in qm	in € je qm	in € je qm	in T€	in T€
Supermarkt Planung	Nahversorgung	1.443	4.200	3.800	6.061	5.484
	Non-Food 2	107	--	--	--	--
Planung	gesamt	1.550	ø 4.200	ø 3.800	6.061	5.484
Supermarkt Bestand (Alt-Standort)	Nahversorgung	838	4.200	3.800	3.519	3.184
	Non-Food 2	62	--	--	--	--
Bestand	gesamt	900	ø 4.200	ø 3.800	3.519	3.184
Saldo	Nahversorgung	605	4.200	3.800	2.542	2.300
	Non-Food 2	45	--	--	--	--
Saldo	gesamt	650	ø 4.200	ø 3.800	2.542	2.300

Quelle: EHI Retail Institute 2008, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der Bestandssituation sowie bereits planungsrechtlich abgesicherter Planvorhaben (ALDI) unterschreitet das Vorhaben die nahversorgungsrelevante Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % und ist demzufolge auch aus städtebaulicher Sicht als verträglich einzuordnen.

Abb. 34 : Vorher-Nachher-Betrachtung

Kennziffern	Vorher	Nachher
	Nahversorgung	
Verkaufsflächen-Ausstattung	0,43	0,50
Umsatz-Kaufkraft-Relationen	78%	91%

Quelle: EHI Retail Institute 2008, eigene Berechnungen

4.6 Planungsrechtliche Empfehlungen

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

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

4.6.1 Schöppingener Sortimentsliste

Neben der Festlegung des Zentralen Versorgungsbereiches und der zur Sicherung und Weiterentwicklung der Einzelhandelsentwicklung formulierten Vorgehensweise stellt die Schöppingener Sortimentsliste ein wichtiges planungsrechtliches Steuerungsinstrument dar.

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

Eine allgemeingültige Aufstellung oder Übernahme einer derartigen Liste ist jedoch nicht möglich; nach einem neuerlichen Urteil¹² des Oberverwaltungsgerichts Münster (OVG NRW) im Jahr 2004 wäre eine derartige Liste rechtswidrig und führe zu Abwägungsfehlern.

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

4.6.1.1 Definition der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente

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

Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte in dem jeweiligen Zentralen Versorgungsbereich führen kann.

In Anbetracht dieser Tatsache sind als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen:

- 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)

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als nicht-zentrenrelevant anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang im Ortskern vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das ortskerntypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen

¹² OVG Münster (22.04.2004); Az: 7a D 142/02.NE

Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in Zentrale Versorgungsbereiche integriert werden.

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 die Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Getränke sowie Drogerieartikel.

Im Umkehrschluss sind wie zuvor negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung zu erwarten, sobald nahversorgungsrelevante Sortimente in nicht-integrierten Standortlagen und in nicht angemessener Dimensionierung angeboten werden.

4.6.1.2 Festlegung der örtlichen Sortimentsliste

Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden anhand der örtlichen Gegebenheiten festgelegt. Für die Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in § 24a LEPro genannten zentrenrelevanten Leitsortimente in allen Städten und Gemeinden des Landes zu beachten.

Darüber hinaus sind weitere mögliche zentrenrelevante Sortimente aufgrund der örtlichen Gegebenheiten zu bewerten.

Dabei setzt die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment allerdings grundsätzlich nicht voraus, dass ein Sortiment in einem Zentralen Versorgungsbereich auch vertreten sein muss. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang innerhalb des Zentrums angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrenstruktur anzusehen sind.

Vor diesem Hintergrund werden die nachfolgend aufgeführten Sortimente einer vertiefenden ortsspezifischen Betrachtung unterzogen:

Teppiche: In der Gemeinde Schöppingen sind derzeit keine Anbieter von Teppichen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches ansässig. Auch eine zukünftige Entwicklung großflächiger Angebotsformen mit diesem Sortimentsschwerpunkt erscheint angesichts der Angebote in den Möbelhäusern der Region nicht realistisch. Die Gutachter empfehlen das Sortiment als **nicht-zentrenrelevant** einzustufen.

Blumen (Schnittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen): Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten empfohlen: Während **Schnittblumen** zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden und daher als **zentrenrelevantes Sortiment** anzusehen sind, werden Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des

Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. **Gartenmarktspezifische Sortimente** werden daher als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft.

Campingartikel (Zelte und Zubehör): Die Warengruppe hat für die Attraktivität des Zentralen Versorgungsbereiches von Schöppingen derzeit keine Bedeutung. Aufgrund nicht erkennbarer Entwicklungschancen wird eine Einordnung als **nicht-zentrenrelevant** empfohlen.

Fahrräder, Fahrradteile, Zubehör: Das Sortiment Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör wird einerseits gegenwärtig in Schöppingen innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Andererseits besitzt das Sortiment in der Fahrradregion Münsterland auch für die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche eine hohe Bedeutung. Vor diesem Hintergrund ist das Warensortiment als **zentrenrelevant** einzustufen.

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

Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (Großgeräte): Elektrische Großgeräte werden derzeit nicht im Zentralen Versorgungsbereich von Schöppingen angeboten. Aufgrund ihrer Sperrigkeit empfehlen die Gutachter die Einordnung als **nicht-zentrenrelevantes** Sortiment.

Elektrische Einbaugeräte: Diese werden überwiegend durch Küchenstudios oder Möbelhäuser angeboten. Auch zukünftig dürften elektrische Einbaugeräte - insbesondere in Verbindung mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten - im Möbelhandel verkauft werden. Von der Sperrigkeit her vergleichbar mit Elektrogroßgeräten, wird die Einordnung als **nicht-zentrenrelevantes** Sortiment empfohlen.

Zoologischer Bedarf / lebende Tiere: Die Warengruppe zoologischer Bedarf und lebende Tiere werden zwar gegenwärtig in Schöppingen nicht innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Um jedoch auch kleinflächigen Fachgeschäften in Schöppingen Entwicklungschancen zu belassen, ist das Warensortiment als **zentrenrelevant** einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel: Diese Warengruppe wird sowohl in Fachgeschäften als auch in Apotheken angeboten. Das Warensortiment ist aufgrund des Bestandes innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches als **zentrenrelevant** einzustufen.

Musikinstrumente und Musikalien: Diese Warengruppe wird derzeit in Schöppingen innerhalb des Ortskernes angeboten. Um eine Entwicklung im Zentrum zu fördern, empfehlen wir die Einordnung als **zentrenrelevant**.

Kunstgegenstände, Geschenkartikel: Diese Warengruppe wird derzeit bereits im vorhandenen Bestand angeboten. Das Warensortiment ist aufgrund des Bestandes als **zentrenrelevant** einzustufen.

Antiquitäten, antike Teppiche: Antiquitäten und antike Teppiche werden entsprechend ihres nicht-zentrenrelevanten Charakters sowie fehlender schützenswerter Angebotsstrukturen als **nicht-zentrenrelevant** eingeordnet.

Zusammenfassend schlagen die Gutachter der Gemeinde Schöppingen die Verwendung der folgenden Liste der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente vor:

Abb. 35 : Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente

WZ 2008 Kode	nahversorgungsrelevante Sortimente in Schöppingen
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren
47.73.0	Apotheken (Arzneimittel)
47.75.0	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerieartikel
Örtliche Sortimente	
aus 47.76.2 Tiernahrung (mit Heim- und Kleintierfutter)	

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008), Wiesbaden 2008; eigene Auflistung

Abb. 36 : Liste der zentrenrelevanten Sortimente

WZ 2008 Kode	Zentrenrelevante Sortimente in Schöppingen
Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren	
47.62.1	Zeitschriften und Zeitungen
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
47.61.0	Bücher
47.79.2	Antiquariate
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	
47.71.0	Bekleidung
47.72.1	Schuhe
47.72.2	Lederwaren und Reisegepäck
Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)	
47.41.0	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software
47.42.0	Telekommunikationsgeräte
47.43.0	Geräte der Unterhaltungselektronik
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)
47.63.0	bespielte Ton- und Bildträger
Foto/Optik	
47.78.1	Augenoptiker
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker)
Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)	
47.51.0	Textilien
aus 47.53.0	Vorhänge
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren
47.59.9	Haushaltsgegenstände (Lampen, Leuchten, Hausrat, Holz-Korb- und Flechtwaren, Sicherheitssysteme, Haushaltsartikel, Einrichtungsgegenstände)
Uhren/Schmuck	
47.77.0	Uhren und Schmuck
Spielwaren, Sportartikel	
aus 47.64.2	Sportartikel
47.65.0	Spielwaren

WZ 2008 Kode	Zentrenrelevante Sortimente in Schöppingen
Örtliche Sortimente	
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.76.1	Blumen (Schnittblumen, Blumenbinderzeugnisse, Trockenblumen)
aus 47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008), Wiesbaden 2008; eigene Auflistung

Abb. 37 : Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

WZ 2008 Kode	nicht-zentrenrelevante Sortimente in Schöppingen
47.52.1	Metall- und Kunststoffware
47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.53.0	Teppiche
aus 47.53.0	Fußbodenbeläge und Tapeten
aus 47.54.0	elektrische Haushaltsgeräte (Groß- und Einbaugeräte)
47.59.1	Wohnmöbel
47.64.2	Campingartikel
aus 47.76.1	Blumen (ohne Schittblumen, Blumenbindeerzeugnisse, Trockenblumen), Pflanzen , Sämereien und Düngemittel
aus 47.76.2	Tiernahrung (ohne Heim- und Kleintierfutter)
47.79.1	Antiquitäten und antike Teppiche
47.79.9	Erotikartikel, Kinderwagen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008), Wiesbaden 2008; eigene Auflistung

4.6.2 Steuerung des Einzelhandels von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten in zentrenrelevanten Sortimenten ist es, diese im Zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen an Standorten sowohl innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches als auch in städtebaulich integrierter Lage in der Nähe zu Wohngebieten angesiedelt oder erweitert werden.

Die daraus resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie der Stärkung der Nahversorgung dienen.

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels zu erreichen, wird der Gemeinde Schöppingen grundsätzlich empfohlen, Ausschlussregelungen für Standortbereiche außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches sowie der Nahversorgungsstandorte zu treffen.

- Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb der Bereiche zugelassen werden, sofern von ihnen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen. Städtebauliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, sofern diese Betriebe keine zentrenprägenden Versorgungsfunktionen übernehmen. Zentrenprägende Versorgungsfunktionen sind in der Regel ab 300 qm Verkaufsfläche zu erwarten.¹³
- Zusätzliche Angebote dürfen die bestehende Nahversorgung im Gemeindegebiet nicht gefährden bzw. deren Entwicklungsperspektiven nicht beeinträchtigen. Eine ver-

¹³ 300 qm Verkaufsfläche entsprechen im übrigen regelmäßig aktuellen Markteintrittsgrößen regional und bundesweit tätiger Filialisten insbesondere in den zentrenrelevanten Leistsortimenten.

trägliche Entwicklung innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches ist dabei grundsätzlich anzunehmen, solange ein neuer Lebensmittelmarkt eine marktgängige Verkaufsflächendimensionierung von rund 1.500 qm Verkaufsfläche bei Vollsortimentern bzw. 800 – 1.200 qm Verkaufsfläche bei Discounter nicht überschreitet.

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

4.6.3 Steuerung des Einzelhandels von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Um unerwünschte landesplanerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen und die zukünftige Flächenentwicklung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich abzusichern, werden Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen erforderlich. Insbesondere wird es notwendig, verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente vorzunehmen. Hierzu sollte die vorab definierte Liste der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente als Basis dienen.

- Auch hier ist darauf zu verweisen, dass keine Beeinträchtigungen schützenswerter Strukturen im Zentralen Versorgungsbereich entstehen dürfen. Aus der Erfahrung heraus sind negative städtebauliche Auswirkungen auf gewachsene Strukturen in der Regel dann auszuschließen, sofern der Anteil zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Verkaufsfläche bzw. maximal 800 qm begrenzt wird. Ferner sollte geregelt sein, dass die 800 qm nicht von einem Sortiment belegt werden; vielmehr sollte eine Aufteilung der Randsortimente erfolgen. In jedem Fall muss ein direkter Bezug der Randsortimente zum Hauptsortiment gegeben sein.

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

Grundsätzlich sind bei allen großflächigen Planungen die entsprechenden Vorgaben des § 24a LEPro zu beachten, der insbesondere für Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt Regelungen zur Begrenzung der zentrenrelevanten Sortimente trifft.

4.6.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbe- und Industriegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontrollverfahrens bestätigte.¹⁴ In dem vorgenannten Urteil wird u.a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

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

Hinsichtlich des Sortimentsausschlusses sind weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 BauNVO auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr. 28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der sogenannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten (GE) nach § 8, Industriegebieten (GI) nach § 9 und in Mischgebieten (MI) nach § 6 BauNVO. Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

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

Im Geltungsbereich des Bebauungsplans (bzw. der im Bebauungsplan festgesetzten GE- und GI-Flächen, falls dort unterschiedliche Gebietsarten festgesetzt werden) sind Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe für den Verkauf an letzte Verbraucher nicht zulässig, wenn das angebotene Kernsortiment nachfolgender Liste¹⁵ entspricht:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren

¹⁴ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490

¹⁵ Vgl. „Schöppinger Sortiments-Liste“ nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente

- ...
- Zeitschriften und Zeitungen
- ...
- Bekleidung
- ...

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

Als Instrument zur Überplanung der entsprechenden Bereiche ist der einfache Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB geschaffen worden.

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

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

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

- Um produzierenden Betrieben und Handwerksbetrieben die Möglichkeit zu eröffnen, auch dann ihre Produkte am Produktionsstandort im Industrie- oder Gewerbegebiet zu vertreiben, sollen derartige Betriebe auch mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in nicht-integrierten Lagen wie Industrie- und Gewerbegebiete angesiedelt werden können.
- Voraussetzung ist allerdings ein funktionaler und räumlicher Zusammenhang insofern, als dass das Ladenlokal dem Produktionsbetrieb räumlich zugeordnet ist, das Ladenlokal im räumlichen Zusammenhang errichtet ist, die Grenze der Großflächigkeit von maximal 800 qm Verkaufsfläche nicht überschritten ist und die Verkaufsstätte dem Produktionsbetrieb nach Fläche und Umsatz deutlich untergeordnet ist. Diese Voraussetzungen werden in aller Regel nur dann vorliegen, wenn die Verkaufsfläche nicht mehr als 10 % der Produktionsbetriebsfläche ausmacht.

4.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Im Allgemeinen Wohngebiet sind grundsätzlich nur Läden zulässig, die absehbar nur oder zumindest in einem erheblichen Umfang von den Bewohnern des umliegenden Gebiets aufgesucht werden. Dies trifft in der Regel für Ladenhandwerksbetriebe oder kleinere Einzelhandelsbetriebe zu, die vorwiegend nahversorgungsrelevante Waren anbieten. Typische Beispiele sind Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte oder kleinere Drogerieanbieter (z.B. der Filialkette Schlecker), sofern von ihnen keine städtebaulich negativen Auswirkungen ausgehen.¹⁶

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

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

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

4.7 Empfehlungen zum Abbau von Angebotslücken

Die Untersuchung hat für die Gemeinde Schöppingen gute Angebotsstrukturen in nahezu allen Sortimenten feststellen können.

Andererseits stellt das ermittelte Kaufkraftpotenzial zunächst einmal eine rechnerische Größe dar. Mit anderen Worten bedeutet dies, dass nicht alle freien Potenziale am Standort Schöppingen auch wirtschaftlich tragfähig betrieben oder angesiedelt werden können.

Die Ursachen hierfür liegen in einer Vielfalt unterschiedlicher Betriebsformen oder Sortimentsgenres, die am Standort Schöppingen nicht wirtschaftlich betrieben werden können (Beispiel: hochwertiger Herrenaussatter).

Grundsätzlich entwicklungsfähig sind die in Kapitel 3.3 aufgezeigten Entwicklungspotenziale, die eine erste Orientierung liefern für realistische Ansiedlungspotenziale. Flächenpotenziale bestehen demnach insbesondere im Bereich der Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel).

Zugleich gilt es, diese derzeit in Schöppingen nicht angemessen vertretenen Sortimente, auf den Zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

¹⁶ Vgl. Kapitel 4.6.2

Daneben benötigen moderne Fachmarktkonzepte in einigen Branchen und Sortimenten in einer marktfähigen Dimensionierung heute wesentlich größerer Einzugsgebiete und somit hohe Nachfrage-Potenziale.

Chancen zur Verbesserung der Bindungsquoten ergeben sich in besonderer Weise dadurch, dass insbesondere betreiberspezifische Angebote, die bislang am Standort nicht vertreten sind und aufgrund einer hohen Spezialisierung (z.B. Fachgeschäfte für Anglerbedarf, Spezialisten für Trendsportarten, o.ä.) ortsübergreifende Einzugsbereiche generieren, in Schöppingen angesiedelt werden.

Eine mittelfristige Verbesserung der Angebotssituation in Schöppingen lässt sich nach Beurteilung der Gutachter nur durch eine konsequente Umsetzung der planungsrechtlichen Steuerungsmöglichkeiten, wie im Konzept aufgezeigt, erreichen.

5 SCHLUSSWORT

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Schöppingen stellt die „Leitplanken“ für die weitere Entwicklung als Einzelhandelsstandort dar.

Es bietet somit Chancen, die weitere Entwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung, aber auch einer Stärkung des Zentralen Versorgungsbereiches einen städtebaulich geordneten Rahmen zu geben. Es schafft somit allen Akteuren aus Handel, Politik, Verwaltung sowie Investoren einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen, wenngleich sicherlich auch bei vielen zukünftigen Standortentscheidungen eine fallbezogene Abwägung der Planungen erfolgen muss.

Zur Umsetzung des politisch beschlossenen Konzeptes und somit auch seiner rechtlichen Absicherung bedarf es der **Zustimmung des Rates der Gemeinde Schöppingen zu den grundlegenden Bestandteilen** des Konzeptes wie der Zuweisung von Versorgungsfunktionen auf einzelne Standorte sowie den Sortimentsfestlegungen in der Sortimentsliste. Sie bietet die Grundlage für die städtebauliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Neben dem Rat der Gemeinde sind aber auch alle anderen Akteure aufgefordert, im Sinne einer konstruktiven Zusammenarbeit, die weitere Entwicklung des Einzelhandelsstandortes im Rahmen der jeweiligen Möglichkeiten 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.

6 ANHANG FACHBEGRIFFE

Agglomeration	Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Strasse, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt. Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.
Allgemeiner Siedlungsbereich	Der Allgemeine Siedlungsbereich (ASB) oder auch Wohnsiedlungsbereich (WSB) ist eine Darstellung aus dem Regionalplan. Innerhalb eines ASB sollen vorrangig Wohnsiedlungsfunktionen erfüllt werden. Dem ASB sind deshalb – neben Wohnsiedlungsflächen – auch alle Flächen, die mit dieser Funktion zusammenhängen, insbesondere Flächen für Gemeinbedarfseinrichtungen, für die öffentliche und private Versorgung, für den Verkehr, für Sporteinrichtungen und Kleingärten zuzuordnen.
Angebotsgenre	Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.
Aperiodischer Bedarf	Der aperiodische Bedarf umfasst die mittel- und langfristigen Warengruppen wie Bekleidung, Schuhe oder auch Möbel- und Baumarktartikel. Die mittelfristigen Warengruppen werden in etwa einmal im Monat nachgefragt, die langfristigen in etwa einmal im halben Jahr.
Baugesetzbuch	Das Baugesetzbuch ist das wichtigste Gesetz im Bauplanungsrecht. Es definiert die wichtigsten stadtplanerischen Instrumente, die den Gemeinden zur Verfügung stehen, zur städtebaulichen Entwicklung und Ordnung.
Bauleitplanung	Die Bauleitplanung ist das wichtigste Planungswerkzeug zur Lenkung und Ordnung der städtebaulichen Entwicklung einer Gemeinde. Sie wird zweistufig in amtlichen Verfahren vollzogen, die

im Baugesetzbuch umfassend geregelt sind. Zunächst wird für die Bodennutzung ein Flächennutzungsplan für das gesamte Gemeindegebiet aufgestellt. Im Bebauungsplan wird für räumliche Teilbereiche dann u.a. die Art und das Maß der baulichen Nutzung festgesetzt.

Baunutzungsverordnung

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

Bestandsschutz

Der Bestandsschutz beschreibt den Schutz eines fertig gestellten Gebäudes vor staatlichen Anforderungen.

Es wird dabei zwischen aktivem und passivem Bestandsschutz unterschieden. Das bedeutet, dass Gebäude, welche nach den zur Bauzeit gültigen Gesetzesgrundlagen erstellt wurden, auch dann noch genutzt und erhalten werden dürfen, wenn sich die Gesetzeslage später ändert (passiv). Bedingung für den Bestandsschutz ist, dass das Bauwerk zur Bauzeit dem gültigen Recht entsprochen hat und im gegenwärtigen Zustand seine Funktion erfüllen kann.

Werden dem Gebäude über seinen derzeitigen Bestand hinaus Erweiterungs- und Entwicklungsmöglichkeiten auf gesetzlicher Grundlage eingeräumt, so ist dies als aktiver Bestandsschutz zu bezeichnen.

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

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind:

Fachgeschäft:

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.

Betriebsformen

Fachmarkt:

Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.

Kauf- und Warenhaus:

Ein Kauf- und Warenhaus ist ein großer Einzelhandelsbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment insbesondere in Textilien, Bekleidung, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel inklusive gastronomischen Angeboten.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment, Drogerieartikel sowie weitere mittel –und langfristige Warengruppen führt. zentral gelegener Einzelhandelsgroßbetrieb mit breitem Sortiment

Convenience-Store:

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

Discounter:

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

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit mindestens 400 qm Verkaufsfläche, davon Frischwaren und einem Anteil von Non-Food-Artikeln von nicht mehr als 25 % der Verkaufsfläche.

Verbrauchermarkt:

Ein Verbrauchermarkt ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 1.500 qm, das weitgehend Lebensmittel sowie kurz-, mittel- und langfristige Warengruppen in Selbstbedienung anbietet.

Factory-Outlet-Center:

Factory Outlet ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Ware zweiter Wahl, Überbestände und Retouren

seines Produktionsprogrammes oder seines Zukaufssortimentes vorrangig in Selbstbedienung an fabriknahen oder verkehrsorientierten Standorten absetzt.

Als Sortiment bezeichnet man grundsätzlich die Struktur bzw. Auswahl aller angebotenen Waren eines Handelsunternehmens. Wie tief ein Sortiment ist, hängt davon ab, wie viele Varianten einer Warengruppe angeboten werden.

Breites und tiefes Sortiment

Wie breit ein Sortiment ist, hängt davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen (grundsätzlich verschiedene Produkte) geführt werden. Bei einem Kauf- und Warenhaus kann von einem sehr breiten Sortiment gesprochen werden, denn dort werden z.B. Lebensmittel, Tabakwaren, Postwaren, Drogerieartikel, Möbel, Gardinen, Teppiche, Stoffe, Sportartikel, Haushaltswaren Textilien, Fahrräder, Kinderausstattung, Schmuck, Kosmetika etc. angeboten.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

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

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

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

Elastizität

Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes relativ ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro prozentualer Änderung des Einkommens.

Fachmarktstandorte

Fachmarktstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z.B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten Zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.

Flächenleistung

Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche.

Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung

	ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche. Der Frequenzbringer oder auch Magnetbetrieb ist der Haupt-, bzw. ein Großnutzer innerhalb eines Standortbereiches. Beispielsweise ist er in Einkaufszentren der Frequenzbringer für das gesamte Objekt. Der Frequenzbringer besitzt aufgrund seiner Attraktivität (Verkaufsfläche, Sortiment, Marktauftritt) eine überdurchschnittliche Anziehungskraft auf Kunden. Dabei spielt die Positionierung innerhalb eines Standortbereiches eine wichtige Rolle, denn von der Anziehungskraft des Frequenzbringers profitieren die anderen, kleineren Geschäfte. Wirtschaftlich gesehen ist der Frequenzbringer (bei größeren Zentren auch mehrere) das Frequenz bringende Zugpferd. Der Frequenzbringer ist daher auch ein Schwachpunkt in der Ökonomie eines Einzelhandelsstandortes. Der Wegzug kann rasch dazu führen, dass die anderen Geschäfte wegen zu geringer Kundenfrequenz ebenfalls wegziehen oder ganz aufgeben.
Frequenzbringer	
Gewerbe- und Industriebereiche	Gewerbe- und Industriebereiche (GIB) sind regionalplanerisch relevante Standortbereiche für die Entwicklung von Gewerbe und Industrie laut Regionalplan. Ein GIB dient der Erweiterung, Neuansiedlung und der Verlagerung von Gewerbe- und Industriebetrieben. GIB sollen insbesondere für emittierende Gewerbebetriebe vorenthalten bleiben.
Großflächigkeit	Die Schwelle der Großflächigkeit beginnt bei 800 qm Verkaufsfläche.
Grundzentrum	Ein Unterzentrum bezeichnet in der Raumordnung einen zentralen Ort der untersten Stufe nach dem System der Zentralen Orte. Unterzentren dienen als Anlaufpunkte für die Versorgung des allgemeinen Bedarfs an Dienstleistungen, Gütern und Infrastruktureinrichtungen. Als Versorgungsbereich gilt der Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung.
Kaufkraftniveau	Das Kaufkraftniveau gibt Auskunft über die regionale Verteilung einkommensbedingter, potenzieller Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach denjenigen Ver- und Gebrauchsgütern, die über

	Handels- und Dienstleistungsunternehmen verkauft werden. So entspricht eine Kaufkraftkennziffer von 110 einem Kaufkraftniveau von 10 % über dem Bundesdurchschnitt.
Kern- und Randsortiment	Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment, z.B. Lebensmittel bei einem Supermarkt. Die branchenspezifische Kennzeichnung des Betriebs bestimmt zugleich Inhalt des zulässigen Kernsortiments. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz abgewickelt. Als Randsortimente gelten alle Artikel, deren Anteil am Umsatz gering ist. Die Artikel des Randsortiments werden geführt, um dem Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.
Landesentwicklungsprogramm	Das Landesentwicklungsprogramm ist eine Mischung aus konkretisierten Zielsetzungen, raumbezogenen Planfestlegungen und allgemeinen Richtlinien für die weiteren Planungen des Landes, aber auch der Gemeinden.
Landesplanerische Versorgungsfunktion	Aus Sicht der Landesplanung erfüllen Grundzentren die Versorgungsfunktion für den Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung, Mittelzentren die Versorgungsfunktion des Mittelbereiches zur Deckung des gehobenen Bedarfes sowie Oberzentren die Versorgungsfunktion des Oberbereiches zur Deckung des spezialisierten, höheren Bedarfes.
Leitbranche	Unter Leitbranchen werden die typischen innenstadtprägenden Branchen eines Einkaufsstandortes verstanden, wie z.B. Textilien und Schuhe.
Magnetbetrieb	Magnetbetriebe werden auch als sog. Frequenzbringer bezeichnet, d.h. Betriebe, die ihrerseits wiederum Kundenfrequenzen erzeugen.
Mantelbevölkerung	An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.
Mittelzentrum	Ein Mittelzentrum bezeichnet in der Raumordnung einen zentralen Ort der mittleren Stufe nach dem System der Zentralen Orte. Als Mindestgröße für die Ausweisung eines Mittelzentrums wird eine Einwohnerzahl von mindestens 25.000 im Ort und seinem direkten Umkreis (Verflechtungsbereich) angesetzt. Zu dieser Kennzahl

	kommen allerdings noch weitere Kriterien wie Erreichbarkeit, Ausstattung, Tragfähigkeit des zentralen Orts und ein eindeutig zurechenbarer Einzugsbereich. Mittelzentren dienen als Anlaufpunkt für die Versorgung an Waren, Dienstleistungen und Infrastrukturangeboten, die durch die umgebenden Grundzentren nicht gedeckt werden können. Als Versorgungsbereich gilt der Mittelbereich zur Deckung des gehobenen Bedarfes.
Nahversorgung	Nahversorgung ist die regelmäßige Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes (Nahrungs- und Genußmittel, Drogerieartikel) in unmittelbarer fußläufiger Nähe (rund 700 m) zur Wohnung.
Städtebauliche Auswirkungen	Zu den städtebaulichen Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens zählen u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet sowie auf die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden. Aufgrund einer möglichen übermäßigen Kaufkraftbindung eines neuen Planvorhabens kann es im Einzelfall regelmäßig zu Geschäftsaufgaben, Leerständen und Funktionsverlusten kommen.
Regionale Einzelhandelskonzepte	Im Gegensatz zu einem kommunalen Einzelhandelskonzept bezieht sich ein regionales Einzelhandelskonzept auf eine Region. Unter Definition von Ansiedlungskriterien wird eine interkommunale Vereinbarung zur Steuerung des überörtlich bedeutsamen Einzelhandels getroffen.
Regionalplan	Die regionalen Ziele der Raumordnung und Landesplanung für die Entwicklung der Regionen und für alle raumbedeutsamen Planungen werden im Regionalplan dargestellt.
Städtebauliche Integration	Eine städtebaulich integrierte Lage befindet sich vom Grundsatz innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches oder Wohnsiedlungsbereiches. Kennzeichnend für eine derartige Lage ist insbesondere eine im unmittelbaren Umfeld befindliche Mantelbevölkerung.
Streulage	Prägend für eine Streulage ist ein wohngebietsorientierter Standort mit entsprechender Mantelbevölkerung im fußläufigen Naheinzugsbereich.
Umsatz-Kaufkraft-	Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstel-

Relation	lung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet. Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.
Verbrauchs- ausgaben	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.
Verkaufsflächen- ausstattung	Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an. Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.
Vermutungsregel städtebaulicher Auswirkungen	Städtebauliche Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsprojekten sind in der Regel anzunehmen, wenn die Geschoßfläche des Betriebs 1.200 qm überschreitet. Diese Vermutungsregel geht davon aus, dass die Verkaufsfläche erfahrungsgemäß etwa 2/3 der Geschoßfläche beträgt und eine Verkaufsfläche oberhalb von 800 qm diese Auswirkungen haben kann. Allerdings können auch aufgrund örtlicher Gegebenheiten städtebauliche Auswirkungen unterhalb von 800 qm Verkaufsfläche auftreten.
Verträglichkeits- analyse	Eine Verträglichkeitsanalyse prüft die landesplanerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines in der Regel großflächigen Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens. Im Rahmen einer Modellberechnung werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umverteilungswirkungen gegenüber dem Bestand) ermittelt. Eine abschließende Gesamtbetrachtung untersucht letztendlich die städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungen.
Verweilqualität	Unter Verweilqualität ist die Aufenthaltsqualität an einem Standort zu verstehen. Diese wird durch die Lagequalität, den Strassenbelag, die

	Fassadengestaltung, der Orientierung, sonstige äußere Beeinträchtigungen wie Lärm etc. sowie Sauberkeit und Sicherheit im Wesentlichen beeinflusst.
Vollsortimenter	Vollsortimenter kennzeichnet den Umfang größerer Einzelhandelsgeschäfte, die ihr Warenangebot in ausreichender Auswahl entweder aus nahezu allen Branchensortimenten zusammensetzen oder ein umfassendes Angebot einer Branchengruppe anbieten. Einrichtungs-, Textilkaufhäuser und Baumärkte zählen beispielsweise für ihren Sortimentsbereich zu den Vollsortimentern.
Warengruppe	Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z.B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z.B. Food und Non-Food).
Zentraler Versorgungsbereich	Die Versorgungsbereiche einer Stadt oder Gemeinde umfassen die Zentralen Einkaufsbereiche im Stadtzentrum oder den Neben- und Grundversorgungszentren in den Stadtteilen oder das Ortszentrum einer Gemeinde. Sie werden häufig bestimmt durch einen durchgängigen Geschäftsbesatz, einem Mix unterschiedlicher Nutzungen, einer höheren fußläufigen Frequenz sowie einer Ansammlung unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich gewachsenen Strukturen.
Zentralität	Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer. Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist. Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird. Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt. So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl.

Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).