

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept

Stadt Baesweiler

Auftraggeber:
Stadt Baesweiler

Durchführung:
BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Ilguth
Anna Heynen M.A.

Köln, im November 2008



Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Aufsichtsratsvorsitzender: Josef Sanktjohanser, Präsident des HDE e.V.
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRA 25675
Komplementär: BBE Verwaltungs GmbH
Geschäftsführer: Hilmar Juckel
Sitz der Gesellschaft: Köln/Registergericht Köln: HRB 62231

BBE RETAIL EXPERTS
Unternehmensberatung
GmbH & Co. KG
Agrippinawerft 30/D-50678 Köln
Telefon +49(0)221 93655- 01
Telefax +49(0)221 93655-101
info@bbe-retail-experts.de
www.bbe-retail-experts.de

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	5
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	7
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung	7
2.2 Siedlungsstruktur	8
2.3 Demographische Strukturen	9
2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Baesweiler	11
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Baesweiler	12
3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität	12
3.2 Zentrale Versorgungsbereiche	20
3.2.1 Innenstadt Baesweiler	20
3.2.2 Ortsmitte Setterich	22
3.3 Wohnungsnahe Grundversorgung	23
3.4 Einkaufsorientierung in Baesweiler	26
4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung	28
4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends	28
4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft	28
4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel	30
4.2 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage	31

5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Baesweiler	32
5.1 Vorgaben der Landesplanung	32
5.2 Leitziele und Standortkonzept	35
5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche	37
5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Baesweiler-Innenstadt	37
5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Stadtteilzentrums Setterich	42
5.4 Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	46
5.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels	47
5.6 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	48
5.6.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	48
5.6.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	55
5.6.3 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	56
5.6.4 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels	59
5.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	59
5.6.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	61
5.6.7 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	61

Abbildungsverzeichnis:

Abb. 1:	Einwohnerentwicklung in Baesweiler und Vergleichsräumen (1997-2020)	9
Abb. 2:	Altersstruktur der Bevölkerung in Baesweiler: Jahre 2003 und 2020 im Vergleich	10
Abb. 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen	11
Abb. 4:	Verkaufsflächen in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen	14
Abb. 5:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Baesweiler	15
Abb. 6:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Warengruppen	18
Abb. 7:	Zentraler Versorgungsbereich – Baesweiler-Innenstadt	20
Abb. 8:	Zentraler Versorgungsbereich – Ortsmitte Setterich	22
Abb. 9:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe	25
Abb. 10:	Bevorzugte Einkaufsorte für ausgewählte Warengruppen	26
Abb. 11:	Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Baesweiler	36
Abb. 12:	Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Baesweiler Innenstadt	39
Abb. 13:	Räumliche Abgrenzung des Stadtteilzentrums Setterich	42
Abb. 14:	Entwicklungskonzept „Ortszentrum Setterich“	43
Abb. 15:	Entwicklungsbereich „Ortszentrum Setterich“	44
Abb. 16:	Kriterien zur Bestimmung von Stadtteilzentren nach dem STRIKT Aachen	45
Abb. 17:	Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel an der Aachener Straße	47
Abb. 18:	Baesweiler Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten sowie zentrenrelevanten Sortimente	54

Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen	13
Tabelle 2:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen	16
Tabelle 3:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Stadtteilen	17
Tabelle 4:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Warengruppen	19
Tabelle 5:	Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen	23
Tabelle 6:	Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebsformen	24
Tabelle 7:	Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen	38

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Baesweiler plant, ihre stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen für den Einzelhandel fortzuschreiben.

Als Grundlage dazu sollen mit dem vorliegenden Gutachten Vorschläge zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche in Baesweiler und Setterich sowie die Entwicklungsmöglichkeiten für den zentrenverträglichen Einzelhandel und die wohnungsnahe Versorgung in den Wohngebieten ohne direkten Zentrenbezug unterbreitet werden.

Zu berücksichtigen sind weiterhin Anfragen potenzieller Investoren, bereits bestehende Betriebe zu erweitern oder zusätzliche Einzelhandelsnutzungen anzusiedeln. Diese Planungen sind auf Basis der zu erarbeitenden Analysen zu bewerten und in das Standortkonzept einzuordnen.

Ein besonderer Schwerpunkt des Gutachtens soll in der Erarbeitung von konkreten Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung liegen. Dabei bilden die in Nordrhein-Westfalen mit der Änderung des Landesentwicklungsprogramms eingeführten Neuregelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels (§ 24a LEPro NRW) ebenso einen wichtigen Hintergrund wie das Städteregionale Einzelhandelskonzept für die Region Aachen.

Im Einzelnen wird es erforderlich, die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet abzugrenzen und dabei auch diejenigen Standorte zu identifizieren, die unter städtebaulichen Gesichtspunkten für die Aufnahme weiterer großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe geeignet sind. Gleichzeitig ist genau zu begründen, in welchen Teilbereichen des Stadtgebiets auf die Ansiedlung zentrenrelevanter Betriebe auch unterhalb der Großflächigkeitsgrenze verzichtet werden sollte.

In Orientierung an die im § 24a LEPro NRW fixierten Sortimentsvorgaben und unter Berücksichtigung des mit dem Städteregionalen Einzelhandelskonzept erarbeiteten Orientierungsrahmens sind in diesem Zusammenhang auch diejenigen Sortimente zu bestimmen, die für die Funktionsfähigkeit der Baesweiler Zentren von besonderer Bedeutung sind („Baesweiler Liste zentrenrelevanter Sortimente“).

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die vorliegende Analyse basiert im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Im Rahmen der Vorarbeiten zum Städteregionalen Einzelhandelskonzept Aachen wurden im Jahr 2005 weitgehende Erhebungen in der Region durchgeführt. Das Erhebungsgebiet der Angebotsanalyse umfasste die Stadt Aachen und den gesamten Kreis Aachen mit seinen neun Gemeinden.

Auch der Einzelhandel der Stadt Baesweiler wurde im Oktober 2005 von den Gutachtern im Rahmen einer Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ erfasst.

Alle standortbezogenen Daten wurden mittels eines Geographischen Informationssystems aufbereitet. Dabei wurden amtliche Geo-Koordinaten verwendet, so dass die vom Auftragnehmer bereit gestellten empirischen Daten mit den Rauminformationssystemen der beteiligten Gebietskörperschaften verknüpft werden können. Die Arbeitsgruppe hat vereinbart, diese Datenerhebung jährlich zu aktualisieren.

Im Frühjahr 2008 wurden diese Daten im Rahmen einer erneuten Erhebung durch die **BBE RETAIL EXPERTS** Unternehmensberatung aktualisiert und fortgeschrieben. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 18 Warengruppen differenziert ermittelt. Soweit einsehbar, wurden auch die leer stehenden Ladenlokale mit ihrer Verkaufsfläche dargestellt. Anschließend wurden für alle Betriebe die aktuellen Umsatzleistungen ermittelt.

¹

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

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse verwendeten Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der StädteRegion stammen von der BBE-Marktforschung².

Zur Ermittlung der räumlichen Einkaufsorientierung wurden im November 2005 in der Stadt Baesweiler 130 und in der StädteRegion Aachen insgesamt 2.330 telefonische Interviews durchgeführt.

Die Befragten wurden im Rückgriff auf elektronische Verzeichnisse nach einem statistischen Zufallverfahren und unter Berücksichtigung der räumlichen Bevölkerungsverteilung ausgewählt. Abgefragt wurden die bevorzugten Einkaufsorte für fünf ausgewählte Leitbranchen (Lebensmittel, Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Baumarktartikel und Möbel).

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Regionalforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Baesweiler wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Bauvoranfragen sowie sonstige vorhandene Gutachten wurden ebenfalls ausgewertet.

² Die BBE-Marktforschung analysiert und dokumentiert die Entwicklungstendenzen im Bereich Einzelhandel. Es werden jährlich mehrere aktuelle Fachdokumentationen und Publikationen erstellt und über den hauseigenen Verlag publiziert.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Stadt Baesweiler liegt im Norden des Kreises Aachen, der insgesamt etwa 310.000 Einwohner aufweist.³ Die Stadt Baesweiler grenzt im Süden an die Stadt Alsdorf, im Westen an die Städte Herzogenrath und Übach-Palenberg, im Norden an die Städte Geilenkirchen und Linnich sowie im Osten an die Gemeinde Aldenhoven.

Der Stadt Baesweiler ist im Landesentwicklungsplan NRW wie auch den Nachbarkommunen Baesweiler, Herzogenrath, Übach-Palenberg und Geilenkirchen die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Den östlich angrenzenden Kommunen Linnich und Aldenhoven wird im Landesentwicklungsplan dagegen lediglich eine grundzentrale Bedeutung attestiert. Aufgrund der Lage in der Ballungsrandzone des Oberzentrums Aachen und im Standortverbund meist gleichrangiger zentraler Orte kommt Baesweiler aus Sicht der Landesplanung somit in erster Linie die Aufgabe zu, die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des gehobenen und auch des spezialisierten Bedarfs sicher zu stellen. Darüber hinaus soll Baesweiler auch Versorgungsaufgaben für die benachbarten Grundzentren Aldenhoven und Linnich übernehmen

Wichtigste Verkehrsachse für den Individualverkehr ist heute die in nordöstlicher Richtung das Stadtgebiet querende Bundesstraße 57. Diese führt von Mönchengladbach kommend über Erkelenz und Linnich nach Setterich und Baesweiler und von dort über Alsdorf und Würselen bis ins Zentrum von Aachen. Diese auch für den Regionalverkehr wichtige Hauptverkehrsstraße soll künftig durch die bereits im Bau befindliche Ortsumgehung B 57n entlastet werden, die von der Landesstraße 240 westlich an den Ortslagen von Baesweiler und Setterich vorbeiführen und bei Puffendorf in die Bundesstraße 56 münden wird. Letztere Hauptverkehrsstraße ist ebenfalls von überörtlicher Bedeutung und stellt in östlicher Richtung die Verbindung zur Bundesautobahn 44 (Anschlussstelle Aldenhoven) und in westlicher Richtung die Verbindung zur Stadt Geilenkirchen und Sittard (NL) her.

Eine direkte Anbindung an das Streckennetz der Deutschen Bahn ist nicht gegeben. Die nächstgelegenen DB-Bahnhöfe, die über Buslinien von Baesweiler aus erreicht werden können, sind Übach-Palenberg und Geilenkirchen an der Strecke Aachen - Mönchengladbach (künftig auch Taktverkehr der Euregiobahn) sowie Eschweiler Hauptbahnhof an der Strecke Aachen - Köln. Der ÖPNV beschränkt sich daher auf das dem Aachener Verkehrsverbund angehörige Buslinienetz, über das Baes-

³ Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik NRW; Stand 31.12.2007

weiler mit allen Nachbarorten verbunden ist. Die zentral gelegene Haupthaltestelle „In der Schaaf“ wird momentan von 7 verschiedenen Buslinien angefahren (BW1, SB2, 51, 71, 280, 431 und 432).

2.2 Siedlungsstruktur

Die heutige Stadt Baesweiler hat ihren Ursprung in der kommunalen Gebietsreform aus dem Jahre 1972. Dabei wurden die bis dahin selbstständigen Gemeinden Baesweiler, Oidtweiler, Puffendorf und Setterich zur neuen, dem Kreis Aachen zugeordneten Gemeinde Baesweiler zusammengeschlossen. Im Jahr 1975 wurden der damaligen Gemeinde Baesweiler die Stadtrechte verliehen.

Seit 1972 besteht Baesweiler aus folgenden Stadtteilen: Baesweiler, Beggendorf, Floverich, Loverich, Oidtweiler, Puffendorf und Setterich. Dabei bilden die nahtlos ineinander übergehenden Siedlungskörper von Baesweiler und Oidtweiler den zentral gelegenen Hauptort. Bei den anderen Stadtteilen handelt es sich um separat gelegene Ortschaften.

Die Stadt Baesweiler weist eine Einwohnerzahl von rd. 28.000 auf. Mit einem Bevölkerungspotenzial von rd. 13.800 Einwohnern stellt Baesweiler den einwohnerstärksten Stadtteil dar, gefolgt von Setterich mit rd. 7.800 und Oidtweiler mit rd. 2.700 Einwohnern. In den verbleibenden 4 Stadtteilen wohnen zusammen noch rd. 3.900 Personen.

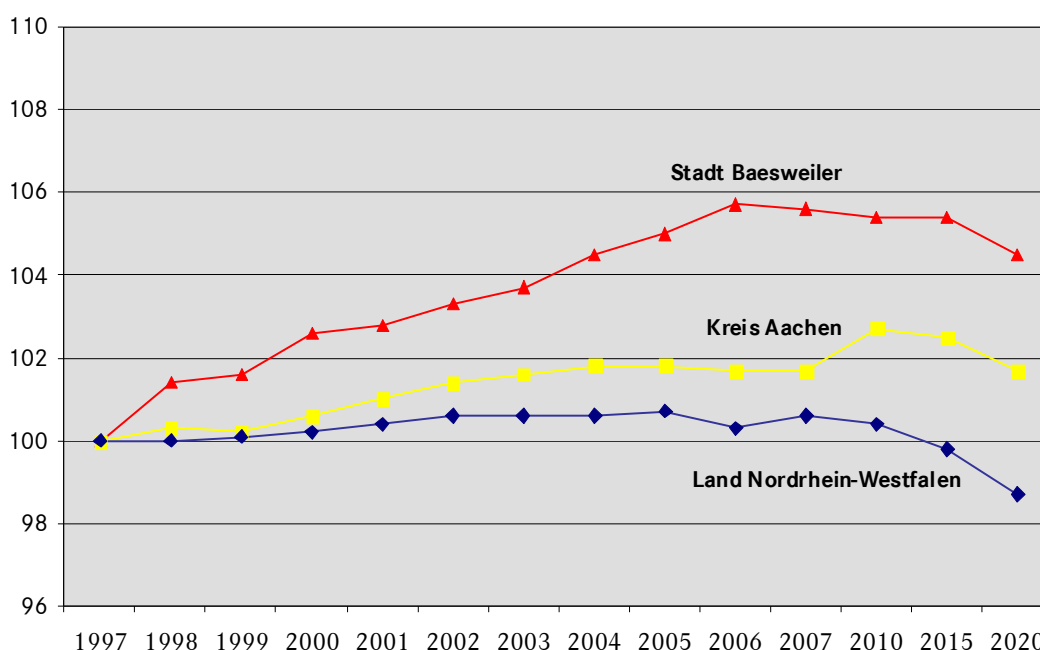
Die Siedlungsstruktur der Stadt Baesweiler wurde stark durch den Bergbau im „Wurmrevier“ - dem Nordbereich des Aachener Steinkohlereviers - geprägt. Waren die Ortsteile zu Beginn des 20. Jahrhunderts noch vorwiegend agrarisch strukturiert, änderte sich dies mit der Eröffnung der Carl Alexander Zeche im Jahr 1921 grundlegend. Da der Bergbau eine sehr arbeitsintensive Industrie war, musste im direkten Umfeld der Schachtanlagen Wohnraum für die Beschäftigten geschaffen werden und führte so zu einem starken Bevölkerungszuwachs vor allem der Stadtteile Baesweiler und Setterich. Die verschiedenen Zechensiedlungen, aber auch die weithin sichtbaren, inzwischen begrünzten Bergehalden prägen die Stadtstruktur heute noch auffallend.

2.3 Demographische Strukturen

Nach Angaben des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen lebten Ende 2007 etwa 28.230 Einwohner in der Stadt Baesweiler. Im Vergleich zu 1997 (etwa 26.360 Einwohner) kann die Stadt ein deutliches Bevölkerungswachstum von rd. 6 Prozent aufweisen⁴.

Wie Abb. 1 illustriert, verzeichnen alle Vergleichsräume zwischen 1997 und 2007 einen Bevölkerungsanstieg. Die Wachstumsraten der Nachbarkommunen fallen allerdings recht unterschiedlich aus. Während die Bevölkerungszahlen in Linnich sowie Alsdorf im Betrachtungszeitraum annähernd konstant bleiben (+0,04 % bzw. +0,7 %), können Übach-Palenberg mit rd. +5,6 % und Aldenhoven mit rd. +6,6 % zum Teil recht deutliche Zugewinne verzeichnen. Mit einer prozentualen Zunahme von rd. 6 % liegt Baesweiler rund 4 Prozentpunkte über dem Durchschnitt des Kreises Aachen, und weist damit einen ähnlichen prozentualen Bevölkerungsanstieg wie die Nachbarkommunen Übach-Palenberg und Aldenhoven auf.

Abb. 1: Einwohnerentwicklung in Baesweiler und Vergleichsräumen (1997-2020)



* Rundungsdifferenzen möglich

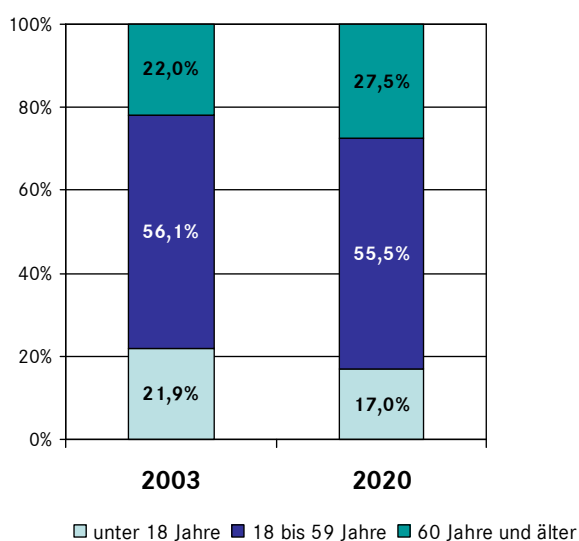
Quelle: Landesamt für die Datenverarbeitung und Statistik in Nordrhein-Westfalen (Stand: 31.12.1997 und 31.12.2007), Bertelsmann Stiftung

⁴ Um den Regionalvergleich zu ermöglichen, wird hier auf die amtlichen Daten des Statistischen Landesamtes zurückgegriffen. Die Stadt Baesweiler gibt auf ihrer Internetseite eine aktuelle (Mai 2008) Einwohnerzahl von 28.016 Personen an.

Bevölkerungsprognosen ergeben, dass in der Stadt Baesweiler für den Zeitraum bis 2020 von einem leichten Bevölkerungsrückgang auszugehen ist. So prognostiziert die Bertelsmann-Stiftung⁵ für das Jahr 2020 eine Einwohnerzahl von rd. 27.920 für die Stadt Baesweiler. Dies entspricht einem prozentualen Rückgang von rd. 1,2 % gegenüber dem Jahr 2007.

Zu beachten ist aber, dass sich infolge des demographischen Wandels bei annähernd konstanter Einwohnerzahl deutliche Veränderungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung ergeben werden. So werden im Jahre 2020 knapp 27,5 % der Baesweiler Bevölkerung das sechzigste Lebensjahr überschritten haben (2003: 22,0 %), während gleichzeitig der Anteil der Kinder und Jugendlichen von heute knapp 22 % auf künftig rd. 17 % sinken wird (siehe Abb. 2). Diese Abnahme wird jedoch niedriger als im Durchschnitt des Kreises Aachen ausfallen, so dass Baesweiler auch im Prognosejahr 2020 noch eine überproportional junge Bevölkerung aufweisen wird.

Abb. 2: Altersstruktur der Bevölkerung in Baesweiler: Jahre 2003 und 2020 im Vergleich



Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel

⁵ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel (www.wegweiserdemographie.de)

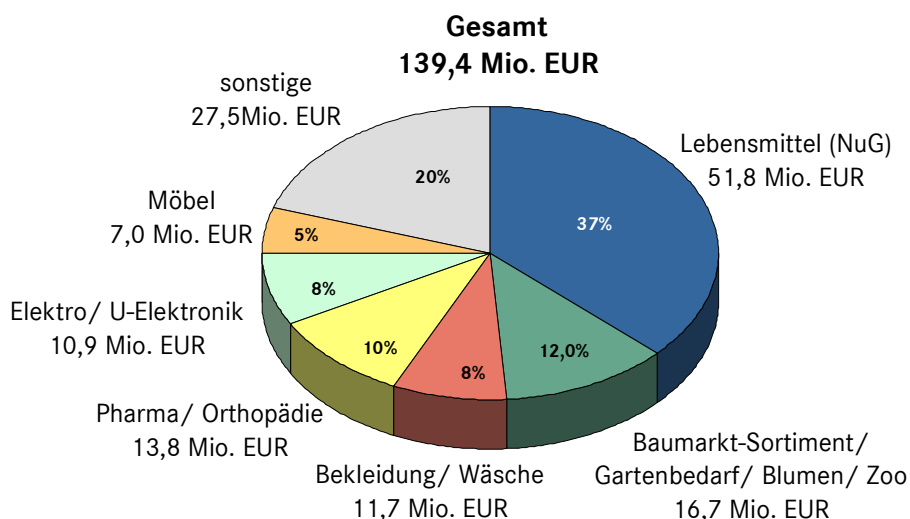
2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Baesweiler

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach für das Jahr 2008 pro Kopf insgesamt 5.411 EUR einzelhandelsrelevant⁶.

Die BBE-Marktforschung weist für das Jahr 2008 für die Stadt Baesweiler ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau je Einwohner von 91,5 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit 8,5 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt.

Auf der Grundlage der BBE-Kenndaten ergibt sich für die Stadt Baesweiler eine jährliche Kaufkraft pro Kopf in Höhe von 4.950 EUR. Multipliziert mit der Einwohnerzahl⁷ lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt 139,4 Mio. EUR für das Jahr 2008 errechnen (siehe Abb. 3).

Abb. 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung

⁶ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenanteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt (ohne die Ausgabenanteile, die von den gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel erstattet werden). Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

⁷ Einwohnerzahl im Dezember 2007 der Stadt Baesweiler: 28.230 Personen; siehe Kap 2.3.

Etwa 37 % (51,8 Mio. EUR) des Volumens entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel, für die Warengruppe Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/Blumen/Zoo stehen im Stadtgebiet 16,7 Mio. EUR oder 12 % der Gesamtausgaben zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für die Warengruppe pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel (ohne die von den Krankenkassen erstatteten Ausgabenanteile) addieren sich auf etwa 13,8 Mio. EUR und erreichen damit ein ähnlich hohes Niveau wie das Sortiment Bekleidung/ Wäsche mit rd. 11,7 Mio. EUR.

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Baesweiler

3.1 Gesamtstädtische Strukturdaten und Einzelhandelszentralität

Im Rahmen der Betriebsstättenerhebung wurden die Verkaufsflächen (VKF) aller im Stadtgebiet Baesweiler ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe⁸ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops⁹, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Im Stadtgebiet Baesweiler gibt es insgesamt

- 183 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von 23.706 qm verfügen und einen
- Gesamtumsatz von ca. 92,6 Mio. EUR erwirtschaften.

Die Aufteilung der Verkaufsfläche und des Umsatzes auf die einzelnen Warengruppen veranschaulicht Tabelle 1:

⁸ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Tabelle 1: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen

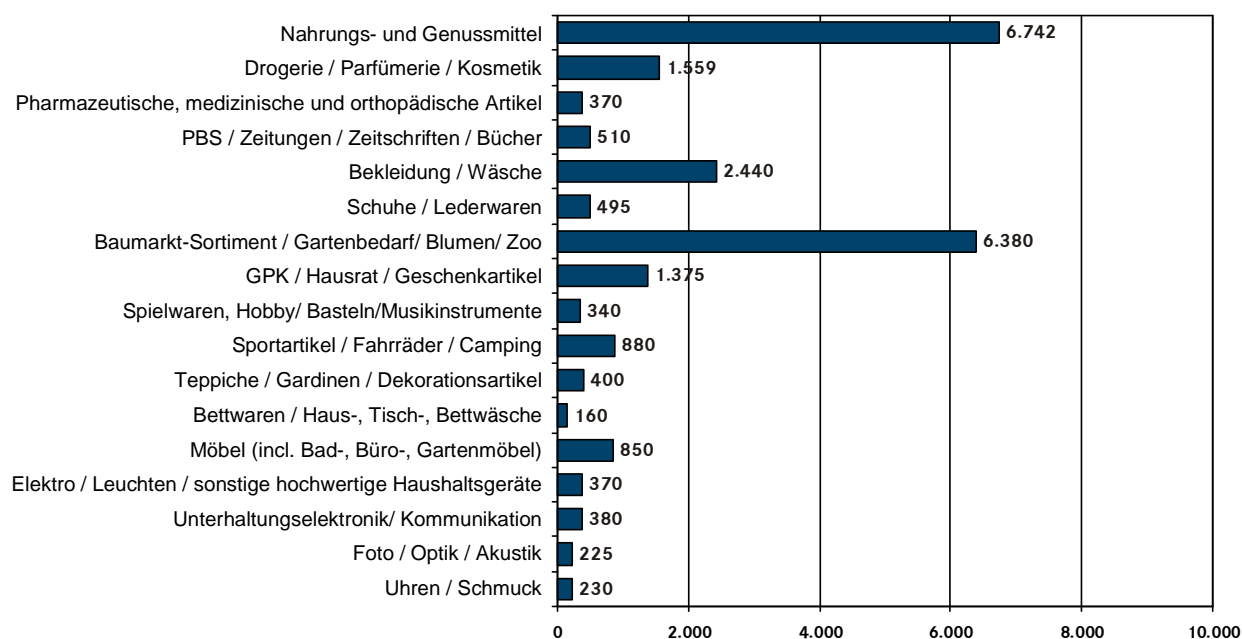
Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in qm	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6.742	28	37,7	41
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	1.559	7	5,4	6
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	370	2	10,9	12
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	510	2	2,4	3
Bekleidung / Wäsche	2.440	10	8,8	10
Schuhe / Lederwaren	495	2	2,0	2
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo	6.380	27	10,6	11
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.375	6	2,4	3
Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	340	1	0,9	1
Sportartikel / Fahrräder / Camping	880	4	2,1	2
Teppiche / Gardinen / Dekorationsartikel	400	2	0,9	1
Bettwaren / Haus-, Tisch-, Bettwäsche	160	1	0,4	0
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	850	4	2,2	2
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	370	2	1,3	1
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	380	2	1,8	2
Foto / Optik / Akustik	225	1	1,6	2
Uhren / Schmuck	230	1	1,3	1
Gesamt	23.706	100	92,6	100

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (etwa 28 %) sowie Bau- und Gartenbedarf (etwa 27 %). Die Angebote in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche addieren sich auf eine Verkaufsfläche von rd. 2.440 qm und machen somit einen Anteil von rd. 10 % der Gesamtfläche aus (siehe auch Abb. 4). Die sich sonst durch einen hohen Flächenverbrauch auszeichnende Warengruppe Möbel wird in der Stadt Baesweiler lediglich auf einer Fläche von etwa 850 qm oder etwa 4 % der Gesamtverkaufsfläche angeboten.

⁹

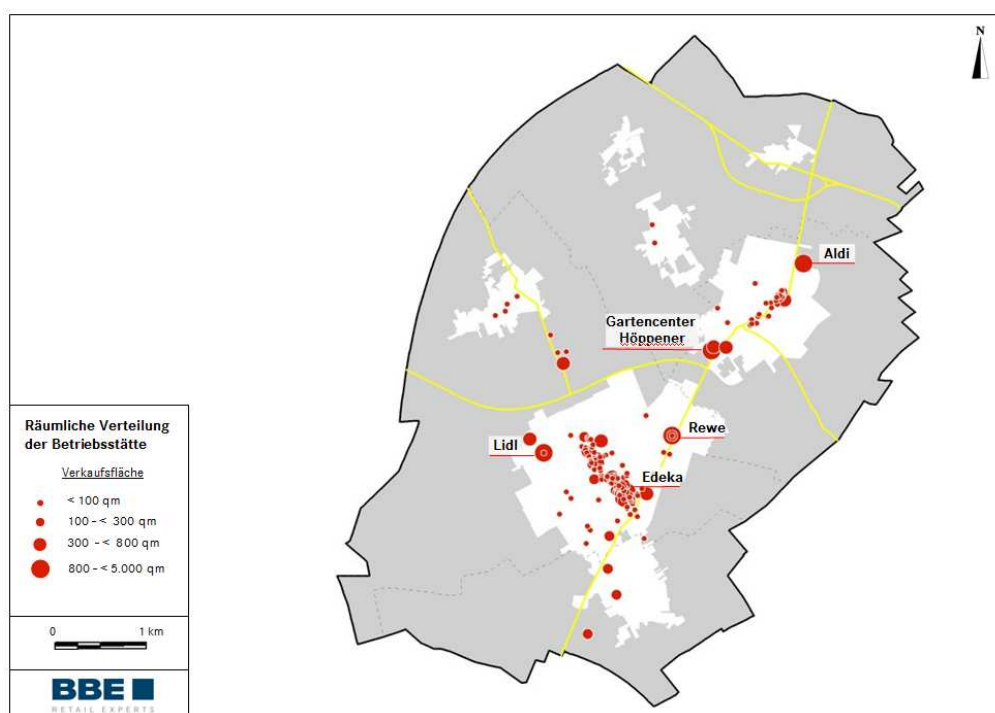
Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Abb. 4: Verkaufsf lächen in der Stadt Baesweiler nach Warengruppen


Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Bezieht man die Einzelhandelsverkaufsfläche (insgesamt rd. 23.700 qm) auf die Einwohnerzahl, ergibt sich ein Verkaufsflächenbesatz (Arealitätsziffer) von 0,84 qm je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von 1,35 qm je Einwohner verzeichnet die Stadt Baesweiler somit einen unterdurchschnittlichen Flächenbesatz.

Abb. 5: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Baesweiler



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Hinblick auf die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Baesweiler lässt sich feststellen, dass sich rd. 97,5 % der Gesamtverkaufsfläche auf die Stadtteile Baesweiler und Setterich konzentrieren. Somit entfallen weniger als 3 % des Verkaufsflächenbestandes auf die restlichen fünf Stadtteile, von denen sowohl Floverich als auch Puffendorf gar keinen Einzelhandelsbesatz aufweisen.

Die meisten Einzelhandelsbetriebe befinden sich im zentralen Versorgungsbereich der Baesweiler Innenstadt. Sie liegen überwiegend an der Kirchstraße und Kückstraße. Zu den großflächigen Betrieben zählen ein Edeka Supermarkt an der Kirchstraße, Rewe an der Jülicher Straße und ein Lidl Discountmarkt an der Carlstraße.

In der Ortsmitte Setterich sind insgesamt 24 Betriebe (nach Schließung von Blumen Lüttgens) vorhanden, die über rd. 1.900 qm Verkaufsfläche verfügen.

Mit Blick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Ortsmitte ist zu beachten, dass für das Umfeld der Grundstücke Blumen Lüttgens und Penny zur Zeit ein Vorhaben projektiert wird, dass neben einem Neubau für den bereits bestehenden Discountmarkt einen Lebensmittel-Supermarkt sowie zwei bis drei weitere Ladenflächen für kleinflächige Betriebe vorsieht (siehe Kap. 5.3.2).

Nach Stadtteilen betrachtet zeigt sich, dass der Stadtteil Baesweiler mit rd. 15.800 qm oder 67 % der Gesamtverkaufsfläche den höchsten Flächenbesatz aufweist. Davon befinden sich rd. 9.300 qm in der Ortsmitte von Baesweiler, die mit 96 Betrieben auch über den höchsten Betriebsbesatz verfügt.

Bei der Betrachtung des im Einzelhandel erwirtschafteten Umsatzes ist festzustellen, dass rd. 69 % des Gesamtumsatzes im Stadtteil Baesweiler erwirtschaftet wird. Dies entspricht etwa 64 Mio. EUR. Davon entfällt mit rd. 41 Mio. EUR wiederum der Großteil auf die Ortsmitte von Baesweiler.

Zweiter bedeutender Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet ist der Stadtteil Setterich. Hier sind mit 36 Betrieben rund 20 % der Betriebe insgesamt ansässig; diese verfügen zusammen über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 7.200 qm und erwirtschaften einen Umsatz von rd. 26 Mio. EUR.

Tabelle 2: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen

Standortbereich	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	absolut	in %	in Mio. €	in %
Baesweiler Innenstadt	96	52,5%	9.274	39,1%	40,9	44,2%
Baesweiler sonstige	42	23,0%	6.567	27,7%	22,8	24,6%
Setterich Ortsmitte	24	13,1%	1.885	8,0%	10,4	11,3%
Setterich sonstige	12	6,6%	5.330	22,5%	16,0	17,3%
Oidtweiler	3	1,6%	430	1,8%	1,2	1,3%
Beggendorf	4	2,2%	160	0,7%	1,0	1,1%
Loverich	2	1,1%	60	0,3%	0,2	0,2%
Puffendorf	0	0,0%	0	0,0%	0,0	0,0%
Floverich	0	0,0%	0	0,0%	0,0	0,0%
Gesamt	183	100,0%	23.706	100,0%	92,6	100,0%

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Noch deutlicher wird die funktionale Bedeutung des Einzelhandels im Stadtteil Baesweiler, wenn man die Einzelhandelszentralitäten nach Stadtteilen errechnet. Ein geeignetes Maß zur Zentralitätsbestimmung ist die Umsatz-Kaufkraft-Relation, die das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des im Beobachtungsraum ansässigen Einzelhandels und dem örtlichen Kaufkraftpotenzial darlegt. Für das gesamte Stadtgebiet Baesweiler kann eine Kennzahl von 66 % bestimmt werden. Diese Zahl beinhaltet, dass per Saldo der erwirtschaftete Gesamtumsatz rd. 34 Prozentpunkte unter dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt.

Wie Tabelle 3 illustriert, fallen die einzelnen Umsatz-Kaufkraft-Relationen der jeweiligen Stadtteile dabei weit auseinander. So erhält man für den Stadtteil Baesweiler bei der Gegenüberstellung von Einzelhandelsumsatz (63,7 Mio. EUR) und Kaufkraftpotenzial (68,5 Mio. EUR) eine Messzahl von 93,1 %.

Während der Stadtteil Baesweiler somit eine nahezu ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation aufweist, stellt sich die Situation im Stadtteil Setterich anders dar: Mit rd. 68 % weist Setterich eine vergleichsweise niedrige Einzelhandelszentralität auf. Hier steht einem Nachfragevolumen in Höhe von rd. 38,6 Mio. EUR lediglich eine Gesamtumsatzleistung von rd. 26,4 Mio. EUR gegenüber, woraus sich per Saldo Kaufkraftabflüsse von rd. 10,5 Mio. EUR errechnen lassen. Zu beachten ist allerdings, dass sich die Einzelhandelszentralität von Setterich mit Realisierung des Planvorhaben „Neue Mitte Setterich“ (siehe Kap. 5.3.2) deutlich erhöhen wird.

Aufgrund nur geringer bzw. fehlender Einzelhandelsangebote in den fünf anderen Stadtteilen, weisen diese nur sehr geringe Zentralitätskennziffern auf.

Tabelle 3: Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Stadtteilen

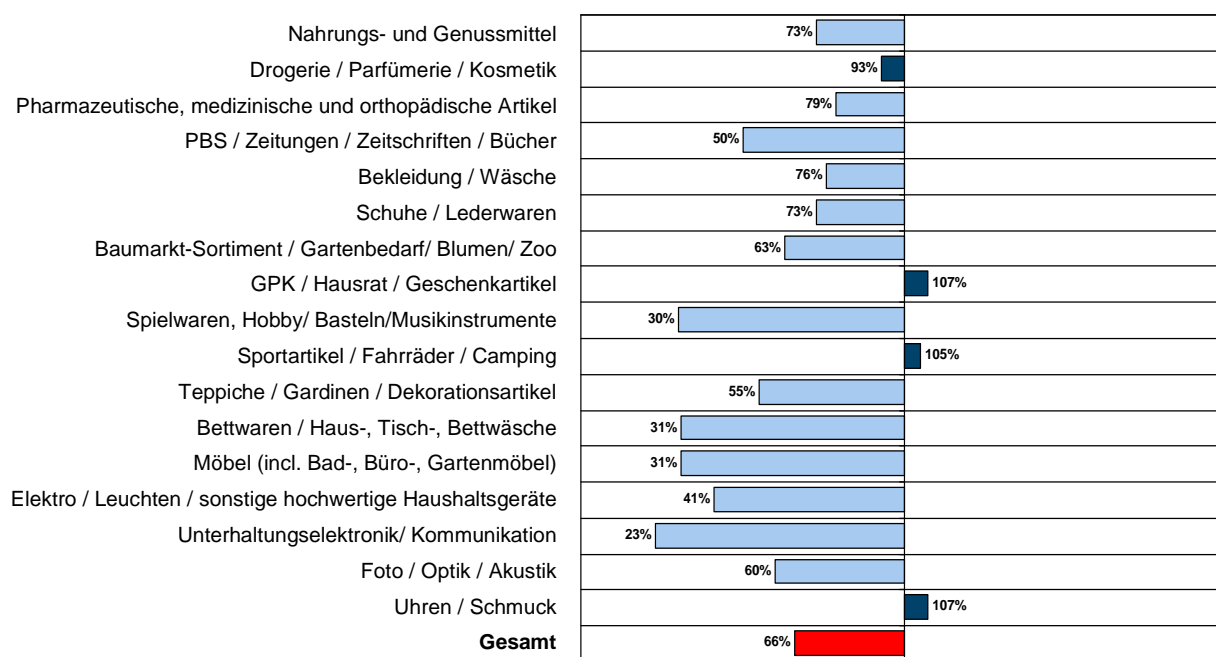
	Einwohner	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation
Stadtteil	Anzahl	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %
Baesweiler	13.835	68,5	63,7	93
Setterich	7.811	38,6	26,4	68
Oidtweiler	2.724	13,5	1,2	9
Beggendorf	1.679	8,3	1,0	12
Loverich	1.270	2,0	0,2	10
Puffendorf	448	2,2	0,0	–
Floverich	402	2,0	0,0	–
Gesamt	28.169	139,4	92,6	66

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen lassen sich nicht nur für den Einzelhandel eines bestimmten Standortbereichs insgesamt errechnen, sondern auch differenziert nach Warengruppen darstellen. Graphisch umgesetzt, ergibt sich aus den Zentralitätswerten der verschiedenen Teilmärkte ein Polari-tätsprofil, das einige Rückschlüsse auf die quantitativen Stärken und Schwächen des Einzelhandels zulässt.

Die folgende Abb. 6 zeigt, dass die Gesamtbindungsquote von 66 % starke Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen überdeckt. So ergibt sich mit 107 % der höchste Wert in den Sortimen-ten Glas/Porzellan/Keramik sowie Uhren/ Schmuck und der niedrigste Wert mit nur 23 % bei Unter-haltungselektronik/Musik/ Video/PC/Drucker/Kommunikation.

Abb. 6: Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

In der mit rd. 38 Mio. EUR umsatzstärksten Branche Nahrungs- und Genussmittel wird ein Zentrali-tätsindex von 73 % erreicht. Dies bedeutet, dass der Lebensmitteleinzelhandel bezogen auf die Ge-samtstadt per Saldo Abflüsse in Höhe von etwa 14,2 Mio. EUR zu verzeichnen hat.

Das Sortiment Glas/ Porzellan/ Keramik weist mit einer Einzelhandelszentralität von 117 % den höchsten Wert auf. Zuflüsse sind sonst lediglich in den Sortimenten Sportartikel/Fahrräder/Camping

(105 %) und Uhren/Schmuck (107 %) festzustellen. Absolut betrachtet handelt es sich hierbei allerdings um vergleichsweise geringe Kaufkraftzuflüsse in Höhe von jeweils 0,1 bis 0,2 Mio. EUR.

Die per Saldo deutlichsten Kaufkraftabflüsse sind neben Nahrungs- und Genussmitteln in den Warengruppen Baumarkt/ Gartenbedarf/ Blumen/Zoo (-6,1 Mio. EUR), Unterhaltungselektronik/ Musik/ Video/ PC/ Drucker/ Kommunikation (-5,9 Mio. EUR) und Möbel (-4,9 Mio. EUR) zu verzeichnen (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4: Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Warengruppen
(in Mio. EUR)

Warengruppe	Umsatz	Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	37,7	51,8	-14,2
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	5,4	5,8	-0,4
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	10,9	13,8	-3,0
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2,4	4,8	-2,4
Bekleidung/Wäsche	8,8	11,7	-2,8
Schuhe/Lederwaren	2,0	2,7	-0,7
Baumarkt-Sortiment/Gartenbedarf/ Blumen/Zoo	10,6	16,7	-6,1
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	2,4	2,2	+0,2
Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	0,9	3,0	-2,1
Sportartikel/Fahrräder/Camping	2,1	2,0	+0,1
Teppiche/Gardinen/Dekorationsartikel	0,9	1,5	-0,7
Bettwaren/Haus-, Tisch-, Bettwäsche	0,4	1,4	-1,0
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	2,2	7,0	-4,9
Elektro/Leuchten/sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	1,3	3,2	-1,9
Unterhaltungselektronik/Musik/Video / PC/Drucker/Kommunikation	1,8	7,7	-5,9
Foto/Optik/Akustik	1,6	2,7	-1,1
Uhren/Schmuck	1,3	1,2	+0,1
Gesamt	92,6	139,4	-46,8

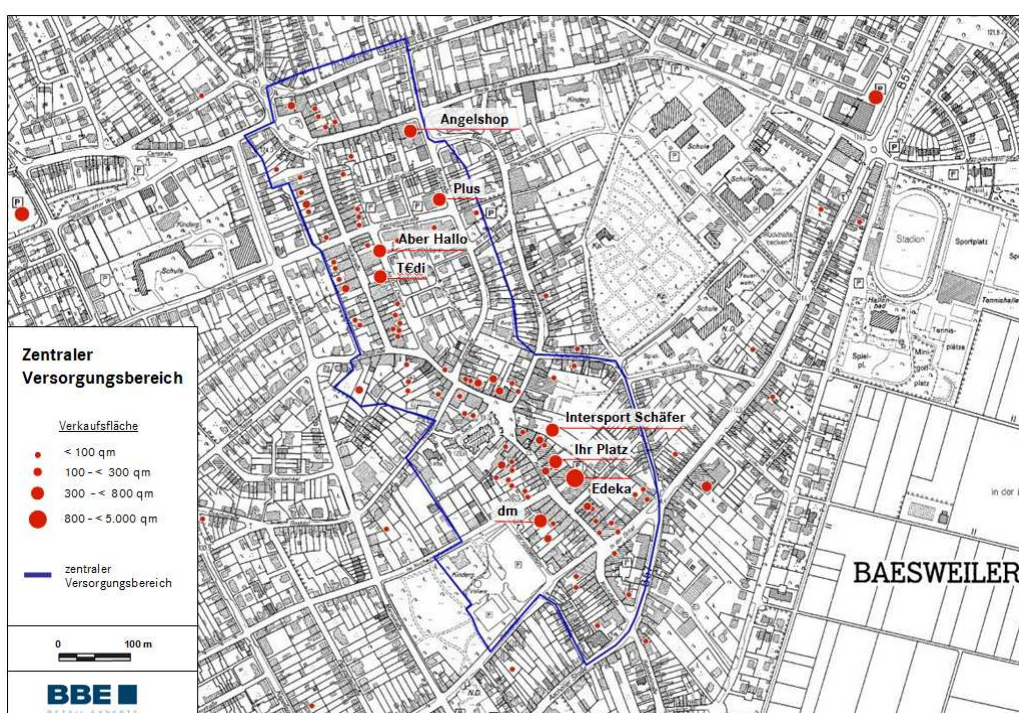
Quelle: BBE-Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

3.2 Zentrale Versorgungsbereiche

3.2.1 Innenstadt Baesweiler

Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt Baesweiler weist eine lineare Struktur auf und erstreckt sich von der Kirchstraße im Süden über die Löffelstraße und die Kückstraße bis zum Reyplatz im Norden. Vom Reyplatz, der im Rahmen einer städtebaulichen Sanierungsmaßnahme vor kurzem neu gestaltet wurde, bis zur Einmündung der Kirchstraße in die Aachener Straße gerechnet, ergibt sich somit eine lang gestreckte Einkaufszone mit einer Länge von knapp 1.000 Metern.

Abb. 7: Zentraler Versorgungsbereich – Baesweiler-Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Wie auch die Abb. 7 illustriert, reiht sich der Einzelhandelsbesatz perlenschnurartig entlang des beschriebenen Straßenzuges auf. Gleichzeitig ist festzustellen, dass in den von der Haupteinkaufsstraße fortführenden Seitenstraßen nur noch punktuell Einzelhandel anzutreffen ist. Die Folge ist, dass für Kunden attraktive „Rundläufe“ in der Baesweiler Innenstadt fehlen und die Fußwegedistanzen für Kunden, die einen Einkaufsbummel machen oder auch andere Aktivitäten mit dem Einkauf koppeln möchten, vergleichsweise hoch sind.

Ein positiver Effekt dieser bandförmigen Struktur besteht allerdings darin, dass die Erreichbarkeit der Einzelhandel für Pkw-Kunden in der gesamten Innenstadt sehr gut ist. Denn entlang der gesamten Einkaufszone finden sich in geringer Distanz zu den Geschäften überwiegend kostenfreie Kundenparkplätze.

Den Hauptfunktionsbereich des Einzelhandels bildet die Kirchstraße zwischen der Burgstraße und der Einmündung der Seitenstraße „In der Schaf“. Hier finden sich mit dem Edeka Supermarkt, dem Lebensmitteldiscountmarkt Plus, dem Intersport-Fachgeschäft Schäfer sowie den Drogeriemärkten dm und Ihr Platz auch die größten Betriebe der Innenstadt.

Wie bereits dargelegt (siehe Tabelle 2), befindet sich im zentralen Versorgungsbereich¹⁰ der Baesweiler Innenstadt über die Hälfte (52,5 %) der in Baesweiler ansässigen Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rd. 9.300 qm Verkaufsfläche, was etwa 39 % der Gesamtverkaufsfläche in Baesweiler entspricht. Die hier ansässigen Betriebe erwirtschaften einen Umsatz in Höhe von rd. 41 Mio. EUR. Etwa 44 % des Gesamtumsatzes wird somit in der Innenstadt generiert – ein deutlicher Beleg für die ausgeprägte Zentrenorientierung des Baesweiler Einzelhandels.

Die Einzelhandelsstruktur in der Baesweiler Ortsmitte ist von kleinteiligen Betriebseinheiten geprägt. So verfügen drei von vier Betrieben lediglich über eine Verkaufsfläche von maximal 100 qm.

Der quantitative Verkaufsflächenschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rd. 2.000 qm) und im Bereich Bekleidung/Wäsche (rd. 2.000 qm), die insgesamt mit über ein Drittel der im zentralen Versorgungsbereich vorhandenen Verkaufsfläche als Leitbranchen des Innenstadthandels zu charakterisieren sind. Bemerkenswert ist die breite Differenzierung des Bekleidungsangebots, denn insgesamt 22 Betriebe führen diese für die Ausstrahlung des Einkaufsplatzes sehr wichtige Branche im Kernsortiment, wobei Damen-, Herren- und auch Kindermode nicht nur im niedrigpreisigen, sondern auch im gehobenen Genre vertreten ist.

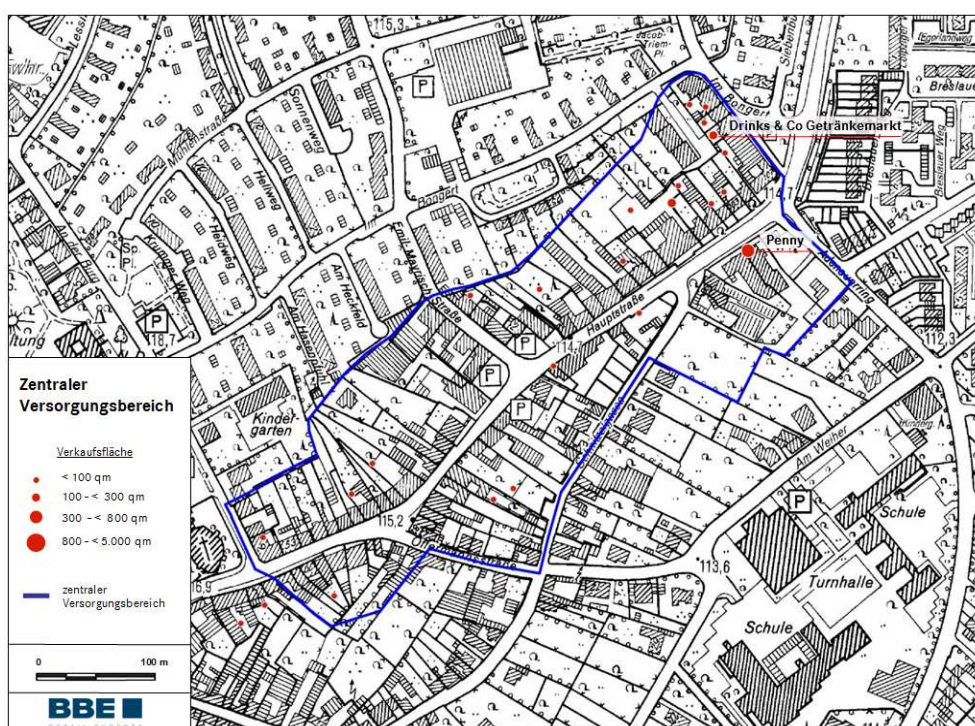
Zu den Anziehungspunkten gehören auch die bereits genannten größeren Drogeriemärkte (Ihr Platz, dm), deren Angebote durch ein qualifiziertes Parfümerie-Fachgeschäft (Parfümerie Becker) ergänzt werden. Darüber hinaus ist aber auch in anderen innenstadtrelevanten Warengruppen ein differenziertes Einzelhandelsangebot vorhanden. Für diese Einschätzung spricht beispielsweise die Präsenz von sechs Schuhgeschäften, drei Spielwarenanbietern, einer Buchhandlung und nicht zuletzt des Intersport-Fachgeschäftes. Letzterer Betrieb stellt mit einer Verkaufsfläche von über 600 qm eines der größten Sportgeschäfte im Kreis Aachen dar.

3.2.2 Ortsmitte Setterich

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches entlang der Hauptstraße im Stadtteil Setterich sind insgesamt 24 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.900 qm ansässig, die einen Umsatz von rd. 10,4 Mio. EUR erwirtschaften. Es handelt sich überwiegend um kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsflächen überwiegend weniger als 100 qm betragen.

Als größte Betriebe sind ein Lebensmitteldiscounter (Penny), ein Getränkemarkt (Drinks & Co) und ein kleinerer Drogeriemarkt hervorzuheben (siehe Abb. 8).

Abb. 8: Zentraler Versorgungsbereich – Ortsmitte Setterich



Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Bereits in näherer Zukunft werden in der Ortsmitte von Setterich wesentliche Strukturveränderungen stattfinden. Denn bereits im Planungsverfahren befindet sich die Entwicklungsmaßnahme „Neue Mitte Setterich“, die auf den Grundstücken südlich der Hauptstraße zwischen der Einmündung Schnitzelgasse und dem Adenauerring die Errichtung mehrerer Einzelhandelsbetriebe vorsieht und eine wesentliche Aufwertung des Ortszentrums zur Folge haben wird (siehe Kap. 5.3.2).

¹⁰ Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Baesweiler siehe Kap. 5.3.1.

3.3 Wohnungsnahe Grundversorgung

Eine der wichtigsten Aufgaben des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes besteht darin, Aussagen zur Situation und den Entwicklungspotenzialen im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung zu treffen.

Die Qualität der Nahversorgung wird wesentlich vom Lebensmitteleinzelhandel bestimmt. Wie die Tabelle 5 belegt, weist die Stadt Baesweiler in dieser Warengruppe (Nahrungs- und Genussmittel) einen unterdurchschnittlichen sortimentspezifischen Zentralitätswert auf. So wird für diese Warengruppe bei einer sortimentspezifischen Kaufkraft von rd. 52 Mio. EUR lediglich eine Gesamtumsatzleistung von rd. 38 Mio. EUR prognostiziert. Dies bedeutet, dass die Stadt Baesweiler per Saldo einen Kaufkraftabfluss in Höhe von rd. 14 Mio. EUR zu verzeichnen hat.

Tabelle 5: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen

Stadtteil	Umsatz (NuG)	Kaufkraft (NuG)	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Umsatz-Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Baesweiler	24,3	25,5	94	-1,2
Setterich	11,9	14,5	82	-2,6
Oidtweiler	0,9	5,0	18	-4,1
Beggendorf	0,6	3,0	20	-2,4
Loverich	0	2,3	0	-2,3
Puffendorf	0	0,8	0	-0,8
Floverich	0	0,7	0	-0,7
Gesamt	37,7	51,8	73	-14,1

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

Bei der Betrachtung der Nahversorgungssituation auf Stadtteilebene sind in allen Stadtteilen deutliche Kaufkraftabflüsse festzustellen. Der Stadtteil Baesweiler erreicht bei Umsätzen von rd. 24 Mio. EUR eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 94 %, Setterich bei Umsätzen von rd. 12 Mio. EUR eine Relation von 82 %.

Die Stadt Baesweiler verfügt insgesamt über 25 Ladenhandwerksbetriebe (19 Backshops/ Bäckereien; 6 Metzgereien/ Fleischereien), vier Discountmärkte und zwei Supermärkte.

Tabelle 6: Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebsformen

Betriebsform	Umsatz Nahrungs- und Genussmittel	
	in Mio. EUR	in %
Supermärkte	7,6	20
Discounter	15,0	40
Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker/ Metzger)	8,2	22
Getränkemärkte	2,0	5
sonst. Lebensmittelgeschäfte	1,6	4
Kioske und Tankstellen-Shops	0,8	2
Sonstige	2,5	7
Gesamt	37,7	100

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Erhebungen und Berechnungen

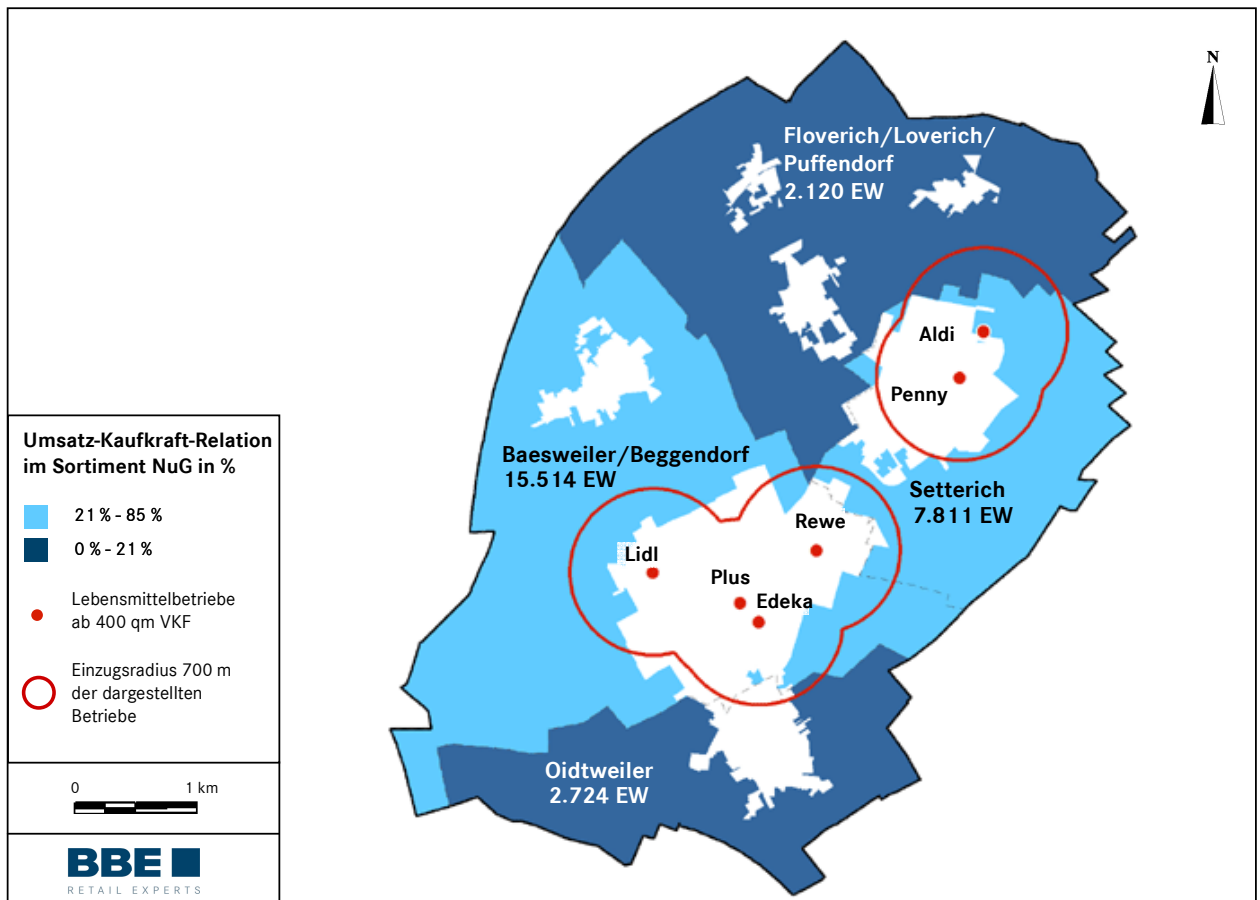
Die Vollsortimentsbetriebe und Discountmärkte generieren zusammen ca. 22,6 Mio. EUR, der übrige Einzelhandel trägt rd. 15 Mio. EUR zur Gesamtumsatzleistung bei. Die in der Stadt Baesweiler ansässigen Lebensmittel-Vollsortimentsbetriebe erreichen mit 7,6 Mio. EUR eine ähnliche Umsatzgrößenordnung wie die ansässigen Ladenhandwerksbetriebe (rd. 8,2 Mio. EUR).

Bezogen auf den Gesamtumsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erreichen die Discounter somit einen Marktanteil von ca. 40 % - eine Größenordnung, die auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts liegt¹¹.

Als wichtigste Träger der Nahversorgung sind in die folgende kartographische Darstellung (siehe Abb. 9) alle Lebensmittelmärkte (Discounter und Vollsortimenter) mit mehr als 400 qm Verkaufsfläche aufgenommen worden. Zur räumlichen Bewertung der Nahversorgungssituation wird sodann um jeden Standort ein 700-Meter-Radius gezogen. Denn es kann davon ausgegangen werden, dass sich die Bevölkerung, die im 700-Meter-Umkreis eines Marktes wohnt, in einem akzeptablen Zeitaufwand fußläufig versorgen kann.

¹¹ Im Jahr 2005 generierten die Discounter mit 51,8 Mrd. EUR etwa 38 % des Gesamtumsatzes im Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel in Deutschland (135,3 Mrd. EUR, Quelle: EHI Retail Institute, Handel Aktuell 2006/2007).

Abb. 9: Umsatz-Kaufkraft-Relationen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und fußläufige Einzugsradien größerer Lebensmittelbetriebe



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Wie sich zeigt, gibt es in der Stadt Baesweiler einige Bereiche, die weiter als 700 Meter von einem Lebensmittelmarkt entfernt sind. Dazu gehören die Stadtteile Puffendorf, Oidtweiler, Floverich und Loverich.

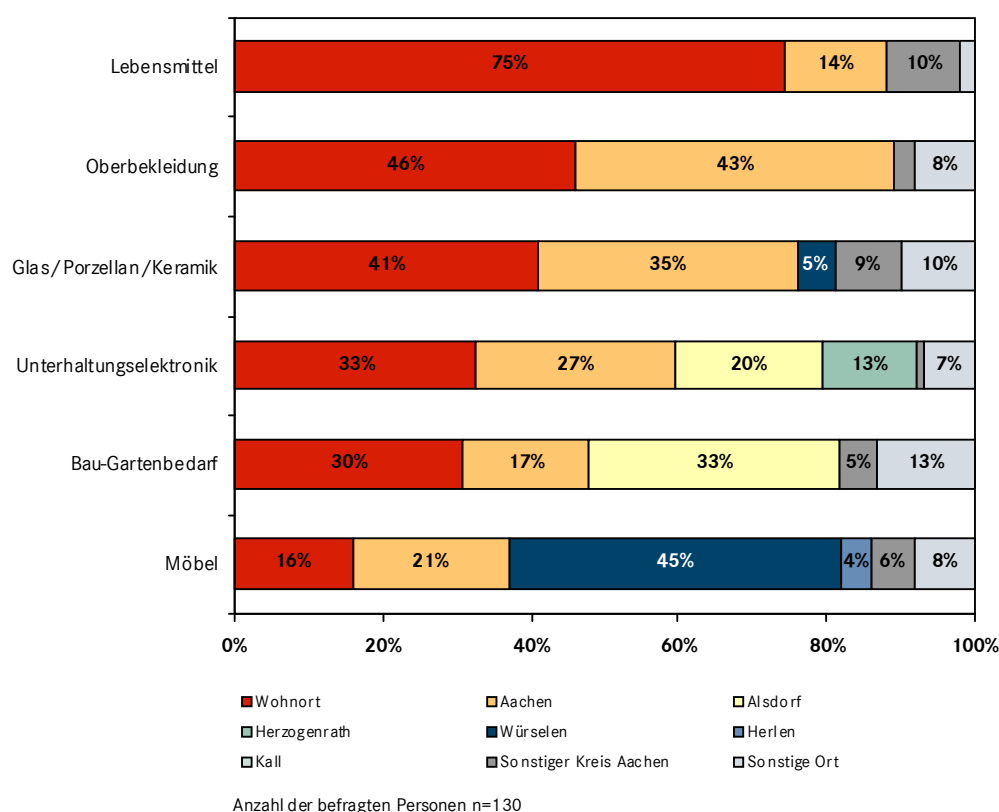
Insbesondere im Kernstadtbereich von Baesweiler-Mitte, aber auch im Stadtteil Setterich ist die wohnungsnahe Grundversorgung unter Erreichbarkeitsgesichtspunkten als zufriedenstellend zu bewerten.

3.4 Einkaufsorientierung in Baesweiler

Im Rahmen der Nachfrageanalyse zum Städteregionalen Einzelhandelskonzept Aachen wurden im November 2005 insgesamt 2.330 Personen zur Einkaufsorientierung in ausgewählten Sortimenten (Lebensmittel, Oberbekleidung, Bau- und Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren sowie Möbel) befragt.

Im Stadtgebiet von Baesweiler wurden 220 Interviews durchgeführt, deren Ergebnisse Aufschluss über die von den Bürgerinnen und Bürgern bevorzugten Einkaufsorte geben (siehe Abb. 10).

Abb. 10: Bevorzugte Einkaufsorte für ausgewählte Warengruppen
 (Angaben in %)



Quelle: Städteregionales Einzelhandelskonzept, Telefonbefragung im November 2005.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- Bei der Warengruppe **Lebensmittel** als klassischen nahversorgungsrelevanten Sortimentbereich tätigen die Befragten zu rd. 75 % ihre Einkäufe überwiegend in der Stadt Baesweiler. Nur ein geringer Anteil der Befragten (rd. 14 %) nennt Aachen als wichtigsten Einkaufsort, während die Nachbarkommunen Alsdorf und Herzogenrath als Einkaufsorte keine Rolle spielen.

- Ihren Bedarf an **Oberbekleidung** decken die Befragten bevorzugt in der Stadt Baesweiler (rd. 46 %) und in der Stadt Aachen (rd. 43 %). Festzuhalten ist somit, dass die Kunden aus Baesweiler ihren Bedarf an Bekleidung in der City Aachen decken, sofern sie vor Ort nicht fündig werden. Andere Einkaufsziele – in sonstigen Nachbarorten, Oberzentren außerhalb der Region – werden nur selten frequentiert.
- Mit Artikeln aus der Warengruppe **Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren** versorgen sich die Kunden aus Baesweiler überwiegend an ihrem eigenen Wohnort oder in der Stadt Aachen. Lediglich 5 % der Befragten nennt hier die Nachbarstadt Würselen.
- Bei der Frage „Wo kaufen Sie bevorzugt **Unterhaltungselektronik** ein?“ zeigen die Befragten keine eindeutige Einkaufsorientierung. Somit benennen rd. 33 % der Befragten ihren Wohnort als bevorzugten Einkaufsort und über ein Viertel der Antworten entfallen auf das Oberzentrum Aachen. Weitere 20 % der Antworten entfallen auf den Anbieter Pro-Markt in Alsdorf. Sonstige Einkaufsziele werden von Kunden aus Baesweiler nur in Ausnahmefällen besucht.
- Die räumliche Orientierung beim Einkauf von **Bau- und Gartenbedarf** ist sowohl auf den Wohnort als auch auf die Stadt Alsdorf ausgerichtet. Aachen wird nur von 23 % als „Auswahlziel“ genannt.
- Wichtigster Einkaufsort für **Wohnmöbel** war zum Erhebungszeitpunkt im November 2005 mit einer Nennungshäufigkeit von 45 % die Stadt Würselen, 21 % bevorzugten den Möbeleinzelhandel in Aachen.

Hier ist jedoch zu beachten, dass nach Abschluss der Erhebungen deutliche Angebotsveränderungen im Bereich des Möbeleinzelhandels stattfanden. So wurde Mitte 2006 ein neues Porta-Möbelhaus an der Krefelder Straße in Aachen auf etwa 35.000 qm Verkaufsfläche eröffnet und im Gegenzug die Filiale in Würselen geschlossen. Hervorzuheben ist weiterhin, dass im Standortverbund mit Möbel Pallen ein Möbel-Mitnahmemarkt („yess-Möbel-Mitnahme-Store“) im Spätherbst 2006 in den Markt eintrat.

4 Prognose der Einzelhandelsentwicklung

4.1 Einzelhandelsrelevante Strukturveränderungen und Trends

4.1.1 Konsumtrends in der Gesellschaft

Nicht nur die Bevölkerung, ihre soziodemographische Struktur und die Höhe der für Konsumzwecke verfügbaren Kaufkraft haben maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung der Versorgungsstrukturen. Auch die Präferenzen und Gewohnheiten beim Einkauf werden die räumliche Verteilung, die Sortimentsgestaltung und damit letztlich die unterschiedlichen Vertriebsformen weiterhin einem stetigen Wandel unterwerfen. So sollen zunächst die aus Sicht der BBE-Marktforschung wesentlichen Verbrauchertrends aufgezeigt werden.

„Smart-Shoppen“: Discount und Luxus sind kein Widerspruch mehr

Grundbedürfnisse sollen effizient und preisgünstig erfüllt werden, das gesparte Geld kann dann für Luxus ausgegeben werden. Aber auch da muss das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmen. Traditionelle Verhaltensmuster verschwinden: Der Konsument schlüpft ständig in andere Identitäten und sucht einerseits das ultimative Sonderangebot, andererseits Erlebnisse, Freundlichkeit und Bequemlichkeit. Für Marken wird nicht automatisch mehr ausgegeben. Hinzu kommt aber auch, dass nur rd. 40 % der Haushalte so kaufkraftstark sind, dass sie ihre Konsumwünsche weitgehend erfüllen können, der größere Rest der Bevölkerung muss sich zwangsläufig zurückhalten.

Individualismus als Gegenentwurf zu Massenmode

Viele Verbraucher machen aus der Not eine Tugend: Lifestyle zeigt sich für sie nicht mehr durch regelmäßigen Kauf von modischer Kleidung, Schuhen oder persönlichen Accessoires. Stattdessen wird die Nachfrage immer mehr von einem Wunsch nach Individualität bestimmt. Stil ist gefragt, rastloser Konsum nicht. Markenprodukte können dank kundenindividueller Massenfertigung sogar nach eigenen Vorstellungen abgeändert oder gestaltet werden.

Gesundheitsorientierung

Gesundes Essen wird Vielen immer wichtiger. Gesundheit und Genuss sind längst kein Widerspruch mehr, immer mehr Menschen wollen ihr Wohlbefinden gezielt durch bewusstes Einkaufen steigern.

So werden Bio-Lebensmittel zum Massenmarkt, Essen „mit Herkunft“ und regionale Produkte sind zunehmend gefragt. „Glokalisierung“ steht bei vielen für eine Neuorientierung und löst die manchem längst überdrüssige „Geiz-ist-geil“-Mentalität ab. Rauchen verliert an Bedeutung.

Wellness und neue Besinnlichkeit

Es wird immer erstrebenswerter, Arbeit und Freizeit ins Gleichgewicht bringen. Der Rückzug ins Private ersetzt hektischen Konsum, stattdessen wird Zeit mit der Familie oder dem Lebenspartner verbracht. Aus kulturellem Interesse – aber auch dank „Billigflieger“ und günstiger Pauschalangebote – werden mehr Städtereisen durchgeführt, „sanfte“ Sportarten wie Nordic Walking oder Wandern sowie Musik, Lesen und kreative Tätigkeiten bieten Entspannung. Langsamkeit und Authentizität sind gefragt. Dabei ist durchaus Eitelkeit im Spiel: „Selbstoptimierung“ durch gesunde Ernährung, „Selbstmedikation“, Sport, Entspannung und falls nötig plastische Chirurgie spielen vor allem für kaufkraftstarke Haushalte eine zunehmende Rolle.

Online leben

Immer mehr Haushalte sind ans Internet angeschlossen, immer leistungsfähigere Technik ermöglicht schnellen Informationsaustausch, Mediengenuss und nicht zuletzt Preisvergleiche und Online-Einkauf. Mobile Geräte und die ständige Verbindung zum Netz bestimmen den Alltag und verändern die Kommunikations- und Freizeitgewohnheiten nicht nur junger Menschen. Medienkompetenz entscheidet über Zukunftschancen: Während gut Ausgebildete von den faszinierenden Möglichkeiten profitieren, fallen „Computeranalphabeten“ und Kaufkraftschwache weiter zurück.

Neue Senioren

Es wird mehr ältere Menschen geben, ihr Einkaufsverhalten wird sich von dem früherer „Senioren“ unterscheiden: Sie wollen das Leben genießen, haben Ansprüche und stellen Sparen nicht mehr in den Mittelpunkt. Sie schätzen die Vielfalt, allerdings nur wenn sie mit persönlicher Ansprache durch das Personal einhergeht. Sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und erwarten Service. Viele sind bis ins hohe Alter mobil, an neuen Erfahrungen interessiert und kaufkraftstark. Auch als Singles wollen sie dabei nicht allein sein. So ist Wohnen in der Stadt zunehmend gefragt, dient Einkauf auch der Begegnung mit anderen Menschen und werden überschaubare Versorgungsstrukturen in Wohnortnähe bevorzugt. In kleineren Ortsteilen können Bring-Dienste, wie sie die Stadt Baesweiler gemeinsam mit dem lokalen Einzelhandel aufbauen möchte, die wohnungsnah Versorgung auch für die Älteren spürbar verbessern.

4.1.2 Konsequenzen für den Einzelhandel

Die BBE Marktforschung geht unter Würdigung der skizzierten Trends bis zum Jahr 2020 von folgender **Entwicklung für die einzelnen Warengruppen** aus ¹²:

- Nominal wird der Einzelhandelsumsatz in Deutschland geringfügig wachsen. Im Rahmen einer so langfristigen Betrachtung bewegt sich dieser Wert in der Mitte einer Prognose-Bandbreite von rd. 330 bis 420 Mrd. €, die bei Annahme verschiedener Szenarien aus heutiger Sicht denkbar erscheint. Dennoch gilt als gesichert, dass reale Zuwächse nur in begrenztem Maße zu erwarten sind.
- Der „Food“-Bereich – Nahrungs- und Genussmittel sowie sonstiger kurzfristiger Haushaltsbedarf (Tiernahrung, Reinigungsmittel, Blumen) kann – gemessen am Einzelhandelsdurchschnitt – trotz anhaltendem Preiswettbewerb leicht überdurchschnittlich wachsen. Die Konsumenten werden tendenziell gesünder/besser essen – Bio-Produkte und Convenience/ Out of Home bewirken vor allem ein qualitatives Wachstum, hingegen werden keine größeren Mengen nachgefragt.
- Die Entwicklung zeigt vor allem bei Bekleidung/Wäsche/Strickwaren und Schuhen nach unten. Dazu tragen ein rückläufiger Mengenverbrauch und der Trend zu preiswerter Bekleidung bei.
- Das Segment Einrichtung/Haushalt könnte bei steigendem Haushaltsbestand mit 10 % leicht überdurchschnittlich wachsen, vor allem bezogen auf Möbel/Einrichtung und auch Hausgeräte/Beleuchtung inkl. sanitäre Haustechnik. Impulse gehen dabei von neuen Technologien und vom Trend zum Rückzug ins eigene Heim aus. Hausrat/Eisenwaren und Heimtextilien legen dagegen nur unterdurchschnittlich zu.
- Allenfalls geringes Wachstum ist im Bereich Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf bei anhaltend hartem Wettbewerb der großen Filialisten im Handel zu erwarten. Impulse kommen aber aus dem Freizeitbereich, auch wirken zunehmende Haushaltszahlen begünstigend.
- „Consumer Electronics“ zählen trotz anhaltend ruinöser Preiskämpfe nach wie vor zu den Wachstumssegmenten. Im Einzelnen fallen darunter: klassische Unterhaltungselektronik, PC/Zubehör und Telekommunikation, bespielte Bild- und Tonträger, PC- und Videospiele/Software sowie aus dem Fotobereich Digitalkameras. Mit Blick auf die steigende Zahl von "Home Offices" wird voraussichtlich auch der Bürobedarf gute Zuwächse haben. Unterdurchschnittlich wird hingegen der Fotobereich –ohne Digitalkameras– zulegen.
- Bei den übrigen Sortimenten wird es nur leichtes Wachstum geben, vor allem beeinflusst von Körperpflege/Kosmetika und stark steigenden Ausgaben für Gesundheit. Auch Sport- und Spielwaren werden sich mit Blick auf das wachsende Freizeitsegment steigern können.

¹² Vgl. BBE-Zukunftsstudie „Quo Vadis, Konsum?“

4.2 Auswirkungen der demographischen Entwicklung auf die Nachfrage

Unter Berücksichtigung der vorliegenden Wachstumsprognosen ist davon auszugehen, dass der Einzelhandel in der Stadt Baesweiler allenfalls in begrenztem Maße zusätzliche, aus einem Bevölkerungswachstum resultierende Umsatzpotenziale erwarten kann.

Stattdessen wird es erforderlich werden, auf die sich abzeichnenden qualitativen Veränderungen in der Nachfrage zu reagieren:

- Die Trends zu einer allgemein gesünderen Ernährung, aber auch zu Convenience, sollten vom Lebensmitteleinzelhandel auch in Baesweiler aufgegriffen werden.
- Sport, Gesundheit, Fitness sind Themen, an denen auch ältere Zielgruppen künftig noch stärker als heute interessiert sein werden.
- Es gilt, ein ausgewogenes Verhältnis zwischen jugendorientierten Angeboten und speziell auf die zunehmende Zahl von Senioren zugeschnittenen Leistungen zu finden.
- Speziell im Bereich des modischen Bedarfs ist es erforderlich, der zunehmenden Polarisierung der Nachfrage zu entsprechen. Waren im mittleren Preissegment werden an Bedeutung verlieren; stattdessen wird einerseits die Nachfrage nach preiswerten Produkten noch weiter zunehmen. Andererseits wird aber auch eine Reaktion des Handels auf die Konsumwünsche der kaufkraftstärkeren Bevölkerungsgruppen nach gehobenen Waren und außergewöhnlichen Serviceleistungen erforderlich.

5 Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Baesweiler

5.1 Vorgaben der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung hat ein kommunales Einzelhandelskonzept insbesondere die Funktion, unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten und Problemlagen der jeweiligen Kommune genaue Vorschläge für eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes zu entwickeln.

Seit Mitte 2007 sind dabei neue Vorgaben zu beachten. Denn mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 19. Juni 2007 (GV. NRW. 2007 S. 225) wurde die bisherige Kernvorschrift für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben aus § 24 Abs. 3 Landesentwicklungsprogramm (LEPro) durch § 24a LEPro ersetzt. Das neue Ziel der Raumordnung für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO gilt seit dem 5. Juli 2007.

Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innenstädten, Ortsmitten, Stadtteilzentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt. Vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche genießen Bestandsschutz. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (insb. Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte) und mit begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entstehen.

Im Einzelnen gilt:

- Die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen. Hersteller-Direktverkaufszentren (ab 5.000 qm VKF) dürfen – wenn überhaupt – nur in Großstädten (ab 100.000 Einwohnern) entstehen.
- Die räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Kommunen, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB) und die „gute verkehrliche Anbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz“.
- Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt, solange der erwartete Umsatz eines Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt. Bezugsmaßstab ist bei Hauptzentren die Kommune, bei Nebenzentren sind es die funktional zugeordneten Stadtteile.

- Gemäß § 24a Abs. 3 LEPro dürfen Sondergebiete für solche Vorhaben auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geplant werden, wenn ergänzend zu dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment nur ein begrenztes zentren- und nahversorgungsrelevantes Randsortiment vorgesehen ist. Von einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung ist in der Regel dann nicht auszugehen, wenn für das Kernsortiment ausreichend Kaufkraft innerhalb der Standortgemeinde zur Verfügung steht und sich der Umfang des Randsortiments auf 10 % bzw. höchstens 2.500 qm der insgesamt in dem betreffenden Sondergebiet zulässigen Verkaufsfläche beschränkt.
- Standorte von zwei oder mehr Vorhaben mit mind. 50.000 qm Verkaufsfläche müssen in den Regionalplänen als ASB mit Zweckbindung dargestellt werden. Ihre Randsortimente dürfen insgesamt max. 5.000 qm VKF umfassen.

Ergänzend wird auch der „Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“ vom 7. Mai 1996 zur Zeit durch die Landesregierung aktualisiert, der als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammenfasst und erläutert. Wie der bisherige Erlass auch, soll dessen fortgeschriebene Fassung¹³

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

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Entwurf des neuen Einzelhandelserlasses NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Absicherung dieser Konzepte durch Bauleitpläne können die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren unterstützen und für eine ausgewogene Versorgungsstruktur sorgen. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben wie auch andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für den Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel (angestrebte Einzelhandelsausstattung für die angemessene Versorgung der Bevölkerung) und die Standorte für die weitere Entwicklung des Einzelhandels (Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Ausdehnung und ihrer konkret gegebenen Versorgungsfunktion) fest. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelsituation sowie einer Darstellung der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die erstmalige oder weitere Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt.“

¹³ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass). Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V A 3 / VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie- 323 - 58 - 28. Entwurfsfassung mit Datum vom 20.12.2007.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Standortkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines funktional differenzierten Versorgungsmodells mit einem Hauptzentrum (Innenstadt Baesweiler) und einem Stadtteilzentrum (Ortsmitte Setterich)
- Genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (räumliche Festlegung)
- Identifizierung von Entwicklungsarealen für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Zentren
- Standorte für die wohnungsnaher Versorgung in den Wohngebieten ohne direkten Zentrenbezug
- Vorschläge zu standortverträglichen Entwicklungen im Bereich des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und Identifizierung potenzieller Ansiedlungsstandorte
- Identifizierung und Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten in den Angebotsstrukturen
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Wird das kommunale Einzelhandelskonzept vom Rat der Gemeinde beschlossen, wäre dieses als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen und würde dadurch zu einer verbindlichen Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung.

5.2 Leitziele und Standortkonzept

Diese neuen Ansätze der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Baesweiler, das sich aus Sicht des Gutachters an folgende **Leitziele** ausrichten sollte:

- Sicherung und Stärkung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt von Baesweiler als Hauptzentrum der Gesamtstadt.
- Stärkung der Ortsmitte als Stadtteilzentrum mit ergänzenden Versorgungsfunktionen für das nördliche Stadtgebiet mit den Stadtteilen Setterich, Floverich, Loverich und Puffendorf.
- Förderung der wohnungsnahen Grundversorgung in den kleineren Stadtteilen ohne zentralen Versorgungsbereich.
- Entwicklung eines Ergänzungsstandorts für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.

Unter Berücksichtigung der vorgestellten Zielvorstellungen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Baesweiler an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Zentrale Versorgungsbereiche

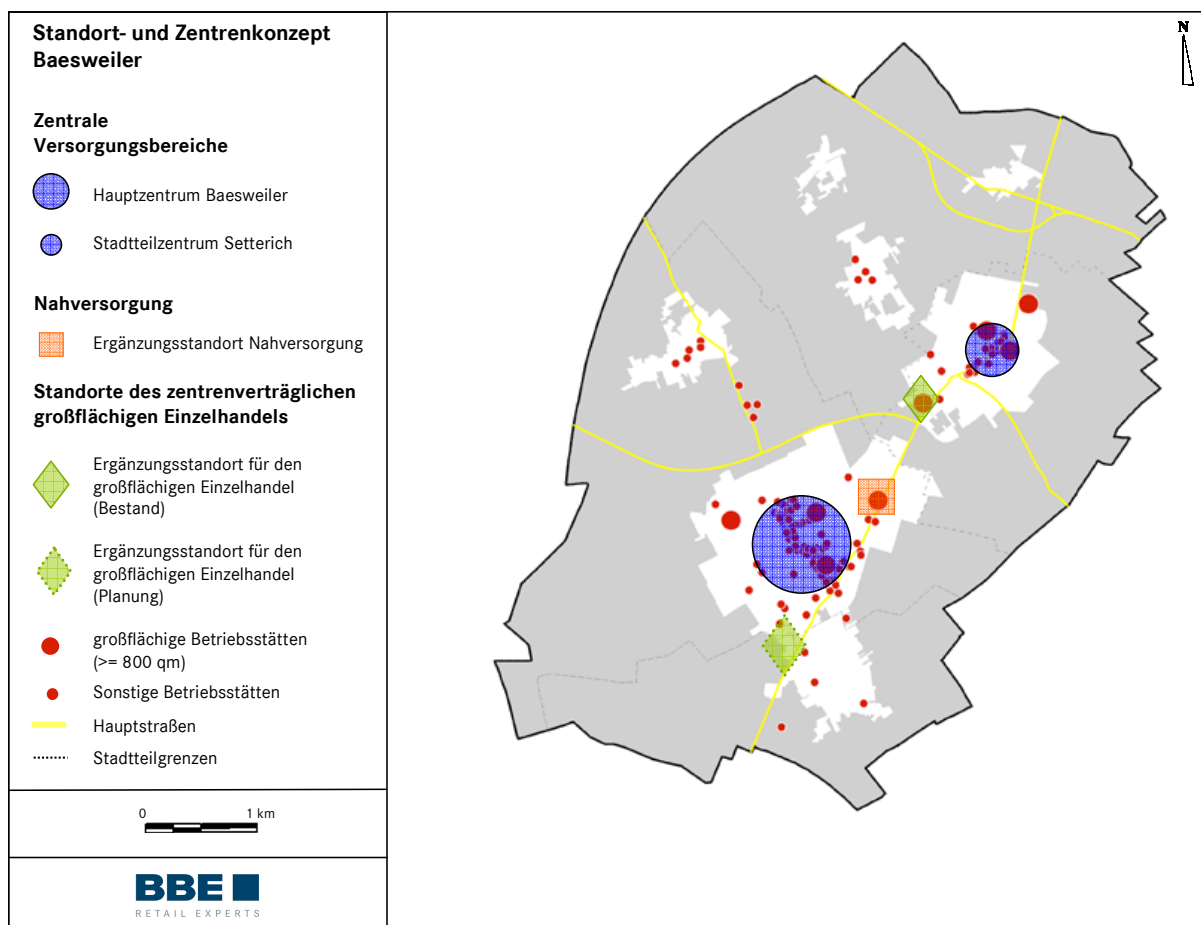
Die Funktion des **Hauptzentrums** wird der **Baesweiler Innenstadt** zugewiesen. Damit kann das Stadtzentrum großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 5.6.1) aufnehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gesamtstadt Baesweiler beziehen. Darüber hinaus sollte die Stadt Baesweiler alle Möglichkeiten zur Förderung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt ausschöpfen, um die Versorgung der Kernstadtbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs in städtebaulich integrierter Lage zu sichern.

Der Ortsmitte von **Setterich** sollte die Funktion eines **Stadtteilzentrums** zugewiesen werden. Schwerpunktmäßig sollte das Nebenzentrum ergänzende Versorgungsfunktionen für die Stadtteile Setterich, Floverich, Loverich, Puffendorf übernehmen, die zusammen über etwa 9.900 Einwohner verfügen. Die sich aus diesem Bevölkerungspotenzial ergebende Kaufkraft bestimmt somit die Größenordnung der in der Ortsmitte genehmigungsfähigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe.

Weitere zentrale Versorgungsbereiche sollten im Stadtgebiet von Baesweiler nicht ausgewiesen werden, um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zwischen den Zentren zu vermeiden.

Vertiefende Empfehlungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche werden im folgenden Kapitel ausgesprochen.

Abb. 11: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Baesweiler



Quelle: eigene Darstellung

Ergänzungsstandort für die Nahversorgung

Der Standort des Rewe Supermarktes an der Jülicher Straße übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen im Bereich der wohnungsnahen Versorgung für die Wohngebiete der nördlichen Baesweiler Kernstadt. Deshalb wird dieser Standort als „Ergänzungsstandort Nahversorgung“ in das Konzept aufgenommen.

Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wird ein Areal westlich der Aachener Straße und nördlich Merberener Weg vorgeschlagen. Das Areal liegt innerhalb des im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB).

Ein rechtskräftiger Bebauungsplan besteht bisher nicht. Aus Sicht der Gutachter könnte hier jedoch bei Vorliegen entsprechender Ansiedlungsinteressen auch Planungsrecht für großflächige Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geschaffen werden. Diese würden an dieser Stelle aufgrund der hohen Verkehrszentralität des Standorts sowie der auch unter städtebaulichen Gesichtspunkten günstigen Lage zur Kernstadt Baesweiler und den Wohnquartieren im Stadtteil Oidtweiler geeignete Standorte finden.

5.3 Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

5.3.1 Empfehlungen zur Entwicklung des Hauptzentrums Baesweiler-Innenstadt

Wie bereits erläutert, ist die Innenstadt nach diesem Konzept als Hauptzentrum der Stadt Baesweiler nach den Zielvorgaben von § 24a LEPro NRW als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischen Versorgungsfunktionen vorgesehen.

Innenstadt Baesweiler als zentraler Versorgungsbereich mit der Funktionszuweisung „Hauptzentrum“

Dies bedeutet, dass innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zentrenrelevante Planvorhaben hinsichtlich ihrer Dimensionierung dann mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmen, wenn weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt Umsatzleistungen erreicht werden, die höher als die im Stadtgebiet Baesweiler vorhandene Kaufkraft sind.

Auch das Städtereionale Einzelhandelskonzept geht hinsichtlich der Größendimensionierung zentrenrelevanter Vorhaben davon aus, dass diese in ihrer Umsatzleistung unter dem Niveau der im Stadtgebiet verfügbaren Kaufkraftpotenzialbasis verbleiben sollen.

Um die Größenordnung von damit aus Sicht der Landesplanung verträglicher Planungen zu verdeutlichen, sind in der nachfolgenden tabellarischen Übersicht für wichtige zentrenrelevante Leitbranchen die jeweils möglichen Verkaufsflächenobergrenzen aufgeführt.

Tabelle 7: Mögliche Verkaufsflächengrößen zentrenrelevanter Planvorhaben bei Ausschöpfung landesplanerisch verträglicher Umsatzleistungen

Warengruppen	Sortimentspezifische Kaufkraft	Mögliche Verkaufsfläche	
	(in Mio. EUR)	niedrige Flächenleistung (in qm)	hohe Flächenleistung (in qm)
Drogeriewaren (3.000 bzw. 6.000 €/qm)	5,8	1.934	967
Papierwaren/ Bürobedarf/ Bücher (2000 bzw. 3.500 €/qm)	5,5	2.732	1.561
Bekleidung / Wäsche (1.500 bzw. 3.500 €/qm)	11,7	7.775	3.332
Schuhe / Lederwaren (1.500 bzw. 3.500 €/qm)	2,7	1.822	781
Spielwaren, Hobby/Basteln (1.500 bzw. 3.500 €/qm)	3,0	2.028	869
Elektroniksortimente (4.000 bzw. 8.000 €/qm)	13,5	3.387	1.694

Quelle: BBE Marktforschung; eigene Berechnungen

Dargestellt werden jeweils zwei Berechnungsvarianten. Variante 1 mit niedriger Flächenleistung gibt die maximal möglichen Verkaufsflächen für den Fall wieder, dass discountorientierte Fachmarktnutzungen geplant werden. In Variante 2 werden Flächenleistungen unterstellt, die z. B. bei einer Realisierung der Verkaufsflächen innerhalb eines innerstädtischen Einkaufszentrums mit gehobenen Einzelhandelsnutzungen unterstellt werden müssten.

Die Rechenbeispiele zeigen, dass die mit LEPro 24a NRW definierten Ziele zur Größenbegrenzung möglicher Einzelhandelsplanungen Spielräume vorgeben, die keine Einschränkungen von standortseitig in der Baesweiler Innenstadt möglichen Entwicklungen erwarten lassen.

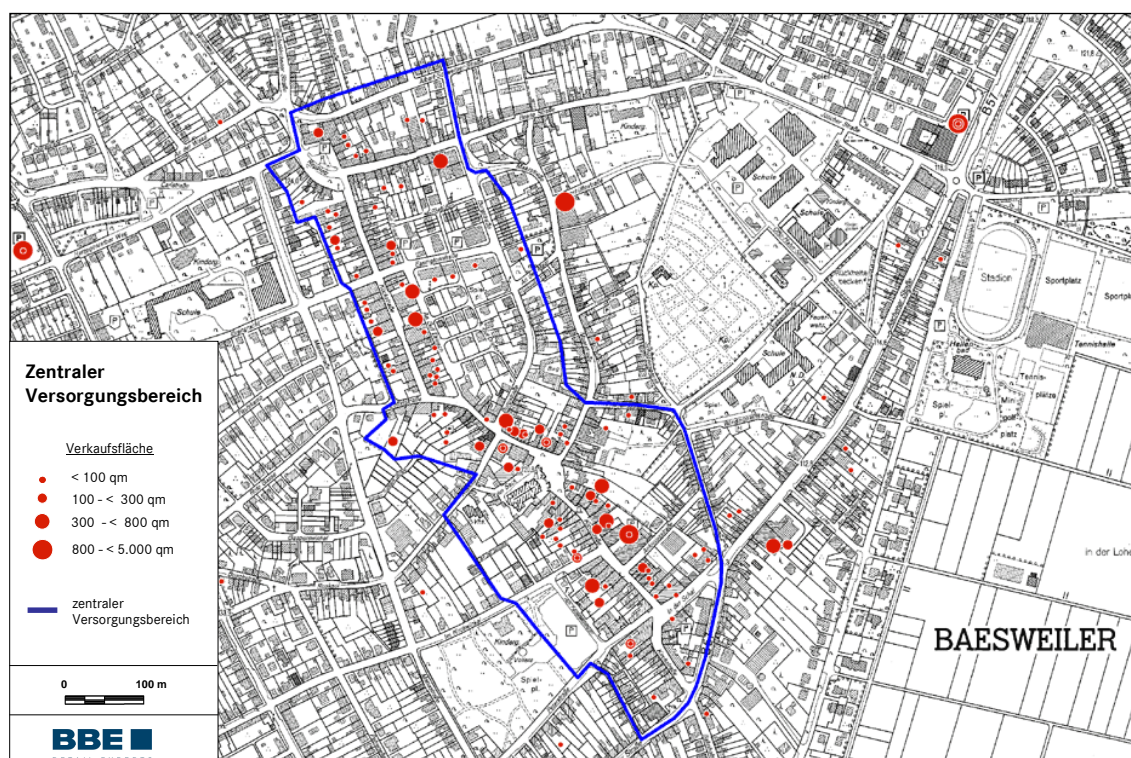
Einordnung der Baesweiler Innenstadt in das regionale Zentrennetz

Das Städtereionale Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 formuliert Kriterien zur Einstufung der Innenstädte und Stadtteilzentren in ein regionales Zentrennetz.

Die Innenstadt von Baesweiler wurde dabei als Hauptzentrum eingestuft. Diese Einstufung wird durch die vorliegende Analyse bestätigt, denn

- die Erdgeschossnutzungen setzen sich überwiegend aus Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben zusammen.
- Es sind nahezu geschlossene Schaufensterfronten vorhanden; der Einzelhandel ist die dominierende Leitnutzung und geprägt durch eine Vielfalt an Branchen und Absatzformen.
- Die Branchenstruktur wird dominiert von Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfes.
- Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe und sonstige zentrentragende Nutzungen wie Bildungs-, Kultur- und Freizeitangebote, Angebote aus dem medizinischen Bereich, Bürodienstleistungen sowie öffentliche Einrichtungen ergänzen das Einzelhandelsangebot.

Abb. 12: Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums Baesweiler Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Räumliche Festlegung des Hauptzentrums Innenstadt

Mit dem Städteregionalen Einzelhandelskonzept wurde bereits eine räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs vorgeschlagen. Dieser Abgrenzungsvorschlag wird vom vorliegenden Zentrenkonzept in nur geringfügig modifizierter Form übernommen.

Die Gutachter schlagen zunächst vor, die von den Hauptgeschäftsstraßen Kirchstraße, Löffelstraße, Kückstraße und Reyplatz erschlossenen Grundstücke in den zentralen Versorgungsbereich einzubeziehen. Darüber hinaus wird der Bereich östlich des Reyplatzes bis zur Kampstraße und die Burgstraße in die Abgrenzung einbezogen. Die südöstliche Grenze bildet die Kirchstraße, den südlichen Abschluss die Aachener Straße. Im Südwesten werden der für Innenstadtbesucher wichtige Parkplatz „Am Feuerwehrturm“ sowie die nördlich angrenzenden Grundstücke „An der Brauerei“ mit einbezogen (siehe Abb. 12).

Empfehlungen zur Verbesserung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt

Die Analyse der Nutzungsstrukturen in der Baesweiler Innenstadt kam unter anderem zu dem Ergebnis, dass der Betriebsformenmix vom kleinteiligen Einzelhandel dominiert wird und nur ein Viertel der Ladenlokale über mehr als 100 qm Verkaufsfläche verfügen. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert, ergänzend zum Bestand zusätzliche Flächenpotenziale für größere Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt zu erschließen.

Besonderes Augenmerk sollte dabei auf den Lebensmitteleinzelhandel gerichtet werden. Die größten Betriebe stellen der Edeka Supermarkt in der Kirchstraße und der Plus Discountmarkt in der Burgstraße dar. Zu beachten ist, dass beide Märkte mit rd. 1.000 bzw. rd. 600 qm über Verkaufsflächen verfügen, die deutlich unter den heute bei Neuplanungen dieser Betriebsformen üblichen Größen verfügen. So sollte auch langfristig in Baesweiler ein wettbewerbsfähiger Supermarkt über 1.300 bis 1.800 qm, ein Discountmarkt über mindestens 800 qm verfügen.

Vorhaben zur Realisierung entsprechender Angebotskonzepte in Form von Erweiterungen bestehender Standorte oder als Neuplanungen sollten seitens der Stadt Baesweiler weiterhin gefördert werden, sofern diese sich im räumlichen Zusammenhang des Zentralen Versorgungsbereiches befinden.

Mit Blick auf die heutigen Angebotsstrukturen wären darüber hinaus insbesondere folgende Angebotsergänzungen wünschenswert:

- Die wichtige Leitbranche **Bekleidung/ Wäsche** wird in Baesweiler bereits von über 20, teilweise sehr kompetenten Betrieben angeboten. Vermissen könnten die Kunden allenfalls einen bisher nicht am Standort vertretenen Bekleidungsfilialisten. Die Ansiedlung eines namhaften und im Marktauftritt attraktiven Anbieters würde einen zusätzliche Frequenzbringer in die Innenstadt bringen, wovon auch die bereits ansässigen Bekleidungsgeschäfte profitieren könnten.
- Im Bereich **Unterhaltungselektronik/ Computer/ Elektro** werden die vorhandenen Potenziale in Baesweiler bei weitem nicht abgeschöpft. Das Angebot beschränkt sich in der Innenstadt im Wesentlichen auf zwei Fachgeschäfte (Computer und Elektrotechnik). Vor diesem Hintergrund wäre eine Erweiterung des Angebotes, speziell in Verbindung mit dem Bereich Foto und hochwertigen Hausgeräten, sehr zu begrüßen. Voraussetzung wäre allerdings die Erschließung einer größeren Verkaufsfläche in der Größenordnung von ca. 800 bis ca. 1.200 qm mit günstiger Erreichbarkeit und im Standortverbund mit weiteren kundenfrequenzstarken Nutzern.
- Ergänzend zum Angebot der in der Innenstadt ansässigen Fachgeschäfte Wild und Joswig wären angesichts der deutlichen Kaufkraftabflüsse in dieser Warengruppe zusätzliche Angebote an **Schreibwaren, Büchern und Bastelbedarf** ebenso zu begrüßen wie die Ansiedlung eines Fachgeschäftes für **Spielwaren**.

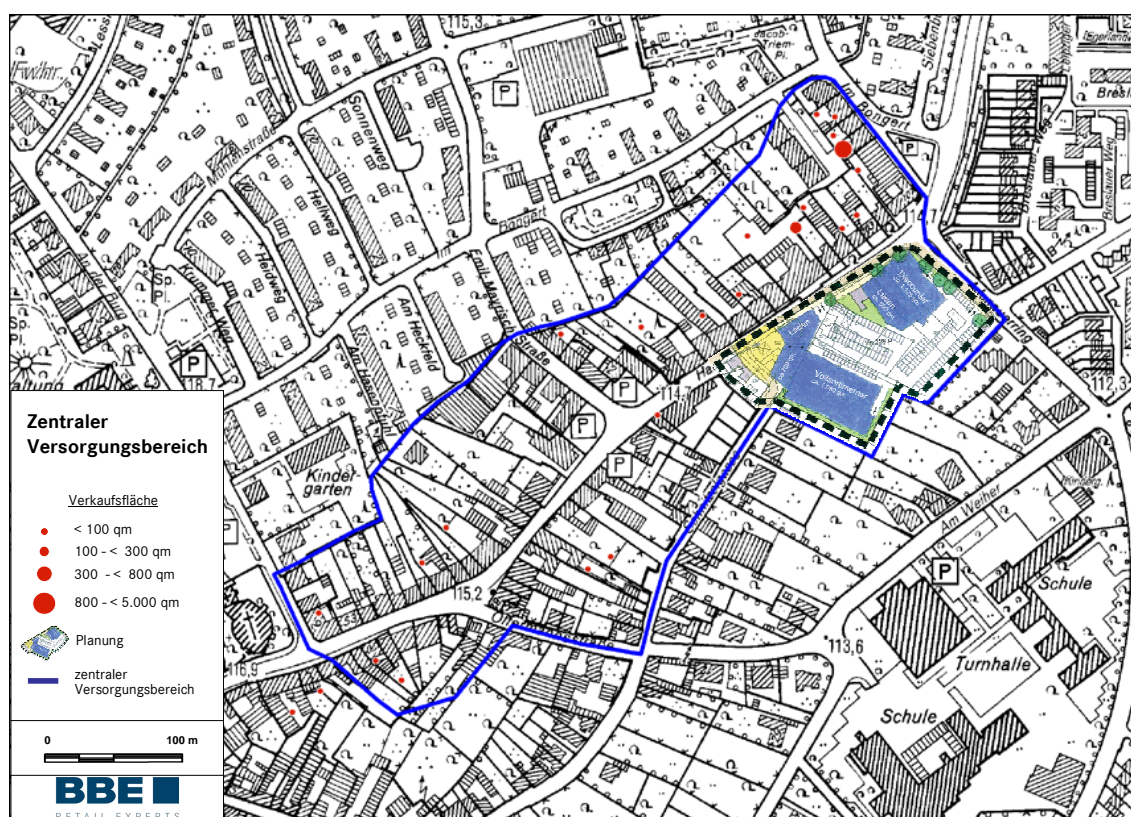
5.3.2 Empfehlungen zur Entwicklung des Stadtteilzentrums Setterich

Wie bereits erläutert, schlagen die Gutachter vor, der Ortsmitte von Setterich die Funktion eines Stadtteilzentrums zuzuweisen. Dieses sollte ergänzende Versorgungsfunktionen für das nördliche Stadtgebiet übernehmen, das die Stadtteile Setterich, Floverich, Loverich, Puffendorf mit einem Einwohnerpotenzial von zusammen etwa 9.900 Einwohner umfasst.

Nach den Zielvorgaben von § 24a LEPro NRW und den damit kompatiblen Vorgaben des Städteregionalen Einzelhandelskonzepts wäre das Nebenzentrum somit dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten aufzunehmen, sofern diese sich in ihren Versorgungsfunktionen auf die so definierten Stadtteile beschränken.

Die nachfolgende Darstellung illustriert die vorgeschlagene räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs (siehe Abb. 13).

Abb. 13: Räumliche Abgrenzung des Stadtteilzentrums Setterich



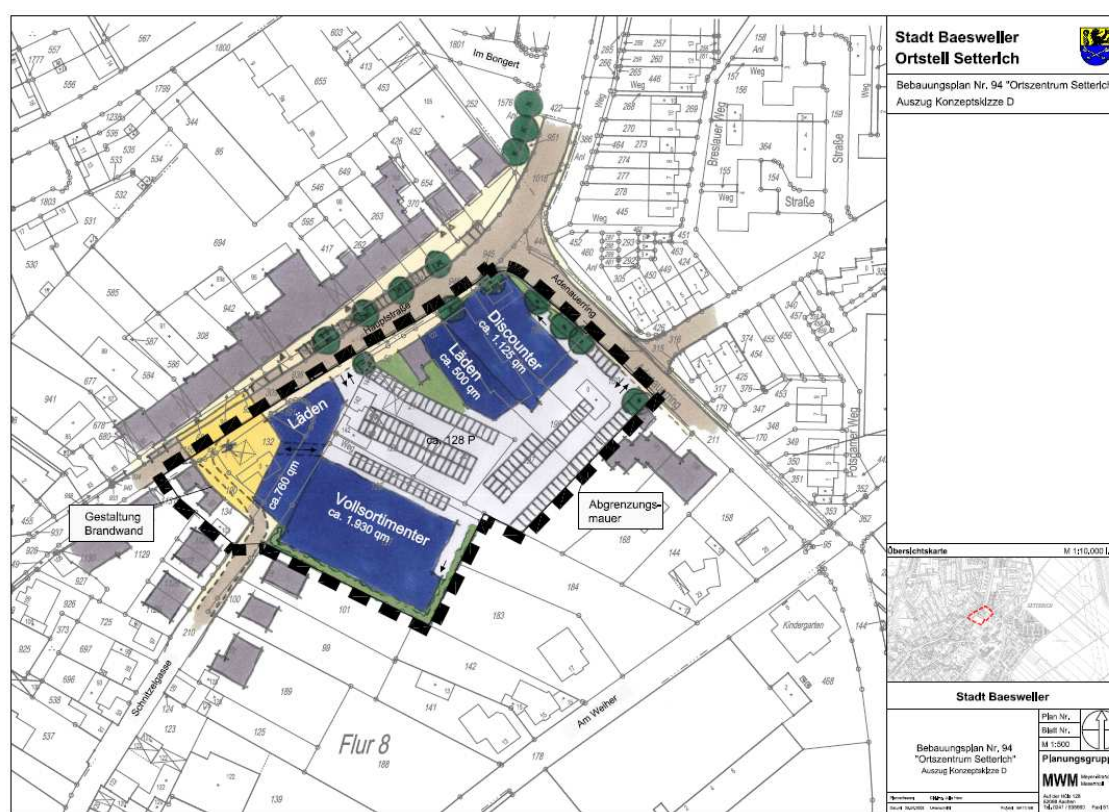
Quelle: Stadt Baesweiler, eigene Erhebungen, eigene Darstellung

Nach diesem Vorschlag erstreckt sich das Zentrum von der Einmündung des Adenauerrings im Nordosten entlang der Hauptstraße bis zur Einmündung der Nebenstraße „An der Burg“; die südöstliche Grenze verläuft entlang der Offermannstraße und der Schnitzelgasse.

Ebenfalls in das Zentrum einbezogen wurden die Grundstücke einer ehemaligen Tankstelle an der Einmündung der Schnitzelgasse in die Hauptstraße sowie die Grundstücke des Penny Discountmarktes und von Blumen Lüttgens. Letzterer Betrieb wurde im Frühjahr 2008 aufgegeben, die früheren Verkaufsräume stehen leer.

Diese Areale bilden den „Entwicklungsbereich Ortszentrum Setterich“, für den ein privater Investor bereits ein Nutzungskonzept vorgelegt hat (siehe Abb. 14).

Abb. 14: Entwicklungskonzept „Ortszentrum Setterich“



Quelle: Stadt Baesweiler; Planungsgruppe MWM, Aachen

Die Planung sieht vor, die Einmündung der Schnitzelgasse zu verschwenken und rechtwinklig auf die Hauptstraße zu führen. Dadurch entsteht ein zusammen hängendes Grundstück, das bis zum Adenauerring reicht und geschlossen überplant werden kann.

Auf diesem Grundstück soll für den Betreiber Penny ein neues Verkaufsgebäude mit einer Verkaufsfläche von 800 qm errichtet werden. Als zweiter Magnetbetrieb ist ein Lebensmittel Supermarkt (1.500 qm Verkaufsfläche) vorgesehen.

Zusätzlich sollen zwei Fachmärkte mit 450 bzw. 500 qm Verkaufsfläche integriert werden. Die Nutzer stehen bisher noch nicht fest. Der Investor strebt allerdings an, einen Drogeriemarkt und einen Bekleidungsfachmarkt einzumieten.

Im betrieblichen Zusammenhang der beiden Lebensmittelmärkte sollen zusätzlich Flächen für kleinteilige Shops integriert werden, die zusammen eine Verkaufsfläche von bis zu 450 qm erreichen können.

Das Vorhaben ist aus Sicht der Gutachter uneingeschränkt zu befürworten. Diese Einschätzung begründet sich wie folgt:

- Nach Schließung des Plus Discountmarktes in der Emil-Mayrisch-Straße Ende 2007 befinden sich in Setterich nur noch zwei Lebensmittelanbieter. Ein Vollsortimenter ist nicht vorhanden. Vor diesem Hintergrund wird die wohnungsnaher Versorgung durch die Integration eines modernen Supermarktes in das Ortszentrum wesentlich gestärkt.
- Der bereits ansässige, aber mit 570 qm Verkaufsfläche nach heutigen Maßstäben zu kleine Penny-Markt erhält einen modernen, betreibergerichten Verkaufsraum.
- Die beiden Lebensmittelmärkte werden als Frequenzbringer für die gesamte Geschäftslage fungieren und somit neue Standortpotenziale für ergänzende Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe generieren.

Abb. 15: Entwicklungsbereich „Ortszentrum Setterich“



Einmündung Adenauerring



Blick von der Schnitzelgasse auf das Grundstück Lüttgens

Quelle: **BBE RETAIL EXPERTS** Unternehmensberatung

- Insbesondere der Bereich im Umfeld des Knotenpunktes Adenauerallee/ Hauptstraße weist städtebauliche Missstände auf (siehe Abb. 15), die an dieser exponierten Stelle im Stadtraum nicht hingenommen werden sollten. Eine Neuordnung dieses Areals wird die Ortsmitte somit auch in ihrem Erscheinungsbild deutlich aufwerten.
- Nach Fertigstellung der Ortsumgehung B 57n wird die Ortsmitte Setterich deutlich vom Durchgangsverkehr entlastet werden. Die vorliegende Entwicklungsmaßnahme wird bereits im Vorfeld auf die Planungen zum Rückbau der Ortsdurchfahrt abgestimmt, so dass die neuen Betriebe funktionsgerecht an die umgestaltete Hauptstraße angebunden werden.

Einordnung des Nebenzentrums Setterich in das regionale Zentrennetz

Das Städtereionale Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 formuliert Kriterien zur Bestimmung von Stadtteilzentren (siehe Abb. 16).

Abb. 16: Kriterien zur Bestimmung von Stadtteilzentren nach dem STRIKT Aachen

Merkmale	Ausprägung
Kaufkraftbasis	mindestens 8.000 Ew. im Stadtteil/ im Verflechtungsbereich
Städtebauliche Lage	Lage im historischen Ortskern/ zentrale Lage im Stadtteil
Einzelhandelsdichte	mindestens 30 Einzelhandelsbetriebe ansässig
Nahversorgungsfunktion	mindestens ein Lebensmittelmarkt ansässig
ergänzende Einzelhandelsfunktionen	Verkaufsfläche in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten insgesamt mindestens 1.500 qm
Einzelhandelszentralität des Zentrums	Umsatz des ansässigen Einzelhandels entspricht mindestens 20 % der Kaufkraftbasis im Stadtteil/ im Verflechtungsbereich

Quelle: BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung

Wie die vorliegende Analyse belegt, werden diese Kriterien vom Zentralen Versorgungsbereich Setterich vollständig erfüllt:

- Die funktional dem Zentrum zugewiesenen Stadtteile verfügen über ein Bevölkerungspotenzial von ca. 9.900 Einwohnern.
- Der zentrale Versorgungsbereich befindet sich im historischen Ortskern von Setterich.
- Heute sind im Zentrum 24 Einzelhandelsbetriebe vorhanden, nach Realisierung des Vorhabens „Ortszentrum Setterich“ werden über 30 Betriebe ansässig sein.

- Die Nahversorgungsfunktion wird künftig von einem Supermarkt im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscountmarkt gewährleistet.
- Die Verkaufsfläche in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten wird zukünftig bei deutlich über 3.000 qm liegen.
- Der Umsatz des im Zentrum ansässigen Einzelhandels (ca. 10,4 Mio. EUR) erreicht bereits heute eine Größenordnung von mindestens 21 % der im Verflechtungsbereich vorhandenen Kaufkraftbasis (ca. 49,1 Mio. EUR). Nach Realisierung der Entwicklungsmaßnahme wird die Einzelhandelszentralität des Zentrums noch deutlich zunehmen.

5.4 Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung

Der Standort des Rewe Supermarktes an der Jülicher Straße übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen im Bereich der wohnungsnahen Versorgung für die Wohngebiet der nördlichen Baesweiler Kernstadt.

Wie bereits dargelegt, wird der Standort des Rewe Supermarktes an der Jülicher Straße als „Ergänzungsstandort Nahversorgung“ in das Konzept aufgenommen. Denn der Betrieb befindet sich in einer wohngebietsorientierten Lage und übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen im Bereich der wohnungsnahen Versorgung für die Wohngebiete der nördlichen Baesweiler Kernstadt.

Der Betrieb verfügt heute (einschließlich Getränkemarkt) über eine Verkaufsfläche von rd. 1.200 qm. Sollte der Betreiber zukünftig planen, den Betrieb zu modernisieren, sollte dies von der Stadt Baesweiler bauplanungsrechtlich genehmigt werden. Denkbar wäre die Ausweisung eines „Sondergebiets Nahversorgung“, das die heutige Verkaufsfläche zuzüglich einer angemessenen Erweiterung ermöglicht. Um die angestrebte Versorgungsfunktion als reiner Nahversorgungsstandort auch langfristig zu sichern, sollte zusätzlich der Anteil der nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimente auf höchstens 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden.

Zusätzlich sollte die Stadt Baesweiler ihre bisherige Ansiedlungspolitik fortsetzen und keine weiteren großflächigen Nahversorgungsbetriebe außerhalb der beiden zentralen Versorgungsbereiche zulassen. Denn auch das Versorgungsnetz für die wohnungsnah Grundversorgung sollte sich schwerpunktmäßig auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche ausrichten.

5.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Die Stadt Baesweiler verfügt heute nur über einen vergleichsweise geringen Besitz an großflächigen Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Nächstgelegener Einkaufsort für Baumarktartikel ist neben dem Grenzland-Profimarkt aktuell der Toom Baumarkt im Sondergebiet Alsdorf-Neuweiler.

Der mit diesem Konzept vorgeschlagene Ergänzungsstandort für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel befindet sich im Übergangsbereich zwischen den Stadtteilen Baesweiler und Oidtweiler und damit in geringer Entfernung zum Sondergebietsstandort Neuweiler in der Nachbarkommune.

Vor diesem Hintergrund wird es erforderlich, dass die Entwicklung des vorgeschlagenen Gebiets an der Aachener Straße in enger Abstimmung mit der Stadt Alsdorf erfolgt, um unerwünschte Standortkonkurrenzen zu vermeiden.

Abb. 17: Ergänzungsstandort für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel an der Aachener Straße



Quelle: Google Earth; eigene Darstellung

Die vorstehende Abb. 17 illustriert, in welchem Bereich aus Sicht des Gutachters Ansiedlungen von zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandelsbetrieben ermöglicht werden könnten. Der graphisch markierte Bereich weist eine Flächengröße von etwa 2,2 Hektar auf und könnte somit auch größere Fachmärkte aufnehmen.

Im Falle konkreter Ansiedlungersuche sollte die Stadt Baesweiler mittels geeigneter Bebauungspläne sicher stellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) realisiert werden können.

5.6 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

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

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

5.6.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belebung der Hauptgeschäftslagen dienen und diese weiter stärken.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind.

Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente anzusehen sind:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten

- eine hohe Beratungsintensität
- eine hohe Flächenproduktivität
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind)

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Eine Beschränkung solcher Angebote ausschließlich auf die größeren Zentren würde die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des Grundbedarfs einschränken. Insofern können bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen nahversorgungsrelevante Sortimente auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen.

Gleichwohl weisen nahversorgungsrelevante Warenangebote auch eine wichtige Bedeutung für Versorgungszentren auf. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten können kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe die wichtige Funktion von Frequenzbringern übernehmen. Auch in Baesweiler ist dies der Fall. So sind beispielsweise Lebensmittelanbieter wie Edeka in Baesweiler oder künftig der geplante Standortverbund von Supermarkt und Discountmarkt in Setterich als wichtige Magnetbetriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu betrachten. Insofern weisen nahversorgungsrelevante Waren für die Stadt Baesweiler auch eine hohe Zentrenrelevanz auf.

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

Eine allgemeingültige Aufstellung genügt jedoch der aktuellen Rechtsprechung zufolge nicht den Anforderungen, die etwa an textliche Festsetzungen im Rahmen der Bauleitplanung zu stellen sind. Sollen zum Schutz des Innenstadtbereiches bestimmte Warensortimente an nicht-integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es beispielsweise nach Ansicht des OVG Münster ausdrücklich einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Dabei gibt es erfreulicherweise keine grundsätzlichen Zweifel daran, dass das Ziel der Erhaltung der Attraktivität und der Einzelhandelsfunktion einer Innenstadt zur städtebaulichen Rechtfertigung des Ausschlusses von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten herangezogen werden darf¹⁴.

Mit der Novellierung des LEPro NRW ist den Kommunen die Aufgabe zugewiesen worden, zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente eigenverantwortlich festzulegen. Allerdings sind dabei die in der Anlage zum neu eingefügten § 24 a benannten „Zentrenrelevanten Leitsortimente“ zu beachten, die damit als Ziel der Landesplanung zu interpretieren sind.

Demzufolge sind folgende Sortimentsgruppen grundsätzlich als **zentrenrelevant** definiert:

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

Der neue § 24 a LEPro NRW verzichtet auf die Vorgabe nahversorgungsrelevanter Sortimente, die in jedem Fall von den Kommunen zu bestimmen sind.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentrenrelevanz unter Würdigung der oben skizzierten Kriterien demnach unstrittig. Weiter gehende Festlegungen können und sollten unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Um die Leitsortimente § 24 a LEPro NRW definitorisch eindeutig zu bestimmen, wurde mit dem Städtereionalen Einzelhandelskonzept Aachen vorgeschlagen, die Definition der Einzelhandelsortimente auf die Klassifikation der Wirtschaftszweige (Stand 2003) zu stützen.

¹⁴ Vgl. Schmitz / Federwisch (Hrsg.): Einzelhandel und Planungsrecht (2005), S. 165

Für die „Übersetzung“ der in der Anlage zum neuen § 24 a LEPro aufgeführten „Zentrenrelevanten Leitsortimente“ in diese Systematik wurde dabei folgende Gegenüberstellung vorgeschlagen:

Zentrenrelevante Sortimente (nach § 24 a LEPro)

- **Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren**
Papierwaren/ Büroartikel/ Schreibwaren (aus WZ-Nr. 52.47.1)
Bücher und Fachzeitschriften (WZ-Nr. 52.47.2)
Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (WZ-Nr. 52.47.3)
- **Bekleidung, Lederwaren, Schuhe**
Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnerwaren (WZ-Nr. 52.42)
Schuhe, Leder- und Täschnerwaren (WZ-Nr. 52.43)
- **Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)**
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (WZ-Nr. 52.45.2)
Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 52.49.5)
Telekommunikationsendgeräte und Mobiltelefone (WZ-Nr. 52.49.6)
Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse (WZ-Nr. 52.45.1)¹⁵
- **Foto, Optik**
Augenoptiker (WZ-Nr. 52.49.3)
Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 52.49.4)
- **Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)**
Haushaltstextilien, Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten,
Meterware für Bekleidung und Wäsche (WZ-Nr. 52.41)
nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke
(aus WZ-Nr. 52.44.33)
Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 52.44.4)
Heimtextilien (WZ-Nr. 52.44.7)
Wand- und Deckenleuchten, Standleuchten, Tischleuchten (aus WZ-Nr. 52.44.2)¹⁶
- **Uhren, Schmuck**
Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 52.48.5)
- **Spielwaren, Sportartikel**
Spielwaren (WZ-Nr. 52.48.6)
Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote, Yachten
(aus WZ-Nr. 52.49.8)

Im Rahmen des Städtereionalen Einzelhandelskonzepts wurden darüber hinaus weitere Sortimentsgruppen als nahversorgungsrelevant eingestuft.

¹⁵

In Anlehnung an die weiter differenzierte Klassifizierung der Wirtschaftszweige nach NACE ist die Gruppe „524512 - EH mit Öfen, Herden, Kühlschränken, Waschmaschinen“ auszuschließen, da es sich bei diesen Gütern nicht um „Kleingeräte“ handelt.

¹⁶

Abweichend zur Sortimentsliste des Regionalen Einzelhandelskonzepts wird hier die Warengruppe „Wohnraumleuchten“ dem Einrichtungszubehör und nicht den Elektrohaushaltswaren zugerechnet.

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- **Lebensmittel, Getränke**
Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 52.11)
Fach Einzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 52.2)
- **Drogerie, Kosmetik**
Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 52.33.1)
Drogerieartikel ohne Feinchemikalien, Saaten- und Pflanzenschutzmittel,
Schädlingsbekämpfungsmittel (aus WZ-Nr. 52.33.2)
Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 52.49.9)

Darüber hinaus werden weitere Sortimentsgruppen als zentrenrelevant eingestuft, die nicht in der Liste der zentrenrelevanten Leitsortimente nach neuem § 24 a LEPro angeführt sind:

Zentrenrelevante Sortimente: Ergänzende Sortimentsgruppen nach STRIKT Aachen

- **Kunst, Antiquitäten**
Kunstgegenstände, Bilder (WZ-Nr. 52.48.21)
Antiquitäten und antike Teppiche (WZ-Nr. 52.50.1)
Antiquariate (WZ-Nr. 52.50.2)
- **Baby-, Kinderartikel**
Kinder- und Säuglingsbekleidung und Bekleidungszubehör (WZ-Nr. 52.42.4)
- **Blumen**
Schnittblumen (aus WZ-Nr. 52.49.1)
- **Fahrräder und -zubehör**
Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 52.49.7)

Von den Vorschlägen des Städteregionalen Einzelhandelskonzepts ausgehend, wird auch für die Stadt Baesweiler eine differenzierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Warengruppen in einer Positivliste darstellt. Übertragen auf die Stadt Baesweiler ist die vom Städteregionalen Einzelhandelskonzept vorgeschlagene Sortimentszuordnung wie folgt zu beurteilen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Die Kriterien für die Nahversorgungsrelevanz von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren werden auch in Baesweiler erfüllt. Sie decken den Grundbedarf jedes Haushaltes ab und werden häufig eingekauft.

Zentrenrelevante Sortimente

Die aus Sicht des Städteregionalen Einzelhandelskonzepts als uneingeschränkt zentrenrelevant identifizierten Sortimente - darunter insbesondere Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel und Elektronikwaren - erfüllen auch in der Stadt Baesweiler die oben skizzierten Kriterien für eine Zentrenrelevanz. Sie sind insbesondere in der Baesweiler Innenstadt vertreten.

Zusammengefasst ergibt sich nach den Empfehlungen der Gutachter für die Stadt Baesweiler folgende Sortimentsliste:

Abb. 18: Baesweiler Liste zur Definition der nahversorgungsrelevanten sowie zentrenrelevanten Sortimente

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	
WZ 2003	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente	
52.2	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren
	Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln
52.31	Apotheken
52.33	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerieartikel
zentrenrelevante Sortimente	
52.49.5	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräten und Software
52.49.6	Telekommunikationsgeräte
52.45.2	Geräte der Unterhaltungselektronik
52.41	Haushaltstextilien (z.B. Haus- und Tischwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Bettwaren
52.44.7	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)
52.45.1	elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte ohne Öfen, Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen)
52.44.4	keramische Erzeugnisse und Glaswaren
52.45.3	Musikinstrumente und Musikalien
52.44.3	Haushaltsgegenstände (u. a. nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke)
52.47.2	Bücher
aus 52.47	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen
52.47.1	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
52.45.2	bespielte Ton- und Bildträger
52.49.7	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
52.49.8	Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte)
52.48.6	Spielwaren, Bastelartikel
52.42.1	Bekleidung
52.43.1	Schuhe, Lederwaren und reisegepäck
52.32	medizinische und orthopädische Artikel
aus 52.49	Schnittblumen
52.48.5	Uhren und Schmuck
52.49.3	Augenoptiker
52.49.4	Foto- und optische Erzeugnisse
52.48.2	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel
52.50	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren

Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2003)

5.6.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die Innenstadt zu erreichen, wird der Stadt Baesweiler mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen.

Dazu sind der Stadt Baesweiler weitgehende Möglichkeiten gegeben:

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

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe¹⁷ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 qm der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

¹⁷ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 5.6.3.

5.6.3 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe nach LEPro (§ 24a), dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

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

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

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

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

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
- eine eigene Anlieferung und
- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z.B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

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

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

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

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

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

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 qm Geschossfläche unter 800 qm liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe),

- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z.B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

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

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

In einem Bebauungsplan, der ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel festsetzt, kann die Stadt Festlegungen über die höchstzulässige Verkaufsfläche nach Quadratmetergrenzen treffen. Dabei kann sie –innerhalb der vom BauGB gesetzten Grenzen– die maximal zulässige Verkaufsfläche ohne Bindung an bestimmte Anlagentypen selbst bestimmen, um städtebauliche Fehlentwicklungen zu vermeiden. Zu beachten ist dabei, dass eine Abwägung mit den Eigentumsinteressen erfolgen muss und evtl. bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben Möglichkeiten für betriebsnotwendige Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen einzuräumen sind.

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

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren.

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

Laut § 24a LEPro ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht integrierten Standorten auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 qm zu beschränken. Sollten zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben an einem Standort realisiert werden und beträgt deren Gesamtverkaufsfläche zusammen mehr als 50.000 qm, darf der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente insgesamt maximal 5.000 qm betragen.

5.6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte¹⁸.

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

¹⁸ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

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

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

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

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

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

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

5.6.6 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes beruhen können.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass jeweils der Gebietscharakter gewahrt bleibt, was einem generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen wohl entgegenstehen dürfte.

5.6.7 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstrumentes macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzeptes auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)¹⁹.

¹⁹ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG erlaubt.
