Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

# Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept

im Auftrag der Stadt Borken
Hamburg/Düsseldorf, 08. Juni 2017

Endbericht

Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

# Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Projektnummer: 16DLP2033
Exemplarnummer: Beschlussvorlage

Projektleitung: Sandra Emmerling

im Auftrag der
Stadt Borken
Im Piepershagen 17 • 46325 Borken

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden
Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis IV
Tabellenverzeichnis VI

## 1 Grundlagen 1

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung 1
1.2 Untersuchungsdesign 2
1.3 Vorgehensweise 5

## 2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel 6

2.1 Demografischer Wandel 6
2.2 Betriebsformenwandel 7
2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte 9
2.4 Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel 11
2.5 Fazit 14

## 3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken 16

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion 16
3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen 18
3.3 Planerische Ausgangslage 22

## 4 Nachfragesituation in Borken 25

4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung 25
4.1.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum 25
4.1.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen 28
4.1.3 Einkaufszufriedenheit mit der Einkaufsstadt Borken 30
4.2 Marktgebiet der Stadt Borken 32
4.3 Nachfragepotenzial der Stadt Borken 35

5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Borken 37

5.1 Branchenstruktur 37
5.2 Raumstruktur des Einzelhandels 39
5.3 Betriebsgrößenstruktur 40
5.4 Leerstandssituation 42
5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels 43

6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse 45

6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Borken 45
6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge 46
6.2.1 Quantitative Bewertung 46
6.2.2 Qualitative Bewertung 48
6.3 Nahversorgungssituation in Borken 52
6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Borken 56
6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen 58
6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Borken 60

7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Borken 63

7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung 63
7.2 Verkaufsflächenspielräume 65
7.3 Strategische Orientierungsprinzipien 68

8 Zentrenkonzept für die Stadt Borken 72

8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche 72
8.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Borken 76
8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich: Innenstadtzentrum von Borken 78
8.2.2 Zentraler Versorgungsbereich: Nahversorgungszentrum Weseke 81
8.2.3 Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost) 84

9 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken 86

9.1 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Borkener Liste“ 86
9.2 Aktualisierte Ansiedlungsleitsätze 89

10 Einordung von Planvorhaben und Prüfstandorten in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 93

10.1 Projekte im Innenstadtzentrum 93
10.2 Projekte und Potenziale der Nahversorgung 94
10.3 Projekte im Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße 95
10.4 Projekte in sonstigen gewerblich geprägten Bereichen 98

11 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Borken 103

12 Zusammenfassung 108

13 Glossar 110

# Abbildungsverzeichnis


- Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen 7
- Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel 8
- Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz 10
- Abbildung 4: Lage im Raum 16
- Abbildung 5: Einwohnerverteilung in Borken nach Stadtteilen 18
- Abbildung 6: Entwicklung der Altersstruktur in Borken 19
- Abbildung 7: Kaufkraftkennziffern im Vergleich 20
- Abbildung 8: Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Borken (Zone 1) 25
- Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2) 27
- Abbildung 10: Veränderung der Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Borken (Zone 1) 28
- Abbildung 11: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung 29
- Abbildung 12: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Borken aus Sicht der Verbraucher 30
- Abbildung 13: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Borken 31
- Abbildung 14: Marktgebiet des Einzelhandels 33
- Abbildung 15: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt 35
- Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Borken 37
- Abbildung 17: Branchenstruktur des Einzelhandels in Borken 38
- Abbildung 18: Räumlich-funktionale Struktur des Borkener Einzelhandels 39
- Abbildung 19: Umsatzstruktur des Einzelhandels 43
- Abbildung 20: Verkaufsflächendichten im interkommunalen Vergleich 45
- Abbildung 21: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt 47

- Abbildung 22: Bewertung der Öffnungszeiten des Borkener Einzelhandels 49
- Abbildung 23: Bewertung der Online-Präsenz des Borkener Einzelhandels 51
- Abbildung 24: Nahversorgungssituation in Borken 53
- Abbildung 25: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Borken 57
- Abbildung 26: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Borken 59
- Abbildung 27: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Borken 65
- Abbildung 28: Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels 66
- Abbildung 29: Strategische Orientierungsprinzipien 69
- Abbildung 30: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“ 70
- Abbildung 31: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Borken 77
- Abbildung 32: Abgrenzung des Innenstadtzentrums von Borken (Zielperspektive) 79
- Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Weseke (Zielperspektive) 82
- Abbildung 34: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Otto-Hahn-Straße 85

# Tabellenverzeichnis


- Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Borken im Vergleich 18
- Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten 21
- Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich 21
- Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich 22
- Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels 34
- Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Borken nach Standortbereichen 40
- Tabelle 7: Citydichte der Innenstadt im Vergleich 47
- Tabelle 8: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels 55
- Tabelle 9: Zentrenpass Innenstadtzentrum Borken - Status quo 78
- Tabelle 10: Zentrenpass Innenstadtzentrum Borken - Perspektive 80
- Tabelle 11: Zentrenpass Nahversorgungszentrum Weseke - Status quo 81
- Tabelle 12: Zentrenpass Nahversorgungszentrums Weseke - Perspektive 83
- Tabelle 13: Standortpass Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße - Status quo 84
- Tabelle 14: Standortpass Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße – Handlungsziele 85
- Tabelle 15: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Borkener Sortimentsliste“) 88

# 1 Grundlagen

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die nordrhein-westfälische Stadt Borken ist Kreisstadt des gleichnamigen Kreises und verfügte im Jahr 2016 über etwa 42.300 Einwohner. Sie liegt im ländlich geprägten Westmünsterland und damit nahe der niederländischen Grenze.

Die Mittelstadt Borken wird durch eine polyzentrische Struktur geprägt. Der Siedlungsschwerpunkt in dem rd. zwei Drittel der Einwohner leben wird aus den Gemarkungen Borken und Gemen gebildet. Er hat sich zugleich als Einzelhandelsschwerpunkt herausgebildet. Neben dem kleinstädtisch geprägten Ortsteil Weseke, weist das übrige weiträumige Stadtgebiet von Borken über eine ländliche Prägung mit dispersen Siedlungsstrukturen auf.

Aufgrund der Entfernung zu den Oberzentren Münster und Essen sowie dem Centro Oberhausen kommt der Stadt Borken als Mittelzentrum wichtige Bedeutung als Einzelhandelsschwerpunkt zu. Mit Ausnahme des Mittelzentrums Bocholt ist die Wettbewerbsdichte im Nahbereich als gering zu bezeichnen. Dies spiegelt sich in leichten Nachfragezuflüssen wider (Zentralität 2016: 115 %).

Den planerischen Entwicklungsrahmen für die örtliche Einzelhandelsentwicklung stellten bislang das Einzelhandelskonzept für die Stadt Borken aus dem Jahre 2009 sowie die Teilfortschreibung „Nahversorgung in Weseke“ aus dem Jahre 2012 dar. In den letzten Jahren haben sich einerseits die Rahmenbedingungen auf Landes- und Bundesebene verändert. Andererseits liegen mehrere Einzelhandelsplanvorhaben vor. Das Steuerungskonzept wurde daher unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen fortgeschrieben, um die Funktionalität aufrecht zu erhalten und um zukunftsfähige Perspektiven zu bieten. Hierbei waren zugleich die Herausforderungen durch den Online-Handel zu beachten.

## 1.2 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts umfasste folgende Schritte:

**Situationsdarstellung**

- Darstellung wesentlicher allgemeiner Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und Verbraucherverhalten (Angebot und Nachfrage);
- Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken unter Berücksichtigung bestehender Entwicklungsplanungen;
- Ermittlung der planerischen Ausgangssituation: Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, zentralörtliche Bedeutung von Borken im Raum;
- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Überprüfung und Abgrenzung des Marktgebiets des Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials in 2016 und 2025 nach Branchen sowie nach Marktgebietszonen; Aussage zum Anteil, der in den Online-Handel fließt;
- Ermittlung und Bewertung der Angebots- und Leerstandssituation des Borkener Einzelhandels über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen nach Lagen, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; in den zentralen Versorgungsbereichen (Abgrenzung Altkonzept 2009/12) wurden darüber hinaus wesentliche konsumnahe, zentrenergänzende Nutzungen erfasst; zudem Berücksichtigung in Umsetzung befindlicher Planvorhaben.

**Bewertung des Einzelhandels in Borken (Angebotsanalyse)**

- Bewertung der Versorgungslage für Sortimente/Branchen nach Standortbereichen; Aussage zu Betriebsgrößen, Quantität und Qualität des Angebots; Darstellung von quantitativen und qualitativen Versorgungslücken; Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit geeigneten Benchmarks;
- Bewertung der Funktionswahrnehmung der Innenstadt innerhalb der Versorgungsstrukturen der Gesamtstadt; dabei Erhebung, Analyse und Bewertung der Online-Auffindbarkeit und Qualität der Online-Präsenz der Innenstadt-Händler sowie der Öffnungszeiten;
- Analyse von Nachfrageströmen und Einzelhandelszentralitäten insgesamt und nach Branchen sowie Bewertung der Nachfragebindung und -abflüsse der

ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland unter Berücksichtigung des Online-Handels;

- Bewertung der Leistungs- und Zukunftsfähigkeit der wohnstandortnahen fußläufigen Nahversorgungsstruktur; dabei Ermittlung von Verkaufsflächendichten, Betriebstypenstruktur, Anteil von Vollsortimentern zu Discountern und räumlichen Versorgungslücken unter Zugrundelegung von fußläufigen Versorgungsradien und Beachtung des demographischen Wandels;
- Durchführen einer SWOT-Analyse (kombinierte Stärken-/Schwächen-Analyse und Chancen-/Risiko-Analyse) zum Einzelhandelsstandort Borken.

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Borken**

- Darstellung der Entwicklung der relevanten Rahmenbedingungen bzw. Hauptantriebkräfte der Flächenentwicklung; Ableitung des quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenzials (Verkaufsflächen nach Standortbereichen und Branchen) für den Einzelhandel in Borken bis zum Prognosehorizont 2025;
- Weiterentwicklung der Einzelhandelsentwicklungsstrategie und übergeordneter Ziele für die Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Borken einschließlich der Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Profil der Zentren-, Fachmarkt- und Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet und in den Stadtteilen; dabei wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der Standorte unterbreitet;
- Empfehlungen zur Strukturentwicklung (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken); dabei Empfehlungen für zukunftsfähige Angebotsergänzungen aber auch für Branchenbeschränkungen; Empfehlungen zur Erhöhung der Kaufkraftbindung;
- Begründete Modifikation der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Darstellung des prägenden Ergänzungsstandorts in Form von Zentren- bzw. Standortpässen (inkl. Kartierung); dabei Bewertung der Funktionsfähigkeit, der Gefährdungspotenziale und der Entwicklungsperspektiven sowie Herausarbeitung spezifischer Handlungsempfehlungen (Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten). In den zentralen Versorgungsbereichen wurden auch Potenzial-/Entwicklungsflächen berücksichtigt.
- Überprüfung des Einzelhandelskonzepts aus 2009/12 bezgl. der Veränderungserfordernisse und Weiterentwicklung der Ansiedlungsleitsätze zur sortiments- und lagenspezifischen Steuerung von Einzelhandelsvorhaben;

- Überprüfung und Modifikation der ortsspezifischen Sortimentsliste („Borkener Liste“) anhand der faktischen Prägung der zentralen Versorgungsbereiche und einer perspektivischen Betrachtung der Entwicklungsoptionen; überdies Berücksichtigung planerischer Vorgaben (LEP, Regionalplan).

**Bewertung aktueller Planvorhaben und konzeptionelle Einordnung von Entwicklungsstandorten**

- Gutachterliche Einschätzung zu relevanten Planvorhaben hinsichtlich der Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept i.d.F.v. 2017 und der Landesplanung anhand der wesentlichen Chancen und Risiken einer Vorhabenrealisierung und Ableitung von Empfehlungen zur Einbindung in das tradierte Einzelhandelsgefüge. Für Vorhaben, die sich nicht in das tragfähige Flächenpotenzial oder die Ansiedlungsleitsätze einordnen, wurden Empfehlungen zu möglichen veränderten Vorhabenkonzeptionen (Sortimente, Verkaufsflächen, Ausschluss) ausgesprochen.
- Für ausgewählte Vertiefungsbereiche wurden darüber hinaus Entwicklungs- und Maßnahmenvorschläge zur Profilierung und Ergänzung von Einzelhandelsnutzungen analysiert und abgewogen. Es war damit die Eignung für den Einzelhandel (sowohl handelsseitig als auch aus Sicht der Stadtentwicklung) auszuloten sowie Empfehlungen zur Belegung resp. zum Ausschluss potenzieller Entwicklungsstandorte auszusprechen.

**Maßnahmenkonzept**

- Umsetzungsorientierte Maßnahmenvorschläge für die Sicherung und Stärkung des Einzelhandels, v.a. zur Anwendung/Umsetzung des Einzelhandelskonzepts einschl. Empfehlungen für die Bauleitplanung sowie Empfehlungen mit Blick auf die Nahversorgung in den Stadtteilen von Borken.

## 1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Sichtung der vom Auftraggeber bereitgestellten Unterlagen (Einzelhandelsgutachten, Informationen zu Vertiefungsbereichen und Planvorhaben, etc.);
- flächendeckende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) in Borken u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen; in den Zentren wurden darüber hinaus zentrenergänzende Nutzungen erfasst;
- gründliche Begehungen der Innenstadt von Borken sowie der sonstigen wesentlichen Standortbereiche des Einzelhandels und der Vertiefungsbereiche;
- Vorbereitung, Durchführung und Auswertung einer telefonischen Haushaltsbefragung im Untersuchungsraum (Borken und Umland) mit einer Stichprobe von insgesamt 600 befragten Haushalten;
- Durchführung von
  - einem verwaltungsinternen Auftaktgespräch,
  - fünf Sitzungen der Lenkungsgruppe,
  - drei Arbeitskreissitzungen mit Akteuren aus Stadtverwaltung und der Politik, relevanten Verbänden und dem Einzelhandel,
  - einer Öffentlichkeitsveranstaltung sowie
  - jeweils einer Zwischen- sowie einer Ergebnispräsentation in den politischen Gremien.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Betriebe die ihren Umsatzschwerpunkt eindeutig nicht im stationären Handel haben (z.B. Pflanzen-Großhandel), wurden nicht berücksichtigt. Nachfrageseitig wurde der nicht-stationäre Handel (Online- und Versandhandel) beachtet, da er immer stärker an Bedeutung gewinnt und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels vorliegen. Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.

# 2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

## 2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten ein Rückgang der Einwohnerzahl bevor. Während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch im Mittel 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar ist. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart, Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung (‚Singlesierung') und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

Da eine Veränderung immer auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt also, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zieloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und zu besetzen.

## 2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen Präferenzverschiebungen einher. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und überlebensfähig wirtschaften zu können.

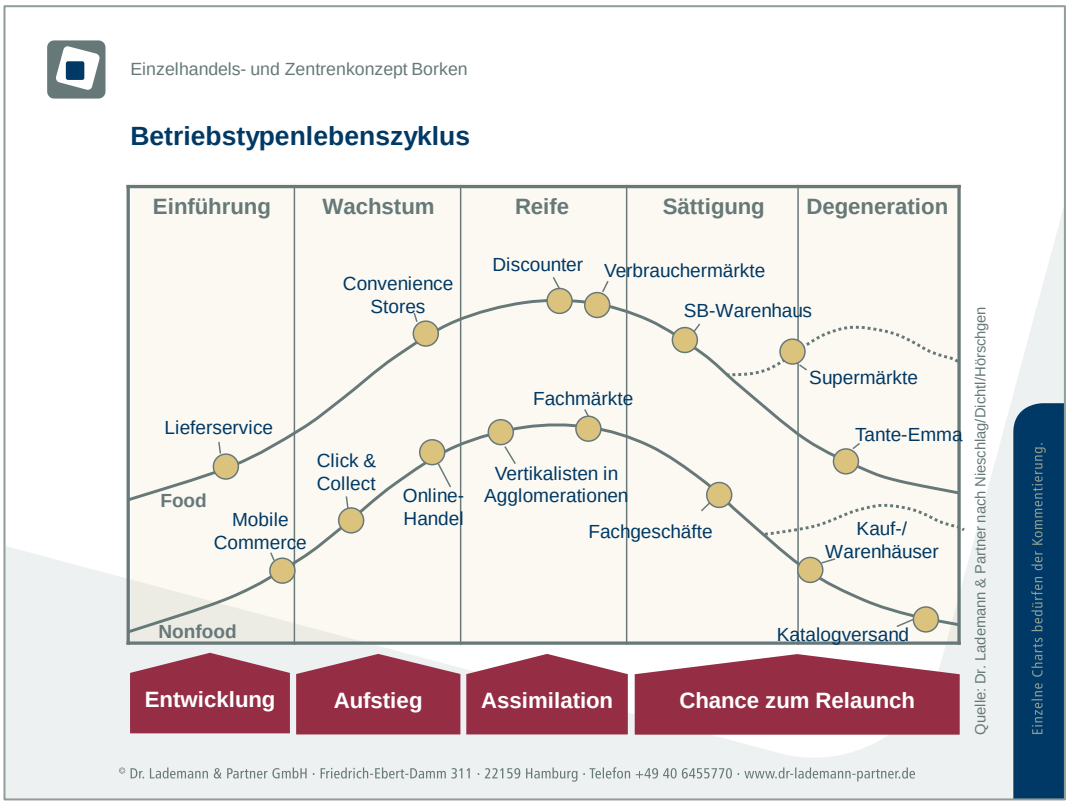


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen

Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung). So hat beispielsweise das Warenhaus ihren Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzu-

passen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren (‚Nischenplayer'). Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce[1] sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten.

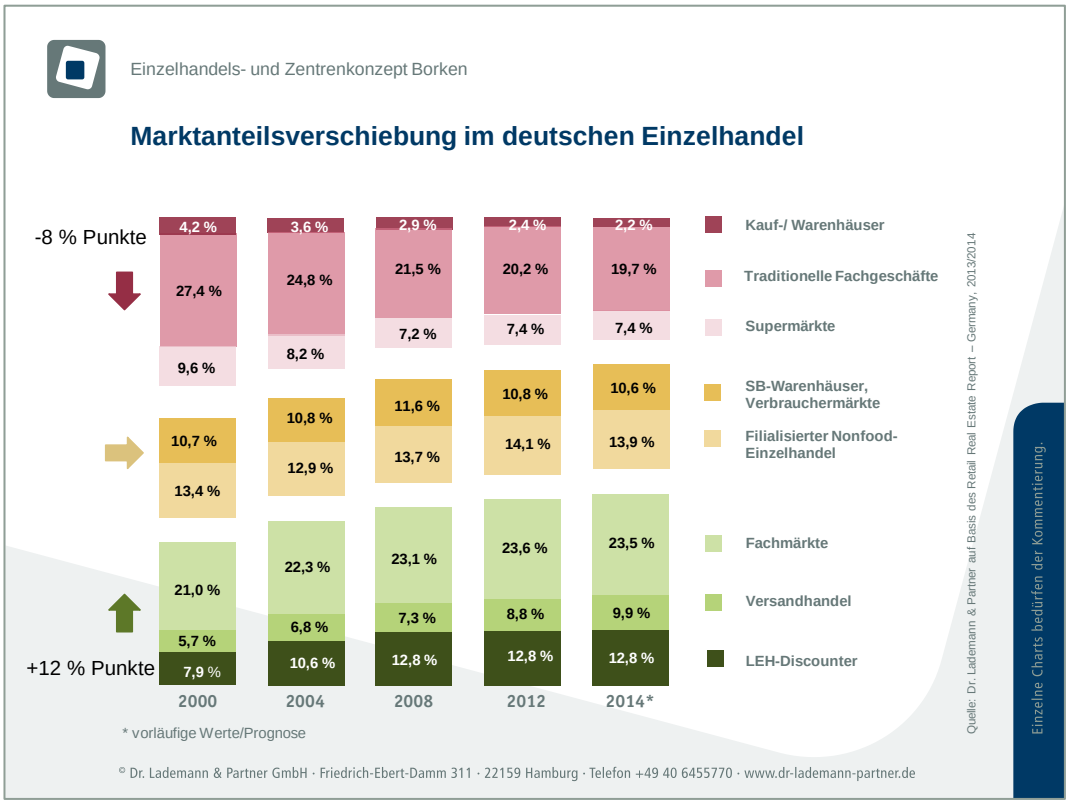


Abbildung 2: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen. Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden. Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsfor-

[1] B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.

men wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören. In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von digitalen Angeboten mit Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer entgegengewirkt wird („Third-Place"). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.[2] Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel, wenngleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen ein „Gesundschrumpfen" festzustellen ist.

## 2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren ungebremst fort. Hierbei geht eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des Katalogversands einher: Belief sich im Jahr 2006 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 38 %, wird für das Jahr 2016 bereits ein Anteil von 96 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

Während zwischen den Jahren 2006 bis 2010 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 17 % auf insgesamt 30,3 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von mehr als 40 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenz für die nachfolgenden Jahre 2014 bis 2016 ist mit bis zu 10 % p.a. deutlich unter Erwartung verlaufen. Für das Jahr 2017 wird damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei

[2] Vgl. Lademann, Rainer, Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck, 1999.

etwa 11 % liegen werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach einzelnen Sortimenten betrachtet bereits erste Sättigungstendenzen festzustellen sind.

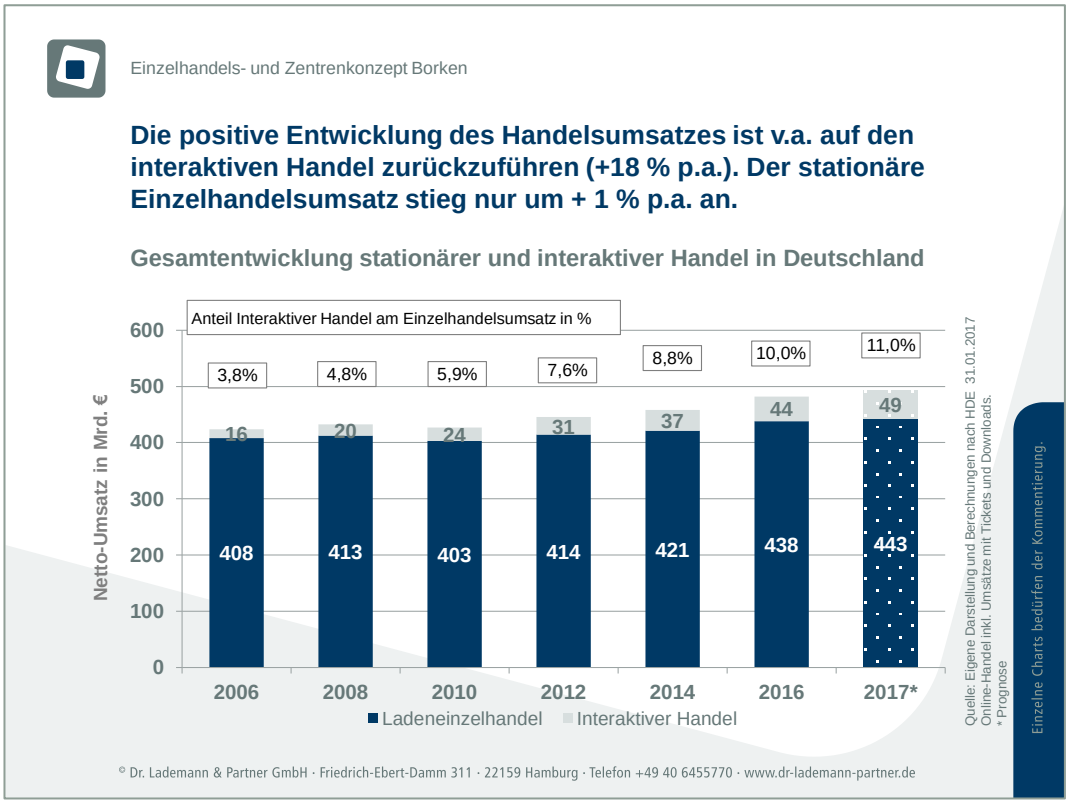


Abbildung 3: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz

Es zeigt sich, dass der Anteil des Online-Handels und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen zu Lasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat. Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatz-[3] und Frequenzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat. Hierbei ist davon auszugehen, dass „Verlierer" der Entwicklung Mittelstädte und Stadteilzentren von Großstädten sein werden. Für die Metropolen in Deutschland ist ein Wachstum zu erwarten.

[3] Derzeit werden vom gesamten Online-Umsatz etwa 83 % durch Innenstadt-Leitsortimente rekrutiert, ein Großteil davon entfällt auf Bekleidung und Schuhe sowie (Unterhaltungs-)Elektronik.

Der stationäre Einzelhandel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden;
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt;
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen nicht wachsen kann (z.B. Sonntagsöffnung);
- wo die Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).

Wenngleich die Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sind, so zeigt dies jedoch den Bedarf Multichannel-Strategien (wie click-and-collect) zu etablieren.

## 2.4 Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Die Betriebsformen im Lebensmittelsegment unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm) sowie
- Lebensmitteldiscounter[4] (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

[4] Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Zeitungen/Zeitschriften.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell oftmals bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion von Nahversorgungsbereichen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung[5] der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat. Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

[5] Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortimentsentwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen;
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu
  - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern
    (von 10.000 qm auf oftmals 5.000 bis 7.000 qm);
  - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte
    (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
  - größeren Verkaufsflächen bei Discountern
    (von 700 qm bis 800 qm auf oftmals 1.000 bis 1.200 qm).

## 2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel branchenübergreifend gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich folgende zentrale Befunde ableiten:

- Schrumpfung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszuwachs profitieren können. Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).

- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten' bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.

- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an führenden Unternehmen in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und große Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung und allmähliche Sortimentsverbreiterung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Online-Handels, der die Entwicklung bei Anbietern mit zentrenrelevanten Sortimenten vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zulasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die „Digital Natives" noch in das konsumfähige Alter reinwachsen, was in den nächsten Jahren die Einkaufsvorbereitung im Internet weiter treibt.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft (im stationären Handel), jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen. Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkenntnis an.

Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- Anpassungsdruck steigt;
- Betriebsformendynamik steigt;
- Verdrängungswettbewerb und
- Strukturwandel intensivieren sich;
- Flächenwachstum setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung, etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung“ des Ladenlokals;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.

# 3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken

## 3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die nordrhein-westfälische Stadt Borken befindet sich im Nordwesten des Bundeslands und ist Kreisstadt im gleichnamigen Kreis (rd. 370.000 Einwohner). Sie liegt im Regierungsbezirk Münster, im Westen des Münsterlands.

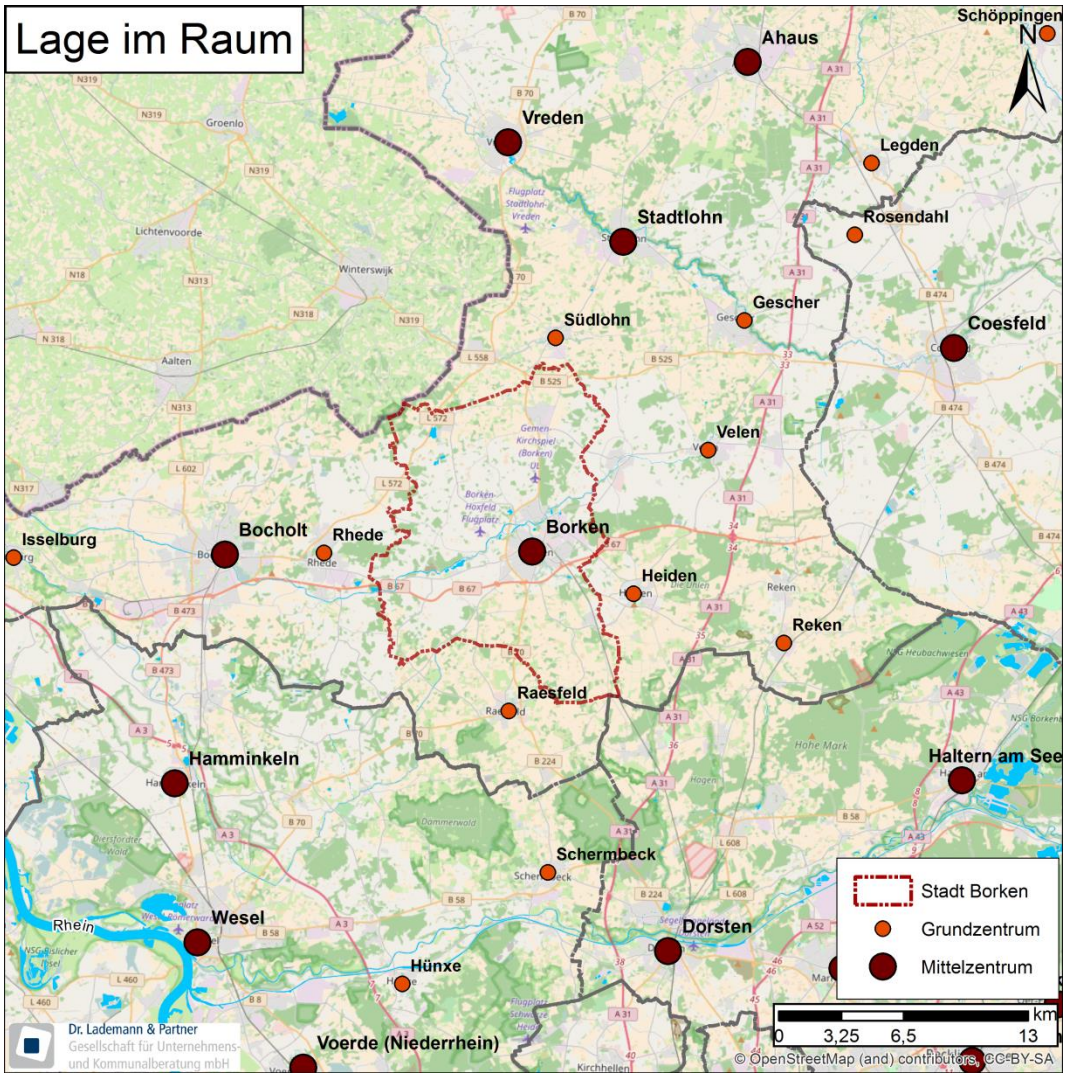


Abbildung 4: Lage im Raum

Von Seiten der Regionalplanung wird die Stadt Borken als Mittelzentrum eingestuft. Dabei steht die Stadt im intensiven interkommunalen Wettbewerb mit dem Mittelzentrum Bocholt (rd. 18 km westlich), in dem rd. 71.400 Einwohner leben. Als weitere Mittelzentren sind im Wesentlichen Coesfeld (rd. 26 km östlich) und Ahaus (rd. 30 km nordwestlich) zu nennen. Zudem ist auf die an Borken unmittelbar angrenzenden Grundzentren Südlohn, Velen, Heiden, Raesfeld und Rhede hinzuweisen. Jenseits der Borkener Stadtgrenze grenzt die niederländische Gemeinde Winterswijk an.

Die regionale verkehrliche Anbindung der Stadt Borken erfolgt v.a. über die Bundesstraßen B 67 und B 70, die südwestlich der Kernstadt aufeinandertreffen. Die B 67 durchquert dabei das Stadtgebiet von Ost nach West und bindet Borken u.a. mit Bocholt und der BAB 31 (Ochtrup – Bottrop) an. Die B 70 fungiert zudem als leistungsfähige Anbindung der ländlich geprägten Ortsteile von Borken sowie des ländlich geprägten Umlands (u.a. Raesfeld im Süden und Südlohn im Norden) an die Kernstadt. Über Landes- bzw. Kreisstraßen (v.a. L 581, L 600, K 7) ist die Kreisstadt Borken ebenfalls gut erreichbar.

Die Stadt Borken ist mit dem Bahnhof im Zentrum der Kernstadt an das Netz der Deutschen Bahn angebunden. Regionalbahnen verkehren stündlich zwischen Borken und Essen. Des Weiteren gibt es mit dem Haltepunkt ‚Marbeck-Heiden' einen zweiten Bahnhof im Stadtgebiet. Eine wichtige Rolle kommt darüber hinaus der Anbindung über inner- und überörtlich verkehrender Buslinien zu (u.a. nach Ahaus, Bocholt und Münster). Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist die Stadt Borken demnach gut erreichbar.

Wenngleich Borken nach Bocholt und Gronau die drittgrößte Stadt im Kreis Borken ist, kommt der Stadt Borken aufgrund der Funktion als Kreisstadt eine wichtige Funktion durch den Sitz von kreisbedeutenden Einrichtungen zu. In Ergänzung mit weiteren zentralörtlichen Einrichtungen (auch Einzelhandel) kann die Stadt demnach als wichtiger Arbeits-, Einkaufs- und Freizeitstandort fungieren.

## 3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung in Borken verlief seit 2012 mit +0,5 % per anno positiv. Die örtliche Einwohnerentwicklung lag damit auf Niveau des Kreises bzw. von Nordrhein-Westfalen insgesamt. Insgesamt lebten in Borken am 01. Januar 2016 nach Angaben des Statistischen Landesamts rd. 42.300 Einwohner.

**Einwohnerentwicklung in der Stadt Borken im Vergleich**

| Stadt/Kreis/ Bundesland | 2012 | 2016 | +/- 16/12 | | Veränderung p.a. in % |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | abs. | in % | |
| Borken, Stadt | **41.491** | **42.272** | 781 | +1,9 | +0,5 |
| Ahaus, Stadt | 38.443 | 39.277 | 834 | +2,2 | +0,5 |
| Velen, Stadt | 13.011 | 13.192 | 181 | +1,4 | +0,3 |
| Rhede, Stadt | 19.112 | 19.284 | 172 | +0,9 | +0,2 |
| **Kreis Borken** | **364.093** | **369.666** | **5.573** | **+1,5** | **+0,4** |
| **Nordrhein-Westfalen** | **17.544.938** | **17.865.516** | **320.578** | **+1,8** | **+0,5** |

Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (Stand jeweils 01.01.).

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in der Stadt Borken im Vergleich

Nach der Einwohnerstatistik der Stadtverwaltung Borken lebten mit Stand 1.2.2016 rd. 42.291 Einwohner mit Hauptwohnsitz in der Stadt (zzgl. 1.119 Nebenwohnsitze). Diese teilen sich wie folgt auf die Ortsteile der Stadt Borken auf:

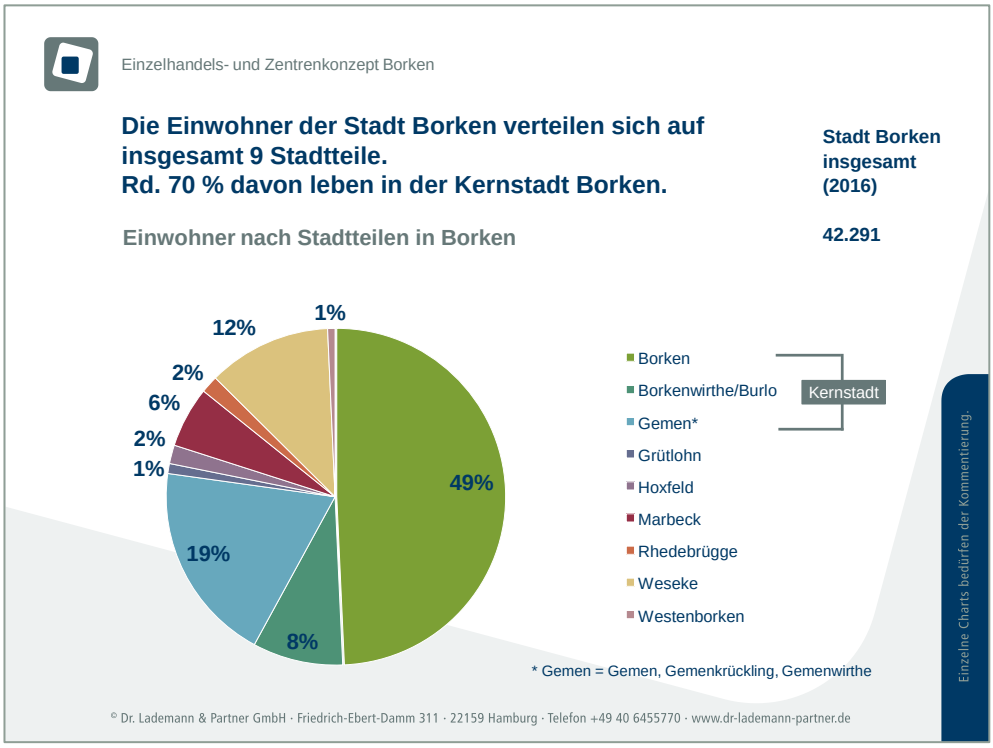


Abbildung 5: Einwohnerverteilung in Borken nach Stadtteilen

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Borken kann in Anlehnung an die Prognose des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren sinken. Der Umfang an aktuellen Wohnbauentwicklungen in Borken könnte demgegenüber auf eine positivere Entwicklung weisen (mehr als 400 Bauplätze).[6]

Im Jahr 2025 ist - ausgehend von den Daten von IT.NRW - in Borken mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von rd. 41.900 Einwohnern (-0,2 % p.a.).

Die Altersstruktur der Borkener Bevölkerung ist derzeit im Vergleich zum Landesschnitt durch eine vergleichsweise junge Bevölkerungsstruktur geprägt. Bis zum Jahr 2030 ist allerdings im Vergleich zum nordrhein-westfälischen Landesschnitt eine überproportionale Alterung zu erwarten. In Borken steigt bis 2030 der Anteil an über 65-Jährigen um +9 %-Punkte auf 28 % an.

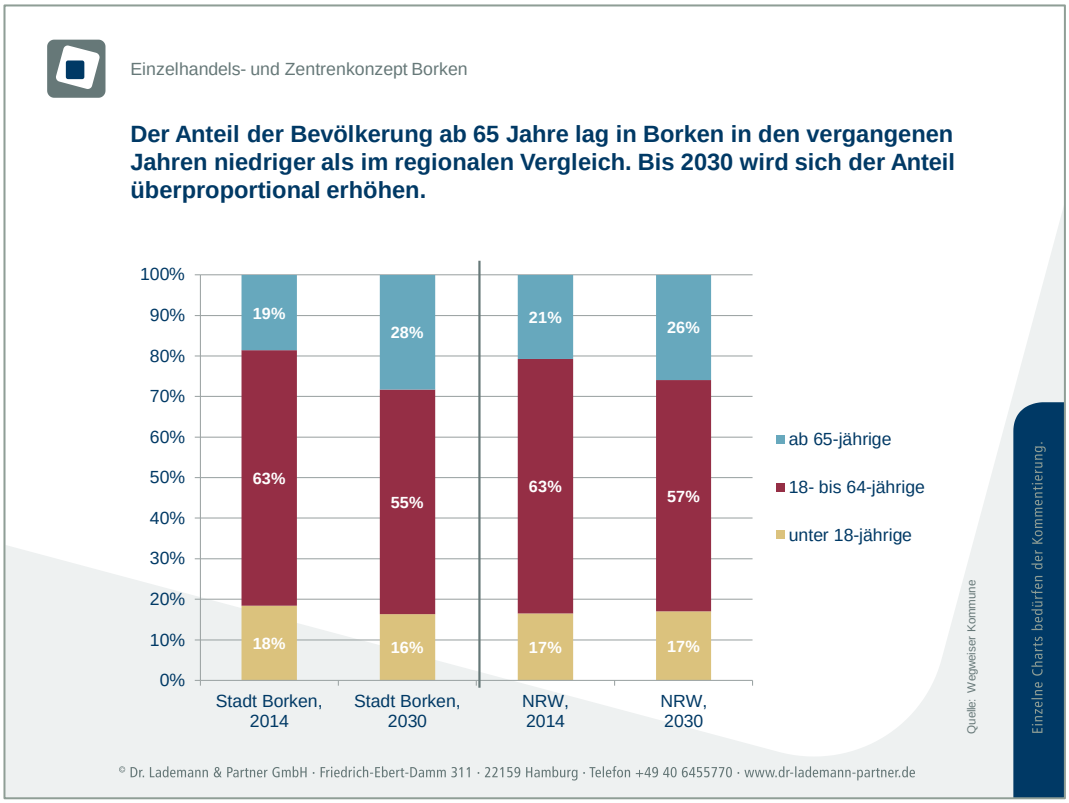


Abbildung 6: Entwicklung der Altersstruktur in Borken

[6] Wohnbaupotenziale konzentrieren sich auf die Kernstadt von Borken (Wasserstiege BO 10: ca. 180 Bauplätze; Weseler Landstraße BO 66: ca. 100 Bauplätze und Haspelkamp BO 68: ca. 150 Bauplätze). In Gemen wird ein Projekt zur Innenverdichtung realisiert (Pelzerstraße GE 20).

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot einstellen. Der signifikante Anstieg der Bevölkerung ab 65 Jahren wird Verschiebungen im Einkaufsverhalten induzieren (z.B. höhere Serviceaffinität).

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer[7]. Die Stadt Borken verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, die mit 97 annähernd auf nordrhein-westfälischem Niveau liegt. Im Vergleich mit den angrenzenden Orten liegt das Kaufkraftniveau in Borken zugleich leicht oberhalb des Kreisschnitts.

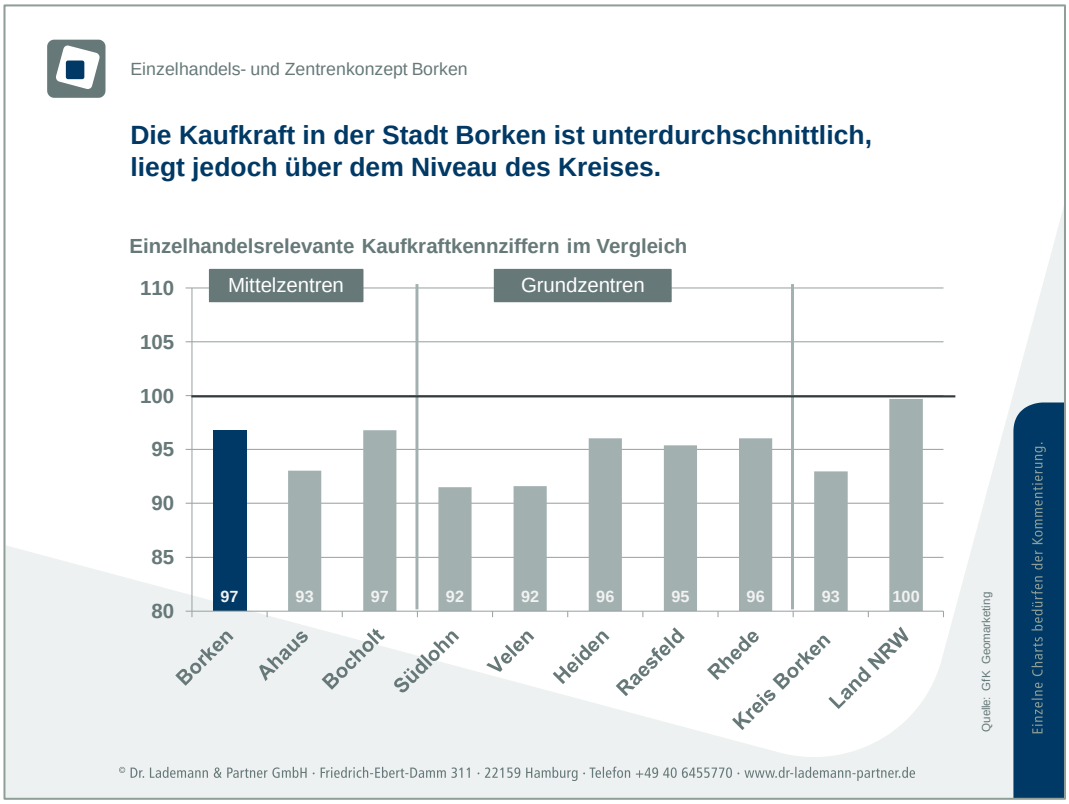


Abbildung 7: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

[7] Vgl. GfK Geomarketing, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.

Die Beschäftigungssituation im Kreis Borken hat sich im Zeitraum 2012 bis 2016 positiv entwickelt. In 2016 lag die Arbeitslosenquote mit 3,9 % sehr deutlich unter dem Wert von Nordrhein-Westfalen (7,7 %) und dem Wert der alten Bundesländer (5,6 %) insgesamt.

| Entwicklung der Arbeitslosenquoten | | | |
|---|---|---|---|
| Gebietseinheit | Arbeitslosenquote in % | | + / - 12/16 |
| | 2012 | 2016 | %-Punkte |
| **Kreis Borken** | **4,2** | **3,9** | **-0,3** |
| Nordrhein-Westfalen | 8,1 | 7,7 | -0,4 |
| Bundesgebiet (West) | 5,9 | 5,6 | -0,3 |
| Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2012-16 / Jahreszahlen, Nürnberg. Arbeitslosenquote bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen | | | |

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Borken mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Stadt Borken verfügt über einen positiven Pendlersaldo von rd. +1.500 Personen. Dieser hat sich zuletzt weiterhin erhöht. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

| Ein- und Auspendler in der Stadt Borken im Vergleich | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Stadt/Kreis | Auspendler | | Einpendler | | Saldo | |
| | 2012 | 2016 | 2012 | 2016 | 2012 | 2016 |
| Borken, Stadt | 7.502 | 8.159 | 8.287 | 9.674 | 785 | 1.515 |
| Ahaus, Stadt | 5.878 | 6.818 | 8.218 | 10.125 | 2.340 | 3.307 |
| Bocholt, Stadt | 8.660 | 9.916 | 11.456 | 12.237 | 2.796 | 2.321 |
| **Kreis Borken** | **28.960** | **31.572** | **22.410** | **26.245** | **- 6.550** | **- 5.327** |
| Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2012/16. | | | | | | |

Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich

Seit 2012 konnten die Gästeankünfte und die Anzahl an Übernachtungen in der Stadt Borken mit einem Zuwachs von +4 % bzw. +3 % gesteigert werden. An der positiven Entwicklung konnte der Kreis Borken insgesamt partizipieren. Damit haben sich die touristischen Leistungskennziffern[8] besser als im Landesschnitt

[8] Es sei darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden sowie die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist.

entwickelt. Die Übernachtungszahlen in Borken entfallen überwiegend auf die Jugendburg Gemen. Darüber hinaus sind nur wenige größere Übernachtungsbetriebe vorhanden. Insofern sollte die Bedeutung des Tourismus für den Einzelhandelsstandort Borken nicht überschätzt werden.

| Tourismusentwicklung in der Stadt Borken im Vergleich | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Übernachtungen** | | | | | |
| **Stadt/Kreis/Land** | **2012** | **2016** | **+/- 12/16** | | **Veränderung p.a. in %** |
| | | | **abs.** | **in %** | |
| Stadt Borken | 82.728 | 96.314 | +13.586 | +16,4 | +3,9 |
| Kreis Borken | 569.775 | 644.743 | +74.968 | +13,2 | +3,1 |
| Land Nordrhein-Westfalen | 44.245.100 | 48.687.999 | +4.442.899 | +10,0 | +2,4 |
| **Gästeankünfte** | | | | | |
| **Stadt/Kreis/Land** | **2012** | **2016** | **+/- 12/16** | | **Veränderung p.a. in %** |
| | | | **abs.** | **in %** | |
| Stadt Borken | 36.513 | 41.422 | +4.909 | +13,4 | +3,2 |
| Kreis Borken | 291.170 | 330.277 | +39.107 | +13,4 | +3,2 |
| Land Nordrhein-Westfalen | 19.509.825 | 21.713.040 | +2.203.215 | +11,3 | +2,7 |
| Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). | | | | | |

Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Borken sind als positiv zu bewerten. Neben der Funktion als Kreisstadt und Mittelzentrum bieten die niedrige Arbeitslosenquote und das positive Pendlersaldo Impulse für den Einzelhandel.

## 3.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept basiert auf den städtebaurechtlichen Grundlagen des BauGBs und der BauNVO sowie auch der aktuellen Rechtsprechung. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung von Nordrhein-Westfalen[9] und der Regionalplanung für das Münsterland[10] zu berücksichtigen.

Zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts waren damit insbesondere folgende Ziele des Landesentwicklungsplans NRW – Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel als verbindliche Vorgaben zu beachten:

[9] Die Verordnung über den neuen Landesentwicklungsplan (LEP) trat im Januar 2017 in Kraft.

[10] Vgl. Bezirksregierung Münster: Regionalplan Münsterland - Bekanntmachung 27.06.2014

- Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden (vgl. 6.5-1. Ziel - Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen).

  Hieraus ergibt sich, dass das Einzelhandelskonzept großflächigen Einzelhandel mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Gewerbe- und Industriebereichen (GIB) als städtebaulich nicht präferiert bewertet. Zentrale Versorgungsbereiche können zudem nur dort abgegrenzt oder entwickelt werden, wo ASB-Ausweisungen vorliegen oder städtebauliche Gründe für eine Umwidmung in ASB sprechen.

- Nach dem Ziel 6.5-2. (Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen) dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

  Zentrenrelevant sind die Sortimente gemäß Anlage 1 und weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

  Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

  - eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und
  - die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
  - zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen abschließend fest, d.h. nur hier sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln oder wesentlich zu erweitern. Darüber hinaus ist zur Anwendung der Ausnahmeregel für nahversorgungsrelevante Sortimente zielführend, bereits im Einzelhandelskonzept auf Nahversorgungsstandorte mit hervorgehobener Nahversorgungsqualität zu verweisen.

Sonstige im LEP NRW, Kapitel 6.5 genannte Ziele, wie u.a.

- zum Randsortimentsanteil bei nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (max. 10 % von der Gesamtverkaufsfläche, max. 2.500 qm VKF),
- zum Entgegenwirken von Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von ASB,
- zur Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigen Einzelhandel, die nicht mehr den Vorstellungen der Landesplanung entsprechen sowie
- der Ausnahme zur geringfügigen Erweiterung

werden im Folgenden bei der Weiterentwicklung der Steuerungsregeln nach Branchen und Lagen beachtet (vgl. Kap. 9.2).

Der Regionalplan Münsterland greift die zuvor genannten Vorgaben der nordrhein-westfälischen Landesplanung auf. Für den großflächigen Einzelhandel sind folgende, übergeordnete Grundätze und Ziele anzuführen:

- Grundsatz 10: Nahversorgung sichern, Attraktivität der Zentren erhöhen, Einzelhandelskonzepte entwickeln und fortschreiben!
- Ziel 4: Die Einzelhandelsentwicklung auf die Allgemeinen Siedlungsbereiche konzentrieren!
- Zweckbindung „Großflächiger Einzelhandel“
  - Ziel 10: Besondere Standorte des großflächigen Einzelhandels zentren- und nahversorgungsverträglich sichern!
  - Grundsatz 12: Randsortimente beschränken!

# 4 Nachfragesituation in Borken

## 4.1 Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Im August 2016 wurde in Borken und den direkt angrenzenden Orten (Südlohn, Velen, Heiden, Raesfeld und Rhede) eine altersgruppenäquivalente telefonische Haushaltsbefragung mit einer Stichprobe von 600 Haushalten durchgeführt. Diese repräsentative Befragung liefert u.a. wichtige Hinweise zur Einkaufsorientierung der Verbraucher und deren Veränderungen sowie zur Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Borken und zu Verbesserungsmöglichkeiten.

### 4.1.1 Einkaufsorientierung der Verbraucher im Raum

Anhand der Frage nach den Haupteinkaufsorten ausgewählter nahversorgungs-, überwiegend zentren- und nicht-zentrenrelevanter Branchen lassen sich wichtige Anhaltspunkte für die spätere Nachfragestromanalyse gewinnen.

Die Orientierung der Verbraucher aus Borken auf den Einzelhandel in ihrer Stadt stellt sich nach Branchen differenziert betrachtet unterschiedlich dar:

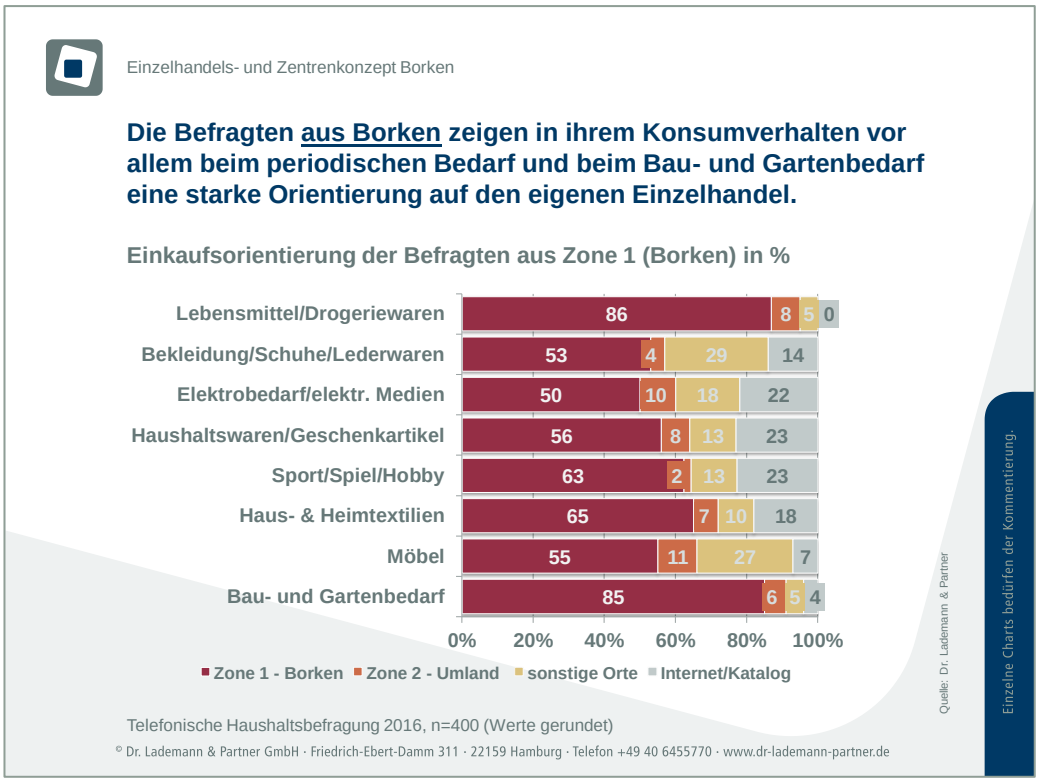


Abbildung 8: Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Borken (Zone 1)

- Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zeigt sich mit rd. 86 % erwartungsgemäß die höchste Einkaufsorientierung auf die Stadt Borken. Die höchste Anziehungskraft übt innerhalb des Borkener Einzelhandelsgefüges die Innenstadt mit dem Kaufland-Verbrauchermarkt und dem dm-Drogeriemarkt aus (36 % der Einkaufsorientierung auf Borken).
- Die Einkaufsorientierung auf die Kreisstadt Borken in den in der Regel zentrenrelevanten Sortimentsgruppen bewegt sich zwischen rd. 50 % und 65 %. Als Top-Einkaufsbetriebe wurden v.a. das Modehaus Cohausz, Tara M sowie Telepoint/Expert genannt. Die moderate Einkaufsorientierung auf Borken lässt sich auf das Fehlen der Top-Filialisten aus dem (Young) Fashion-Bereich zurückführen (v.a. H&M, P&C, C&A). Top-Einkaufsalternativen für zentrenrelevante Sortimente sind Bocholt (Shopping-Arkaden/Innenstadt) sowie das CentrO in Oberhausen. Der nicht-stationäre Handel stellt zudem für die Einwohner aus Borken eine zunehmend attraktive Alternative zum stationären Einzelhandel (bis zu 23 % der Nennungen) dar.
- Im nicht-zentrenrelevanten Bedarf sind die Ergebnisse zu differenzieren: Einkäufe im Bau- und Gartenbedarf werden von einem Großteil der Befragten in Borken getätigt. Dass für Möbel-Einkäufe, die Bereitschaft für weitere Fahrtwege besteht, spiegelt sich an der beliebtesten Einkaufsalternative Ikea wieder. Ikea wurde zugleich bei Haus- und Heimtextilien als wesentlicher Einkaufsstandort im Umland genannt. Immerhin jeder zweite Einwohner ist bei dem Sortiment Möbel auf das Angebot in Borken orientiert und dabei v.a. auf das Angebot im Gewerbegebiet Ost ausgerichtet (Kerkfeld/Skurios, Euting).

Bei den Befragten aus den unmittelbar angrenzenden Orten (=Umland) ist erwartungsgemäß eine schwächere Einkaufsorientierung auf Borken zu erkennen. Insgesamt beträgt die Einkaufsorientierung auf den Borkener Einzelhandel zwischen ca. 20 % (Haushaltswaren, Elektrobedarf) und ca. 40 % (Bau- und Gartenbedarf).

- In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zeigt sich eine Einkaufsorientierung von rd. 28 % auf Borken. Hierbei werden v.a. Kaufland und dm aufgesucht, was sowohl auf das Fehlen solcher Anbieter im Umland als auch auf die Möglichkeit von Kopplungstätigkeiten zurückzuführen sein dürfte. Erwartungsgemäß liegt eine hohe Einkaufsorientierung auf die jeweilige Standortkommune der Befragten vor und weist auf ein dichtes Standortnetz des Lebensmitteleinzelhandels hin. Insbesondere Rhede weist ein vielfältiges Angebot an Lebensmittelmärkten auf.

- Bei den in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten reicht die Einkaufsorientierung auf Borken von 21 % (Haushaltswaren/Geschenkartikel) bis 31 % (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sport/Spiel/Hobby). Die wichtigste Einkaufsalternative ist sortimentsübergreifend Bocholt. Eine weitere Alternative ist der nicht-stationäre Handel (bis zu 25 % der Nennungen).
- Im nicht-zentrenrelevanten Bedarf liegt die Einkaufsorientierung der Befragten auf Borken bei rd. 29 % im Segment Möbel/Haus- und Heimtextilien sowie rd. 40 % bei Bau- und Gartenbedarf. Über die höchste Anziehungskraft in Borken üben dabei wiederum die Angebote im Gewebegebiet Ost (v.a. Möbel Kerkfeld und Euting) und sonstige Streulagen aus (v.a. Obi). In der Zone 2 (Rhede) sind als wesentliche Wettbewerber der SB-Möbeldiscounter Roller und ein Hagebau-Bau- und Gartenmarkt zu nennen.

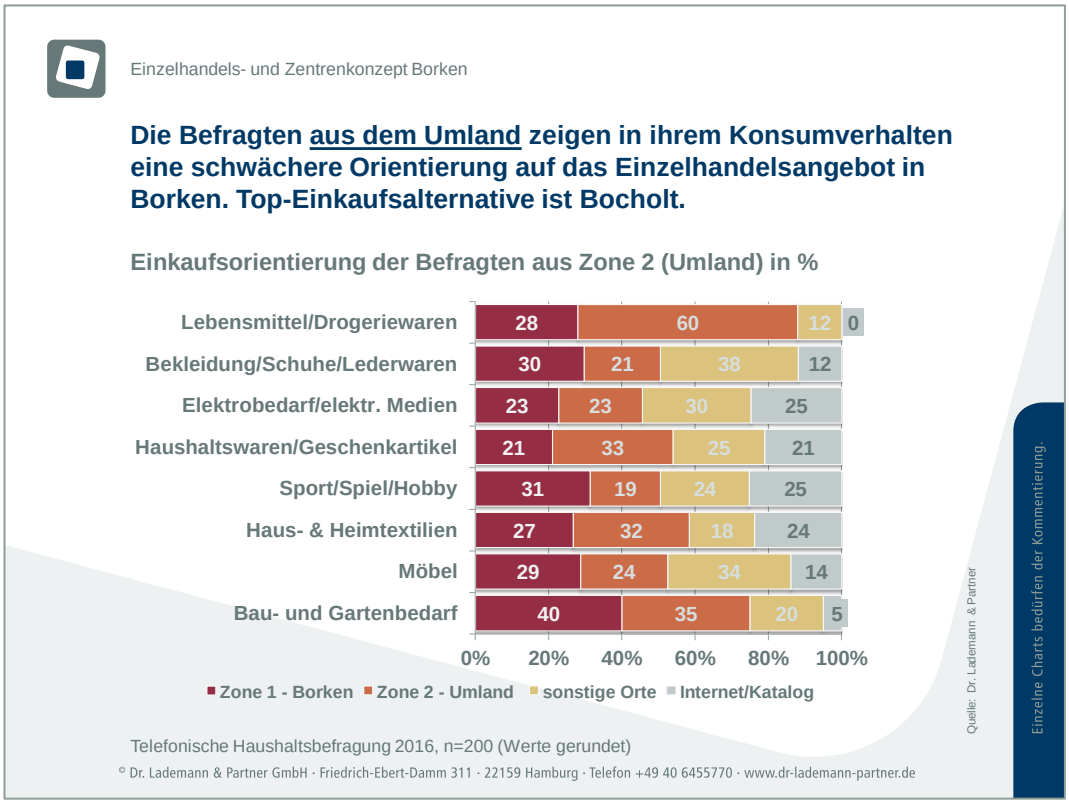


Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung (Zone 2)

### 4.1.2 Veränderung der Einkaufsorientierungen

Die Verbraucher wurden auch nach der Veränderung ihrer Einkaufsorientierungen in den letzten drei Jahren befragt. Hierbei wurde die Veränderung der Einkaufshäufigkeit abgefragt, um konjunkturell bzw. durch Kaufzurückhaltung bedingte Ausgabenrückgänge möglichst auszublenden. Die Ergebnisse der Befragung zeigen Verschiebungen der Einkauforientierung zu Lasten des Standorts Borken, die auf einen Attraktivitätsverlust Borkens im Zuge des sich verschärfenden Wettbewerbs – sowohl interkommunal als auch mit nicht-stationären Alternativen - deuten. Aus den Ergebnissen lässt sich ein Handlungsbedarf zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels in der Stadt Borken ableiten.[11]

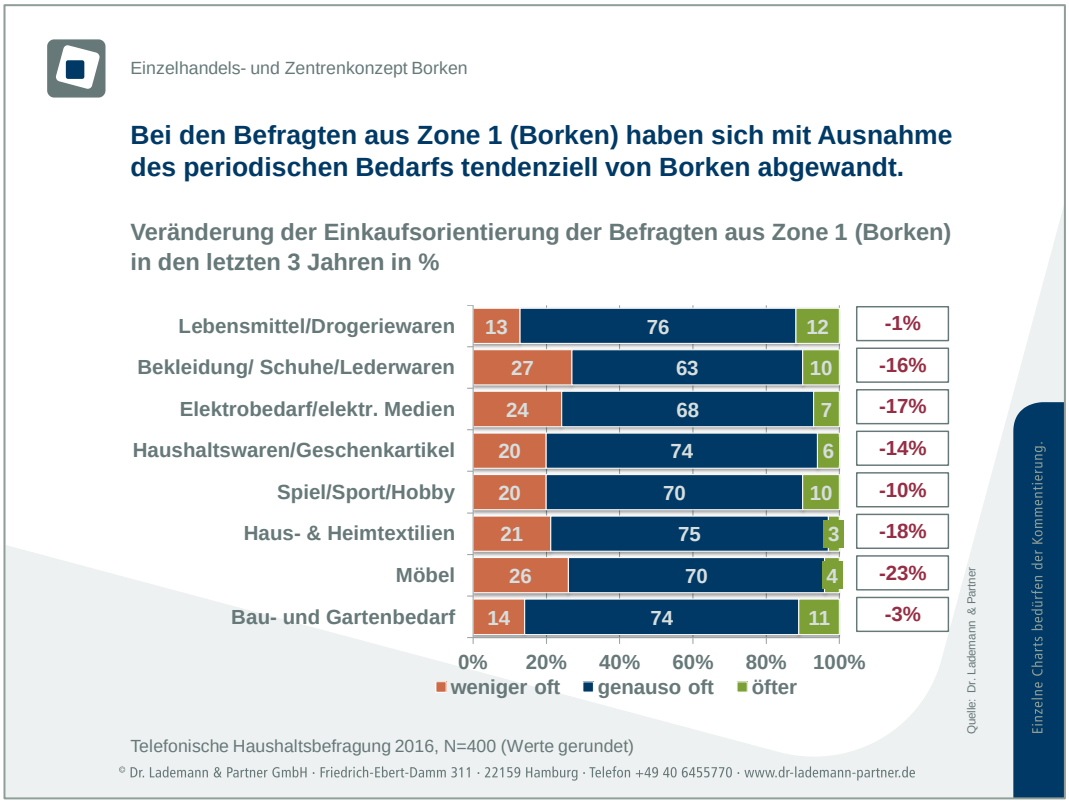


Abbildung 10: Veränderung der Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus Borken (Zone 1)

[11] Erfahrungsgemäß geben die Konsumenten bei der Frage nach der Entwicklung der Einkaufshäufigkeit allerdings eher eine negativere Tendenz an, als sie der Realität entspricht. Rückgangsquoten bis zu 10 % sind daher nicht als übermäßig hoch einzuschätzen. Zudem lässt sich aus der Frage nicht ermitteln, ob mit Abnahme der Einkaufshäufigkeit die Höhe des Durchschnittbons steigt.

Als Ergebnis der Befragung ist festzuhalten, dass nach Aussage der Befragten aus Borken am Einzelhandelsstandort Borken mit Ausnahme vom periodischen Bedarf in allen übrigen Segmenten weniger oft eingekauft wird. Die Saldierung der Zunahmen („kaufe öfter in Borken ein“) und Abnahmen („kaufe weniger oft in Borken ein“) zeigt Rückgänge bis zu 23 % (Möbel) auf. Die Rückgänge betreffen neben dem Sortiment Möbel sämtliche in der Regel zentrenrelevanten Branchen. Der Bedeutungsverlust der zentrenrelevanten Sortimente ist überwiegend auf das verstärkte Nutzen nicht-stationärer Handelsformen (Online-Handel) zurückzuführen. Es ist allerdings auch das Angebot in Bocholt, das sortimentsübergreifend an Bedeutung zulegen konnte.

Im Vergleich zur Bevölkerung der Stadt Borken hat sich die Bevölkerung des Umlands merklich stärker vom Einkaufsstandort Borken abgewandt. Es zeigen sich deutliche Rückgänge über alle Sortimentsbereiche (rd. - 13 % bis rd. - 32 %). Am stärksten profitierten wiederum Bocholt und der nicht-stationäre Handel.

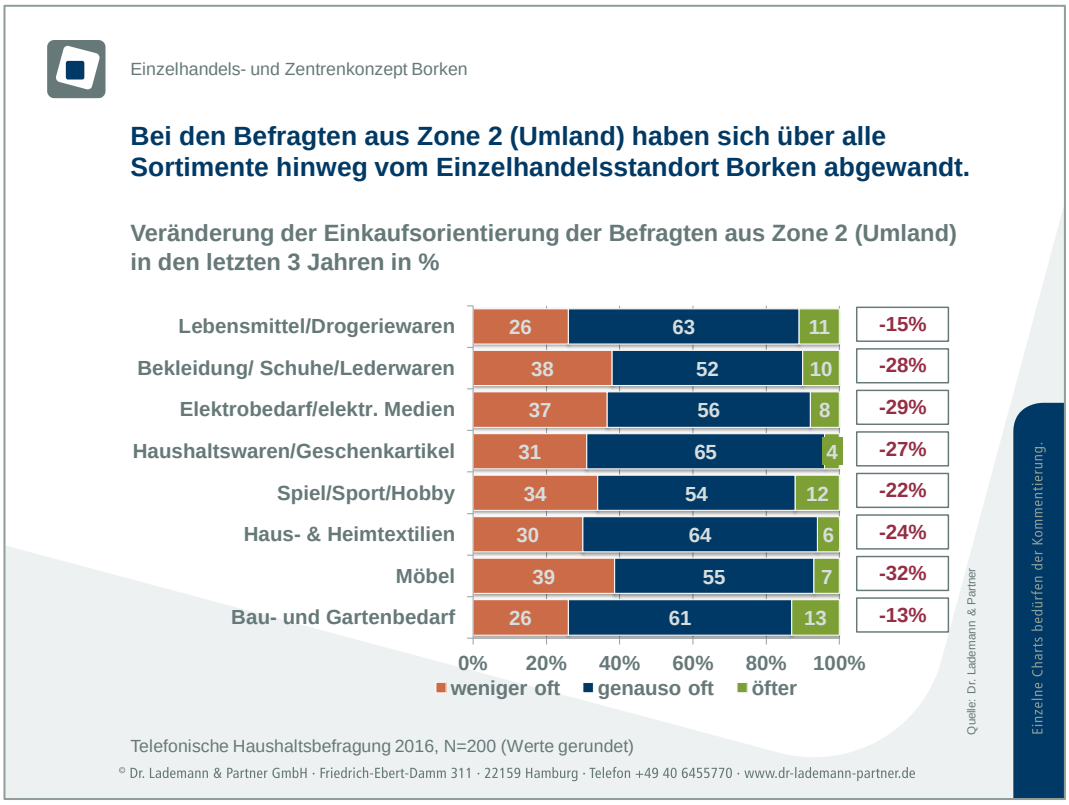


Abbildung 11: Veränderung der Einkaufsorientierung der Umlandbevölkerung

### 4.1.3 Einkaufszufriedenheit mit der Einkaufsstadt Borken

Des Weiteren wurden die Verbraucher im Rahmen der Haushaltsbefragung – ungestützt – konkret zu den Stärken und Schwächen von Borken als Einkaufsstandort befragt. Hierbei handelt es sich um subjektive Meinungsbilder zu konkreten Sachverhalten, wodurch in der Zusammenschau übereinstimmende bis gegenteilige Meinungen resultieren.

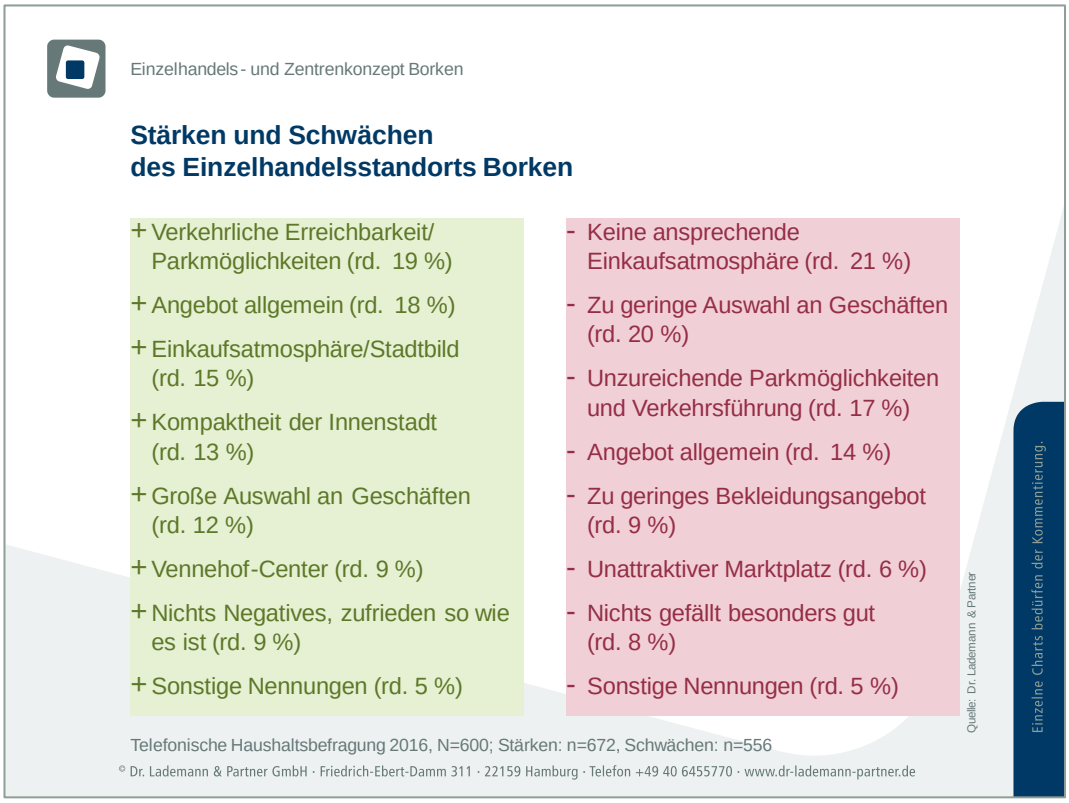


Abbildung 12: Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Borken aus Sicht der Verbraucher

Die Stärken-Schwächen-Betrachtung zeigt, dass einerseits das generelle Angebot und die große Auswahl an Geschäften geschätzt werden, zugleich andererseits ein vergleichbarer Anteil an Befragten Defizite bei der Auswahl und Angebotsvielfalt sehen. Wenngleich die Borkener Innenstadt individuelle städtebauliche Qualitäten besitzt, besteht gleichermaßen bei den Aspekten Einkaufsatmosphäre und Marktplatzgestaltung noch Aufwertungspotenzial. Während zudem die Kompaktheit des Angebots und die gute verkehrliche Erreichbarkeit geschätzt wer-

den, zeigt sich zugleich, dass vor allem die Kommunikation von Stellplätzen[12] und die Verkehrsführung noch Möglichkeiten zur Optimierung bieten.

Zur Verbesserung des Einzelhandelsstandorts sind in der Haushaltsbefragung zudem die Anregungen und Wünsche der Verbraucher erfragt worden (ungestützt), die aus Sicht der Verbraucher die entscheidenden Faktoren für den Erfolg oder Misserfolg des Einzelhandelsstandorts darstellen. Die Verbesserungsvorschläge greifen die wesentlichen wahrgenommenen Schwächen auf:

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Borken

**Vorschläge der Befragten zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandorts Borken**

| Nennungen | Anteil |
|---|---|
| mehr Auswahl und Geschäfte | 49% |
| davon gehobener Facheinzelhandel | 29% |
| davon größeres Bekleidungsangebot | 16% |
| davon weiteres Einkaufcenter / Kaufhaus | 4% |
| ansprechendere Atmosphäre (Gestaltung, Begrünungen, Leerstände etc.) | 19% |
| davon attraktiverer Marktplatz | 9% |
| vielseitigeres Gastronomieangebot | 10% |
| bessere Parkmöglichkeiten & Erreichbarkeit | 10% |
| mehr Kultur- und Freizeitangebote | 3% |
| sonstige Nennungen | 5% |

Telefonische Haushaltsbefragung 2016, n=574(Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Dr. Lademann & Partner

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 13: Maßnahmenvorschläge zur Stärkung des Einzelhandelsstandorts Borken

[12] Es ist darauf zu verweisen, dass das Parkplatzangebot bei Kunden- und Händlerbefragungen regelmäßig als Schwäche benannt wird, da Verbraucher eine Einkaufsinnenstadt mit anderen Einzelhandelsstandorten - wie dem Lebensmitteleinzelhandel - vergleichen. Es handelt sich zudem um subjektive Einschätzungen, die maßgeblich durch die individuelle Wahrnehmung geprägt werden und nicht stets mit der tatsächlichen Situation korrelieren.

Bei den Vorschlägen der Befragten zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsstandorts Borken wurde mit jeder zweiten Nennung die Ausweitung des Angebots genannt. Dies bringt die Notwendigkeit zur Optimierung der örtlichen Einzelhandelssituation zum Ausdruck. Darüber hinaus geht es um qualitative Aspekte (Aufenthaltsqualität, arrondierende Angebote).

Die Kreisstadt Borken befindet sich im interkommunalen Wettbewerb mit Bocholt, regionalen Einkaufsdestinationen sowie dem nicht-stationären Handel (Online-Handel). Der größte Anteil der Befragten sieht den quantitativen Ausbau und die Ausdifferenzierung des Einzelhandelsangebots als wesentliche Maßnahme, um den Einzelhandelsstandort Borken attraktiver zu machen.

## 4.2 Marktgebiet der Stadt Borken

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel und der durchgeführten Befragungen. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben. Auch ist zu berücksichtigen, dass einzelne Anbieter (z.B. Einrichtungshaus) ein größeres Einzugsgebiet aufweisen.

Das Marktgebiet ist in zwei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Borkener Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 (Umland) wird durch Südlohn, Velen, Heiden und Raesfeld gebildet.

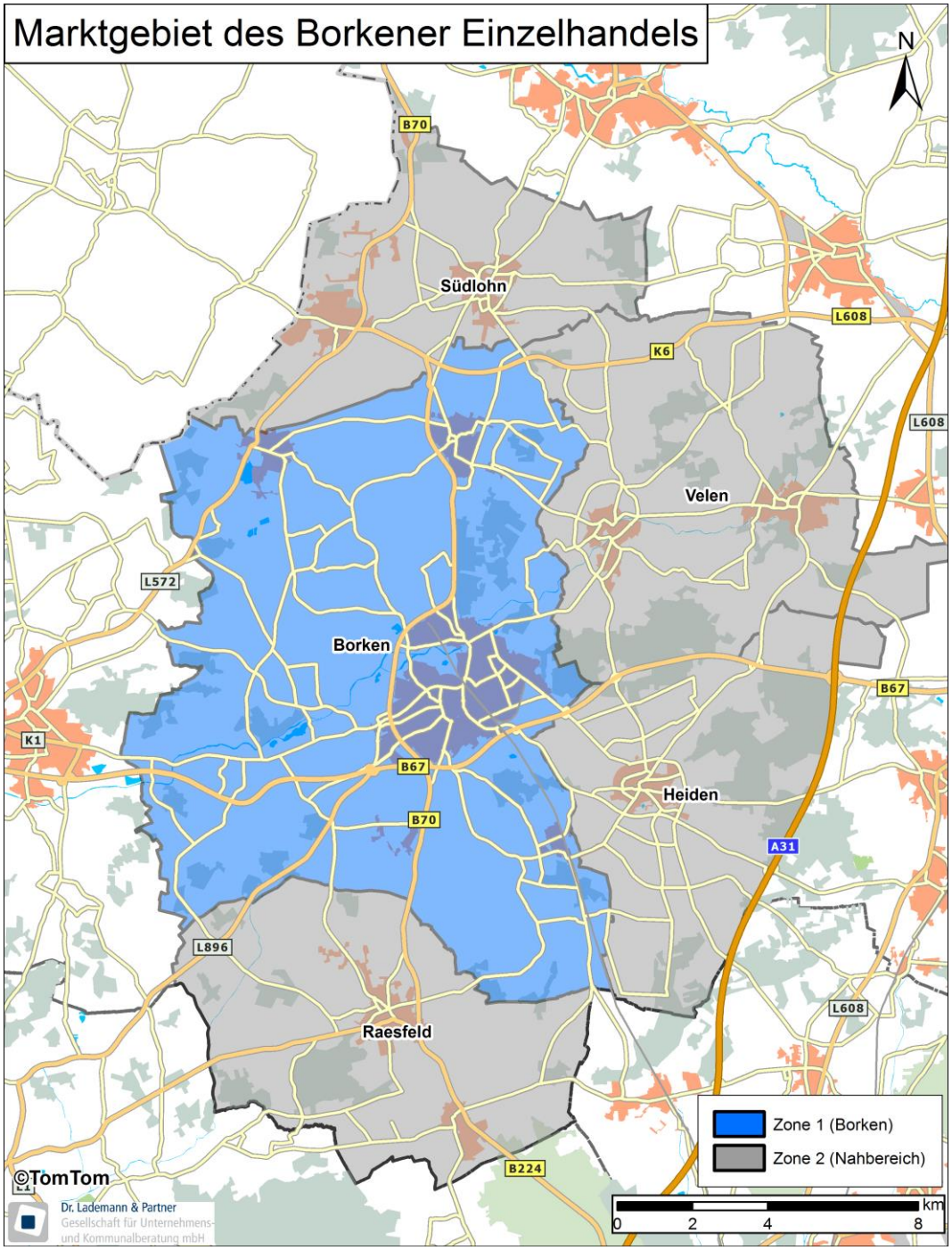


Abbildung 14: Marktgebiet des Einzelhandels

In dem Marktgebiet leben derzeit rd. 84.100 Personen.

Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem leicht sinkenden Einwohnerpotenzial bis 2025 auf rd. 82.600 Einwohner auszugehen.

| Marktgebiet des Borkener Einzelhandels | | | |
|---|---|---|---|
| **Bereich** | **Zonen** | **2016** | **2025** |
| Borken, Stadt | Zone 1 | 42.291 | 41.530 |
| Umland | Zone 2 | 41.856 | 41.100 |
| **Einzugsgebiet** | **Zonen 1-2** | **84.147** | **82.630** |
| Potenzialreserve | 5% | 4.300 | 4.200 |
| **Gesamt** | | **88.447** | **86.830** |
| Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH. | | | |

Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus gehen Dr. Lademann & Partner von einer Potenzialreserve[13] von insgesamt 5 % bezogen auf das vorhandene Grundnachfragepotenzial aus. Dies entspricht einem Einwohneräquivalent von rd. 4.200 Personen.

Das Kundenpotenzial wird im Jahr 2025 somit insgesamt rd. 86.800 Personen umfassen.

[13] Die Potenzialreserve setzt sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Einpendlern, Zufallskunden und sonstigen Streukunden zusammen (u.a. aus Rhede, Gescher und Reken).

## 4.3 Nachfragepotenzial der Stadt Borken

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2016 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial[14] über alle Sortimente[15] innerhalb des Marktgebiets von

rd. 480 Mio. €.

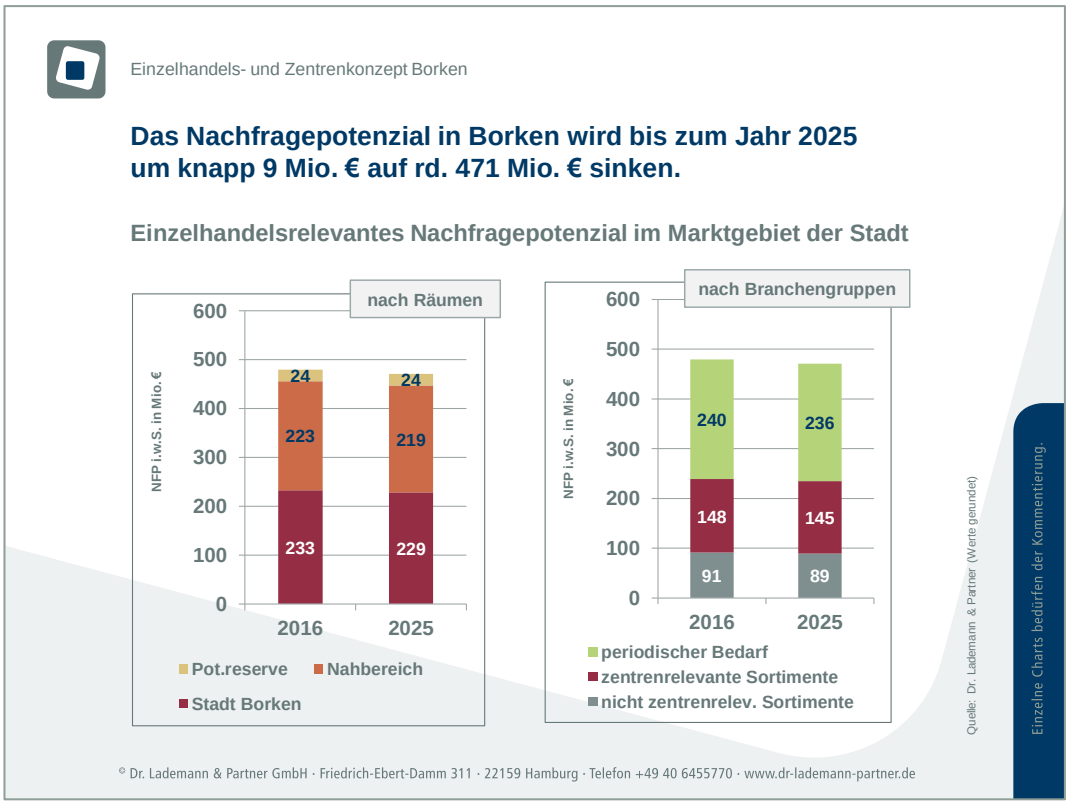


Abbildung 15: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt

Dabei handelt es sich um das Volumen, das die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Borken jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Borken selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

[14] Einschließlich der Potenzialreserve.

[15] Die Sortimente werden nach nahversorgungsrelevanten (v.a. Lebensmittel), zentrenrelevanten (Sortimente, die für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und nicht-zentrenrelevanten (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Branchen gegliedert. Vgl. Glossar im Anhang.

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Borken – einschließlich der Potenzialreserve von 5 % – für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 471 Mio. € (-9 Mio. €).

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) - wenn auch abgeschwächt - weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren.

Trennt man die Kanäle in stationärer und nicht-stationärer Nachfrage zeigt sich für Borken, dass von den o.g. Gesamtvolumen in 2016 etwa 50 Mio. € des Nachfragepotenzials (NFP) im Marktgebiet auf den nicht-stationären Handel entfällt. Der zentrenrelevante Einzelhandel ist am stärksten von Nachfrageabflüssen in den nicht-stationären Handel tangiert (-29 % = 43 Mio. €).

Im Marktgebiet der Stadt Borken lebten in 2016 rd. 84.100 Personen. Hinzu kommt eine Potenzialreserve von rd. 5 %. Aufgrund der abnehmenden Einwohnerzahl wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2025 auf rd. 471 Mio. € sinken. Es bedarf zugleich Anstrengungen die Nachfrage durch den stationären Handel vor Ort in Borken zu binden.

# 5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Borken

## 5.1 Branchenstruktur

Im Sommer 2016 verfügte die Stadt Borken in 325 Ladenschäften über eine aktiv betriebene[16] einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

knapp 122.000 qm.

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt auf den Bau- und Gartenbedarf (rd. 32 %), den periodischen Bedarf (rd. 25 %) sowie auf Möbel/Haus- und Heimtextilien (rd. 18 %) entfällt.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

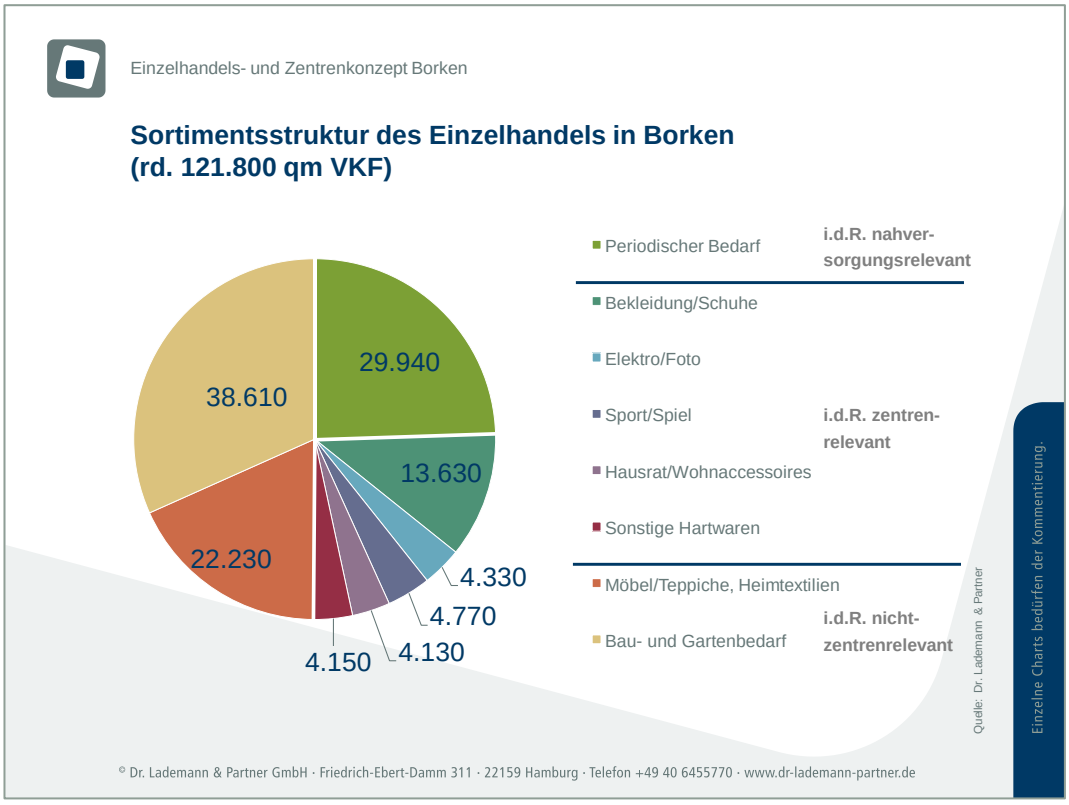


Abbildung 16: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Borken

[16] Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

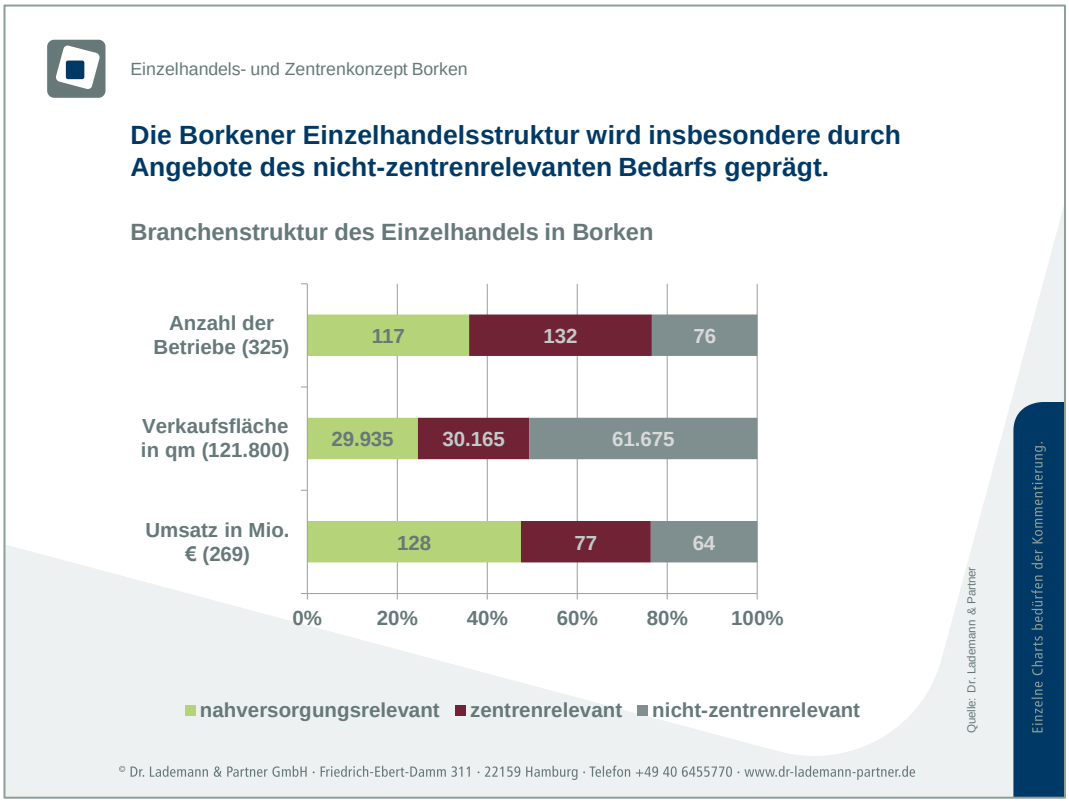


Abbildung 17: Branchenstruktur des Einzelhandels in Borken

- Mit rd. 29.900 qm entfällt rund ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei 36 %.
- Mit rd. 30.200 qm VKF entfällt rund ein Viertel auf den zentrenrelevanten Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 41 %.
- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 51 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 61.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 23 %.

## 5.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Die Daten der Flächenerhebung wurden räumlich differenziert. Die Raumstruktur zeigt, dass etwa ein Drittel des Einzelhandelsangebots (rd. 36.800 qm VKF) auf die städtischen Zentren entfällt. Auf diese entfällt wiederum rd. 69 % der zentrenrelevanten Sortimente im Stadtgebiet. Bei den übrigen Sortimenten liegt ein überproportionaler Anteil an Verkaufsflächen an sonstigen Standortlagen.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

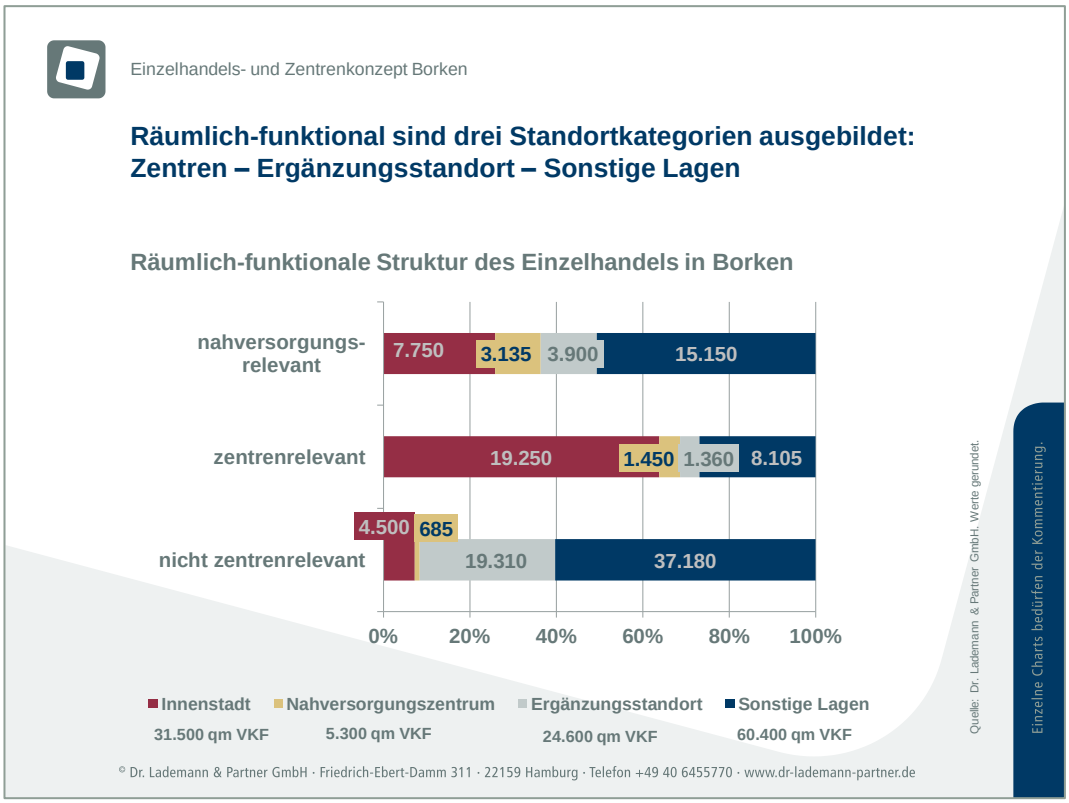


Abbildung 18: Räumlich-funktionale Struktur des Borkener Einzelhandels

Die sortimentsspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich mit rd. 31.500 qm auf rd. 26 % und umfasst v.a. zentrenrelevante sowie nahversorgungsrelevante Angebote (rd. 61 % und rd. 25 %).
- Das Nahversorgungszentrum Weseke dient mit rd. 5.300 qm VKF vorrangig der Grundversorgung im räumlich von der Kernstadt abgesetzten Stadtteil. Der

Verkaufsflächenanteil dieses Zentrums beläuft sich auf rd. 5 % und umfasst v.a. nahversorgungsrelevante Angebote (rd. 59 %).

- In Borken hat sich im Gewerbegebiet Ost, im Bereich Otto-Hahn-Straße, eine prägende agglomerierte Standortlage (i.F. Ergänzungsstandort) des Einzelhandels ausgebildet. Der Verkaufsflächenanteil des Ergänzungsstandorts beläuft sich auf rd. 20 % und umfasst wiederum schwerpunktmäßig nicht-zentrenrelevante Sortimente (rd. 79 %). Zugleich ist hier ein nennenswerter Anteil an nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorzufinden (16 %).
- Unter Sonstigen Lagen werden die übrigen Angebote erfasst. Dabei handelt es sich sowohl um agglomerierte Standortlagen (z.B. Edeka/Boumannstraße, Lidl/Raiffeisen-Straße) als auch Solitärstandorte. Der Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf rd. 50 % und umfasst Angebote aus allen Branchenbereichen.

## 5.3 Betriebsgrößenstruktur

Die durchschnittliche Betriebsgröße in Borken liegt bei rd. 375 qm Verkaufsfläche und wird vor allem von den flächenextensiven Anbietern des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs an dem Ergänzungsstandort getrieben. Die städtischen Zentren verfügen lagetypisch jeweils über im Mittel kleinteilige Strukturen mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von etwa 230 qm, während die mittlere Betriebsgröße des Ergänzungsstandorts bei rd. 1.170 qm liegt.

Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

| Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Borken nach Standortbereichen | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Verkaufsfläche nach Branchen** | **Innenstadt** | **Nahversorgungs-zentrum** | **Sonstige Lagen** | **Ergänzungs-standort** | **Gesamt** |
| nahversorgungsrelevant | 221 | 314 | 237 | 488 | 256 |
| zentrenrelevant | 207 | 132 | 312 | 680 | 229 |
| nicht-zentrenrelevant | 409 | 228 | 729 | 1.755 | 812 |
| **Summe** | **227** | **220** | **429** | **1.170** | **375** |
| Quelle: Dr. Lademann & Partner. | | | | | |

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Borken nach Standortbereichen

In Borken entfallen insgesamt rd. 70 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 40 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die größten Betriebe für den nahversorgungsrelevanten Bedarf sind der Kaufland-Verbrauchermarkt (Innenstadt) sowie die Edeka Wilger-Märkte (Otto-Hahn-Straße und Boumannstraße).

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten befinden sich die flächengrößten Betriebe mit dem Bekleidungskaufhaus Cohausz und Tara M in der Borkener Innenstadt. Im Innenstadt-Ergänzungsbereich ist darüber hinaus ein Expert-Elektronikfachmarkt angesiedelt.

Die flächengrößten Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich befinden sich - der Anzahl und Fläche nach - überwiegend in peripherer Lage. Hierbei sind u.a. ein Obi-Bau- und Gartenmarkt sowie das Möbelhaus Kerkfeld zu nennen.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Borken rd. 121.800 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 375 qm Verkaufsfläche. Gerade bei den in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich, dass knapp 40 % des Angebots nicht in der Borkener Innenstadt verortet ist.

## 5.4 Leerstandssituation

Im Sommer 2016 wurden im gesamten Stadtgebiet von Borken 25 ehemals gewerblich genutzte Ladeneinheiten mit einer potenziellen Verkaufsfläche

von rd. 4.900 qm erfasst[17].

Dies entspricht einer Leerstandsquote[18] von rd. 4 % gemessen an der Verkaufsfläche. Damit ist von einer moderaten Leerstandssituation in Borken auszugehen. Auf die zwei flächengrößten leerstehenden Betriebe - einem ehemaligen extra Bau & Hobby-Markt (ca. 2.270 qm Fläche) und einem ehemaligen Netto-Markt (ca. 490 qm Fläche) entfällt mehr als die Hälfte des Flächenpotenzials. Die übrigen Betriebe sind äußerst kleinteilig strukturiert.

In der Borkener Innenstadt standen zum Begehungszeitpunkt in 2016 insgesamt 13 Erdgeschossflächen leer, was gemessen an der Anzahl sämtlicher gewerblicher Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistung, 281 Betriebe) einem Anteil von 5 % und einer inaktiven potenziellen Verkaufsfläche von rd. 900 qm entspricht. Gemessen an der potenziellen Gesamtverkaufsfläche von 3 % kann dies als üblicher Vermietungsleerstand bezeichnet werden. Dennoch gilt es hier künftig die Leerstandssituation zu beobachten, da diese v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden können. Leerstände sind in den Zentren (insb. Innenstadt) vorrangig abzubauen und hinsichtlich der Nachnutzung mit konsumnahen Angeboten zu fördern. In solitären Streulagen (außerhalb des Ergänzungsstandorts) dürften sich einzelhandelsseitige Nachnutzungen zum Teil als schwierig gestalten. In diesen Fällen sollten auch Bestrebungen einer Umnutzung/Umstrukturierung in Betracht gezogen werden.

[17] Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume nicht immer klar einsehbar waren.

[18] Berücksichtigt wurden hier sämtliche leer stehenden Flächen, die als Einzelhandelsflächen potenziell in Frage kommen, auch wenn sie vormals möglicherweise durch Dienstleistungsbetriebe o.ä. genutzt worden sind.

## 5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Borken im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2016 auf insgesamt

rd. 269 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 2.200 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr und bewegt sich aufgrund zahlreicher flächenextensiver Anbieter sehr deutlich unterhalb des Bundesschnitts von etwa 3.500 € je qm Verkaufsfläche.

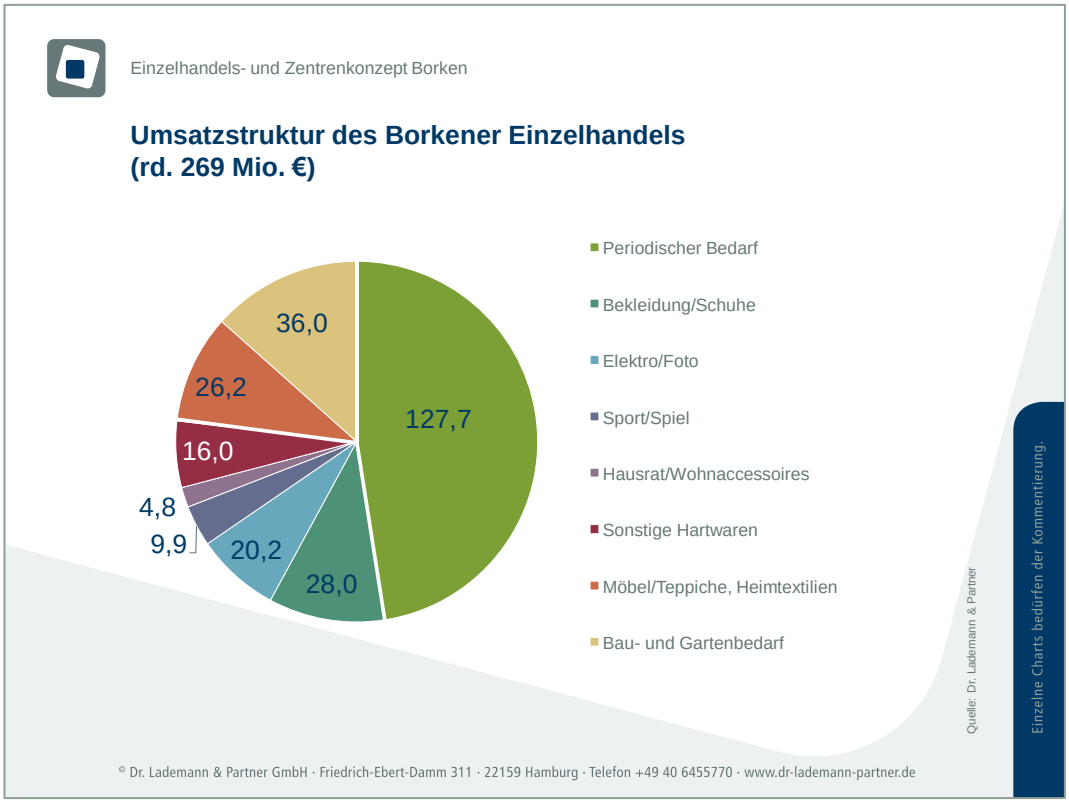


Abbildung 19: Umsatzstruktur des Einzelhandels

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Knapp die Hälfte des Umsatzes entfällt auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.300 € je qm Verkaufsfläche (VKF).
- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfällt rd. 29 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich etwa 2.600 € je qm VKF.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei knapp einem Viertel. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.000 € je qm VKF.

Umsatzseitig wird der Einzelhandel in Borken durch den nahversorgungsrelevanten Bedarf dominiert, auf den knapp die Hälfte des Umsatzes entfällt. Die Flächenleistung fällt aufgrund von sehr extensiven Angeboten mit Gartenbedarf äußerst niedrig aus.

# 6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

## 6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Borken

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Borken einen Wert von

rd. 2.880 qm je 1.000 Einwohner.

Im interkommunalen Vergleich fällt die Angebotssituation des Einzelhandels unterschiedlich aus:

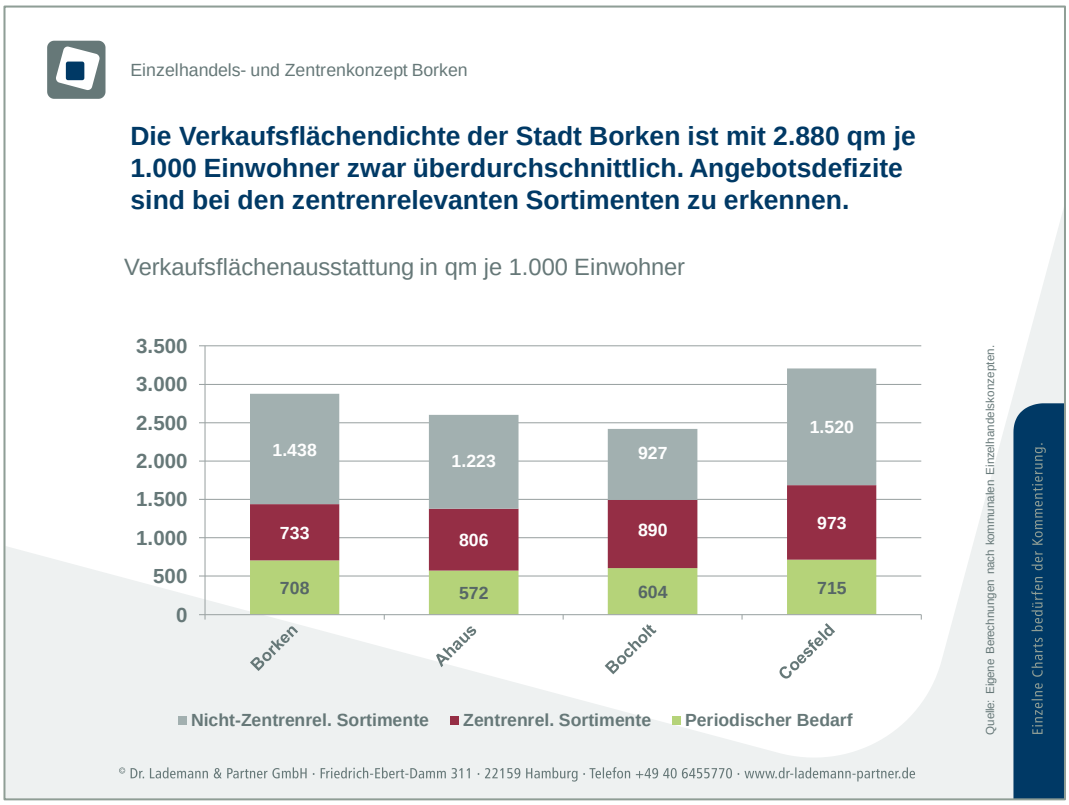


Abbildung 20: Verkaufsflächendichten im interkommunalen Vergleich

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei 1.700 bis 1.800 qm je 1.000 Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung in Borken über dem Bundesdurchschnitt. Dabei ist allerdings auch die ergänzende Versorgungsfunktion des Mittelzentrums für das Umland zu beachten. Die Anbieter aus dem

Möbelsegment weisen zudem ein weitreichendes Einzugsgebiet auf. Die Verkaufsflächendichte ist insbesondere vor dem Hintergrund sehr flächenextensiver Angebote aus dem Bau- und Gartensegment zu interpretieren. Hier liegt der Wert mehr als dreimal so hoch, wie der Bundesschnitt. Dies verzerrt in Teilen die Verkaufsflächendichte.

Während die Verkaufsflächendichte in Borken bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als deutlich überproportional zu bezeichnen ist, weist die unterdurchschnittliche Ausstattung bei zentrenrelevanten Sortimenten in Borken auf gewisse Arrondierungspotenziale hin, woraus sich vor allem Entwicklungsmöglichkeiten für die Innenstadt ableiten lassen.

Die Verkaufsflächendichte in Borken fällt mit rd. 2.880 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner überdurchschnittlich aus. Während rein quantitativ für ein Mittelzentrum bereits bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ein umfassendes Angebot vorhanden ist, liegen die Werte insbesondere in den zentrenrelevanten Branchen im leicht unterdurchschnittlichen Bereich.

## 6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

### 6.2.1 Quantitative Bewertung

Die Borkener Innenstadt verfügt bei 139 Ladengeschäften insgesamt über ein Einzelhandelsangebot von

rd. 31.500 qm Verkaufsfläche.

Die Schwerpunkte liegen in den Segmenten Bekleidung/Schuhe/Lederwaren (rd. 34 %) und dem periodischen Bedarf mit rd. 25 % Verkaufsflächenanteil.

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Borken erreicht diese mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 26 % über alle Sortimente in weiten Teilen eine Dominanz. Die höchsten Verkaufsflächenanteile entfallen im Wesentlichen auf die in der Regel zentrenrelevanten Sortimente (64 %). Positiv ist der hohe Anteil an nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Innenstadt zu bewerten, da diese neben der Wohngebietsversorgung wichtig für regelmäßige Frequenzen ist, von denen auch andere Anbieter profitieren.

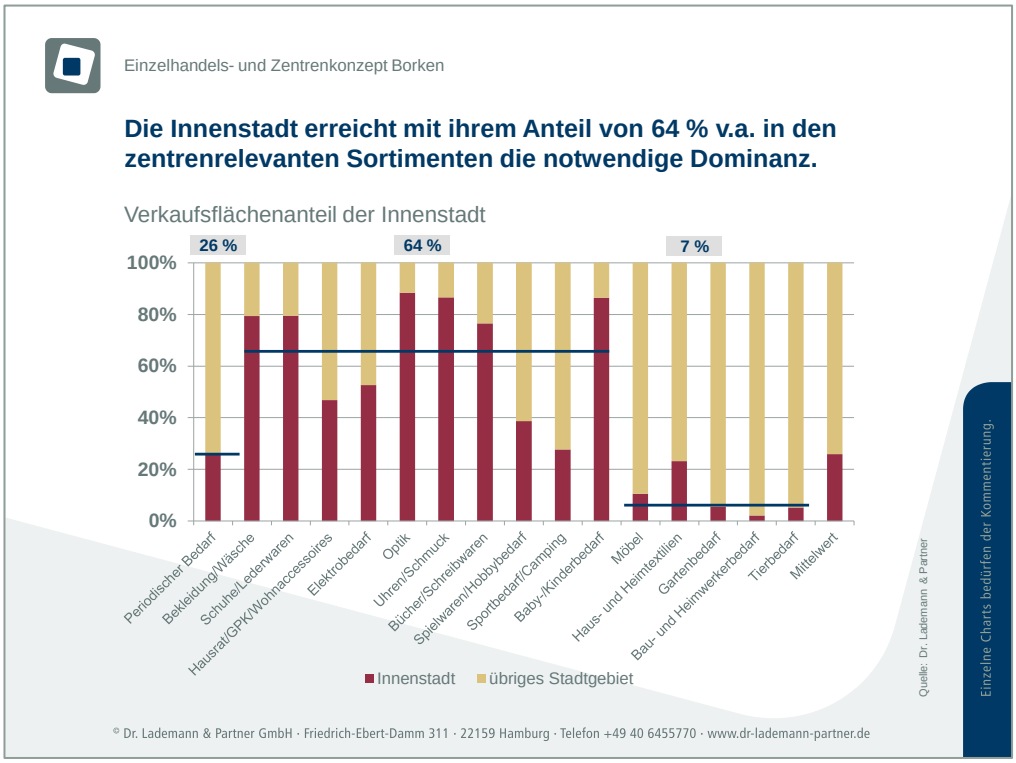


Abbildung 21: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt

Im Vergleich zu anderen in der Region befindlichen zentralen Orten liegt die Citydichte[19] insgesamt und in den Sortimentsgruppen innerhalb der aufgezeigten Spannbreiten.

| Citydichte der Stadt Borken im Vergleich | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Branchen** | **Flächendichte*** | | | |
| | **Borken** | **Ahaus** | **Coesfeld** | **Bocholt** |
| Nahversorgungsrelevanter Bedarf | 183 | 106 | 287 | 120 |
| Bekleidung/Schuhe/Lederwaren | 256 | 246 | 330 | 343 |
| Sonstiger aperiodischer Bedarf | 151 | 81 | 226 | 171 |
| Elektrobedarf/elektronische Medien | 54 | 9 | 97 | 76 |
| Möbel/Haus- und Heimtextilien | 69 | 25 | 32 | 158 |
| Bau- und Gartenbedarf | 32 | - | 54 | 28 |
| **Summe** | **745** | **467** | **1.026** | **896** |
| Quelle: Eigene Berechnungen.<br>* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.<br>** Vergleichswerte aus kommunalen Einzelhandelskonzepten. | | | | |

Tabelle 7: Citydichte der Innenstadt im Vergleich

[19] Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.

Die Innenstadt von Borken verfügt mit rd. 31.500 qm Verkaufsfläche über rd. 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Dies ist auf den hohen Angebotsbestand bei Gartenbedarf zurückzuführen. Die Citydichte von Borken liegt im interkommunal ausgewogenen Niveau.

### 6.2.2 Qualitative Bewertung

In der Borkener Innenstadt wurde zur qualitativen Beurteilung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der Einzelhandelsbetriebe eine kriteriengestützte Bewertung aller Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich der Öffnungszeiten und der Online-Präsenz durchgeführt.

**Öffnungszeiten:**

Die Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt wird von der Ausprägung und dem Grad der Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten beeinflusst und ist ein wichtiger Indikator für die Verlässlichkeit des Einkaufens.

Die nähergehende Betrachtung verdeutlicht, dass nur etwa zwei Drittel aller Betriebe in der Innenstadt von Borken montags bis freitags durchgehend geöffnet hat. Hierbei zeigt sich, dass die Mittagspausen hinsichtlich Zeitpunkt und Dauer deutlich variieren. Dies reduziert aus Sicht der Verbraucher die Möglichkeiten eines verlässlichen Einkaufens auf wenige Stunden am Vormittag (10 Uhr bis 12 Uhr) und am Nachmittag (15 Uhr bis 18 Uhr). Samstags weist die Innenstadt über eine durchgehende Kernöffnungszeit von 9:30 bis 13 Uhr auf.

Hinsichtlich der Abendöffnungszeiten zeigt sich für die Borkener Innenstadt ein ähnliches, uneinheitlich Bild: Rd. 20 % der Betriebe schließt bereits um 18 Uhr, darauf folgt ein Großteil um 18:30 Uhr. Lediglich die Angebote im Vennehof, im Kuhm-Center sowie einzelne Anbieter (z.B. Cohausz) weisen über darüber hinausgehende Öffnungszeiten auf. Insofern lässt sich hinsichtlich der Öffnungszeiten in den Abendstunden ein Verbesserungsbedarf ableiten, um auch nach 18 Uhr den Kunden im Innenstadtzentrum ein Besuchsanlass zu bieten.

Während es gerade die inhabergeführten Betriebe sind, die unregelmäßige Öffnungszeiten und Mittagspausen aufweisen, sind es wiederum vor allem die filialisierten Betriebe, die sowohl durchgehend als auch teilweise bis 20 Uhr geöffnet haben. Insofern zeigt die Karte mit den Innenstadtbetrieben deutlich, dass sich die Angebote des EKZ Vennehof sowie des FMZ Kuhm-Center mit durchgehenden und kundenfreundlichen Öffnungszeiten auszeichnen, was ein weitge-

hend verlässliches Einkaufen bietet und dafür sorgt, dass diese Standortlage auch abends noch von Kunden frequentiert wird.

Abbildung 22: Bewertung der Öffnungszeiten des Borkener Einzelhandels

Aufgrund der Heterogenität der Anbieter und der individuellen Interessenslagen sind uneinheitliche Öffnungszeiten nicht vollständig zu vermeiden. Vielmehr geht es darum, eine Angleichung durch gemeinsame Kernöffnungszeiten zu erzielen. Bedingt durch den erhöhten Anteil an inhabergeführten Betrieben wird es nicht realistisch sein, zu den Mittagszeiten jeden Laden durchgehend offen zu halten. Unter Berücksichtigung der begrenzten Kapazitäten der inhabergeführten Betriebe wäre insofern auf ein einheitliches Zeitfenster für eine optionale Mittagspause (nur montags bis freitags) von 60 bis 75 Minuten hinzuwirken. Zusätzlich ist auf eine Verlängerung der Öffnungszeiten bis 19 Uhr resp. bis 16 Uhr hinzuwirken.

Ansatzpunkte zur Optimierung lassen sich damit durch ein gemeinsames Verständnis der Gewerbetreibenden der Innenstadt identifizieren, dem Kunden eine Entscheidungsunterstützung für den verlässlichen Einkauf zu bieten. Im Lichte der stetig steigenden Bedeutung des Online-Handels und der immer schnelleren Warenverfügbarkeit, muss das Bewusstsein der Gewerbetreibenden in Borken geschärft werden, grundsätzlich zusammenzuarbeiten. Eine weitere Möglichkeit zur Optimierung bestünde in Verbindung mit regelmäßig wöchentlich wiederkehrenden Aktionen in der Innenstadt, wie z.B. in Verbindung mit dem Feierabendmarkt am Remigiuskirchplatz (donnerstags 15 bis 19 Uhr) sowie mit dem Wochenmarkt Samstags vormittags. Dies könnte z.B. die Einführung des „Langen Donnerstag" mit regelmäßig erweiterten Öffnungszeiten umfassen. Wenngleich sich möglicherweise zunächst nicht der erwünschte Mehrumsatz einstellt, da Einkaufsgewohnheiten sich nicht frühzeitig umstellen, gilt es doch zu beachten, dass die Maßnahme für das Innenstadtzentrum mittelfristig stabilisierend auf den Umsatz und die Vitalität insgesamt wirkt.

Neben dem Einzelhandel als wirtschaftliche Basis und Frequenzbringer in der Innenstadt kommt den ergänzenden Gastronomie- und konsumnahen Dienstleistungsbetrieben eine wichtige frequenzerzeugende und -verlängernde Wirkung zu. Dies gilt es bei der Harmonisierung der Öffnungszeiten zu beachten.

**Online-Präsenz:**

Eine hohe Onlineaffinität der Verbraucher ist eng mit der Frage verbunden, in welchem Umfang die bestehenden Betriebe in der Innenstadt von Borken (resp. in der Stadt insgesamt) in den digitalen Medien auffindbar sind.

Rund 82 % der Betriebe aus der Borkener Innenstadt verfügen über einen eigenständigen Internetauftritt, was zur ersten Verbraucherinformation als positiv zu bewerten ist. Bei etwa der Hälfte davon handelt es sich um eine generelle Unternehmenspräsentation ohne erweiterte Informationen zu Sortimenten o.ä.. Da das Einkaufen zunehmend kanalübergreifend stattfindet, ist neben der Auffindbarkeit einer Verzahnung zwischen den Kanälen wichtige Bedeutung beizumessen. In Borken verfügen rd. 37 % der Betriebe über einen erweiterten Internetauftritt mit umfangreicher Sortimentspräsentation oder einem Online-Shop.

Einige Anbieter sind derzeit nur im Bereich der sozialen Medien (Facebook, Twitter o.ä.) aufzufinden. Wenngleich sich hier Ansätze mit dem Umgang mit digitalen Medien zeigen (z.B. für zielgruppenspezifische Marketingaktionen), ist darauf hinzuweisen, dass ein „barrierefreier" Internetauftritt nicht vorhanden ist. Vielmehr stellt das Medium eine eingeschränkte Erreichbarkeit dar, die aufgrund der beschränkten Online-Sichtbarkeit die Zukunftsfähigkeit jeder Betriebe ein-

schränkt. Es sind die inhabergeführten Betriebe, die nicht allesamt hinsichtlich der Online-Präsenz zukunftsfähig positioniert sind. Hierbei ist darauf hinzuwirken, dass die Anzahl an auffindbaren Betrieben stetig erhöht und dass die Aussagekraft der einzelnen Webseiten qualifiziert wird.

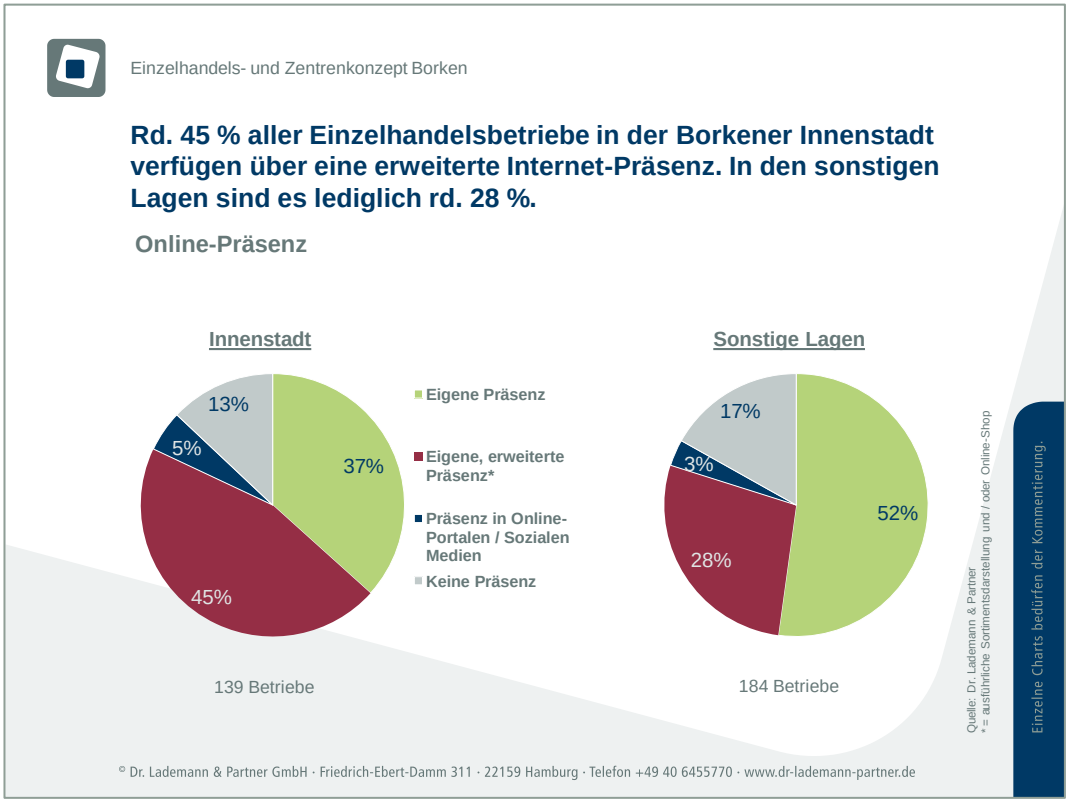


Abbildung 23: Bewertung der Online-Präsenz des Borkener Einzelhandels

Bei der Außenwirkung des stationären und nicht-stationären Auftritts besteht in Borken noch Steigerungspotenzial, um langfristig wettbewerbsfähig zu sein. Im Sinne von Kopplungstätigkeiten und der Abrundung des Einkaufserlebnisses ist v.a. die Harmonisierung der Öffnungszeiten des Innenstadteinzelhandels geboten. Zusätzlich fungieren arrondierende Nutzungen zur Belebung der Borkener Innenstadt (z.B. Gastronomie, Feierabendmarkt).

## 6.3 Nahversorgungssituation in Borken

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Borken sind mit Stand Sommer 2016 insgesamt 18 strukturprägende Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne LEH-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) angesiedelt, mit einer

Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von knapp 24.000 qm.

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen liegt die Flächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf bei

ca. 710 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner
und damit über dem Bundesdurchschnitt von rd. 500 qm je 1.000 Einwohner.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die – aktuell betriebenen - Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 700 m-Radien um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich etwa 10 bis 15 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zur aktuellen Angebotssituation des Lebensmitteleinzelhandels zeigt, konzentrieren sich die strukturprägenden Nahversorger in Borken auf die Gebiete mit der höchsten Einwohnerdichte: dem zentralen Stadtgebiet (Borken/Gemen) und den Ortsteilen Weseke und Burlo. In den funktionalen Gewerbegebietslagen der Kernstadt sind ebenfalls einige Betriebe vorzufinden. Sie strahlen aufgrund ihrer unmittelbaren Nähe zu angrenzenden Wohngebieten in diese aus und können zugleich gesamtstädtisch bis überörtlich wirken.

Es zeigt sich, dass es sowohl in den Randlagen der Kernstadt als auch in einzelnen Ortsteilen (Marbeck) gewisse räumliche Versorgungslücken mit einem Einwohnerpotenzial von jeweils 1.500 bis 2.000 nicht versorgten Einwohnern vorliegen.

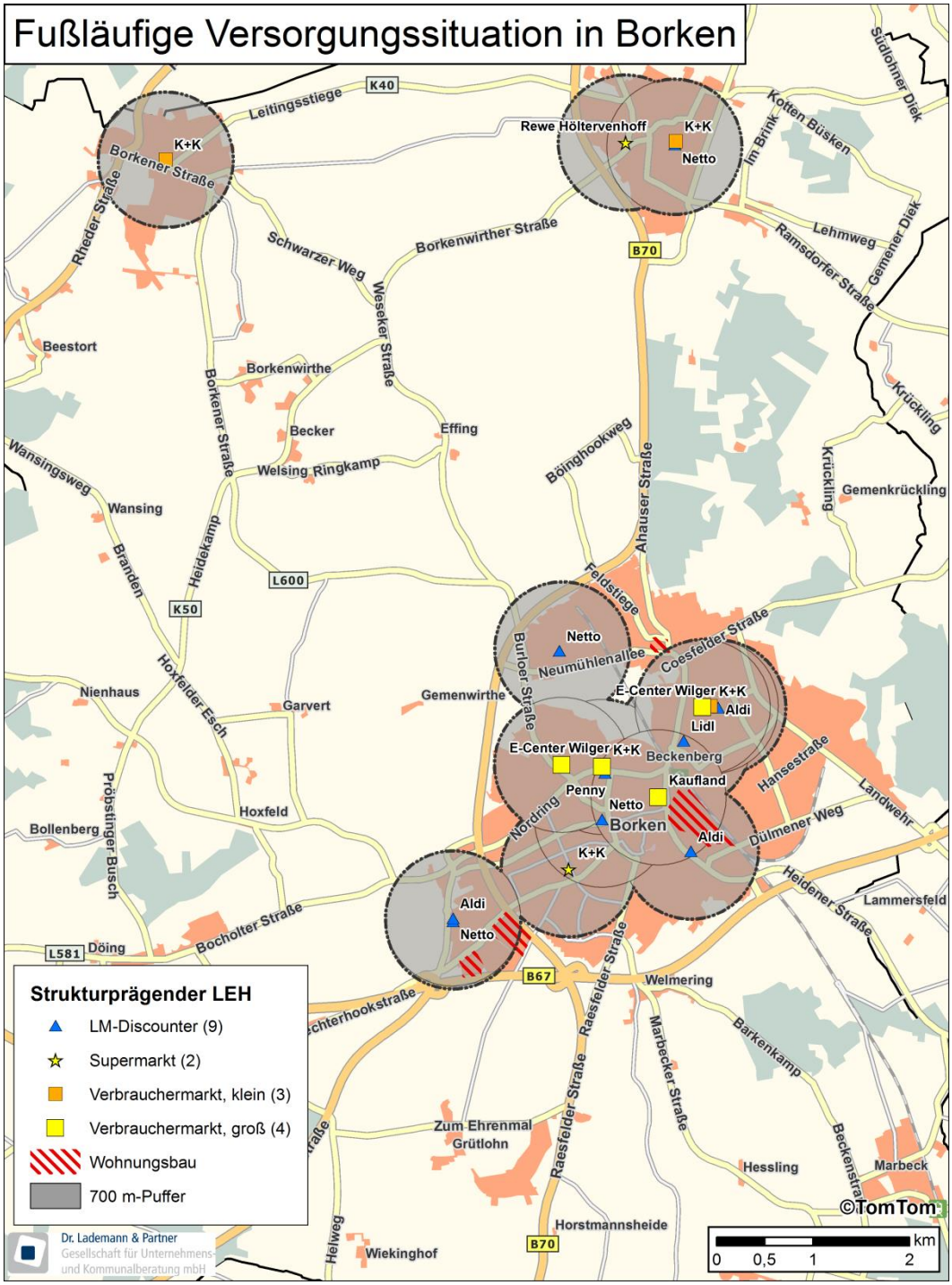


Abbildung 24: Nahversorgungssituation in Borken (Stand Sommer 2016)

In Hovesath befinden sich derzeit Wohnbaugebiete in Realisierung[20]. Mittelfristig werden rd. 4.500 Einwohner dort leben. Der Regionalplan stellt westlich der Weseler Straße über die aktuellen Wohnbauentwicklungen hinausgehend, langfristige Wohnbaupotenziale dar. Im Rahmen einer vorausschauenden Einzelhandels- und Siedlungsentwicklung sollte unter Beachtung einer gesicherten Bauleitplanung eine Stärkung dieses Bereichs mit modernen Nahversorgern erfolgen. Zur Abrundung des Betriebstypenmixes wäre eine Weiterentwicklung eines Discounters in Richtung Vollsortiment zu begrüßen, um die Auswahl bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu erweitern. Eine Neuansiedlung kann kurz- bis mittelfristig demgegenüber aus dem Potenzial von Hovesath (noch) nicht gespeist werden, sondern wäre auf erhöhte Nachfragezuflüsse aus anderen Wohngebieten angewiesen.

Bei den sonstigen unterversorgten Bereichen (vgl. hierzu Kap. 10) sei darauf hingewiesen, dass es sich hierbei um Bereiche handelt, in denen die Bereitstellung einer sowohl nach quantitativen wie auch qualitativen Aspekten genügenden Versorgungsstruktur ökonomisch nicht tragfähig ist (zu geringe Mantelbevölkerung resp. zu hohe Wettbewerbsdichte in gewerblichen Lagen). Eine Tragfähigkeit für einen modernen Lebensmittelmarkt (>800 qm VKF) ist in diesen Bereichen[21] voraussichtlich nicht gegeben. Ein großflächiger Lebensmittelmarkt wäre vielmehr auf Umsätze aus den angrenzenden, bereits „nahversorgten" Gebieten angewiesen.[22]

Bei diesen Lagen kommt es v.a. darauf an, die Anbindung dieser Siedlungsbereiche an die Innenstadt resp. an den nächstgelegenen Lebensmittelmarkt zu optimieren und alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu fördern (z.B. Integrationsmarkt, Lieferservice).

[20] Vgl. B-Plan BO 66 (Weseler Landstraße) mit ca. 100 Bauplätzen und B-Plan BO 68 (Haspelkamp) mit ca. 150 Bauplätzen.

[21] Die Nachnutzung des ehemaligen Netto-Markts mit knapp 500 qm VKF erscheint u.E. in seiner genehmigten Form als nicht tragfähig. Grundsätzlich wäre jedoch zu prüfen, ob der in Wohnbaugebiete eingebettete K+K-Markt nachhaltig abgesichert werden, kann. D.h. es gilt zu prüfen, ob die nächstgelegene Einkaufsalternative standortgerecht abgesichert werden kann.

[22] An die Stadtverwaltung wurde in den letzten Monaten ein Ansiedlungsbegehren für einen Lebensmittelmarkt <800 qm VKF herangetragen. Es erscheint nur ein leistungsschwächerer Anbieter als realisierbar.

Qualitativ wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch neun Vollsortimenter > 400 qm VKF geprägt, die zusammengenommen die Hälfte der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (exkl. Kleinflächen unter 400 qm VKF, Getränke- und Drogeriemärkte sowie Lebensmittelhandwerk) einnehmen.

| Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)* | | | |
|---|---|---|---|
| | **Anteil Borken** | **Anteil Deutschland** | **Abweichung in %-Punkte** |
| Vollsortimenter | 50% | 42% | 8% |
| Discounter | 50% | 58% | -8% |
| **Summe** | **100%** | **100%** | **0%** |
| **Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*** | | | |
| | **Anteil Borken** | **Anteil Deutschland** | **Abweichung in %-Punkte** |
| Vollsortimenter | 66% | 62% | 4% |
| Discounter | 34% | 38% | -4% |
| **Summe** | **100%** | **100%** | **0%** |
| Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2015.<br>*Ohne Kleinflächen unter 400 qm VKF und Spezialeinzelhandel. | | | |

Tabelle 8: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels

Im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ist in Borken ein leichter Überhang an vollsortimentierten Lebensmittelangeboten zu erkennen (+8 %-Punkte). Gemessen an der Verkaufsfläche zeigt sich eine annähernd bundestypische Verteilung. Ein Vergleich mit üblichen Betriebsgrößen verdeutlicht hierbei, dass mit Ausnahme von Kaufland die Angebote tendenziell kleiner als Betriebsformenüblich[23] aufgestellt sind. Insbesondere der K+K-Markt in der südwestlichen Kernstadt weist mit knapp 800 qm VKF in Verbindung mit einem annähernd Überschneidungsfreien Nahversorgungsradius nicht mehr über eine zeitgemäße Struktur auf. Es ist auf das Risiko des Entstehens einer Nahversorgungslücke hinzuweisen, woraus ggf. weitere Einkaufswege resultieren.

Vor dem Hintergrund, dass Verbrauchermärkte betriebsoptimale Größen ab ca. 1.400 bis 1.500 qm VKF benötigen sowie Lebensmitteldiscounter mittlerweile Verkaufsflächen von 800 qm bis 1.200 qm Verkaufsfläche (und teils deutlich mehr) nachfragen, ist zu erwarten, dass die Anfragen und Anträge auf Erweiterungen von Bestandsstandorten in den nächsten Jahren zunehmen werden.

Zur Optimierung des nahversorgungsrelevanten Angebots ist für Borken eine standortadäquate Erweiterung/Neuaufstellung bestehender Betriebe (Super- und

[23] Vgl. Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, Kapitel 2.4

Verbrauchermärkte, Discounter, Drogeriemarkt) zu empfehlen. Hierbei sollte der Fokus zunächst auf die Stärkung der städtischen Zentren sowie auf ausgewählte Nahversorgungsstandorte gerichtet sein, denen jeweils aufgrund ihrer stadträumlichen Lage (v.a. Solitärstandorte) einen wichtigen Beitrag zur qualifizierten Nahversorgung zukommt. Im Einzelfall kann eine Ansiedlung weiterer leistungsfähiger (großflächiger) Formate in Neubaugebieten bzw. räumlich nicht versorgten Bereichen erwogen werden, sofern eine Tragfähigkeit abgeleitet werden kann oder offensichtliche resp. drohende Nahversorgungslücken geschlossen werden.

Rein quantitativ verfügt die Stadt Borken über eine gute nahversorgungsrelevante Ausstattung, die sich weitgehend ausgewogen über die Bereiche mit der höchsten Einwohnerdichte verteilt. In den übrigen Bereichen werden sich die Versorgungslücken aufgrund der fehlenden Tragfähigkeit nicht schließen lassen. Es ist der Abbau von strukturellen Defiziten (z.T. suboptimale Betriebsgrößen) durch standortgerechte Erweiterungen der bestehenden Angebote zu empfehlen.

## 6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Borken

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Borken eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

rd. 115 %.

D.h., dass per saldo rd. 15 % der Nachfrage von außen zufließen. Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs insbesondere mit Bocholt und regionalbedeutsamen Einkaufsalternativen als auch mit dem Online-Handel, nicht dazu in der Lage ist, in dem Mit-

telzentrum sowie den angrenzenden Grundzentren per Saldo über einen größeren Teil abzuschöpfen.

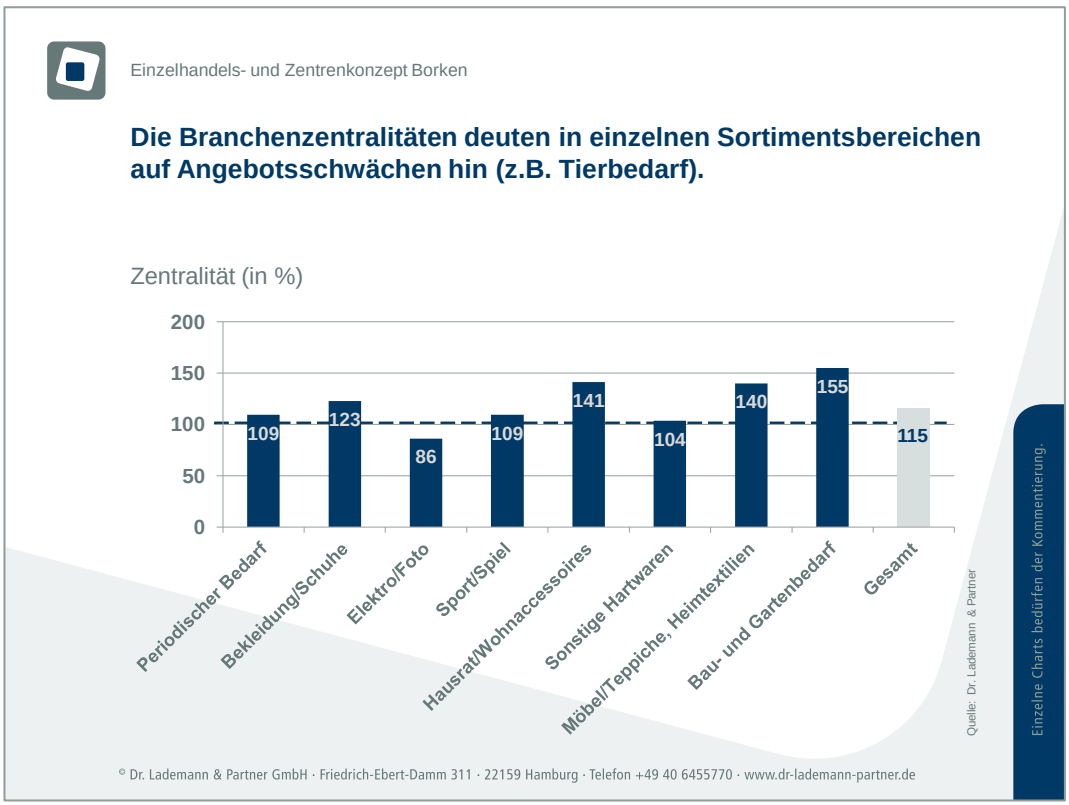


Abbildung 25: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Borken

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Borken sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 109 %. Dies weist auf eine gute Nachfragebindung hin. Durch den Abbau von Angebotslücken (v.a. Drogeriewaren) ergeben sich nur noch leichte Zentralitätsspielräume. Zudem werden Kaufkraftzuflüsse über Kopplungskäufe von Pendlern und Kunden generiert, die ursächlich zentren- oder nichtzentrenrelevante Angebote aufsuchen.
- Die zentrenrelevanten Sortimente weisen einen Zentralitätswert in Höhe von rd. 108 % auf. Die Zentralität ist jedoch unterschiedlich zu bewerten. Grundsätzlich bestehen Zentralitätsspielräume bei Bekleidung (inkl. Sport), die als wesentliche Leitsortimente von Innenstädten von Mittelstädten fungieren. Dabei ist insbesondere auf einen größeren Anteil filialisierter und größerflächiger Betriebe hinzuwirken. Die Abflüsse bei Elektrowaren werden einerseits

durch den in 2016 leistungsschwächeren Telepoint-Markt[24] sowie durch Abflüsse in den Online-Handel induziert.

- Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verfügen über eine einzelhandelsseitige Zentralität von rd. 144 %. Das Angebot im Segment Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf manifestiert sich in einer über die Stadtgrenzen hinausreichenden Ausstrahlungskraft von bis zu 170 %. Abflüsse sind vor allem bei Tierbedarf/-futter und Heimtextilien zu erkennen.

Per saldo fließen dem Einzelhandel in der Kreisstadt Borken rd. 15 % des Einzelhandelsumsatzes von außen zu. Dies ist vor allem auf die Angebote bei Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf zurückzuführen. Bei den übrigen Sortimentsbereichen deuten die Einzelhandelszentralitäten aufgrund von kleineren Lücken im Angebotsprofil (v.a. Tierbedarf, Heimtextilien, Young-Fashion) auf leichte Defizite hin, die es abzubauen gilt.

## 6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Borken in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Borken über alle Sortimente bei ca. 79 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 49 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt etwa 85 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Borken in Höhe von rd. 72 Mio. € (Zone 2) zuzüglich der Potenzialreserve durch Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 13 Mio. € (ca. 5 %).

[24] Während der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts wurde der Telepoint-Markt durch einen umsatzstärkeren Expert-Markt übernommen.

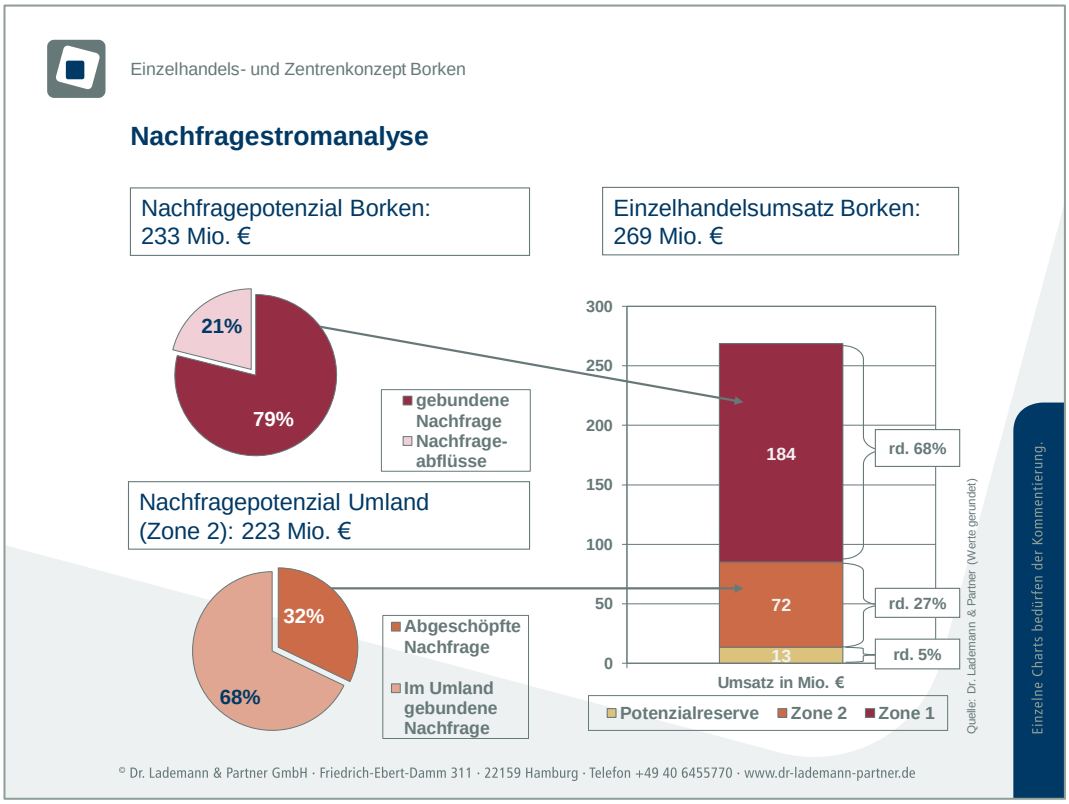


Abbildung 26: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Borken

Differenziert nach Hauptwarengruppen kann bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Borken die höchste Nachfragebindung erreicht werden. Nachfrageabflüsse sind vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten vorzufinden und sind auf Angebotslücken (z.B. Young Fashion) sowie auf sonstige stationäre und nicht-stationäre Einkaufsalternativen zurückzuführen.

Die Einwohner aus dem überörtlichen Marktgebiet gelingt es vor allem bei den zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten anzusprechen. Die Einkaufsorientierung im periodischen Bedarf ist deutlich niedriger und ergibt sich aus gewissen Lücken im Angebotsprofil der Umlandorte (z.B. Drogeriemarkt, Großer Verbrauchermarkt) sowie mit Kopplungstätigkeiten in Borken.

Wenngleich ein Teil der Nachfrage vom nicht-stationären Handel gebunden wird ist eine Steigerung der Nachfragebindungs- und Abschöpfungsquote v.a. unter Beachtung des Marktgebiets von Borken insgesamt aber dennoch realistisch, sofern das Einzelhandelsangebot gezielt an den ausstrahlungsstärksten Standortlagen ausgebaut und attraktiviert wird (v.a. zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt) und Angebotslücken geschlossen werden (Drogerie, Mode, Tierfut-

ter, Heimtextilien). Begrenzend gilt es die Wettbewerbsverschärfung im Umland (Outlet in Ochtrup) und durch den Online-Handel zu beachten.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 79 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 85 Mio. € von außen zu (Umland sowie Potenzialreserve).

## 6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Borken

Die wichtigsten Stärken des Einzelhandelsstandorts Borken lassen im Abgleich mit den Ergebnissen der Öffentlichkeitsveranstaltung und der Arbeitskreissitzungen - sich wie folgt charakterisieren:

- Über alles wird Borken mit einem vielfältigen Angebot aus verschiedenen Sortimentsbereichen der mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht. U.a. bei Möbel und Gartenbedarf liegen deutliche Nachfragezuflüsse vor.
- Die Innenstadt verfügt mit dem Bekleidungskaufhaus Cohausz, dem EKZ Vennehof und dem FMZ Kuhm-Center über ausstrahlungsstarke Magnetbetriebe.
- Das Verhältnis von inhabergeführtem Einzelhandel zu Filialisten ist ausgewogen, was Borken einen individuellen Charakter verleiht. Positiv wirkt sich der Nutzungsmix zwischen Einzelhandel und konsumnahen Angeboten, wie Gastronomie, aus. Es herrscht überwiegend eine ansprechende Atmosphäre.
- Die Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote ist aus Borken und aus dem Umland sowohl mit den verschiedenen Verkehrsmitteln als auch zu Fuß/mit dem Rad gegeben. Das Parkplatzangebot in der Innenstadt ist als angemessen zu bewerten.
- Wenngleich die Nahversorgung in den ländlich geprägten Ortsteilen nicht flächendeckend gegeben ist, zeigt sich für die Ortsteile Borken, Gemen, Weseke und Burlo eine weiträumige Abdeckung der verdichteten Wohnsiedlungsbereiche. Ein Großteil der Einwohner kann einen Nahversorger zu Fuß/mit dem Rad erreichen.

Die wesentlichen Schwächen des Einzelhandels in Borken lassen sich aus unserer Sicht wie folgt zusammenfassen:

- Strukturelle Defizite sind in Borken in teilweise nicht mehr markt- bzw. betreibergerechten Betriebsgrößen vorzufinden: v.a. Lebensmitteleinzelhandel, Möbelmärkte und Baumärkte.
- Es gibt Zentralitätsspielräume bei den zentrenrelevanten Sortimenten und Entwicklungspotenziale, die noch nicht ausgeschöpft sind. Bedingt durch Angebotslücken kann die Nachfrage aus dem Umland derzeit in Borken nicht in allen Sortimentsbereichen zufriedenstellend erfüllt werden.
- Die Anbindung des Innenstadt-Ergänzungsbereichs an die tradierte Innenstadtlage ist nicht optimal. Es bedarf umfangreicher Entwicklungsmaßnahmen insb. im Bereich der Mühlenstraße/Wilbecke, um eine räumlich-funktionale Anbindung herzustellen. Die Entwicklung der Cluse Arkaden sowie der Bau eines Geschäftshauses auf dem temporären Parkplatz bei Kaufland/ Wilbecke tragen einen Impuls zur Verknüpfung bei.
- In den Randlagen der Innenstadt sind zunehmend Mindernutzungen/ Leerstände zu verzeichnen. Die Plätze sind zudem nicht allesamt optimal bespielt und besitzen, wie auch der Bereich Brinkstraße/Wilbecke, z.T. Aufwertungsbedarf. Dies gilt es durch gezielte gestalterische Maßnahmen und der Abwägung von Nutzungsmöglichkeiten des Marktplatzes z.B. durch junge Gastronomie zu beheben.

Folgende Chancen eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Borken und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Der Einzelhandel in der Stadt Borken weist eine weitgehend, räumlich-funktionale Arbeitsteilung der Standortbereiche auf. Die Bewusstseinsschärfung der Vorteile der komplementären Ergänzung der Standortlagen kann zum Abbau von „gefühlten" Kannibalisierungstendenzen beitragen. Das Gewerbegebiet Ost sowie einzelne Streulagen (v.a. Leerstand Boumannstraße) können zum Abbau bestehender Angebotslücken (Tierbedarf, Heimtextilien) dienen.
- Vorhandene Entwicklungsflächen, die sich grundsätzlich für die Weiterentwicklung eignen, müssen genutzt werden. Dies gilt insbesondere für die Anbindung des Ergänzungsbereichs an die Innenstadt sowie für die städtebauliche Entwicklung des Bahnhofsumfelds. Es bedarf der Entwicklung von Potenzialflächen mit Schlüsselfunktion (Bereich Wilbecke/ Mühlenstraße). U.a. kommt - unter Wahrung der Funktionsfähigkeit und Attraktivität der gewach-

senen Einkaufsinnenstadt - eine Ansiedlung von größerflächigen Betrieben im Innenstadtergänzungsbereich in Frage.

- Der Zusammenschluss von Innenstadtakteuren ermöglicht die gezielte Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts. Es geht insbesondere darum, sich an die veränderten Bedarfe der Kunden anzupassen (Digitalisierung, demografischer Wandel, einheitliche Öffnungszeiten).

Dennoch bestehen auch Risiken, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Die Beibehaltung der bisherigen Einzelhandelssteuerung würde außerhalb des Innenstadtzentrums die städtebauliche Missstände (alter Extra-Baumarkt, ehemaliger Netto-Markt) bzw. Mindernutzungen nicht beseitigen und auch nicht zum Abbau bestehender Angebotslücken beitragen. Es ist eine Aktualisierung der Sortimentsliste zur Zentrenrelevanz erforderlich, die tatsächlich bestehende Betriebskonzepte mit berücksichtigt.
- Es besteht die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen" Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandeinzelhandels eintreten könnte. Größerflächige Ansiedlungsbegehren sollten auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und ggf. einer ergänzenden Einzelfallprüfung hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Stärkung der Innenstadt im komplementären Zusammenwirken mit den Angeboten „in der Peripherie" und den Nahversorgungsstandorten im Fokus.

# 7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Borken

## 7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Borken als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Borken insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind v.a.

- Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (unzureichende Zentralitätswerte/Nachfragebindung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Borken heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in Borken werden prospektiv leicht sinken. Die demografische Entwicklung bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich etwa durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Es ist v.a. auf die weiter steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten zu weiteren Umsatzrückgängen führen wird.
- Die Betriebstypendynamik ist auch für Borken zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen[25] in einzelnen Branchen Verkaufsflächenpotenziale entstehen (v.a. Lebensmittel- und Drogeriemärkte).

[25] Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird. Bei den übrigen Sortimenten ergeben sich per saldo stabile Zahlen bis hin zu geringen Rückgängen aufgrund des Abflusses in den Online-Handel.

- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich insgesamt auf einem für ein Mittelzentrum durchschnittlichen Niveau. In einzelnen Sortimentsbereichen sind noch leichte Zentralitätsdefizite zu erkennen, die entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der Tragfähigkeit abgebaut werden sollten (v.a. Tierbedarf, Heimtextilien, Drogerie, Young Fashion).
- Die Flächenausstattung liegt in Borken zwar insgesamt auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Ein Ausbau der Nachfragebindung und -abschöpfung erscheint allerdings vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten möglich und langfristig zielführend. Dies setzt voraus, dass sich die Einzelhandelsangebote an den funktional richtigen Stellen befinden und dort eine kritische Masse an Angeboten vorgehalten wird.
- Darüber hinaus sind strukturelle Defizite in Borken feststellbar:
  - die zu geringen Austauscheffekte zwischen den Angeboten des Kuhm-Centers und der tradierten Innenstadt.
  - zu wenig filialisierte resp. zu kleinteilige Betriebseinheiten in der Innenstadt mit Magnetfunktion (z.B. young fashion).
  - zum Teil zu kleinteilige Nahversorgungsstrukturen.
  - zwei prägende Leerstände des Einzelhandels in Streulage.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Der Entwicklungsrahmen wird bei Berücksichtigung einer Intensivierung der Nachfragebindung und -abschöpfung durch zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale geprägt. Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten, die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Die Arrondierungen an den bestehenden Einzelhandelslagen führen zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

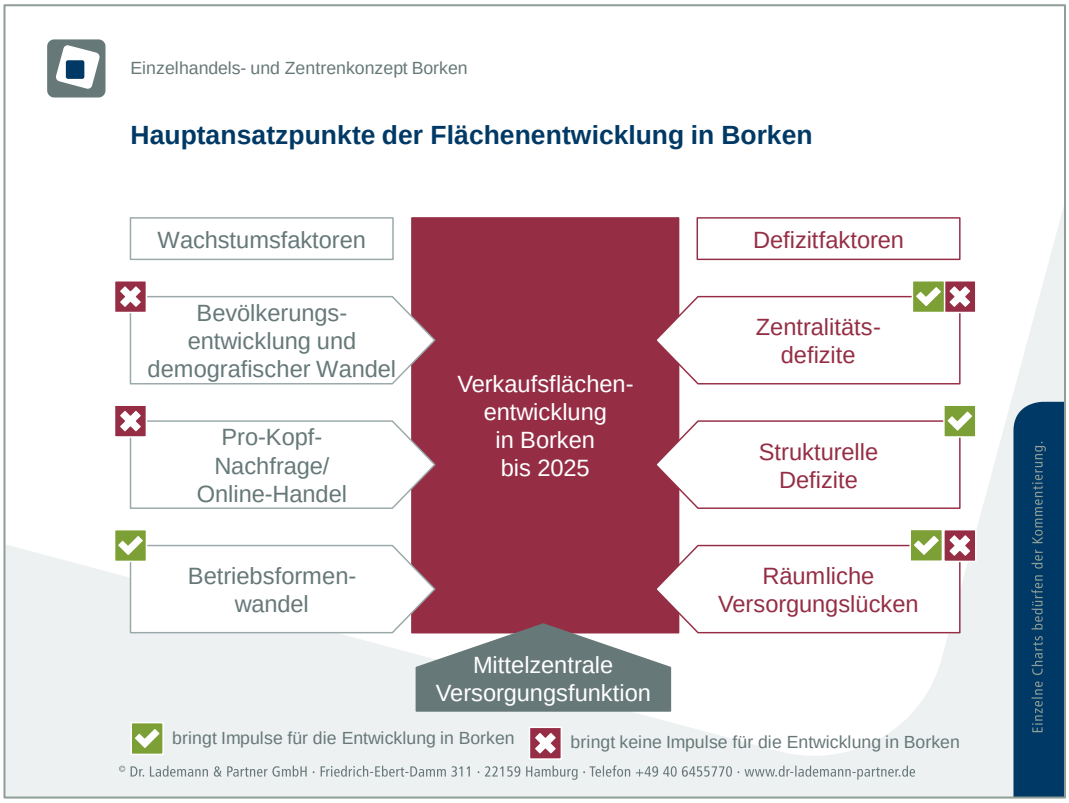


Abbildung 27: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Borken

## 7.2 Verkaufsflächenspielräume

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für die Stadt Borken ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

bis zu 10.400 qm Verkaufsfläche[26].

Der Orientierungsrahmen für die Stadt Borken entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Abbildung dargestellten Sortimentsgruppen:

[26]Der Orientierungsrahmen geht von üblichen Konzepten des Einzelhandels aus und ist damit bei Vorhaben ausschöpfbar, die sich an den zu stärkenden Standorten befinden und hierdurch über eine höhere Ausstrahlkraft verfügen als ein in (solitärer) Streulage gelegenes Vorhaben. Bei großflächigen Vorhaben wird die Einzelfallbetrachtung empfohlen, um differenziert die spezifischen Potenziale (und Auswirkungen) zu ermitteln. So wird die räumliche Ausstrahlkraft ganz überwiegend von dem geplanten Branchen- und Mietermix beeinflusst.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Borken

**Branchenspezifischer Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis zum Jahr 2025**

**(Exkl. Potenzial durch regionale Streuumsätze)**

| | Saldo in qm VKF |
|---|---|
| Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren | ca. 2.400 |
| Bekleidung, Schuhe/Lederwaren | ca.1.000 |
| Elektrobedarf/elektronische Medien | ca. 150 |
| Spiel-, Sportbedarf | ca. 250 |
| Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel inkl. Babybedarf | ca. 250 |
| Optik, Uhren, Schmuck, Bücher/Schreibwaren | ca. 150 |
| Möbel, Haus- und Heimtextilien | ca. 2.600 |
| Bau- und Gartenbedarf, Tierbedarf | ca. 1.900 |

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner
Per saldo Betrachtung von Zu- und Abgängen. Werte gerundet.

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 28: Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

Der Orientierungsrahmen untergliedert sich in die einzelnen Branchengruppen wie folgt:

- <u>Nahversorgungsrelevante Sortimente – ca. 2.400 qm VKF:</u>

  Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich-integrierten Lagen (Mantelbevölkerung) anzusiedeln. Die Flächenpotenziale sollten dazu genutzt werden, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch moderate Flächenerweiterungen zukunftsfähig abzusichern. So ist davon auszugehen, dass die Erweiterung bestehender Betriebe Flächenbedarfe generieren wird.

  Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte stellen eine wesentliche Voraussetzung zur Ansiedlung weiterer Angebote dar. Insofern ist mit diesen Sortimenten primär auf eine weitere Stärkung der Zentren und sekundär der Nahversorgungsstandorte hinzuwirken. Es gilt v.a. den Lebensmitteleinzelhandel als Frequenzbringer der Zentren zu erhalten und in Streulagen auf den jeweiligen Nahbereich auszurichten. Standorte in der Innenstadt und dem Ergänzungsstandort können von dem Nachfragevolumen der Gesamtstadt profitieren.

- Zentrenrelevante Sortimente – ca. 1.800 qm VKF

  Vorrangig geht es um die Sicherung und den qualitativen und quantitativen Ausbau der Funktionsfähigkeit der Innenstadt von Borken für die Stadt und ihr Marktgebiet insgesamt. Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterung und gezielte Neuansiedlung mittelzentraler Angebote qualifiziert werden. Dabei sollte ein Schwerpunkt auf die Ansiedlung mittel- bis großflächiger Betriebe (> 400 qm VKF) gelegt werden. Diese können zur Ergänzung der bisher überwiegend kleinteiligen Ladengrößen und zur besseren Verknüpfung der Teilbereiche und dadurch zur Steigerung der Ausstrahlungskraft der zentralen Versorgungsbereiche beitragen.

- Nicht-zentrenrelevante Sortimente – ca. 4.500 qm VKF

  Diese sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen (z.B. Ergänzungsstandort) anzusiedeln oder zu erweitern, da von diesen Branchen keine zentrumsbildenden Funktionen ausgehen. Beispielsweise handelt es sich hierbei um Fachmarktnutzungen mit dem Schwerpunkt Einrichtung (Heimtextilien/Teppiche, Matratzen), Tierfutter oder Kfz-Zubehör. Zur Nachnutzung strukturprägender Leerstände außerhalb der Zentren ist auf einen nicht-zentrenrelevanten Schwerpunkt hinzuwirken.

Bei diesem Expansionsrahmen handelt es sich um einen groben Orientierungsrahmen, der unter Abwägung der Vor- und Nachteile auch leicht überschritten werden kann. Mit dem Expansionsrahmen kann weder pauschal berücksichtigt werden, ob ein Planvorhaben nur teilräumlich oder aufgrund einer Spezialisierung regional ausstrahlt noch ob es sich um umsatzstärkere oder leistungsschwache Anbieter handelt. Insofern ist bei größeren Projekten außerhalb des Kernbereichs des Innenstadtzentrums sowie bei der Überschreitung des Orientierungsrahmens die Erarbeitung einer detaillierten Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens zu empfehlen. Ein Nachweis der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit ist mit dem Orientierungsrahmen noch nicht erbracht.

Der Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Borken umfasst bis 2025 bis zu 10.400 qm Verkaufsfläche. Durch die Schaffung marktgängiger Größenordnungen im Lebensmitteleinzelhandel, der Erschließung von innerstädtischen Potenzialflächen und dem Abbau der prägenden Leerstände könnte die Nachfragebindung und -abschöpfung noch leicht erhöht werden.

## 7.3 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes.

Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

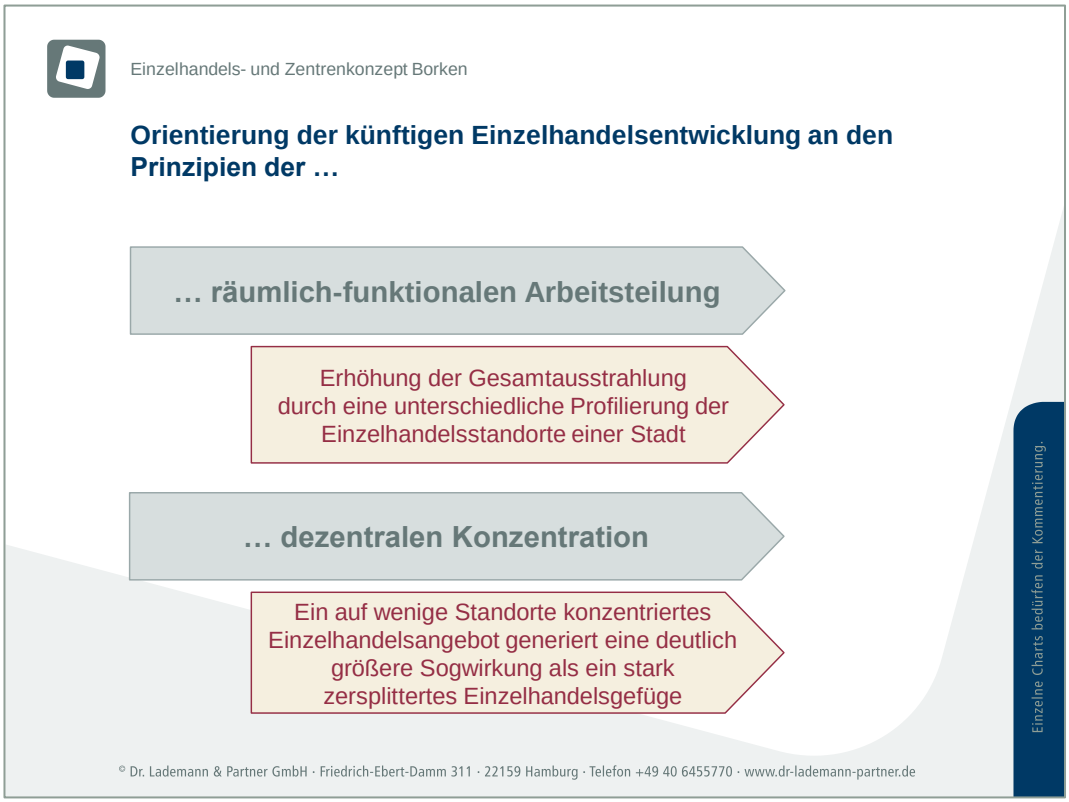


Abbildung 29: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb mit den Mittel- und Großstädten sowie mit dem nicht-stationären Handel anzusehen. Die zentralörtliche Position der Kreisstadt Borken sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und für das Umland konsequent gesichert sowie gestärkt werden.

Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung durch Schaffung von größeren und marktgängigen Verkaufsflächen, künftig insbesondere auch an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die bisher abfließenden Nachfragepotenziale insbesondere in Richtung der Innenstadt sowie des Ergänzungsstandorts umzuleiten. An den sonstigen integrierten Standortlagen gilt es weiterhin verbrauchernahe Angebote abzusichern.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzusteuern:

Abbildung 30: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Stärken stärken“, hierbei

- Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Insbesondere in der Altstadt sollte der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ bzw. den ‚Einkaufsbummel‘ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente und kopplungsaffiner Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt noch mehr Fashion-Filialisten und Betriebe mit > 400 qm VKF vorzuhalten.
- Die über Jahre entstandene Agglomeration von Fachmärkten entlang der Otto-Hahn-Straße ist als zentralitätsbildender Ergänzungsstandort zu behandeln. Der Schwerpunkt dieses Ergänzungsstandorts sollte eher dem ‚Lastkauf‘ i.S. des Versorgungseinkaufs entsprechen. D.h., das Profil soll hier auch zukünftig auf den versorgungsorientierten Einkauf ausgerichtet sein und sich damit auf ein zur Innenstadt arbeitsteiliges, fachmarktorientiertes Profil konzentrieren. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte vor allem auf

dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen. Neuansiedlungen im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich sind hingegen nicht empfehlenswert. Es sollte ausschließlich eine Anpassung der Lebensmittelmärkte an heutige Standortanforderungen erfolgen.

- Das Nahversorgungszentrum Weseke sollte primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet werden und nur im begrenzten Umfang durch zentrenrelevante Sortimente ergänzt werden. Für die leistungsfähige ortsteilbezogene Grundversorgung spielt dieser Standortbereich eine wichtige Rolle und sollte dies auch künftig übernehmen.

  Die bestehenden Lebensmittelmärkte in den sonstigen Lagen dienen insbesondere zur Sicherung einer funktionsfähigen, wohngebietsbezogenen Nahversorgung und sollten in ihrer Funktionsfähigkeit erhalten werden. (Weiter-) Entwicklungen sind bestandsorientiert und im standortbezogenen Kontext zu dimensionieren.

- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich einerseits dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der wohngebietsbezogenen Grundversorgung dienen.

  Andererseits sind Vorhaben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment, welche einen nennenswerten Flächenbedarf aufweisen, auch in sonstigen Siedlungsbereichen möglich. Dies gilt insbesondere dann, wenn das Angebot zum Abbau von Leerständen und/oder von Angebotslücken dient.

# 8 Zentrenkonzept für die Stadt Borken

## 8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Borken unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (i.d.R. Innenstadt, Neben- und Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Ergänzungs- bzw. Sonderstandorte) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von Einzelhandelsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu

einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig (konkretisiert z.B. im Rahmen von Flächennutzungsplänen), da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur[27] haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken" in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs" angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Stadtgebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral' ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Grundsätzlich können zentrale Versorgungsbereiche auch einer inneren Gliederung unterzogen werden, womit deutlich gemacht wird, dass einzelne Teilbereiche eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Funktionen wahrnehmen sollen. So lassen sich im begründeten Einzelfall bspw. Ergänzungsbereiche für großflächige Einzelhandelsbetriebe darstellen, die in den gewachsenen

[27] Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

Lagen keine entsprechenden Flächen vorfinden, aber durch das komplementäre Zusammenwirken für die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt von Bedeutung sind. Die Zentren-Teilbereiche übernehmen im Zusammenspiel damit gemeinsam den Versorgungsauftrag für das jeweilige Einzugsgebiet.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarktagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind Nahversorgungsstandorte. Hierbei handelt es sich im Regelfall über solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine wichtige Funktion einnehmen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld; ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf.

Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Borken:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssend dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wird in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadtzentrum:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und in der Regel weiteres Umland (zentralörtlicher Verflechtungsbereich)
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf; diverse zentrenergänzende Nutzungen

Nebenzentren:

- Mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Bezirke und Stadtteile größerer Städte
- Regelmäßig größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten: Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente; Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf

Nahversorgungszentren:

- Kleiner Einzugsbereich: Auf bestimmte Quartiere oder Ortsteile beschränkt
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente; in begrenztem Umfang ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs.

Darüber hinaus konnten Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung festgestellt werden, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht vollständig erfüllen:

(Integrierte) Nahversorgungsstandorte:

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- Oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit nahversorgungsrelevanten Angeboten
- Kein bis geringer Wettbewerb am Standort

Ergänzungsstandorte:

- Überörtlicher Einzugsbereich
- Zumeist flächenextensive Sortimente des nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereichs
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich i.d.R. in autokundenorientierter Lage befinden
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

## 8.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Borken

Neben der in den vorausgegangenen Kapiteln intensiven Auseinandersetzung mit der Bestandsanalyse, ist die Betrachtung einer Zielperspektive wichtig.

In der Stadt Borken konnten im Sinne des § 34 BauGB zwei zentrale Versorgungsbereiche ausgemacht werden:

- Das Innenstadtzentrum von Borken mit seinen Teillagen der tradierten Innenstadt und dem funktionalen Ergänzungsbereich und
- das Nahversorgungszentrum Weseke.

Darüber hinaus wurde mit dem Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost) ein Ergänzungsstandort[28] des großflächigen Einzelhandels (keine zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB) identifiziert. Sonstige Standortlagen wurden als Streulagen/Sonstige Lagen erfasst.

[28] Sonstige Standortlagen weisen über einen geringeren Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf (z.B. Obi-Markt an der Gelsenkirchener Straße; Verbundstandort Edeka/Leerstand Boumannstraße).

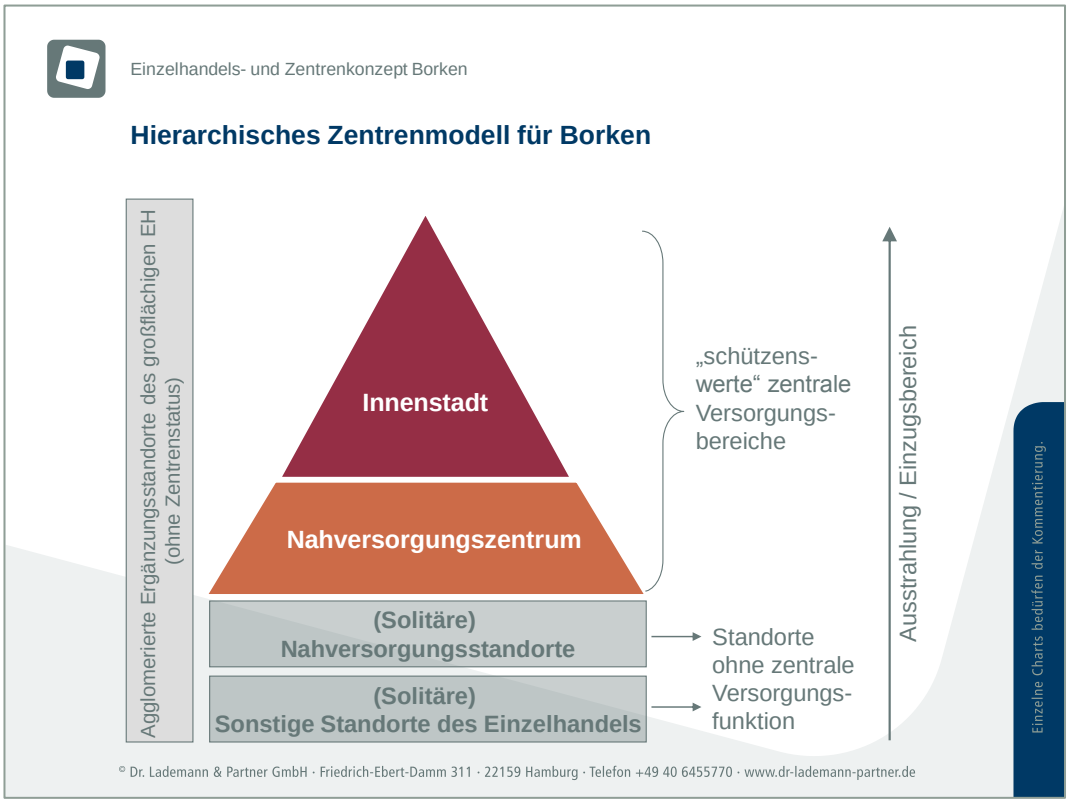


Abbildung 31: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Borken

Nachfolgend wird anhand der Zentrenhierarchie (Innenstadt, Nahversorgungszentrum) die städtebauliche und funktionale Analyse dieser beiden Zentren anhand von Zentrenpässen sowie des Ergänzungsstandorts anhand eines Standortpasses vorgenommen.

### 8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich: Innenstadtzentrum von Borken

| Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 01 |
|---|---|
| **Lage und Einzugsbereich** | zentrale Lage in der Kernstadt von Borken/Gemen; die tradierte Innenstadt umfasst in etwa den Bereich zwischen Butenwall im Süden/Westen und Borkener Aa im Osten; im Norden reicht diese bis auf Höhe der Brinkstraße. Im Nordosten dehnt sich die Innenstadt als Ergänzungsbereich für großmaßstäbige Betriebe bis zum Bahnhof von Borken aus; |
| | der Einzugsbereich erstreckt sich im Wesentlichen über Borken und die unmittelbar angrenzenden Orte (Südlohn, Velen, Heiden, Raesfeld) |
| **Kurzbeschreibung Zentrenstruktur** | Haupteinkaufslage zwischen dem EKZ Vennehof im Süden und dem FMZ Kuhm-Center eingebunden; als Fußgängerzone gestaltete Haupteinkaufslage (v.a. Kornmarkt, Goldstraße, Markt, Johann-Walling-Straße); dort überwiegend kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstrukturen mit multifunktionalem Nutzungsbesatz; vereinzelt strukturprägende Betriebe verstreut in Geschäftsstraßen eingebunden (u.a. Johanniterplatz). |
| **Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild** | angenehmes und abwechslungsreiches Erscheinungsbild entlang der Fußgängerzone; weitestgehend geschlossene Bebauung mit vereinzelten Stadtplätzen (v.a. Markt, Remigiuskirchplatz, Kornmarkt); in Randlagen historische Elemente (Stadtbefestigung); geringere städtebauliche Qualitäten im Ergänzungsbereich/Bahnhofsnähe und entlang der Brinkstraße |
| **Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld** | überwiegend Wohnnutzungen sowie Dienstleistungsangebote (u.a. Stadtverwaltung, Kino, Amtsgericht, Marienhospital);<br>Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) |
| **Erreichbarkeit MIV** | Sehr gute Erreichbarkeit aus dem gesamten Marktgebiet; direkte Anbindung der Innenstadt an das regionale Straßennetz über die L600 (Heidener Straße)/L581 (Ahauser Straße/Nordring) sowie über die K7 (Butenwall/Raesfelder Straße) |
| **Stellplatzangebot** | umfassendes Parkplatzangebot innerhalb u. direkt außerhalb der Innenstadt; mehrere kostenpflichtige Stellplatzanlagen/Parkhäuser (u.a. Am Boltenhof), zahlreiche kostenfreie Stellplätze am Kuhm-Center |
| **Erreichbarkeit ÖPNV** | Anbindung v.a. über den Regionalbahnhof und den Busbahnhof; mehrere Bus-Haltepunkte im Zentrum verteilt |
| **Fußläufige Erreichbarkeit** | aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute Erreichbarkeit zu Fuß und mit Rad aus den Wohngebieten aus Borken und Gemen |
| **Aufenthaltsqualität** | unterschiedliche Aufenthaltsqualitäten: in den zentralen Bereichen entlang der Fußgängerzone und neuen Remigiuskirchplatz deutlich höher als in den Randlagen (v.a. Heidener Straße/Bahnhofsumfeld) |
| **Magnetbetriebe** | Modekaufhaus Cohausz, EKZ Vennehof (v.a. dm, Tara M), FMZ Kuhm-Center (Kaufland) |
| **EH-Verkaufsfläche 2016** | rd. 31.500 qm, davon rd. 19.200 qm zentrenrelevanter Bedarf |
| **Angebotsspeziali-sierung/-wertigkeit** | deutlicher Angebotsschwerpunkt auf Bekleidung (rd. 28 %) sowie Nahrungs- und Genussmittel (rd. 25 %); vielfältiger Angebots- und Branchenmix von inhabergeführten und filialisiertem Einzelhandel; Vennehof und Kuhm-Center vorwiegend Prägung durch Filialisten; preisaktives bis leicht gehobenes Niveau |
| **Struktur des Einzelhandels** | kleinteilige Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen (im Mittel 230 qm groß) von überwiegend mehrgeschossigen Immobilien; in der Hauptlage (Johanniterplatz/-straße, Kornmarkt, Goldstraße, Markt, Johann-Walling-Straße) fast durchgängiger Besatz; in Nebenlagen nehmen Einzelhandelsangebote deutlich ab |
| **Ergänzende Nutzungen** | rd. 130 innenstadttypische Nutzungen (v.a. Ärzte und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Geldinstitute, Versicherungen); Stadthalle, Wochen- und Feierabendmarkt |
| **Leerstandssituation 2016** | 13, kleinteilige Ladenflächen leerstehend (gesamt: rd. 900 qm), v.a. in den Nebenlagen |
| **Konkurrenz mit anderen Standorten** | innerörtlich v.a. mit Randsortimenten der Betriebe am Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße sowie in Streulagen; überörtlich derzeit mit Bocholt und Oberhausen (prospektiv ggf. stärker mit Outlet in Ochtrup) |

Tabelle 9: Zentrenpass Innenstadtzentrum Borken - Status quo

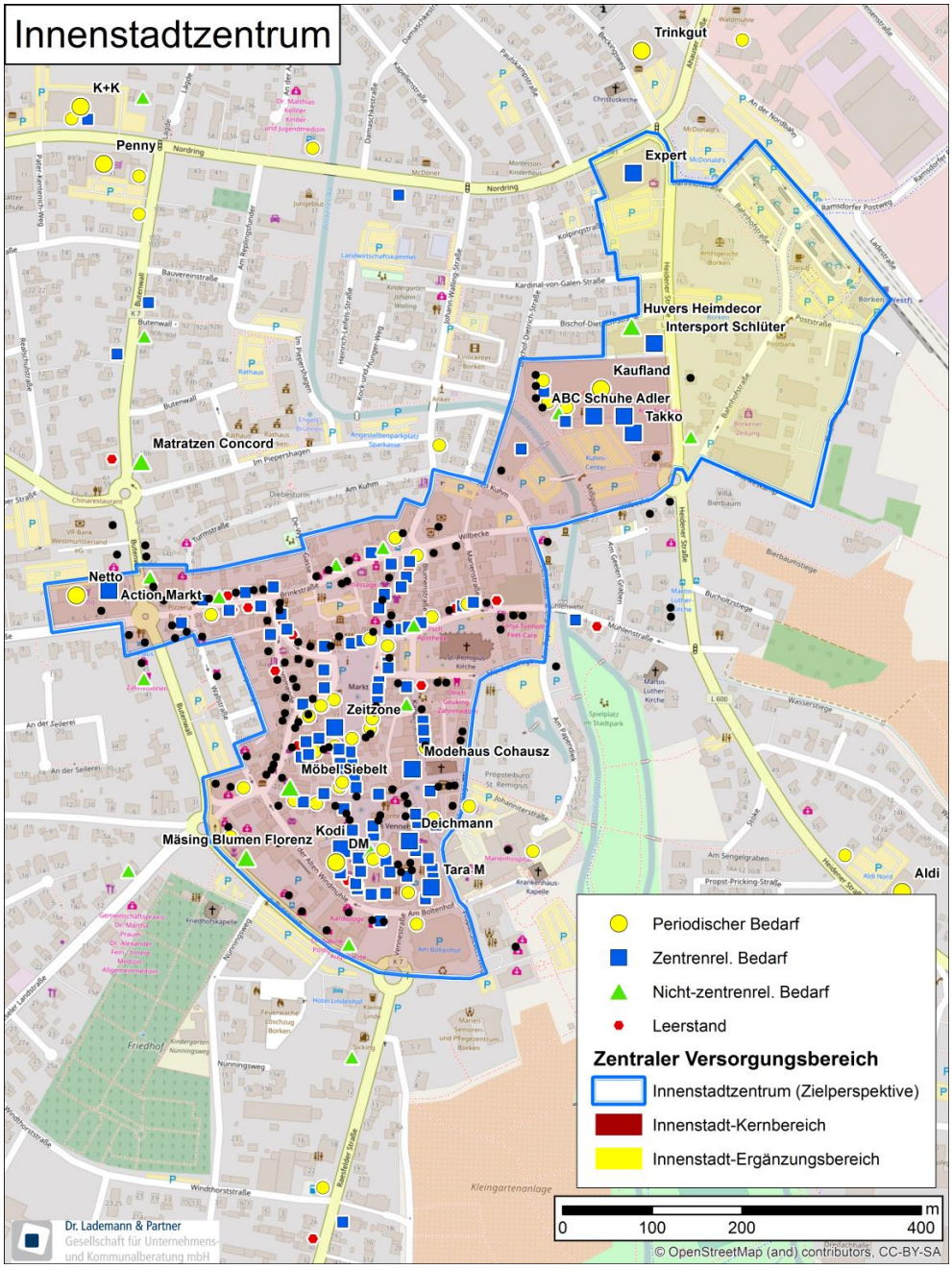


Abbildung 32: Abgrenzung des Innenstadtzentrums von Borken (Zielperspektive)

| | |
|---|---|
| **Potenzialflächen** | Größere Potenzialflächen durch Neuordnung vorhanden: z.B.<br>> "Bodenplatte" (Cluse-Arkaden in Realisierung),<br>> temporärer Stellplatz Wilbecke/Kaufland (fortgeschrittener Planungsstand)<br>> Bereich Mühlenstraße/Wilbecke zum Lückenschluss<br>> Bereich beidseitig der Bahnhofstraße (Borkener Zeitung),<br>weitere Nachverdichtungspotenziale (einzelne Baulücken, Ersatz von Mindernutzungen, Erweiterungen im Bestand) sowie Nachnutzung von Leerständen |

| Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt | 01 |
|---|---|
| **Entwicklung seit 2009** | Realisierung des Elektrofachmarkts im Erweiterungsbereich des Zentrums; Ansiedlung Netto/Action; Betreiberwechsel u.a. Wehmeyer/Adler und Telepoint/Expert |
| | Erweiterung des zentralen Versorgungsbereichs um Bereiche im Nordosten (Bahnhofstraße) |
| **Stärken** | Mischgenutzter Standort zentrentypischer Nutzungen; hoher Anteil an gastronomischen Betrieben und Dienstleistungsangeboten innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Synergien mit Einzelhandel/Belebung in den Randzeiten) |
| | einzelne sogstarke Angebote (Cohausz, Kaufland, dm); angenehmes Stadtbild (v.a. Markt, Remigiuskirchplatz, Kornmarkt), Individualität und Service; in Hauptlagen weitestgehende Vermietung der Ladenlokale |
| | gute Anbindung im modal split |
| **Schwächen** | Aufenthaltsqualität in Teilen nicht optimal; keine Erlebbarkeit der Borkener Aa |
| | leicht unterdurchschnittliche Citydichte (ca. 26 %) |
| | nicht optimale Verknüpfungen/Anbindungen der Einzelhandelslagen (insb. Bereich Mühlenstraße/Wilbecke) |
| | mit Ausnahme vom Kuhm-Center zu kleinteilige Ladengrößen; zu wenig Verkaufsflächen > 400 qm vorhanden; insb. in den Randlagen erhöhter Anteil an strukturellem/lagebedingtem Leerstand bzw. Mindernutzungen, hierdurch zu geringe Frequentierung |
| **Handlungsziele** | Profilierung der Innenstadt als Standort für Einzelhandel, konsumnahe Angebote und Gastronomie.<br>Vorrangiges Ziel sogstärkere Angebote auf die Hauptlage mit höchster Handelsdichte des zentralen Versorgungsbereichs zu konzentrieren. |
| | Sogkraft der Einkaufs-Innenstadt durch Ansiedlung von zentrenrelevanten Betrieben mit > 400 qm VKF steigern; hierbei v.a. filialisierte Fashion-Anbieter (z.B. H&M, C&A) ansiedeln; hierfür hinsichtlich der Bestandsstrukturen überprüfen, ob Flächenzusammenlegungen der Ladenlokale möglich sind (bzw. Vertiefung der Ladenlokale) resp. der Lückenschluss erfolgen kann |
| | Zur Erhöhung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt auf Ansiedlung eines zweiten Drogeriemarkts (> 600 qm VKF) hinwirken. |
| | Funktionale Ergänzungsbereiche kommen v.a. für größere Einzelhandelsbetriebe in Frage, die keine kurzfristig entwickelbaren Flächen in der tradierten Lage vorfinden. Mögliche Entwicklungen im Ergänzungsbereich sollten die Attraktivität und Funktionsfähigkeit der übrigen Innenstadtteilbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen. Der Ergänzungsbereich sollte damit vor allem solche Nutzungen aufnehmen, die nur schwer in die gewachsenen Lagen integrierbar wären.<br>Die Randlagen der Innenstadt kommen demnach für sämtliche innenstadttypische Nutzungen in Frage, insb. jene die aufgrund des Flächenbedarfs nur schwer in die heutige Hauptlage integrierbar sind; hierbei Arrondierungen durch innenstadttypische Angebote |
| | Maßstabsgerechte Ansätze zur Digitalisierung des Angebots umsetzen: z.B. digitale Services in den Läden sowie Auffindbarkeit der Betriebe im world-wide-web; ggf. click-and-collect/Multi-Channel-Ansätze zur Intensivierung des Entscheidungs- und Kaufprozesses zugunsten des lokalen Einzelhandels entwickeln (einzelbetrieblich oder Netzwerk mit Partnern) |

Tabelle 10: Zentrenpass Innenstadtzentrum Borken - Perspektive

### 8.2.2 Zentraler Versorgungsbereich: Nahversorgungszentrum Weseke

| Zentraler Versorgungsbereich Weseke | 02 |
|---|---|
| **Lage und Einzugsbereich** | Lage im dezentral und räumlich von der Kernstadt abgesetzten Ortsteil Weseke; wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bewohner des nördlichen Stadtgebiets (v.a. Weseke, Borkenwirthe/Burlo) |
| **Kurzbeschreibung Zentrenstruktur** | Verbundstandort zweier moderner Nahversorger im östlichen Teilbereich des Zentrums an der Holthausener Straße/Bennigsweg in funktionaler Ergänzung zur tradierten Einzelhandelslage; ein überwiegend kleinteiliger Nutzungsbesatz schmiegt sich der St. Ludgerus Pfarrkirche an |
| **Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild** | keine besondere städtebauliche Qualitäten; östlicher Teilbereich geprägt durch funktionale Handelsimmobilien; der westliche Teilbereich weist überwiegend zweigeschossige Wohngeschäftshäuser auf |
| **Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld** | das Umfeld ist durch wesentliche Wohnnutzungen des Ortsteils geprägt, östlich grenzen umfassende Gewerbenutzungen an;<br>Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) |
| **Erreichbarkeit MIV** | gute Erreichbarkeit aus Wohngebieten des Ortsteils; über Kreis- und Bundesstraßen angebunden (u.a. K40 nach Burlo/B70 nach Borken/Gemen), die den Siedlungskörper flankieren |
| **Stellplatzangebot** | umfassendes Stellplatzangebot, welches v.a. den Lebensmittelmärkten zugeordnet ist; darüber hinaus straßenbegleitendes Parken in den gewachsenen Lagen des Zentrums |
| **Erreichbarkeit ÖPNV** | Busanbindung durch Buslinie R76 nach Borken Bahnhof und Ahaus Bahnhof |
| **Fußläufige Erreichbarkeit** | aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen des Ortsteils gegeben |
| **Aufenthaltsqualität** | keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum |
| **Magnetbetriebe** | K+K-Verbrauchermarkt, Netto-Discounter |
| **EH-Verkaufsfläche 2016** | rd. 5.300 qm, davon rd. 3.100 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf |
| **Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit** | Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage, preisaktives bis mittleres Niveau |
| **Struktur des Einzelhandels** | zwei großflächige Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfs im östlichen Teilbereich des Zentrums (moderne Handelsimmobilien), darüber hinaus weitere kleinteilige ergänzende Handelsnutzungen im westlichen Bereich |
| **Ergänzende Nutzungen** | knapp 20 zentrenergänzende Angebote (u.a. Kreditinstitute, Gastronomie, Bücherei, Friseure) |
| **Leerstandssituation 2016** | vier leerstehende Ladenlokal, insg. 400 qm VKF |
| **Konkurrenz mit anderen Standorten** | keine direkte Konkurrenzsituation im Naheinzugsbereich,<br>aufgrund eigener Stärke bei Nahrungs- und Genussmitteln nur moderate Wettbewerbsbeziehung mit dem Angebot in Borken/Gemen |
| **Potenzialflächen** | Nachnutzung der Leerstände im Zentrum sowie Aufwertungs- oder Umstrukturierungspotenzial am Standort Rewe-Markt |

Tabelle 11: Zentrenpass Nahversorgungszentrum Weseke - Status quo

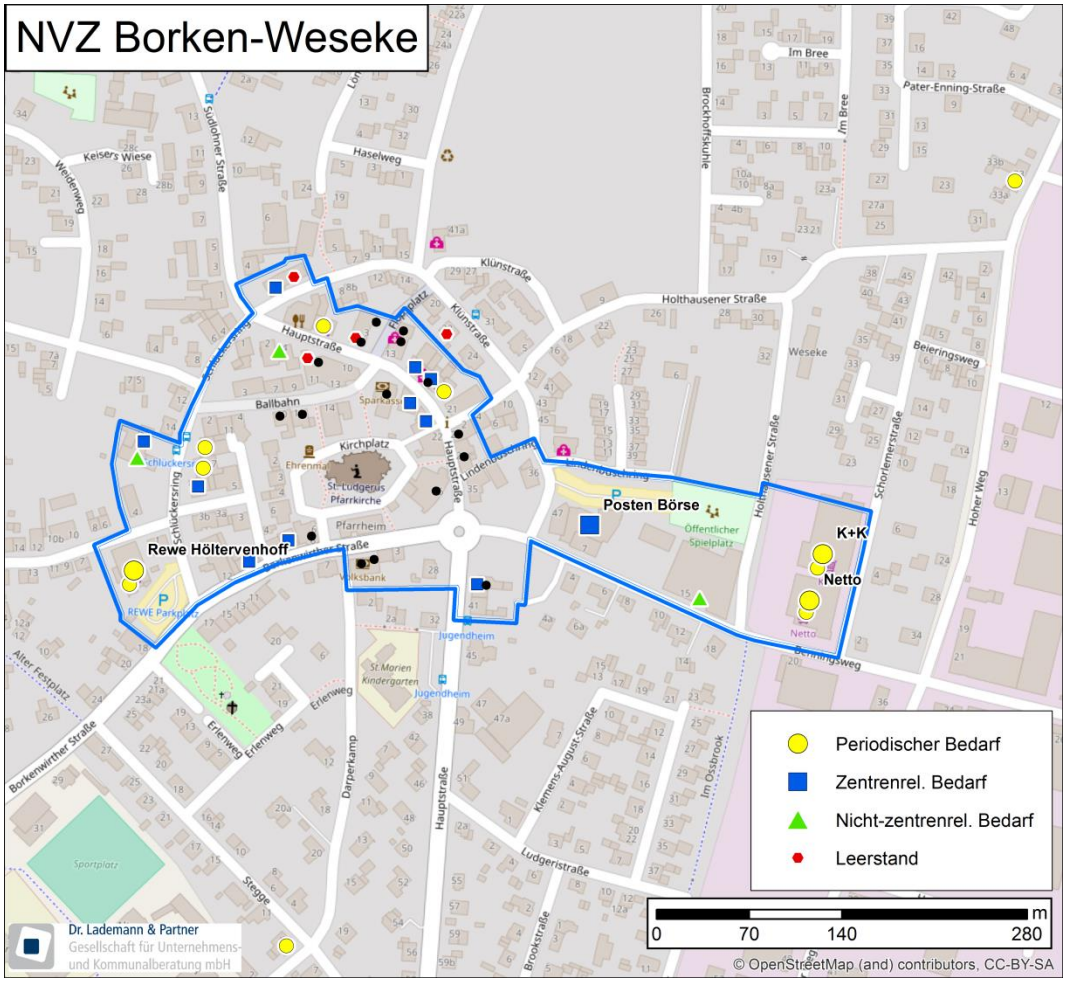


Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Weseke (Zielperspektive)

| Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Weseke | 02 |
|---|---|
| **Entwicklung seit 2009 (2012)** | Bau von zwei Nahversorgungsimmobilien im Kreuzungsbereich Holthausener Straße/Bennigsweg (K+K und Netto) sowie Schaffung einer verbesserten Anbindung für Rad-/Fußgänger aus dem Zentrum;<br>Nachnutzung des K+K-Altstandorts durch Nonfood-Discounter;<br>insgesamt deutliche Ausweitung der Verkaufsfläche |
| | In 2012 erfolgte im westlichen Teil die Verkleinerung des Zentrums, um Entwicklungsbemühungen zur Ansiedlung eines LEH-Verbundstandorts zu konzentrieren.<br>In 2016 Erweiterung des Zentrumsbereich im Westen um neun nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebote, um den faktischen Status quo des Handelsbesatz abzubilden und um eine ausreichend große Potenzialfläche zur Stärkung des Westbereichs des Zentrums bereitzuhalten (Gegenpol) |
| **Stärken** | durch erfolgte Neuaufstellung von K+K i.V.m. Neuansiedlung von Netto quantitativ leistungsstarkes Nahversorgungszentrum; moderne Angebote der Grundversorgung konzentrieren sich im östlichen Bereich;<br>Nahversorgungsfunktion v.a. für Weseke und Borkenwirthe/Burlo |
| **Schwächen** | nicht optimale Austauschbeziehungen zwischen den leistungsfähigen Einzelhandelsbetrieben im Osten mit den kleinteilig strukturierten Nutzungen im westlichen Teilbereich und zu schwacher Rewe-Markt (zu geringes "Gewicht"/Investitionsstau); Zentrum mit rd. 500 m räumlich weit ausgedehnt/ kein durchgängiger Nutzungsbesatz entlang des Bennigswegs |
| **Handlungsziele** | Sicherung und Stärkung der kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen, um ausreichend starken Gegenpol zu Netto/K+K zu schaffen; prüfen, welchen Beitrag der Rewe-Standort zur Abrundung des Angebots im Zentrum spielen kann (z.B. Bestandsabsicherung/Umnutzung, o.ä.) |

Tabelle 12: Zentrenpass Nahversorgungszentrums Weseke - Perspektive

### 8.2.3 Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost)

| Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost) | 3 |
|---|---|
| **Lage und Einzugsbereich** | zentrale Lage in der Kernstadt nordöstlich der Innenstadt; Lage im Ortsteil Gemen beiderseits der Otto-Hahn-Straße;<br>der Einzugsbereich erstreckt sich im Westentlichen über Borken und die unmittelbar angrenzenden Orte (Südlohn, Velen, Heiden, Raesfeld) zzgl. Streukunden |
| **Kurzbeschreibung Standortstruktur** | der Standort umfasst einen Verbund aus überwiegend großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die funktional miteinander verbunden sind; autokundenorientierte Lage parallel zu einer bedeutenden Erschließungsstraße |
| **Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild** | funktionale Architektursprache ohne besondere städtebauliche Qualität; städtebaulicher Bruch zu der angrenzenden Wohnbebauung |
| **Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld** | das Umfeld ist im Norden und Nordwesten durch Wohnnutzungen geprägt; südlich des Standorts befinden sich umfassende Gewerbeflächen;<br>Lage gem. Regionalplan z.T. im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) und z.T. im Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich (GIB) |
| **Erreichbarkeit MIV** | sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit der Otto-Hahn-Straße über L581/Ahauser Straße und K57/Landwehr |
| **Stellplatzangebot** | großzügiges kostenloses Stellplatzangebot, das jeweils den Handelsimmobilien vorgelagert ist |
| **Erreichbarkeit ÖPNV** | keine Bushaltestellen innerhalb Ergänzungsstandort vorhanden; Haltepunkt 'Gemen Bodelschwinghhaus' in fußläufiger Entfernung nordwestlich des Standorts (R51 Borken Bhf. - Coesfeld Bhf.) |
| **Fußläufige Erreichbarkeit** | trotz Lage in einem gewerblich prägrägten Umfeld fußläufige Erreichbarkeit von nördlich direkt angrenzenden Wohnnutzungen gegeben (inkl. Fußweg) |
| **Aufenthaltsqualität** | aufgrund der autokundenorientierten Positionierung im (teil-)öffentlichen Raum keine Aufenthaltsqualität; funktionale Gestaltung |
| **Magnetbetriebe** | Edeka Wilger, Aldi-Discounter, Möbel Kerkfeld |
| **EH-Verkaufsfläche 2016** | rd. 24.600 qm, davon rd. 19.300 qm nicht-zentrenrelevanter Bedarf |
| **Angebotsspeziali-sierung/-wertigkeit** | Fachmärkte mit discountorientierter bis gehobener Ausrichtung |
| **Struktur des Einzelhandels** | Fachmärkte mit nahversorgungsrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten |
| **Ergänzende Nutzungen** | Gastronomie |
| **Leerstandssituation 2016** | keine |
| **Konkurrenz mit anderen Standorten** | Wettbewerbsbeziehung zur Innenstadt (zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente) und Streulagen (Lidl, Obi, etc.) |
| **Potenzialflächen** | Erweiterung und/oder Umnutzung der Bestandsbetriebe |

Tabelle 13: Standortpass Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße - Status quo

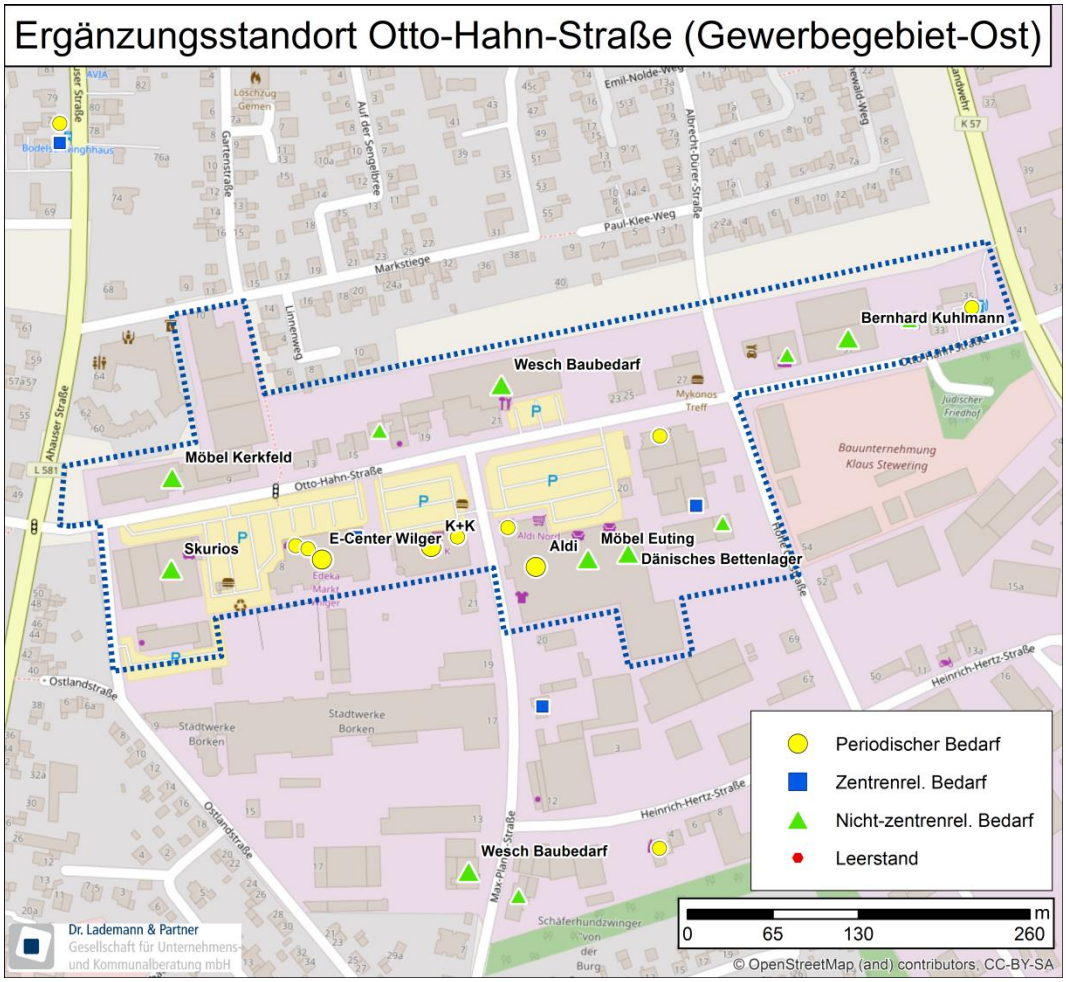


Abbildung 34: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Otto-Hahn-Straße

| Bewertung des Ergänzungsstandorts Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost) | 3 |
|---|---|
| **Handlungsziele** | Profilierung als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß Borkener Sortimentsliste; Profil der Fachmarktorientierung stärken; besseres Zusammenwirken der einzelnen Fachmärkte herstellen, um Ausstrahlkraft zu erhöhen |
| | Umnutzungen innerhalb der genehmigten sortimentsspezifischen Verkaufsflächen möglich; Umnutzung durch nicht-zentrenrelevante Sortimente zu begrüßen; Sicherung, des Ausschlusses von zentrenrelevanten Nutzungen als Hauptsortiment;<br>prüfen, ob der räumlich abgegrenzte Bereich des Ergänzungsstandorts aufgrund seiner heutigen Prägung durch Einzelhandel in ASB umgewidmet werden kann |
| | Absicherung der mittelständischen Möbelmärkte durch betriebserforderliche Arrondierungen (v.a. Möbel; max. 10 % zentrenrel. Randsortimente); bestehende Lebensmittelmärkte durch geringfügige Erweiterungen i.S.d. LEP NRW an die heutigen Bedarfe des Lebensmitteleinzelhandels anpassen |

Tabelle 14: Standortpass Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße – Handlungsziele

# 9 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken

Der prospektiven Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken liegen folgende übergeordnete Ziele zugrunde:

- Sicherung und Ausbau der Attraktivität der Stadt Borken und ihrer Ortsteile als mittelzentraler Einzelhandelsstandort
- Sicherung und Stärkung der Attraktivität des Borkener Innenstadtzentrums
- Sicherung und Stärkung integrierter Nahversorgungsangebote im Borkener Stadtgebiet einschließlich des Nahversorgungszentrum Weseke
- Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe an geeigneten Standorten

Gemäß der übergeordneten Strategie „Stärken stärken" sollten innenstadttypische Angebote weiterhin die Innenstadt prägen. Eine Zersplitterung der Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet ist zu vermeiden. Hierbei wird dem erklärten Ziel, die Stärken zu stärken, Rechnung getragen. Nahversorgungsrelevante Angebote (zugleich zentrenrelevant) sind im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im untergeordneten Umfang in Streulagen vertretbar (Wohngebietsversorgung).

## 9.1 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Borkener Liste"

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Die Einstufung der Sortimente erfolgte dabei durch Dr. Lademann & Partner hinsichtlich folgender Aspekte:

Die Feindifferenzierung der Sortimente wurde v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets vorgenommen. Ferner gilt es herauszustellen, welchen Sortimenten bzw. Magnetbetrieben eine Leitfunktion im Sinne einer Zentrenprägung beizumessen ist. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt.

Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind. In die Abwägung von Vorhaben ist daher für den Einzelfall auch einzustellen, ob die einzelnen Sortimente im Kontext bestehender Betriebstypen jeweils realistisch in einen zentralen Versorgungsbereich integrierbar sind (bspw. hinsichtlich der Dimensionierung) oder aber, ob insbesondere zum Abbau von bestehenden Angebotslücken für die Ansiedlung eine alternative Standortlage in Frage kommt. Für Borken lässt sich feststellen, dass die Zuordnung ausgewählter Sortimente sich in den letzten Jahren als zu sperrig erwiesen, da es bestimmte Konzepte nicht gibt. Hierbei ist v.a. auf die Ansiedlung eines Tierfutterfachmarkts sowie eines Heimtextilien-Fachmarkts hinzuweisen, die oftmals nur außerhalb der Innenstadt zu integrieren sind. Da diese Angebote in der Regel zielgerichtet aufgesucht werden, lassen sich nur geringe Kopplungseffekte mit den Innenstadtangeboten erwarten.

Bezug nehmend auf die Sortimentsliste für die Stadt Borken ist es weiterhin Aufgabe der Bauleitplanung, an gewünschten Standorten (zentrale Versorgungsbereiche) die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Vorhaben zu ermöglichen, bei dem Ergänzungsstandort und ausgewählten sonstigen Lagen für nichtzentrenrelevante Sortimente über die Ausweisung/Anpassung von Sondergebietsfestsetzungen hinzuwirken sowie an nicht erwünschten Standorten den Ausschluss voranzutreiben.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:

| Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Borkener Sortimentsliste") | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **nahversorgungsrelevant*** | **WZ-Nr.** | **zentrenrelevant** | **WZ-Nr.** | **nicht-zentrenrelevant** | **WZ-Nr.** |
| Drogerie, Kosmetik/ Parfümerie | 47.75 | Augenoptik | 47.78.1 | Angelbedarf | aus 47.64.2 |
| Getränke | 47.25 | Bekleidung | 47.71 | Baumarktsortiment i.e.S. | 47.52<br>aus 47.53<br>aus 47.59.9<br>aus 47.78.9 |
| Nahrungs- und Genussmittel | aus 47.2 | Briefmarken/ Münzen | aus 47.78.3 | Bettwaren<br>(nur Matratzen, Matratzenbezüge und Lattenroste; keine Bettwäsche) | aus 47.51 |
| Pharmazeutische Artikel (Apotheke) | 47.73 | Bücher | 47.61<br>47.79.2 | Elektrogroßgeräte | aus 47.54 |
| Schnittblumen | aus 47.76.1 | Computer (PC-Hardware und Software) | 47.41 | Fahrräder und Zubehör | 47.64.1 |
| Zeitungen/ Zeitschriften | 47.62.1 | Elektrokleingeräte | aus 47.54 | Gardinen und -stoffe | aus 47.53 |
| | | Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör | 47.78.2 | Gartenartikel (ohne Gartenmöbel) | aus 47.59.9<br>aus 47.52.1 |
| | | Glas/ Porzellan/ Keramik | 47.59.2 | Haus-, Bett- und Tischwäsche | aus 47.51 |
| | | Hausrat | aus 47.59.9 | Kfz-Zubehör | 45.32<br>45.40 |
| | | Kinderwagen | - | Leuchten/ Lampen | aus 47.59.9 |
| | | Kurzwaren/ Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche | aus 47.51 | Möbel | 47.59.1<br>47.79.1 |
| | | Lederwaren | 47.72.2 | Pflanzen/ Samen | 47.76.1 |
| | | Medizinische und orthopädische Geräte | 47.74 | Reitbedarf (ohne Bekleidung und Schuhe) | aus 47.64.2 |
| | | Musikinstrumente und Musikalien | 47.59.3 | Sonstiger zoologischer Bedarf und lebende Tiere | 47.76.2 |
| | | Papier/ Büroartikel/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf | 47.62.2 | Teppiche (ohne Teppichböden) | 47.53 |
| | | Schuhe | 47.72.1 | Tierfutter | aus 47.76.2 |
| | | Spielwaren | 47.65 | Waffen/ Jagdbedarf<br>(ohne Bekleidung und Schuhe) | aus 47.78.9 |
| | | Sport- und Campingartikel<br>(ohne Campingmöbel und Reitbedarf) | aus 47.64.2 | | |
| | | Telekommunikationsartikel | 47.42 | | |
| | | Uhren/ Schmuck | 47.77 | | |
| | | Unterhaltungselektronik | 47.43<br>47.63 | | |
| | | Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/ Poster/ Bilderrahmen/ Kunstgegenstände | aus 47.78.3<br>aus 47.59.9 | | |

Quelle: Dr. Lademann & Partner. *Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente. Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.
In Anlehnung an die Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamts (WZ 2008).

Tabelle 15: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Borkener Sortimentsliste“)

## 9.2 Aktualisierte Ansiedlungsleitsätze

Die folgenden Steuerungsempfehlungen (sog. Ansiedlungsleitsätze) konkretisieren die übergeordneten Ziele und Strategien und zeigen auf, an welchen Standortlagen nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß der Borkener Sortimentsliste durch Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben ausgeschöpft werden sollten. Die nachfolgend dargestellten Regelungen sollen sowohl interne – im Rahmen der kommunalen Selbstbindung, insbesondere für zukünftige Bauleitplanverfahren – als auch externe Signale setzen, Transparenz signalisieren und eine einheitliche Bewertung ermöglichen.

Dr. Lademann & Partner empfehlen folgende, aktualisierte Ansiedlungsleitsätze zur Einzelhandelssteuerung durch entsprechende Beschlüsse der politischen Gremien absichern zu lassen:

**Zentrenrelevante Sortimente (gem. Borkener Sortimentsliste)**

**Leitsatz I: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind nur noch im Innenstadtzentrum und nachgeordnet in dem Nahversorgungszentrum Weseke zulässig.**

Prioritär sind zentrenrelevante Sortimente auf den zentralen Versorgungsbereich „Innenstadtzentrum“ mit ihrer Hauptlage sowie auf den räumlich abgegrenzten funktionalen Innenstadt-Ergänzungsbereich zu konzentrieren. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind der Innenstadt vorbehalten. Die Belegung des funktionalen Ergänzungsbereichs des Innenstadtzentrums ist dann für zentrenrelevante Angebote sinnvoll, wenn dieser zur Stärkung der Struktur insgesamt beiträgt (v.a. Abbau von Angebotslücken; Verbesserung des Zusammenwirkens der Teilbereiche der Innenstadt).

Nachgeordnet sind kleinflächige (<800 qm VKF) zentrenrelevante Hauptsortimente in dem Nahversorgungszentrum Weseke mit überwiegender Ortsteilversorgung zulässig, sofern negative städtebauliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können. Unter Abwägung der Entscheidungsfolgen ist eine Überschreitung möglich, sofern für das Vorhaben das gemeindliche Einvernehmen zur Festsetzung eines Sondergebiets erreicht werden kann. Es sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung einschließlich der Regelung zum Bestandsschutz zu beachten.

Ausschluss in den übrigen Lagen: Ziel des Einzelhandelskonzepts ist es, die abgegrenzten Zentren hinsichtlich der jeweils zugewiesenen Funktion zu sichern und weiterzuentwickeln. Vor diesem Hintergrund ist somit eine konsequente

Steuerung von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzunehmen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind klein- und großflächige zentrenrelevante Sortimente nicht zulässig. Die Lage eines Vorhabens im Ergänzungsstandort oder in Bereichen für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) steht den Zielen der Einzelhandelsentwicklung entgegen. Die Überprüfung und Anpassung von relevanten Bebauungsplänen wird empfohlen.

Ausnahme: Außerhalb der räumlich abgrenzten zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit maximal 800 qm VKF mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten in der historischen Ortslage von Gemen[29] ausnahmsweise zugelassen werden, sofern keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

**Leitsatz II: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Randsortimenten begrenzt zulässig.**

Zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen und müssen im Zusammenhang mit dem Hauptsortiment stehen. Es sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten.

Randsortimente haben die Betriebsformentypik zu wahren. Betriebsformentypische, zentrenrelevante Randsortimente sind insbesondere (keine abschließende Darstellung):

- bei Bau-, Garten- und Zoofachmärkten: Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel, Schnittblumen, Hausrat/Haushaltswaren, Campingartikel, Bastelbedarf, Fachbücher, Arbeitsbekleidung, Angelbedarf und Reitsport.
- bei Möbelhäusern: Hausrat/Haushaltswaren, Wohnaccessoires, Glas, Porzellan, Keramik, Bilderrahmen, Elektrokleingeräte, Kinderwagen.

Zudem ist auf eine maßstabsgerechte Dimensionierung der einzelnen Sortimente zu achten. Es geht um eine adäquate Abrundung des Haupteinkaufsanlasses.

[29] Die Ortslage Gemen wird mit dem Geltungsbereich der Gestaltungssatzung für die „Oberste und Niederste Freiheit Gemen“ gleichgesetzt. Der räumliche Geltungsbereich umfasst demnach die Straßenzüge Ahauser Straße (tlw.), Hook, Holzplatz, Neustraße, Freiheit und Achter Waake.

**Nahversorgungsrelevante Sortimente (gem. Borkener Sortimentsliste)**

**Leitsatz III: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sind nur in zentralen Versorgungsbereichen zulässig.**

Prioritär sind nahversorgungsrelevante Sortimente in den räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen (im Innenstadtzentrum sowie im Nahversorgungszentrum) anzusiedeln. Insbesondere Lebensmittelbetriebe ab 800 qm Gesamtverkaufsfläche sind zur Vitalität und Zukunftsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen erforderlich.

Nachgeordnet ist zu empfehlen, an sonstigen integrierten Standorten außerhalb der räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten zuzulassen, wenn sie der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen. Dabei sollte die Dimensionierung eines Gesamtvorhabens eine der jeweiligen Versorgungsfunktion entsprechende Größenordnung nicht überschreiten.

Für Einzelhandelsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die in ihrer Gesamtgestalt nach Vorhabenrealisierung 800 qm Gesamtverkaufsfläche überschreiten, sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten.

Zur Abwägung der Entscheidungsfolgen sind folgende Nachweise zu erbringen:

- Maßvolle Dimensionierung: Die Verkaufsfläche eines Vorhabens sollte auf das Nachfragepotenzial im Nahbereich ausgerichtet und tragfähig sein. Hierbei ist die Lage zu sonstigen Lebensmittelmärkten und Zentren zu beachten.
- Keine Beeinträchtigung: Geht das Vorhaben über die reine Wohngebietsversorgung hinaus, bedarf es in der Regel einem Verträglichkeitsnachweis, dass keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung induziert werden.

Ausschluss in den übrigen Lagen: Vor dem Hintergrund der Gefahr einer weiteren Zersplitterung des Angebots ist die Neuansiedlung oder Umnutzung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Bereichen für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) auszuschließen (Ausnahme: Handwerkerprivileg, s.u.).

Bestehende Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche auswirkt. Es sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten.

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente (gem. Borkener Sortimentsliste)**

**Leitsatz IV: Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind vorrangig an dem bestehenden Ergänzungsstandort sowie in dem Innenstadtzentrum anzusiedeln.**

Prioritär sind nicht-zentrenrelevante Sortimente auf den räumlich abgrenzten Ergänzungsstandort und das Innenstadtzentrum (v.a. funktionaler Ergänzungsbereich) im Stadtgebiet zu lenken, um Agglomerationseffekte zu erschließen. Das Ziel der räumlichen Bündelung der Angebote zur Steigerung der Attraktivität wird durch Standorte innerhalb der abgegrenzten Standortlagen oder direkt angrenzend erreicht. Nachgeordnet können nicht-zentrenrelevante Betriebe auch an anderen Standortlagen zugelassen werden, v.a. dann wenn diese einzelhandelsseitig vorgeprägt sind. Außerhalb des räumlich abgegrenzten Ergänzungsstandorts sind nicht-zentrenrelevante Betriebe als Neuansiedlung in Gewerbe- und Industriegebieten (GIB) auszuschließen. Einzelhandelsseitig nicht vorgeprägte Gewerbegebiete sind grundsätzlich in ihrer Funktion für sonstiges Gewerbe frei zu halten. Die Überprüfung und Anpassung von relevanten Bebauungsplänen wird empfohlen.

Es ist der Leitsatz II für den Umfang mit Neben- und Randsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu beachten.

**Leitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden oder weiterverarbeitenden Betrieben (Handwerkerprivileg)**

Verkaufsstätten mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von produzierenden, reparierenden, weiterverarbeitenden Handwerksbetrieben können sowohl in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) als auch in Gewerbe- und Industriebereichen (GIB) zugelassen werden, sofern

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb besteht und
- ein betrieblicher und sortimentsspezifischer Zusammenhang vorliegt und
- diese flächenmäßig dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet ist, d.h. eine Dimensionierung von max. 10 % der Gesamtfläche des Hauptbetriebs (max. 800 qm VKF) nicht überschreitet.

Die Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (Borkener Sortimentsliste und Ansiedlungsleitsätze) wurden aktualisiert, um die präferierten Standortlagen gemäß ihrer prospektiven Funktionszuweisung quantitativ und qualitativ zu stärken und zu profilieren.

# 10 Einordung von Planvorhaben und Prüfstandorten in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Im Folgenden werden an die Stadt Borken herangetragene Planvorhaben dargestellt und auf Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und den Vorgaben des LEP NRW eingeordnet. Ggf. sind zu Abwägung der (weitgehend bis vollständig) konformen Vorhaben städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalysen zu erbringen (vor allem vor dem Hintergrund möglicher kumulativen Wirkungen). Darüber hinaus wurden dem Gutachter Prüfaufträge mitgegeben.

## 10.1 Projekte im Innenstadtzentrum

**Cluse Arkaden/Mühlenquartier**

Es besteht seit einigen Jahren die Planung an der Ecke Mühlenstraße/Am Kuhm (sog. Bodenplatten-Grundstück) ein Wohn- und Geschäftshaus zu errichten. Das Planareal schloss bislang als Baulücke an die alte Volksbank an (Galerie Kettelhaack). Der dreigeschossige Gebäudekomplex soll neben Wohnungen auch mehrere kleine Ladenlokale aufweisen. Auf die Entwicklung des innerstädtischen Mühlenquartiers wird zugleich die Neugestaltung des Verkehrsknotenpunkts Mühlenstraße einzahlen, welche aktuell eine wichtige ergänzende Erschließungsfunktion für die Innenstadt übernimmt und künftig als Südvariante verlaufen wird. Dies entlastet im Bereich der Cluse Arkaden den Durchgangsverkehr.

**Entwicklung Kaufland/Wilbecke**

Das FMZ Kuhm-Center weist aktuell über eine überlastete verkehrliche Erschließung auf, die regelmäßig zu Stauungen im Bereich des Kreisverkehrs führt. Vor diesem Hintergrund wird eine neue Zu- und Abfahrt zur Wilbecke über einen provisorischen Parkplatz, der zwischen der Wilbecke und dem Parkplatz Kaufland liegt, hergestellt. Im Rahmen der Neuordnung ist es beabsichtigt, den Standortbereich durch ein Geschäftshaus zu arrondieren. Voraussichtlich kann durch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts ein bestehendes Angebotsdefizit bei Drogeriewaren kompensiert werden.

Die beiden Planvorhaben mit fortgeschrittenem Planungsstand tragen zur Stärkung der Attraktivität und des Innenstadtzentrums bei und stehen im Einklang mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

## 10.2 Projekte und Potenziale der Nahversorgung

Wie im Kapitel zur Nahversorgungssituation aufgezeigt, lassen sich im Stadtgebiet kleinere Bereiche abgrenzen, die derzeit unterversorgt sind. Das ermittelte Einwohnerpotenzial von 1.000 bis 2.300 Personen kann allerdings keine Tragfähigkeit für einen großflächigen Lebensmittelmarkt begründen:

Der Abbau der Nahversorgungslücke im Bereich des Dülmener Wegs kann ausgeschlossen werden. Für Gemen ist aufgrund der guten Ausstattung des nahegelegenen Ergänzungsstandorts an der Otto-Hahn-Straße ein „Lückenschluss" ebenfalls weder realistisch noch aufgrund der Nähe zu attraktiven Einkaufsalternativen erforderlich. Kleinflächige (nahversorgungsrelevante) Angebote wären in der historischen Ortslage möglich.

Für Hovesath wird aufgrund der kurz- bis mittelfristigen Erschließung der Wohnbaupotenziale (BO 68: Erschließung Sommer 2017, BO 66: Vermarktung 2017) ein weiter steigendes Einwohnerpotenzial zu verzeichnen sein. Zur Begleitung der geplanten Einwohnerzuwächse (planungsrechtlich gesicherte Bauvorhaben) ist eine Erweiterung und Absicherung der bestehenden Anbieter zielführend. Es gilt die üblichen Betriebsgrößen für Lebensmitteldiscounter zu wahren (i.d.R. 1.000 bis 1.200 qm VKF). Alternativ könnte die Umstellung eines Discounters mit einem Vollsortiment das bestehende Angebotsspektrum abrunden. Erst mit der Erschließung der westlich der Weseler Straße gelegenen Areale wäre das Tragfähigkeitspotenzial für eine Neuansiedlung zu prüfen.

Mit Schließung eines Netto-Discounters an der Raesfelder Straße (BO 4 Hawerkämpe) hat sich die räumliche Abdeckung des Stadtgebiets mit dem fußläufigen Nahversorgungsradius verschlechtert. Der Standort entspricht nicht mehr den Anforderungen des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels. Eine typgleiche Nachnutzung ist nicht anzunehmen. Allerdings weist auch die nächstgelegene Einkaufsalternative, ein K+K-Markt, Defizite im Sinne einer begrenzten Dimensionierung auf. Es gilt zu prüfen, ob in den nächsten Jahren eine größere Fläche geschaffen werden kann, die das Potenzial für einen Lebensmittelmarkt bietet und den Gesamtbereich zwischen Raesfelder Straße - Hawerkämpe - Weseler Landstraße ausreichend nahversorgen kann.

Im Jahr 2016 wurde die Neuaufstellung des K+K-Markts in Burlo realisiert, wodurch die Nahversorgung in dem dezentralen Ortsteil nachhaltig abgesichert werden konnte. Mit ca. 1.200 qm VKF kann der Verbrauchermarkt als maßstabsgerecht bewertet werden. Er speist seine Umsätze ganz überwiegend aus dem Ortsteil Burlo und angrenzenden Bauernschaften.

**Planvorhaben: Erweiterter Neubau K+K Nordring**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

Am Nordring 72 befindet sich ein großflächiger K+K-Verbrauchermarkt. Aufgrund veränderter Flächenansprüche im Lebensmitteleinzelhandel ist es geplant, den Lebensmittelmarkt durch einen erweiterten Neubau zu ersetzen.

Der K+K-Markt liegt im Geltungsbereich des B-Plans BO 6, An der Aa und ist als Mischgebietsfläche festgesetzt. Das Umfeld wird im Nahbereich durch wesentliche Wohnsiedlungsbereiche sowie einen Penny-Markt geprägt.

Kompatibilitätsabschätzung:

Nach den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts wäre eine Erweiterung mit den Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts kongruent, wenn es der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dient. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zu einem weiteren Lebensmittelmarkt ist es in diesem Gesamtkontext zu bewerten. Grundsätzlich kann eine Standortanpassung durch Neubau als konzeptkonform erachtet werden. Hierbei sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Im Rahmen einer erforderlichen B-Plan-Änderung zur Festsetzung eines Sondergebiets wäre nach Ziel 7 eine geringfügige Erweiterung des K+K-Markts in Einklang zu bringen (i.d.R. < 20 %), um eine Optimierung des Betriebsablaufs (Gänge/Regalhöhen) zu ermöglichen.

## 10.3 Projekte im Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße

**Planvorhaben: Erweiterung Aldi, Otto-Hahn-Straße**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Otto-Hahn-Straße 18 befindet sich eine Fachmarktimmobilie mit den Betrieben Möbel Euting, Aldi, SB-Bäcker und Dänisches Bettenlager. Aufgrund veränderter Flächenansprüche im Lebensmitteleinzelhandel ist es geplant, den Aldi-Discounter auf 1.260 VKF zu erweitern. Darüber hinaus soll ein Tierfutterfachmarkt mit rd. 610 qm VKF angesiedelt werden. Der Angebotsschwerpunkt der Agglomeration (später: 7.260 qm VKF) würde prospektiv weiterhin bei den nahversorgungsrelevanten sowie bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

Kompatibilitätsabschätzung:

Der Vorhabenstandort ist innerhalb des Plangebiets (GE 15 Otto-Hahn-Straße, 1. Änd., 2005) als Sondergebiet festgesetzt. Für die Vorhabenrealisierung ist eine Änderung des Bebauungsplans notwendig. Nach dem Regionalplan Münsterland ist das Vorhaben im ASB verortet. Das Umfeld wird überwiegend durch gewerbliche Nutzungen des Gewerbegebiets Ost (GIB) geprägt.

Die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters mit seiner derzeit zulässigen VKF von 800 qm erfolgt aufgrund grundsätzlich veränderter Flächenbedarfe. Eine Erweiterung wäre mit den Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts kongruent, wenn es der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dient. Das Vorhaben befindet sich in einem gesamtstädtisch bedeutsamen Standortbereich. Dabei sollte die Dimensionierung des Gesamtvorhabens der Versorgungsfunktion entsprechen. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zu zwei weiteren Lebensmittelmärkten ist es in diesem Gesamtkontext zu bewerten.

Grundsätzlich kann damit eine Marktanpassung als konzeptkonfom erachtet werden. Hierbei sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Nach Ziel 7 wäre eine geringfügige Erweiterung des Aldi-Markts in Einklang zu bringen (i.d.R. < +20 %). Aufgrund der Vorgaben des LEP NRW ist die Planung des Eigentümers demnach anzupassen. Eine Erweiterung des Aldi-Markts wäre auf max. 1.000 bis 1.050 qm VKF (davon mind. 90 % nahversorgungsrelevante Sortimente) möglich.

Der Tierfutterfachmarkt steht als Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vollständig mit dem Einzelhandelskonzept in Einklang. Die Vorhabenkomponente trägt dazu bei ein bestehendes Angebotsdefizit abzubauen.

**Planvorhaben: Erweiterung Edeka Wilger, Otto-Hahn-Straße**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Otto-Hahn-Straße 8 in Borken ist aufgrund veränderter Flächenansprüche im Lebensmitteleinzelhandel die Erweiterung des Edeka Wilger-Markts geplant. Die Erweiterung ist insbesondere deshalb erforderlich, um sich als Verbrauchermarkt mit einem breiten und tiefen Sortiment von dem schmalen Angebot von Discountern abzusetzen. Hierdurch entstehen zusätzliche Flächenbedarfe.

Kompatibilitätsabschätzung:

Der Edeka-Markt liegt im Geltungsbereich des B-Plans GE 7 - Ostlandstraße, 2. Änderung und ist als SO-Gebiet mit max. 2.500 qm Geschossfläche für Waren mit Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren festge-

setzt. Es ist Bestandteil des Gewerbegebiets Ost. Nach dem Regionalplan Münsterland ist das Vorhaben im GIB verortet. Das Umfeld wird im Nahbereich überwiegend durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Der Bereich südlich der Otto-Hahn-Straße ist überwiegend als GIB dargestellt. Zur Anpassung des Regionalplans an die tatsächlichen Gegebenheiten ist eine Änderung der GIB-Darstellung in ASB zu empfehlen.

Im Lichte der Vor-Ort-Begehung weist der Edeka Wilger-Markt ein ungünstiges Verhältnis von Gängen zu Regalen auf. Zudem ist Warendruck zu erkennen (Ware, die auf zusätzlichen Warenträgern platziert ist, hohe Regalierung). Einige Bereiche sind mit Einkaufswagen nicht erreichbar. Dies soll im Zuge der Umstellung angepasst werden.

Nach den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts wäre eine Erweiterung mit den Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts kongruent, wenn es der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dient. Diese Dimensionierung hat der Anbieter allerdings bereits heute schon verlassen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Vorhaben sich in einem gesamtstädtisch bedeutsamen Standortbereich befindet. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zu zwei weiteren Lebensmittelmärkten ist es in diesem Gesamtkontext zu bewerten. Grundsätzlich kann insofern eine Standortanpassung als konzeptkonform erachtet werden. Als maßgebend sind hierbei die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Nach Ziel 7 wäre eine geringfügige Erweiterung des Edeka-Markts in Einklang zu bringen (i.d.R. < 20 %). Eine wesentliche Erweiterung ist demnach nicht mit den übergeordneten Vorhaben der Landesplanung kongruent. Nach diesem ist lediglich eine moderate Erweiterung zur Optimierung des Betriebsablaufs (Gänge/Regalhöhen) möglich, um das heutige Angebot räumlich zu „entzerren“ (Regalhöhen, Gangbreiten, Übersichtlichkeit).

**Planvorhaben: Erweiterung Möbel Kerkfeld, Otto-Hahn-Straße**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Otto-Hahn-Straße 9 in Borken ist aufgrund veränderter Flächenansprüche im Möbeleinzelhandel die Marktanpassung des Möbelhauses Kerkfeld beabsichtigt. Es ist die (gegenüber Vorplanungen reduzierte) Verkaufsflächenerweiterung von derzeit ca. 4.800 qm auf ca. 6.700 qm VKF geplant. Der Anteil an zentrenrelevanten Randsortimenten soll weiterhin 600 qm VKF nicht übersteigen.

Kompatibilitätsabschätzung:

Die bauliche Erweiterung der Verkaufsfläche befindet sich im Westen des Standorts, im Kreuzungsbereich Ahauser Straße und Otto-Hahn-Straße und liegt im

Geltungsbereich des B-Plans GE 7 - Ostlandstraße, 2. Änderung. Es ist damit dem Gewerbegebiet Ost zuzuordnen. Für die Vorhabenrealisierung werden derzeit die planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen (Änderung des FNP und B-Plans: Sondergebiet Einzelhandel mit entsprechenden einschränkenden Regelungen).

Grundsätzlich kann eine Standortanpassung als konzeptkonform mit den Steuerungsregeln erachtet werden, da es sich um eine – im Wettbewerbsvergleich – überschaubare Erweiterung des Möbelmarkts Kerkfelds handelt, mit dem Ziel den Betrieb im Kontext der regionalen Wettbewerbsstrukturen abzusichern. Möbel Kerkfeld wirkt zentralitätserhöhend auf den Einzelhandelsstandort und ist damit nachhaltig zu begrüßen. Wenngleich das Vorhaben den aufgezeigten verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen übersteigt, konnten negative Auswirkungen auf das Versorgungsgefüge durch eine Auswirkungsanalyse widerlegt werden.

## 10.4 Projekte in sonstigen gewerblich geprägten Bereichen

**Planvorhaben: Erweiterung Obi-Bau- und Gartenmarkt, Gelsenkirchener Str.**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

Im Kreuzungsbereich von Ramsdorfer Postweg und Gelsenkirchener Straße in Borken ist aufgrund veränderter Flächenansprüche die Umstrukturierung einer Bau- und Gartenmarktimmobilie geplant. Mit Umzug des Baustoffgroßhandels Lueb+Wolters an einen anderen Standort, ist es beabsichtigt, die freiwerdenden Flächen anteilig in Verkaufs- und Lagerfläche umzunutzen. Die Verkaufsfläche von Obi beträgt derzeit 6.100 qm und soll nach der Begrünung zur 39. Änderung des Flächennutzungsplans um 16 % auf rd. 7.050 qm VKF erweitert werden. Der Fokus wird dabei auf klassischen Baumarktsortimenten liegen. Der Anteil an zentrenrelevanten Randsortimenten soll bei max. 510 qm VKF (7,2 %) liegen.

Kompatibilitätsabschätzung:

Das Vorhaben liegt nach dem Regionalplan im Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB). Es liegt ein Zielkonflikt mit dem LEP, Ziel 1 Standort in ASB vor. Zur Vorhabenrealisierung ist die Änderung des FNP und der B-Pläne BO 15 und 15a erforderlich. Es kann für die geplante Festsetzung eines Sondergebiets für den bestehenden Einzelhandelsstandort die Ausnahmevorschrift in Ziel 7 angewandt werden: Mit der Planung soll ein langjährig in Borken bestehender Betrieb mit einem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment in seinem Bestand gesichert und im moderaten Umfang erweitert werden. Der Anteil an zen-

trenrelevanten Sortimenten bleibt weiterhin deutlich untergeordnet. Nach den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts ist eine Erweiterung mit den Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts kongruent. Grundsätzlich kann eine Standortanpassung als konzeptkonform erachtet werden, da es sich um eine moderate Erweiterung eines etablierten Bau- und Gartenmarkts handelt, um den Standort abzusichern. Zudem trägt es zentralitätserhöhend auf den Einzelhandelsstandort ein und ist damit nachhaltig zu begrüßen. Wenngleich das Vorhaben den aufgezeigten verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen übersteigt, konnten negative Auswirkungen auf das Versorgungsgefüge durch eine Auswirkungsanalyse widerlegt werden.

**Quartier Kolks Mühle - Umstrukturierung Mühle Kolks, Gemarkung Borken**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Ahauser Straße ist die Umnutzung der Mühle Kolks geplant. Das Plankonzept aus 2015 sieht insbesondere die Errichtung von zwei Gebäuden als „Präsentations-/Verkaufsfläche für Handwerker und Dienstleister“ mit einer Fläche von insg. 2.300 qm VKF vor. Es ist damit zu rechnen, dass es sich um überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente handeln wird. Darüber hinaus ist es beabsichtigt im Gebäude von Kolks Mühle einen Mühlenladen mit 240 qm Fläche sowie ein Café zu errichten.

Kompatibilitätsabschätzung:

Das Vorhabenareal liegt im Geltungsbereich des in Aufstellung befindlichen Bebauungsplans BO 78 (Kolks Mühle). Dieser weist ausschließlich gewerbliche Flächen mit generellem Einzelhandelsausschluss aus. Ausnahmsweise kann im Sinne des Handwerkerprivilegs Einzelhandel als untergeordneter Bestandteil eines Gewerbe- oder Handwerksbetriebes zugelassen werden, wenn die gehandelten Waren im Plangebiet im eigenen Betrieb hergestellt werden.

Nach dem Regionalplan Münsterland ist das Vorhaben im GIB verortet. Siedlungsräumlich ist es als gewerblich geprägtes Standortumfeld ohne Wohngebietsbezug zu beschreiben. Es handelt sich demnach um eine nicht-integrierte Standortlage.

Nach dem Einzelhandelskonzept befindet sich das Vorhabenareal nicht in einer präferierten Standortlage für Einzelhandel. Das Vorhaben ist einer sonstigen Lage zuzuordnen. Für großflächigen Einzelhandel wäre die Ausweisung eines SO-Gebiets erforderlich. Es liegt allerdings ein Zielverstoß mit Ziel 1 (SO nur in ASB) vor. Ein Entstehen neuer Einzelhandelsagglomerationen ist gem. Ziel 8 in GIB entgegenzuwirken.

Eine Eignung des Areals „Kolks Mühle“ für Einzelhandelsnutzungen ist nicht gegeben:

- Zentrenrelevanter Einzelhandel scheidet aufgrund der Lage außerhalb eines Zentrums aus. Aufgrund der Nähe zu einem Lidl-Markt und dem fehlenden Wohngebietsbezug kann das Vorhaben auch keinen Beitrag für die wohngebietsbezogene Nahversorgung leisten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind u.E. auch nur äußerst eingeschränkt zu empfehlen, da einerseits im Stadtgebiet vergleichbare bereits vorgeprägte Handelslagen vorhanden sind (v.a. Leerstand Boumannstraße). Insbesondere würde eine Einzelhandelsentwicklung dazu führen, dass sich der Einzelhandelbesatz ausgehend von dem Innenstadtergänzungsbereich „bandartig“ erstrecken würde. Dies steht dem ausdrücklichen Ziel, die Stärken konzentriert zu stärken, entgegen. Das Vorhaben würde vielmehr das Einzelhandelsgefüge weiter zersplittern.
- Vor dem Hintergrund, dass in der Borkener Innenstadt als prägende Einzelhandelslage gastronomische Nutzungen und konsumnahe Angebote einen wichtigen zusätzlichen Besuchsgrund darstellen, ist zu bedenken, dass im Falle der Vorhabenrealisierung eine faktisch zentrenprägende Nutzung (derzeit ca. 30 gastronomische Betriebe) im Falle der Vorhabenrealisierung “herausgezogen“ würde.

Dr. Lademann & Partner halten den Bebauungsplanentwurf hinsichtlich des beabsichtigten Einzelhandelsausschlusses als plausibel und begründet. Es ist die Belegung mit sonstigen gewerblichen Nutzungen (höherwertig oder produzierend) zu eruieren.

**Nachnutzung Leerstand Boumannstraße**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Boumannstraße 12 in Borken befindet sich eine Baumarktimmobilie, die bis zum Jahr 2013 durch einen extra-Bau- und Hobbymarkt betrieben wurde. Im Lichte der Standortanforderungen für Bau- und Gartenmärkte (die durchschnittliche Verkaufsfläche in diesem Segment lag in 2016 bei rd. 6.200 qm) ist die Immobilie allerdings nicht mehr typgleich nachnutzbar. Zudem kann mit anstehender Erweiterung von Obi und dem hohen Besatz an Gartenbedarfsflächen kein Potenzial zur Nachnutzung in diesem Segment konstatiert werden.

Kompatibilitätsabschätzung:

Die leerstehende großflächige Handelsimmobilie liegt im Geltungsbereich des B-Plans BO 28 Boumannstraße und ist als Gewerbegebiet festgesetzt. Nach dem Regionalplan Münsterland ist das Prüfobjekt im GIB verortet. Das Umfeld wird neben der Vornutzung des extra Bau- und Hobby-Markts im Nahbereich sowohl durch einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (Edeka Wilger) als auch gewerbliche Nutzungen geprägt. Der Standort ist zudem aus den angrenzenden Wohngebieten erreichbar.

Zur Nachbelegung der leerstehenden Fläche (ca. 2.300 qm VKF) wurden bereits folgende Nutzungen diskutiert:

- Ein Heimtextilien-Fachmarkt (z.B. Hammer) würde mit seinem Sortimentskonzept (insb. Bodenbeläge, Gardinen, Tapeten, Haus-, Bett- und Tischwäsche), eine bestehende Versorgungslücke in Borken und im Umland schließen und hierdurch zu einer spürbaren Zentralitätssteigerung des Mittelzentrums führen. Nach aktualisierter Sortimentsliste für Borken i.V.m. Ansiedlungsregeln wäre das Vorhaben aufgrund des Überwiegens von Chancen mit dem Einzelhandelskonzept in Einklang zu bringen.
- Ein Sonderpostenmarkt (z.B. Thomas Philipps) weist aufgrund seines Sortimentskonzepts, das vergleichbar mit einem Kleinkaufhaus ist (u.a. Haushaltswaren, Dekoration, Schreibwaren, Lebensmittel, Campingartikel) Überschneidungen mit einer Reihe an Anbietern in Zentren auf (v.a. zulasten von Nonfood-Discountern wie Action und Tedi). Ein Sonderpostenmarkt würde damit zahlreiche Anbieter tangieren und aufgrund der Sortimentsüberschneidungen nicht wesentlich zur Attraktivitätssteigerung von Borken insgesamt beitragen, sondern vorrangig zu Verschiebungen bestehender Einkaufsorientierungen führen. Nach aktualisierter Sortimentsliste für Borken i.V.m. Ansiedlungsregeln wäre das Konzept aufgrund des signifikanten Umfangs an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (> 50 %) nicht mit dem Einzelhandelskonzept in Einklang zu bringen. Aufgrund des hohen Anteils an zentrenrelevanten Sortimenten steht die Vorhabenrealisierung landes- und regionalplanerischen Vorgaben entgegen. Ein solches Vorhaben wäre demnach auf das Innenstadtzentrum von Borken zu verweisen, das sowohl im Kernbereich als auch im funktionalen Ergänzungsbereich (mittelfristig) über Potenzialflächen verfügt.

Für die potenzielle Verkaufsfläche (ca. 2.000 qm VKF) sind für das Mittelzentrum Borken nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner folgende Konzepte mit nicht-zentrenrelevanten Schwerpunkt geeignet:

- Heimtextilien/Teppiche (z.B. Frick für Wand und Boden, Teppich Essers & Söhne, RUMA Tapetenmärkte, Ruck Zuck Bodenbeläge)
- Tierfutter (z.B. Fressnapf, Futterhaus, Zoo und Co.)
- Bauen und Renovieren (Tedox-Renovierungsdiscounter, B 1 Discount)
- Kfz (Atu, car glass)

**Planvorhaben: Erweiterung Lidl-Lebensmitteldiscounter, Raiffeisenstraße**

Vorhabenbeschreibung/Ausgangslage:

An der Raiffeisenstraße 5 befindet sich ein Lidl-Lebensmitteldiscounter. Aufgrund veränderter Flächenansprüche im Lebensmitteleinzelhandel wird in Regelmäßigen Abständen, das Begehren einer Erweiterung an die Stadt herangetragen. Lidl verfolgt derzeit in der Regel Verkaufsflächen von 1.200 bis 1.500 qm.

Kompatibilitätsabschätzung:

Der Lidl-Markt liegt im Geltungsbereich des B-Plans GE 8 Raiffeisenstraße und ist als Sondergebiet mit 900 qm VKF festgesetzt. Das Umfeld wird im Nahbereich durch gewerblich geprägte Bereiche sowie einzelnen Einzelhandelsbetrieben (v.a. Raiffeisen-Markt, Fahrrad-Fachmarkt) geprägt.

Nach den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelskonzepts wäre eine Erweiterung mit den Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzepts kongruent, wenn es der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dient. Wenngleich im Nahbereich des Lidl-Markts nur wenige Einwohner leben, kann für den Solitärstandort grundsätzlich eine moderate Standortanpassung als konzeptkonform erachtet werden. Es sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung zu beachten. Nach Ziel 7 wäre eine geringfügige Erweiterung des Lidl-Markts in Einklang zu bringen (i.d.R. < +20 %), um eine Optimierung des Betriebsablaufs (Gänge/Regalhöhen) zu ermöglichen.

Grundsätzlich kann festgehalten werden, dass die planungsrechtlich fortgeschrittenen Vorhaben allesamt mit dem Einzelhandelskonzept in Einklang zu bringen sind. Im Lebensmitteleinzelhandel zeigt sich, dass moderate Erweiterungen konzeptionell angedacht sind. In der summarischen Betrachtung sind zulasten der übrigen Anbieter möglicherweise negative Wirkungen nicht auszuschließen.

# 11 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Borken

Aus den aktuellen Erfordernissen der in der städtebaulich-funktionalen Analyse aufgezeigten Defizite lassen sich folgende Empfehlungen für den Prognosehorizont 2025 herleiten.

**Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts**

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch einen entsprechenden Ratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Steuerungsregeln (Grundsätze) kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Borken erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelskonzept und den darin festgeschriebenen Entwicklungszielen und den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen erfolgversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Ratsbeschluss von Seiten der Stadtverwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte das Gesamtkonzept beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

**Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts**

Die Stadt Borken verfolgt i.d.R. eine Steuerung des Einzelhandels über die Aufstellung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte Ansiedlungsvorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden.
- An Standorten, die auf Grundlage des Einzelhandelskonzepts für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben in Frage kommen, ist eine kontinuierliche Überarbeitung der vorliegenden und/oder Neuaufstellung der Bebauungspläne anzuraten.
- An Standorten, die gemäß der Ansiedlungsleitlinien für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen, gilt es die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neu aufzustellen. Dies gilt z.T. auch für Mischgebiete.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich in Verbindung mit den Ansiedlungsleitlinien ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und um bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Zur Umsetzung der Ziele des beschlossenen Einzelhandelskonzepts, ist es darüber hinaus erforderlich für „Verdachtsbereiche" im unbeplanten Innenbereich, in denen großflächiger Einzelhandel nach § 34 Abs. 1 BauGB als zulässig bewertet werden kann, mit den Instrumenten der Bauleitplanung (durch einen Aufstellungsbeschluss[30] für einen Bebauungsplan) auszuschließen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO,

[30] Der Aufstellungsbeschluss darf sich allerdings nicht nur darauf beschränken, welche Bauvorhaben künftig unzulässig sein sollen. Vielmehr muss daneben erläutert werden, welche positiven Konzeptionen die Stadt mit dem Bebauungsplan verfolgt und aus welchem Grund ein Planungserfordernis besteht.

wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

**Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer**

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Innenstadtangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden. Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wieder. Allerdings wird nicht von jedem Gewerbetreibenden die Schaufenstergestaltung als wichtige Werbeplattform - insbesondere für Spontaneinkaufe bei einem Innenstadtbummel - wahrgenommen. Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten (Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit).

Wie in dem Kapitel zur qualitativen Bewertung der Innenstadt von Borken herausgearbeitet, ist für den Einzelhandelsstandort Borken nach wie vor die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen) erforderlich. Hierzu zählt auch die Verkürzung und Vereinheitlichung der Mittagsschließungszeiten.

Zudem lässt sich aus der Analyse der Online-Präsenzen ableiten, dass Maßnahmen, wie die Präsenz auf Internetmarktplätzen oder ein eigener Online-Shop sowie die Erhöhung der Sichtbarkeit durch Aktionen in sozialen Netzwerken und die Suchmaschinenoptimierung, zur Verbesserung der Online-Auffindbarkeit beitragen, wenngleich einzelbetrieblich zu prüfen ist, welche digitalen Maßnahmen zielkundengerecht und maßstabgerecht sind. Hierzu zählt auch der Webauftritt

im responsive Webdesign. Als Mindestvoraussetzung sollte jeder Gewerbetreibende über die eigene Website Kontaktmöglichkeit, Öffnungszeit und grundlegende Sortimentsinformationen darstellen, um durch den digitalen Kunden auch als lokaler Anbieter auffindbar und damit wettbewerbsfähig zu sein.

Grundsätzlich empfiehlt sich die Fortführung und ggf. Ausweitung von Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Wirkungsbereich der Werbegemeinschaften, um die Einkaufsstadt Borken im inter- und intrakommunalen Wettbewerb zu stärken. Hierbei wird es insbesondere darum gehen Seminare zu veranstalten und kleine Gruppen zum stadtinternen Erfahrungsaustausch zu pflegen. Unter den Gewerbetreibenden (Einzelhandel und konsumnahe Angebote) wird es entscheidend sein gemeinsam die Themenfelder Öffnungszeiten, Online-Präsenz und gemeinsame Vermarktung der Standortlagen zu schärfen und konsensfähige Lösungen hierfür zu erarbeiten und umzusetzen. Unter dieser Maßgabe wird es der Einzelhandelsstandort Borken besser gelingen, die Vorteile des stationären Handels gegenüber dem Online-Handel herauszuarbeiten.

Im Kontext der Innenstadtentwicklung gilt es in den nächsten Jahren umso mehr die individuellen Interessen und Ansprüche von Gewerbetreibenden, Eigentümer, Verwaltung und Besuchern/Kunden zu harmonisieren. Vor dem Hintergrund der sinkenden Frequenzen in Innenstädten gilt es auf den Erhalt der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit hinzuwirken und die Potenziale und die Alleinstellungsmerkmale der Borkener Innenstadt herauszuarbeiten sowie vorliegende Restriktionen abzubauen. Hierbei sollte der Fokus konsequent auf die Sicherung und Optimierung einer hohen Aufenthaltsqualität der innerstädtischen Einzelhandelslagen hingewirkt werden (u.a. attraktive Gestaltung und Möblierung unterstützen). Die Gestaltung des öffentlichen Raums sowie die Einbettung unterschiedlicher Nutzungen (neben Einzelhandel insbesondere Dienstleistung, Gastronomie sowie Kultur/Freizeit) zahlen auf das „Einkaufserlebnis Innenstadt“ mit einem abwechslungsreichen Zusammenwirken von Fußgängerbereichen, belebten Plätzen und architektonischen Gegensätzen ein.

Letztendlich gilt es, die zentralen Maßnahmen sowohl zur Qualifizierung der Gewerbetreibenden in der Borkener Innenstadt zum Umgang und Einsatz der digitalen Medien als auch Maßnahmen zur Steuerung und Stärkung der innerstädtischen Einzelhandelslagen zu identifizieren und z.B. unter der Gesamtverantwortung des Stadtmarketings/der Wirtschaftsförderung anzustoßen und zu begleiten.

**Schwerpunktmäßige Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in der Innenstadt der Stadt Borken sowie aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler**

Dr. Lademann & Partner empfehlen die Fokussierung des Entwicklungspotenzials auf das Innenstadtzentrum von Borken. Für die Innenstadt gilt es zu prüfen, ob sogstarke Betriebe angesiedelt und/oder erweitert werden können. Hierbei spielt die Lage und Anzahl an frequenzerzeugenden Magnetbetrieben sowie die Struktur und Ausdehnung von Einkaufslagen eine wesentliche Rolle für den Erfolg als Einzelhandelsstandort.

Insbesondere bekannte Filialisten und Marken aus dem Segment der Innenstadtleitsortimente Bekleidung und Schuhe/Lederwaren, da es sich hierbei um diejenigen Sortimente handelt, die für das „Shoppingerlebnis" einer Innenstadt die wichtigste Rolle spielen (z.B. H&M, C&A, TK Maxx).

Insgesamt gilt, dass für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Borken das Hauptaugenmerk auf eine Konzentration und Verdichtung der Angebote innerhalb der Innenstadt gelegt werden muss. In diesen Bereichen ist eine Ausdifferenzierung eines vielfältigen Sortiments- und Betriebsgrößenmixes und damit Attraktivitätssteigerung des Angebots anzustreben.

Die Randlagen kennzeichnen sich überwiegend durch kleinteiligere Strukturen. Kleinflächen von 60 bis 80 qm Verkaufsfläche eignen sich durchaus für lokale und regionale Anbieter und sind damit insbesondere hinsichtlich Nischenanbieter auszunutzen. Im Bereich der Mittelflächen von 150 bis 250 qm spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine wichtige Rolle. Hierbei gilt es auch zu prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können. In diesem Zusammenhang empfehlen wir auch eine Unterstützung von Ansiedlungswilligen (z.B. Start-Up-Info-Paket), ggf. in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und der IHK.

# 12 Zusammenfassung

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Borken sind als stabil zu beurteilen. Allerdings wird sich die Wettbewerbsintensität mit den Nachbarstädten und dem nicht-stationären Handel zulasten des Einzelhandelsstandorts Borken perspektivisch verschärfen.

Im Marktgebiet der Stadt Borken lebten Anfang 2016 rd. 84.000 Personen. Dazu kommt noch eine Potenzialreserve von rd. 5 %, die v.a. durch die Bedeutung als Mittelzentrum und Kreisstadt induziert wird. Perspektivisch ist für das Marktgebiet insgesamt mit einer leicht rückläufigen Bevölkerungsplattform und einem damit verbundenen sinkenden Nachfragepotenzial zu rechnen.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Borken rd. 122.000 qm. Der Einzelhandel wird dabei vor allem durch die Sortimente Bau- und Gartenbedarf, periodischer Bedarf sowie Möbel/Haus- und Heimtextilien dominiert, die drei Viertel der Flächen auf sich vereinen. Grundsätzlich ist zwischen den Sortimenten eine weitgehende funktionsgerechte Verteilung auf die einzelnen Standortlagen (Innenstadt – Gewerbegebiete/Peripherie und Nahversorgung/Ortsteile) - zu konstatieren.

Die Fortschreibung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB kommt zu folgenden Entwicklungsempfehlungen:

Für die Stadt Borken errechnet sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsrahmen von rd. 10.400 qm VKF. Dieses Potenzial sollte zur konsequenten Schärfung des komplementären Profils (Strategie „Stärken stärken“) genutzt werden. Es gilt dabei die Angebote auf die räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche sowie auf den funktionalen Ergänzungsstandort zu konzentrieren, um eine weitere Zersplitterung der Angebote zu vermeiden. Die Sortimentsliste für die Stadt Borken dient dabei zur räumlichen Einzelhandelssteuerung.

Die Verkaufsflächendichte in Borken weist durch die flächenextensiven Angebote überdurchschnittliche Werte auf. Im Fokus sollte im Wesentlichen die Absicherung der bestehenden Betriebe liegen. Es bestehen zugleich noch Lücken im Angebotsprofil (u.a. Young Fashion, Tierbedarf, Heimtextilien, Drogeriewaren), die abgebaut werden sollten. Insbesondere durch die Erschließung städtebaulich sinnvoller Potenzialflächen in dem Innenstadtzentrum von Borken könnten die Nachfragebindung und -abschöpfung noch leicht erhöht werden.

Neben einer quantitativen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadtzentrum Borken und Nahversorgungszentrum Weseke) durch gezielte Angebotsarrondierungen, sollten die Gewerbetreibenden der Borkener Innenstadt für das „fit gemacht werden", um für die Einwohner und Besucher auch langfristig attraktiv zu bleiben. Wichtige Ziele sollten hierbei sein, die Chancen der Digitalisierung aufzugreifen (v.a. Auffindbarkeit im Internet, einkaufsunterstützende digitale Medien) sowie die Öffnungszeiten zu harmonisieren.

Die Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe sollte weiterhin an geeigneten Standorten erfolgen. Der räumlich abgegrenzte Ergänzungsstandort Otto-Hahn-Straße (Gewerbegebiet Ost) sowie zwei strukturprägende Leerstände fungieren dabei als Vorrangstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente, um der Zersplitterung der Angebote entgegenzuhalten und sonstige Gewerbegebiete von Einzelhandel freizuhalten. Die Sortimentsliste für die Stadt Borken dient dabei in Verbindung mit den weiterentwickelten branchen- und standortspezifischen Ansiedlungsregeln zur räumlichen Einzelhandelssteuerung.

Die Nahversorgungsstandorte in Borken verfügen durch ihre Integration bzw. Nähe zu Wohngebieten über eine, die städtischen Zentren, ergänzende Versorgungsfunktion und sind entsprechend der Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels und im Kontext der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sowie der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung in einem ausgewogenen Betriebstypenmix abzusichern.

Düsseldorf/Hamburg, 08. Juni 2017

gez. Sandra Emmerling gez. Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH

# 13 Glossar

**Betriebstypen im Einzelhandel:**

**Food-Einzelhandel**[31]

- Supermarkt

  Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- Lebensmitteldiscounter

  Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

  Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „täglicher Bedarf", der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

  Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „täglicher Bedarf", der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

- SB-Warenhaus

  Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

[31] Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

- Vollsortimenter

  Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sind im Wesentlichen auf den Periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind regelmäßig als Vollsortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

**Nonfood-Einzelhandel**

- Fachgeschäft

  Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

- Fachmarkt

  Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit teils weiteren Serviceleistungen und an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- Warenhaus

  Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

- Kaufhaus

  Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. mehreren Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

- Sonderpostenmarkt

  Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

**Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen**

- Fachmarktagglomeration (FMA)

  Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- Fachmarktzentrum (FMZ)

  Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

- Einkaufszentrum/Shopping-Center (EKZ)

  Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

**Sonstige Definitionen**[32]:

- Großflächigkeit

  Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht wiederlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

  Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennzif-

[32] Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon.

fer quantitative Angaben zur Einschätzung zur lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- Ausgabesatz

  Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentsspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

  Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nichtstationären Handel).

- Periodischer/Nahversorgungsrelevanter Bedarf

  Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- Aperiodischer Bedarf

  Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.