Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

für die Stadt Schwelm
(Entwurfsfassung vom 25.08.2017)

Auftraggeber:
Stadt Schwelm

Ihre Ansprechpartner
Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail freuen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im August 2017

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 6
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung 6
1.2 Methodische Vorgehensweise 7

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung 8
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung 8
2.2 Siedlungsstruktur Schwelm 10
2.3 Demografische Entwicklung 12
2.4 Regionale Wettbewerbssituation 13

3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Schwelm 17

4 Einzelhandelssituation in Schwelm 20
4.1 Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte 22
4.1.1 Innenstadt Schwelm 23
4.1.2 Nahversorgungszentrum Möllenkotten 30
4.1.3 Nahversorgungszentrum Oehde 32
4.1.4 Nahversorgungsstandort Loh 33
4.1.5 Standortbereich „Talstraße“ 34
4.1.6 Standortbereich „Berliner Str./ Prinzenstraße“ 35
4.1.7 Sonstige Lagen 37
4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten 38
4.3 Wohnortnahe Versorgung 42
4.4 Kundenwohnorterhebung 47
4.5 Einzelhandelszentralität 50

5 Exkurs: Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels 53
5.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel 53
5.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten 54
5.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels 57
5.4 Fazit zur Positionierung des innerstädtischen Einzelhandels auf die Entwicklungen im Onlinehandel 60

6 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse 62

7 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schwelm sowie Handlungsempfehlungen 65
7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung 65
7.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ 68
7.3 Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Schwelm 69

7.4 Standortkonzept 73
7.5 Definition einer örtlichen Sortimentsliste 78
7.6 Handlungsempfehlungen für die kommunale Wirtschaftsförderung und das Leerstandsmanagement 82

8 Abschließende Empfehlungen 85

9 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung 86

9.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten 86
9.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels 87
9.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels 90
9.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten 91
9.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten 92
9.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich 92
9.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung 93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Schwelm und Vergleichsräumen 2005 - 2015 (2005 = 100 %) 12
Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in Schwelm in den Jahren 2014 und 2030 im Vergleich 13
Abbildung 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Schwelm und in Nachbarkommunen (in % vom Bundesdurchschnitt) 17
Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 18
Abbildung 5: Fotos Innenstadtbereich Schwelm 25
Abbildung 6: Fotos Schwelm-Center/ ehem. Brauereigelände 27
Abbildung 7: Verkaufsflächen nach Sortimenten in der Innenstadt 28
Abbildung 8: Fotos Nahversorgungszentrum Möllenkotten 30
Abbildung 9: Fotos Nahversorgungszentrum Oehde 32
Abbildung 10: Fotos Nahversorgungsstandort Loh 34
Abbildung 11: Fotos „Talstraße“ 34
Abbildung 12: Fotos „Prinzenstraße“ 37
Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in Schwelm nach Sortimenten 38
Abbildung 14: Schwelmer Kundenanteile differenziert nach Stadtteilen 48
Abbildung 15: Kundenanteile in Schwelm und Umland 49
Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick 50
Abbildung 17: Entwicklung der sortimentsspezifischen Marktanteile des Onlinehandels 54

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerzahlen nach Raumeinheiten 11
Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Schwelm 19
Tabelle 3: Einzelhandelsbestand im Zeitvergleich 21
Tabelle 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen 23
Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen nach Größenklassen in der Innenstadt 26
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Umsätze in Schwelm nach Sortimenten 40
Tabelle 7: Standort-Check Lebensmittelbetriebe 46
Tabelle 8: Übersicht über die Ergebnisse der Kundenbefragung 47
Tabelle 9: Schwelmer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente 81

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der Stadt Schwelm und zentralörtliche Gliederung 8
Karte 2: Regionale Wettbewerbssituation 16
Karte 3: Übersicht Einzelhandelssituation in Schwelm 20
Karte 4: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet 22
Karte 5: Innenstadt Schwelm (gem. EHK 2012) 24
Karte 6: Nahversorgungszentrum Möllenkotten (gem. EHK 2012) 31
Karte 7: Nahversorgungszentrum Oehde (gem. EHK 2012) 33
Karte 8: Standortbereich „Talstraße“ 35
Karte 9: Standortbereich „Berliner Str./ Prinzenstraße“ 36
Karte 10: Nahversorgungssituation in Schwelm 43
Karte 11: Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025) 55
Karte 12: Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025) 56
Karte 13: Online-Sichtbarkeit der Schwelmer Einzelhandelsbetriebe 58
Karte 14: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe 59
Karte 15: Regionalplandarstellung Stadt Schwelm 65
Karte 16: Regionalplandarstellung Stadt Schwelm 70
Karte 17: Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2017 73
Karte 18: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums 74
Karte 19: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Möllenkotten 75
Karte 20: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Oehde 76
Karte 21: Ergänzender Nahversorgungsstandort „Zassenhaus“ 77

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Um die lokale Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin fundiert und im gesamtstädtischen Kontext bewerten und ggf. steuern zu können, hat die Stadt Schwelm die BBE Handelsberatung mit der Fortschreibung ihres zuletzt 2012 aufgestellten Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Die nach Fläche kleinste Gemeinde Nordrhein-Westfalens hat als Mittelzentrum umfassende Versorgungsfunktionen zu erfüllen, ist jedoch – wie im Ballungsraum Rhein-Ruhr typisch – durch Angebotsstrukturen in angrenzenden Nachbarkommunen einem erheblichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Planvorhaben wie das im September 2016 eröffnete IKEA-Wohnkaufhaus in Wuppertal und mögliche FOC-Standorte in Remscheid und Wuppertal werden das Einkaufsverhalten in der Region beeinflussen.

Die positive Konsumstimmung in Deutschland und die außergewöhnlich starke Nachfrage nach Handelsimmobilien verändern das Marktumfeld schneller als je zuvor, der Onlinehandel stellt den stationären Einzelhandel vor völlig neue Herausforderungen. Auf Basis des bisherigen Konzepts können somit schon nach wenigen Jahren nicht mehr alle Fragen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schwelm zufriedenstellend beantwortet werden. Besonderer Aufmerksamkeit bedürfen beispielsweise einige Mikrostandorte, an denen Entscheidungen zu möglichen zukünftigen Einzelhandelsnutzungen anstehen. Es ist zu bewerten, inwieweit sie sich in Übereinstimmung mit den übergeordneten Zielen der Einzelhandelsentwicklung in Schwelm realisieren lassen.

Im besonderen Fokus stehen die Schwelmer Innenstadt und die Nahversorgungszentren Möllenkotten und Oehde, deren Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale als Einzelhandelsstandort unter Berücksichtigung der aktuellen Trends zu beleuchten sind. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen.

Zudem ist zu klären, an welchen sonstigen Standorten Nahversorgungsfunktionen übernommen werden sollen und welche Perspektive es für die städtebaulich nicht-integrierten Sonderstandorte geben kann. Die aus Betreiber-/Investorensicht attraktiven Areale entlang der Bundesstraße 7 („Talachse“) sollen nach der politischen Beschlusslage möglichst keinen zusätzlichen Einzelhandel aufnehmen.

Einen formalen Rahmen für die Entwicklung der Stadt Schwelm als Einzelhandelsstandort setzt der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen mit seiner Bekanntmachung vom 25.01.2017, mit dem die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung weiterbestehen, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen.

Unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben, der örtlichen Angebotssituation sowie der möglichen Entwicklungsperspektiven ist schließlich die lokale Sortimentsliste („Schwelmer Liste“) der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zu prüfen und ggf. anzupassen.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in Schwelm

Im Frühjahr 2017 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe[1] durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 33 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt und den Ortsmitten der sonstigen Ortslagen die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt.

Kundenwohnorterhebung

In Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft Schwelm e.V. ist das Kundeneinzugsgebiet der Einkaufsstadt Schwelm stichprobenartig ermittelt bzw. verifiziert worden. Hierzu ist bei vier lokalen Einzelhandelsbetrieben eine Erfassung der Kundenwohnorte erfolgt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von rd. 1.700 Kunden im Zeitraum vom 20.05. bis 25.05.2017.

Weitere Grundlagen

Das Kaufkraftpotenzial basiert auf IfH-/BBE-Daten zum Branchenumsatz, aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der MB-Research-Kaufkraft 2016 zugrunde gelegt.

Für die Konzeptentwicklung wurde zudem auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen wurden ebenfalls berücksichtigt.

Begleitender Arbeitskreis

Um wichtige Hinweise u.a. aus der lokalen Händlerschaft, der Verwaltung sowie von den zuständigen Planungsbehörden zu erhalten, ist ein begleitender Arbeitskreis eingerichtet worden, in dem die Vorgehensweise bzw. der aktuelle Zwischenstände präsentiert und diskutiert worden ist.
Die Ergebnisse sind entsprechend bei der Konzepterstellung mit eingeflossen.

---

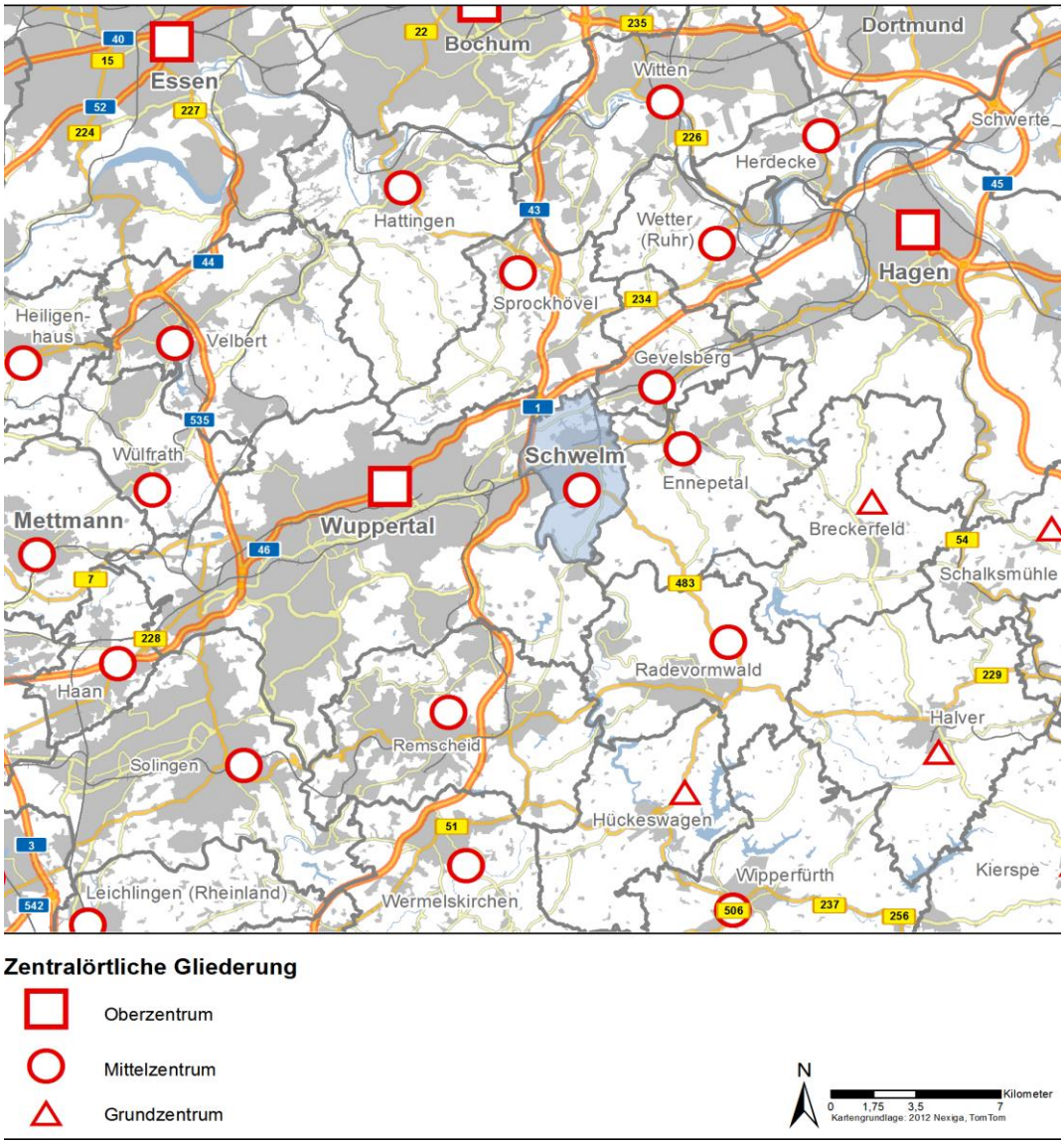
[1] Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Stadt Schwelm, Kreisstadt im Süden des Ennepe-Ruhr-Kreises, ist dem Regierungsbezirk Arnsberg zugeordnet.
Naturräumlich stellt Schwelm den Übergang zwischen dem Rheinland und Westfalen dar und wird hierbei wesentlich von den im Norden und Süden gelegenen Höhenlagen geprägt.
Das Stadtgebiet von Schwelm weist somit eine ausgeprägte Topografie auf, die die vorhandenen Siedlungsstrukturen im Wesentlichen auf die zentrale „Schwelmer Talmulde“ konzentriert.

Karte 1: Lage der Stadt Schwelm und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung

Räumlich grenzt Schwelm im Norden an die Städte Sprockhövel und Gevelsberg, in östlicher Richtung an die Stadt Ennepetal und im Süden und Westen an das Oberzentrum Wuppertal.

Gemäß dem Landesentwicklungsplan NRW wird die Stadt Schwelm als Mittelzentrum eingestuft, das als solches insbesondere die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs gewährleisten soll[2]. Auch den benachbarten Städten Sprockhövel, Gevelsberg und Ennepetal wird im Landesentwicklungsplan eine mittelzentrale Bedeutung zugewiesen. Die Versorgung mit Gütern des gehobenen und des spezialisierten Bedarfs soll im Raum Schwelm durch das südwestlich angrenzende Oberzentrum Wuppertal sowie das in rd. 15 km nordöstlicher Entfernung liegende Oberzentrum Hagen erfolgen.

Die Stadt Schwelm verfügt mit einem unmittelbaren Anschluss an die Bundesautoahn A 1 (Hamm – Kamen – Hagen – Wuppertal – Köln) über eine gute überregionale, verkehrliche Erreichbarkeit. Über das am nördlichen Stadtrand gelegene Kreuz Wuppertal Nord besteht zudem Anschluss an die nach Norden Richtung Witten und Bochum führende A 43. Darüber hinaus existiert eine unmittelbare Anbindung an die A 46, die nach Osten über Hagen und Iserlohn bis nach Arnsberg führt und in westlicher Richtung Haan, Hilden und Düsseldorf erschließt.

Wichtige Verkehrsträger sind darüber hinaus die das Stadtgebiet querende Achse der ineinander übergehenden B 483 und L 706 (Talstraße/ Berliner Straße)[3], die als bedeutende Verbindungsachse zwischen den beiden Oberzentren Wuppertal und Hagen auch die benachbarten Mittelzentren Ennepetal und Gevelsberg anbindet, sowie die B 483, welche in südlicher Richtung über Radevormwald bis nach Hückeswagen führt.

Die Landestraßen L 527 (Gevelsberg – Schwelm – Beyenburg), L 551 (Schwelm – Sprockhövel – Bochum), L 726 (Wuppertal – Schwelm) und L 891 (Wuppertal – Linderhausen - Gevelsberg) binden Schwelm zusätzlich an das regionale und überregionale Verkehrsnetz an.

Die ÖPNV-Anbindung an die nahegelegenen Oberzentren Wuppertal und Hagen ist über die Stadtbahnlinie S 8 sowie die Regional Expresslinien RE 4, RE 7 und RE 13 gewährleitet. Die Straßenbahnlinie SB 37 schließt Schwelm zusätzlich an die Städte Sprockhövel, Hattingen und Bochum an. Darüber hinaus bietet eine Vielzahl von Buslinien im gesamten Stadtgebiet gute Anbindungsmöglichkeiten an und in das Umland.

---

2 Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW), Stand: 14.12.16, Seite 123

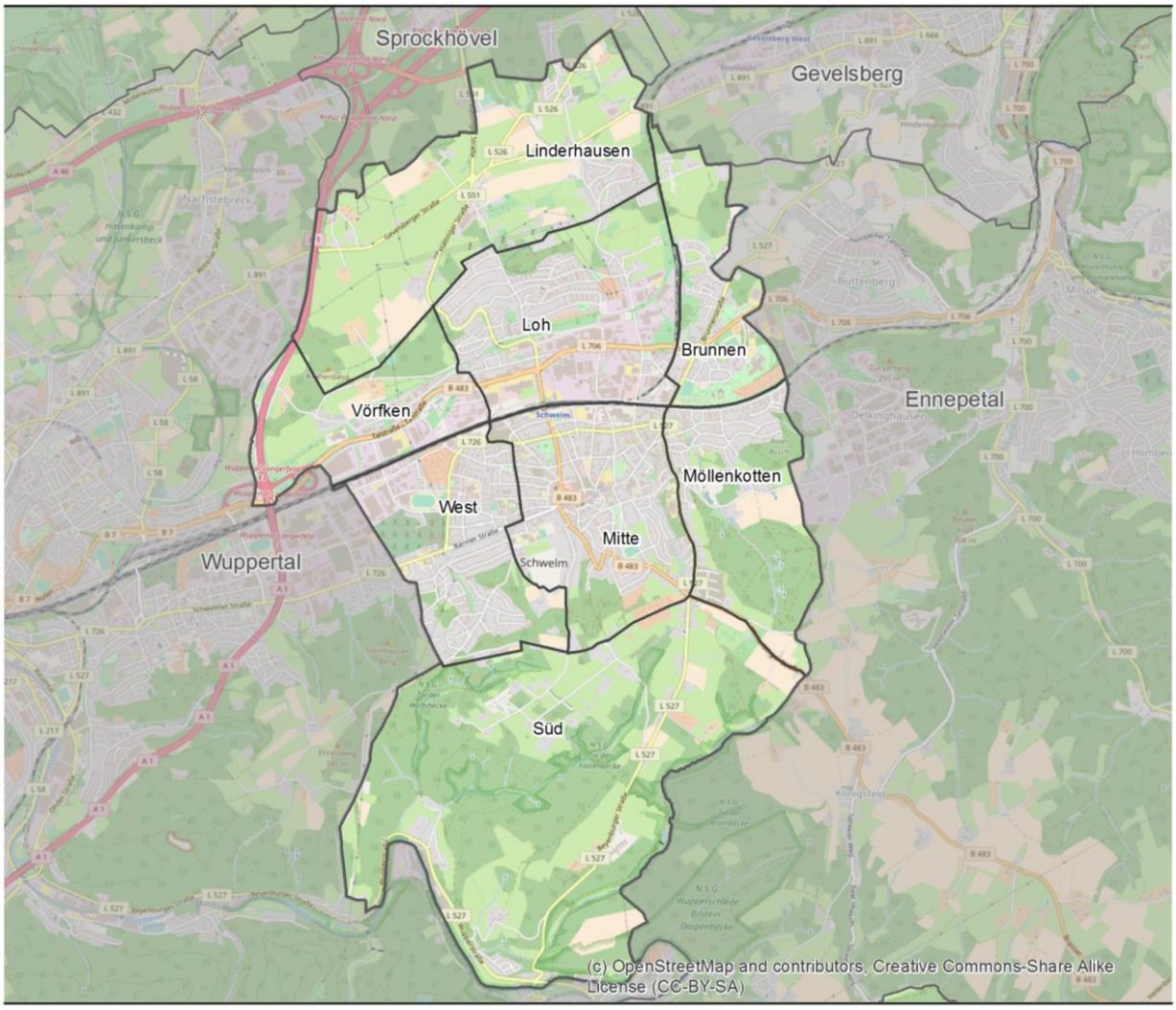
3 ehemals B 7; bis zum Kreuzungsbereich mit der Hattinger Straße ist die Talstraße als B 483 qualifiziert, geht dort in die L 706 (Berliner Straße) über und führt ab dem östlich benachbarten Ennepetal als L 700 bis nach Hagen.

2.2 Siedlungsstruktur Schwelm

In der Stadt Schwelm leben aktuell rd. 29.485 Personen[4]

Mit einer Einwohnerdichte von rd. 1.440 Einwohnern pro km² liegt Schwelm deutlich über der durchschnittlichen Bevölkerungsdichte des Ennepe-Ruhr-Kreises (796 EW/ km²) und des Landes Nordrhein-Westfalen (524 EW/ km²)[5], was auf die geringe Flächenausdehnung[6] der kleinsten politischen Gemeinde in NRW zurückzuführen ist.

Karte 2: Raumgliederung der Stadt Schwelm



Quelle: Eigene Darstellung

4 Stadt Schwelm, Stand 28.02.2017; Haupt- und Nebenwohnsitze

5 Information und Technik Nordrhein-Westfalen: Statistisches Jahrbuch Nordrhein-Westfalen 2016, Stand 31.12.2015

6 rd. 20,5 km²

Die Siedlungsstruktur der Stadt Schwelm lässt sich in die acht Raumeinheiten untergliedern Brunnen, Linderhausen, Loh, Mitte, Möllenkotten, Süd, Vörfken und Oehde. Dabei bilden die zentral gelegenen Stadtteile einen – nach Norden und Süden ansteigenden - geschlossenen Siedlungskörper, innerhalb dessen die Stadtteile Mitte (rd. 37 %), West und Loh (jeweils rd. 20 %) die höchsten Bevölkerungszahlen aufweisen.
In den auf den Höhen gelegenen, überwiegend ländlich geprägten Stadtteilen Linderhausen (rd. 1.430 Ew.) und Süd (rd. 640 Ew.) leben mit insgesamt rd. 2.100 Personen dagegen nur etwa rd. 7 % der Bevölkerung.

Die Einwohnerzahlen der 8 Stadtteile sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 1: Einwohnerzahlen nach Raumeinheiten

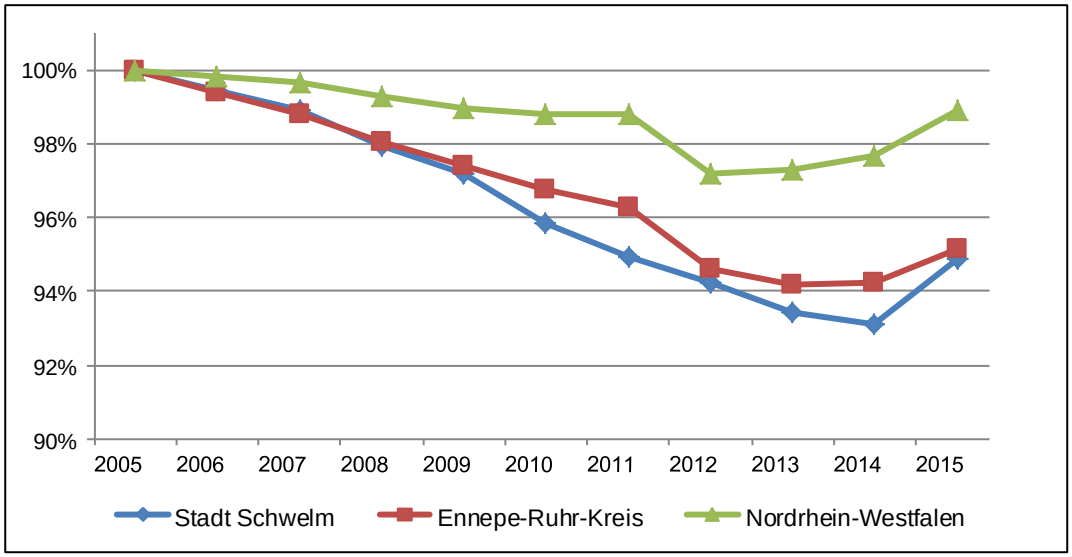
	Einwohner[1)]	
Stadtteile	**abs.**	**in %**
Brunnen	1.866	6
Linderhausen	1.425	5
Loh	5.812	20
Mitte	10.893	37
Möllenkotten	2.519	9
Süd	638	2
Vörfken	338	1
Oehde	5.992	20
Schwelm gesamt	**29.483**	**100**

[1)] Haupt- und Nebenwohnsitze
Quelle: Stadt Schwelm; Stand: 28.02.2017

2.3 Demografische Entwicklung

Auf Grundlage der Bevölkerungszahlen des statistischen Landesamtes NRW ist für den Zeitraum 2005 – 2015 für die Stadt Schwelm - analog zur Entwicklung des Ennepe-Ruhr Kreises - ein leichter Bevölkerungsrückgang um knapp 5 Prozent festzustellen. Dabei stabilisiert sich die Einwohnerzahl seit 2013 und seit 2015 sind sogar wieder Zuwächse zu verzeichnen.

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Schwelm und Vergleichsräumen 2005 - 2015 (2005 = 100 %)



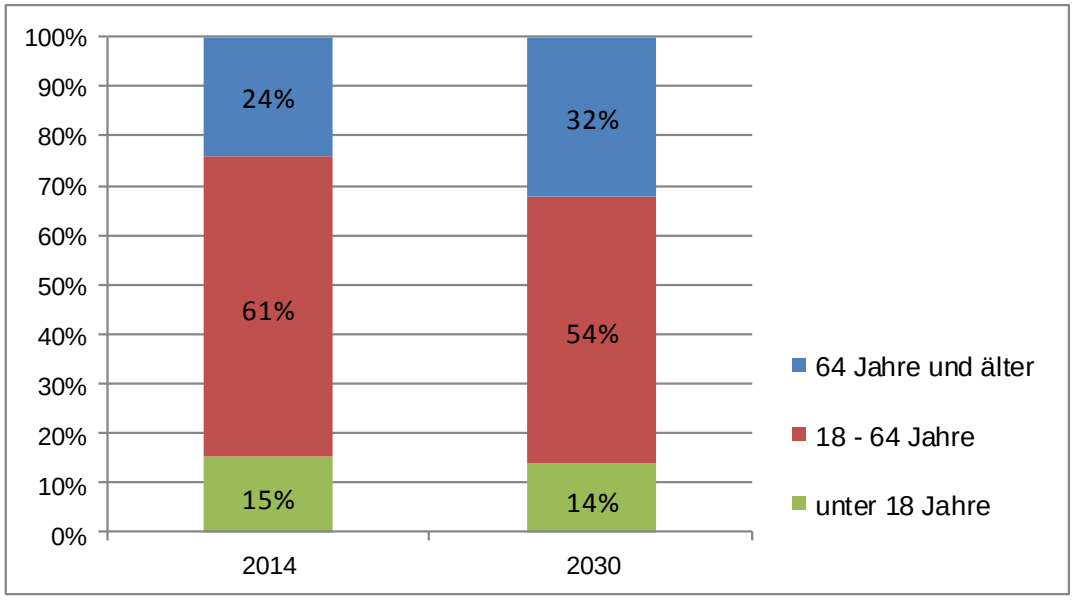
Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Trotz zuletzt positiver Entwicklung wird von der Bertelsmann Stiftung ein Rückgang der städtischen Einwohnerzahlen prognostiziert. Demnach soll sich der Bevölkerungsstand im Jahr 2030 auf rd. 25.500 Einwohnern belaufen, was einem Bevölkerungsrückgang um etwa 8 % entsprechen würde[7].

Parallel zu der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich in Folge des demografischen Wandels auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 18 Jahren von 15,3 % auf 14,1 % im Jahr 2030 leicht sinken. Deutlicher wird dagegen langfristig die prozentuale Abnahme des Anteils von Personen im erwerbsfähigen Alter (18 – 64 Jahre) ausfallen. Hier prognostiziert die Bertelsmann Stiftung ausgehend von rd. 61 % im Jahr 2014 eine Abnahme um rd. 7 Prozentpunkte bis 2030 auf dann nur noch rd. 54 %. Insgesamt wird somit der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 24 % im Jahr 2014 auf rd. 32 % im Jahr 2030 stark anwachsen, während jüngere Bevölkerungsgruppen anteilsmäßig an Bedeutung verlieren.

7 Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsprognose für die Stadt Schwelm, Stand 2017

Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in Schwelm in den Jahren 2014 und 2030 im Vergleich



Quelle: Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsprognose für die Stadt Schwelm; eigene Darstellung

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Der Einzelhandelsstandort Schwelm befindet sich in der Ballungsrandzone der Metropolregion Ruhr, die wesentlich durch die hohe Dichte zentraler Orte geprägt wird. Die hier lebende Bevölkerung kann daher meist in jeweils relativ kurzer Distanz verschiedene Innenstädte, Nebenzentren und Fachmarktstandorte bzw. Einkaufszentren erreichen.

Für das Mittelzentrum Schwelm stellen insbesondere die attraktiven Innenstädte der benachbarten Oberzentren Wuppertal und Hagen nahegelegene und auch mit dem ÖPNV gut zu erreichende Wettbewerbsstandorte dar.

Größter Angebotsstandort der Region ist das in rd. 12 km westlicher Entfernung gelegene **Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum Wuppertal)**. Über die Stadtbahnlinie S8 und die Regional Expresslinien RE 4, RE 7 und RE 13 ist dieses in einer Fahrzeit von 10 bis 14 Minuten zu erreichen. Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal sind hier 530 Betriebe ansässig, die über eine Gesamtverkaufsfläche von mehr als 100.000 m² verfügen. Zu den größten Kundenmagneten gehören Galeria Kaufhof, Peek & Cloppenburg, TK Maxx und C&A sowie das rd. 25.000 m² große Einkaufszentrum „City-Arkaden“ (u.a. Reserved, H & M, 1982, NewYorker, Intersport). Mit der derzeitig im Bau befindlichen Primark-Filiale am Döppersberg wird die Attraktivität der Elberfelder Innenstadt – insbesondere für jüngere Kunden – nochmals ansteigen. Am Döppersberg wird aktuell zudem die Ansiedlung eines bis zu 30.000 m² großen **Fashion-Outlet-Centers** (FOC) diskutiert. Die Planungen sehen in einer - bereits genehmigten - ersten

Stufe bis zu 10.000 m² Verkaufsfläche im Gebäude der unmittelbar am Hauptbahnhof gelegenen alten Bahnhofsdirektion vor, die in einer zweiten Baustufe auf das jenseits der Bahntrasse gelegene ehemalige Post-Verteilerzentrum ausgeweitet werden soll. Mit Realisierung dieses Vorhabens würde in zentraler Lage des benachbarten Oberzentrums ein weit in die Region ausstrahlender Einzelhandelsstandort geschaffen werden, der auch für die in Schwelm lebende Bevölkerung eine attraktive Shoppingalternative darstellen würde.
Darüber hinaus soll auch im rd. 13 km entfernt gelegenen Remscheid-Lennep ein FOC gebaut werden. Dieses als „Designer-Outlet" beworbene Outlet-Center soll über eine Verkaufsfläche von rd. 22.000 m² verfügen.
Damit sind in unmittelbarer räumliche Nähe zu Schwelm zwei FOC's mit einer Gesamtverkaufsfläche von gemeinsam bis zu rd. 50.000 m² parallel in der Planung, wobei eine vollständige Realisierung beider Planvorhaben unwahrscheinlich sein dürfte.

Das von Schwelm aus etwas nähergelegene **Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)** ist mit rd. 180 Einzelhandelsbetrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 30.000 m² bereits deutlich kleiner. Auch die vorhandenen Besatzstrukturen lassen eher auf eine lokale Versorgungsfunktion schließen – u.a. C&A und Drogerie Müller, hinzu kommen kleinere Betriebe bekannter Filialisten wie New Yorker und H & M sowie eine Vielzahl an v.a. klein- und mittelflächig dimensionierten Fachgeschäften.

Darüber hinaus hat das Oberzentrum Wuppertal seine regionale Ausstrahlung mit der Ende 2016 eröffneten **Ikea-Filiale** ausgebaut. In verkehrlich sehr guter Lage ist in räumlicher Nähe zum Autobahnkreuz „Wuppertal-Nord" (A 1/ A 46) ein rd. 25.500 m² großes Einrichtungshaus angesiedelt worden. Gemäß Bebauungsplan[8] sind dort neben maximal 18.480 m² Möbeln zudem maximal 4.520 m² nicht-zentrenrelevante[9] Randsortimente sowie maximal 2.500 m² zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente zulässig.
Aufgrund der räumlichen Nähe – die Entfernung vom Stadtzentrum Schwelm zu der in Wuppertal gelegenen Ikea-Filiale beläuft sich auf gerade einmal rd. 8 km – ist Schwelm in der im Zuge der geplanten Möbelhaus-Ansiedlung erstellten Auswirkungsanalyse[10] dem Kerneinzugsgebiet zugeordnet worden. Gleichzeitig ist aufgezeigt worden, dass das Einrichtungshaus insbesondere im Sortiment „Heimtextilien" Wettbewerbsbezüge zu den innerhalb des Stadtzentrums ansässigen Anbietern aufweist und hier gemäß erfolgter Umverteilungsprognose mit Einbußen von rd. 9 % (Heimtextilien) zu rechnen sei.
Auch für die entlang der Talstraße ansässigen Anbieter Roller, Meda Küchen und Multipolster wird das neu eröffnete Einrichtungshaus zu einer spürbaren Wettbewerbsverschärfung geführt haben, die von der GMA mit rd. 10 – 11 % beziffert worden ist.

Insbesondere mit dem unmittelbar jenseits der Stadtgrenze gelegenen **Real SB-Warenhaus** an der **Dieselstraße,** in dessen räumliche Nähe sich zudem ein Poco-Möbelmarkt befindet, verfügt das benachbarte Oberzentrum auch im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel über Angebotsstandorte, die bis nach Schwelm ausstrahlen.

---

8 Bebauungsplan Nr. 1202 „Einrichtungshaus Dreigrenzen", dessen Satzungsbeschluss am 09.09.2015 öffentlich bekannt gemacht worden ist.

9 gemäß Wuppertaler Sortimentsliste

10 GMA, Köln; November 2014

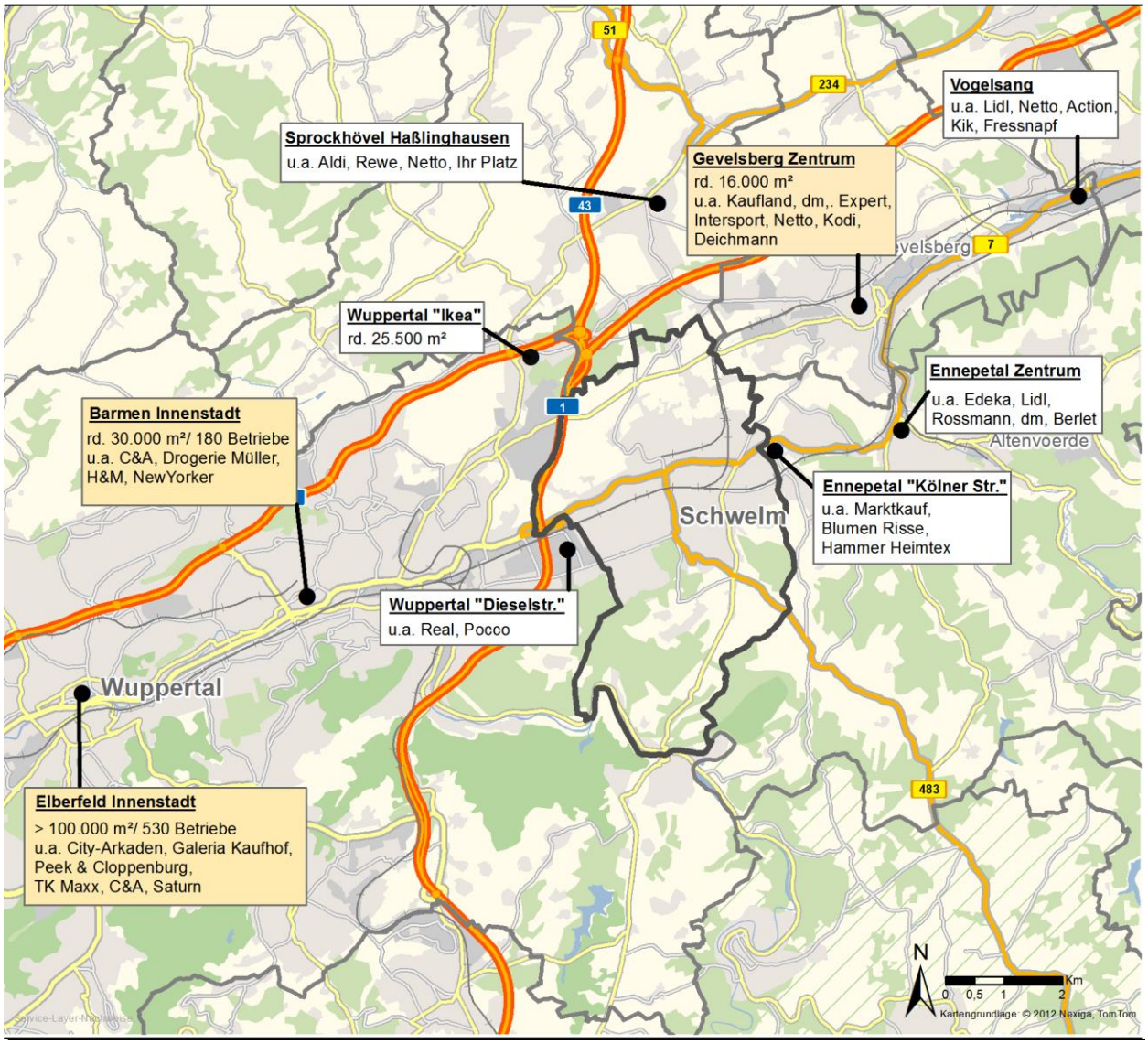
Das rd. 14 km östlich gelegene **Hauptzentrum Hagen** stellt einen weiteren regional bedeutsamen Einzelhandelsstandort in räumlicher Nähe zu Schwelm dar. Auch mit dem ÖPNV ist dieser Angebotsstandort sehr gut aus dem Mittelzentrum Schwelm zu erreichen: Die Fahrzeit mit dem Schienennahverkehr (S8, RE 4, RE 7, RE 13) beträgt zwischen 12 und 22 Minuten.
Gemäß Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen sind hier rd. 290 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von mehr als 70.000 m² einen Umsatz von etwa 270 Mio. € erwirtschaften. Zu den größten Kundenmagneten gehören Galeria Kaufhof, Peek & Cloppenburg, H&M, Esprit, TK Maxx und C&A sowie der Elektronik-Fachmarkt Saturn. Mit der Eröffnung der Rathaus-Galerie im November 2014 hat das Oberzentrum als Einzelhandelsstandort nochmals an Attraktivität gewonnen. Hinzu kommen neben weiteren, kleinteiligeren Filialbetrieben auch zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte. Das innerstädtische Angebot zeichnet sich somit durch eine große Sortimentsvielfalt aus, wobei ein Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung festzustellen ist.

Demgegenüber sind die Versorgungsangebote im nordöstlich angrenzenden Mittelzentrum **Gevelsberg** vor allem auf die eigene Bevölkerung ausgerichtet. Größter Angebotsstandort dort ist der überwiegend entlang der Mittelstraße gelegene Innenstadtbereich, in dem von rd. 110 Betrieben auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.000 m² ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten wird.
Flächengrößter Anbieter ist hierbei der am Vendomer Platz gelegene Kaufland Verbrauchermarkt, der von zahlreichen filialisierten wie inhabergeführten Angeboten (u.a. Expert Ellinghaus, Intersport Reschop, dm, Kik, Tedi, Netto, Modehaus Romeik´s, Deichmann, Takko, Stinshoff Schuhe und Kodi) ergänzt wird.

Die Nachbarstadt **Ennepetal** verfügt insbesondere in den kurzfristigen Sortimentsgruppen über umfangreiche Angebote. Dabei stellen die unmittelbar jenseits der Stadtgrenze an der Kölner Straße im Standortverbund gelegenen Anbieter Marktkauf SB-Warenhauses, Hammer Heimtex und Blumen Risse einen nahegelegenen und verkehrlich gut zu erreichenden Angebotsstandort dar. Aufgrund der räumlichen Nähe wird dieser vor allem für die im östlichen Stadtgebiet von Schwelm lebende Bevölkerung eine ergänzende Versorgungsfunktion übernehmen.
Der Innenstadtbereich wird wesentlich von dem an der L 700 gelegenen Heilenbecke-Center (u.a. Edeka, Lidl, Rossmann, Zoo & Co.) geprägt. Zudem ist in dem ansonsten sehr kleinteiligen Hauptgeschäftszentrum Ende 2015 eine rd. 1.800 m² große Filiale des Elektronikanbieters Berlet eröffnet worden.

Aber auch **regional bedeutsame Angebotsstandorte** im **weiteren Umfeld** sind in vergleichsweise kurzen Distanzen zu erreichen: So beträgt die Fahrzeit zu dem rd. 30 km nördlich gelegenen Ruhrpark in Bochum etwa 20 bis 30 Minuten. Gleiches gilt beispielsweise auch für den in Witten gelegenen, weit ausstrahlenden Möbelstandort im Bereich der Fredi-Ostermann-Straße.

Karte 2: Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: Eigene Darstellung

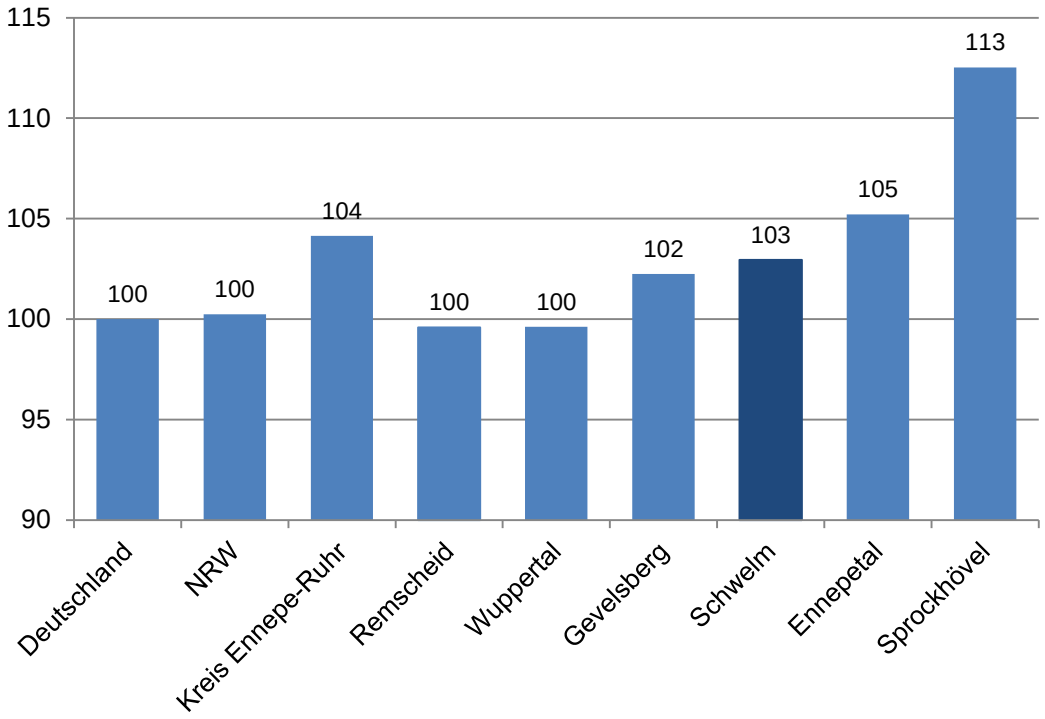
Neben den umfassenden innerstädtischen Angeboten der umliegenden Oberzentren Wuppertal und Hagen sind mit den unmittelbar jenseits der Stadtgrenze gelegenen Angebotsstandorten an der Dieselstraße/ Stadt Wuppertal (u.a. Real SB-Warenhaus) bzw. Kölner Straße/ Stadt Ennepetal (Marktkauf SB-Warenhaus) darüber hinaus auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Wettbewerbsstandorte vorzufinden, die die lokale Angebotssituation beeinflussen.

3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Schwelm

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.235 € einzelhandelsrelevant.[11]

Die MB-Research-Kaukraftkennziffern weisen für Schwelm aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von rd. 103 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit sowohl leicht über dem Bundes-/ Landesdurchschnitt als auch der Nachbarkommunen Remscheid, Wuppertal und Gevelsberg.
Ennepetal (105 %) und Sprockhövel (113 %) erreichen dagegen höhere Kaufkraftwerte.

Abbildung 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Schwelm und in Nachbarkommunen (in % vom Bundesdurchschnitt)

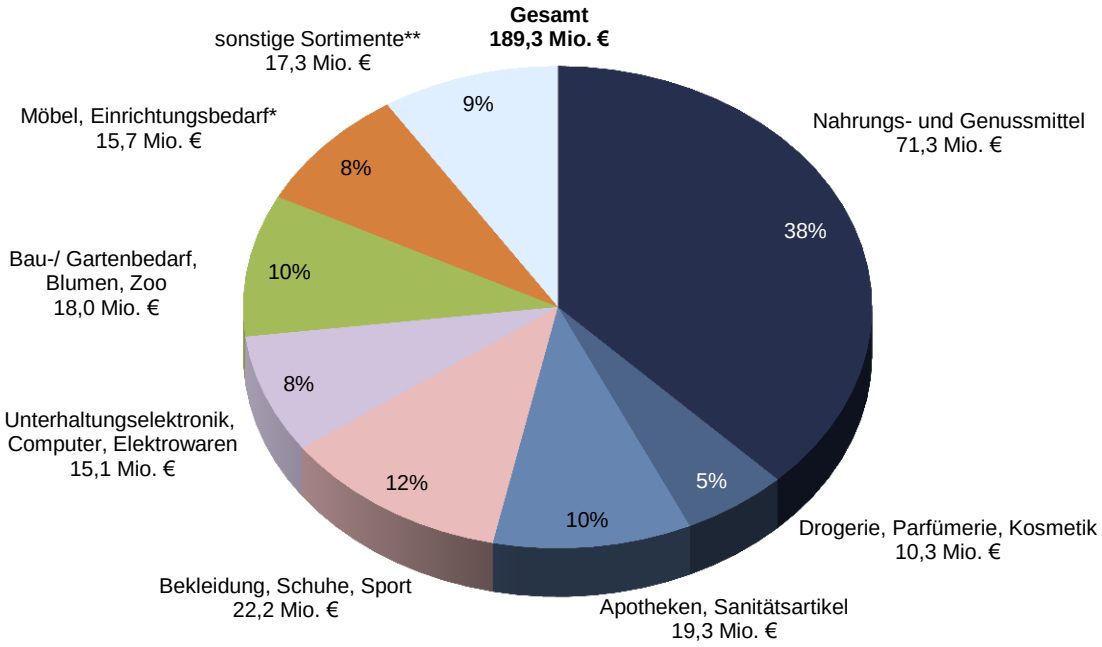


Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2015; eigene Darstellung

[11] Quelle: Institut für Handelsforschung, Ergänzungen und Berechnungen der BBE (Marktvolumina 2015); unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Motorräder, Brennstoffe und Reparaturen.

Unter Beachtung der örtlichen Kaufkraftkennzahl ergeben sich für die Stadt Schwelm jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.419 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von etwa 189 Mio. € errechnen (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

Mit rund 38 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken, Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 53 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt rd. 37 Mio. € zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf rd. 34 Mio. €, die sonstigen Warengruppen umfassen rd. 17 Mio. € bzw. rd. 9 % des Gesamtvolumens.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Schwelm

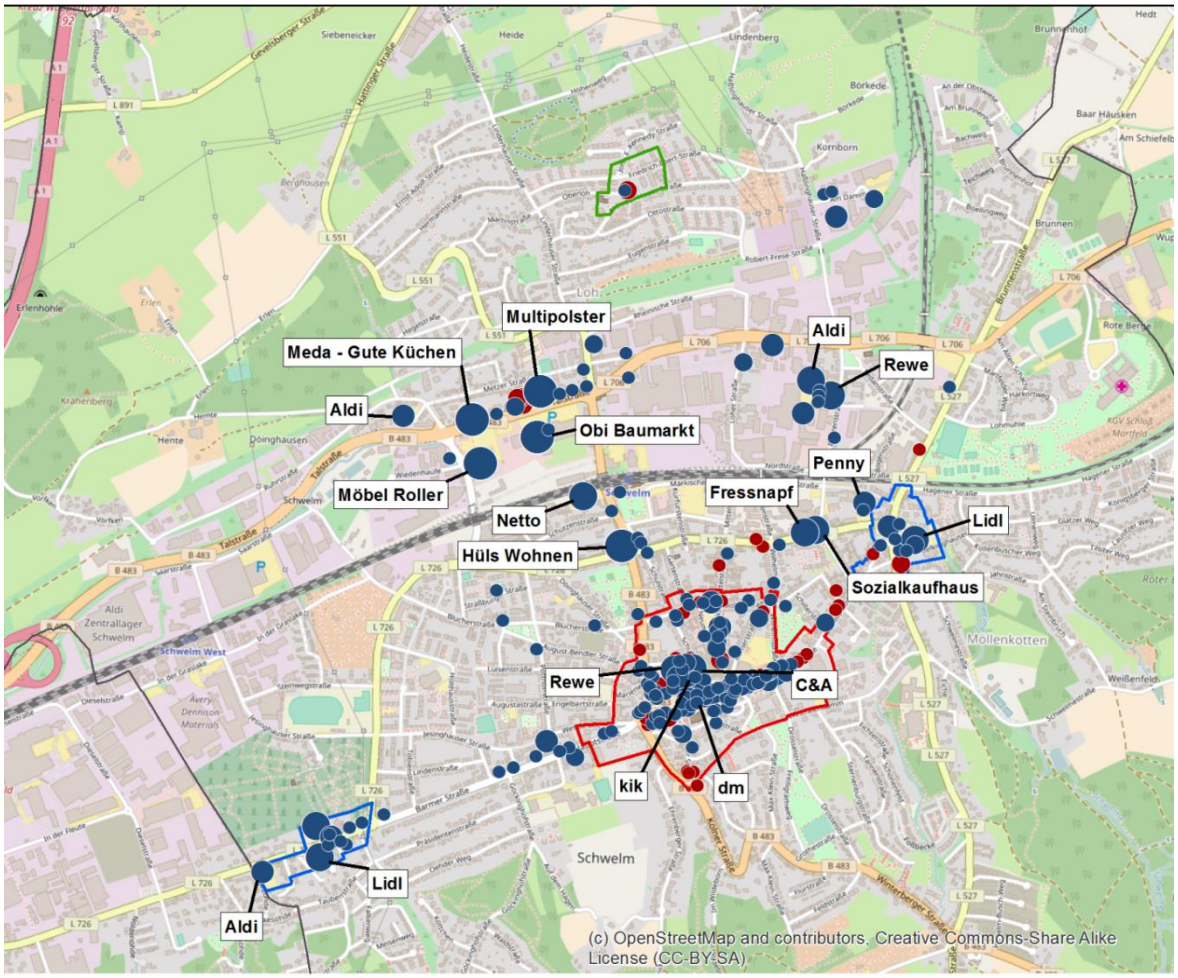
	Deutschland	Stadt Schwelm	
Sortiment	**Pro-Kopf-Ausgaben in €**	**Pro-Kopf-Ausgaben in €**	**Kaufkraftpotenzial in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	2.308	2.419	71,3
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	340	348	10,3
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	630	656	19,3
Bekleidung, Wäsche	528	538	15,9
Schuhe, Lederwaren	121	121	3,6
Sport-, Campingartikel	98	95	2,8
Bücher, Zeitschriften	101	105	3,1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	89	92	2,7
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	95	98	2,9
Möbel	351	345	10,2
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	60	59	1,7
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	23	23	0,7
Heimtextilien, Gardinen	23	23	0,7
Bettwaren	45	45	1,3
Lampen und Leuchten	40	40	1,2
Elektrohaushaltsgeräte	107	109	3,2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	397	402	11,9
Optik, Uhren, Schmuck	127	129	3,8
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	344	356	10,5
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	196	203	6,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	52	53	1,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	51	51	1,5
Autozubehör	50	49	1,5
Sonstiger Einzelhandel**	59	61	1,8
Gesamt	**6.235**	**6.419**	**189,3**

* Glas, Porzellan, Keramik
** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände, Antiquitäten
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern; Rundungsdifferenzen möglich

4 Einzelhandelssituation in Schwelm

Im Frühjahr 2017 ist von der BBE Handelsberatung eine Vollerhebung aller im Stadtgebiet Schwelm ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe[12] einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops[13] durchgeführt worden.
Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Karte 3: Übersicht Einzelhandelssituation in Schwelm



Quelle: Eigene Darstellung

[12] Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

[13] Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe nach 33 Warengruppen differenziert erhoben bzw. eingeschätzt.

Demnach gibt es im Stadtgebiet von Schwelm derzeitig insgesamt

- 200 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 60.600 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. 172 Mio. € erwirtschaften.

In den letzten zehn Jahren hat sich demnach die Zahl der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um rd. 20 % reduziert, während der Gesamtverkaufsflächenbestand nahezu konstant geblieben ist. Anhand der vorliegenden Zahlen lässt sich damit der generelle Trend nach immer größer werdenden Ladeneinheiten auch in Schwelm belegen.
Gegenüber der letzten Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts 2011/ 2012 ergibt sich ein Verkaufsflächenwachstum von rd. 5.000 m², das insbesondere auf die zwischenzeitlich erfolgten Eröffnungen von Multipolster (Talstr.) und Penny (Kaiserstr.) zurückzuführen sein dürfte.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand im Zeitvergleich

	Fortschreibungen des Einzelhandelskonzeptes		
	2007[1)]	**2011[1)]**	**2017[2)]**
Anzahl der Betriebe	247	224	200
Gesamtverkaufsfläche	59.875	55.540	60.615
Fläche je Einwohner	2,0	1,9	2,1

[1)] Stadt+Handel aus „Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Schwelm“ (02/2012); S. 21
[2)] BBE Handelsberatung; Eigene Erhebungen und Berechnungen;
Rundungsdifferenzen möglich

Bezogen auf die Einwohnerzahl von Schwelm lässt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von rd. 2,1 m² je Einwohner berechnen, der deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts von rd. 1,5 m² liegt und hauptsächlich mit dem Vorhandensein gleich mehrerer großformatiger Angebote entlang der Talstraße (u.a. Bauhaus, Möbel Roller, Meda Küchen, Multipolster) zu erklären ist.

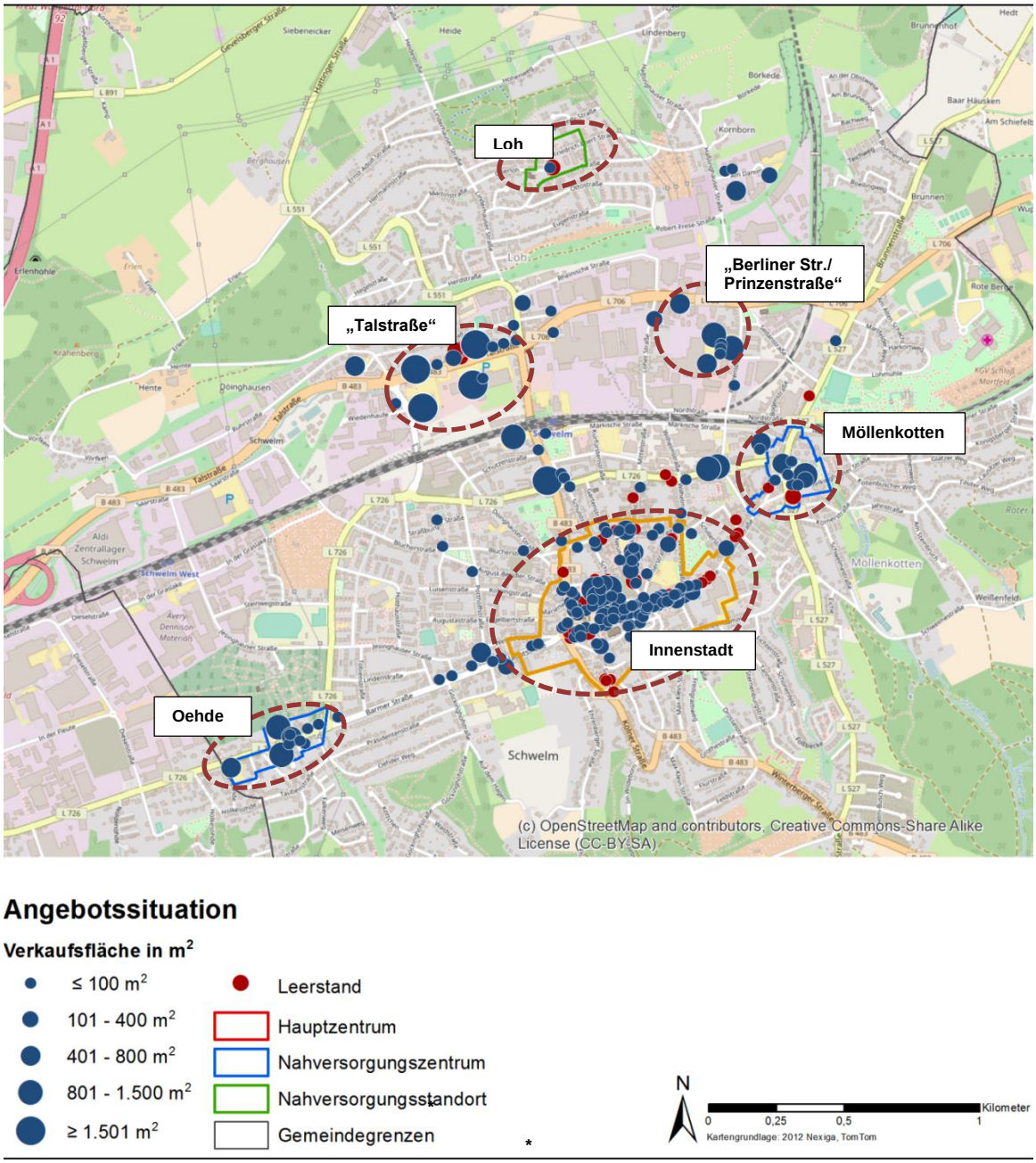
Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 44 leerstehende Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 4.000 m² vorhanden.[14] Dabei weisen nur fünf Objekte Flächen zwischen 100 und 350 m² auf; knapp 90 % der leerstehenden Ladenlokale sind mit Verkaufsflächen von 100 m² und weniger dagegen deutlich kleiner. Größere Ladenlokale, die zur Aufnahme moderner Einzelhandelskonzepte fähig sind, stehen zum derzeitigen Zeitpunkt somit nicht zur Verfügung.

[14] Soweit einsehbar, sind die Leerstandsflächen von außen geschätzt worden. Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

4.1 Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte

Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz nahezu ausschließlich auf das in der „Tallage“ vorhandene Siedlungsgefüge.
Hierbei lassen sich wiederum verschiedene Standortbereiche voneinander unterscheiden, die sich – mit Ausnahme der Angebotsstrukturen an der Prinzenstraße – auch im 2012 festgelegten Standortkonzept der Schwelm wiederfinden (vgl. folgende Karte).

Karte 4: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet



Quelle: Eigene Darstellung
* Einstufung/ Abgrenzung gem. Einzelhandelskonzept 2012

Neben der zentralen Stadtmitte (= Hauptzentrum), den beiden Nahversorgungszentren Oehde und Möllenkotten und dem als qualifizierten Nahversorgungsstandort Loh handelt es sich hierbei zudem um die Besatzstrukturen entlang der „Talstraße“ (= Sonderstandort) sowie im Bereich „Berliner Str./ Prinzenstr.“[15]

Eine Übersicht der vorhandenen Anzahl der Betriebe, der Verkaufsfläche sowie des erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes nach Standortbereichen kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Tabelle 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen

	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
Standortbereich	**abs.**	**in %**	**in m²**	**in %**	**in Mio. €**	**in %**
Hauptzentrum Innenstadt	121	61	14.375	24	59	34
Nahversorgungszentrum Möllenkotten	10	5	2.590	4	14	8
Nahversorgungszentrum Oehde	10	5	3.610	6	14	8
Nahversorgungsstandort Loh	1	1	30	*	*	*
„Talstraße“	9	5	26.135	43	37	22
„Berliner Str./ Prinzenstr.“	7	4	3.450	6	17	10
Sonstige Lage	42	21	10.425	17	31	18
Schwelm Gesamt	**200**	**100**	**60.615**	**100**	**172**	**100**

Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich
* < 1 Mio. € bzw. < 1 %

Im Folgenden werden die, die örtliche Angebotsstruktur prägenden, Standortbereiche näher betrachtet.

4.1.1 Innenstadt Schwelm

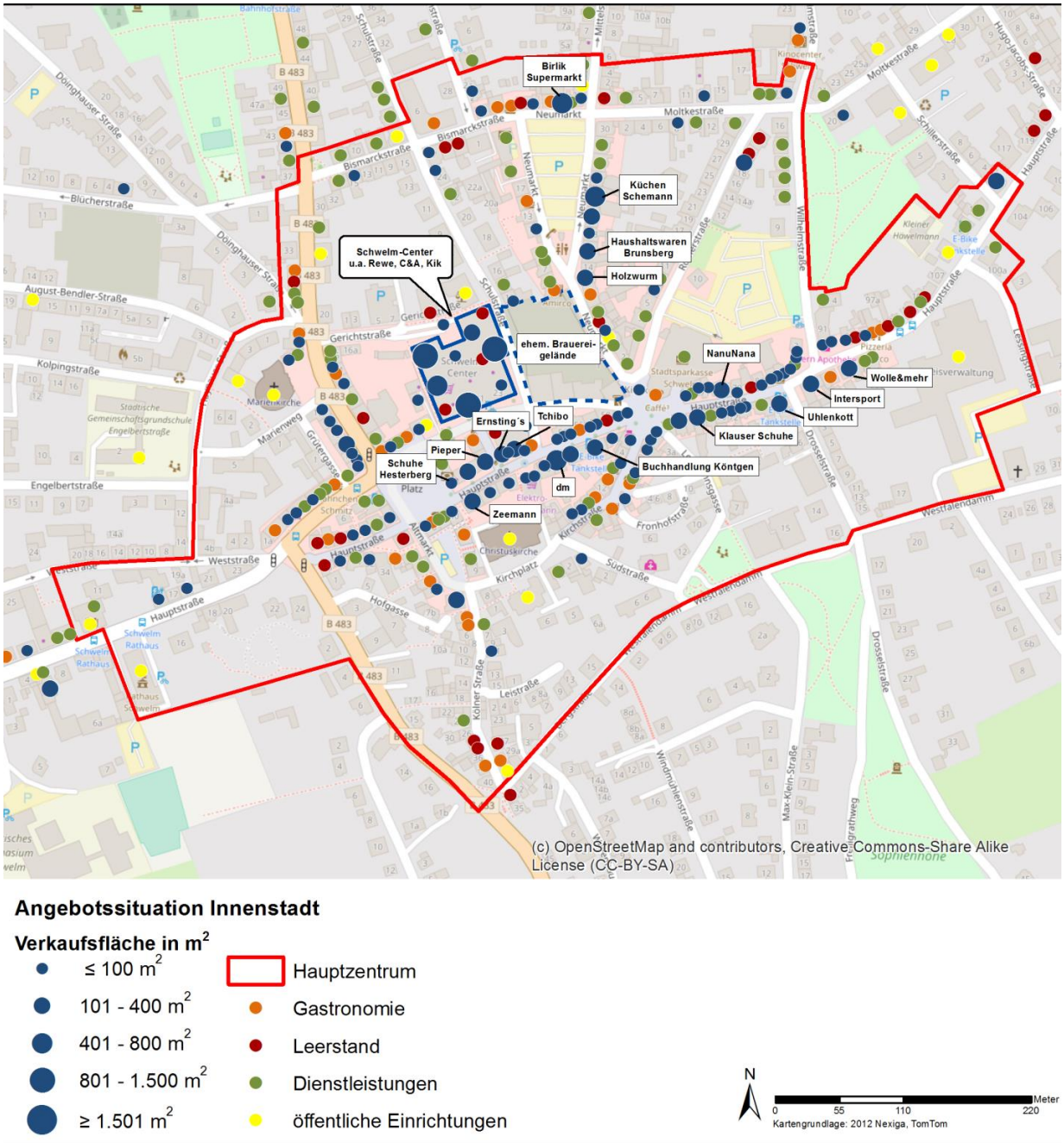
Innerhalb von Schwelm bildet die Innenstadt auch weiterhin den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz an Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur.

Unter Zugrundelegung der 2012 erfolgten räumlichen Abgrenzung umfasst die Innenstadt im Wesentlichen den Bereich zwischen dem an der Hauptstraße gelegenen Rathausgebäude im Westen und der Kreisverwaltung im Osten. Im Norden bildet der Neumarkt bzw. der Straßenverlauf von Bismarck- und Moltkestraße die Grenze des zentralen Versorgungsbereiches; im Süden die Bergstraße bzw. der West-

15 Bei der Bezeichnung bzw. räumlichen Abgrenzung der zentralen Ortsmitten wird das 2012 erarbeitete Standortkonzept zu Grunde gelegt. In Möllenkotten wird der – erst nach Erarbeitung der damaligen Fortschreibung realisierte – Standortbereich des Penny-Marktes an der Kaiserstr. allerdings dem „Nahversorgungszentrum Möllenkotten“ zugeordnet.

falendamm, so dass auch die gastronomisch geprägte Kölner Straße der räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums zugeordnet wird.

Karte 5: Innenstadt Schwelm (gem. EHK 2012)



Quelle: Eigene Darstellung

Gemäß den aktuellen Bestanderhebungen sind im Innenstadtbereich mit etwa 120 Betrieben fast zwei Drittel der gesamtstädtisch vorhandenen Einzelhandelsbetriebe ansässig, die über eine Verkaufsfläche von rd. 14.400 m² (rd. 24 %) verfügen und einen Einzelhandelsumsatz von rd. 59 Mio. € (rd. 34 %) erwirt-

schaften.
Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot von rd. 35 Gastronomiebetrieben, etwa 80 Dienstleistungsanbietern sowie zentralen öffentlichen Einrichtungen (u.a. Rathaus, Kreisverwaltung, Stadtbibliothek).

Abbildung 5: Fotos Innenstadtbereich Schwelm



Quelle: eigene Fotos

Während sich der Einzelhandelsbesatz im Wesentlichen auf das rd. 300 Meter lange Teilstück der als Fußgängerzone ausgewiesenen Hauptstraße – in etwa zwischen Märkischen Platz im Westen und der Wilhelmstraße im Osten –, den Bereich des Neumarktes sowie auf das an der Untermauerstraße gelegene, innerstädtische Schwelm-Center konzentriert, überwiegen in den Randbereichen vor allem Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe. Auch die vorhandenen Leerstände - 29 Ladenlokale mit einer (po-

tenziellen) Verkaufsfläche von rd. 2.300 m² - konzentrieren sich in hohem Maße auf die Randlagen des im Einzelhandelskonzept 2012 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches (vgl. vorstehende Karte). Zudem sind im Obergeschoss des Schwelm-Centers derzeit einige Flächen nicht vermietet. Im Hauptgeschäftsbereich sind dagegen kaum leerstehende Ladenlokale vorzufinden, was auf eine gefestigte Einkaufslage hindeutet.

Die zentralen Einkaufslagen sind hierbei als Fußgängerzone ausgewiesen und verfügen in Kombination mit der gegebenen Bausubstanz und der Gestaltung des öffentlichen Raumes über eine angenehme Aufenthaltsqualität. Mit dem im Westen gelegenen „Märkischen Platz“ – auf dem dienstags und freitags der Wochenmarkt stattfindet – sowie dem zentral gelegenen „Bürger Platz“ – der neben dem freitagabends stattfindenden „Feierabendmarkt“ auch als Außenfläche der umliegenden gastronomischen Betriebe genutzt wird – lockern zwei größere Platzstrukturen das Stadtzentrum auf.

Die Verkehrserschließung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt im Wesentlichen über die nördlichen bzw. östlichen Zufahrtsmöglichkeiten, auf die auch die aus südlicher bzw. westlicher Richtung kommenden Verkehre angewiesen sind. Denn nach dem Abbinden der Untermauerstraße im Bereich des „Märkischen Platzes“ ist eine verkehrliche Erreichbarkeit aus dieser Richtung nicht mehr gegeben.

Für die Kfz-Besucher der Innenstadt bestehen mit den Stellplatzanlagen am Neumarkt sowie im rückwärtigen Bereich des Sparkassengebäudes zwei größere und für die Dauer von zwei Stunden kostenfrei zu nutzende Parkplatzmöglichkeiten in direkter räumlicher Zuordnung zur Hauptgeschäftszone, die durch das bewirtschaftete Parkhaus am Schwelm-Center (1€/ 1h) ergänzt werden. Insgesamt erscheint das Angebot für den ruhenden Verkehr bedarfsgerecht, zumal weitere, zumeist straßenbegleitende Stellplatzmöglichkeiten bestehen.

Die bauliche Struktur des Innenstadtbereiches ist durch eine verdichtete, kleinteilige Altstadtbebauung geprägt, aus der sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben.
Demnach ist auch die vorhandene Einzelhandelsstruktur von eher kleinteiligen Betriebseinheiten geprägt. So verfügen gerade einmal sieben der insgesamt rd. 120 innerstädtischen Betriebe über eine Verkaufsfläche von mehr als 400 m², mehr als drei Viertel verfügen dagegen über Verkaufsflächen von 100 m² und weniger.

Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen nach Größenklassen in der Innenstadt

	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche	
Größenklassen in m²	**abs.**	**in %**	**abs.**	**in %**
0 - 100	93	77	4.995	35
101 – 400	21	17	3.325	23
401 – 800	4	3	2.395	17
> 800	3	2	3.660	25
Innenstadt Gesamt	**121**	**100**	**14.375**	**100**

Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

2004/ 2005 sind mit dem Umbau der ehemaligen Kaufhof-Immobilie zum „Schwelm-Center“ größere Ladeneinheiten im Innenstadtbereich geschaffen worden. Seitdem sind fünf der acht größten innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe (Rewe, C&A, Deichmann, Kik, Tedi) dort vorzufinden.

Dieser wesentliche Angebotsstandort der Schwelmer Innenstadt soll nach Angaben der Eigentümer modernisiert und umfassend umstrukturiert werden. [16] Mit dieser geplanten Entwicklungsmaßnahme wird ein für die Innenstadt wichtiger Frequenzbringer in seinem Bestand gesichert, um auch zukünftig als Kundenmagnet bestehen zu können.

Auch auf dem benachbarten Brauereigelände, das inzwischen seit vielen Jahren brach liegt, ist nach dem Kauf durch die Stadt Schwelm nun eine Entwicklung absehbar, von der ebenfalls wichtige Impulse auf das gesamte Stadtzentrum ausgehen können. An diesem zentral im Innenstadtbereich gelegenen Areal sind neben dem Neubau des Rathauses auch zusätzliche Ladenflächen vorgesehen.

Abbildung 6: Fotos Schwelm-Center/ ehem. Brauereigelände



Quelle: eigene Fotos

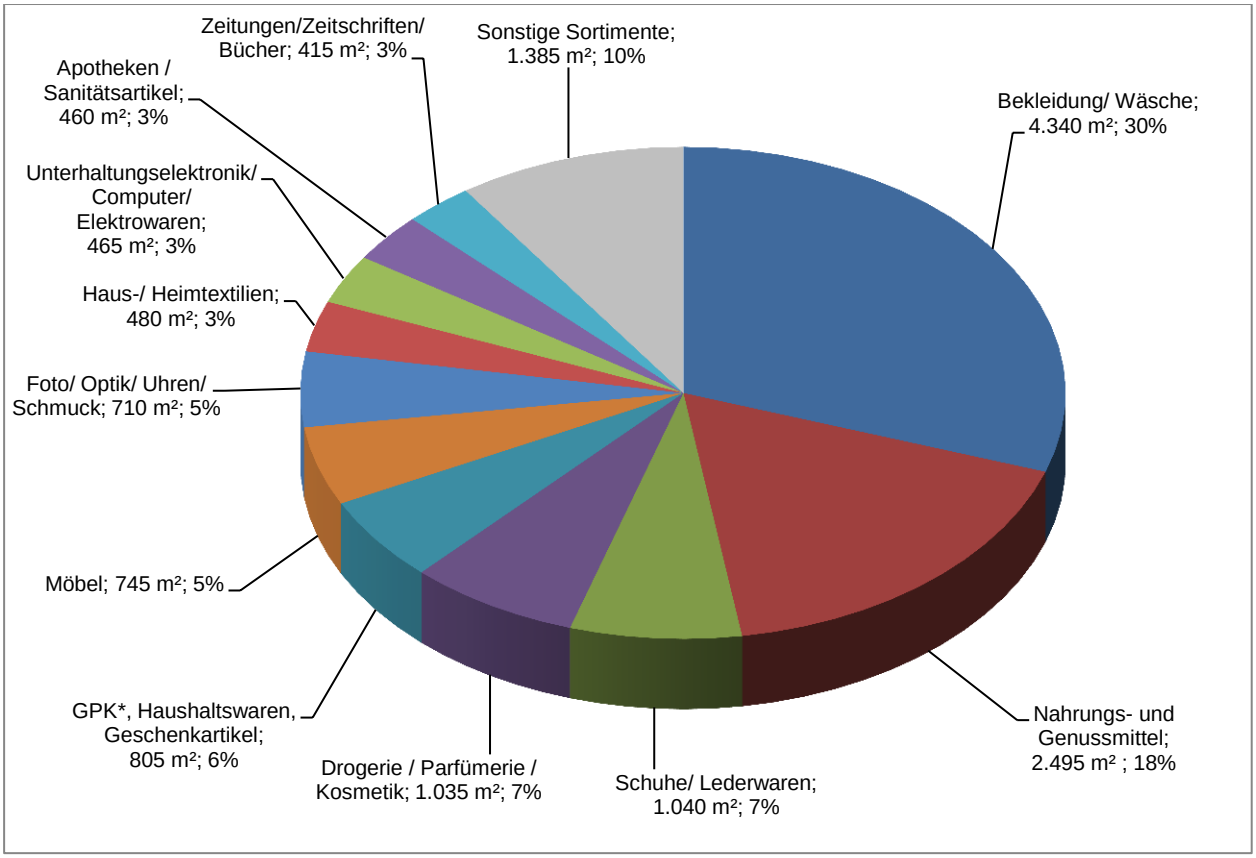
Der vorhandene Einzelhandelsbesatz umfasst eine Mischung unterschiedlicher Betriebsgrößen und Betriebstypen, wobei - wie vorab bereits dargelegt – überwiegend kleinere Geschäftseinheiten dominieren. Die großflächigen Angebote konzentrieren sich hierbei ausschließlich auf das Schwelm-Center (Rewe, C&A, Kik). Daneben sind auch im Bereich des Neumarktes mit den Anbietern „Küchen Schemann“, „Birlik Supermarkt“, „Haushaltswaren Brunsberg“ sowie dem Spielwarengeschäft „Holzwurm“ einige größere

16 vgl. u.a.: https://www.wp.de/staedte/ennepetal-gevelsberg-schwelm/center-sanierung-in-schwelm-verzoegert-sich-um-ein-jahr-id209943449.html

Ladeneinheiten ansässig.
Entlang der Hauptstraße zählen neben dem 2015 eröffneten dm-Drogeriemarkt noch „Bücher Köndgen“, „Zeeman“, „NanuNana“, „Klauser Schuhe“, „Ernsting’s Family“, „Radio Becker“, „Intersport Reschop“ und „Herrenausstattung Uhlenkott“ zu den größten Anbietern.
Darüber hinaus sind neben weiteren Filialisten (u.a. Stadtparfümerie Pieper, Apollo Optik, Street One, Engbers, Gerry Weber, Bonita) zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden, die im Innenstadtbereich ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorhalten.

Der quantitative Flächenschwerpunkt des innerstädtischen Einzelhandels liegt mit insgesamt rd. 4.300 m² im Bekleidungssortiment, auf das rd. 30 % des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes entfallen. Neben den im Schwelm-Center ansässigen flächengrößten Anbietern C&A und Kik – die knapp die Hälfte der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen – wird das Bekleidungssegment von einer Vielzahl überwiegend kleinteiliger Betriebe vorgehalten und trägt so zu einem individuellen und attraktiven Angebotsmix bei.
Im Sortiment „Schuhe/ Lederwaren“ addiert sich die innerstädtische Gesamtverkaufsfläche auf rd. 1.000 m², die vor allem von den Anbietern Deichmann, Hesterberg und Klauser vorgehalten werden.
Insgesamt beläuft sich das Verkaufsflächenangebot im zentrenprägenden Modesegment damit auf rd. 5.400 m² bzw. rd. 37 %.

Abbildung 7: Verkaufsflächen nach Sortimenten in der Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Mit etwa 3.500 m² folgen die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/ Parfümeriewaren, auf die mit rd. 25 % ebenfalls hohe Verkaufsflächenanteile entfallen. Größter Anbieter ist der ebenfalls im Schwelm-Center ansässige Rewe-Supermarkt, der von den Angeboten des am Neumarkt gelegenen türkischen Supermarktes sowie einer Vielzahl kleinteiliger und überwiegend dem Ladenhandwerk zuzuordnenden Anbieter ergänzt wird.
Darüber hinaus wird von dem im August 2015 eröffneten dm-Drogeriemarkt sowie der Stadtparfümerie Pieper ein umfangreiches Drogerie-/ Parfümeriewarenangebot vorgehalten. Allerdings verfügt der in der Fußgängerzone gelegene Drogeriemarkt betreiberseitig über Standortnachteile. Dies betrifft sowohl die Größendimensionierung bzw. den Flächenzuschnitt als auch die (verkehrliche) Erreichbarkeit des bislang einzigen Drogeriemarktes in Schwelm.

Wesentliche Verkaufsflächenanteile können zudem die Branchen Glas, Porzellan, Keramik, Haushalts-/ Geschenkartikel (u.a. Haushaltswaren Brunsberg, Tedi, NanuNana), Möbel (v.a. Küchen Schemann) sowie Foto/ Optik/ Uhren/ Schmuck (u.a. Brillenmode Schäfer, Apollo Optik, Optik Rompf, Optik/ Hörgeräte Wette) auf sich vereinen.

Das darüber hinausgehende Angebot ist als relativ breit, aber nicht sonderlich tief zu charakterisieren. In einzelnen Branchen (u.a. Unterhaltungselektronik) lassen sich allerdings auch Lücken im Angebot erkennen.

4.1.2 Nahversorgungszentrum Möllenkotten

Das im östlichen Kernstadtbereich gelegene **Nahversorgungszentrum Möllenkotten** erstreckt sich maßgeblich entlang eines rd. 300 Meter langen Teilstücks entlang der Hauptstraße, in etwa zwischen der Bahntrasse im Norden und dem seit 2013 leerstehenden Sparkassengebäude im Süden.
Gegenüber dem Jahr 2012 ist es durch die zwischenzeitlich erfolgte Eröffnung des an der Kaiserstraße gelegenen Penny-Marktes der Standortbereich mit der größten Veränderung. Hierdurch konnte die Nahversorgungssituation in zentraler Lage von Mollenkötten ausgebaut und perspektivisch gesichert werden.

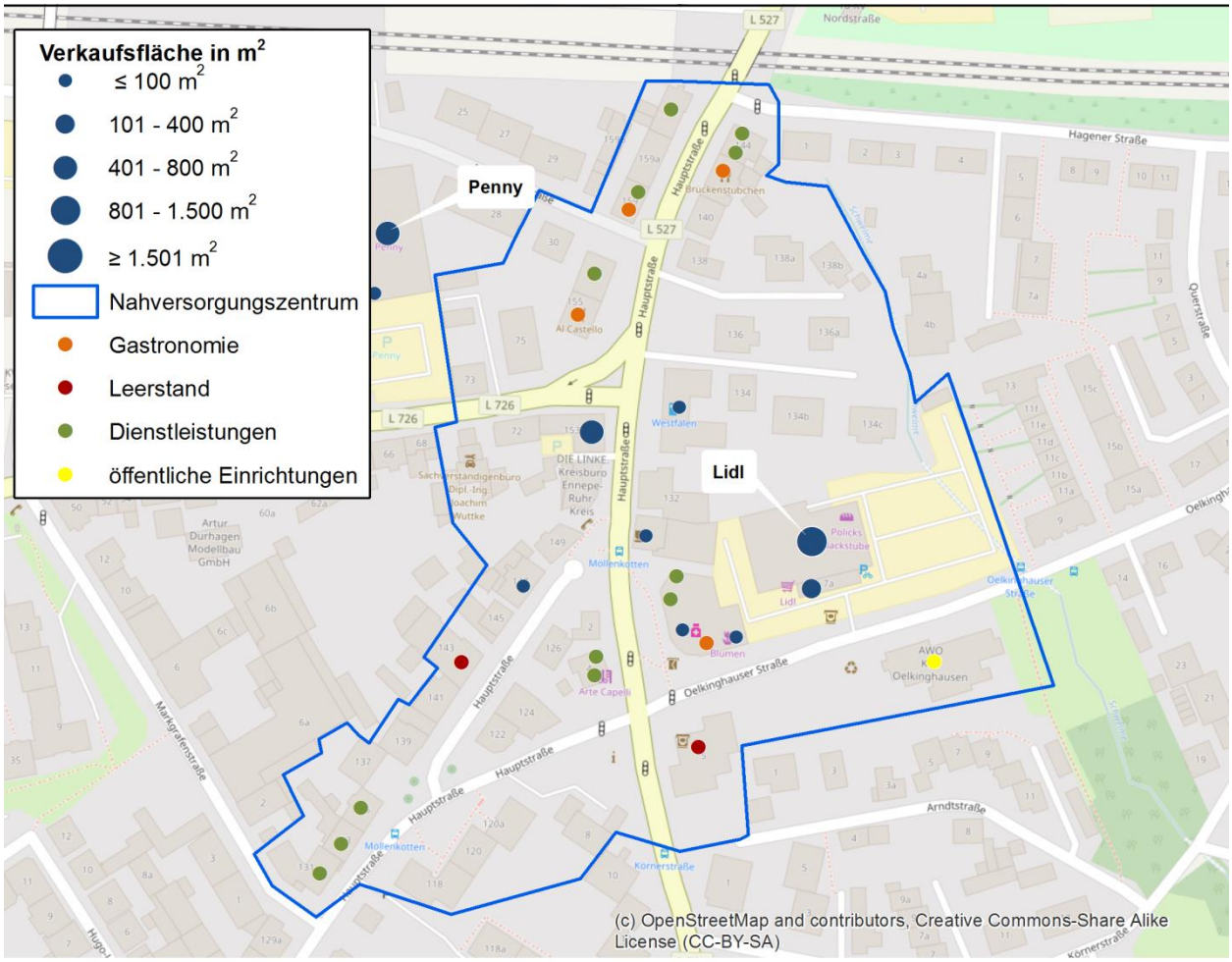
Abbildung 8: Fotos Nahversorgungszentrum Möllenkotten



Quelle: eigene Fotos

Mit insgesamt 10 Einzelhandelsbetrieben, einer Verkaufsfläche von rd. 2.600 m² sowie einem Umsatz von rd. 14 Mio. € ist das Nahversorgungszentrum deutlich kleiner als die vorab beschriebene Innenstadt. Hierbei entfallen rd. 1.400 m² bzw. mehr als 50 % der vorhandenen Verkaufsfläche auf das Lebensmittelsortiment, was den Nahversorgungsbezug des Standortbereiches verdeutlicht.

Karte 6: Nahversorgungszentrum Möllenkotten (gem. EHK 2012)



Quelle: Eigene Darstellung

Vor diesem Hintergrund stellen die Lebensmittelmärkte Lidl und Penny[17] auch die beiden größten Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Nahversorgungszentrums dar, die – gemeinsam mit dem Anbieter „Scholand - Fachgeschäft für Haushalt und Geschenke“ – mehr als 80 % der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen.
Ergänzt werden diese nur von wenigen weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die durchgängig lokale Versorgungsbezüge aufweisen (u.a. Blumen, Apotheke, Bäckerei, Konditorei, 2x Friseur, Pizzeria, Eiscafé).

17 Zum Zeitpunkt der Konzepterstellung 2012 ist der Penny-Markt zwar genehmigt, aber noch nicht fertiggestellt und eröffnet gewesen. Der Standortbereich des Lebensmittelmarktes befindet sich gemäß der 2012 erfolgten räumlichen Abgrenzung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Da er allerdings unmittelbar an diesen angrenzt und auch funktionale Austauschbeziehungen bestehen, ist er in den folgenden Ausführungen dem Nahversorgungszentrum Möllenkotten zugeordnet.

4.1.3 Nahversorgungszentrum Oehde

Im westlichen Kernstadtbereich ist auf einem rd. 400 Meter langen Teilstück entlang der Barmer Straße mit dem „**Nahversorgungszentrum Oehde**“ ein weiterer Angebotsschwerpunkt auszumachen. Dieser erstreckt sich in etwa zwischen dem Kreisverkehr Barmer Straße/ Am Ochsenkamp im Osten und der Aldi-Filiale im Westen, die zugleich die Stadtgrenze zu Wuppertal darstellt.

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.600 m² ist es hinsichtlich des Verkaufsflächenbestandes etwas größer als das Nahversorgungszentrum in Möllenkotten, wobei etwa 1.500 m² auf die Ausstellungsflächen von zwei Gärtnereibetrieben entfallen.

Abbildung 9: Fotos Nahversorgungszentrum Oehde

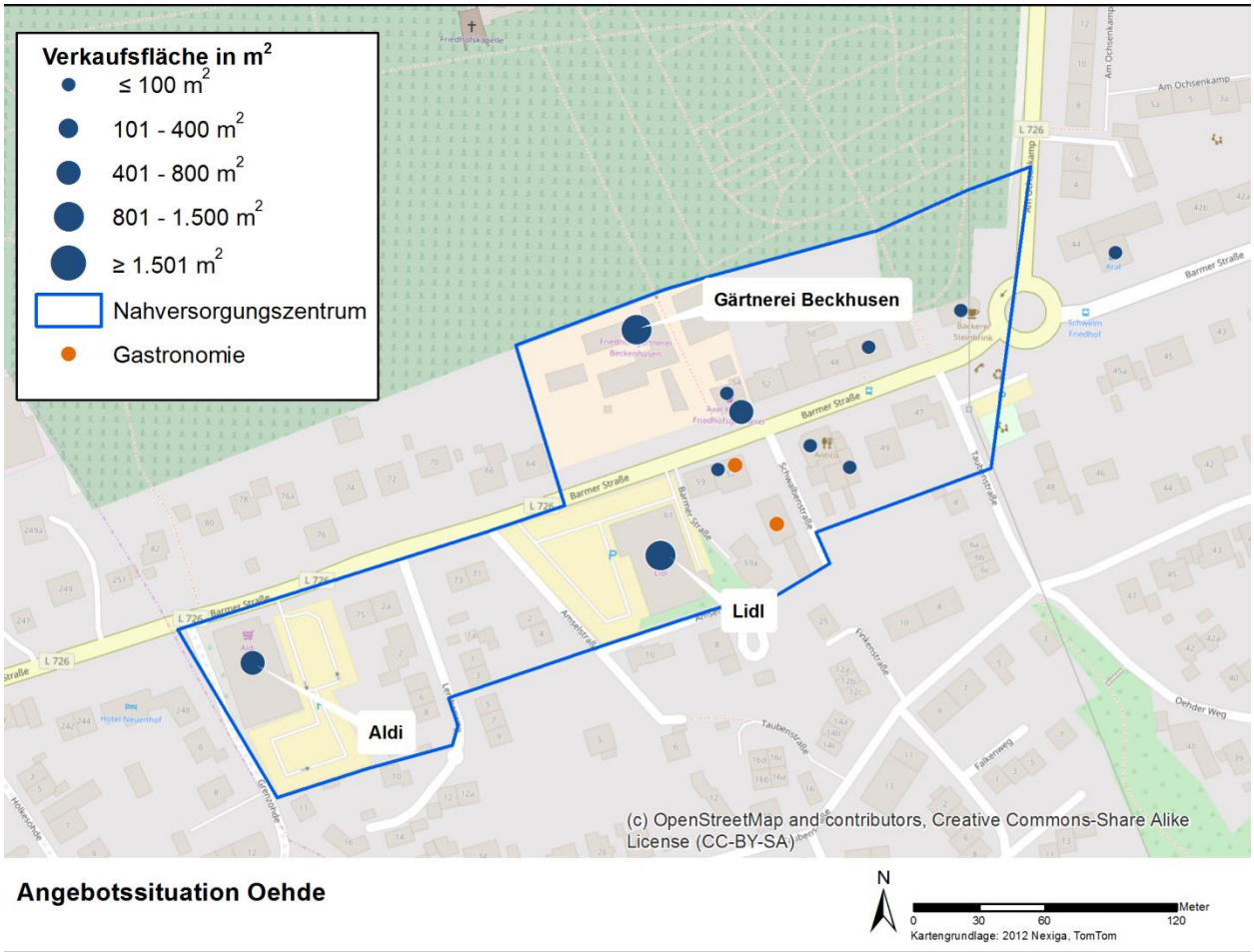


Quelle: eigene Fotos

Dabei stellen auch in Oehde zwei Lebensmitteldiscounter die wesentlichen Funktionsträger des Zentrumsbereiches dar. Die beiden Anbieter Aldi und Lidl werden hierbei ebenfalls nur von wenigen weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben ergänzt, so dass in den Erdgeschossen auch immer wieder Wohnnutzungen vorzufinden sind.

Insgesamt sind im Nahversorgungszentrum 10 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.600 m² ansässig. Der prognostizierte Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 14 Mio. €.

Karte 7: Nahversorgungszentrum Oehde (gem. EHK 2012)



Angebotssituation Oehde

Quelle: Eigene Darstellung

4.1.4 Nahversorgungsstandort Loh

In dem nördlich der Talstraße/ Berliner Straße „auf der Höhe“ gelegenen und von mehrgeschossiger Wohnbebauung geprägten Siedlungsbereich ist im Einzelhandelskonzept 2012 der „Nahversorgungs-standort Loh“ festgelegt worden.

In unmittelbarer Nachbarschaft zum AWO Familienzentrum sowie eines Senioren-Zentrums ist an der Friedrich-Ebert-Straße eine kleine Ladenzeile in das 2012 erarbeitete Standortkonzept übernommen worden.

Nach der Schließung der ehemals dort ansässigen Schlecker-Filiale reduziert sich das Einzelhandelan-gebot dort nunmehr auf eine Bäckerei mit angegliedertem Cafébereich.
Wesentliche (Nah-)Versorgungsfunktionen können von diesem Standort demnach nicht (mehr) über-nommen werden.

Abbildung 10: Fotos Nahversorgungsstandort Loh





Quelle: eigene Fotos

4.1.5 Standortbereich „Talstraße“

Entlang der Talstraße – die als B 483 bzw. ab dem Kreuzungsbereich mit der Hattinger Straße als L 706 (Berliner Straße) das Schwelmer Stadtgebiet in ost-westlicher Richtung quert und dabei eine Verbindung zwischen Wuppertal im Westen und Hagen im Osten herstellt - sind auf einem rd. 500 Meter langen Teilstück mit rd. 26.100 m² etwa 43 % des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes vorzufinden. Diese entfallen nahezu komplett auf den dort ansässigen Obi-Baumarkt, den Möbelmitnahmemarkt Roller sowie die auf der gegenüberliegenden Seite gelegenen Anbieter Meda Küchen sowie Multipolster.

Alle dort ansässigen Anbieter werden dabei über Einzugsgebiete verfügen, die über die Stadt Schwelm hinausreichen und daher auf die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes angewiesen sind.

Abbildung 11: Fotos „Talstraße“

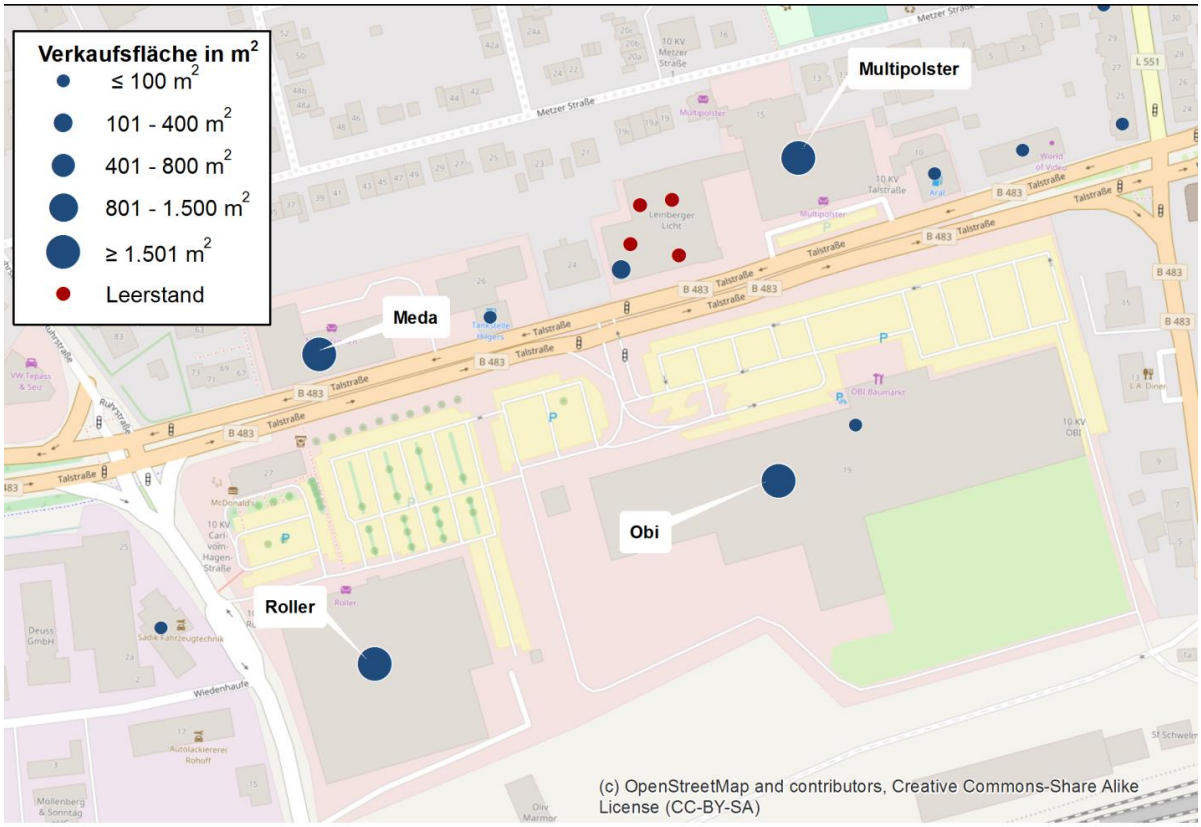




Quelle: eigene Fotos

Der Angebotsschwerpunkt ist angesichts der standortprägenden Einzelhandelsbetriebe mit rd. 12.800 m² eindeutig im Möbelsortiment (49 %) bzw. dem Bau- und Gartenmarktsegment (rd. 10.800 m²; 41 %) auszumachen.

Karte 8: Standortbereich „Talstraße“



Angebotssituation Talstraße

Quelle: Eigene Darstellung

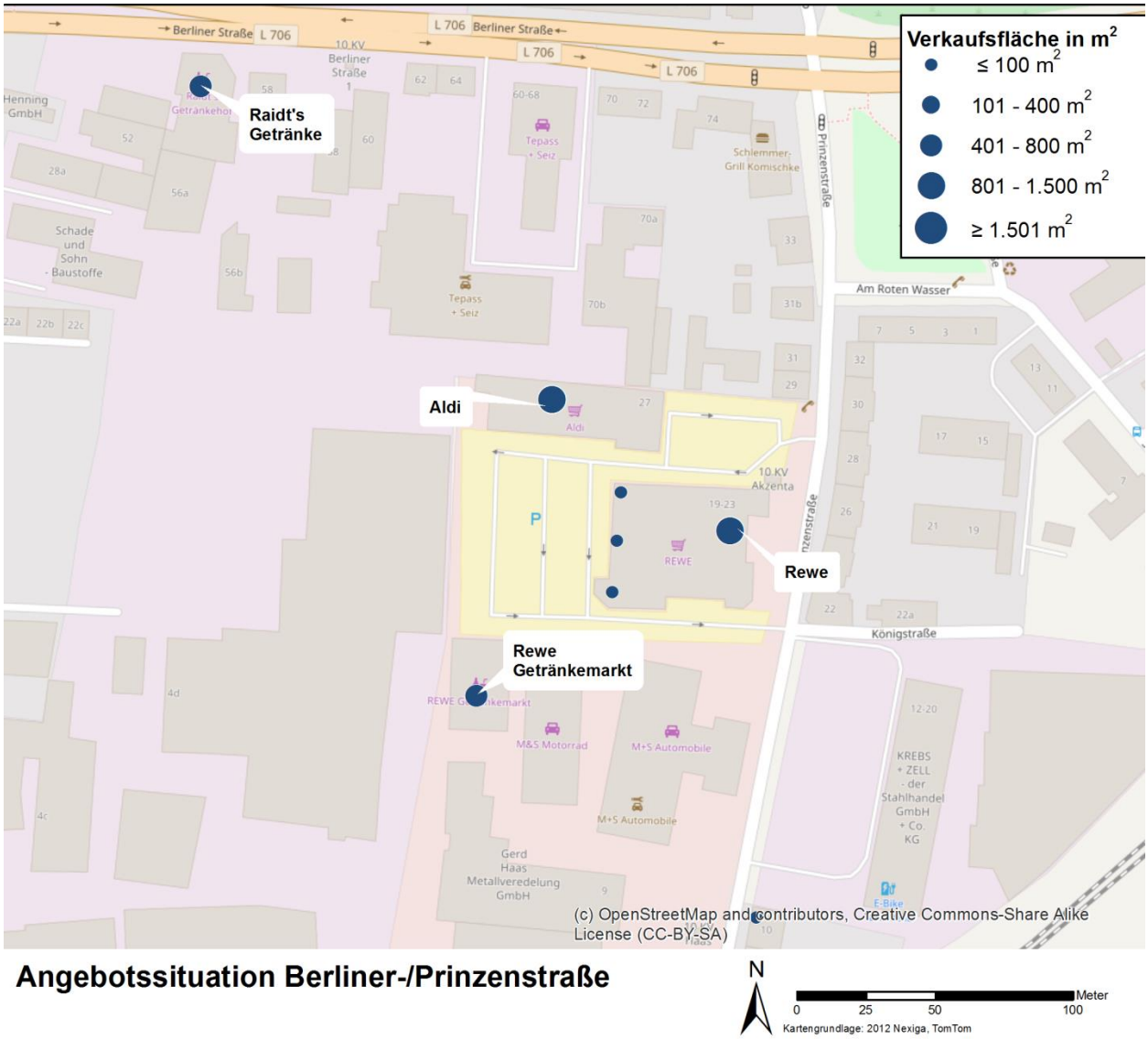
Darüber hinaus sind dem Obi Bau- und Gartenmarkt gegenüberliegend mehrere Leerstände vorzufinden. Dort steht mit Ausnahme des rd. 200 m² großen Matratzen- und Bettenhauses nunmehr nahezu das gesamte „Business Forum Schwelm“ leer.

4.1.6 Standortbereich „Berliner Str./ Prinzenstraße“

Etwa 450 Meter (Luftlinie) entfernt vom Nahversorgungszentrum Möllenkotten befindet sich an der Prinzenstraße ein solitär gelegener Verbundstandort von Rewe Supermarkt, Rewe Getränkemarkt und Aldi. Gemeinsam mit dem an der Berliner Straße gelegenen Getränkemarkt Raidt‘s verfügt der Angebotsstandort über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 3.450 m², wovon mehr als 90 % auf die nahversor-

gungsrelevanten Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren entfallen.
Damit stellt dieser vor allem Pkw-Kunden ansprechende Standortbereich einen der flächengrößten Angebotsstandorte nahversorgungsrelevanter Sortimente im Stadtgebiet dar.

Karte 9: Standortbereich „Berliner Str./ Prinzenstraße“



Quelle: Eigene Darstellung

Wenngleich sich auf der gegenüberliegenden Straßenseite Wohnnutzungen befinden, ist das direkte Umfeld gewerblich geprägt; südlich angrenzend sind mit „M&S Automobile“ und dem „Autohaus Büsgen“ zwei Autohäuser vorzufinden.

Abbildung 12: Fotos „Prinzenstraße“





Quelle: eigene Fotos

4.1.7 Sonstige Lagen

Außerhalb der vorab beschriebenen Standortbereiche sind etwa 40 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.400 m² ansässig. Mit deutlichem Abstand größter Anbieter ist das an der Bahnhofstraße/ Ecke Viktoriastraße Straße gelegene, auf hochwertige Möbel spezialisierte Einrichtungshaus Hüls, das über eine Ausstellungsfläche von rd. 3.000 m² verfügt.

Etwa 2.300 m² entfallen auf das an der Kaiserstraße gelegene Sozialkaufhaus, in dem ein umfangreiches sortimentsübergreifendes Angebot an Gebrauchtwaren vorgehalten wird, sowie den ebenfalls am Standort ansässigen Tierfachmarkt Fressnapf.

Darüber hinaus zählen die Lebensmittelmärkte Netto/ Bahnhofstraße, Aldi/ Metzer Straße sowie Babas Supermarkt/ Potthoffstraße[18] zu den flächengrößten Anbieter.

Der sonstige Einzelhandel (36 Betriebe; rd. 2.900 m²) ist durchgängig kleinteilig strukturiert und verteilt sich diffus auf das Kernstadtgebiet.

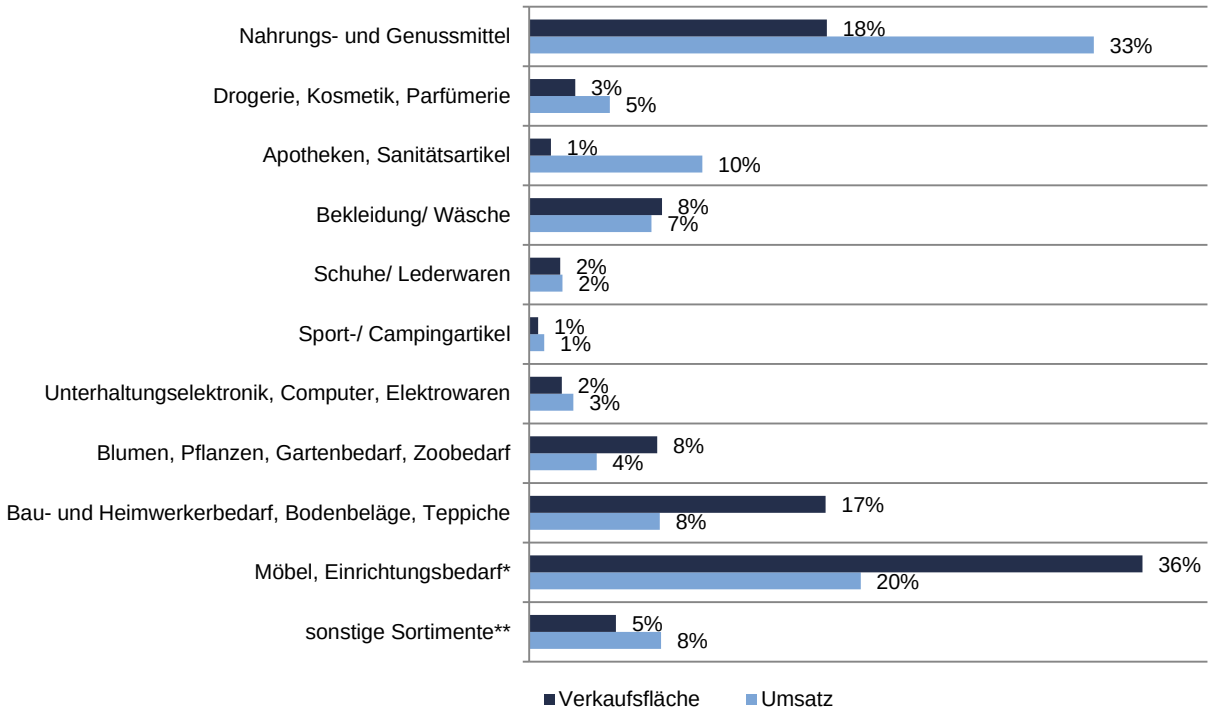
[18] Im Ladenlokal des Ende 2014 geschlossenen Nahkauf-Supermarktes.

4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Schwelm weist verkaufsflächenbezogen Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Möbeln/ Einrichtungsbedarf (rd. 36 %), Bau- und Gartenbedarf (inkl. Zooartikel, Blumen; rd. 25 %) sowie Nahrungs- und Genussmittel (rd. 18 %) auf (vgl. Abbildung 13).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatzanteil wird mit rd. 33 % bei den **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind neben dem innerstädtischen Rewe-Supermarkt, den Angeboten innerhalb der beiden Nahversorgungszentren sowie dem Verbundstandort an der Prinzenstraße insbesondere noch die beiden solitär gelegenen Discounterstandorte an der Bahnhofstraße (Netto) bzw. der Metzer Straße (Aldi). Der filialisierte Lebensmitteleinzelhandel wird dabei von zwei türkischen Supermärkten sowie einer Vielzahl an Anbietern des Lebensmittelhandwerks (insb. Bäckereien, Metzgereien) und des kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandels (u. a. Reformhaus, Obst- und Gemüse, Feinkost, Getränkehandel) ergänzt.

Abbildung 13: Verkaufsflächen und Umsätze in Schwelm nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus auch die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik** sowie **Pharmazie**[19], die mit rd. 17,5 Mio. € etwa 10 % des insgesamt getätigten Einzelhandelsumsatz auf sich vereinen. Der Drogeriebereich wird dabei neben den im Randsortiment der Lebensmittelmärkte ge-

[19] inkl. Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte

führten Angeboten vor allem durch den in der Innenstadt gelegenen Anbieter dm geprägt. Auch das Parfümerie- und Kosmetikangebot konzentriert sich in hohem Maße auf Innenstadtanbieter (u.a. Stadtparfümerie Pieper, Friseurzubehör 24).

Die Apothekenausstattung ist mit acht Betrieben im Verhältnis zur vorhandenen Einwohnerzahl von rd. 29.500 Personen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als leicht überdurchschnittlich zu werten.[20]

Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik und Pharmazie/ Sanitätsbedarf ein Jahresumsatz in Höhe von rd. 83 Mio. € erwirtschaftet. Dies entspricht einem Anteil von etwa 48 % am insgesamt in der Stadt Schwelm getätigten Einzelhandelsumsatz (vgl. Tabelle 6).

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein relativ umfangreiches Angebot auf, dass trotz bislang fehlender Angebote im Bereich Junge Mode als bedarfsgerecht einzustufen ist. Magnetfunktionen für die Innenstadt kommen neben dem im Schwelm-Center ansässigen C&A Bekleidungshaus, den beiden Textilfachmärkten Kik und Zeemann, den drei Schuhspezialisten Deichmann, Klauser und Hesterberg auch dem Sportanbieter Intersport sowie dem am Neumarkt ansässigen Outdoorspezialisten „Out-Fit“ zu. Darüber hinaus sind in der Innenstadt knapp 30 weitere Bekleidungsanbieter ansässig (u.a. Dessous/ Bademoden „Feinwäsche“, Mode Pia, Ernsting’s Family, Herrenausstatter Uhlenkott, Street One, Engbers, Bonita, Gerry Weber), so dass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Preisniveaus und Zielgruppenbezüge im Innenstadtbereich vorzufinden ist.
Außerhalb des Stadtzentrums ist dagegen nur ein geringes Angebot im Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport festzustellen, das sich im Wesentlichen auf die regelmäßig von den Lebensmitteldiscountern vorgehaltenen Aktionswaren beschränkt. Der Angebotsschwerpunkt in diesen zentrenprägenden Leitsortimenten ist daher in hohem Maße (rd. 85 %) auf das Hauptzentrum von Schwelm konzentriert.

Angebotslücken sind dagegen im Bereich **Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren** zu erkennen. Zwar wird durch mehrere spezialisierte Fachgeschäfte (u.a. Euronics Becker, Radio Wiemer, diverse Handyshops, Scholand-Fachgeschäft für Haushalt und Geschenke) eine Basisversorgung gewährleistet. Ein größerer Elektronikfachmarkt ist in Schwelm allerdings nicht vorzufinden, so dass die lokale Bevölkerung auf die umliegenden Angebotsstandorte in Wuppertal (u.a. Saturn), Ennepetal (v.a. Berlet) und Gevelsberg (u.a. Expert) bzw. den Online-Handel ausweichen muss.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt mit rd. 11.800 m² dagegen auf das im **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Blumen und Tierbedarf) vorgehaltene Angebot, was etwa rd. 23 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Die flächenextensive Warenpräsentation in diesen Sortimentsgruppen geht dabei mit relativ geringen Flächenleistungen (€/ m²) einher, so dass die Umsatzleistung mit rd. 12 % des Einzelhandelsumsatzes deutlich unter dem gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil liegt.

Das Bau- und Gartenmarktsortiment wird hierbei vor allem von dem mehr als 10.000 m² großen, an der Talstraße gelegenen Anbieter Obi vorgehalten.
Im Blumen-/Pflanzensegment wird das Angebot von den beiden im Nahversorgungszentrum Oehde an-

[20] In der Stadt Schwelm liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für rd. 3.690 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von etwa 4.080 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2015). Die Apothekendichte hängt dabei wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab und weicht vor diesem Hintergrund vor allem in ländlich geprägten Gebieten oftmals (stark) nach unten ab.

sässigen Gärtnereibetrieben Beckhusen und Krause ergänzt.
Das Angebot im Bereich Heimtierbedarf wird vor allem durch den an der Kaiserstraße ansässigen Fachmarkt Fressnapf vorgehalten und findet sich darüber hinaus auch im Randsortiment der Lebensmittelmärkte/ des Drogeriemarktes (v. a. Heimtierfutter).

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Umsätze in Schwelm nach Sortimenten

	Verkaufsfläche		Umsatz	
Sortiment	**in m²**	**in %**	**in Mio. €**	**in %**
Nahrungs- und Genussmittel	10.650	18	57,2	33
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	1.650	3	8,2	5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	780	1	17,5	10
Blumen	310	< 1	1,6	< 1
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	980	2	1,6	< 1
Bekleidung, Wäsche	4.750	8	12,4	7
Schuhe, Lederwaren	1.110	8	3,3	2
Sport-, Campingartikel	320	< 0,1	1,5	< 1
Bücher, Zeitschriften	600	1	3,0	2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	220	*	1,0	< 1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	410	< 1	1,8	1
Möbel	17.320	29	26,0	15
GPK[1)], Haushaltswaren, Geschenkartikel	1.930	3	2,3	1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	430	< 0,1	0,8	< 1
Heimtextilien, Gardinen	650	1	1,0	< 1
Bettwaren	650	1	1,0	< 1
Lampen und Leuchten	960	2	2,4	1
Elektrohaushaltsgeräte	350	< 0,1	1,2	< 1
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom.	820	1	3,3	2
Foto	*	*	*	*
Optik, Uhren, Schmuck	710	1	4,2	2
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	10.610	17	13,2	8
Pflanzen, Gartenbedarf	3.290	5	3,7	2
Fahrräder, Fahrradzubehör	160	*	0,6	*
Autozubehör	350	< 0,1	1,7	1
Sonstiger Einzelhandel[2)]	640	1	0,9	< 1
Gesamt	**60.615**	**100**	**171,6**	**100**

[1)] Glas, Porzellan, Keramik
[2)] u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände
* < 100 m² bzw. < 0,5 Mio. €
Quelle: Eigene Erhebungen, Verkaufsflächenangaben auf 10 m² gerundet; Rundungsdifferenzen möglich

Hinsichtlich der Verkaufsfläche eindeutiger Angebotsschwerpunkt des örtlichen Einzelhandels ist allerdings der Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf**, auf den mit rd. 21.900 m² etwa 36 % des Gesamtverkaufsflächenbestandes entfallen. Aufgrund der geringen Flächenproduktivitäten[21] des Möbeleinzelhandels fällt der Umsatzanteil allerdings deutlich geringer aus.
Während insbesondere in den Sortimenten Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren auch in der Innenstadt ein umfangreiches Sortiment vorzufinden ist (u.a. Brunsberg, NanuNana, Lifestyle Fabrik), wird das Möbelangebot vor allem von den großen, außerhalb der Zentren gelegenen Anbietern Möbel Roller, Hüls Wohnen, Multipolster und Meda Küchen geprägt.
Mit dem Anbieter „Leinberger Licht“ ist zudem ein hochwertiger Lampen-/ Leuchtenspezialist im Innenstadtbereich vorzufinden, nimmt dort allerdings eine Randlage im Westen des Zentrums ein. Die größten Flächen in diesem Segment entfallen auf die Randsortimentsabteilungen der an der Talstraße ansässigen Anbieter Möbel Roller bzw. Obi Bau- und Gartenmarkt.

Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher/ Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/Schmuck und Autozubehör, die eine weitgehend umfassende Versorgung der Bevölkerung der Stadt sicherstellen können.
Neben dem Elektrosegment (s.o.) sind in den Branchen Fahrräder/ Fahrradzubehör und Foto weitere Angebotslücken zu erkennen. Hier fehlen spezialisierte Fachanbieter bzw. umfangreiche Randsortimente vorhandener Einzelhändler. Oftmals entfällt das entsprechende Angebot hauptsächlich auf die wöchentlich wechselnden Aktionswaren der ortsansässigen Lebensmitteldiscounter.

[21] Umsatz je m² Verkaufsfläche

4.3 Wohnortnahe Versorgung

Ein Schwerpunktthema des Einzelhandelskonzepts stellt die Frage der wohnortnahen Versorgung mit regelmäßig nachgefragten Konsumgütern dar. Dabei handelt es sich insbesondere um Nahrungs- und Genussmittel, Wasch-, Putz- und Pflegemittel sowie ergänzende, häufig nachgefragte Randsortimente wie Tierfutter oder Zeitungen/ Zeitschriften.

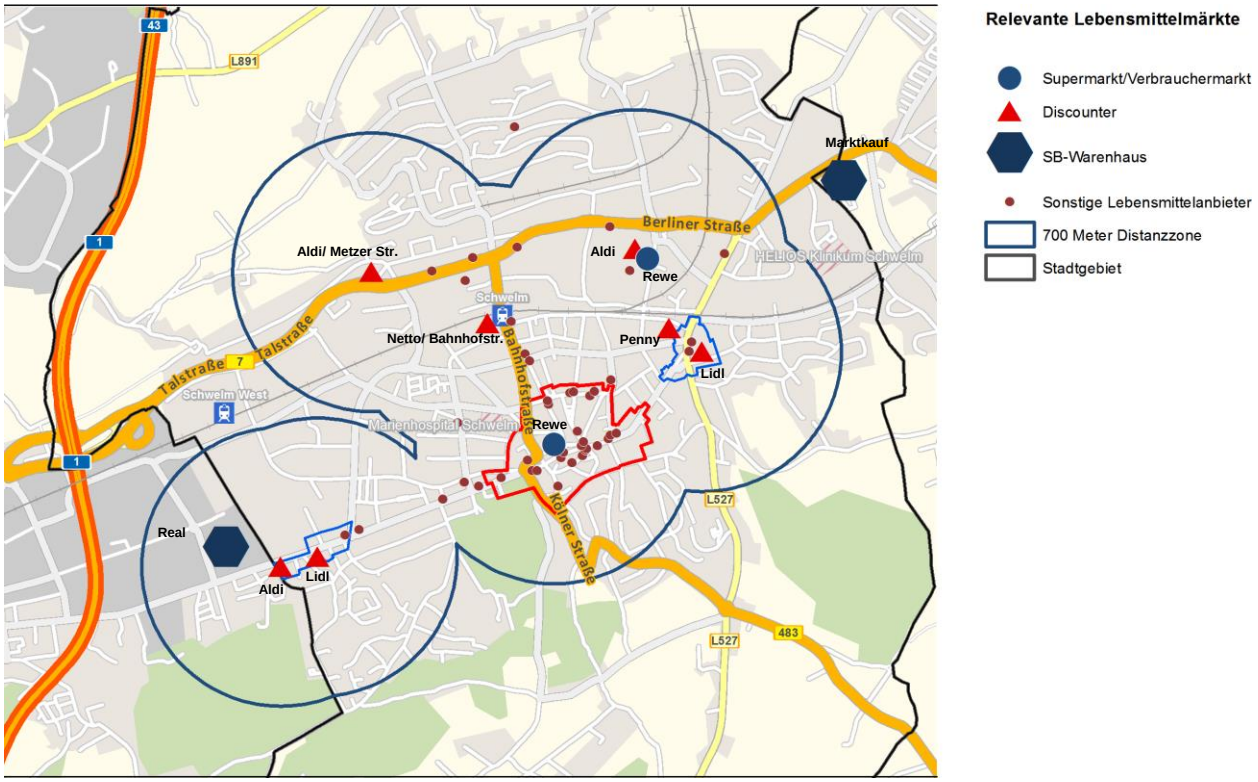
Träger der „Nahversorgung“ sind im Wesentlichen Lebensmittel-Verbrauchermärkte und Supermärkte, Discounter sowie Drogerie- und Getränkefachmärkte. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Apotheken, Blumen- und Zeitschriftenfachgeschäfte, spezialisierte Anbieter von Obst/ Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Kiosks, Tankstellenshops und bäuerlichen Direktverkaufsstellen („Hofläden“).

Auch regelmäßig stattfindende Wochenmärkte können in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung sein, bieten sie doch zumindest die Möglichkeit einer Grundversorgung im Lebensmittelsegment. Aufgrund des sehr begrenzten Warenangebotes, das zudem vornehmlich auf frische Lebensmittel fokussiert ist, kann es sich hierbei aber lediglich um ein ergänzendes Nahversorgungsangebot handeln. In Schwelm ist diesbezüglich auf den dienstags und freitags von 7.00 bis 13.00 Uhr auf dem Märkischen Platz stattfindenden Wochenmarkt sowie den freitags stattfindenden Feierabendmarkt am Bürgerplatz zu verweisen.

Nachfolgend werden die stationären nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in Schwelm dargestellt und bewertet. Dies ist sowohl für die Einschätzung der Entwicklungsmöglichkeiten als auch zur Einstufung zukünftiger Planvorhaben erforderlich.

In der nachfolgenden Karte ist um alle filialisierten Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 700 m² jeweils ein 700-Meter-Radius (Luftlinie) gezogen. Die innerhalb dieser Radien lebende Bevölkerung findet in fußläufiger Entfernung mindestens einen Anbieter vor, so dass ihre Nahversorgung grundsätzlich gewährleistet ist.
Dabei ist selbstverständlich zu berücksichtigen, dass es in Einzelfällen zu Einschränkungen durch die Barrierewirkung von Verkehrswegen, Wasserläufen oder sonstigen topographischen Gegebenheiten kommen kann. Vor allem letzteres ist in Schwelm mit seinem in der „Tallage“ befindlichen Hauptsiedlungskörper sowie den im Norden und Süden gelegenen „Höhenlagen“ vergleichsweise stark ausgeprägt. Außerdem stellen nicht alle dargestellten Anbieter in gleicher Weise attraktive „Nahversorger“ dar, so dass eine differenzierte Bewertung der einzelnen Standorte erfolgen muss.

Karte 10: Nahversorgungssituation in Schwelm



Quelle: Eigene Darstellung

Wie die vorstehende Karte zeigt, gewährleisten die vorhandenen Lebensmittelmärkte im Kernort dabei ein nahezu flächendeckendes Versorgungsnetz, in dem der weit überwiegende Teil der Bevölkerung auch fußläufig einen größeren Lebensmittelmarkt erreichen kann.

Insbesondere der zentral in der Innenstadt gelegene Supermarkt deckt dabei einen Großteil der in Schwelm-Mitte gelegenen Wohnquartiere ab und ist vor diesem Hintergrund von hervorgehobener Versorgungsbedeutung. Dabei dient dieser nicht nur der Versorgung der im Stadtkern lebenden Bevölkerung sondern übernimmt zugleich wichtige Magnetfunktion für den Innenstadtbereich.

Ergänzt wird der innerstädtische Supermarkt durch die im Osten und Westen in den beiden Nahversorgungszentren ansässigen Lebensmittelmärkte. Nördlich der Innenstadt rundet zudem ein aus dem Stadtzentrum an seinen Neustandort an der Bahnstraße verlagerte und im Herbst 2015 eröffnete Netto-Markt die Angebotssituation im Kernstadtbereich ab.[22]

Auch im nördlich der Bahnlinie gelegenen Stadtgebiet bestehen mit dem solitär gelegenen Aldi-Markt an der Metzer Straße sowie dem an der Prinzenstraße vorhandenen Verbundstandort von Rewe und Aldi zwei Nahversorgungsmöglichkeiten, wenngleich dort gewerbliche Nutzungen in den Vordergrund treten und der Anteil der Wohnnutzungen z.T. deutlich geringer ist.

[22] im ehemaligen Kaiser‘s

Die lokale Angebotssituation wird von den beiden jeweils unmittelbar jenseits der Stadtgrenze zu Ennepetal (Marktkauf) und Wuppertal (Real) gelegenen SB-Warenhäusern abgerundet, so dass der in Schwelm lebenden Bevölkerung auch zwei großformatige Lebensmittelmärkte zum Versorgungseinkauf in räumlicher Nähe zur Verfügung stehen.

Die Kartendarstellung offenbart aber auch bestehende Versorgungsdefizite in den „Höhenlagen“, sowohl nördlich als auch südlich des Kernstadtbereiches. So verfügen sowohl große Teile der in Loh bzw. Linderhausen als auch der im südlichen Stadtgebiet lebenden Bevölkerung über keine „eigenen“ Versorgungsmöglichkeiten und müssen demnach die umliegenden Angebotsstandorte aufsuchen.
Allerdings wohnen dort jeweils zu wenige Personen, um als Mantelbevölkerung für einen dauerhaft wirtschaftlich rentabel zu betreibenden Lebensmittelmarkt auszureichen. Die topographischen Gegebenheiten erschweren die Standortsituationen zusätzlich, so dass auch zukünftig davon auszugehen ist, dass sich die größeren Lebensmittelmärkte auf die in Tallage befindlichen Siedlungsbereiche konzentrieren werden.

Im Folgenden soll die Zukunftsfähigkeit der Lebensmittelmärkte mit mehr als 700 m² Verkaufsfläche in Form kurzer Standort-Checks beurteilt werden. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um:

- Rewe, Untermauerstr (Schwelm-Center)/ Hauptzentrum
- Aldi, Barmer Str./ Nahversorgungszentrum Oehde
- Lidl, Barmer Str./ Nahversorgungszentrum Oehde
- Penny, Kaiser Str./ Nahversorgungszentrum Möllenkotten
- Lidl, Oelkinghauser Str./ Nahversorgungszentrum Möllenkotten
- Netto, Bahnhofstr.
- Aldi, Metzer Str.
- Rewe, Prinzenstr.
- Aldi, Prinzenstr.

Bei der Beurteilung der größeren Lebensmittemärkte wird einerseits die betriebliche Situation aus Betreibersicht, nämlich die Wettbewerbsfähigkeit der Verkaufsfläche, ggf. vorhandene Erweiterungsmöglichkeiten und die PKW-Erreichbarkeit betrachtet; andererseits wird die städtebauliche Integration der Betriebe und/ oder ihr Wohngebietsbezug bewertet.

Die Kriterien und ihre Wertungsstufen im Einzelnen:

- **Betriebsgröße**: Orientierung an den heute üblichen Größen neu projektierter Objekte der jeweiligen Betriebsform. Neugeplante Supermärkte verfügen hierbei zumeist über Verkaufsflächen zwischen 1.500 und 2.000 m²; neugeplante Discounter bewegen sich in Größenordnungen von rd. 1.000 m² und 1.500 m².
  Vor diesem Hintergrund erhalten Discounter eine negative Wertung bei Verkaufsflächen von deutlich unter 800 m², eine neutrale Wertung bei rund 800 – 1.000 m² und eine positive Wertung bei mehr als 1.000 m² Verkaufsfläche; bei Vollsortimentsbetrieben werden negative Wertungen bei

Verkaufsflächen von unter 1.200 m², neutrale Wertungen bei Größen zwischen 1.200 und 1.600 m² und positive Wertungen bei über 1.600 m² Verkaufsfläche vergeben.

- **Erweiterungsmöglichkeiten am Standort**: Einschätzung der am jeweiligen Standort gegebenen Möglichkeiten sich marktgerecht zu positionieren. Sind ausreichend Flächenkapazitäten auf dem Grundstück bzw. mindergenutzte Flächen im direkten Umfeld vorhanden, erfolgt eine positive Wertung. Ist eine Neuaufstellung am Standort nur eingeschränkt (z.B. unter Wegfall von Stellplätzen) möglich, wird eine neutrale Bewertung vergeben. Erscheint eine Neuaufstellung aufgrund der Grundstücksgröße bzw. der jeweiligen städtebaulichen Situation nicht möglich, wird dies negativ bewertet.
  Die genehmigungsrechtliche Situation fließt zunächst nicht in die Beurteilung mit ein.
- **PKW-Erreichbarkeit**: Kriterien sind die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße und die Verfügbarkeit eigener Kundenparkplätze. Fehlt die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße oder ist der Kundenparkplatz schlecht zugänglich und klein dimensioniert, ist die Erreichbarkeitssituation aus Betreibersicht allenfalls als durchschnittlich zu bewerten. Werden beide Punkte in negativer Hinsicht erfüllt, ist eine negative Wertung zu vergeben.
- **Zentren-/Wohngebietsbezug**: Lage innerhalb (positive Wertung), randseitig angedockt (neutrale Wertung) oder außerhalb eines Zentrums bzw. Lage mit hohem (positiv), teilweisem (neutral) bzw. geringem (negativ) Wohngebietsbezug.

Zunächst ist noch einmal herauszustellen, dass die vorhandenen Lebensmittelmärkte im Kernstadtbereich eine flächendeckende Nahversorgung gewährleisten.
Wie die nachfolgende Abbildung illustriert, weisen dabei fünf der neun strukturprägenden Lebensmittelbetriebe einen hohen Zentren- bzw. Wohngebietsbezug auf und sind vor diesem Hintergrund durchgängig positiv zu bewerten. Dies gilt insbesondere für die innerhalb des Stadtzentrums (Rewe) bzw. der beiden Nahversorgungszentren Oehde (Aldi, Lidl) und Möllenkotten (Penny, Lidl) ansässigen Lebensmittelmärkte.
Dabei ist die derzeitige Verkaufsflächendimension des innerstädtischen Rewe-Supermarktes als vergleichsweise klein zu bewerten. Dies führt zu einer relativ beengten Warenpräsentation, geringen Gangbreiten und hohen Verkaufsregalen. Allerdings besteht im Zuge der geplanten Revitalisierung des Schwelm-Centers die Möglichkeit, diesen für die Innenstadt bedeutsamen Ankerbetrieb modern und in zukunftsfähiger Größe neu aufzustellen.
Drei der vier in den Nahversorgungszentren ansässigen Lebensmitteldiscounter verfügen mit Verkaufsflächen zwischen rd. 750 und 800 m² ebenfalls über relativ kleine Dimensionen, die die unterste Einstiegsgröße dieser Betriebsform darstellen. Aufgrund der gegebenen Standortsituationen können diese am jeweiligen Standort aber allenfalls maßvoll erweitern – ein Ergebnis, das bei den konzeptionellen Empfehlungen zu berücksichtigen ist.

Während dem an der Bahnhofstraße gelegenen Netto-Markt aufgrund seiner Randlage zu den innerstädtischen Wohngebieten noch eine durchschnittliche städtebauliche Integration zuzusprechen ist, sind die Lagebeziehungen der Aldi-Filiale an der Metzer Straße sowie des Verbundstandortes an der Prinzenstraße aufgrund eines jeweils nur eingeschränkten Wohngebietsbezug eher suboptimal zu bewerten.

Auch die außerhalb der Zentren gelegenen Lebensmittelmärkte verfügen dabei über allenfalls durchschnittliche Marktgrößen, aus dem sich auch hier ein gewisser Handlungsdruck für die einzelnen Marktteilnehmer ableiten lässt.

Tabelle 7: Standort-Check Lebensmittelbetriebe

Betrieb	Betriebliche Situation			Städtebauliche Situation/ Zentrenbezug
	Betriebsgröße	Erweiterungs-möglichkeit	PKW-Erreichbarkeit	
Rewe, Innenstadt	--	+	Ø	+
Aldi, Nahversorgungszentrum Oehde	--	Ø	+	+
Lidl, Nahversorgungszentrum Oehde	Ø	Ø	+	+
Penny, Nahversorgungszentrum Möllenkotten	Ø	Ø	Ø	+
Lidl, Nahversorgungszentrum Möllenkotten	Ø	Ø	Ø	+
Netto, Bahnhofstr.	Ø	--	Ø	Ø
Aldi, Metzer Str.	--	--	--	--
Rewe, Prinzenstr.	Ø	Ø	Ø	--
Aldi, Prinzenstr.	Ø	Ø	--	--

+ positive Wertung, ø neutrale Wertung, -- negative Wertung

Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die gegebene Nahversorgungssituation derzeit eine flächendeckende Versorgung im Kernstadtbereich ermöglicht, die einzelnen Marktteilnehmer hierbei aber bestenfalls über durchschnittliche Marktgrößen verfügen. Auch die in den Zentren gelegenen – und somit aus städtebaulicher Sicht positiv zu bewertenden - Lebensmittelmärkte sind durchgängig relativ klein dimensioniert. Mit Ausnahme des im Schwelm-Center gelegenen Supermarktes verfügen diese zudem nur über eingeschränkte Möglichkeiten, sich am derzeitigen Standort neu aufzustellen. Um auch zukünftig eine flächendeckende Nahversorgung gewährleisten zu können, ist daher ein „Neudenken“ des Nahversorgungsnetzes erforderlich.

Darüber hinaus befindet sich der größte Angebotsstandort nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Schwelm – der Verbundstandort von Rewe und Aldi an der Prinzenstraße – in einem vor allem gewerblich geprägten Umfeld, das dementsprechend nur eine geringe Nahversorgungsqualität aufweist. Gleiches gilt für die an der Metzer Straße gelegen Aldi-Filiale.

4.4 Kundenwohnorterhebung

Um die Ausstrahlung des Einzelhandelsstandorts Schwelm in die umliegenden Städte und Kommunen zu ermitteln, ist in Zusammenarbeit mit der Werbegemeinschaft Schwelm e.V. in vier lokalen Einzelhandelsbetrieben eine Erfassung der Kundenwohnorte erfolgt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von rd. 1.700 Kunden im Zeitraum vom 20.05. bis 25.05.2017.

Einen Überblick über die Ergebnisse der Kundenbefragungen vermittelt die nachfolgende Abbildung. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass in den Befragungsergebnissen keiner der an der Talstraße ansässigen, größeren Betriebe enthalten ist.[23] Auch lässt sich aus der geringen Zahl der beteiligten Betriebe keine belastbare Festlegung des tatsächlichen Einzugsgebiets ableiten, so dass die Ergebnisse allenfalls einen Hinweis auf das angesprochene Marktgebiet geben können.

Tabelle 8: Übersicht über die Ergebnisse der Kundenbefragung

	Kunden	
Herkunftsort	**abs.**	**in %**
Schwelm	1.248	73
Sonstige Städte	453	27
Insgesamt	**1.701**	**100**

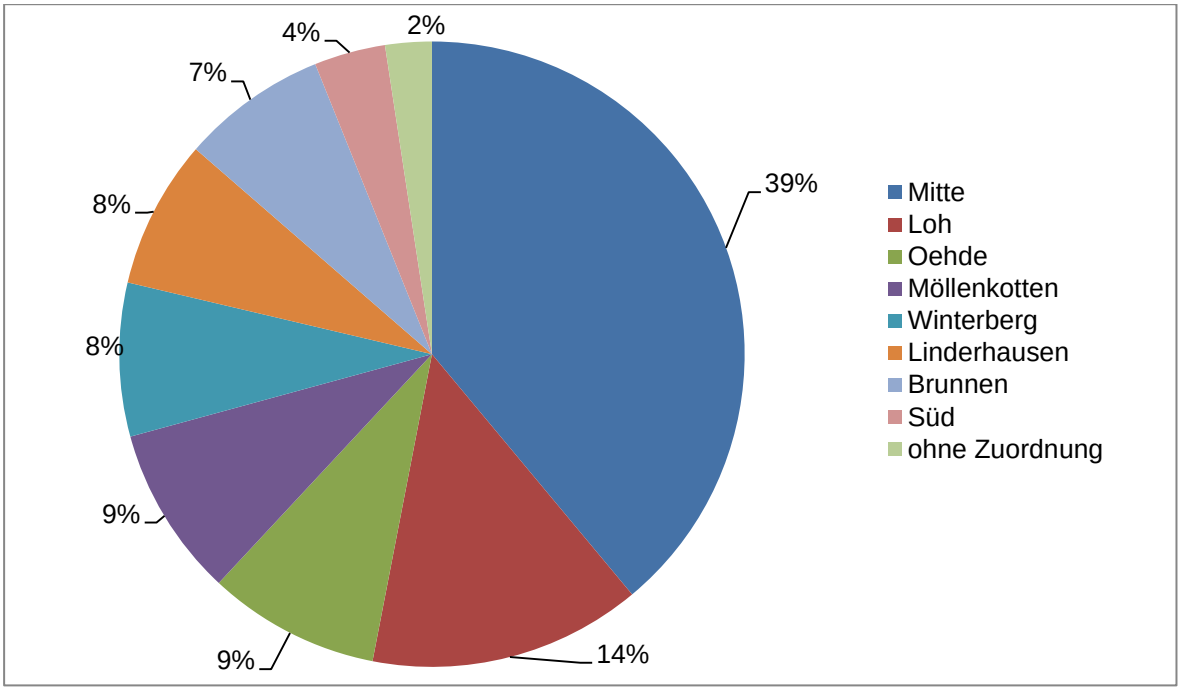
Quelle: Kundenwohnorterhebung in den Betrieben der Stadt Schwelm; 2017

Der obigen Tabelle ist zu entnehmen, dass der Einzelhandel in der Stadt Schwelm vor allem die in Schwelm lebende Bevölkerung ansprechen kann und daher im Wesentlichen auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtet ist; fast drei Viertel der in den Betrieben erfassten Kundinnen und Kunden stammen demnach aus der Kreisstadt selbst.

Betrachtet man die Herkunftsorte der aus Schwelm stammenden Kunden differenziert nach Teilbereichen lässt sich wiederum feststellen, dass rd. zwei Drittel aus dem bevölkerungsreichen Hauptsiedlungsbereich der ineinander übergehenden Siedlungsbereiche Oehde, Mitte, Brunnen und Möllenkotten stammen. Damit entspricht der festgestellte Kundenanteil in etwa der lokalen Bevölkerungsverteilung (vgl. Kapitel 2.2).
Mit deutlichem Abstand erst folgen Kunden aus Loh (rd. 14 %) und den anderen Stadtteilen (siehe nachfolgende Abbildung).

[23] Für diese sind bereits aufgrund des vorgehaltenen Warensortiments und der jeweiligen Verkaufsflächendimensionierungen Marktgebiete zu erwarten, die (deutlich) über die Stadt Schwelm hinausreichen werden.

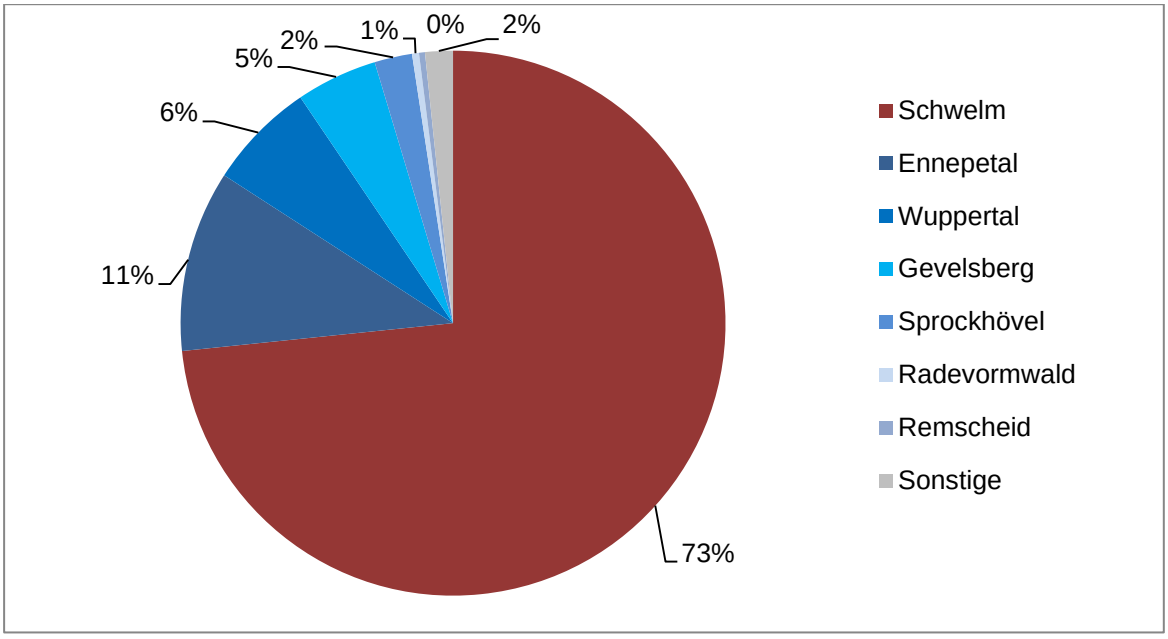
Abbildung 14: Schwelmer Kundenanteile differenziert nach Stadtteilen



Quelle: Kundenwohnorterhebung in den Betrieben der Stadt Schwelm; 2017
n=1.248; 4 Betriebe

Den Befragungsergebnissen kann aber auch entnommen werden, dass rd. ein Viertel der erfassten Kunden außerhalb von Schwelm wohnt und hierbei im Wesentlichen auf die umliegenden Nachbarkommunen Ennepetal (rd. 11 %), Wuppertal (rd. 6 %) und Gevelsberg (rd. 5 %) entfällt.
In Ennepetal und Wuppertal stammt die größte Kundenanzahl dabei aus den jeweils unmittelbar angrenzenden Stadtteilen Büttenberg und Langenfeld-Beyenburg, was den lokalen Versorgungsbezug des örtlichen Einzelhandels nochmals herausstellt.
Für die weiter entfernt lebende Bevölkerung wird die Kreisstadt Schwelm dagegen kaum als Einkaufsstandort wahrgenommen. Dies lässt sich insbesondere durch die räumliche Nähe und die gute verkehrliche Erreichbarkeit der in den Oberzentren Wuppertal und Hagen vorhandenen umfassenden Einzelhandelsangebote erklären.

Abbildung 15: Kundenanteile in Schwelm und Umland



Quelle: Kundenwohnorterhebung in den Betrieben der Stadt Schwelm; 2017
n=1.701; 4 Betriebe

Die Ergebnisse der diesjährig erfolgten Kundenwohnorterhebung bestätigen demnach die im 2012 erarbeiteten Einzelhandelskonzept gemachten Aussagen. Dort hieß es diesbezüglich, dass Schwelm „in der dicht besiedelten und infrastrukturell sehr gut ausgebauten Region keine Erreichbarkeits- oder Lagevorteile gegenüber den Oberzentren auf[weist]“ und sich der Einzugsbereich daher „hauptsächlich auf Schwelm beschränkt“.[24]

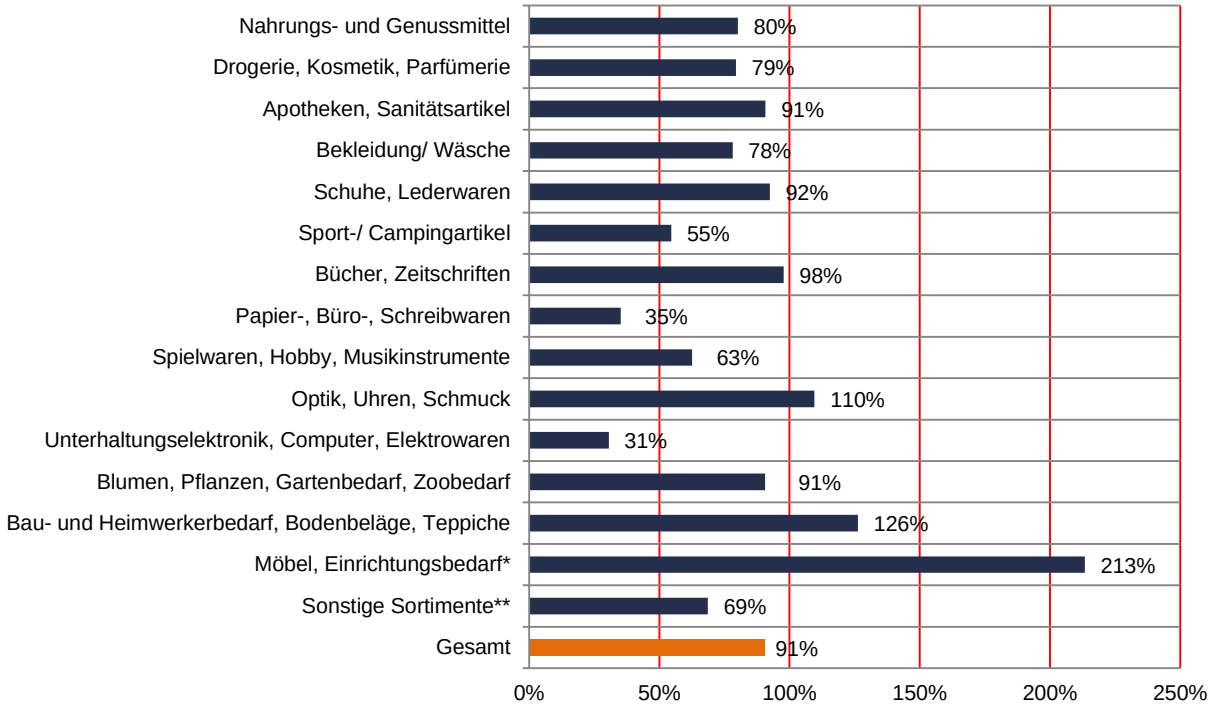
[24] Vgl. Fortschreibung Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwelm, 2012, S. 32

4.5 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den bisherigen Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenüber gestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Stadt Schwelm liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) nach den vorliegenden Zahlen bei rd. 91 %, so dass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den erwirtschafteten Gesamtumsatz um rd. 9 %-Punkte übersteigt und somit per Saldo rd. 18 Mio. € Kaufkraft aus Schwelm an in den Umlandkommunen liegende Angebotsstandorte abfließen.

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. vorstehende Abbildung). Während vor allem im Möbel-/Einrichtungssegment per Saldo hohe Kaufkraftzuflüsse festzustellen sind, ergibt sich in einigen Warengruppen der mittel- und langfristigen Bedarfsgüter (z.B. Elektronik, Papier-/ Büro-/ Schreibwaren) ein anderes Bild; denn hier bleibt die Umsatzleistung z.T. deutlich hinter der vorhandenen Kaufkraft zurück.

In den baumarktspezifischen Sortimentsgruppen ist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 126 % ebenfalls deutliches Indiz für eine über das eigene Stadtgebiet hinausgehende Kundenansprache und insbesondere auf den an der Talstraße gelegenen Obi-Markt zurückzuführen. Dabei wird dieser Anbieter auch von dem im benachbarten Mittelzentrum Gevelsberg bestehenden Angebotsdefizit profitieren, wo seit der insolvenzbedingten Schließung der Praktiker-Filiale kein größerer Baumarkt mehr ansässig ist.

Die höchste Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich mit rd. 213 % allerdings im Möbelsegment, in dem auch nach der erfolgten Ikea-Eröffnung im nahegelegenen Wuppertal Kaufkraftzuflüsse von per Saldo rd. 16 Mio. € festzustellen sind. Neben dem Einrichtungshaus Hüls und mehreren kleineren Spezialisten ist dies vor allem auf die ebenfalls an der Talstraße gelegenen, großformatigen Anbieter Möbel Roller, Meda Küchen und Multipolster zurückzuführen.

Auch im Bereich Uhren/ Schmuck/ Optik übersteigt die in Schwelm erwirtschaftete Umsatzleistung das vorhandene Kaufkraftpotenzial und findet seinen Ausdruck in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 110 %. Das entsprechende Angebot konzentriert sich dabei in hohem Maße auf die im Stadtzentrum vorhandenen Fachgeschäfte, die somit in der Lage sind, auch Kaufkraft aus dem Umland verstärkt in Schwelm binden zu können.

Im umsatzstarken Lebensmittelsegment stehen rd. 71 Mio. € Kaufkraft etwa 57 Mio. € Umsatz gegenüber. Hieraus ergibt sich eine sortimentsbezogene Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 80 %, die mit einem Kaufkraftabfluss von rd. 14 Mio. € einhergeht. Dieser dürfte vor allem von den jeweils knapp hinter den Stadtgrenzen gelegenen SB-Warenhäusern in Wuppertal (Real) und Ennepetal (Marktkauf) gebunden werden. Aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit ergänzen diese Angebotsstandorte die im Schwelmer Stadtgebiet vorhandene Nahversorgungsstruktur und relativieren die aufgezeigten Kaufkraftabflüsse damit weitgehend.[25]

Auch im Bereich der Drogeriewaren beläuft sich die UKR auf etwa 80 %. Neben den Randsortimenten der örtlichen Lebensmittelmärkte konzentriert sich das Angebot v.a. auf den innerstädtisch gelegenen Drogeriemarkt.

Eine etwas höhere Kaufkraft-Relation ist mit rd. 91 % im ebenfalls der Nahversorgung dienenden Apothekensegment festzustellen. Allerdings sind auch hier – insbesondere aufgrund des umfassendes (Fach-)Ärzteangebotes – Kaufkraftabflüsse in das benachbarte Oberzentrum Wuppertal zu verzeichnen.

In den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren kann der örtliche Einzelhandel per Saldo rd. 80 % der örtlichen Kaufkraft an sich binden. Wenngleich somit insgesamt rd. 4 Mio. € aus den Modesegmenten abfließen, ist dieser Wert vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation dennoch positiv zu bewerten. Denn hier stehen die lokalen Angebote vor allem mit den umfangreichen Angeboten der nahegelegenen Einkaufsinnenstädte von Wuppertal-Elberfeld und Hagen in einer ausgeprägten Wettbewerbssituation.

Im Sportsegment können die beiden kleinflächigen, im Hauptzentrum gelegenen Anbieter dagegen die lokale Kaufkraft bei weitem nicht binden, so dass hier mit einer UKR von rd. 55 % per Saldo hohe Kauf-

[25] Würden beide Anbieter (hypothetisch) dem Schwelmer Stadtgebiet zugeordnet, beliefe sich die sortimentsbezogene Umsatzkaufkraftrelation auf weit über 100 %.

kraftabflüsse festzustellen sind. Diese werden sich auf rd. 1 Mio. € belaufen.
Kaufkraftabflüsse in vergleichbarer Dimension sind auch bei „Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente“ zu verzeichnen und korrespondieren dort mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 63 %. Trotz einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation (u.a. Toys’R’us in Wuppertal-Elberfeld) kann der örtliche Einzelhandel somit nahezu zwei Drittel der lokalen Kaufkraft binden.

Geringe Bindungsquoten sind im Segment „Papier-, Büro-, Schreibwaren“ festzustellen, wo mit rd. 2 Mio. € der überwiegende Teil der vorhandenen Kaufkraft abfließt. Dies ist insbesondere auf das Fehlen eines größeren, spezialisierten Anbieters (z.B. Mc Paper) zurückzuführen, so dass sich das entsprechende Angebot nur auf einige wenige, ausschließlich kleinteilige Anbieter beschränkt.

Im Bereich Bücher/ Zeitschriften sorgt insbesondere das innerstädtische Angebot (u.a. Buchhandlung Köndgen, Bücher Kamp) dagegen für eine nahezu ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation.

Hohe Kaufkraftabflüsse sind aufgrund fehlender Angebote vor allem bei den Sortimenten Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren zu verzeichnen und addieren sich auf insgesamt rd. 10 - 11 Mio. €. Zwar sind in diesen Segmenten einige kompetente Fachanbieter vorhanden, ein großflächiger Elektronikfachmarkt ist aber nicht in Schwelm ansässig. Kunden dieses Betriebsformates sind daher vor allem auf die entsprechenden Angebote der beiden umliegenden Oberzentren angewiesen. Zudem bestehen auch in Ennepetal (Berlet) und Gevelsberg (Expert) entsprechende Fachangebote.

5 Exkurs: Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

5.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

Die Veränderungen im Handel (u. a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet.

Derzeit wird die Einzelhandelsentwicklung insbesondere durch den Online-Handel bestimmt. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlichen Raumes oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Siedlungsräumen befürchtet.

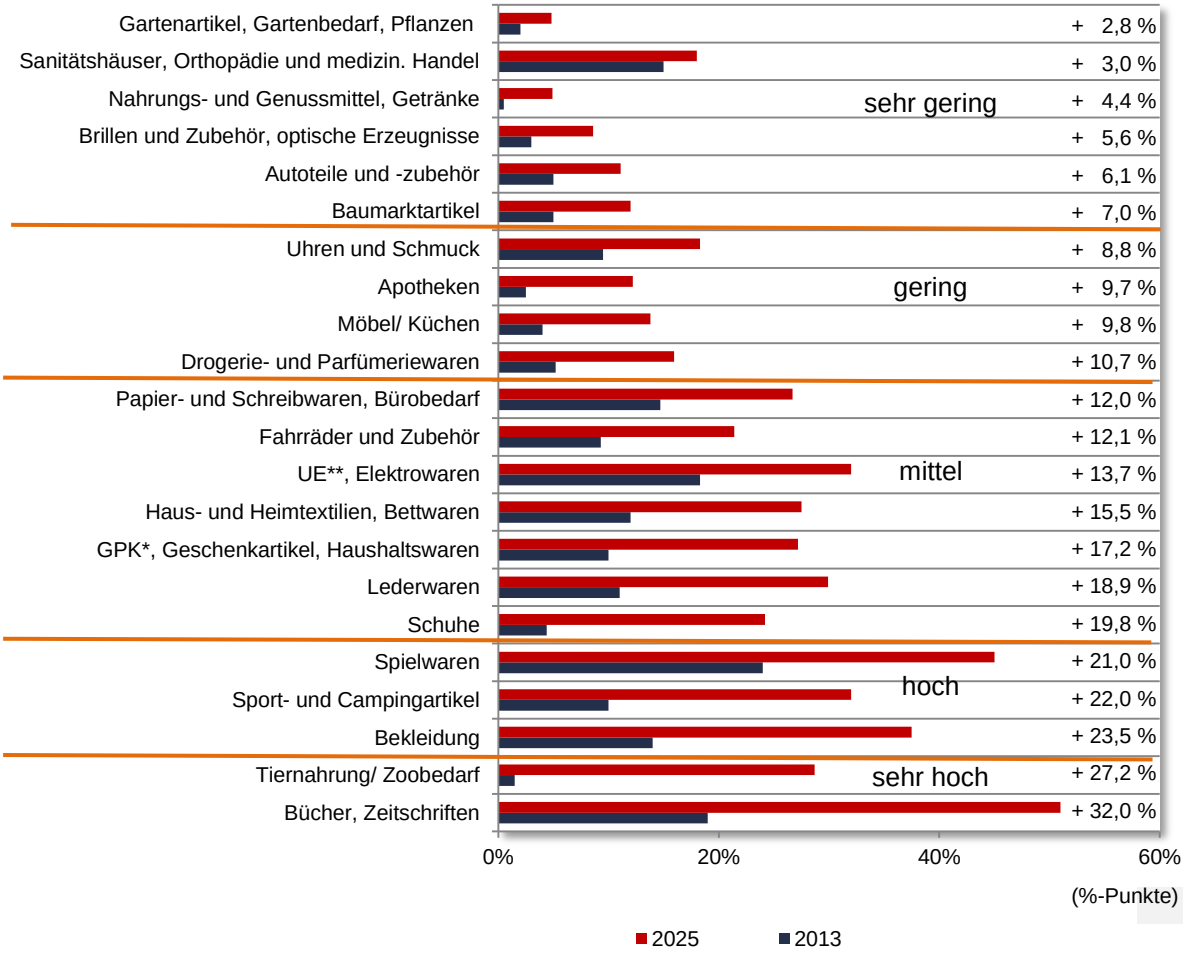
Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends zum Onlinehandel und seine Auswirkungen – insbesondere auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte – lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, so dass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Der demografische Wandel wird nur sehr eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit werden der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross-Channel“). Aktuell fehlen hierzu insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, so dass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitiert. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen vor allem in den Zentren größerer Städte zumindest teilweise ablösen.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

5.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

Da die Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel seit Jahren stagniert, wird der wachsende Umsatzanteil im Onlinehandel den Flächenbedarf im stationären Einzelhandel verringern. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun zu Lasten der Umsätze im stationären Einzelhandel. So leidet der stationäre Einzelhandel in Deutschland ungefähr seit dem Jahr 2010 an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des E-Commerce.

Abbildung 17: Entwicklung der sortimentsspezifischen Marktanteile des Onlinehandels



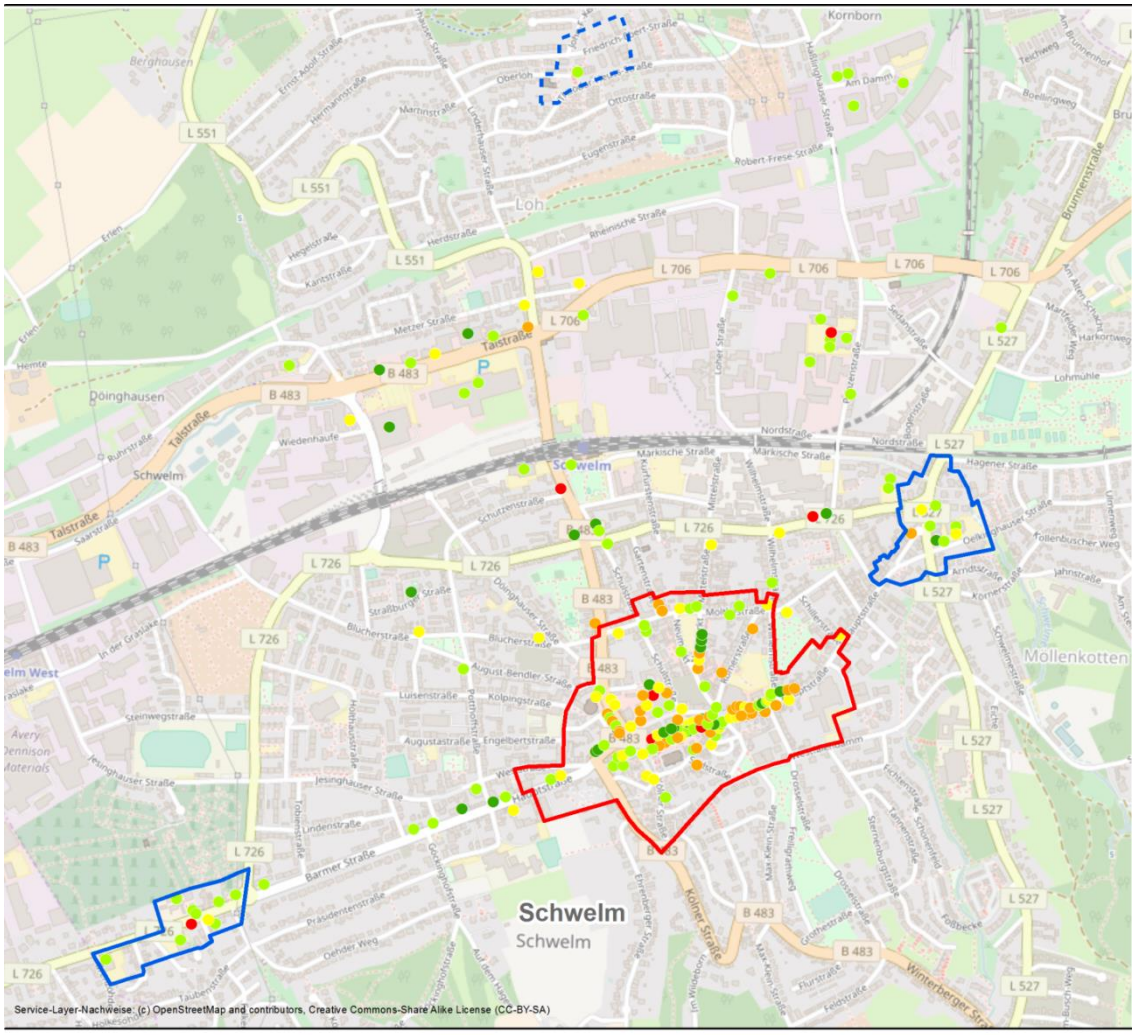
* GPK: Glas, Porzellan, Keramik
** UE: Unterhaltungselektronik
Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von elaboratum-Prognosen

Dabei sind starke Unterschiede nach Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 17).

Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren und Elektronik/ Medien bereits ein hoher Online-Anteil erreicht wird, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Sanitätswaren, Pflanzen, Optik, Kfz-Zubehör und Baumarktartikel die Marktanteile des Online-Handels noch sehr gering.

In der Trendprojektion gehen die Experten von elaboratum[26] von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, wobei die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Zooartikel, Spielwaren, Bekleidung, Sportartikel und Spielwaren zu erwarten sind.

Karte 11: Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)



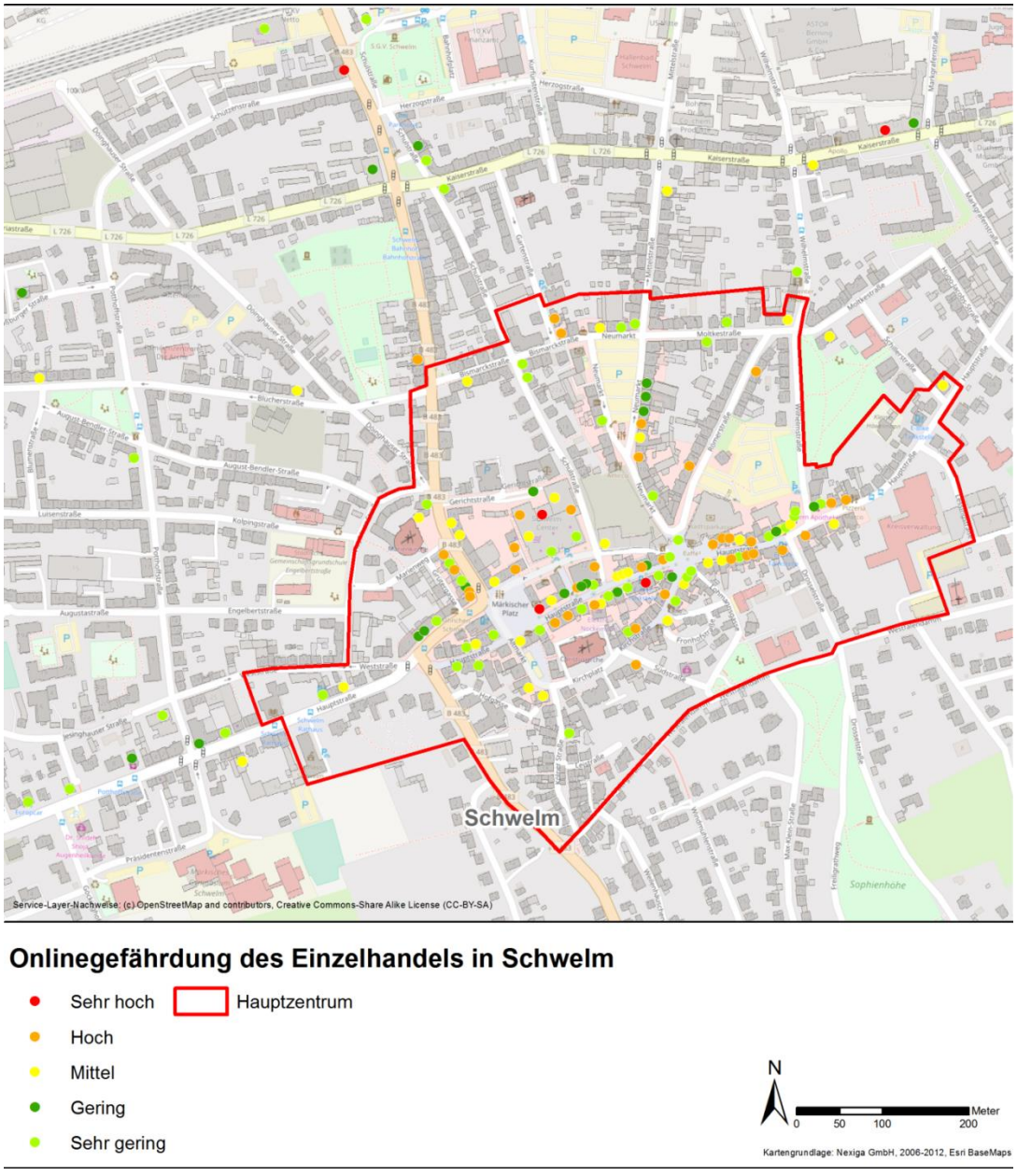
Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung

26 Quelle: elaboratum, Prognose der sortimentsbezogenen Marktanteile des Onlinehandels im Jahre 2025 (Basis: E-Commerce-Umsätze 2013)

Die Klassifizierung der in Schwelm ansässigen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel ist der vorstehenden Abbildung zu entnehmen.

Hierbei wird deutlich, dass die Sortimente, die den örtlichen Einzelhandel überwiegend prägen, zukünftig nur einem gering bzw. sehr gering wachsenden Online-Wettbewerb ausgesetzt sein werden. Gesamtstädtisch betrachtet verfügen fast vier Fünftel der vorhandenen Betriebe über einen Angebotsschwerpunkt mit mittlerem bis (sehr) geringem Online-Wachstum. Einzelhandelsbetriebe die sich dagegen einem sehr hohen Online-Wachstum gegenübersehen, machen hingegen nur knapp 4 % aus.

Karte 12: Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung

Bei Betrachtung des Innenstadtbesatzes zeigt sich eine deutliche Verschiebung zu den Warengruppen mit hohem bzw. sehr hohem Gefährdungspotenzial. Während diese auf gesamtstädtischer Ebene rd. 23 % ausmachen, beläuft sich der Anteil im Zentrum auf etwa 31 % und ist insbesondere auf die Vielzahl an Bekleidungsanbieter zurückzuführen.
Mit rd. 44 % weist die größte Gruppe der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe aber Kernsortimente auf, die nur einer geringen Online-Konkurrenz ausgesetzt sind. Insbesondere die frequenzschaffenden nahversorgungsrelevanten Anbieter (u.a. Supermarkt/ Schwelm-Center, Drogeriemarkt/ Hauptstraße, Bäcker) sind diesbezüglich zu nennen.

5.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels

In der heutigen Zeit der umfassenden Digitalisierung ist es für den stationären Einzelhandel von großer Wichtigkeit, auch im World-Wide-Web sichtbar und auffindbar zu sein. Ein hoher Prozentsatz der Kunden informiert sich vor einem geplanten Kauf eines Produktes im Internet. Zusätzlich verschaffen sie sich einen Überblick, welche Händler in der Umgebung die avisierten Waren ebenfalls führen.

Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichert eine hohe Auffindbarkeit, so dass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Die Online-Präsenz ist somit von elementarer Bedeutung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebs.

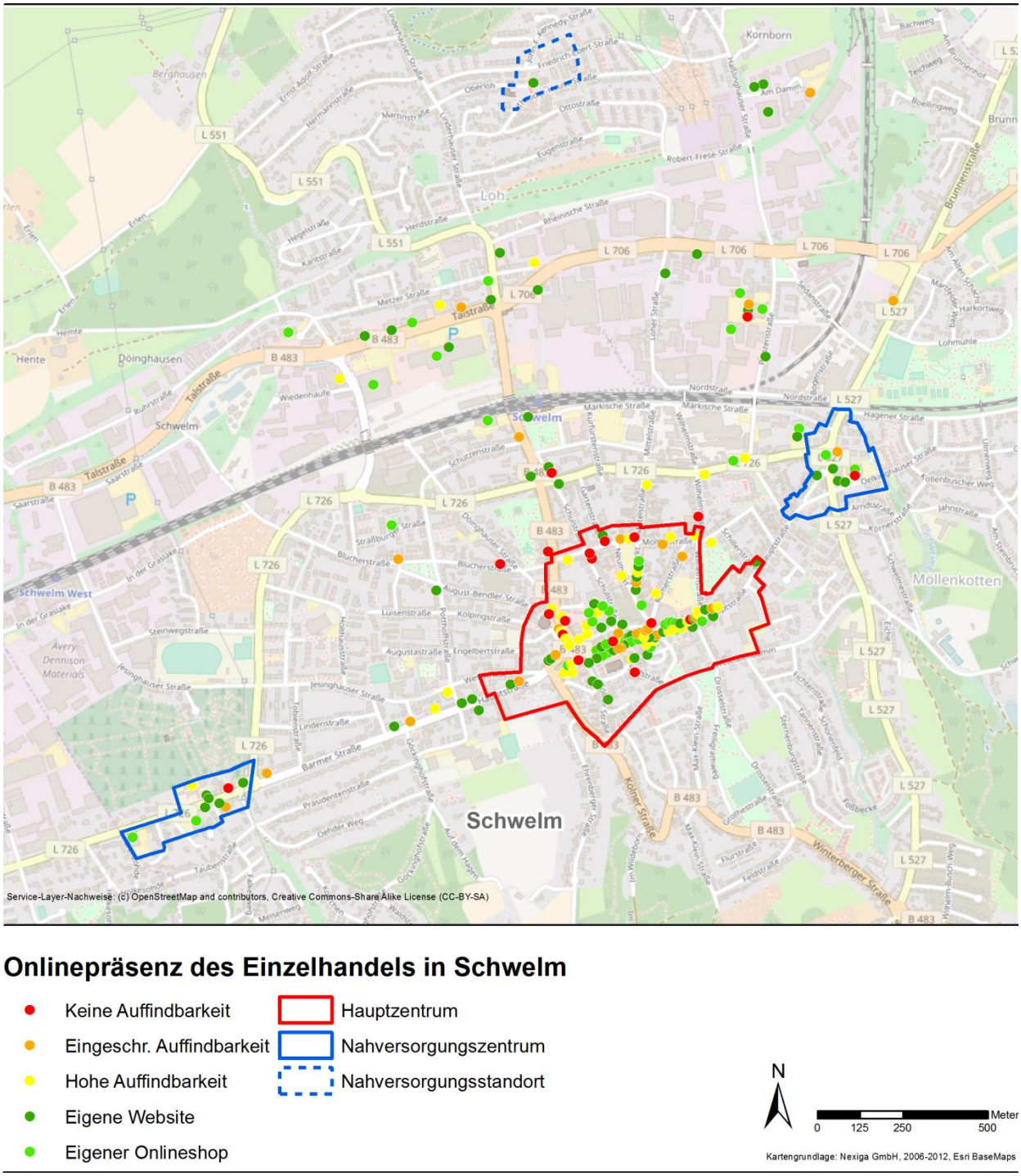
Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalysen auch ermittelt, welche Online-Präsenzen die in Schwelm ansässigen Einzelhandelsbetriebe zeigen. Dazu wurden zunächst mit gängigen Suchmaschinen ermittelt, ob ein Betrieb überhaupt online auffindbar ist. Hat ein Betrieb keine eigene Webseite, sollte er zumindest über elektronische Verzeichnisse (z. B. „Das Örtliche“, klicktel) oder Plattformen wie „kaufDa“ gefunden werden („eingeschränkte Auffindbarkeit“).

Eine bereits deutlich professionellere Präsenz ist zu erreichen, wenn über Dienste wie „Google my Business“ alle wichtigen Firmeninformationen inklusive Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrtsbeschreibung usw. in die lokalen Suchergebnisse gezielt eingebracht werden („hohe Auffindbarkeit“).

Eine „eigene Webseite“ erhöht die Sichtbarkeit im Netz, ein „eigener Onlineshop“ belegt, dass das Einzelhandelsunternehmen bereits Multichannel-Vertriebsstrukturen aufgebaut hat.

Die Ergebnisse der von den Gutachtern durchgeführten Recherche illustriert die folgende Abbildung.

Karte 13: Online-Sichtbarkeit der Schwelmer Einzelhandelsbetriebe

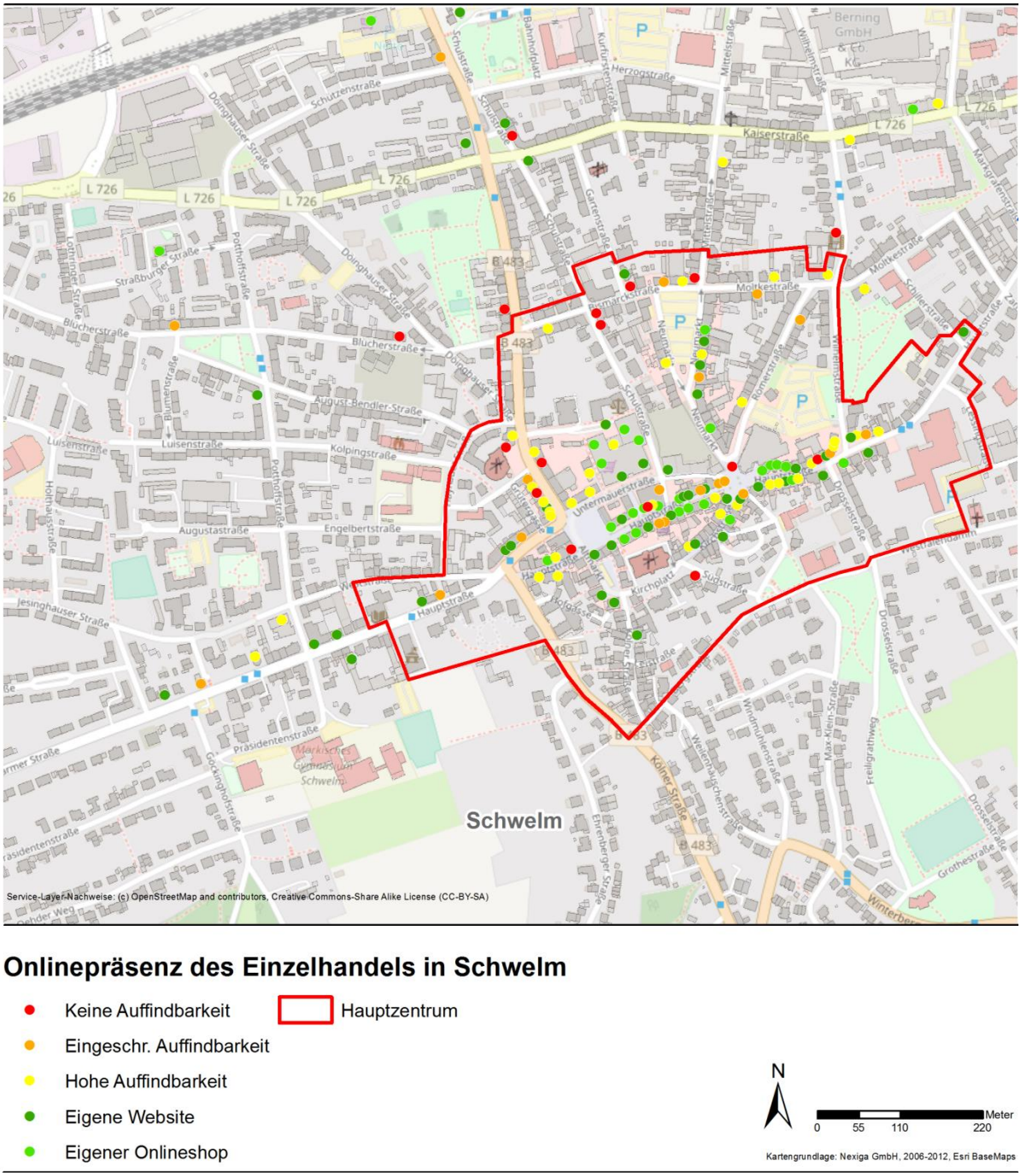


Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung

Positiv hervorzuheben ist zunächst, dass sich der weit überwiegende Teil der erhobenen Einzelhandelsbetriebe auch im Internet über gängige Suchmaschinen wiederfinden lassen. Allerdings addiert sich die Zahl der Betriebe die gar nicht bzw. nur eingeschränkt online sichtbar sind auf insgesamt 43 – was im-

merhin rd. 22 % entspricht und für diese mit entsprechendem Handlungsdruck einhergeht.
Knapp 110 der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe verfügen dagegen bereits über eine eigene Website, davon wiederum gut ein Drittel sogar über einen Online-Shop. Letztere sind somit bereits heute dazu in der Lage, auf allen Vertriebskanälen aktiv zu sein, wobei es sich hierbei allerdings zum weit überwiegenden Teil um die in Schwelm ansässigen Filialisten handelt.

Karte 14: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung

Dabei lassen sich hinsichtlich der digitalen Sichtbarkeit des örtlichen Einzelhandels keine Unterschiede zwischen den Angeboten der Innenstadt im Vergleich zur Gesamtstadt feststellen. Lediglich der Anteil der Einzelhandelsbetriebe mit eigenem Online-Shop ist im Stadtzentrum geringfügig höher als im gesamtstädtischen Vergleich.

5.4 Fazit zur Positionierung des innerstädtischen Einzelhandels auf die Entwicklungen im Onlinehandel

Für das Stadtzentrum konnte im Rahmen der Bestandsanalyse aufgezeigt werden, dass das innerstädtische Verkaufsflächenangebot wesentlich vom Bekleidungssegment geprägt wird – dieses allerdings ein hohes Online-Wachstum aufweist. Dabei verfügen etwa 30 der insgesamt rd. 120 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe über das Kernsortiment „Bekleidung“, von denen wiederum 10 nicht oder nur eingeschränkt im Internet auffindbar sind. Hierbei handelt es sich durchgängig um kleinere Modeanbieter, die ihre jeweilige Auffindbarkeit im Netz verbessern sollten. Der weit überwiegende Teil der Modeanbieter ist dagegen bereits heute im Netz mit eigenen Websites vertreten – die Filialisten sogar durchgängig mit einem Online-Shop.
Darüber hinaus ist festzuhalten, dass nur drei Einzelhandelsbetriebe über ein Kernsortiment verfügen, das ein sehr hohes Gefährdungspotenzial durch den Onlinehandel aufweist. Hierbei handelt es sich ausschließlich um Anbieter von Büchern (2x) bzw. Zeitschriften (1x). Beide Buchhandlungen sind im Netz mit jeweils eigenen Internetseiten/ Facebookseiten bzw. Online-Shops sehr gut aufgestellt.
Die Betriebe mit Kernsortimenten hoher Online-Wachstumsprognosen sind somit bereits heute im Internet sehr gut positioniert, so dass insgesamt eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen ist.

Gleichzeitig hat die Analyse gezeigt, dass etwa zwei Drittel der im Stadtzentrum vorhandenen Betriebe nur eine geringe bis mittlere Online-Gefährdung aufweisen und demnach nur über ein geringes Gefährdungspotenzial durch die zukünftigen Entwicklungen des Onlinehandels verfügen.

Da hinsichtlich der gesamtstädtischen Kennwerte nur geringe Unterschiede zwischen den Betrieben inner- und außerhalb des Stadtzentrums festgestellt werden konnten, gilt dies tendenziell auch für die im sonstigen Stadtgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den gesamten stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels; jede Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg – aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher die

Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.

- Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontaktmöglichkeiten), die ohne großen Aufwand von jedem Marktteilnehmer online platziert werden können, möchten Kunden sich auch über das vorgehaltene Sortiment und bestenfalls über die Warenverfügbarkeit informieren. Letzteres setzt ein klassisches Warenwirtschaftssystem voraus und dient als Bindeglied zwischen dem online und dem stationären Geschäft.
- Dabei sind auf mobile Endgeräte optimierte Lösungen von immenser Bedeutung. Denn bereits heute findet der Großteil der Online-Aktivität über Smartphones und Tablets statt.
- Das Einkaufserlebnis, individuelle Kundenbetreuung und Serviceleistungen werden (wieder) wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann primär nicht über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss es daher auf anderem Wege schaffen, dem Kunden Mehrwerte zu bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping-/Kultur-)Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität noch stärker an den Einkaufsort binden zu können.
- Den einzelnen Akteuren wird diesbezüglich angeraten, sich zu organisieren und sich den neuen Herausforderungen gemeinsam zu stellen. Mit der Werbegemeinschaft Schwelm sowie der Gesellschaft für Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung bestehen in Schwelm hierfür bereits entsprechende Anknüpfungspunkte.

6 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Das Mittelzentrum Schwelm befindet sich, insbesondere durch die Versorgungsmöglichkeiten im benachbarte Oberzentrum Wuppertal, in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation. Vor diesem Hintergrund kann der ortsansässige Einzelhandel - mit Ausnahme der an der Talstraße gelegenen Angebotsstrukturen (Roller, Meda, Multipolster, Obi) - vor allem die in Schwelm bzw. den unmittelbaren angrenzenden Siedlungsbereichen der Nachbarkommunen lebende Bevölkerung ansprechen.

Aufgrund der topographischen Gegebenheiten konzentriert sich das lokale Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot auf die in der Tallage befindlichen Siedlungsgebiete. Hierbei stellt das Stadtzentrum auch weiterhin den mit Abstand wichtigsten Angebotsstandort dar, in dem ein breites, oftmals aber nicht sonderlich tiefes Einzelhandelsangebot vorzufinden ist. Zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen ergänzen das innerstädtische Versorgungsangebot.
Dabei ist insbesondere in der als Fußgängerzone ausgewiesenen zentralen Einkaufslage ein geschlossener Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorzufinden, der nur von einigen wenigen leerstehenden Ladenlokalen unterbrochen wird. Diese sind verstärkt in den Randbereichen des 2012 räumlich abgegrenzten Hauptzentrums vorzufinden, wo sich auch die Besatzstrukturen deutlich auflockern.
Für das kleinteilig strukturierte Innenstadtzentrum bieten die angekündigte Revitalisierung des zentral gelegenen Schwelm-Centers wie auch die Entwicklung des benachbarten ehemaligen Brauereigeländes dabei sehr gute Möglichkeiten zum bedarfsgerechten Ausbau der lokalen Angebotssituation und einer Stabilisierung des gesamten Innenstadtbereichs.

Hinsichtlich einzelner Branchen ist festzuhalten:

- Im **Lebensmitteleinzelhandel** konnte aufgezeigt werden, dass sich aus dem negativen Kaufkraftsaldo von rd. 14 Mio. € keine „Nachholbedarfe“ zur Ansiedlung weiterer Lebensmittelmärkte ableiten lassen. Denn die derzeit abfließende Kaufkraft wird in weiten Teilen von den jeweils knapp hinter den Stadtgrenzen zu Wuppertal (Real) und Ennepetal (Marktkauf) gelegenen SB-Warenhäuser gebunden. Aufgrund der räumlichen Nähe stellen diese beiden Anbieter aber auch für die in Schwelm lebende Bevölkerung nahgelegene und verkehrlich gut zu erreichende Angebotsstandorte dar, die bei der Bewertung der derzeitigen Nahversorgungssituation entsprechend zu berücksichtigen sind.
  Dabei gewährleisten die größeren Lebensmittelmärkte im Kernstadtbereich eine flächendeckende Nahversorgung. In den nördlich und südlich gelegenen „Höhenlagen“ bestehen dagegen Abdeckungsdefizite, die allerdings nicht über wirtschaftlich tragfähige Betreiber zu beheben sein werden. Auch zukünftig wird die dort lebende Bevölkerung daher die im Kernstadtbereich gelegenen Anbieter aufsuchen (müssen).
  Im Zuge der Bestandsanalyse ist allerdings festgestellt worden, dass alle filialisierte Lebensmittelmärkte bestenfalls über durchschnittliche Verkaufsflächengrößen und am jeweiligen Standort über kaum Erweiterungsmöglichkeiten verfügen. Um die derzeit gute Nahversorgungssituation auch zukünftig aufrechterhalten zu können, ist diesem Sachverhalt konzeptionell Rechnung zu tragen.
  Besonderes Augenmerk ist dabei auf den im Stadtzentrum ansässigen Rewe-Supermarkt im Schwelm-Center zu legen. Diesen gilt es langfristig zu sichern, da er nicht nur wichtige Versor-

gungsfunktion für die im Stadtkern lebende Bevölkerung übernimmt, sondern gleichzeitig auch als wesentlicher Magnetbetrieb und Stabilisator der innerstädtischen Kundenfrequenz dient.

- Im **Drogeriewarensegment** ist mit einer in der Innenstadt gelegenen dm-Filiale bislang nur ein (kleiner) Drogeriemarkt in Schwelm vorzufinden. Dabei wird dieser ausschließlich die (fußläufigen) Innenstadtkunden ansprechen, eine Anfahrbarkeit mit dem Pkw ist nicht gegeben. Größere Versorgungseinkäufe (z.B. junger Familien) werden daher in hohem Maße an anderer Stelle getätigt. Das sonstige Drogeriewarenangebot in Schwelm entfällt vor allem auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte.
  Bei einem sortimentsbezogenen Kaufkraftvolumen von rd. 10 Mio. € besteht somit grundsätzlich Potenzial für (mindestens) einen modernen Anbieter in marktgerechter Dimensionierung. Bei Neubauten streben die beiden Marktführer dm und Rossmann dabei Verkaufsflächen von rd. 650 m² bis 850 m² an.
- Bei **Bekleidung/ Schuhe** ist trotz der regionalen Wettbewerbssituation mit den nahegelegenen Innenstädten Wuppertal-Elberfeld und Hagen in Schwelm ein guter Besatz an kleineren, oftmals inhabergeführten Anbieter und preisoffensiven Fachmärkten vorzufinden. Dabei ist das im Schwelm-Center ansässige Textilkaufhaus C&A als ein wesentlicher Ankerbetrieb des innerstädtischen Einzelhandels zu identifizieren. Dieses gilt es mit der angestrebten Neupositionierung des Schwelm-Centers zukunftsfähig aufzustellen und langfristig im Innenstadtbereich zu halten. Marktchancen bestehen zudem für Filialisten im mittleren Segment sowie im Bereich „Junger Mode“. Bei letzterem ist das Augenmerk allerdings auf eher kleinere Angebotsformate (wie beispielsweise mister*lady oder NewYorker) zu legen, denn größere Anbieter wie bspw. H&M sind in der gegebenen Raumkonstellation auf die beiden nahegelegenen Oberzentren ausgerichtet.
- Im **Sportsegment** ist insbesondere mit der innerstädtischen Intersport-Filiale ein spezialisiertes Fachgeschäft in Schwelm vorzufinden. Dieses ist allerdings hinsichtlich seiner Verkaufsflächenausstattung als vergleichsweise klein zu bewerten. Um auch zukünftig eine entsprechende Basisversorgung vorhalten zu können, werden für diesen Anbieter standortsichernde Maßnahmen empfohlen. Ggf. ergeben sich aus der bevorstehenden Revitalisierung des Schwelm-Centers bzw. der Entwicklung des ehemaligen Brauereigeländes entsprechende Anknüpfungspunkte.
- Bei **Schreib- und Papierwaren** sind umfangreiche Kaufkraftabflüsse festgestellt worden. Hier wäre die Ergänzung durch einen größerer Spezialisten anzustreben (z.B. Mc Paper), der seinen Standort ebenfalls bei den zentral gelegenen Entwicklungsmaßnahmen finden könnte.
- Hohe Kaufkraftabflüsse bestehen auch im **Elektroniksegment**, in dem zwar kompetente Fachgeschäfte vorhanden sind, aber kein größeres Fachmarktkonzept/ größeres Elektronikkaufhaus. Wenngleich die Ansiedlung eines Anbieters in marktgerechter Dimensionen somit versorgungsstrukturell wünschenswert wäre, sind die Ansiedlungspotenziale vor allem aufgrund der hohen Wettbewerbsdichte im direkten Umland (Wuppertal, Ennepetal, Gevelsberg) aber als limitiert anzusehen.
- Seit der Aufgabe der Kaufhof-Filiale ist in der Schwelmer Innenstadt kein **Kaufhaus** (mehr) vorhanden. Mit rd. 29.500 Einwohnern verfügt Schwelm aber über eine Einwohnerzahl, ab der bspw. die inzwischen wieder expandierende Kaufhauskette Woolworth Standorte sucht. Bei angestrebten Verkaufsflächen von rd. 1.000 m² bis maximal 2.000 m² könnte dieser Anbieter mit Bezug auf das neu aufzustellende Schwelm-Center bzw. das zu entwickelnde Brauereigelände gezielt angesprochen werden.

- Im **Bau- und Gartenmarkt**- sowie dem Möbelsegment sind hohe Kaufkraftzuflüsse aufgezeigt worden. Die gegebene Besatzstruktur sollte daher gesichert werden. Ein weiterer Ausbau ist aufgrund der hohen Wettbewerbsdichte im regionalen Umland hingegen nicht zu erwarten.

7 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schwelm sowie Handlungsempfehlungen

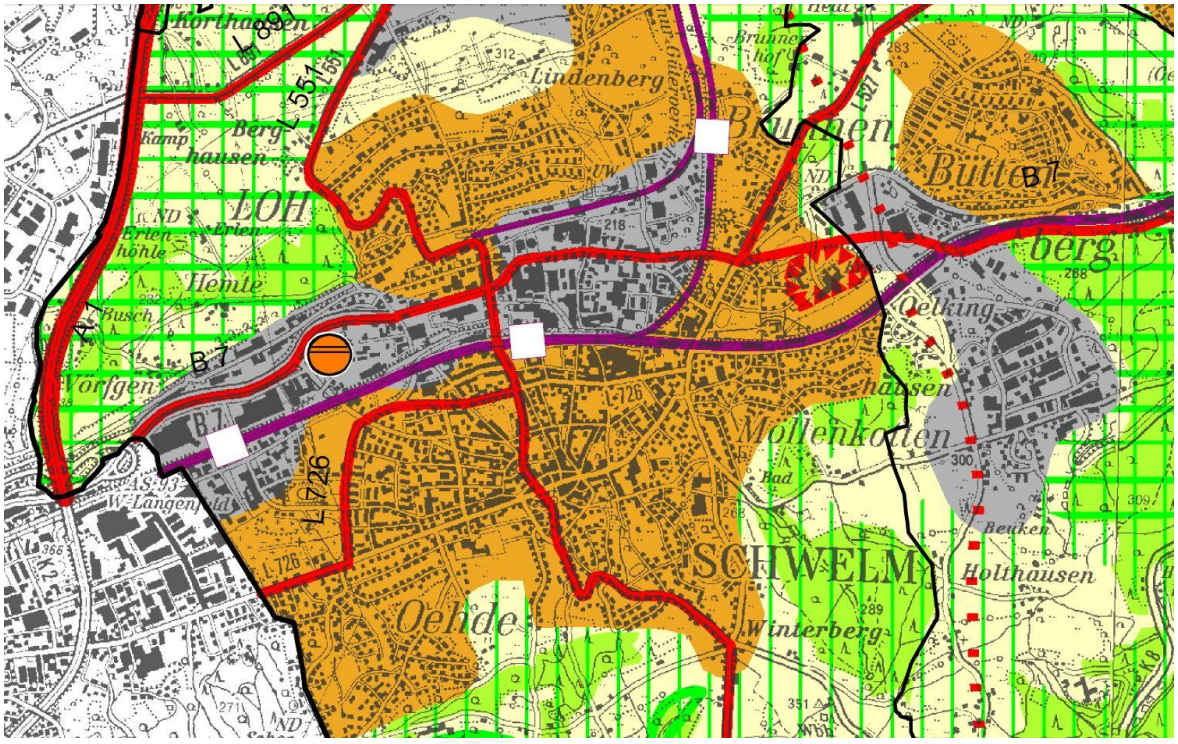
7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (Bekanntmachung am 25.01.2017) bestehen weiterhin die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanung von den Kommunen beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen:

- **Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**
  Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB; in der folgenden Karte orange gefärbte Bereiche) dargestellt und festgesetzt werden.

Karte 15: Regionalplandarstellung Stadt Schwelm



Quelle: Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Arnsberg - Teilabschnitt Oberbereiche Bochum und Hagen; Blatt 5

- **Ziel 6.5-2:** Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen
  Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in bestehenden sowie neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß Anlage 1 – Sachlicher Teilplan sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (Ortstypische Sortimentsliste).
  Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, das Vorhaben einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- **Ziel 6.5-3:** Beeinträchtigungsverbot
  Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- **Grundsatz 6.5-4:** Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche
  Der zu erwartende Umsatz von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll die sortimentsbezogene Kaufkraft der Standortgemeinde nicht überschreiten.

- **Ziel 6.5-5:** Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente
  Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang zentrenrelevanter Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich um Randsortimente handelt.

- **Grundsatz 6.5-6:** Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente: die maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente soll 2.500 m² nicht überschreiten.

- **Ziel 6.5-7: Überplanung von vorhandenen Standorten**
  Abweichend von den vorstehenden Zielen/ Grundsätzen dürfen vorhandene Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich.

- **Ziel 6.5-8: Einzelhandelsagglomerationen**
  Außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Gleiches gilt für Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Gemeinden haben dabei sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vermieden wird.
  Unter Verfestigung ist dabei etwa die Änderung der Sortimente bestehender Betriebe zu verstehen, während mit Erweiterung das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration gemeint ist.

- **Grundsatz 6.5-9:** Regionale Einzelhandelskonzepte
  Bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen sind Regionale Einzelhandelskonzepte in die Abwägung miteinzustellen.
- **Ziel 6.5-10:** Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs.3 BauNVO
  Diese sind, soweit von § 12 Abs. 3a (1) BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den vorab formulierten Anforderungen der Festlegungen 1-8 entsprechen.

Der **„Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“** in der Fassung vom 22. September 2008[31] fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Der Erlass soll

> „(…) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

> „Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.
>
> In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

---

[31] Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gemeinsamer Runderlass des Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

7.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich nach entsprechender Beschlussfassung durch die zuständigen kommunalen Gremien um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die dann in die Abwägung konkreter Bauleitpläne einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB sowie in § 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich somit um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es unter anderem, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und die Funktionalität** zentraler Versorgungsbereiche zu bestimmen.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des Oberverwaltungsgerichts (OVG) NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG), räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das BVerwG in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.

Betont hat das BVerwG in dieser Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern:

- **Haupt- oder Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in de-

nen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,

- **Neben- oder Stadtteilzentren**, deren Einzugsbereich sich zumeist auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie sowie
- **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

7.3 Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Schwelm

Ziel der vorliegenden Analyse ist es, die mit der Vorgängeruntersuchung getroffenen Handlungsempfehlungen unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen im Einzelhandelsbestand sowie den rechtlichen Rahmenbedingungen zu überprüfen und in ein aktualisiertes Einzelhandelskonzept zu überführen, das als Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung dient. Beschließt der Rat das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, wäre es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund werden im künftigen **Standortkonzept** folgende Aussagen getroffen:

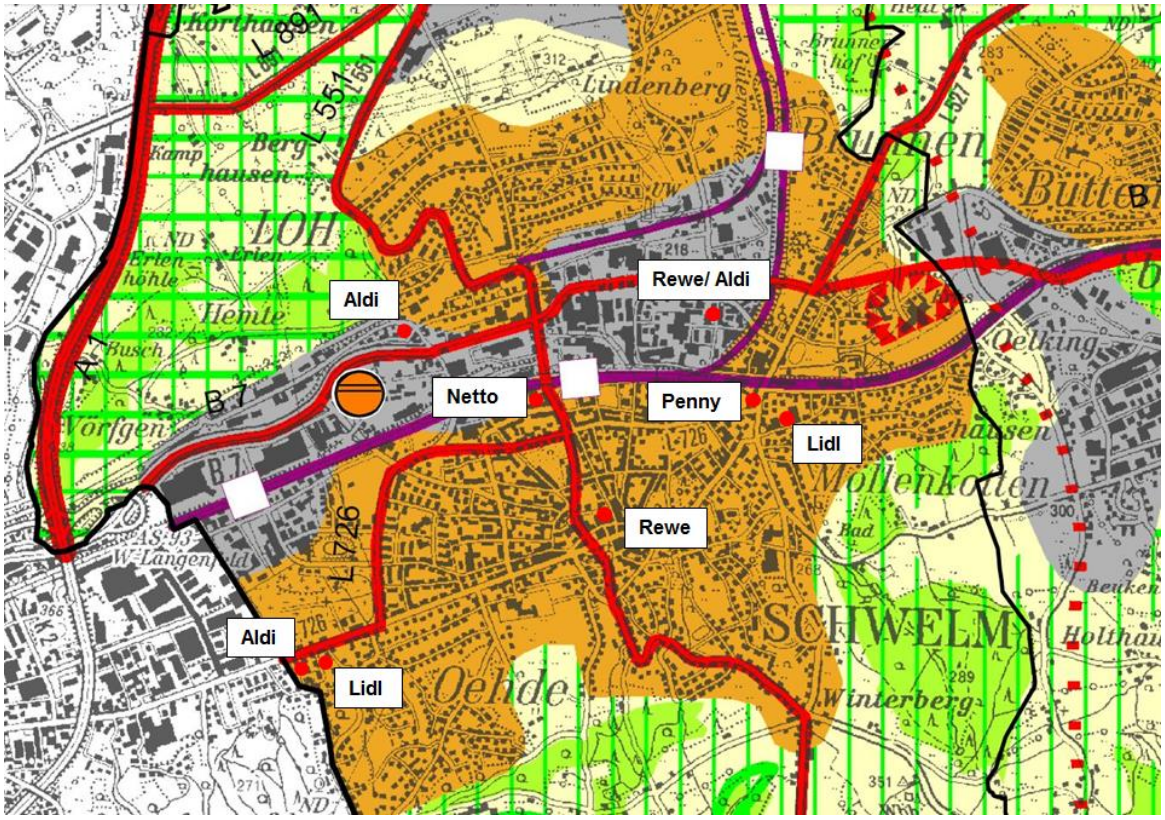
- Ableitung eines aktualisierten räumlich und funktional differenzierten Standortkonzepts
- Verifizierung und ggf. Veränderung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, auf den sich der zentrenrelevante Einzelhandel konzentrieren sollte
- Vorschläge zu geeigneten Entwicklungsstandorten für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Überprüfung der „Schwelmer Liste“ der zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung zwischenzeitlich stattgefundener Veränderungen im Bestand bzw. marktseitiger Aspekte
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. Kapitel 7.1) bilden dabei den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Darauf aufbauend werden die **Leitlinien** der künftigen Einzelhandelsentwicklung von Schwelm wie folgt konkretisiert:

- Oberstes Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist es, die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums aufrechtzuerhalten bzw. funktionsgerecht weiterzuentwickeln.

- Hierbei ist besonderes Augenmerk auf Angebote der Grundversorgung zu legen, die bereits derzeit von wesentlicher Versorgungsbedeutung für die örtliche Bevölkerung sind. Dabei hat die Analyse der derzeitigen Nahversorgungsstrukturen u.a. aufgezeigt, dass der Großteil der vorhandenen Lebensmittelmärkte über eine nicht (mehr) zukunftsfähige Größe verfügt und sich am jeweiligen Standort nicht neu aufstellen kann.
- Den Rahmen für die anzustrebende Weiterentwicklung/ Neuordnung der Nahversorgungsangebote gibt hierbei der Landesentwicklungsplan NRW vor.

Karte 16: Regionalplandarstellung Stadt Schwelm



Quelle: Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Arnsberg - Teilabschnitt Oberbereiche Bochum und Hagen; Blatt 5; eigene Bearbeitung

- Der vorstehenden Karte ist zu entnehmen, dass die beiden Angebotsstandorte Prinzenstraße (Rewe/ Aldi) und Metzer Straße (Aldi) in einem Gewerblich Industriellen Bereich (GIB) liegen und einer Weiterentwicklung somit die Ziele der Landesplanung entgegenstehen.
- Alle sonstigen Lebensmittelmärkte befinden sich in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB), verfügen aber am jeweiligen Standort über keine bzw. nur stark eingeschränkte Erweiterungsmöglichkeiten.
- Ein „Neudenken“ des Nahversorgungsnetzes sollte sich an folgenden Grundsätzen orientieren:
  - **Oberste Priorität** hat die Sicherung/ das Entwickeln eines modernen Supermarktes in der **Innenstadt von Schwelm**.

Denn neben der Versorgung der unmittelbar im Stadtzentrum lebenden Bevölkerung übernimmt dieser wesentliche frequenzerzeugende Wirkung für den Zentrumsbereich.

- Auch ein zusätzlicher/ neu aufgestellter **Drogeriemarkt** in marktgerechter Größendimension (600 m² und mehr) sollte in der Innenstadt liegen. Sowohl die anstehende Neupositionierung des Schwelm-Centers als auch die Entwicklung des ehemaligen Brauerei-Geländes bieten entsprechende Anknüpfungspunkte.
- Im Sinne einer flächendeckenden Versorgungsstruktur ist der dauerhafte Verbleib von mindestens einem Lebensmittelmarkt in **Möllenkotten** bzw. **Oehde** anzustreben. Entsprechende Planungen zur Sicherung/ Stärkung sollten daher positiv begleitet werden.
- Jegliche Weiterentwicklung/ Neuordnung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte allerdings nur unter dem Vorbehalt, dass die für die Innenstadt angestrebten Entwicklungsziele nicht gefährdet werden, weiterverfolgt werden.
- Diesbezüglich ist davon auszugehen, dass ein **zusätzlicher Supermarkt** mit hohen Umverteilungen gegenüber dem Bestand einhergehen wird. Evtl. Neuansiedlungen/ Neuaufstellungen kämen daher nur als Ersatz für den Angebotsstandort Prinzenstraße in Betracht, sollte es hier zu einem Rückzug des aktuellen Betreibers (Rewe) und zu einem anschließendem Ausschluss vergleichbarer Nutzungen kommen. Dies erscheint aktuell jedoch sehr unwahrscheinlich.
- Zur Aufnahme der zu erwartenden Neuaufstellungen bzw. Standortverlagerungen lokal ansässiger Lebensmitteldiscounter wird der rd. 800 Meter nordwestlich des Stadtzentrums im Kreuzungsbereich von Viktoriastraße, Am Ochsenkamp und Carl-vom-Hagen-Straße gelegene südliche Teilbereich des **„Zassenhaus-Geländes“** vorgeschlagen (vgl. Karte 21). Denn die seit vielen Jahren brachliegende Fläche ist ausreichend groß dimensioniert, weist einen hohen Wohngebietsbezug zum Kernstadtbereich auf und ist im Regionalplan als ASB-Fläche dargestellt.
  Zudem sind auch aus Sicht der Stadtverwaltung keine weiteren Potenzialflächen mit vergleichbaren Rahmenbedingungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Wohngebietsbezug und Regionalplandarstellung im Kernstadtbereich verfügbar.

  An diesem als ergänzenden „**Nahversorgungsstandort**“ in das Zentrenkonzept der Stadt Schwelm zu berücksichtigende Standortbereich könnten bis zu zwei Lebensmitteldiscounter in marktfähiger Größendimension untergebracht werden, sofern es sich um die Verlagerung bereits in Schwelm vorhandener Filialen handelt und die landesplanerischen Vorgaben für außerhalb zentraler Versorgungsbereiche gelegene Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Ausnahmeregelung Ziel 6.5.2; vgl. S. 66) gewahrt werden. Ausdrücklich nicht geöffnet werden soll der Standort – insbesondere zum Schutz der nahegelegenen Innenstadt – für einen Lebensmittelvollsortimenter (Super-/ Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus) und einen Drogeriemarkt.

- Denn aufgrund der Konzentration strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen stellt die **Innenstadt** von Schwelm auch weiterhin den **wichtigsten gesamtstädtischen Versorgungsstandort** dar (=Hauptzentrum).

- Großflächige Entwicklungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischer Versorgungsfunktion sollen daher auch zukünftig auf das Hauptzentrum von Schwelm konzentriert werden. Vor diesem Hintergrund gilt es, die derzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu verifizieren (vgl. Karte 18, folgendes Kapitel).

- Auch im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sollten Entwicklungen innerhalb des Hauptzentrums Priorität eingeräumt werden. Denn neben der Versorgung der unmittelbar im Stadtzentrum lebenden Bevölkerung tragen die vorhandenen Lebensmittel- und Drogeriemärkte wesentlich zur Frequenz der Innenstadt bei (s.o.).

- Ergänzt wird das Hauptzentrum von den im östlichen bzw. westlichen Kernstadtbereich gelegenen **Nahversorgungszentren Möllenkotten** und **Oehde**, die auch weiterhin wichtiger Bestandteil einer flächendeckenden Nahversorgung sind. Vor diesem Hintergrund ist bei den oben dargelegten Empfehlungen zur Nahversorgung auch der dauerhafte Verbleib von mindestens einem Lebensmittelmarkt in Möllenkotten bzw. Oehde empfohlen worden.

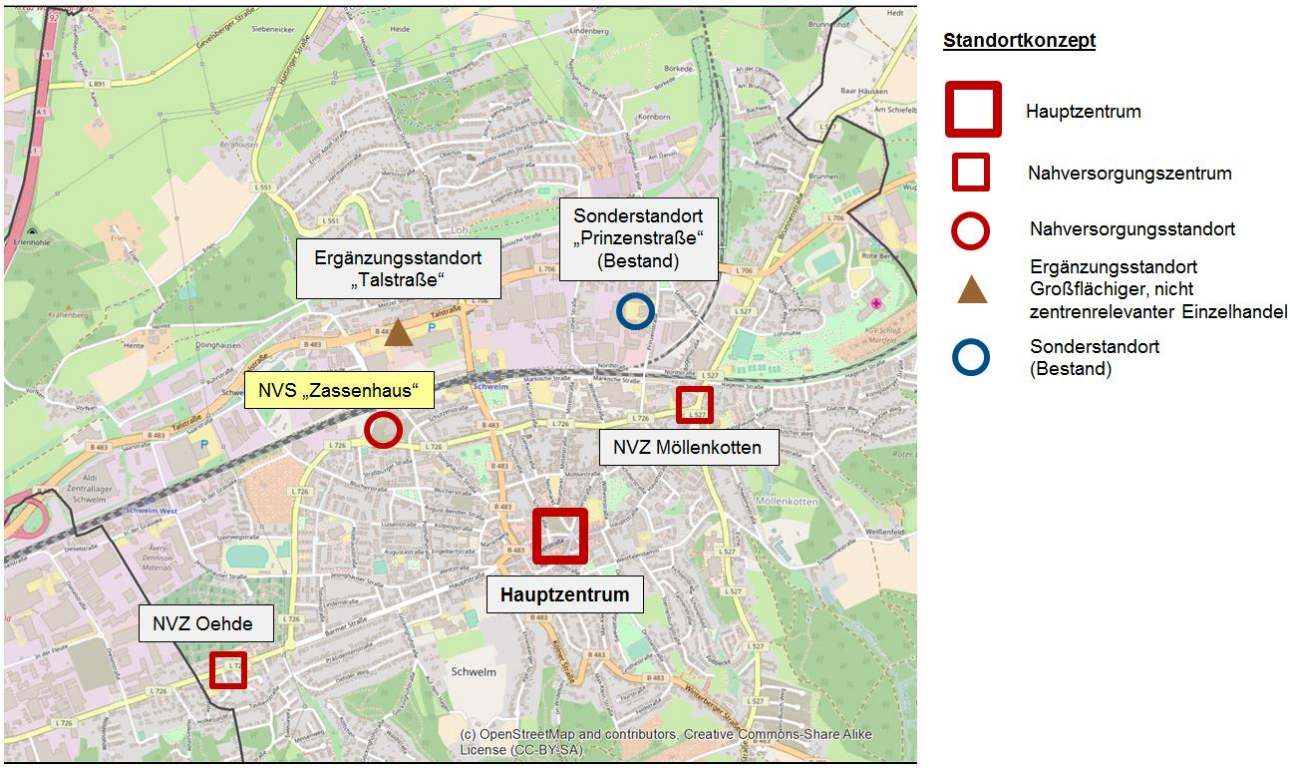
- Empfohlen wird auch weiterhin die Konzentration des **nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels** auf den **Ergänzungsstandort** „**Talstraße**“. Denn dieser ist bereits heute prägender Angebotsstandort nicht-zentrenrelevanter Sortimente. Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an dieser Stelle würde hingegen den vorab dargelegten Handlungsempfehlungen zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels entgegenstehen und ist somit auch weiterhin nicht zu empfehlen.
  Vielmehr sollten zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente an diesem Standortbereich auch künftig nur als betriebsformentypische Randsortimente zugelassen werden.
  Allerdings wird der Standortbereich im Regionalplan größtenteils als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dargestellt. Die Weiterentwicklung dieses Standortbereiches würde demnach den Zielaussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel widersprechen (Ziel 6.5-1).

- Der v.a. durch die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Rewe geprägte Angebotsstandort „**Prinzenstraße**“ wird als „**Sonderstandort**“ (Bestand) ebenfalls in das Standortkonzept aufgenommen. Wie dargelegt wird auch dieser im Regionalplan als GIB dargestellt, so dass eine Weiterentwicklung nicht mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt.
  Gemäß den landesplanerischen Vorgaben ist der Standortbereich daher (bestandssichernd) zu überplanen.

7.4 Standortkonzept

Unter Berücksichtigung der dargelegten Leitziele empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Schwelm an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Karte 17: Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2017



Quelle: Eigene Darstellung

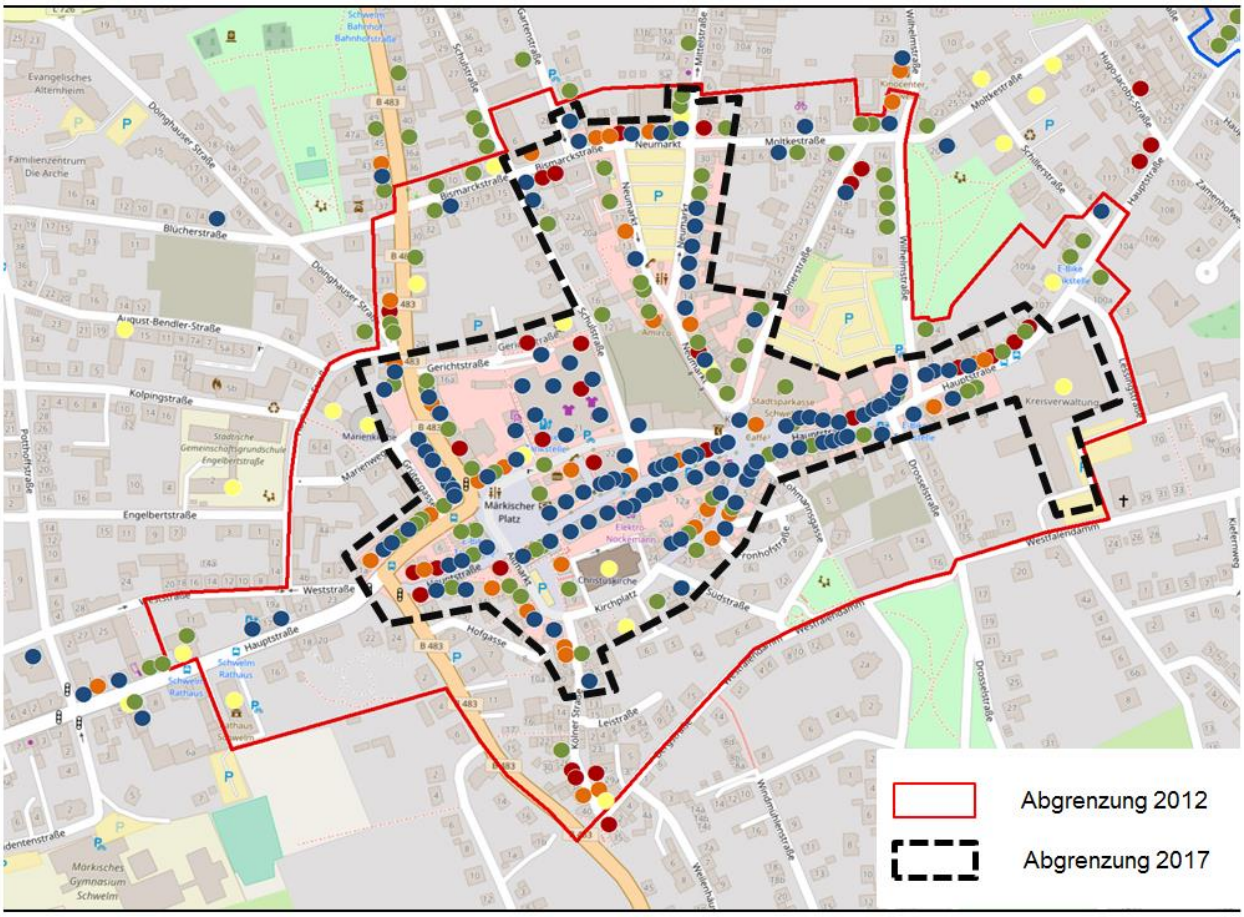
Mit der Innenstadt als Hauptzentrum, den beiden Nahversorgungszentren „Oehde“ und „Möllenkotten“ sowie dem ergänzenden Standortbereich „Talstraße“ für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wird das 2012 erarbeitete Standortkonzept weitgehend bestätigt.

Änderungen ergeben sich durch die Festlegung des „Sonderstandortes Prinzenstraße (Bestand)“ sowie den ergänzenden Nahversorgungsstandort „Zassenhaus“.
Zudem wird vorgeschlagen, das 2012 mit dem „Nahversorgungsstandort Loh“ formulierte Planungsziel aufgrund der nicht gegebenen wirtschaftlichen Tragfähigkeit nicht weiter aufrecht zu erhalten.

Mit dem vorgeschlagenen Standortkonzept 2017 wird das **Stadtzentrum** auch weiterhin als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 7.5) aufzunehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gesamtstadt beziehen.
Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von erheblicher Bedeutung und dementsprechend sorgfältig vorzunehmen und genau

abzuwägen. Vor diesem Hintergrund gilt es, die derzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu prüfen und ggf. anzupassen.

Karte 18: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums



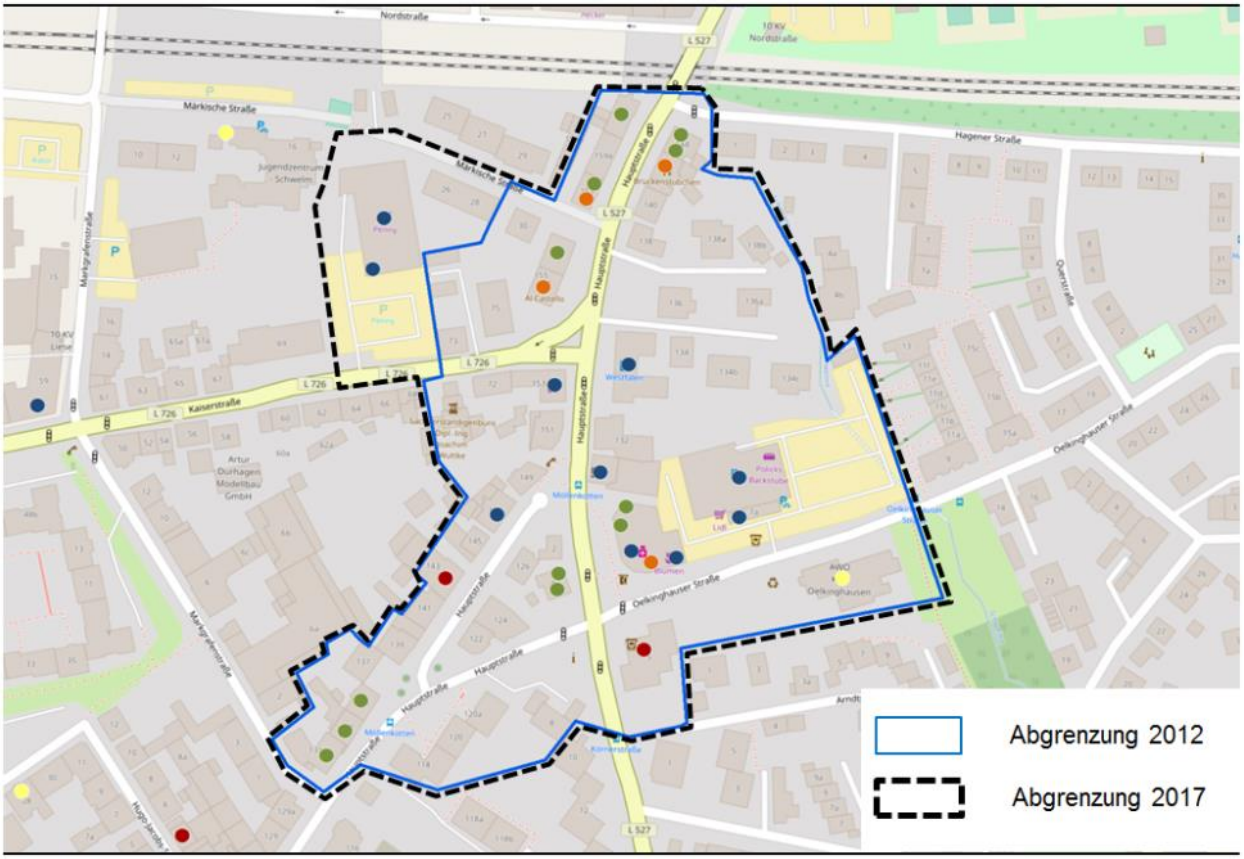
Quelle: eigene Darstellung

Gegenüber der derzeitigen Abgrenzung wird unter Berücksichtigung der derzeitigen Bestandsstrukturen vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen eine stärkere Fokussierung auf den Kernbereich durch eine engere Abgrenzung in den Randbereichen vorgeschlagen, in denen nur noch diffuse Besatzstrukturen vorzufinden sind. Damit wird der Fokus zukünftiger gesamtstädtische relevanter Entwicklungen stärker auf den funktionalen Kern von Fußgängerzone, Neumarkt, Schwelm-Center und Brauereigelände gelegt. Vor allem letztere bieten objektiv die Möglichkeit, größere und auch großflächige Anbieter mit frequenzbringender-/ stabilisierender Wirkung aufzunehmen und somit wichtige Magnetfunktion in zentraler Innenstadtlage zu übernehmen. Demgegenüber wäre eine – aktuell zwar nicht absehbare, theoretisch allerdings mögliche – entsprechende Projektentwicklung in Randlage des derzeitig abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches nur sehr eingeschränkt dazu in der Lage, eine solche positive Wirkung für den Hauptgeschäftsbereich zu entfalten. Kleinteiliger Einzelhandel wäre dagegen selbstverständlich auch weiterhin außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches möglich.

Ergänzende Nahversorgungsfunktion übernehmen die im östlichen bzw. westlichen Stadtgebiet gelegenen **Nahversorgungszentren**, die zur Aufnahme von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und Stadtteilbezug vorgesehen sind.

Hinsichtlich des **Nahversorgungszentrums Möllenkotten** ist festzustellen, dass die Nahversorgungsfunktion dieses Angebotsstandortes mit der zwischenzeitlichen Realisierung des an der Kaiserstraße gelegenen Penny-Discountmarktes gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2012 deutlich ausgebaut worden ist.
Der Standortbereich des Lebensmittelmarktes grenzt hierbei unmittelbar an die 2012 erfolgte räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches an und ist auch unter Berücksichtigung der funktionalen Austauschbeziehungen mit den sonstigen Angeboten des Nahversorgungszentrum diesem zuzuordnen.
Vorgeschlagen wird daher, die bestehende Angrenzung um den Standortbereich des Penny-Marktes zu erweitern.

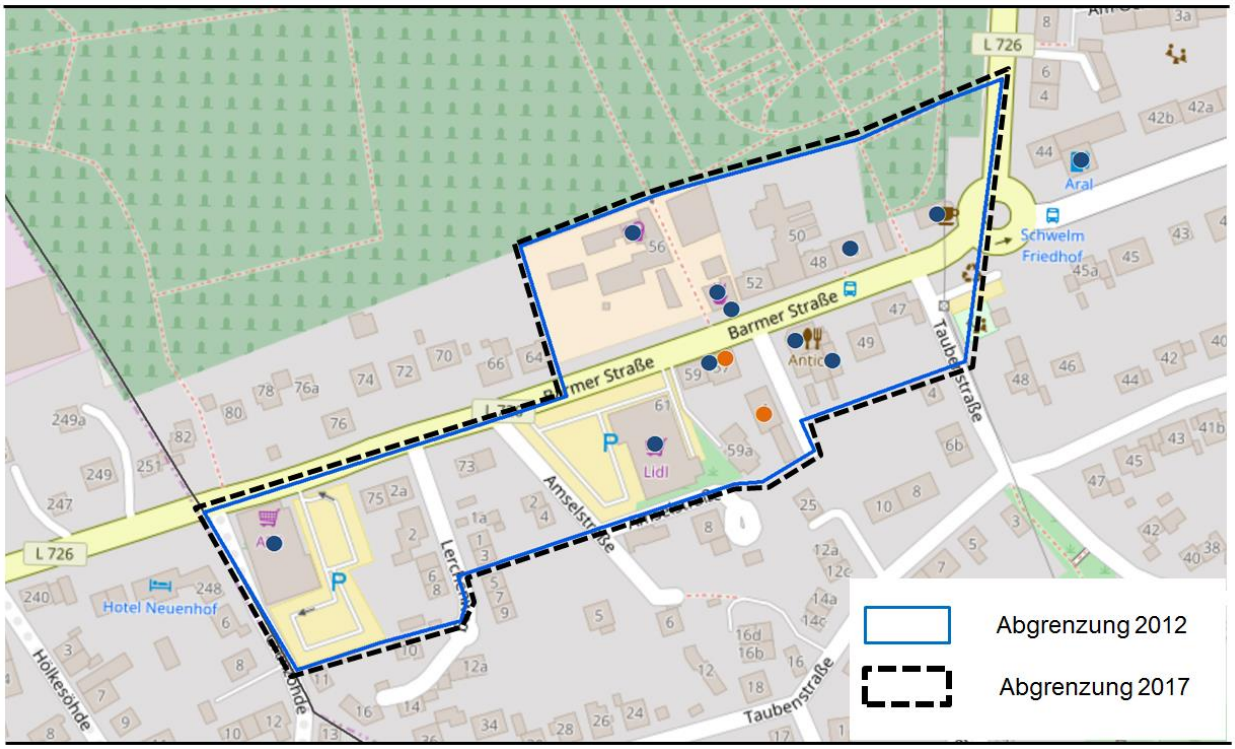
Karte 19: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Möllenkotten



Quelle: eigene Darstellung

Demgegenüber ergibt sich für das **Nahversorgungszentrum Oehde** keine Notwendigkeit, die 2012 erfolgte Abgrenzung zu verändern. Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs kann demnach beibehalten werden.

Karte 20: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Oehde



Quelle: eigene Darstellung

Weitere (Stadtteil-/Nahversorgungs-)Zentren sind unter Berücksichtigung der in Kapitel 7.2 aufgeführten Kriterien nicht vorhanden und absehbar auch nicht zu entwickeln.

Die Analyse der derzeitigen Nahversorgungsstrukturen hat allerdings u.a. aufgezeigt, dass der Großteil der vorhandenen Lebensmittelmärkte über eine nicht (mehr) zukunftsfähige Größe verfügt und sich am jeweiligen Standort nicht neu aufstellen kann.
Um die bisherig flächendeckend vorhandene Nahversorgung nachhaltig zu sichern, wird daher das „**Zassenhaus-Gelände**“ als **ergänzender Nahversorgungsstandort** vorgeschlagen, auf dem die Ansiedlung/ Neuaufstellung von bis zu zwei Discountern möglich sein soll.

Karte 21: Ergänzender Nahversorgungsstandort „Zassenhaus“



Quelle: eigene Darstellung

Die Ansiedlung eines Vollsortimenters bzw. eines Drogeriemarkts an diesem Standort soll zum Schutz des Innenstadtzentrums hingegen ausgeschlossen werden.

Die Lebensmittelanbieter an **sonstigen Lagen** (Rewe/ Aldi; Prinzenstr.; Aldi/ Metzer Str.; Netto/ Bahnhofstr.) übernehmen hingegen nur eingeschränkte Funktionen auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung. Eine über die ohnehin zulässige Bestandssicherung hinausgehende Verkaufsflächenerweiterung dieser Standorte sollte daher ausgeschlossen werden.

Daraus ergibt sich gleichzeitig die grundlegende Handlungsempfehlung keine zusätzlichen größeren Lebensmittelmärkte mehr im Stadtgebiet zuzulassen, um die für die wohnortnahe Versorgung bedeutsamen Angebotsstandorte in den zentralen Versorgungsbereiche bzw. dem ergänzenden „Nahversorgungsstandort“ nicht zu gefährden.

Lediglich kleinflächige Läden zur Gebietsversorgung oder „Hofläden“ in integrierter Wohngebietslage bzw. den kleineren Ortslagen, die ausschließlich der Versorgung einzelner Wohngebiete bzw. Ortslagen dienen und deshalb auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 BauNVO zulässig wären, sollten auch weiterhin möglich sein.

Unter Beachtung der bereits dargestellten Leitziele soll die Ansiedlung von **großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** auch weiterhin auf den „**Ergänzungsstandort Talstraße“** gelenkt werden.

Um hierbei unerwünschte Konkurrenzwirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel zu vermeiden und die zentralen Versorgungsbereiche zu fördern, sollte die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten weitgehend ausgeschlossen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als im Angebotsumfang deutlich untergeordnete Randsortimente zugelassen werden. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn:

- sie in einer sachlichen Beziehung zu dem Kernsortiment stehen,
- die von ihnen belegte Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet wird,
- entsprechende Verkaufsflächen deutlich untergeordnet sind und einen Anteilswert von max. 10 % gegenüber der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten und
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Mittels geeigneter Bebauungspläne sollte sichergestellt werden, dass hier ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) realisiert werden können.

7.5 Definition einer örtlichen Sortimentsliste

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2012 wurde unter anderem auch eine „**Schwelmer Sortimentsliste**“ zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten beschlossen. Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der in Schwelm erfolgten Marktentwicklungen und unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich geänderten landesplanerischen Vorgaben zu überprüfen.

Im Rahmen des Landesentwicklungsplans (LEP) Nordrhein-Westfalen werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik

- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Die vorab genannten Leitsortimente sind innerhalb Nordrhein-Westfalens durchgängig als zentrenrelevant einzustufen – eine ortsabhängige Abweichung ist nicht möglich. Auch in Schwelm sind diese somit als zentrenrelevant einzuordnen.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz demnach unstrittig. Weitergehende Festlegungen können und sollen unter Würdigung der ortspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Grundsätzlich werden dabei folgende Unterscheidungsmerkmale zugrunde gelegt:

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevant Sortimente** einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die **Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten** ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Gegenüber der 2012 beschlossenen Sortimentsliste werden dabei nur wenige Veränderungen vorgeschlagen:

- Die bisherig als nahversorgungsrelevant eingestuften Sortimente „**Blumen**“ und „**Zeitungen/ Zeitschriften**“ werden zu rd. 90 % (Blumen) bzw. zu rd. 75 % (Zeitungen/ Zeitschriften) innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche vorgehalten, verfügen über hohe Kopplungspotenziale mit sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten und weisen demnach eine hohe Zentrenre-

levanz auf. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die Sortimente nunmehr (ausschließlich) den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

- Der einzige spezialisierte Anbieter von **Musikinstrumenten und Musikalien** in Schwelm befindet sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, so dass diesem Segment keine zentrenprägende Funktion zukommt. Somit wird angeregt, die Warengruppe nicht länger den zentrenrelevanten, sondern nunmehr den nicht-zentrenrelevanten zuzuordnen.
- Auch in der aktuell noch als zentrenrelevant eingeordneten Warengruppe „**Waffen/ Jagdbedarf/ Angeln**“ sind keine entsprechenden Angebote innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzufinden, so dass diese ebenfalls den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden soll.
- Gleiches gilt für die bislang als zentrenrelevant eingestuften **Kinderwagen**. Auch diese werden im Innenstadtbereich nicht vorgehalten und sollten demnach zukünftig als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingeordnet werden.
- Die Angebote in den Warengruppen „**Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche (Haustextilien)“** und **„Heimtextilien (Gardinen, Stoffe, Vorhänge)“** entfallen in etwa zur Hälfte auf die Randsortimente des außerhalb des Stadtzentrums gelegenen Roller Möbelhauses. Demnach befinden sich die verbleibenden 50 % innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – hierbei vor allem der Innenstadt - und tragen dort zu einem attraktiven Innenstadtangebot bei. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, sowohl Haus- als auch Heimtextilien weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.
- Waren der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computerzubehör** und auch T**elekommunikationsgerät**e sind gemäß LEP als uneingeschränkt zentrenrelevant zu betrachten, wohingegen im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** grundsätzlich zwischen **Elektrogroßgeräten** und **sonstigen elektrischen Haushaltsgeräten** unterschieden werden kann. Während Elektrokleingeräte vor allem aufgrund der Handlichkeit generell den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuweisen sind, stellen Elektrogroßgeräte (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen und sind daher tendenziell als nicht-zentrenrelevant anzusehen.
  Auch übernimmt dieses Sortiment keine zentrenprägende Funktion und verfügt nur über ein äußerst eingeschränktes Kopplungspotenzial mit den sonstigen, innenstadtprägenden Sortimenten. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die bislang als zentrenrelevant eingestufte Elektrogroßgeräte den nicht-zentren-relevanten Sortimenten zuzuordnen.
- Zudem wird vorgeschlagen, die örtliche Sortimentsliste um die in der Realität nur schwierig voneinander abzugrenzenden Sortimente **„Antiquitäten und Gebrauchtwaren“** zu ergänzen und diese den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort Schwelm wird somit eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante Warengruppen und nicht-zentrenrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Wie oben dargestellt, ergeben sich im Vergleich zu den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Schwelm aus dem Jahr 2012 somit nur geringe Abweichungen.

Tabelle 9: Schwelmer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	**Bezeichnung**	**WZ**	**Bezeichnung**
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		**nicht-zentrenrelevante Sortimente**	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche		
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken),	aus 47.53	Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte wie Herd, Waschmaschine)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
		47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör		

Fortsetzung auf folgender Seite

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	**Bezeichnung**	**WZ**	**Bezeichnung**
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel, Angelbedarf
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Schnittblumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		aus 47.78.9	Waffen und Jagdbedarf
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel

7.6 Handlungsempfehlungen für die kommunale Wirtschaftsförderung und das Leerstandsmanagement

Mit der „Gesellschaft für Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung Schwelm“ (=GSWS) verfügt die Kreisstadt über eine zentrale Organisation, in der wesentliche Dienste und Aufgaben der kommunalen Wirtschaftsförderung gebündelt werden.

Zu den Hauptaufgaben der neu zu organisierenden GSWS sollten auch weiterhin folgende Punkte zählen:

- Bestandspflege ortsansässiger Einzelhändler, z.B. bei betrieblichen Veränderungen (Erweiterungen/ Verlagerungen etc.).
- „Mediator“ zwischen Eigentümern und Betreibern, der Stadtverwaltung, sonstigen Planungsbeteiligten sowie Interessenvertretungen. Bei letzterem ist insbesondere auf die Werbegemeinschaft Schwelm (WGS) zu verweisen, die derzeit rd. 150 Mitglieder aufweist und sich u.a. mit diversen Veranstaltungen und einem „eigenen“ WGS-Gutschein ebenfalls für den Wirtschaftsstandort Schwelm einsetzt („Für einen starken Standort!“).

- Fortführen und ggf. Ausbau öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen, wie es bspw. mit dem verkaufsoffenen Sonntagen, dem innerstädtischen Trödelmarkt und dem „Weihnachtssternenzauber“ bereits geschieht.
  Darüber hinaus sollten regelmäßig auch Informations-/Netzwerkveranstaltungen mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten organisiert werden (z.B. für innerstädtische Immobilieneigentümer), die nicht nur der Information aktueller Entwicklungen, sondern auch dem Austausch untereinander dienen.
- Akquisition von Neuansiedlungen bislang nicht in Schwelm ansässiger Anbieter. Hierbei ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen einer generellen Standortwerbung für den Einzelhandelsstandort Schwelm und der gezielten Ansprache von Anbietern/ Betreibern bei konkreten Vorhaben (z.B. Rathausareal) bzw. auf einzelne Immobilien/ Ladenlokale bezogen.
  Beides setzt eine objektive Auseinandersetzung und umfassende Kenntnisse von Stärken und Schwächen sowie von Chancen und Risiken des Wirtschafts-/ Einzelhandelsstandortes Schwelm voraus. Sofern noch nicht vorhanden, dient eine Standortdatenbank als Basis der systematischen Aufbereitung. Dort können alle (potenzielle) Ladenflächen nach Größe, Lage, derzeitiger Nutzung, Eignung für Einzelhandel/ Dienstleistung/Gewerbe etc. abgelegt und kategorisiert werden.
- Das Internet bietet nicht nur die Möglichkeit, Interessenten einen ersten Überblick über relevante Standortfaktoren und einzelhandelsrelevante Kennziffern zu geben. Vielmehr können dort sämtliche für die Bürger wichtige Informationen gebündelt und digital in einem „Online-Portal“ visualisiert werden. Neben den ortsansässigen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten könnten auch Informationen zum öffentlichen Parken, Fahrradstellplätzen, Wickelmöglichkeiten, öffentlichen Toiletten, Briefkästen etc. in der gemeinsamen Plattform abgebildet werden.
  Ein gemeinsames Online-Portal ginge somit deutlich über einen „digitalen Einkaufsführer“ hinaus, der einen umfassenden Überblick der lokalen Händlerschaft geben und die wichtigsten einzelbetrieblichen Informationen beinhaltet würde:
  - Wer (Name/ Firmierung; Kontaktinformationen), bietet
  - Was (Sortiment),
  - Wo (Adresse, Anfahrt; ggf. eigene Internetseite) und
  - Wann (Öffnungszeiten) an.

  Mit einem möglichst umfassenden digitalen Abbild der lokalen Angebotssituation soll letztlich der Mehrwert des Einkaufens vor Ort verdeutlicht werden, um so das Aufsuchen von in den Nachbarkommunen gelegenen Angebotsstandorten zu reduzieren.
- Um den lokalen Bezug noch deutlicher herauszustellen, könnte mit den lokalen Akteuren, der Stadtverwaltung und interessierten Bürgern eine gemeinsame „Dachmarke“ herausgearbeitet werden, unter der zukünftig sämtliche Marketingmaßnahmen stattfinden.
- Darüber hinaus kann eine gemeinsame Online-Aktivität Impulsgeber für diejenigen Betriebe sein, die sich bislang noch gar nicht bzw. nur unzureichend mit der Online-Thematik bzw. der digitalen Sichtbarkeit auseinander gesetzt haben (vgl. Kapitel 5).
- In engem Zusammenhang zu der oben vorgeschlagenen Standortdatenbank steht das Leerstandsmanagement, bei dem zur Verfügung stehende Flächen zunächst gesammelt, bewertet und dann ggf. online zugänglich gemacht werden. Die GSWS kooperiert diesbezüglich mit der Wirtschaftsförderung der Metropolregion Ruhr sowie der Wirtschaftsförderungsagentur des Ennepe-Ruhr-Kreises, die unter „www.ruhrsite.de/lokal/immobilien“ zahlreiche nach Standortkommunen untergliederte Gewerbeflächen/-immobilien online zugänglich machen. Im Abgleich mit den Be-

standserhebungen der BBE sind dort etwa die Hälfte der derzeit leerstehenden Ladenlokale zu finden. Um eine noch bessere Verknüpfung von Angebots- und Nachfrageseite zu erzielen, wäre ein umfassenderes Abbild der aktuellen Flächenverfügbarkeiten anzustreben.

- Dabei ist die Nachnutzung von leerstehenden Ladenlokalen zunächst (intern) objektiv zu hinterfragen. Mögliche Kriterien können hierbei sein:
  - Standort- und Lagequalität, Frequenz und Umfeldnutzungen,
  - Eignung der Immobilie (Größe, Zuschnitt, Erschließung, Funktionalität, Barrierefreiheit u. a.),
  - (äußerer) Zustand der Immobilie (Fassade, Eingang, Schaufenster u. a.).

  Sofern eine Vermietung an Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsbetriebe nicht zu erwarten ist, sollte – auch um längerfristige Leerstände zu vermeiden – das Gespräch mit den Eigentümer gesucht und aktiv bspw. das Umwandeln in Wohnraum angesprochen werden.

- Bei der Auseinandersetzung mit den derzeit in Schwelm vorhandenen Leerstandsflächen konnte aufgezeigt werden, dass bei einer maximalen Fläche von rd. 350 m² (ehem. Netto-Markt an der Bahnhofstraße) aktuell kaum größere Ladenlokale zur Verfügung stehen. Dies findet auch in einer durchschnittlichen Leerstandsgröße von rd. 90 m² seinen Ausdruck.[28]
  Dabei entfallen knapp 22 % der leerstehenden Verkaufsflächen auf das an der Talstraße gelegene ehemalige Business-Forum-Schwelm. Dieses ist dem Sonderstandort Talstraße zugeordnet, so dass im Sinne des vorgeschlagenen Zentrenkonzeptes dort lediglich Angebotsformate mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment angesiedelt werden sollten.
  Während etwa 15 % der vorhandenen Flächen im sonstigen Stadtgebiet verteilt sind, konzentriert sich der Großteil der leerstehenden Flächen auf das Stadtzentrum, nimmt hier allerdings überwiegend randseitige Lagen ein.
  Die wenigen Flächen im Haupteinkaufsbereich dürften hierbei zeitnahen wieder vermietet werden – längerfristige Leerstände sind nicht zu erwarten. Unter der Voraussetzung moderater Mietpreise sind dort neben (Fach-)Einzelhandel auch frequenzaffine Dienstleistungen (z.B. Reisebüro, Frisör, Kosmetik, Schlüsseldienst, Gastronomie) unterzubringen.
  In den Randlagen mit geringerer Frequenz wären hingegen vor allem solche Anbieter anzusiedeln, die einen hohen Zielkundenanteil aufweisen, nur über ein vergleichsweise geringes Kopplungspotenzial mit anderen Nutzungen verfügen und demnach auch ohne größere Kundenfrequenzen am Standort funktionieren.

- Für die zukünftige (Nach-)Belegung von Ladenlokalen könnten zudem Anbieter mit standortseitigen Nachteilen identifiziert und gezielt angesprochen werden.

[28] 44 leerstehende Ladenlokale mit einer (geschätzten) Verkaufsfläche von rd. 3.980 m².

8 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Schwelm im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Rates über die Grundzüge des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenschädlichkeit eines Sortiments bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

Köln, im August 2017

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Claus Freuen



i. V. Jörg Lehnerdt

9 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass der Rat der Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

9.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schwelm zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Schwelm weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013[29] klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, 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).

[29] Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe[30] begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten 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 nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten 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. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

9.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

---

30 Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 9.2.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.
- Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls
  - einen eigenen Eingang,
  - eine eigene Anlieferung und
  - eigene Personalräume haben sowie
  - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

9.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.[31]

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

---

31 BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

9.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist 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 Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.[32] 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.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.
(OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11)

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

---

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

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

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

9.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Schwelm steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der im zentralen Versorgungsbereich gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

9.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „… ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)[33].

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

9.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche möglich. Im Falle des ergänzenden Nahversorgungsstandortes auf dem Zassenhaus-Gelände ist die Ansiedlung von maximal zwei Lebensmitteldiscounter in marktgängiger Größendimension planungsrechtlich zu sichern, sofern es sich hierbei um die Verlagerung bereits innerhalb der Stadt Schwelm ansässiger Discounter handelt und in Oehde und Möllenkotten mindestens ein Lebensmittelmarkt verbleibt.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Um die Innenstadt zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden.
- Auch sollten im Stadtgebiet keine zusätzlichen größeren Lebensmittelmärkte mehr zugelassen werden, um die für die wohnortnahe Versorgung bedeutsamen Angebotsstandorte in den zentralen Versorgungsbereiche bzw. dem ergänzenden „Nahversorgungsstandort“ nicht zu gefährden.
- Für den Ergänzungsstandort des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind Weiterentwicklungen des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich grundsätzlich zu unterstützen. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimen-

[33] zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

te sollten in diesem Bereich aber auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).

- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.