

EINZELHANDELSKONZEPT

GELSENKIRCHEN

Fortschreibung 2025

TEIL A

ENDFASSUNG

Dortmund, Juli 2025

**Junker
+Kruse**
Stadtforschung
Planung

Einzelhandelskonzept Gelsenkirchen

-Fortschreibung 2025-

im Auftrag der Stadt Gelsenkirchen

Bearbeitung und Konzeption

Stefan Kruse
Peter Rennebaum



Markt 5 44137 Dortmund
Tel. +049 231 - 557858-0
Fax +049 0231 - 557858-50
E-Mail: info@junker-kruse.de
www.junker-kruse.de

Projektbetreuung

Stadt Gelsenkirchen
Referat Wirtschaftsförderung und Referat Stadtplanung
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner:

Niklas Breuer

Michaela Klee

Andreas Voge

Frederik Battling

www.gelsenkirchen.de

Endfassung: Juli 2025

Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden stets männliche und weibliche Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich nicht binäre Personen, Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Fotos Titelblatt:

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung personenbezogener Daten sind für wissenschaftliche Forschungszwecke sowie für statistische Zwecke im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z.B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontakt Daten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung,
Markt 5 | D-44137 Dortmund
Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 |
Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de |
www.junker-kruse.de

Inhalt

InhaltII

1	Ausgangssituation und Ziel der Untersuchung	4
2	Raumordnerische und rechtliche Rahmenbedingungen	7
2.1	Landesplanerische Vorgaben	7
2.2	Regionalplanerische Vorgaben	11
2.2.1	Gemeinsamer Flächennutzungsplan	11
2.2.2	Regionalplan Ruhr	12
2.3	Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche	13
2.3.1	Gestaltungsleitfaden für Lebensmittelmärkte (REHK)	14
2.4	Einzelhandelserlass NRW 2021	15
3	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	16
3.1	Megatrends	16
3.2	Entwicklungen im Einzelhandel	20
3.3	Herausforderungen für die Stadt- und Zentrenentwicklung	28
4	Methodik	30
4.1	Angebotsanalyse	30
4.2	Nachfrageanalyse	35
4.3	Städtebauliche Analyse	36
4.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur	37
5	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur Gelsenkirchen	39
5.1	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	39
5.2	Bevölkerung und räumliche Gliederung	40
5.3	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	42
6	Bestandsaufnahme und -analyse	45
6.1	Einzelhandelsangebot in Gelsenkirchen	45
6.1.1	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes in Gelsenkirchen	50
6.1.2	Großflächiger Einzelhandel	55
6.1.3	Nahversorgungssituation – gesamtstädtisch	56

6.2	Analyse der Nachfrageseite	63
7	Konzept für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Gelsenkirchen	66
7.1	Übergeordnete Ziele	66
7.2	Standortstruktur.....	72
7.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche.....	76
7.2.2	Ergänzende Standorte des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	104
7.2.3	Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels / Standorte für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten)	106
7.3	Gelsenkirchener Sortimentsliste	110
7.4	Sicherung der Nahversorgung	116
7.5	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Gelsenkirchen	120
7.5.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	121
7.5.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten.....	125
7.5.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten.....	127
7.6	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben.....	130
7.7	Arbeitskreis Einzelhandel	133
7.8	Monitoring	133
8	Anhang A.....	135
8.1	Legenden.....	135
8.2	Abkürzungen	136
8.3	Verzeichnisse	138
9	Anhang B Gestaltungsleitfaden Lebensmitteleinzelhandel des REHK östliches Ruhrgebiet.....	141
10	Anhang C: Glossar - Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	148

1 Ausgangssituation und Ziel der Untersuchung

Der Prozess zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes begann im Jahr 2022, sieben Jahre nach der letzten Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Veränderungen in der Gelsenkirchener Einzelhandelslandschaft, der allgemein stetig voranschreitende Strukturwandel im Einzelhandel, veränderte rechtliche Rahmenbedingungen (insbesondere Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sowie Einzelhandelserlass NRW (EHE) und nicht zuletzt zahlreiche Anfragen zu Einzelhandelsansiedlungen und Veränderungsabsichten bestehender Betriebe wurden daher zum Anlass genommen, eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2015 zu beauftragen. Mit der Fortschreibung soll eine aktualisierte Bewertungs- und Abwägungsgrundlage für erforderliche Bauleitplanverfahren geschaffen werden, denn die Rechtsprechung hebt hervor, dass zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung ein Einzelhandelskonzept für die Gesamtstadt dienlich ist. Dieses muss vor allem, aufbauend auf einer aktuellen Analyse des Bestandes und der Nachfragesituation, die Ziele zur zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels, die zentralen Versorgungsbereiche und die ergänzenden Standorte (insbesondere zur Nahversorgung) definieren. Der hierzu erforderliche Instrumentenkasten umfasst u. a. die Einordnung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sowie die Herleitung und Formulierung einer ortstypischen Sortimentsliste.

Im Zuge der Erarbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurden mit Vertreterinnen und Vertretern bzw. Expansionsleiterinnen und Expansionsleitern der unterschiedlichen, in der Stadt Gelsenkirchen vertretenen Betreiber von strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkten Gespräche geführt. Nahezu alle vor Ort ansässigen Betreiberinnen und Betreiber haben sich an diesen Einzelgesprächen mit Vertreterinnen und Vertretern der Verwaltung der Stadt Gelsenkirchen (Referat Wirtschaftsförderung und Referat Stadtplanung) und des Gutachterbüros beteiligt. Dabei ging es um die Einordnung der Grundversorgungssituation in der Stadt Gelsenkirchen seitens der Betreiber sowie um Entwicklungsabsichten im Stadtgebiet, sowohl an bestehenden als auch an perspektivischen Standorten. So wurde für fast alle bestehenden Standorte des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels auf Grundlage der Analyse bzw. aus Betreibersicht eine Einordnung und Bewertung aus einzelhandelsrelevanter bzw. städtebaulicher Sicht vorgenommen.

Eine rechtliche Bindungswirkung entwickelt sich durch die Umsetzung des Konzeptes in der Bauleitplanung. Dabei bieten die Inhalte des Einzelhandelskonzeptes eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung zur Einzelhandelssteuerung. Entsprechend der systematischen Stellung in § 1 (6) Nr. 11 BauGB stellt das Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept, das **in sich methodisch fehlerfrei und widerspruchsfrei** sein muss, dabei einen **Abwägungsbelang** dar. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass eine widersprüchliche Handhabung bei der Umsetzung des Konzeptes, etwa durch **Abweichen bei Einzelvorhaben nach Belieben**, dessen **Tauglichkeit** (in Zukunft) in Frage stellen kann. Dabei mag eine einmalige, städtebaulich begründete und dem Rat der Stadt **bewusste Abweichung** noch nicht

zwangsläufig zur Unwirksamkeit eines Einzelhandelskonzeptes führen. Allerdings ist herauszustellen, dass ein Einzelhandelskonzept seine Steuerungswirkung jedenfalls dann verliert, wenn dieses durch „Teilplanungen und -genehmigungen derartig durchlöchert ist, dass von einem noch immer verfolgten Konzept ernstlich nicht mehr die Rede sein kann“¹.

Für die Erarbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Gelsenkirchen stehen folgende Fragestellungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Wie stellen sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen, aktuellen rechtlichen Vorgaben sowie aktuellen Trends und Herausforderungen der Einzelhandelsentwicklung dar?
- Wie stellt sich die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Gelsenkirchen dar? Welche darüber hinaus gehenden (regionalen) angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind für die Stadt Gelsenkirchen relevant?
- Welche Stärken und Defizite weist der Einkaufsstandort Gelsenkirchen (differenziert nach Angebots- und Nachfrageseite) auf?
- Wie kann die wohnungsnahе Versorgung der Bürgerinnen und Bürger nachhaltig gesichert werden? Welche Maßnahmen sind zur Sicherung der Nahversorgung (auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs) erforderlich?
- Welche Entwicklungsperspektiven lassen sich für den Einkaufsstandort Gelsenkirchen insgesamt formulieren?
- Wie stellen sich die bestehenden konzeptionellen Bausteine zur Einzelhandelsentwicklung nach einer Überprüfung und Anpassung unter Berücksichtigung aktueller Rahmenbedingungen für die Stadt Gelsenkirchen dar (Ziele, Standortkonzept, zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste, Ansiedlungsregeln, Handlungsempfehlungen)?
- Wie die gutachterliche Erfahrung mit vergleichbaren Verfahren gezeigt hat, ist es nicht ausreichend, ein gutes Konzept zu erarbeiten, vielmehr muss der Akzeptanz der Ergebnisse und der späteren Umsetzung Raum gegeben werden. Diesem Anspruch wurde bei der Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzepts durch einen breit angelegten Kommunikations- und Beteiligungsprozess Rechnung getragen.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Gelsenkirchen gliedert sich in einen Analyse- und einen konzeptionellen Teil.

Im Rahmen der Analyse werden in Kapitel 2 die übergeordneten Zielaussagen aus landesplanerischer und kommunaler Sicht mit ihren Folgerungen für das Einzelhandelskonzept dargestellt. In Kapitel 3 werden die allgemeinen Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung beschrieben. In den anschließenden Kapiteln wird zunächst die methodische Herangehensweise der einzelnen Analyseschritte erläutert (Kapitel 4), gefolgt von

¹ Vgl. Nds OVG, Beschluss vom 18.11.2013 – AZ 1 LA 43/13, juris Rdnr. 15

der Darstellung der übergeordneten Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Gelsenkirchen (Kapitel 5). Dazu gehören Aspekte der Lage, der verkehrlichen Anbindung und der Bevölkerung ebenso wie eine einzelhandelsrelevante Einordnung Gelsenkirchens in die Region hinsichtlich des Kaufkraftniveaus bzw. des Einzugsgebietes des Gelsenkirchener Einzelhandels. Eckdaten zur angebots- und nachfrageseitigen Einzelhandelsituation in Gelsenkirchen (Kapitel 6) runden die gesamtstädtischen Darstellungen ab. Der – bezogen auf die künftige Umsetzung des Konzeptes – wichtigste Baustein ist das Kapitel 7. Hier werden die übergeordneten Ziele, die künftige Standortstruktur (mit der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche) und die Definition ergänzender Standorte, die Gelsenkirchener Sortimentsliste und die Steuerungsgrundsätze für künftige Einzelhandelsentwicklungen (bei Veränderungen, Verlagerungen sowie Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben) dargelegt.

2 Raumordnerische und rechtliche Rahmenbedingungen

Im Rahmen des Planungssystems in Nordrhein-Westfalen stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen einer Gemeinde – insbesondere auch zur Einzelhandelssteuerung – in einem Bezug zu übergeordneten Planungen, auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

2.1 Landesplanerische Vorgaben

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der – in seiner aktuellen Fassung am 06.08.2019 in Kraft getretene – Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP NRW beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 (LEP NRW) befasst sich mit vorgezogenen Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie einem entsprechenden Wohnungsangebot im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege gewährleistet wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Stadt Gelsenkirchen wird als Oberzentrum eingestuft (LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1).

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) festgesetzt werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zen-

trenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und welche die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP NRW im Kapitel 6.5 festgelegt:

6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 (Ziel): Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 (Ziel): Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

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

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

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

6.5-3 (Ziel): Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 (Grundsatz): Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der dazu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 (Ziel): Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 (Grundsatz): Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 (Ziel): Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 (Ziel): Einzelhandelsagglomeration

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender

Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 (Grundsatz): Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 (Ziel): Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S.1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Anlage 1 (Leitsortimente)

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren,
 - Bücher,
 - Bekleidung, Wäsche,
 - Schuhe, Lederwaren,
 - medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
 - Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,
 - Spielwaren,
 - Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
 - Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto, ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
- und
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
 - Gesundheits- und Körperpflegemittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen (siehe dazu Kapitel 7) berücksichtigen die landesplanerischen Vorgaben.

2.2 Regionalplanerische Vorgaben

2.2.1 Gemeinsamer Flächennutzungsplan

Innerhalb der „Städteregion Ruhr 2030“ haben die sechs Städte Gelsenkirchen, Essen, Bochum, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen den ersten Regionalen Flächennutzungsplan (RFNP) aufgestellt, der am 3. Mai 2010 wirksam geworden ist. Im Regionalen Flächennutzungsplan wurden bisher die beiden Planungsebenen des Regionalplans und des Flächennutzungsplans gebündelt. Der bauleitplanerische Teil des Regionalen Flächennutzungsplans wurde gemäß der Überleitungsvorschrift des Landesplanungsgesetzes durch den Feststellungsbeschluss des Regionalverbandes Ruhr (RVR) zum Regionalplan Ruhr vom 10. November 2023 in einen Gemeinsamen Flächennutzungsplan (GFNP) überführt. Der regionalplanerische Teil des RFNP ist mit Wirksamkeit des Regionalplans Ruhr am 28. Februar 2024 außer Kraft getreten.²

Durch die Neuordnung der Regionalplanungskompetenzen im Ruhrgebiet stellt der Regionalverband Ruhr einen neuen, einheitlichen Regionalplan für die Metropole Ruhr auf, der auch das Plangebiet des RFNPs umfasst. Mit Beschlussfassung des neuen Regionalplans Ruhr wird der regionalplanerische Teil des RFNP entfallen, der flächennutzungsplanerische Teil wird als gemeinsamer Flächennutzungsplan der sechs Städte fortbestehen. Der Beschluss der sechs Räte darüber macht den Willen zur Fortsetzung der vor einigen Jahren begonnenen gemeinsamen Kooperation in der Städteregion Ruhr deutlich. Der RFNP / GFNP ist beispielgebend für die regionale Kooperation in der Städteregion Ruhr.

Der Gemeinsame **Flächennutzungsplan** stellt für das Gelsenkirchener Stadtgebiet die verschiedenen Bauflächen nach Art ihrer baulichen Nutzung gemäß § 1 BauNVO dar, dazu gehören:

- Wohnbauflächen
- gemischte Bauflächen
- gewerbliche Bauflächen
- Sonderbauflächen

Die Entwickelbarkeit von Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe beruht auf den Festsetzungen zu den Baugebieten (§§ 2-11 BauNVO). Besondere Festsetzungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung im GFNP stellen die Sondergebiete mit spezifischen Zweckbestimmungen dar (z. B. großflächiger Einzelhandel oder großflächiger Einzelhandel Bau-/Gartenmarkt).

² Quelle: https://www.staedteregion-ruhr-2030.de/cms/gemeinsamer_flaechennutzungsplan.html (abgerufen am:08.03.204)

2.2.2 Regionalplan Ruhr

Der Regionalplan Ruhr berücksichtigt als einheitlicher, flächendeckender und fachübergreifender Plan veränderte Rahmenbedingungen der Raumentwicklung wie den demographischen Wandel, den Struktur- und Klimawandel sowie die Chancengleichheit.

Der Regionalplan Ruhr erstreckt sich räumlich über das Verbandsgebiet des Regionalverbands Ruhr.³ Zum Verbandsgebiet gehören die kreisfreien Städte Gelsenkirchen, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Essen, Hagen, Hamm, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen sowie die Kreise Recklinghausen, Unna, Wesel und der Ennepe-Ruhr-Kreis.

Seit dem 21.10.2009 ist der Regionalverband Ruhr für die Regionalplanung verantwortlich. Die Verbandsversammlung ist regionaler Planungsträger und die Geschäftsführerin/der Geschäftsführer des RVR ist die zuständige Regionalplanungsbehörde. Mit der Aufstellung des Regionalplans Ruhr für die gesamte Metropole Ruhr werden die für das Verbandsgebiet geltenden Regionalpläne der Bezirksregierungen in Arnsberg, Düsseldorf und Münster und der Regionale Flächennutzungsplan der Städtegemeinschaft Ruhr abgelöst. Die Verbandsversammlung des Regionalverbands Ruhr hatte am 06.07.2018 beschlossen, den Regionalplan Ruhr zu erarbeiten und die Öffentlichkeit sowie die in ihren Belangen berührten öffentlichen Stellen zu beteiligen. Mit der Veröffentlichung im Gesetz- und Verordnungsblatt Nordrhein-Westfalen am 28. Februar 2024 ist der Regionalplan Ruhr offiziell in Kraft getreten.⁴

Der Entwurf des Regionalplans Ruhr greift die Ziele und Grundsätze zur Raumentwicklung in Nordrhein-Westfalen aus dem LEP NRW auf. Er sieht in seinen „in Aufstellung befindliche Zielen“ u. a. vor, dass kommunale Einzelhandelskonzepte als Grundlage für die bauleitplanerische Steuerung von Standorten für den Einzelhandel herangezogen werden und ein Regionales Einzelhandelskonzept den Rahmen für den Erhalt und die Entwicklung einer interkommunal ausgewogenen Einzelhandelsstruktur bietet.

Der Regionalplan Ruhr enthält in seinem Textteil im Abschnitt 1.9 „Großflächiger Einzelhandel“ folgende Grundsätze, die die Ziele und Grundsätze des LEP NRW konkretisieren:

1.9-1 Grundsatz Einzelhandelskonzepte

Die bauleitplanerische Steuerung von Standorten für den Einzelhandel, insbesondere die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten oder die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, soll auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte als Teil einer nachhaltigen städtebaulichen Gesamtplanung erfolgen. Wesentliches Element kommunaler Einzelhandelskonzepte ist die Abgrenzung von zentralen Versor-

³ siehe dazu: <https://www.rvr.ruhr/themen/staatliche-regionalplanung/regionalplan-ruhr/> (abgerufen am:08.03.2024)

⁴ siehe dazu: <https://www.rvr.ruhr/themen/staatliche-regionalplanung/aufstellungsverfahren-des-regional-plans-ruhr/> (abgerufen am: 08.04.2024)

gungsbereichen sowie die Erarbeitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Die zentralen Versorgungsbereiche sollen zudem im Flächennutzungsplan dargestellt werden. Bei der bauleitplanerischen Steuerung von Standorten für den Einzelhandel soll, möglichst im Rahmen eines Regionalen Einzelhandelskonzepts, eine interkommunal ausgewogene Einzelhandelsstruktur erhalten bzw. entwickelt werden. Kommunale und Regionale Einzelhandelskonzepte sollen im Rahmen von Planungen und Maßnahmen in die Abwägung eingestellt werden.

1.9-2 Grundsatz Anbindung an den ÖPNV

Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten oder die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplanes für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO soll an Standorten erfolgen, die an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen sind oder zeitnah angeschlossen werden können. Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder der Art ihrer Sortimente ein besonders hohes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind oder zeitnah angeschlossen werden können.

2.3 Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche

Das Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK) stellt mit seiner dritten Fortschreibung aus dem Jahre 2020 eine gemeinsam getragene Entscheidungsgrundlage zur Regelung der Einzelhandelsentwicklung in den Mitgliedskommunen dar.

Das wesentliche Organ des REHK ist der begleitende **Arbeitskreis (Plenum)**, dem 24 Kommunen, fünf Industrie- und Handelskammern, drei Kreise, zwei Bezirksregierungen sowie die Einzelhandelsverbände Westfalen-Münsterland, Westfalen-West und Ruhr-Lippe sowie der Regionalverband Ruhr angehören. Er dient als wichtige Informationsplattform für regional- und stadtentwicklungsplanerische Fragestellungen im Zusammenhang mit der Einzelhandelssteuerung im Allgemeinen sowie im Kooperationsraum im Speziellen. Ziel der Kooperation ist eine abgestimmte Ansiedlungsplanung bei regional bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben in der Region. Dabei geht es nicht darum, den Wettbewerb zu verhindern. Vielmehr soll er einvernehmlich an Standorte gelenkt werden, die aus Sicht der Stadtentwicklung zu befürworten sind. Die beteiligten Kommunen haben dazu am 29.06.2001 eine entsprechende **Interkommunale Vereinbarung** getroffen, die Grundlage des gemeinsamen Handelns ist. Sie umfasst folgende übergeordnete Zielsetzungen:

- die Stärkung der innerstädtischen Zentren,
- die Stärkung der Stadtteilzentren mit ihrer Grundversorgung,
- die Anerkennung eines ergänzenden Versorgungsnetzes von Sondergebieten mit nicht zentrenrelevanten Angeboten an ausgewählten Standorten auch außerhalb der Zentren zu akzeptieren und

- eine aktive Flächenpolitik zur Lenkung der Investitionen an die städtebaulich geeigneten Standorte.

Der **Regionale Konsens** bezieht sich bei der Abstimmung über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben auf diese gemeinsamen Ziele zur Einzelhandelsentwicklung und auf die Bewertung regional bedeutsamer Vorhaben. Diese sollen nach vereinbarten Prüfkriterien beurteilt werden.

Vor diesem Hintergrund sind auch bei der Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gelsenkirchen die Ziele, Grundsätze und Prüfkriterien des REHK zu berücksichtigen.

2.3.1 Gestaltungsleitfaden für Lebensmittelmärkte (REHK)

Neben der regelmäßigen Fortschreibung des regionalen Einzelhandelskonzeptes, zuletzt im Jahr 2020, dient der Arbeitskreis auch als wichtige Informationsplattform für stadtentwicklungsplanerische Fragestellungen. Infolgedessen wurde 2023 ein **Gestaltungsleitfaden Lebensmitteleinzelhandel**⁵ erarbeitet, der als Arbeits- und Orientierungshilfe für die kommunale Praxis im östlichen Ruhrgebiet dienen und Investoren sowie Betreibern die Vorteile einer guten Gestaltung überzeugend vermitteln soll.

Hintergrund für die Erstellung dieses Leitfadens sind veränderte Anforderungen an Lebensmittelmärkte ausgehend von neuen Rahmenbedingungen und Trends. Angesichts der Klimakrise und des damit verbundenen Anpassungsbedarfs gewinnt die Rolle von Lebensmitteleinzelhandelsstandorten für eine nachhaltige und widerstandsfähige Stadtgestaltung an Bedeutung. Besonders relevant sind freiraumplanerische Maßnahmen wie Versickerungs- und Ausgleichsflächen sowie Begrünungsmaßnahmen zur Anpassung an das Klima. Angesichts der begrenzten Flächen in Innenstädten und des steigenden Flächenverbrauchs ist die effiziente Nutzung entsprechender Standorte von zunehmender Wichtigkeit. Dementsprechend werden "Mixed-Use-Konzepte" (also mehrgeschossige Lösungen, die Wohnen, Gastronomie und Dienstleistungen kombinieren) und Möglichkeiten zur Mehrfachnutzung von Stellplätzen immer bedeutsamer.

Der Leitfaden stellt die Rahmenbedingungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel, einschließlich eines allgemeinen Überblicks über die Anforderungen an heutige Standorte sowie die Interessen der verschiedenen Akteure, die an der Standortentwicklung beteiligt sind, detailliert dar. Zudem werden die Qualitätsmerkmale und gestalterisch-funktionale Anforderungen an moderne Lebensmitteleinzelhandelsstandorte erläutert. Diese Aspekte beziehen sich auf städtebauliche Merkmale, architektonische Gestaltung und die Freiraumplanung. Der Leitfaden enthält Falltypen, die exemplarische Lösungsansätze für die Entwicklung und Weiterentwicklung von Lebensmitteleinzelhandelsstandorten bieten. Dabei werden für Lebensmittelhandel genutzte Immobilien, gemischte Nutzungen und die Umnut-

⁵ Quelle: Pesch Partner Architektur Stadtplanung; Arbeitskreis Regionales Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet (REHK) 2023: Gestaltungsleitfaden Lebensmitteleinzelhandel. Dortmund

zung bestehender Gebäude betrachtet. Der Leitfaden behandelt außerdem die Umsetzungsmöglichkeiten gestalterischer und funktionaler Überlegungen in verschiedenen Planungsinstrumenten. Dazu gehören Festsetzungen in Bebauungsplänen sowie Steuerungsmöglichkeiten im Rahmen städtebaulicher Verträge. Auch die Qualitätssicherung durch Institutionen und Verfahren der Stadtentwicklung, wie Gestaltungsbeiräte, Wettbewerbe oder Konzeptvergaben, sowie Zertifizierungsverfahren wird näher beleuchtet. Im Anhang sind die Anforderungen in tabellarischer Form dargestellt.

2.4 Einzelhandelserlass NRW 2021

Mit seinen Hinweisen und Empfehlungen sowie den Definitions- und Interpretationshilfen einerseits, aber auch mit den zahlreichen Verweisen zu aktuellen obergerichtlichen und höchstrichterlichen Entscheidungen ist der am 31. Dezember 2021 in Kraft gesetzte neue Einzelhandelserlass des Landes NRW⁶ ein wichtiges Instrument für die Kommunen im Land. Denn ihnen kommt primär die Aufgabe zu, die Einzelhandelsentwicklung so zu steuern, dass ihre Zentrenstruktur und Nahversorgungssituationen nicht nur nicht geschwächt, sondern idealerweise gestärkt bzw. weiterentwickelt werden. Aber auch Betreiberinnen und Betreiber; Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer, Investorinnen und Investoren, sowie Projektentwicklerinnen und Projektentwickler können von dem neuen Einzelhandelserlass profitieren, bietet er mit seinem umfassenden Ansatz einen höchstmöglichen Grad an Planungs- und Investitionssicherheit. Nicht zuletzt soll der Einzelhandelserlass für die in diesem Zusammenhang tätigen Behörden, Verbände und Institutionen als eine aktuelle und sachgerechte Beurteilungsgrundlage für die Vielzahl der möglichen Fragestellungen dienen. Das vorliegende Einzelhandelskonzept beachtet die relevanten Hinweise und Empfehlungen des neuen Einzelhandelserlasses NRW.

⁶ Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen 2021).

3 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund des Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. Zudem haben Megatrends und aktuelle Krisen wie der Ukraine-Krieg mit seinen Folgen und die bestehende Inflation einen erheblichen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelhandels. In den Städten und Zentren überlagern sich somit stadtstrukturelle und städtebauliche **Wandlungsprozesse**, angetrieben von übergeordneten Trends und Entwicklungen, die in Wechselbeziehungen stehen und sich teilweise bedingen.

3.1 Megatrends

Zu den sogenannten Megatrends, die sich auch räumlich in den Städten und Innenstädten niederschlagen, zählen:

- **Gesellschaftlicher Wandel:** Städte sind Spiegelbilder der Gesellschaft und zeigen die Folgen des sozialen Wandels auf räumlicher Ebene. In den letzten Jahren und Jahrzehnten haben sich verschiedene Veränderungen in der Gesellschaft abgezeichnet, die Auswirkungen auf Stadtstrukturen haben. Zunächst ändert sich mit dem demografischen Wandel die Zusammensetzung der Bevölkerung. Dabei sind die Alterung der Gesellschaft und die zurückgehende Geburtenrate zentrale Aspekte. Aber auch die Migration trägt zu Veränderung der demografischen Struktur bei.⁷ Gleichzeitig zeichnen sich in der Stadtbevölkerung immer stärkere Individualisierungs- und Pluralisierungstendenzen ab. Im Zuge der Individualisierung kommt es zur Entfremdung von traditionellen gesellschaftlichen Bindungen und Normen zugunsten der Freiheit und Selbstverwirklichung. Pluralisierung hingegen bezieht sich auf die Zunahme von Vielfalt und Verschiedenartigkeit. Dadurch kann eine Gesellschaft diverser werden, es können aber auch Konflikte auftreten, wenn das Nebeneinander und Miteinander zu unterschiedlich ist. Auch die Stadtplanung muss sich auf diese Veränderungen aufgrund unterschiedlicher Ansprüche einstellen und entsprechende Lösungen finden.
- **Verkehrswandel:** Das aktuelle Verkehrssystem bzw. die Zentren sind durch dominante Hauptstraßen mit viel Autoverkehr und damit einhergehenden Umweltbelastungen gekennzeichnet. Gleichzeitig sind die städtischen Zentren auf eine gute Erreichbarkeit sowie Wirtschafts- und Lieferverkehre angewiesen. Wenngleich ein Wandel der Mobilität für die Zukunft unabdingbar ist, wird diese Thematik polarisiert diskutiert. Für eine nachhaltige Mobilität ist ein Mix aus verschiedenen Maßnahmen nötig, wobei insbesondere

⁷ vgl. https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/_inhalt.html#652034 (Zugriff: 02.03.2023)

die Stärkung des Umweltverbunds⁸ als eine maßgebliche Stellschraube gilt. Durch die Beschränkung des motorisierten Individualverkehrs (in den Zentren) bei gleichzeitig verdichtetem Netz für den Fuß- und Radverkehr und des öffentlichen Nahverkehrs, kann die Mobilität der Zukunft eingeleitet werden. So haben beispielsweise insbesondere in größeren Städten Sharing-Angebote an Bedeutung gewonnen. Diese sollen zu einer Reduzierung des Verkehrsaufkommens, zur Verringerung des Parkplatzbedarfs sowie zur Reduzierung privater Pkw und Förderung von umweltfreundlicheren Transportoptionen beitragen. Die Kombination umweltfreundlicher Verkehrsmittel (multimodale Verkehrssysteme) sollte sowohl in städtischen als auch in ländlichen Gebieten verbessert werden. Dabei sollte vor allem die Möglichkeit geboten werden, sich zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln auf einer Strecke entscheiden und je nach Bedarf und Situation das Verkehrsmittel wechseln zu können. Es gibt eine Vielzahl von planerischen Ansätzen und Beispielen im In- und Ausland, die eine Verkehrsberuhigung und die Priorisierung von Fuß- und Radverkehr explizit mit einer Stärkung von Zentren und ihrer Aufenthaltsqualität verknüpfen (z. B. Konzept der „15-Minuten-Stadt“/Paris, Umgestaltung der Mariahilfer Straße/Wien).

- **Klimaresiliente Stadt/Klimaanpassung:** Städte sind durch ihren hohen Energiebedarf Beschleuniger des Klimawandels und sind je nach Lage und Struktur selbst unterschiedlich intensiv von ihm betroffen. Klimafolgen schaden dem gesamtstädtischen System und haben negative Auswirkungen auf das Verkehrs- und Abwassersystem, das Stadtklima und die Lebensmittel- und Trinkwasserversorgung. Durch einen hohen Versiegelungsgrad und einen Mangel an Grünräumen entstehen urbane Hitzeinseln. Zudem häufen sich Extremwetterereignisse in Form von Starkregen, Überschwemmungen und Stürmen. So stehen insbesondere die verdichteten städtischen Zentren im Mittelpunkt des Interesses hinsichtlich künftiger Maßnahmen zum Klimaschutz sowie zur Klimafolgenanpassung mit den Handlungsfeldern Abkühlung, Verschattung, Regenwassermanagement. Diese sind notwendig, um zukünftig die Lebensqualität und Aufenthaltsqualität zu gewährleisten. Dabei ist beispielsweise der Ausbau der grünen und blauen Infrastruktur bedeutend. Neue urbane Grünräume, Dach- und Fassadenbegrünungen und eine nachhaltige Wasserinfrastruktur sorgen für Verschattung und haben gleichzeitig einen Kühlungseffekt in stark versiegelten Städten. Zusätzlich wird die Lebensqualität durch Frisch- und Kaltluftschneisen und eine bessere Luftqualität erhöht. Weitergehend lassen sich die Klimafolgen etwa durch die Installation von Trinkbrunnen für den Menschen sowie Tiere angenehmer gestalten. Grün- und Freiflächen sollten sinnvoll miteinander vernetzt werden und neben der Klimaanpassung weitere Funktionen für Sport, Freizeit und Erholung anbieten. Neben den Begrünungsmaßnahmen ist der Ausbau erneuerbarer Energien von hoher Bedeutung, um Emissionen einzusparen. Ebenso sollte der Ressourcenverbrauch durch Ausschöpfung von energetischen Sanierungspotenzialen, Optimierung der Gebäudehüllen und Nutzen von nachhaltigen Baumaterialien reduziert werden. Diese Verringerung des Ressourcenverbrauchs kann sich u. a. aufgrund

⁸ Kooperation der umweltfreundlichen Verkehrsmittel

der steigenden Energiepreise, die für Gewerbetreibende eine große Herausforderung darstellen, als eine Hilfe herausstellen.

- **Digitale Transformation:** Die Digitalisierung hat erhebliche Auswirkungen auf die städtischen Systeme und Zentren. Dabei haben die Kontaktbeschränkungen und übrigen Maßnahmen im Zuge der Eindämmung der Corona-Pandemie gezeigt, dass digitale Angebote von weiten Bevölkerungsteilen sehr schnell angenommen wurden. Daneben wurde auch der Strukturwandel im Einzelhandel durch den Onlinehandel weiter beschleunigt. Streaming- und Lieferdienste haben ihre Angebote erweitert, stationär gebundene, urbane Erlebnisse wie Kinos oder Restaurants haben Konkurrenz in der digitalen Welt bekommen. Hinzu kommt die gestiegene Akzeptanz von Arbeit im Homeoffice bzw. Remote Work. Es ist davon auszugehen, dass immer mehr Technologien der Smart City zum Einsatz kommen. Intelligente Informations- und Kommunikationstechnologien können eingesetzt werden, um die Lebensqualität in Städten durch eine Vernetzung städtischer Infrastrukturen zu erhöhen und Teilhabemöglichkeiten zu verbessern. Digitale Formen der Kommunikation und Informationsbereitstellung können einen positiven Einfluss auf Entwicklungs- und Planungsprozesse haben und dafür sorgen, dass diese effizienter, partizipativer und transparenter gestaltet werden. Bürgerinnen und Bürger können beispielsweise in städtebauliche Planungsprozessen leichter und schneller eingebunden werden.
- **Urbanisierung/neue Urbanität:** Im Zeitalter von veränderten Arbeitswelten (u. a. Remote Work, Co-Working), explodierenden Online-Angeboten und gut ausgebauten Pendlerverbindungen minimiert sich die individuelle Abhängigkeit der Menschen von städtischen Zentren. Neben der „**Verdörflichung**“ der Stadt kommt es zu einer „**Verstädterung**“ des Landes. Urbanität löst sich damit vom physischen Raum: denn die Rückkehrer, Wochenend-Dörflerinnen und Landliebhaber bringen ihr urbanes Mindset mit und verändern ihr Umfeld entsprechend.⁹ Trotzdem wird die Urbanisierung auch in Zukunft weiter zunehmen. Die urbanen Reize wie etwa kulturelle und soziale Diversität, differenzierte Arbeits- und Bildungsmöglichkeiten sowie letztendlich das Versprechen von individueller Freiheit werden wie bisher für einen überwiegenden Zuzug in urbane Räume sorgen.
- **Funktionswandel der Zentren:** Es lässt sich ein Bedeutungs- und Funktionswandel der Stadtzentren beobachten. Wenngleich die städtischen Zentren seit jeher multifunktional geprägt sind, d. h. eine Nutzungsmischung insbesondere aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk, Kunst/Kultur und Bildung aufweisen, stellte doch der Einzelhandel die wesentliche, tragende Säule als innerstädtischer Magnet und Frequenzerzeuger dar. Im Zuge der Digitalisierung und der Zunahme des Onlinehandels kam und kommt es zunehmend zu Schließungen von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben, die die Umsatzeinbußen nicht so gut verkraften wie große Filialunternehmen. In der Folge ist eine Zunahme von Leerständen zu beobachten. Nicht in allen Fällen ist

⁹ <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-urbanisierung/> (Zugriff 11/2023)

eine Nachnutzung durch Einzelhandel sinnvoll und möglich, so dass neue/innovative Konzepte und Lösungen gefragt sind.

- **Wachsende Bedeutung Dritter Orte:** Der Begriff „Dritter Ort“ stammt aus der Philosophie: Dabei versteht man unter dem Ersten Ort das Zuhause eines Menschen, unter dem Zweiten Ort den Arbeits- oder Bildungsort. Als Dritten Ort bezeichnet man einen Ort, den man gerne aufsucht und wo zwischenmenschliche Begegnungen stattfinden (bspw. öffentliche Räume wie Parks und Plätze, Sport- und Kulturstätten oder Geschäfte und Gastronomie). Die Zentren können und sollen auch vor dem Hintergrund der Schaffung von Aufenthaltsräumen (insbesondere ohne Konsumzwang) eine solche Funktion wahrnehmen. Die Inflation sorgt derzeit für eine spürbare Kaufzurückhaltung, ob im Einzelhandel, der Gastronomie oder im Freizeitbereich. Um die Zentren trotzdem mit Leben zu füllen, sind diese Räume von zunehmender Bedeutung.¹⁰

Räumliche Konsequenzen für die Zentren und Innenstädte aus den übergeordneten Megatrends

- Innenstädte müssen sich klimaangepasst und klimaresilient aufstellen (u. a. Schaffung von mehr Grün- und Versickerungsflächen, von verschatteten Räumen und Installation von Trinkbrunnen), insbesondere um die Aufenthaltsqualität auch künftig zu gewährleisten.
- Der Verkehrswandel geht einher mit einer Umnutzung von Flächen in den städtischen Zentren, die zum einen zu einer Verbesserung der verkehrlichen Situation, aber zum anderen auch der Aufenthaltsqualität beitragen können.
- Die Zentren werden multifunktionaler: der stationäre Einzelhandel bleibt tragende Säule, wird jedoch zunehmend und stärker als bisher mit anderen Nutzungen durchmischt. Innovative Nutzungen, hybride Angebote und auch das Thema Wohnen im Zentrum gewinnen an Bedeutung.
- Nicht jede vormals mit Einzelhandel belegte Immobilie lässt sich auch wieder mit der renditestarken Nutzung Einzelhandel nachnutzen. Viele Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer sind derzeit in einer abwartenden Haltung, ein Umdenken diesbezüglich findet noch zu zögerlich statt. Die Dauer von Leerständen erhöht sich dadurch, was wiederum städtebauliche Misstände zur Folge haben kann.
- Eine immer älter werdende und immobilere Gesellschaft braucht dezentrale Versorgungsangebote vor allem im Bereich Lebensmittel in Wohnortnähe – auch außerhalb der Zentren. Dennoch bleiben Anbieter von Lebensmitteln als frequenzerzeugende und funktionstragende Bausteine in den Zentren relevant, nicht zuletzt auch, weil sich Synergien zu anderen Nutzungen im Zentrum ergeben können.

¹⁰ vgl. <https://wb-web.de/aktuelles/der-dritte-ort-versuch-einer-beschreibung.html> (Zugriff: 08.02.2024)

3.2 Entwicklungen im Einzelhandel

Wesentliche Trends mit direktem Bezug zum Einzelhandel, die einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung städtischer Zentren und der räumlichen Einzelhandels- bzw. Versorgungsstruktur haben, werden nachfolgend skizziert:

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

- Deutschland zeichnet sich im Wesentlichen durch eine stabile gesamtwirtschaftliche Entwicklung aus, die – auch durch das stetige Bevölkerungswachstum – zu einem kontinuierlich wachsenden Kaufkraftpotential geführt hat. Der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben beläuft sich im Jahr 2022 auf 33 % (HDE-Zahlenspiegel 2023).¹¹
- „Die **demografischen Veränderungen** und ihre Folgen sind in Deutschland seit vielen Jahren in nahezu allen Lebensbereichen spürbar. Ihre Ursachen sind in erster Linie die kontinuierlich steigende Lebenserwartung, das dauerhaft niedrige Geburtenniveau und die wachsende nationale und internationale Mobilität. Diese drei demografischen Dauertrends führen dazu, dass sich die Bevölkerung in ihrer Struktur bereits gewandelt hat und laufend weiter verändern wird.“¹² Das bleibt nicht ohne Folgen für den Einzelhandel.
- Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur bedingen insbesondere im Zusammenhang mit der Digitalisierung eine Zunahme der **Bedeutung des Onlinehandels**. So wird festgestellt, dass knapp ein Drittel der Menschen in Deutschland präferiert, Produkte im Internet zu erwerben, wenngleich sich das Gros jedoch als Käufertyp bezeichnet, bei dem neben dem Einkauf online auch der Gang in ein Geschäft Relevanz hat (siehe dazu HDE-Online-Monitor 2023). So sind traditionelle stationäre Kunden und Kundinnen, selektive Onlineshopperinnen und -shopper sowie begeisterte Onlineshopperinnen und -shopper zu unterscheiden.
- Bezogen auf den stationären Einzelhandel entscheiden sich die Kaufenden weiterhin bewusst für einen **Versorgungs- oder Erlebniseinkauf**. Dabei zählt beim Versorgungseinkauf insbesondere die Erreichbarkeit, der Preis oder der dringende bzw. kurzfristige Bedarf (auch in Abgrenzung zum Online-Einkauf), während der Erlebniseinkauf durch Faktoren wie Qualität und Atmosphäre gekennzeichnet ist. Der Erlebniseinkauf ist Bestandteil der Freizeitgestaltung. Vor diesem Hintergrund sind Kopplungen mit anderen Aktivitäten und Nutzungen (Shopping, Dienstleistung, Gastronomie) von besonderer Bedeutung, während der Versorgungseinkauf durch eine zunehmende Discountorientierung und Schnäppchenkäufe gekennzeichnet ist.

¹¹ Handelsverband Deutschland e. V. (HDE) 2023: Zahlenspiegel 2023

¹² Quelle: <https://www.demografie-portal.de>, (Zugriff im März 2020)

Trends auf der Angebotsseite

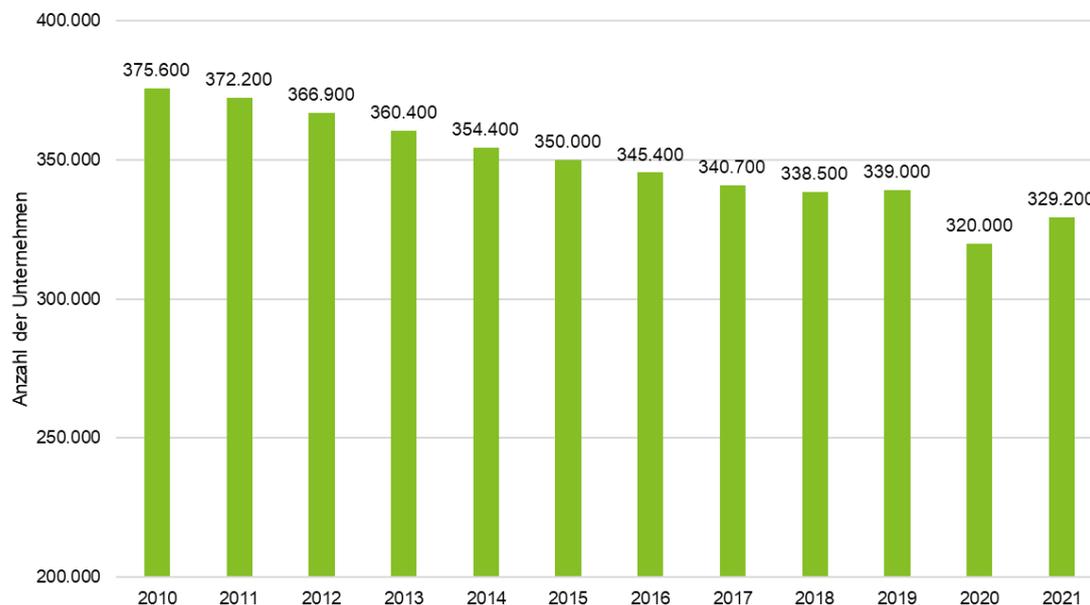
Abbildung 1: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2022)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Handelsverband Deutschland (HDE-Zahlenspiegel 2023); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2010 bis 2021 (in Millionen m²)

- Zwischen den Jahren 2010 und 2020 erhöhte sich die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels in Deutschland von rund 122 Mio. m² um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m²¹³. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und weisen auf Sättigungstendenzen und einen sich verschärfenden Wettbewerb hin. Dieser Trend hat sich sowohl 2021 als auch 2022 fortgesetzt.

Abbildung 2: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2021

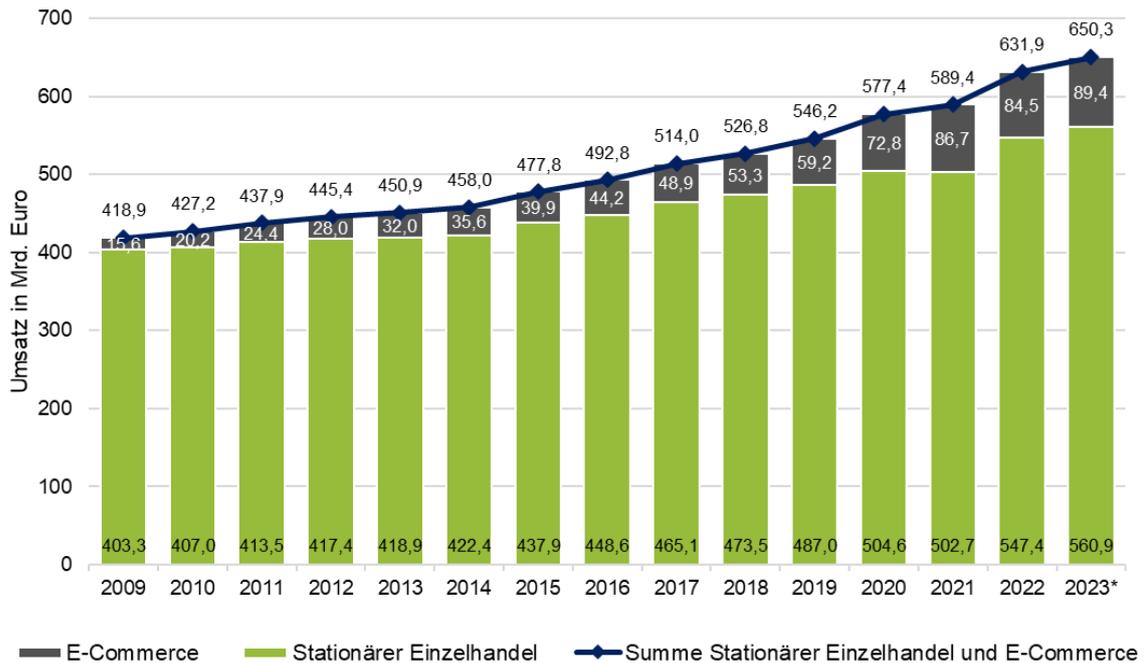


Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023)

¹³ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 07/2022)

- Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 376.000 um etwa 10 % auf rund 339.000¹⁴. Im Jahr 2020 ist ein deutlicher Rückgang der Anzahl der Betriebsstätten auf 320.000 zu verzeichnen (Schließungen aufgrund der Corona-Pandemie). Im Jahr 2021 stieg die Anzahl dann wieder an, jedoch nicht auf das Vor-Krisen-Niveau. Die IFH Köln GmbH prognostiziert in einer mittleren Prognosevariante bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie¹⁵.

Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2023)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2023 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2023; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023) * Hochrechnung

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Milliarden Euro im Jahr 2009 wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von rund 546 Milliarden Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % entspricht. Im Jahr 2022 wurde ein Gesamtumsatz von rund 632 Milliarden Euro erzielt, für das Jahr 2023 wird in der Hochrechnung ein Umsatz von rund 650 Mrd. Euro erwartet.

¹⁴ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

¹⁵ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschäftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 08/2023)

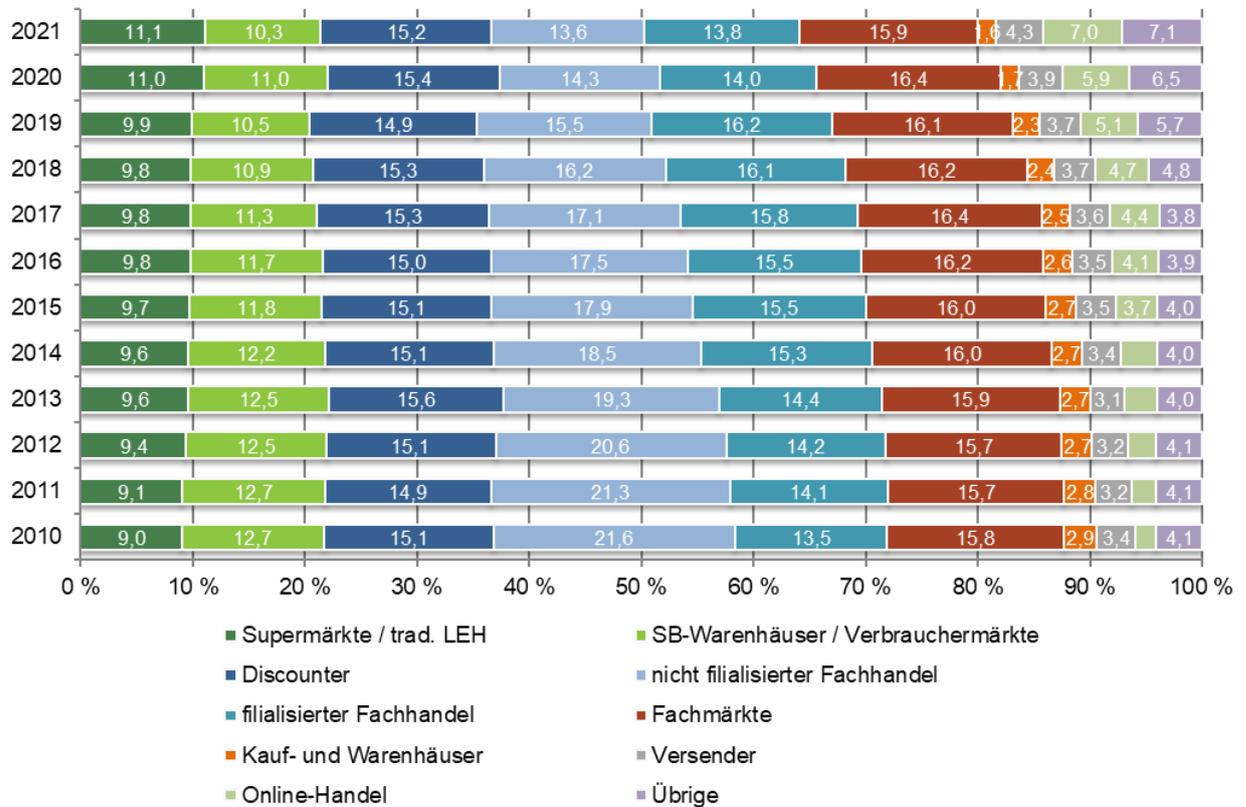
- Infolge der Corona-Pandemie kam es 2021 zu leichten **Umsatzrückgängen** im Vergleich zum Vorjahr, jedoch blieb der Umsatz auf weiterhin hohem Niveau trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel. Für das Jahr 2022 ist ein weiterer Umsatzanstieg auf ca. 630 Milliarden Euro zu verzeichnen, der damit im Bereich der jährlichen Zuwachsraten vor Corona liegt. Allerdings ist dabei auch zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsumsatz 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr wächst, preisbereinigt jedoch zwei Prozent seiner Erlöse verliert.¹⁶ Ein wesentlicher Grund der insgesamt weiterhin nominal steigenden Umsatzzahlen ist auf den Onlinehandel zurückzuführen, dessen Anteil am Gesamtumsatz sich 2022 von rund 5 % im Jahr 2010 auf ca. 16 % mehr als verdreifacht hat.
- Es lässt sich ungebrochen eine fortschreitende **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel erkennen: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2020 nur noch bei 14,3 %¹⁷. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten. Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Adler, Bonita, Esprit, Hallhuber, Promod) ablesbar.
- Die Gesamtzahl der **Einkaufszentren** ist zwischen 2010 und 2021 konstant, wenn auch langsam, gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m². Im Jahr 2022 ist jedoch kein Einkaufszentrum dazugekommen und auch die Verkaufsfläche der Bestehenden stagniert.¹⁸ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.

¹⁶ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

¹⁷ Quelle: IfH Köln GmbH, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

¹⁸ Quelle: EHI Retail Institute e. V.; Zahl der Shopping-Center in Deutschland stagniert; Abruf unter <https://www.ehi.org/news/zahl-der-shopping-center-in-deutschland-stagniert/> (Zugriff 01/2023)

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021



Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: IfH Köln GmbH, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2023)

- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sogenannte sekundäre Standortnetze) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Auch wenn diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für **Factory-Outlet-Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige, üblicherweise großflächige Anbieter, auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „neue“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark oder Decathlon, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen sich verändernde Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen und steigenden Wettbewerbsdruck. Dazu gehört vor allem die wachsende Bedeutung von **E-Commerce**¹⁹/ **Onlinehandel**, die durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und/oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und/oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, weiter zunehmen dürfte. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig steigende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Milliarde Euro im Jahr 2000 auf rund 60 Milliarden Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2021 sogar auf rund 87 Milliarden Euro ansteigen.²⁰ Nach den starken Wachstumsraten in den Coronajahren führte 2022 eine gedämpfte Nachfrage zu einem Rückgang der Onlineumsätze um 2,5 % auf rund 84,5 Milliarden Euro. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2022 einem relativen Umsatzanteil von fast 13,4 %. Für das Jahr 2023 wurde ein Anstieg auf 89,4 Milliarden Euro prognostiziert. In den ersten drei Quartalen des Jahres 2023 liegt der Umsatz entgegen der Prognose 13,7 % unter dem Vergleichswert von 2022. Diese Entwicklung begründet

¹⁹ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

²⁰ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; (HDE-Zahlenspiegel 2023)

sich in der aktuell schwachen Konsumstimmung. Eine Rückkehr zum Wachstum ist aktuell nicht zu erwarten. Zwar gibt es weiterhin eine hohe Kundenzufriedenheit und Bestellfrequenz, die die Funktionalität der Handelsform bestätigen, jedoch sind die Kaufsummen pro Bestellung gesunken. Die Entwicklung des Onlinehandels in den kommenden Jahren ist somit hauptsächlich an konjunkturelle Effekte gebunden.²¹ Der Wettbewerbsdruck auf den stationären Einzelhandel bleibt trotz der aktuell stagnierenden Umsatzentwicklung aber weiterhin hoch.

Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2022

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2022; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 01/2023)

- Wesentlichen **Anteil an der Umsatzentwicklung** haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuften Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit ca. 19 Milliarden Euro im Jahr 2021, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 16,4 Milliarden Euro (vgl. Abbildung 5). Aufgrund der Einschränkungen während der Corona-Pandemie wurden besonders in diesen Warengruppen hohe Anteile am Onlinevolumen generiert. Wenngleich diese beispielsweise in der großen Kernbranche Bekleidung zurückgegangen ist, wird immerhin noch ein Umsatzvolumen von 16,3 Milliarden Euro erreicht, was einem Anteil von rund 24 % am gesamten Onlinevolumen entspricht. In den ersten drei Quartalen des Jahres 2023 sind Umsätze der Kernbranche Bekleidung gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 17,5 % gesunken. Zweistellige Umsatzrückgänge haben u. a. auch die Warengruppen Drogerie (-15,7 %) und Lebensmittel (-13,2 %) zu verzeichnen.²²
- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Onlineshop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben. So nutzen im Jahr 2022 39 % aller Onlinekunden Click & Collect-Angebote, die einen Umsatz von 5,0 Mrd. Euro generierten (5,9 % des Onlineumsatzes gesamt)²³.

²¹ Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Pressemeldungen: 09.10.2023 Onlinehandel ohne positive Impulse; (Daten BEYONDATA GmbH 2023)

²² Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Pressemeldungen: 09.10.2023 Onlinehandel ohne positive Impulse; (Daten BEYONDATA GmbH 2023)

²³ HDE - Handelsverband Deutschland 2023: Online-Monitor 2023

- Der Onlinehandel ist affiner gegenüber Zukunftstechnologien als der stationäre Einzelhandel. So nimmt Künstliche Intelligenz (KI) bereits heute einen bedeutenden Einfluss auf den Onlinehandel. 23 % aller Unternehmen im Onlinehandel wenden KI-Systeme an, Tendenz stark steigend (+213% seit 2020)²⁴. Dies ermöglicht neben Prozessoptimierungen auch die Schaffung eines automatisierten und personalisierten Einkaufserlebnisses. Darüber hinaus bieten Technologien wie sprachgesteuertes Einkaufen, Headless Commerce oder Augmented und Virtual Reality neue Potenziale. Es bleibt abzuwarten, in welchem Ausmaß diese neuen Technologien das Einkaufsverhalten der Kunden verändern und welche Wachstumspotenziale sich daraus für den Onlinehandel ergeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Onlinehandel, aber zunehmend auch kleinformatische Angebote, die auch in dünn besiedelten, ländlichen Bereichen zum Einsatz kommen, wie beispielsweise die „Dorfladenbox“, in der zudem regionale Produkte 24/7 (bzw. 24/6) angeboten werden.

Abbildung 6: Neue Handelsformate – Smart Store 24/7



Quellen: Rewe: invidis.com; www.tegut.com; Dorfladenbox.com

- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investorinnen und Investoren sowie Betreiberinnen und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren, in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.

²⁴ HDE - Handelsverband Deutschland 2023: Online-Monitor 2023

- In der Lebensmittelbranche ist ein **nachhaltiges Onlinewachstum** zu beobachten. Gemäß HDE-Online-Monitor 2023 beläuft sich Anteil der Fast Moving Consumer Goods²⁵ am Onlinehandel auf 12,1 % bzw. rund 10 Milliarden Euro. Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

3.3 Herausforderungen für die Stadt- und Zentrenentwicklung

Mit den zuvor dargelegten Einflussfaktoren gehen strukturelle und räumliche Angebotsverschiebungen einher, die auch die räumliche Planung vor große Herausforderungen stellen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von städtischen Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene städtebauliche Strukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)

²⁵ Fast Moving Consumer Goods (FMCG) im Onlinehandel sind Konsumgüter, die sich schnell und regelmäßig verkaufen und die Verbraucher häufig nachkaufen. Diese Produkte haben typischerweise eine kurze Haltbarkeitsdauer und werden oft in großen Mengen konsumiert. Beispiele umfassen Lebensmittel, Getränke, Hygieneartikel, Haushaltsreinigungsmittel und andere Alltagsprodukte.

Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.

- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht-integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel, sowie auch im Handel mit Drogeriewaren, eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Stadtteile in größeren Städten.

4 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Gelsenkirchener Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Gelsenkirchen gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Köln GmbH.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Gelsenkirchen ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

4.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Zeitraum (Dezember 2022 – April 2023) eine flächendeckende **Vollerhebung des Gelsenkirchener Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Sie basiert auf einer flächendeckenden Begehung/Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wurde eine Lagezuordnung vorgenommen (vgl. dazu Tabelle 2). Veränderungen der Einzelhandelsstruktur (Eröffnungen und Schließungen), die sich nach dem Erhebungszeitraum ergeben haben, werden nicht berücksichtigt. Die Zahlen und Daten beziehen sich auf den Stand von April 2023, sodass die in Mitte 2023 bis Anfang 2024 erfolgten Schließungen von Primark und Kaufhof in der City sowie von meinReal an der Emscherstraße nicht berücksichtigt werden konnten. Demnach kommt es zu statistischen Abweichungen.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

- Gemäß dem Urteil des BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.
- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind insbesondere auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker+Krusse

Warengruppe	Sortimente
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren/Konditoreiwaren
	Fleischwaren

Warengruppe	Sortimente
	Getränke
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke
	Drogeriewaren
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren
	Zeitungen/Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung/Textilien	Bekleidung
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle
Schuhe/Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Sportartikel
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren/Matratzen
	Heimtextilien
	Teppiche (Einzelware)
	Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte

Warengruppe	Sortimente
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe
	Baumarktspezifisches Sortiment
	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen/Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	Erotikartikel
	Kinderwagen

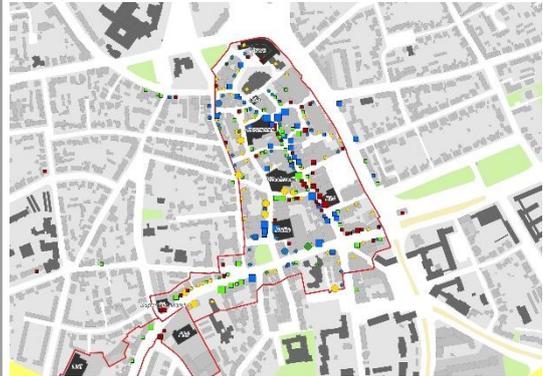
Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht-integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien**Zentrale Versorgungsbereiche**

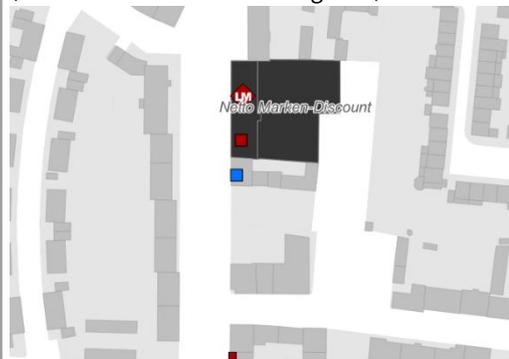
Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.

Beispiel: Zentraler Versorgungsbereich
(Hauptzentrum)

**Städtebaulich integrierte Lage**

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Gelsenkirchen integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Beispiel: städtebaulich integrierte Lage
(Lebensmittelmarkt im Wohngebiet)

**Städtebaulich nicht-integrierte Lage**

Die nicht-integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: städtebaulich nicht-integrierte Lage
(Fachmarktstandort im Gewerbegebiet)



Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse

Außerdem wurden unter Berücksichtigung der Gelsenkirchener Stadtbezirke die Betriebe folgenden Erhebungseinheiten zugeordnet:

- -Mitte
- -Nord
- -Ost
- -West
- -Süd

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Gelsenkirchener Einzelhandels im Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Stadtbezirke und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten.

4.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Gelsenkirchen und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Köln GmbH zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Gelsenkirchener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenprodukti-

vität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Gelsenkirchen. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Zentralität

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt stellt ein Kriterium für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Kommune. Die gesamtstädtische Zentralität sagt dabei jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Kommune zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu sind weitergehende Analysen erforderlich.

In der vorliegenden Untersuchung wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer auf Basis der errechneten Einzelhandelsumsätze, deren Grundlage u. a. die empirisch ermittelten Verkaufsflächen darstellen sowie dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen (in Anlehnung an IFH Köln GmbH) berechnet. Somit hat diese Berechnungsmethode einen eindeutigen lokalen Bezug zur aktuellen Situation in der Stadt Gelsenkirchen und bildet die Situation realitätsnah ab. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin. Eine Abweichung unterhalb des Basiswertes dagegen zeigt mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der Stadt auf. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

4.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Gelsenkirchen im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Auch im Einzelhandelskonzept von 2015 ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Die vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte²⁶
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund einschlägiger Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

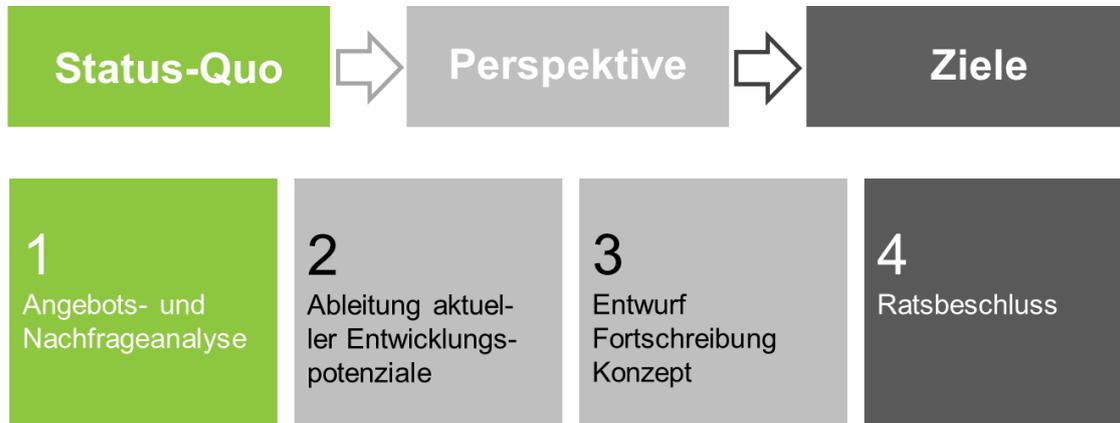
4.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 7): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Gelsenkirchen zum Status quo, die Darstellung und Bewertung von Entwicklungsperspektiven (Potenziale/Strategien) und die Entwicklung einer künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzept (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung). Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Rat der Stadt. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Das Konzept stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für

²⁶ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert es Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

Abbildung 7: Untersuchungsaufbau



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines städtebaulichen Konzeptes zur Einzelhandelsentwicklung hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess mit einzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzeptes, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solch fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Folgende Beteiligungsformate wurden im Rahmen der Erarbeitung durchgeführt:

- 3 Projektbegleitende Workshops unter Beteiligung der zuständigen Vorstände und Fachreferate der Stadt Gelsenkirchen, der Politik, der IHK Nord Westfalen, des Handelsverbandes NRW Westfalen-West e.V., der Handwerkskammer Münster, der Bezirksregierung Münster, des Regionalverbandes Ruhr sowie des Citymanagement GE-City (07.06.2023; 28.11.2023; 26.03.2024)
- Interne Abstimmungsgespräche mit dem Arbeitskreis Einzelhandel
- Diskussion mit einer vorstandsbereichsübergreifenden Arbeitsgruppe
- Gespräche mit den Expansionsleitungen der in Gelsenkirchen vorhandenen filialisierten Lebensmittelmarkt- und Drogeriemarktanbieter

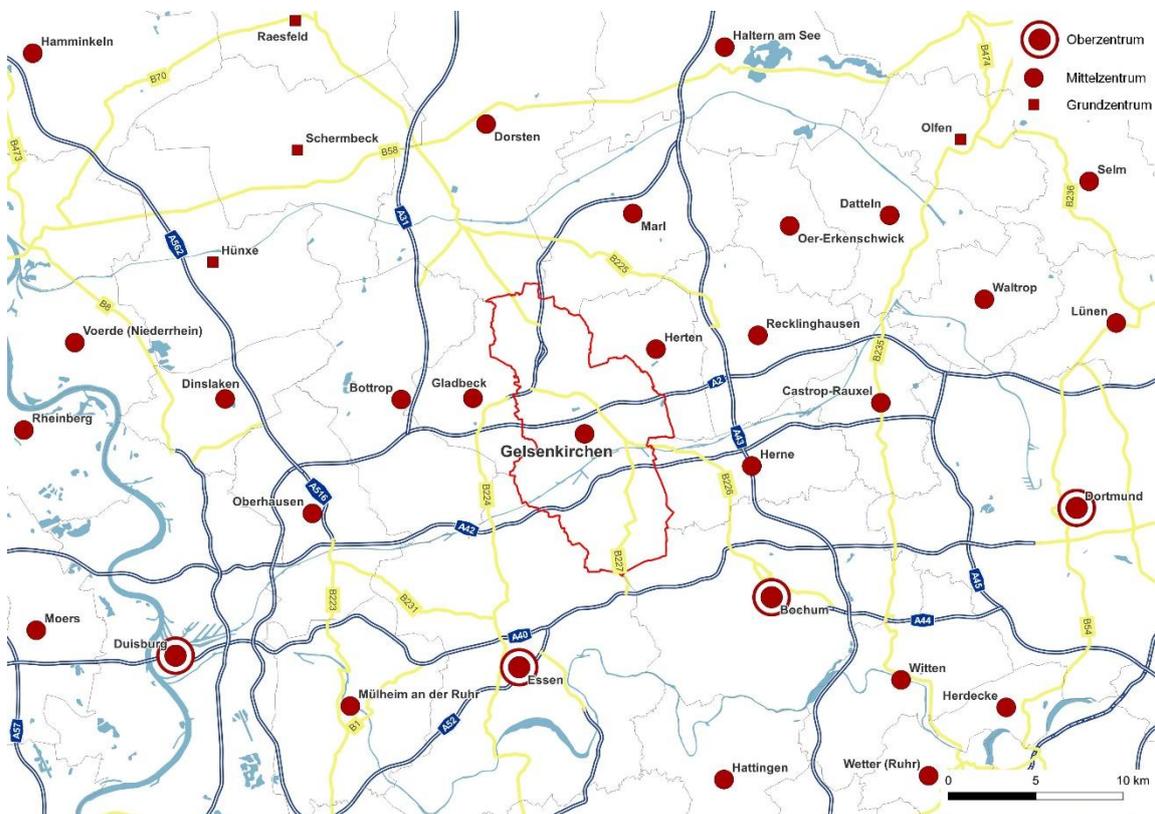
5 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur Gelsenkirchen

Zur Einordnung der Stadt Gelsenkirchen hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Gelsenkirchen auswirken können.

5.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die kreisfreie Stadt Gelsenkirchen ist eingebettet in den polyzentralen Verflechtungsraum Ruhrgebiet und fungiert landesplanerisch als **Mittelzentrum im Ballungskern**. In direkter Nachbarschaft befinden sich mit Bochum und Essen zwei Oberzentren sowie die Mittelzentren Gladbeck, Dorsten, Marl, Herten und Herne, so dass das regionale Wettbewerbsumfeld als sehr ausgeprägt zu charakterisieren ist (vgl. Karte 1).

Karte 1: Lage im Raum und zentrale Orte



Quelle: Darstellung Junker+Krusse; Grundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Gleichzeitig profitiert die Stadt Gelsenkirchen auch von der zentralen Lage im Ballungsraum Ruhr sowie den hier existierenden intensiveren Pendelbeziehungen und leistungsfähigen verkehrsinfrastrukturellen Rahmenbedingungen. Durch insgesamt zehn Autobahnan-schlüsse und zwei Bundesstraßen ist die Stadt an das überregionale Straßennetz sehr gut angebunden. Daneben besitzt die Stadt einen guten Anschluss an das Netz des Schienen-personennahverkehrs in Richtung Essen, Dortmund, Oberhausen und Düsseldorf. Komplet-tiert wird die sehr gute verkehrliche Infrastruktur durch das Angebot der Stadtbahnlinien beispielsweise nach Essen sowie durch weitere regionale Busverbindungen in die benach-barten Städte und Gemeinden.

Die polyzentrale Struktur des Ruhrgebiets setzt sich innerhalb des Gelsenkirchener Sied-lungsgefüges kleinräumig fort. Die Stadt entstand in ihrer heutigen Form durch Eingemein-dung bzw. den Zusammenschluss mehrerer bis dahin selbstständiger Ortschaften; ihre heu-tige Ausdehnung hat sie durch den Zusammenschluss von Gelsenkirchen und Buer im Jahr 1928 erhalten. Gelsenkirchen ist als bedeutender Industrie- und Wirtschaftsstandort Sitz bekannter Großunternehmen und mit der Hochschule Westfalen auch Hochschulstandort.

5.2 Bevölkerung und räumliche Gliederung

Die Stadt Gelsenkirchen verfügt zum Untersuchungszeitpunkt im Jahr 2023 über ca. 272.150 Einwohnerinnen und Einwohner²⁷, die sich auf fünf Stadtbezirke und achtzehn sta-tistische Bezirke verteilen (vgl. Tabelle 3 und Karte 2).

Tabelle 3: Bevölkerungszahlen der Stadt Gelsenkirchen nach Stadtbezirken im Jahr 2023

Stadtbezirk	Bevölkerung
Mitte	97.800
Nord	57.950
Ost	40.750
Süd	40.450
West	35.200
Gesamtstadt	272.150

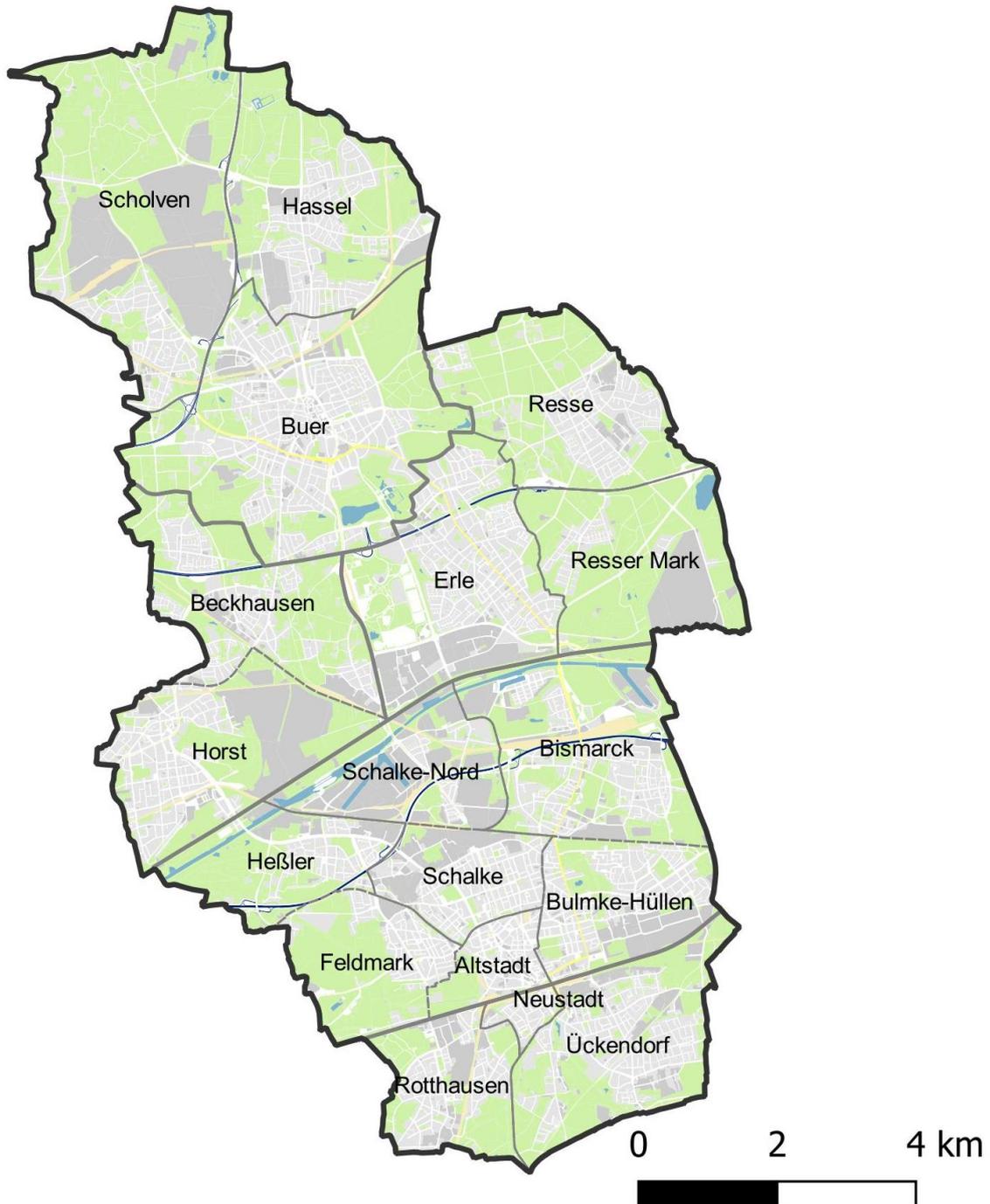
Quelle: Einwohnerdaten der Stadt Gelsenkirchen, R3/1, Statistik & Monitoring, Einwohnerdatenbank; Stand: 31. Dezember 2023.

Das Stadtgebiet umfasst dabei eine Fläche von rund 105 km². Gegenüber dem Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzepts 2015 (Bevölkerungsdaten vom 31.12.2013), als die Stadt Gelsenkirchen rd. 258.000 Einwohnerinnen und Einwohner verzeichnete, hat die Bevölkerung um knapp 5,5 % zugenommen. Den stärksten Rückgang verzeichnete der

²⁷ Quelle: Stadt Gelsenkirchen, R3/1, Statistik & Monitoring, Einwohnerdatenbank; Stand: 31. Dezember 2023.

Stadtbezirk Ost mit rund 0,1 %, während der Stadtbezirk Mitte mit rund 10,3 % den größten Bevölkerungszuwachs verzeichnete.

Karte 2: Räumliche Gliederung und Siedlungsstruktur der Stadt Gelsenkirchen



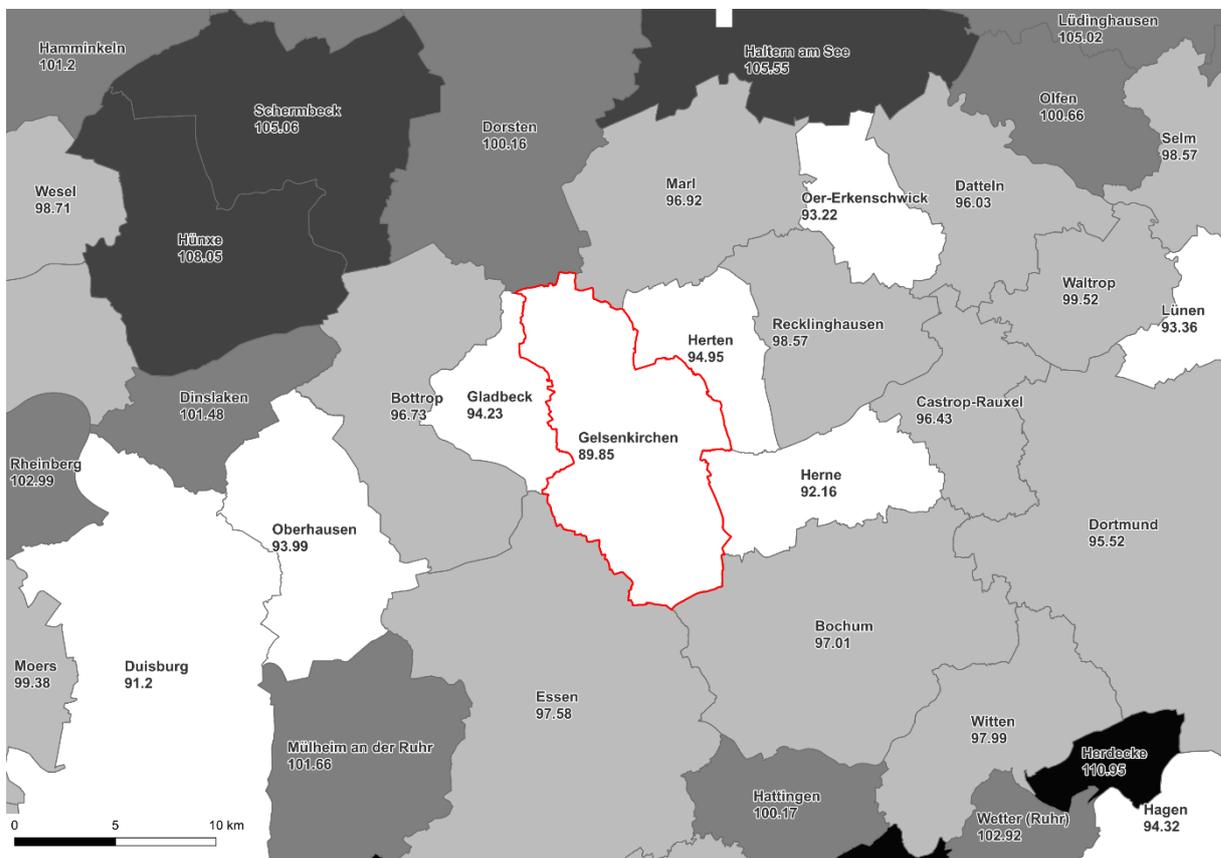
Quelle: Darstellung Junker+Kruise; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023

5.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Sekundärstatistische Einordnung

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern²⁸ lässt sich ein Vergleich des Gelsenkirchener Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Karte 3 zeigt, dass im Hinblick auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer die Stadt Gelsenkirchen im Vergleich zu ihren Nachbarkommunen unterdurchschnittlich aufgestellt ist, wobei in der Region ein Süd-Nord-Gefälle erkennbar ist: Die nördlichen Kommunen des Ruhrgebietes weisen überwiegend ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau auf, die südlichen Umlandkommunen ein überdurchschnittliches.

Karte 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Gelsenkirchen und den umliegenden Kommunen



Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2022; Darstellung Junker + Kruse

²⁸ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln ermitteln diesen Schätzwert für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten Einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen für die Stadt Gelsenkirchen beträgt bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 89,85 (2022) rund 1.761,9 Mio. Euro (vgl. dazu auch Kapitel 6.2). Anhand der Bevölkerungszahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und differenziert nach Warengruppen ermitteln. Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Gelsenkirchen stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Gelsenkirchen 2022 in Mio. Euro nach Branchen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (gesamt)			Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil
Nahrungs- und Genussmittel	2.838	772,4	43,8	2.648	720,7	49,6
Blumen (Indoor)/Zoo	123	33,5	1,9	106	28,8	2,0
Gesundheit und Körperpflege	448	122,0	6,9	407	110,6	7,6
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	180	49,1	2,8	136	37,0	2,5
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.590	976,9	55,4	3.296	897,0	61,8
Bekleidung/Textilien	409	111,4	6,3	215	58,6	4,0
Schuhe/Lederwaren	116	31,5	1,8	67	18,2	1,3
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	83	22,6	1,3	66	18,0	1,2
Spielwaren/Hobbyartikel	127	34,6	2,0	60	16,3	1,1
Sport und Freizeit	176	48,0	2,7	132	35,9	2,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	911	248,1	14,1	540	147,0	10,1
Wohneinrichtung	142	38,5	2,2	92	25,1	1,7
Möbel	338	92,1	5,2	300	81,7	5,6
Elektro/Leuchten	175	47,7	2,7	100	27,2	1,9
Elektronik/Multimedia	401	109,2	6,2	221	60,1	4,1
medizinische und orthopädische Artikel	85	23,2	1,3	71	19,2	1,3

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (gesamt)			Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil
Uhren/Schmuck	56	15,3	0,9	44	12,0	0,8
Baumarktsortimente	505	137,5	7,8	448	122,0	8,4
Gartenmarktsortimente	117	31,8	1,8	107	29,2	2,0
überwiegend langfristiger Bedarf	1.821	495,5	28,1	1.383	376,5	25,9
Sonstiges	152	41,5	2,4	115	31,3	2,2
Gesamt	6.474	1.761,9	100	5.334	1.451,8	100

Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2022; Darstellung Junker + Kruse

Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit 772,4 Mio. Euro bzw. 43,8 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Baumarktsortimente (137,5 Mio. Euro bzw. 7,8 %), Gesundheits- und Körperpflegeartikel (122,0 Mio. Euro bzw. rund 7 %) und Bekleidung (111,4 Mio. Euro bzw. 6,9 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Elektronik/Multimedia sowie Möbel.

Von den gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkräften sind jedoch nur 82,4 % für den stationären Einzelhandel relevant. Der restliche Anteil wird hauptsächlich vom Onlinehandel gebunden (vgl. Kapitel 3.2). Die einzelnen Warengruppen sind unterschiedlich stark vom Onlinehandel betroffen. Während bei der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel noch 93,3 % auf den stationären Einzelhandel entfallen, liegt dieser Wert bei den Warengruppen Bekleidung (52,6 %), Spielwaren/Hobbyartikel/Babyausstattung (47,2 %) und Elektronik/Multimedia (55,0 %) bei etwa der Hälfte.

6 Bestandsaufnahme und -analyse

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel aufgeführten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die aktuellen Einzelhandelsstrukturen in Gelsenkirchen sowie ihre Entwicklung in den vergangenen Jahren analysiert. Hierfür findet zunächst eine gesamtstädtische Betrachtung statt. Danach erfolgen in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Nahversorgungssituation im Stadtgebiet.

6.1 Einzelhandelsangebot in Gelsenkirchen

Zum Erhebungszeitpunkt (Dezember 2022 – April 2023) stellen sich die relevanten Kennwerte des Gelsenkirchener Einzelhandels wie folgt dar:

- Es existieren **1.224 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **350.400 m² (ohne Leerstände)**. Gegenüber dem Jahr 2015 bedeutet dies einen Rückgang der Verkaufsfläche um 7,7 % bei einer gleichzeitig rückläufigen Betriebszahl (-7,6 %).
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt bei rund **286 m²**. Sie ist in den vergangenen Jahren konstant geblieben (2010: 287 m²).
- Die **Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **1,29 m²**. Sie ist seit dem Jahr 2015 (1,47) infolge rückläufiger Verkaufsfläche und wachsender Bevölkerung um 12,4 % gesunken.
- Dem in der Stadt Gelsenkirchen vorhandenen **stationären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von ca. **1,45 Mrd. Euro** steht ein geschätztes Jahresumsatzvolumen von **1,15 Mrd. Euro** gegenüber. Das Kaufkraftpotenzial ist mit einem Zuwachs von 12,5 % deutlich stärker gestiegen als der lokale Umsatz mit +2,6 %.
- **Die gesamtstädtische Zentralität**, als das Verhältnis des Umsatzes zur lokal vorhandenen (stationären), einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, errechnet sich für die Stadt Gelsenkirchen zu 0,79, was auf nach wie vor vergleichsweise hohe Kaufkraftabflüsse hindeutet. Im Jahr 2015 lag dieser Wert noch bei 0,87 (Rückgang um 8,8 %).
- Infolge der steigenden Bevölkerungszahl sowie einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bei rückläufigen Betriebsanzahlen und Verkaufsflächen und einem leicht gestiegenen einzelhandelsrelevanten Umsatz errechnet sich für das Jahr 2023 eine gegenüber dem Jahr 2015 deutlich vergrößerte **Flächenproduktivität** des Einzelhandels von knapp **3.290 Euro pro m²** (gegenüber rd. 2.960 Euro / m²).

Tabelle 5 gibt einen Überblick über die wesentlichen einzelhandelsrelevanten Kennwerte im zeitlichen Vergleich.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kennwerte der Stadt Gelsenkirchen 2015 und 2022 im Vergleich (gerundete Angaben)

	2015	2022/23	Veränderung
Einwohnerinnen und Einwohner	258.000	272.150	+ 5,5%
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (stationär) in Mio. Euro	1.290	1.452	+ 12,5%
Umsatzvolumen in Mio. Euro	1.123	1.152	+ 2,6%
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe	1.325	1.224	-7,6%
Gesamtverkaufsfläche in m ²	379.450	350.400	- 7,7%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m ²	287	286	- 0,3%
Verkaufsflächenausstattung in m ² pro Einwohner	1,47	1,29	- 12,4%
Zentralität	0,87	0,79	- 8,8%

Quellen: Stadt Gelsenkirchen 2015 und 2022/23, eigene Erhebungen 2014 und 2022/23; IFH Retail Consultants GmbH, Köln, 2022

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Gelsenkirchener Einzelhandels, untergliedert nach Warengruppen, 2022/23 wie folgt (vgl. Tabelle 6) dar.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Gelsenkirchen nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	102.200	29,2	525
Blumen / Zoologische Artikel	11.700	3,3	45
Gesundheit und Körperpflege	17.800	5,1	83
PBS / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	6.800	1,9	32
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	138.500	39,5	685
Bekleidung	39.500	11,3	136
Schuhe / Lederwaren	6.250	1,8	13
GPK / Haushaltswaren	10.500	3,0	28

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Spielwaren / Hobbyartikel	6.150	1,8	19
Sport und Freizeit	8.050	2,3	24
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	70.500	20,1	220
Wohneinrichtung	14.000	4,0	43
Möbel	29.600	8,4	41
Elektro / Leuchten	7.050	2,0	16
Elektronik / Multimedia	4.900	1,4	53
Medizinische und orthopädische Artikel	4.700	1,3	59
Uhren / Schmuck	2.350	0,7	38
Baummarktsortimente	50.600	14,4	51
Gartenmarktsortimente	27.850	7,9	14
Überwiegend langfristiger Bedarf	141.000	40,2	315
Sonstiges	400	0,1	4
Summe	350.400	100	1.224

Quelle: Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Gelsenkirchen, Dezember 2022 bis April 2023. Abweichungen zu anderen Tabellen sind rundungsbedingt. Abkürzungen siehe Abkürzungsverzeichnis

Das Einzelhandelsangebot in Gelsenkirchen weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

- Insgesamt rd. 40 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den Warengruppen der überwiegend **kurzfristigen Bedarfsstufe** vorgehalten. Hierbei tritt – vergleichbar der Verteilung in anderen Kommunen – die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel quantitativ hervor.
- Mit rund **102.200 m²** entfällt knapp 30 % der Gesamtverkaufsfläche in Gelsenkirchen auf die nahversorgungsrelevante **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**, die damit den größten Einzelanteil in Gelsenkirchen aufweist. Auch der größte Teil der Betriebe (**525 Betriebe**) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen (106 Betriebe im gesamten Stadtgebiet). Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in dieser Warengruppe von ca. **0,38 m² pro Einwohnerinnen und Einwohner** liegt leicht unterhalb des bundesdurchschnittlichen Orientierungswertes von etwa 0,40 - 0,45 m² pro Einwohner. Dies liegt nicht zuletzt an den nicht selten vergleichsweise kleinen Betriebsgrößen der verschiedenen Lebensmittelanbieter.

- Mit zwei SB-Warenhäusern, sechs Verbrauchermärkten, 22 Supermärkten und 56 Lebensmitteldiscountern, diversen Getränkefachmärkten sowie zahlreichen Lebensmittel-läden und Betrieben des Lebensmittelhandwerks, besteht im Lebensmittelbereich ein breites Spektrum unterschiedlicher Betriebsformen, was – von der räumlichen Verteilung losgelöst – insgesamt auch auf eine quantitativ gute Angebotsausstattung schließen lässt. Hinsichtlich der Angebotszusammensetzung zeigt sich jedoch eine **ablesbare Discounterlastigkeit**.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Gelsenkirchen wider. Rund **17.800 m²** Verkaufsfläche entfällt auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege, die sich im Stadtgebiet auf zahlreiche Apotheken, Drogeriemärkte und Parfümerien sowie die Randsortimente der größeren Lebensmittelanbieter verteilt.
- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** entfällt mit rund 70.500 m² Verkaufsfläche 20,1 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Erwartungsgemäß bildet das innerstädtische Leitsortiment **Bekleidung** hier mit rund **39.500 m²** Verkaufsfläche den quantitativen Angebotsschwerpunkt. Der Großteil des Angebots findet sich in den beiden Gelsenkirchener Hauptzentren wieder. Neben den flächenmäßig größten Betrieben innerhalb der Gelsenkirchener Hauptzentren (u. a. C&A, TK Maxx, Müller) umfasst das Angebot auch eine Vielzahl kleinteilig strukturierter sowohl inhabergeführter als auch filialisierter Betriebe in Haupt-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie in sonstigen integrierten Lagen.
- Mit rund **141.000 m²** Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen der überwiegend **langfristigen Bedarfsstufe** mit rd. 40 % den quantitativ höchsten Stellenwert im Gelsenkirchener Stadtgebiet ein. Mit 315 Betrieben liegt der Anteil hierbei jedoch bei gerade einmal 26 %. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen vor allem die Warengruppen **Möbel** mit rund **29.600 m²** Verkaufsfläche und der Bau- und Gartenmarktsortimente mit rd. 78.500 m² Verkaufsfläche deutlich hervor (zusammen rd. 22,3 % der Gesamtverkaufsfläche). Der Großteil des Angebotes konzentriert sich dabei auf die Ergänzungsstandorte Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße und Grothusstraße mit den Fachmärkten Poco und Hellweg..

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Stadt Gelsenkirchen ein Spektrum über alle Warengruppen umfasst. Die Verkaufsfläche ist, ebenso wie die Zahl der Einzelhandelsbetriebe, dem allgemeinen Trend folgend zurückgegangen. Zur weiteren Bewertung dieses quantitativen Angebotes im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind neben quantitativen Betrachtungen qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentral sowie nachfrageseitige Entwicklungen zu berücksichtigen.

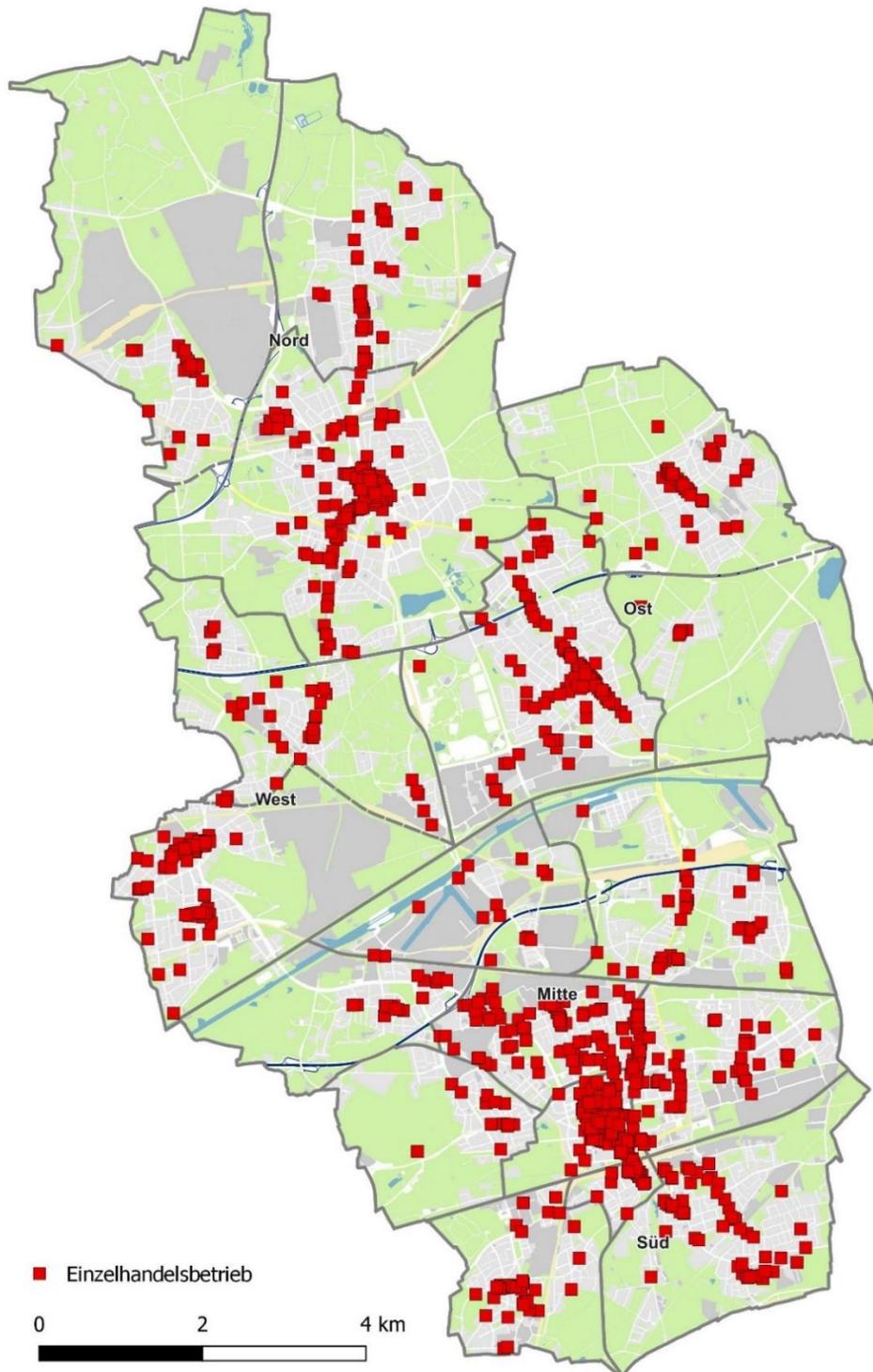
Leerstandssituation

- Zum Erhebungszeitpunkt im Jahr 2022/23 bestanden im Stadtgebiet **413 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer geschätzten **Verkaufsfläche** von rd. **45.500 m²**. Die Leerstandsquote, bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Gesamtstadt, errechnet sich auf Basis dieser Werte zu 11,5 %. Die Leerstandsquote bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale liegt bei 25,2 % und erreicht damit einen Anteil, der weit über den derzeit vorhandenen Fluktuationsraten, insbesondere von Großstädten liegt (Vor-Corona-Zeit: bis zu 10%; aktuell: 15 bis maximal 20%).
- Im Vergleich zu den Leerstandszahlen aus dem Jahr 2015 lässt sich feststellen, dass die Leerstandsquote bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale von rund 26 % auf 25 % zwar leicht gesunken ist, sie ist aber immer noch überdurchschnittlich.
- Die Leerstandsquoten bezogen auf die Verkaufsflächen seit 2015 sind von rund 10 % auf rund 12 % gestiegen.
- Hinzu kommt, dass nach dem Erhebungszeitraum weitere Betriebe in Gelsenkirchen geschlossen haben. Das betrifft u.a. auch großflächige Betriebe wie Galeria (Schließung in 06/23), Primark (Schließung in 10/23) und MeinReal (Schließung in 04/24). Diese Betriebe bleiben in der Statistik jedoch erhalten.
- Insgesamt muss somit in Gelsenkirchen ein strukturelles Leerstandsproblem festgestellt werden.

6.1.1 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes in Gelsenkirchen

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist, insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung, von grundlegender Bedeutung.

Karte 4: Lage der Einzelhandelsbetriebe im Gelsenkirchener Stadtgebiet



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023; ALKIS NRW 2023

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kennwerte nach Stadtbezirken 2022

Stadtbezirk	Anzahl der EH-Betriebe	Gesamtverkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)	Durchschnittliche Betriebsgröße (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Mitte	508	131.750	1,35	259	473	0,91
Nord	292	73.550	1,27	252	248	0,80
Ost	177	74.600	1,83	421	226	1,04
Süd	117	32.700	0,81	279	109	0,51
West	130	37.800	1,07	291	95	0,51
Gesamt*	1.224	350.400	1,29	286	1.152	0,79

* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen. Quelle: Berechnungen Junker + Kruse auf Basis der Erhebung 2022/2023

- Mit **508 Betrieben** und rd. **131.750 m² Gesamtverkaufsfläche** befindet sich ein deutlicher quantitativer Verkaufsflächenschwerpunkt im **Stadtbezirk Mitte**, in dem das Hauptzentrum City eine dominante Rolle einnimmt. Die Zentralität des Stadtbezirks Mitte liegt mit 0,91 deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt, jedoch noch unter der Zentralität der Stadtbezirke Ost und West. Der Angebotsschwerpunkt liegt erwartungsgemäß auf den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung, welche überwiegend im Zentrum innerhalb verdichteter Strukturen umgesetzt werden. Insgesamt befinden sich rd. 40 % aller Betriebe des Stadtbezirks innerhalb des größten Gelsenkirchener Zentrums. Die restlichen Betriebe des Stadtbezirks verteilen sich auf weitere Zentren, u. a. auf verschiedene Nahversorgungszentren. Neben diesen typisch innerstädtischen und zentralen Strukturen finden sich in Gelsenkirchen-Mitte auch Standorte des großflächigen Einzelhandels, wie beispielsweise im Bereich der Grothusstraße. Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Einwohner liegt in Gelsenkirchen-Mitte mit 1,35 m² knapp über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 1,29 m².
- Der **Stadtbezirk Nord**, in dem sich das zweite Hauptzentrum Gelsenkirchen Buer befindet, weist nach dem Stadtbezirk Mitte den zweithöchsten Umsatz sowie die zweitmeisten Betriebe auf. Die Zentralität liegt mit 0,8 über dem gesamtstädtischen Durchschnitt.
- Die Stadt Gelsenkirchen besitzt mit den beiden **Hauptzentren City** und **Buer** zwei große Angebotsstandorte und Innenstädte, die zusammen rd. 75.500 m² Verkaufsfläche auf sich vereinen können. Dies ist somit rd. ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet und zeigt die besondere bipolare Zentrenstruktur in Gelsenkirchen. Quantitativer Schwerpunkt ist nach wie vor die Gelsenkirchener City mit rd. 52.600 m² Verkaufsfläche. Hingegen besitzt die Bueraner Innenstadt weniger als die Hälfte dieser Fläche (rd. 22.900 m² Verkaufsfläche). 2015 wiesen beide Hauptzentren zusammen noch eine Verkaufsfläche von 97.300 m² auf. Der prozentuale Verkaufsflächenrückgang ist in den Hauptzentren mit 22,4 % deutlich höher als in der Gesamtstadt.
- Der **Stadtbezirk Ost** weist in Relation zu seinem Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial die höchsten Verkaufsflächen- und Umsatzvolumina auf. Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb fällt hier mit 421 m² am höchsten aus. Bei einer Zentralität von

1,04 wird im Bezirk ein Umsatz in leicht über der Höhe des lokalen, stationären, einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens getätigt. Der Stadtbezirk weist demnach die höchste Zentralität auf. Diese ungewöhnlich hohe Zentralität begründet sich in den Verkaufsflächenzahlen des **Ergänzungsstandortes Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße**, der mit rund **20.000 m² Verkaufsfläche** für über 54 % des Umsatzes des Stadtbezirkes Ost verantwortlich ist.

- Der **Stadtbezirk Süd** hat die größten Abflüsse einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zu verzeichnen mit einer Zentralität von 0,51. Das begründet sich u.a. auch durch die unmittelbare Nähe zu den Oberzentren Essen und Bochum. Zudem fällt der Bezirk durch die geringste Anzahl der Betriebe (117) sowie den mit Abstand geringsten Umsätzen (109 Mio. Euro) und Verkaufsflächenausstattung (0,81) im gesamtstädtischen Vergleich auf.
- Der **Stadtbezirk West** weist die zweitgeringsten Betriebszahlen und Gesamtverkaufsfläche sowie die niedrigsten Umsätze auf. Die Zentralität liegt mit 0,51 deutlich unter dem gesamtstädtischen Wert.

Angebotsituation nach Lagen

Im Zuge der Erhebung der Gelsenkirchener Einzelhandelsbetriebe wurden diese in die drei Lagekategorien zentraler Bereich, städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht-integrierte Lage (einschließlich der Lagekategorie Ergänzungsstandorte) unterteilt. Zu der Kategorie Ergänzungsstandorte gehören die großflächigen – überwiegend nicht-zentrenrelevanten – nicht-integrierten Einzelhandelsstandorte in der Buschgrundstraße, Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße, und Grothusstraße. Ein besonderes Augenmerk im Rahmen der Fortschreibung gilt daher der Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots hinsichtlich der städtebaulichen Lage (siehe Tabelle 8) und ihrer Änderung.

Tabelle 8: Verkaufsflächen der Betriebe in Gelsenkirchen nach Warengruppen (in m²)

Warengruppe	Verkaufsflächen			Gesamt
	zentrale Versorgungsbe- reiche*	städttebaulich integrierte Lage	städttebaulich nicht-integrierte Lage	
Nahrungs- und Genussmittel	28.050	39.940	34.210	102.190
Blumen / Zoologische Artikel	1.970	2.520	7.230	11.720
Gesundheit und Körperpflege	10.100	4.690	3.010	17.790
PBS / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	4.110	1.470	1.210	6.800
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	44.220	48.620	45.660	138.500
Bekleidung	36.010	2.360	1.140	39.510
Schuhe / Lederwaren	5.690	170	380	6.250
GPK / Haushaltswaren	5.710	1.870	2.940	10.520
Spielwaren / Hobbyartikel	3.590	1.090	1.460	6.140

Warengruppe	Verkaufsflächen			Gesamt
	zentrale Versorgungsbe- reiche*	städtebaulich integrierte Lage	städtebaulich nicht-integrierte Lage	
Sport und Freizeit	2.590	1.300	4.180	8.070
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	53.590	6.790	10.100	70.480
Wohneinrichtung	6.020	2.150	5.850	14.020
Möbel	3.330	3.550	22.710	29.590
Elektro / Leuchten	1.510	2.710	2.800	7.030
Elektronik / Multimedia	3.210	1.160	520	4.880
Medizinische und orthopädische Artikel	4.000	700	-	4.700
Uhren / Schmuck	1.990	350	10	2.350
Baumarktsortimente	1.070	2.610	46.900	50.570
Gartenmarktsortimente	300	1.400	26.160	27.860
Überwiegend langfristiger Bedarf	21.440	14.630	104.940	141.000
Sonstiges	50	360	-	410
Summe	119.300	70.400	160.700	350.390

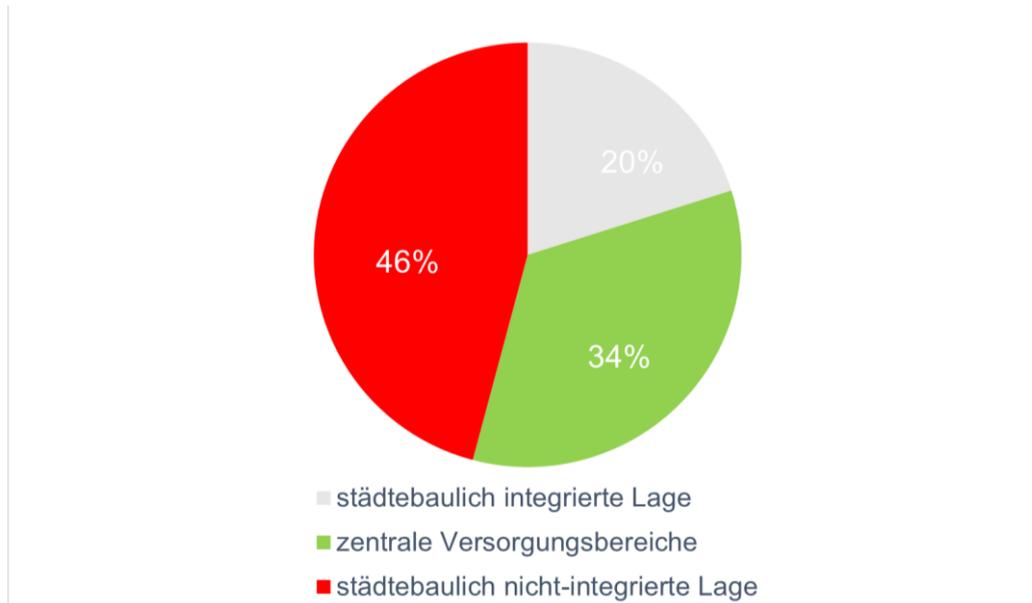
Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Gelsenkirchen, Dezember 2022 bis April 2023. Abweichungen zu anderen Tabellen / Abbildungen sind rundungsbedingt

* Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Gelsenkirchen 2025 berücksichtigt

- Aktuell entfallen in Gelsenkirchen etwa 46 % der Verkaufsflächen auf städtebaulich nicht-integrierte Lagen, rund 34 % auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die restlichen 20 % auf integrierte Lagen (vgl. Abbildung 8). Seit dem Jahr 2015 gab es insbesondere in der Standortkategorie der integrierten Lagen einen Zuwachs bei der Verkaufsfläche von rd. 56 %. Die Verkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen sind mit -30% deutlich gesunken, während sie in nicht-integrierten Lagen mit -2 % ebenfalls zurückgegangen sind.
- Die Relevanz der Ergänzungsstandorte kommt hier besonders zum Vorschein. Mit lediglich 3 % der Betriebe befindet sich dort allerdings rund ein Fünftel (58.200 m²) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Bei Betrachtung der warengruppenspezifischen Angebotsstruktur dieser Standorte wird deutlich, dass hier vor allem nicht-zentrenrelevante Sortimente der Warengruppen Möbel und Baumarktsortimente anzutreffen sind. Dennoch gibt es auch größere Anteile in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und somit auch typische zentrenrelevante Angebote. Überwiegend stellen sich jedoch diese Standorte trotz ihrer städtebaulich nicht-integrierten Lage als unproblematisch – bis auf die zentrenrelevanten Randsortimente – dar und stellen auch keine Konkurrenz zu den beiden Hauptzentren dar.

- Die Situation der städtebaulich nicht-integrierten Lagen ist in Bezug auf die Anzahl der Betriebe positiv zu bewerten. Mit nur rund 12 % (104) der Betriebe in nicht-integrierten Lagen ist in Gelsenkirchen eine klare Konzentration der Einzelhandelsbetriebe auf die zentralen Versorgungsbereiche oder sonstige integrierte Lagen zu erkennen.

Abbildung 8: Verkaufsfläche nach Lage

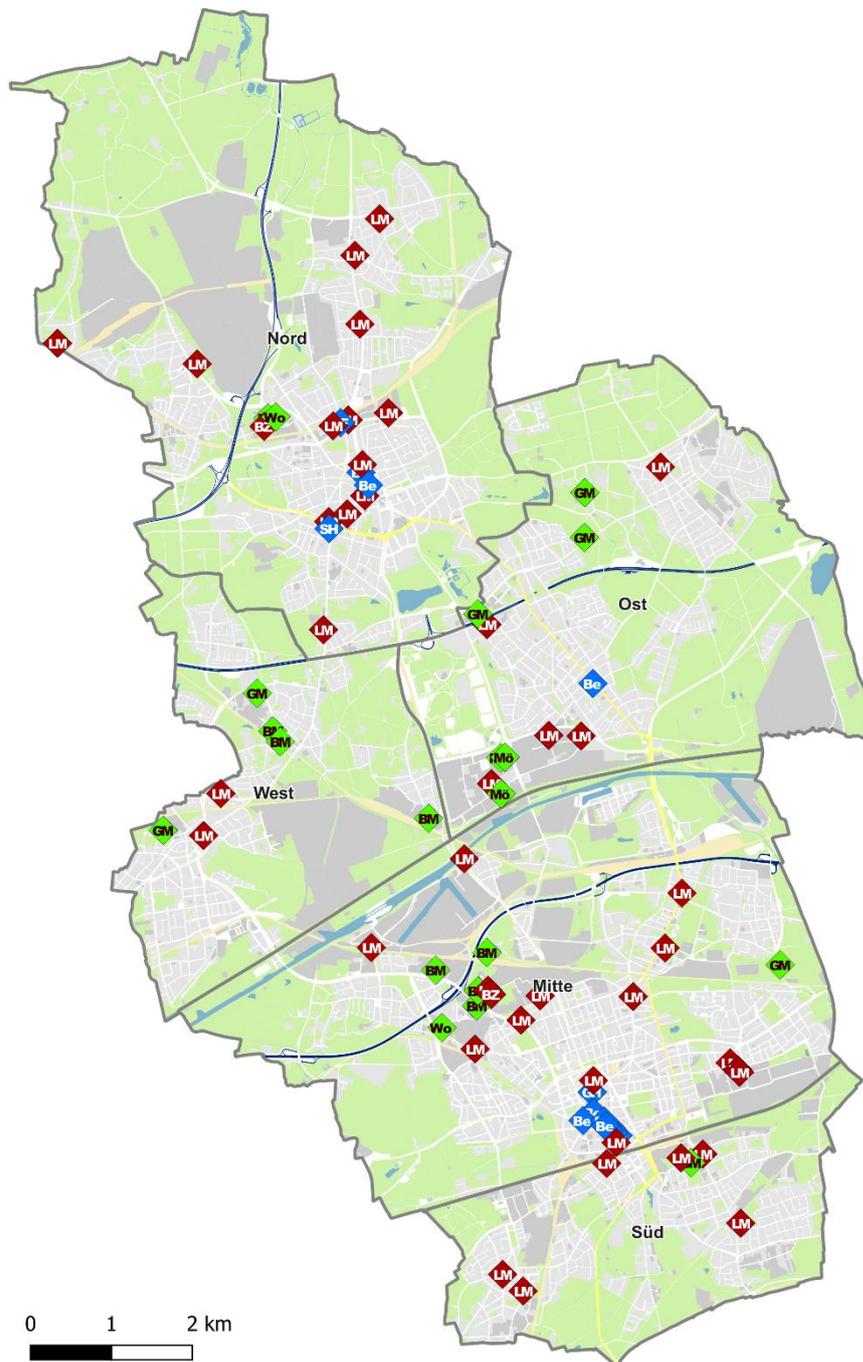


Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Gelsenkirchen, Dezember 2022 bis April 2023.

6.1.2 Großflächiger Einzelhandel

Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u. a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m².²⁹

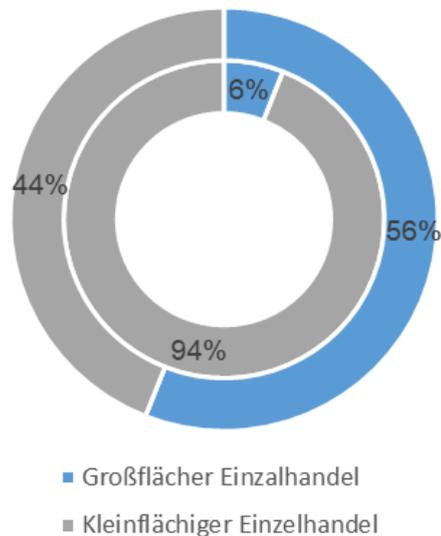
Karte 5: Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche) im Gelsenkirchener Stadtgebiet



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023; ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Zum Zeitpunkt der Erhebung existierten in Gelsenkirchen **77** großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund **197.700 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund **6 %** aller Anbieter darstellen, vereinen sie rund **56 %** der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Gelsenkirchen (vgl. Abbildung 9). Die sortimentspezifischen Schwerpunkte liegen, entsprechend der verkaufsflächenintensiven Betriebsformen, in den Warengruppen Möbel und der Baumarkt- und Gartenmarktsortimente sowie aufgrund der natürlich hohen Nachfrage in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Die größten Anbieter in Gelsenkirchen sind die Anbieter Hornbach mit rund 14.000 m², Poco mit rund 11.800 m² sowie Hellweg mit rund 10.500 m² Verkaufsfläche. Neben den beiden Hauptzentren zeigen sich räumliche Konzentrationen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bei den Ergänzungsstandorten Buschgrundstraße, Grothusstraße sowie Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße. Zahlreiche der eben aufgeführten großflächigen Betriebe, u. a. Poco und Hornbach, finden sich in diesen Lagen.

Abbildung 9: Verteilung Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023.

Innenkreis: Gesamtanzahl der Betriebe

Außenkreis: Gesamtverkaufsfläche

Darüber hinaus befinden sich zahlreiche Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt, insbesondere in den beiden Hauptzentren, in denen insgesamt 20 Betriebe vorhanden sind. Hier dominiert diesbezüglich die Hauptwarengruppe Bekleidung mit insgesamt 11 großflächigen Betrieben.

6.1.3 Nahversorgungssituation – gesamtstädtisch

Einen besonderen Stellenwert in der Einzelhandelsstruktur nehmen die im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge bedeutenden Nahversorgungsbetriebe, auch in solitären Lagen, ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang **die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen**

des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, **die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden** (sollen).

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Papier / Bücher / Schreibwaren, Zeitschriften / Zeitungen sowie Blumen / Zoologische Artikel gezählt. Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch vereinzelte kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote.

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

In der Stadt Gelsenkirchen bestehen zum Erhebungszeitpunkt 525 Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Die Verkaufsfläche in dieser Warengruppe beläuft sich auf rund 102.200 m². Die Verteilung der entsprechenden Verkaufsfläche auf die einzelnen Gelsenkirchener Stadtbezirke stellt sich dabei sehr unterschiedlich dar. Die für die Stadtbezirke differenzierten Ausstattungswerte sowie die zugrunde liegenden Bevölkerungs- und Verkaufsflächenzahlen werden in Tabelle 9 dargestellt:

Tabelle 9: Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner

Stadtbereich	Einwohnerinnen und Einwohner Stand: 31.12.2023	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m ²	Verkaufsfläche pro Einwohner in m ²
Mitte	97.800	36.300	0,37
Nord	57.950	22.400	0,39
Ost	40.750	21.100	0,52
Süd	40.450	14.300	0,35
West	35.200	8.100	0,23
Gesamtstadt	272.150	102.200	0,38

Quellen: Einwohnerinnen und Einwohner: Einwohnerdaten der Stadt Gelsenkirchen, R3/1, Statistik & Monitoring, Einwohnerdatenbank; Stand: 31. Dezember 2023.; Berechnung Junker + Kruse auf Basis der Bestandsdaten gemäß Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Gelsenkirchen, 12/2022 – 04/2023
Abweichungen zu anderen Tabellen sind rundungsbedingt.

Eine rein **quantitative Einordnung** geschieht über die Betrachtung der Ausstattung an Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Der gesamtstädtische Durchschnitt der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt bei rund 0,38 m² / Einwohner. Dieser rangiert unter der bundesdurchschnittlichen Spannweite von 0,40 – 0,45 m² Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner. Im Rahmen einer ersten gesamtstädtischen Einschätzung ist tendenziell eine unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung festzustellen, die im Weiteren und insbesondere zur Ableitung von Handlungsbedarf unter strukturellen und räumlichen Gesichtspunkten zu untersuchen ist.

Grundsätzlich ist zur Verkaufsflächenausstattung der Branche Nahrungs- und Genussmittel in den Gelsenkirchener Stadtbezirken festzuhalten:

- Die höchsten Verkaufsflächenausstattungen pro Einwohner erreichen mit Werten von **0,52 m²** bzw. **0,39 m²** die Stadtbezirke **Ost** und **Nord**. Das Angebot im Stadtbezirk Ost reicht in seiner Ausstrahlung deutlich über den Stadtbezirk selbst hinaus.
- Alle anderen Stadtbezirke weisen unterdurchschnittliche Ausstattungsgrade auf. Liegt die Ausstattung mit **0,35 m²** und **0,37 m²** pro Einwohner in **Süd** und **Mitte** nur leicht unter dem gesamtstädtischen Schnitt, zeigt sich eine bedeutende, quantitative Unterversorgung bei einer Verkaufsfläche von nur **0,23 m²** pro Einwohner im Bezirk West.

Im Hinblick auf die Bewertung **struktureller Aspekte der Grundversorgung** werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

Tabelle 10: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff	Erläuterung
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche i. d. R. mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> , Standort häufig in städtebaulich nicht-integrierter Lage, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Kaufland).
Verbrauchermarkt	Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 m ² und 5.000 m ² , das ein breites und tiefes Angebot im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel bereithält.
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche i. d. R. zwischen 800 m ² und 1.500 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren anbietet. Der Non-Food-Anteil liegt nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Neben den typischen Lebensmittelvollsortimentern sind in diesem Bereich auch spezialisierte Formen, z. B. Biomärkte oder ausländische Anbieter, vertreten.
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.

Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, überwiegend Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m² Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, überwiegend Selbstbedienung),

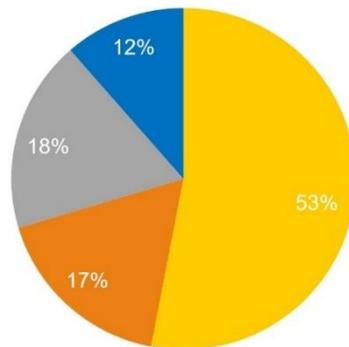
Fach- und Spezialgeschäfte (z. B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können kleinflächige Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Sie unterliegen nicht den bauplanerischen Steuerungsmöglichkeiten i. S. v. § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel). Als besondere Angebotsformen sind hier vor allem auch Bio(super)märkte und ausländische Lebensmittelanbieter zu nennen, die im Rahmen der Grundlagenuntersuchung (Erhebung des Einzelhandelsbestandes) auch spezifiziert aufgenommen wurden.

Auf den strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandel entfallen 16,3 % bzw. 86 Betriebe der Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. 83,7 % bzw. 439 Betriebe gehören der Kategorie sonstiger Lebensmitteleinzelhandel, u. a. mit Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Lebensmittelgeschäften und -läden sowie Tankstellenshops und Kiosken.

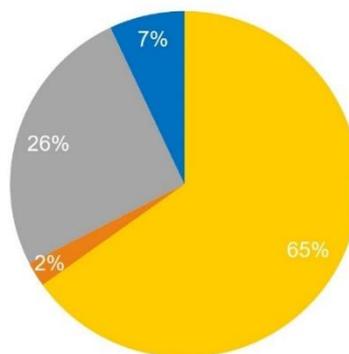
Der gesamtstädtische Betriebstypenmix der strukturprägenden Betriebe mit dem Kernsortiment an Nahrungs- und Genussmitteln in der Stadt Gelsenkirchen ist in Abbildung 10 unter Berücksichtigung der Kriterien Anzahl der Betriebe sowie Gesamtverkaufsflächen der Betriebe dargestellt. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche treten die Lebensmitteldiscounter mit einem Anteil von 65 % besonders hervor. Demgegenüber nehmen die Betriebstypen SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt und Supermarkt mit Werten von 12 bis 18 % deutlich untergeordnete Anteile am Betriebstypenmix ein. Es herrscht somit eine Dominanz der Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 10: Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebstypen

Gesamtverkaufsfläche



Anzahl



■ Lebensmitteldiscounter ■ SB-Warenhaus ■ Supermarkt ■ Verbrauchermarkt

Quelle: Junker+Kruse auf Basis der Bestandsdaten gemäß Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Gelsenkirchen, 12/2022 – 04/2023

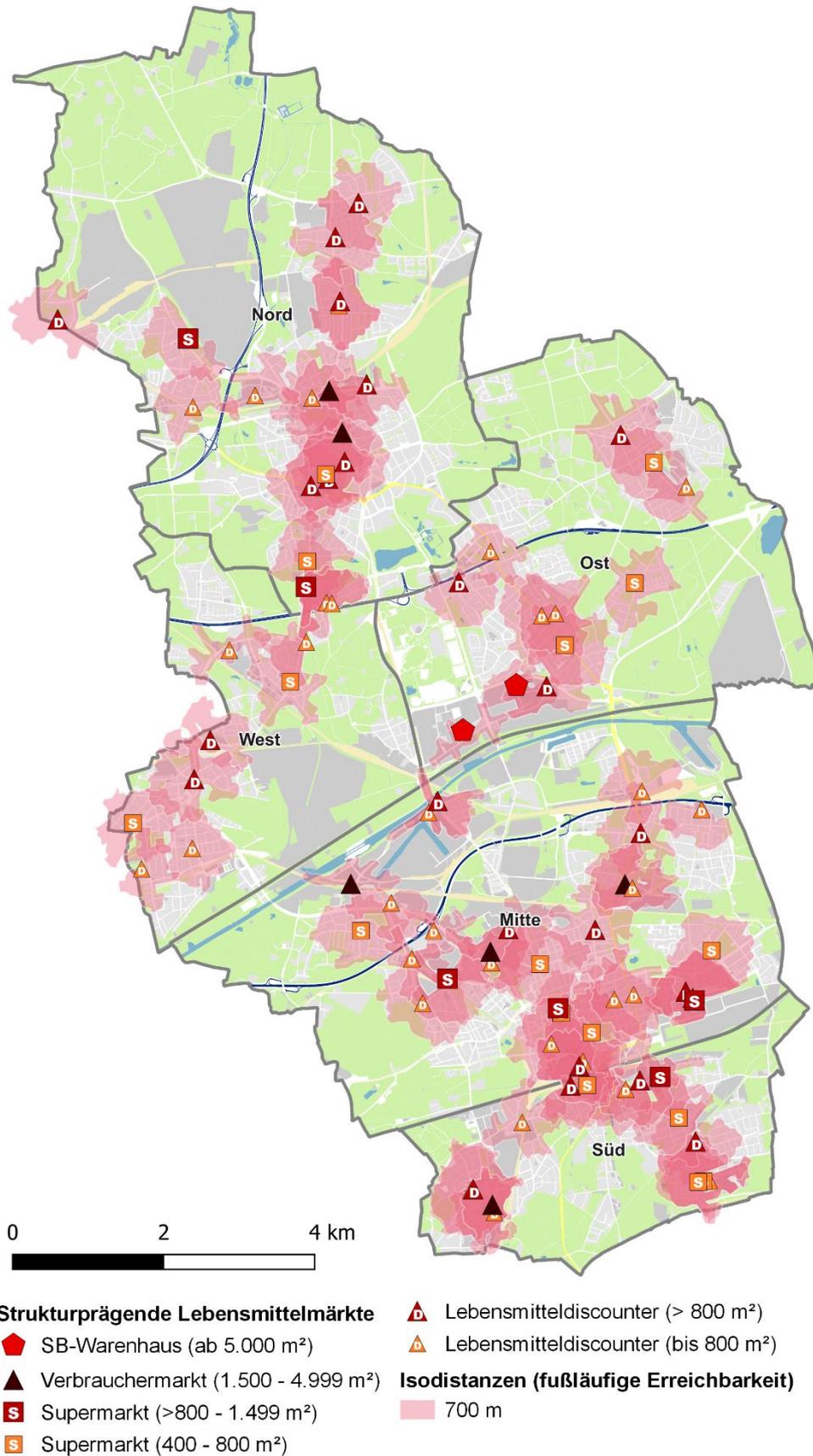
Neben der quantitativen Analyse auf Bezirksebene ist die Qualität des Angebots ein wichtiger Aspekt zur Beurteilung der wohnstandortnahen Grundversorgung. Hierzu zählen der **Betriebstypenmix** einerseits und die **fußläufige Erreichbarkeit** der Anbieter andererseits. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 Metern als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist eine allgemein anerkannte, zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten anzusetzende Entfernung. Letztendlich ist allerdings – gerade mit Blick auf das Ziel, eine möglichst gute Versorgung auch für ältere und immobile Bevölkerungsgruppen bereitzustellen – ein Fußweg von einem Kilometer das äußerste Maximum einer realistischen Zeit-Weg-Schwelle. Es ist davon auszugehen, dass nur noch ein sehr geringer Anteil der potenziellen fußläufigen Kunden diesen Weg in Anspruch nehmen wird und (teilweise) kann.

In der folgenden Darstellung (Karte 6) wurde daher für die dargestellten Lebensmittelanbieter ein Wert von rd. 700 Metern zugrunde gelegt. Darüber hinaus wird in der kartographischen Darstellung nach unterschiedlichen Betriebstypen differenziert, wobei eine Mindestgröße von ca. 400 m² zugrunde gelegt wurde. Es ist deutlich darauf hinzuweisen, dass in der schematischen Kartendarstellung alle Lebensmittelanbieter – inklusive der städtebaulich nicht-integrierten Betriebe – mit entsprechenden Radien unabhängig von der tatsächlichen Qualität ihrer fußläufigen Erreichbarkeit dargestellt sind.

Die grafische Darstellung verdeutlicht, dass eine weitreichende, flächendeckende Versorgung mit Lebensmittelmärkten gegeben ist. In einigen Bereichen in Gelsenkirchen lassen sich mehrfache Überlappungen der Isodistanzen feststellen, die regelmäßig auch im Zusammenhang mit einem hohen quantitativen Angebot stehen. Räumliche Versorgungsdefizite ergeben sich im Rahmen einer ersten Einschätzung vornehmlich in den Siedlungsbereichen der Stadtbezirke Mitte (Feldmark) und Ost (Buer-Süd/Erle-Nord). Zur Ableitung von Handlungsbedarf ist dabei insbesondere auch die Bevölkerungsentwicklung zu berücksichtigen.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind außerdem übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln notwendig. Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung in räumlich unterversorgten Bereichen durch die Ansiedlung zusätzlicher strukturprägender Lebensmittelanbieter ist immer auch zu beachten, dass dabei nur solche Standorte sinnvoll sind, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt. Voraussetzung hierfür ist u. a. eine entsprechende **Mantelbevölkerung** (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) im Nahbereich. Eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten der Verbesserung der Nahversorgungssituation in der Stadt Gelsenkirchen (u. a. Definition von Suchbereichen) erfolgt im Rahmen von Kapitel 7.4).

Karte 6: Strukturprägende (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelbetriebe in Gelsenkirchen mit 700-Meter-Radien



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis der Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023; ALKIS NRW 2023

6.2 Analyse der Nachfrageseite

Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Gelsenkirchen speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche primärstatistische und sekundärstatistische Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Gelsenkirchener Einzelhandels ermöglichen. Wesentliche Aspekte bei der Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrageseite sind auf der einen Seite das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial sowie auf der anderen Seite Einzelhandelsumsätze, die in der Zusammenschau Aussagen zur Ausstrahlungskraft und Prosperität des Gelsenkirchener Einzelhandels zulassen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Zur Ermittlung des gesamtstädtischen Volumens wird auf Kennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln. Der Durchschnittswert für die Bundesrepublik Deutschland wird dabei durch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern modifiziert. Sie beschreiben das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zur einzelhandelsrelevanten Einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevanten Kennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln wurden dabei z. T. an die Sortimentsstruktur der erhobenen Bestandsdaten angepasst, so dass sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche im Vergleich zu den von den IFH Retail Consultants GmbH, Köln herausgegebenen Werten zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinaus gehende Sortimente (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in der Stadt Gelsenkirchen vorhandene **einzelhandelsrelevante stationäre Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel insgesamt und nach Warengruppen** differenziert darstellen (vgl. dazu Tabelle 11).

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevantes stationäres Kaufkraftpotenzial in der Stadt Gelsenkirchen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	Mio. Euro	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.648	720,7	50%
Blumen (Indoor) / Zoo	106	28,8	2%

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	Mio. Euro	Anteil in %
Gesundheit und Körperpflege	407	110,6	8%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	136	37,0	3%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.296	897,0	62%
Bekleidung / Textilien	215	58,6	4%
Schuhe / Lederwaren	67	18,2	1%
GPK / Haushaltswaren	66	18,0	1%
Spielwaren / Hobbyartikel	60	16,3	1%
Sport und Freizeit	132	35,9	2%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	540	147,0	10%
Wohneinrichtung	92	25,1	2%
Möbel	300	81,7	6%
Elektro / Leuchten	100	27,2	2%
Elektronik / Multimedia	221	60,1	4%
Medizinische und orthopädische Artikel	71	19,2	1%
Uhren / Schmuck	44	12,0	1%
Baummarktsortimente	448	122,0	8%
Gartenmarktsortimente	107	29,2	2%
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.383	376,5	26%
Sonstiges	115	31,3	2%
Gesamt	5.334	1.451,8	100%

Quelle Einwohnerdatei der Stadt Gelsenkirchen, Sachgebiet Statistik und Wirkungscontrolling. Stand: 31.12.2023; Kaufkräfte: IFH Retail Consultants Köln 2022; Berechnung Junker + Kruse; Abkürzungen siehe Abkürzungsverzeichnis

Umsätze und Zentralität des Gelsenkirchener Einzelhandels

Als weitere Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels können der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität herangezogen werden.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich folgende

warengruppenspezifischen Umsätze in Gelsenkirchen (vgl. Tabelle 12). Insgesamt setzte der Gelsenkirchener Einzelhandel im Jahr 2022 rund 1.152 Mio. Euro um. Unter Berücksichtigung des lokalen Kaufkraftpotenzials in der Stadt Gelsenkirchen ergibt sich entsprechend eine einzelhandelsrelevante Zentralität von 0,79. Da bei der Zentralität auch der Kaufkraftzufluss von außen berücksichtigt ist, bedeutet dies, dass der Gelsenkirchener Einzelhandel deutlich weniger als 80% der eigenen, lokalen Kaufkraft selbst binden kann. Dies ist nicht zuletzt auch in der starken regionalen Wettbewerbssituation begründet.

Tabelle 12: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial (stationär) und Zentralität in Gelsenkirchen 2022/23

Warengruppe	Einzelhandels- relevanter Umsatz	Einzelhandels- relevante Kaufkraft (statio- när)	Einzelhandels- relevante Zentralität
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	
Nahrungs- und Genussmittel	502,6	720,7	0,70
Blumen / Zoologische Artikel	24,7	28,8	0,86
Gesundheit und Körperpflege	121,1	110,6	1,09
PBS / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	29,6	37,0	0,80
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	678,0	897,0	0,76
Bekleidung	119,6	58,6	2,04
Schuhe / Lederwaren	21,8	18,2	1,20
GPK / Haushaltswaren	21,9	18,0	1,21
Spielwaren / Hobbyartikel	15,9	16,3	0,98
Sport und Freizeit	22,0	35,9	0,61
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	201,2	147,0	1,37
Wohneinrichtung	27,5	25,1	1,10
Möbel	45,8	81,7	0,56
Elektro / Leuchten	31,5	27,2	1,16
Elektronik / Multimedia	30,5	60,1	0,51
Medizinische und orthopädische Ar- tikel	21,0	19,2	1,09
Uhren / Schmuck	19,5	12,0	1,63
Baummarktsortimente	71,0	122,0	0,58
Gartenmarktsortimente	24,7	29,2	0,84
Überwiegend langfristiger Bedarf	271,4	376,5	0,72
Sonstiges	1,5	31,3	0,05
Summe	1.152,1	1.451,8	0,79

Quelle: IFH Retail Consultants Köln 2022, Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023: Berechnung Junker+Kruse.

7 Konzept für die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Gelsenkirchen

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 6.1 und 6.2) zeigt, dass sich **Entwicklungsspielräume** für stadtentwicklungsplanerisch sinnvolle Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden Standorten (Nahversorgungsstandorte, Sonderstandorte) gemäß künftiger Standortstruktur zugeordnet sind, sind kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die beiden Hauptzentren Gelsenkirchen-Buer und Gelsenkirchen-City zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie Ergänzungsstandorte zentrenverträglich (weiter-)zu entwickeln. Das Einzelhandelskonzept der Stadt Gelsenkirchen umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.1)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.2)
- Einordnung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 7.2.1)
- Identifikation und Definition von Nahversorgungsstandorten zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.2.2)
- Definition von Ergänzungsstandorten (vgl. Kapitel 7.2.3)
- Gelsenkirchener Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.3)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.5)

7.1 Übergeordnete Ziele

In der Stadt Gelsenkirchen soll der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung weiterhin auf ausgewählte Einzelhandelschwerpunkte im Stadtgebiet Gelsenkirchens konzentriert werden. Eine stringente Steuerung der Stadt Gelsenkirchen innerhalb dieser

„Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktional gegliederten (Weiter-) Entwicklung des Einzelhandels.

Ein Zielsystem zur Entwicklung der beiden Hauptzentren sowie der übrigen zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung in Gelsenkirchen wurde bereits im Einzelhandelskonzept der Stadt Gelsenkirchen 2015 formuliert. Dieses gilt es im Rahmen der Fortschreibung aufzugreifen, zu überprüfen und zu konkretisieren.

Grundsätzlich ist nach der Grundlagenanalyse festzuhalten, dass die bisherigen Zielvorstellungen weitgehend auch weiterhin Bestand haben und somit die bisherige Planungspraxis weitergeführt wird. Ein besonderer Fokus wurde – insbesondere auch vor dem Hintergrund rechtlicher Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche – auf die künftige Zentren- und Nahversorgungsstruktur und die damit verbundenen Handlungs- und Steuerungsempfehlungen gelegt.

Vorangeschickt sei an dieser Stelle, dass es bei der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung im Rahmen der Stadtplanung darum geht, städtebaulich sinnvolle Standorte zu sichern und zu stärken. Dadurch wird der Wettbewerb nicht verhindert, sondern allenfalls an diese Standorte gelenkt.

Folgende übergeordnete Ziele sind der künftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gemäß Einzelhandelskonzept in Gelsenkirchen zugrunde zu legen:

1. Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere der Hauptzentren (City und Buer)

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die beiden Gelsenkirchener Hauptzentren stellen historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich die wichtigsten Einzelhandelsstandorte innerhalb der Stadt Gelsenkirchen dar, die sich vor allem durch ihre Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnen. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der beiden Hauptzentren. Die in den letzten Jahren zu beobachtende Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in beide Hauptzentren zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung der beiden Hauptzentren bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Hauptzentren gerichtet werden. Beide Standorte genießen als wichtigste zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Gelsenkirchen oberste Priorität, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Dabei ist auf die Wahrung der jeweiligen individuellen Identität der beiden Hauptzentren City und Buer, bestehend aus einer zum Teil historischen Bausubstanz sowie einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten, ein gesteigerter Wert zu legen.

2. Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte

Wesentliche Grundlage für eine konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandelssituation der Stadt Gelsenkirchen ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen so weit wie möglich zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versorgungsbereichen sowie grundversorgungsrelevante Sortimente an ergänzenden Versorgungsstandorten. Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. dem Ergänzungsstandort Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße, in dem bereits heute eine Angebotskonzentration an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist), zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Dasselbe gilt für auf den Versandhandel spezialisierte Einzelhandelsbetriebe, die neben dem umfangreichen Online-Vertrieb über ein (kleinteiliges) Ladenlokal in beispielsweise Gewerbegebieten oder sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Lagen verfügen. Sofern in diesen Betrieben zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, treten diese Betriebe in direkte Konkurrenz zum Angebot – insbesondere zu den Gelsenkirchener Hauptzentren – und können (eine ausreichend große Betriebsanzahl vorausgesetzt) die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche negativ beeinflussen. Die Förderung eines derartigen Betriebskonzeptes an städtebaulich nicht-integrierten Standorten sollte im Hinblick auf die Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Gelsenkirchen konsequent unterbunden werden.

3. Aktives Flächenmanagement – Potenzialflächen im Bestand nutzen

Vorrangiges Ziel der Stadt Gelsenkirchen ist es, auch zukünftig Einzelhandelsnutzungen in den zentralen Versorgungsbereichen zu konzentrieren. Um dieses Ziel zu erreichen, ist ein aktiver Umgang mit Flächenpotenzialen notwendig. Im Rahmen eines Flächenmanagements lassen sich sowohl vorhandene Leerstände, die z. B. durch Betriebsverlagerungen entstanden sind, als auch absehbare Potenzialflächen, die durch Geschäftsveränderungen entstehen werden, in einem Vermarktungsprozess einbinden. Insbesondere die zahlreichen Leerstände sollten mit einem aktiven Flächenmanagement vermarktet werden.

Um dies zu ermöglichen und zeitnah zu erkennen, ist jedoch ein funktionierendes Frühwarnsystem bei Verlagerungen oder auch Geschäftsaufgaben notwendig. Voraussetzung hierfür ist ein regelmäßiger und offener Austausch der örtlichen Akteure über Entwicklungsperspektiven. In der Regel bieten sich hierzu Werbegemeinschaften oder Interessengemeinschaften (Immobilien- und Standortgemeinschaften) sowie regelmäßige Gespräche mit Expansionsleitungen an, die durch die Gemeinde (wie den Arbeitskreis Einzelhandel) und regionale Institutionen (wie Einzelhandelsverband und Industrie- und Handelskammer) geführt werden.

4. Stärkung des Grund- und Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche und ergänzende Nahversorgungsstandorte (Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel)

Eine flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung) – insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel – dient auch dem Ziel der „Stadt der kurzen Wege“: Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Die bisherigen Bemühungen der Stadt Gelsenkirchen waren vor allem auch auf die Entwicklung funktionsfähiger zentraler Versorgungsbereiche in hierarchischer Gliederung ausgerichtet, in denen ab der Ebene der Stadtteilzentren das grundversorgungsrelevante Warenangebot eine funktionstragende Säule darstellt. Den zentralen Versorgungsbereichen kommt dabei eine über den reinen (fußläufigen) Naheinzugsbereich hinausgehende Versorgungsfunktion zu, was in der Quantität und Vielfalt des Einzelhandelsbesatzes, aber auch ergänzender Nutzungen zum Ausdruck kommt. Daneben gibt es aber auch dezentrale Standorte, die die Entwicklungsfähigkeit vor allem kleinerer Zentren beeinflussen. In Gelsenkirchen werden nahrungsrelevante Sortimente nach wie vor in einem zu hohen Maße durch dezentrale Standorte bereitgestellt. Somit muss es auch künftig ein vordringliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gelsenkirchen sein, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Stadtgebiet herzustellen und zu sichern. Um eine möglichst flächendeckende wohnortnahe Grundversorgung gewährleisten zu können, ist die Dimensionierung von Nahversorgungsangeboten am einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen in den jeweiligen Einzugsbereichen zu orientieren.

Wichtiger Bestandteil vieler zentraler Versorgungsbereiche sind auch die jeweiligen Wochenmärkte. Die Märkte mit Schwerpunkt auf Frischwaren haben in der Region Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. Münsterland, Bergisches Land, Niederrhein). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz. Die unterdurchschnittliche Zentralität (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) lässt einen kleinen Entwicklungsspielraum erkennen. Daraus lassen sich insbesondere strukturelle Maßnahmen ableiten, d. h. die Optimierung bestehender Standorte und darüber hinaus auch die Neuentwicklungen zur Verbesserung der räumlichen Angebotsstruktur als Voraussetzung der Entwicklung außerhalb der Zentren. In Kapitel 7.4 werden dazu erste Suchbereiche für die etwaige Ansiedlung integrierter Lebensmittelmärkte definiert.

5. Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche prägen die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels die Standortstruktur in Gelsenkirchen in besonderem Maße. Auf der einen Seite stellen Standorte mit (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte) im Rahmen der arbeitsteiligen Standortstruktur eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Nahversorgungsstandorten dar. Auf der anderen Seite stehen jene Standorte mit großflächigen Anbietern nahversorgungsrelevanter und

zentrenrelevanter Sortimente außerhalb zentraler oder städtebaulich integrierter Lagen in einem ausgeprägten Wettbewerb zu den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten, welcher vor allem auch durch die Dimension des jeweiligen Angebotes und der damit verbundenen Ausstrahlung (Kaufkraftabschöpfung deutlich über den Nahbereich hinaus) geprägt wird.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung gelten die Ergänzungsstandorte (vgl. Kapitel 7.2.3) als Standorte, die in Ergänzung der vorhandenen (bzw. zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte gesichert und ggf. weiterentwickelt werden können. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe³⁰ angestrebt werden muss. Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Ergänzungsstandorten ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Grundsätzen zur Einzelhandelssteuerung (gemäß Einzelhandelskonzept) zu überprüfen.

6. Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mithilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, d.h. dem Handwerk sowie produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine empfehlenswerte Entwicklungsoption.

7. Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere kompakte Hauptzentren mit kurzen Wegen sind hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Einzelhandelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale in der Stadt Gelsenkirchen besteht grundsätzlich nur in

³⁰ Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11(3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet, negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in das Hauptgeschäftszentrum von Gelsenkirchen oder die Stadtbezirkszentren bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

wenigen Fällen eine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorten. Eine Öffnung neuer (im Allgemeinen autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen aufgrund einer Verschärfung des Wettbewerbes. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mithilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Gelsenkirchen entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

8. Schaffung von Investitionssicherheit insgesamt und Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z. T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken „ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile“ vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor „ruinösem Wettbewerb“ (mit entsprechenden städtebaulichen Auswirkungen) geschützt werden sollen. Grundsätzlich muss das Planungsrecht ohnehin wettbewerbsneutral sein.

Eng mit diesem Ziel verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z. B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

9. Entwicklung der Digitalisierung im Einzelhandel stärken

Die weiter zunehmende Bedeutung des Onlinehandels stellt für den stationären Einzelhandel in Gelsenkirchen wie auch in anderen Städten eine besondere Herausforderung dar. Dabei ist insbesondere für den inhabergeführten, kleinteiligen Einzelhandel festzustellen, dass digitale Veränderungen und innovative Geschäftsmodelle – nicht zuletzt aufgrund zeitlicher, personeller oder finanzieller Prämissen – nur zögernd, durch einige wenige Händler umgesetzt werden (können). Der stationäre Einzelhandel, vor allem auch in den Hauptzentren, aber auch in den übrigen zentralen Versorgungsbereichen, ist vor diesem Hintergrund dazu aufgerufen, die Digitalisierung zur Positionierung im Wettbewerb mit dem Onlinehandel zu nutzen. Kunden möchten sich heute zunehmend vor dem Kauf (online oder stationär) im Netz über Standorte, Anbieter sowie auch über verfügbare Sortimente oder Warenverfügbarkeit informieren. Dies geschieht vor allem auch über mobile Geräte (Smartphones, Tablets). Dabei ist es von besonderer Bedeutung, dass ein Geschäft im Netz auffindbar ist,

über eine eigene Webseite, die Präsenz in sozialen Netzwerken (z. B. Instagram oder Facebook), elektronische Verzeichnisse (z. B. Telefonbuch), Plattformen (z. B. Mein Prospekt oder KaufDA) oder Dienste wie Google Unternehmensprofil, wo neben der Auffindbarkeit in Google Maps auch spezifische Firmendaten (z. B. Webseite, Öffnungszeiten, Kontaktdaten) hinterlegt werden können. Gestützt durch die Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung können einzelne Händler ihre Kundenbindung, Kundenbetreuung und Serviceleistungen weiterentwickeln. Gemeinsame Aktionen (z. B. Bonusprogramme, freies WLAN, Veranstaltungen) einzelner Akteure (u. a. Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomen, Kulturschaffende) sollen dazu beitragen, diese im Sinne einer digitalen Einkaufsstadt weiterhin attraktiv und zukunftsfähig zu entwickeln.

10. Intelligenter Umgang mit Schrumpfungprozessen

Mehrere zentrale Versorgungsbereiche im Gelsenkirchener Stadtgebiet haben im vergangenen Jahrzehnt teilweise erhebliche Verkaufsflächenrückgänge verzeichnen müssen. Erkennbar ist, dass angesichts der Probleme des deutschen Einzelhandels eine Umkehrung dieser Entwicklung in der nahen Zukunft nicht zu erwarten ist. Dementsprechend ist es erforderlich, intelligent mit dem Thema Schrumpfung umzugehen, um auch in Zukunft attraktive und vielfältige Zentren für die Bürger und Bürgerinnen der Stadt Gelsenkirchen zu gewährleisten. Das kann zum einen gelingen, wenn der Einzelhandel auf die Hauptlagen konzentriert wird und so ein Ausfransen an den Rändern verhindert wird. Zum anderen ist es wichtig, auch die Chancen zu erkennen, die sich aus der Schrumpfung ergeben. Es entstehen Räume, um vermehrt auch andere Nutzungen wie Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk und Gemeinwohl in die Zentren zu bringen. Dann bietet die Schrumpfung des Einzelhandels auch Chancen zur Veränderung und Qualifizierung.

7.2 Standortstruktur

Die Einzelhandelsstandorte in Gelsenkirchen wurden aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten überprüft, bewertet und in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell eingeordnet. Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil haben die vorhandenen Nutzungen, insbesondere im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und ergänzende gastronomische und Dienstleistungsangebote (Multifunktionalität) sowie künftige Entwicklungsmöglichkeiten. Zu den zu berücksichtigenden städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen zählen vor allem die Stärkung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche und die Stärkung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Abbildung 11: Standortstrukturmodell



Quelle: Darstellung Junker+Krusse

Drei Kategorien stellen die wesentlichen Bestandteile der Gelsenkirchener Standortstruktur dar: die zentralen Versorgungsbereiche, die Nahversorgungsstandorte und die Sonderstandorte/Ergänzungsstandorte (vgl. dazu Abbildung 11). Den zentralen Versorgungsbereichen liegt eine vierstufige Gliederung in Haupt-, Stadtteil, Nahversorgungs-, und persp. Nahversorgungszentren zugrunde. Bei den übrigen Standorten sind die Standorte des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, die der Gewährleistung der Nahversorgung dienen und die Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) zu unterscheiden.

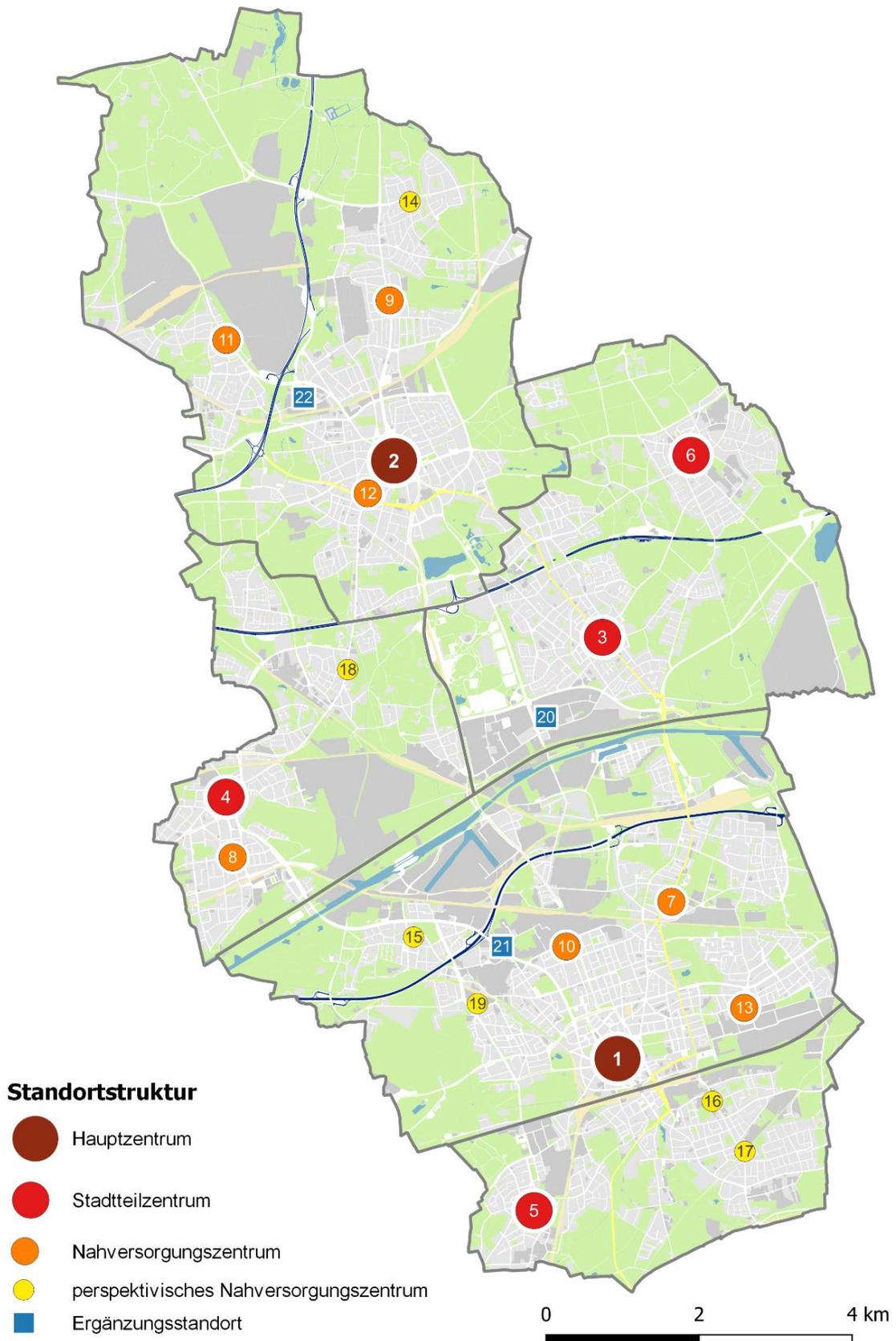
Die räumliche Verteilung der prägenden Standorte in der Stadt Gelsenkirchen wird in der folgenden Karte 7 abgebildet. Anschließend werden die einzelnen Standorttypen erläutert.

Tabelle 13: Strukturprägende Standorte in der Stadt Gelsenkirchen

Standorttyp	Bez.	Name
Hauptzentren	1	Gelsenkirchen City
	2	Gelsenkirchen Buer
Stadtteilzentren	3	Erle – Cranger Straße
	4	Horst – Essener Straße
	5	Rotthausen – Karl-Meyer-Straße
	6	Resse – Ewaldstraße
Nahversorgungszentren	7	Bismarck – Bismarckstraße Nord/Consol
	8	Horst – Markenstraße
	9	Hassel – Polsumer Straße
	10	Schalke – Schalker Straße
	11	Scholven – Feldhauser Straße
	12	Buer – Horster Straße
	13	Bulmke-Hüllen – Wanner Straße
perspektivisches Nahversorgungszentrum	14	Hassel – Eppmannsweg/Bußmannstraße
	15	Heßler – Fersenbruch
	16	Ückendorf – Ückendorfer Straße/Dessauer Straße
	17	Ückendorf – Geldbach
	18	Beckhausen – Horster Straße
	19	Feldmark
Ergänzungsstandort	20	Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße
	21	Grothusstraße
	22	Buschgrundstraße

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Karte 7: Standortstruktur



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; ALKIS NRW 2023; Erläuterung der Nummerierung: siehe Tabelle 12

7.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Einordnung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Gelsenkirchen folgt definierten Kriterien, welche zunächst erläutert werden. Die zentralen Versorgungsbereiche werden in diesem Kapitel mit ihren Zentrenabgrenzungen abgebildet. Hier werden nachfolgend die räumlichen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche dargestellt.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen dar. Den zentralen Versorgungsbereichen kommt dabei auch vor dem Hintergrund der Gesetzgebung und Rechtsprechung eine besondere Bedeutung zu. Sie nehmen durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine hervorzuhebende Stellung als schützenswerte Bereiche ein.

Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Dabei kann es innerhalb einer Kommune mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Stadtteilzentren). Auch Nahversorgungszentren können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und gegebenenfalls auch teilweise mit zentrenrelevanten Sortimenten versorgen. Erforderlich ist dabei, dass Grund- und Nahversorgungszentren eine Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus einnehmen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.

Sonderstandorte/Ergänzungsstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Zentrenkonzept) oder auch

- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.

Die **Abgrenzung** sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Gelsenkirchener Hauptzentren sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Gelsenkirchen sind als zentrale Versorgungsbereiche jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die jeweils eine funktionale Einheit mit einem (ihrer Versorgungsbedeutung entsprechenden) breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Dies sind in erster Linie die beiden Hauptzentren in der Gelsenkirchener Innenstadt, ebenso sind jedoch auch die Stadtteil- und Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf diesen Flächen ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Gelsenkirchener Sortimentsliste; siehe Kapitel 7.3) unabdingbar.

Einordnungskriterien

Die vier Typen der zentralen Versorgungsbereiche (**Zentrentypen**) unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungsangebotes unter Berücksichtigung ihrer Versorgungsaufgabe. Hierbei fließen als Kriterien u. a. der Branchenmix, das Betriebstypenangebot, die städtebauliche Situation sowie die Ausstattung mit Dienstleistungsbetrieben, gastronomischen und kulturellen Einrichtungen in die Beurteilung ein.

Hauptzentrum – Die Hauptzentren in der Gelsenkirchener Innenstadt und in Gelsenkirchen Buer besitzen eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und teilweise darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot ist umfassend und erstreckt sich mit einem differenzierten Branchen- und Betriebstypenmix über die gesamte Palette von Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. In den Hauptzentren können grundsätzlich alle groß- und kleinflächigen Vertriebsformen des Einzelhandels vertreten sein. Dazu gehören Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel (betreibergeführt sowie vor allem auch filialbetrieben). Das Angebotsniveau ist differenziert und auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch öffentliche Einrichtungen (z. B. Stadtverwaltung), kulturelle Angebote (u. a. Museum, Theater, Bibliothek) sowie ein differenziertes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot.

Das Einzelhandelsangebot beider Hauptzentren liegt hinsichtlich Gesamtverkaufsfläche und Umsatz deutlich vor den anderen zentralen Versorgungsbereichen. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Uhren und Schmuck weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot des Hauptgeschäftszentrums umfasst sämtliche zentrenrelevante

Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso sind die Anzahl und Vielfalt der ergänzenden Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie oder Kultur im Stadtgebiet im Vergleich zu den anderen Zentren führend (so z. B. im Bereich Kultur oder mit den Einrichtungen der Gelsenkirchener Stadtverwaltung).

Stadtteilzentrum – Die Versorgungsfunktion bezieht sich auf Teile von Stadtbezirken (Stadtteile) und teilweise auch darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich auf Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs, wobei ein umfassender, zentrenrelevanter Branchenmix sowie ein differenziertes Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebstypen vorhanden sein sollten. Zur Ausstattung eines Stadtteilzentrums gehören unterschiedliche großflächige wie kleinflächige Vertriebsformen, dazu gehören Supermärkte, Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter und Fachgeschäfte (betriebergeführt sowie vor allem auch filialbetrieben). Das Angebot bewegt sich dabei auf einem niedrigen bis mittleren Niveau. Ergänzt wird das einzelhandelsrelevante Angebot durch diverse Dienstleistungsangebote (u. a. Finanzdienstleister, Gesundheitsdienstleister), kulturelle Einrichtungen sowie Gastronomie (u. a. Cafés, Bistros).

Nahversorgungszentrum – Diese zentralen Versorgungsbereiche haben eine Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche bzw. Teilbereiche der Stadtbezirke / -teile. Es überwiegt das Einzelhandelsangebot an Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Angebot. Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt, zum typischen Besatz gehören Supermärkte, Lebensmitteldiscounter sowie Lebensmittelhandwerk. Dienstleistungsbetriebe (i. d. R. Minimalausstattung Finanz- und Gesundheitsdienstleister, einzelhandelsnahe Dienstleister, z. B. Reisebüro) und ein einfaches Gastronomieangebot (Cafés oder Imbisse) ergänzen das Einzelhandelsangebot.

Perspektivisches Nahversorgungszentrum - Perspektivische Nahversorgungszentren übernehmen teilweise sehr wichtige Versorgungsfunktionen für die umliegenden Wohnbereiche. Jedoch reicht die geringe Verkaufsflächenausstattung aktuell nicht aus, um eine über den Nahbereich hinausgehende Versorgung darzustellen. Zukünftig muss vor Allem das nahversorgungsrelevante Angebot in den perspektivischen Nahversorgungszentren ausgebaut werden, um die Funktion als Nahversorgungszentrum zu erfüllen und rechtlich den Schutzstatus als ZVB aufzuweisen.

Die Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen werden in **Tabelle 14** zusammengefasst.

Tabelle 14: Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen

	Hauptzentren (HZ)	Stadtteilzentren (STZ)	Nahversorgungszentrum (NVZ)
Versorgungsfunktion	Gelsenkirchen	Stadtteil, tlw. stadtteilübergreifend	Stadtteil / Wohnsiedlungsbereich
Öffentliche Einrichtungen	Behörden / Stadtverwaltung, Wirtschaftsverbände, Bildungseinrichtungen	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen, (tlw. auch im nahen Umfeld)	Bildungseinrichtungen, Kindertageseinrichtungen, (tlw. auch im nahen Umfeld)

	Hauptzentren (HZ)	Stadtteilzentren (STZ)	Nahversorgungszentrum (NVZ)
Kulturelles Angebot	Konzertsäle, Museen, Bibliotheken	Stadtteilbibliothek, Kino	gering ausgeprägt
Dienstleistungsangebot	Firmenvertretungen, vielseitiges Angebot an Finanz- und Gesundheitsdienstleistern, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern, Anwaltskanzleien, etc.	Finanz- und Gesundheitsdienstleister, differenziertes Angebot an einzelhandelsnahen Dienstleistern	Grundausrüstung mit Finanz- und Gesundheitsdienstleistern sowie mit einzelhandelsnahen Dienstleistern
Gastronomieangebot	Hotels / Hostels, Restaurants, Cafés, Bistros, Imbiss	Restaurants, Cafés, Imbiss, Bistros	einfaches gastronomisches Angebot (Imbiss, Bistro, ergänzendes Angebot in Einzelhandelsbetrieben)
Angebotsmix Einzelhandel	vollständiges Angebot im Bereich zentrenrelevanter Warengruppen hoher Anteil an Filialisten, Angebot von Luxusgütern	weitgehend umfassendes Einzelhandelsangebot, besondere Ausrichtung auf die Grundversorgung	vorrangig Nahversorgung hoher Anteil Nahrungs- und Genussmittel
Nahversorgung	differenzierter Betriebsstypenmix: Supermärkte, Lebensmittel-discounter, City-Formate, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk	differenzierter Betriebsstypenmix: Supermärkte, Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte	eingeschränkter Betriebsstypenmix und wenig ausgeprägter Wettbewerb in den Warengruppen: Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk
Einzelhandelsvertriebsformen	alle Vertriebsformen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, Lebensmittelmärkte, Fach Einzelhandel, Filialunternehmen	Vertriebsformen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels, darunter großflächige Lebensmittelmärkte, kleinflächiger Facheinzelhandel	Vertriebsformen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels u.a. großflächige Lebensmittelmärkte, kleinteiliger Facheinzelhandel
Angebotsqualität	differenziertes Angebotsniveau	tlw. geringere Sortimentsbreite und -tiefe, mittleres und z.T. niedriges Angebotsniveau	deutlich nahversorgungsorientiert

	Hauptzentren (HZ)	Stadtteilzentren (STZ)	Nahversorgungszentrum (NVZ)
	Angebot für verschiedene Zielgruppen		
Städtebauliche Situation	konzentrierte räumliche Struktur und städtebauliche Einordnung in das Umfeld, angemessene städtebauliche und gestalterische Ausprägung, attraktives Gesamtambiente mit Aufenthaltsqualität, Identifikationspunkte, Einbindung in Fuß- und Radwegenetz, Anlage und Gestaltung von Stellplätzen für Fahrräder		
Straßennetz	zentrale Lage im Hauptstraßennetz	Lage teils abseits von Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen von Wohngebieten	gut erreichbar über Wohnsammelstraßen
Öffentliche Verkehrsmittel	überregionaler Bahnanschluss S-Bahn, Straßenbahn und Buslinien	teils nur mit dem Bus erreichbar, teils Anschluss an Straßenbahn	teils nur mit dem Bus erreichbar, teils Anschluss an Straßenbahn

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Die Einordnung der Nahversorgungszentren stand vor dem Hintergrund der einschlägigen Rechtsprechung in den letzten Jahren im besonderen Untersuchungsinteresse. Daher werden im Folgenden die Kriterien zur Einstufung von Standorten mit nahversorgungsrelevanten Angeboten als Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) dargelegt.

Exkurs: Kriterien für die Einstufung der Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren dienen in erster Linie der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich mit Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit Drogeriewaren, Getränken, Zeitungen u. Ä.

Dabei stellt sich die Frage, welche Kriterien ein Nahversorgungszentrum erfüllen muss, um als schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereich u. a. i. S. v. §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO zu gelten.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. In der Fachliteratur werden für Nahversorgungszentren folgende Merkmale aufgeführt:

„das Vorhandensein (mindestens) eines größeren Lebensmittelanbieters als „Magnetbetrieb“, weiterer anderer Einzelhandelsanbieter und (regelmäßig) auch diverser Dienstleister,

die räumliche Zusammenfassung des Bereichs der Versorgungsbetriebe zu einem als Einheit erscheinenden „Zentrum“ und

die hinreichende Abgrenzbarkeit des – in seiner räumlichen Ausdehnung nicht generell an bestimmte Meter-Vorgaben gebundenen, regelmäßig aber einige Tausend Einwohnerinnen und Einwohner aufweisenden – Bereichs, der von dem Zentrum versorgt wird.“ ...

... „Besonderer Betrachtung bedarf noch die Frage, ob diese qualitativen Anforderungen stets tatsächlich bereits vorhanden sein müssen oder ob ggf. auch die – realistischerweise zu erwartende – planerische Zielsetzung ausreicht, dass das Zentrum diese Qualitäten in absehbarer Zeit erlangt.“³¹

Aus diesen Ausführungen ist abzuleiten, dass folgende Kriterien im Besonderen bei der Definition der Nahversorgungszentren heranzuziehen sind:

Ausstattung (Einzelhandel und ergänzende Nutzungen)

Dabei handelt es sich um die quantitative Ausstattung des Einzelhandelsbesatzes sowie dessen Sortiments- und Betriebstypenstruktur. Im Besonderen geht es vor dem Hintergrund der Nahversorgungsfunktion um das Vorhandensein von strukturprägenden Lebensmittelmärkten (z. B. Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter), die als Frequenzerzeuger fungieren. Darüber hinaus sind ergänzende Nutzungen (Dienstleistungen, wie beispielsweise Ärzte, Banken, Versicherungen und gastronomische Einrichtungen) zu untersuchen.

Einzugsgebiet

Unter Berücksichtigung der Nahversorgungsfunktion stellt die fußläufige Erreichbarkeit ein wichtiges Kriterium bei der Definition von Nahversorgungszentren dar und bildet damit einen wichtigen Maßstab für die Ausdehnung eines Einzugsbereichs. Daneben ist aber auch aus absatzwirtschaftlicher Sicht ein bestimmtes Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für das Vorhandensein eines größeren Lebensmittelmarktes notwendig. Im Hinblick auf eine weitgehend flächendeckende Nahversorgung sind im Einzelfall Betrachtungen in Abhängigkeit von der Siedlungsdichte vorzunehmen.

Ausstrahlung (Zentralität)

Die Zentralität eines bestehenden Nahversorgungszentrums wird durch das Verhältnis des getätigten Umsatzes und der lokalen Kaufkraft (im Einzugsgebiet) in der prägenden Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgebildet. Ein zentraler Versorgungsbereich sollte möglichst eine über die reine Nahversorgungsfunktion hinausreichende Zentralität entwickeln.

räumliche / städtebauliche Abgrenzung

Ein zentraler Versorgungsbereich sollte aufgrund seiner räumlichen Ausdehnung und städtebaulichen Gestaltung als „städtebauliche Einheit“ ablesbar sein, die sich hinsichtlich der Nutzungen und Gestaltung von der Umgebung unterscheidet.

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Gelsenkirchen orientiert sich die Ausweisung eines Nahversorgungszentrums als zentraler Versorgungsbereich – ausgehend von der Bestandsaufnahme der vorhandenen Zentrenausstattungen – an folgenden Kriterien:

mindestens ein, vorzugsweise zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte,

ergänzende Nutzungen (private und öffentliche Dienstleistungen, Gastronomie),

Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bezogen auf den Planungsraum > 0,5

³¹ Ulrich Kuschnerus: Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche, in: ZfBR 1/2009, S. 24-29. Urteil des OVG NRW vom 01.07.2009; AZ 10 A 2350/07

ablesbare städtebauliche Einheit sowie städtebauliche Qualität (u. a. Außendarstellung, Gestaltung, Aufenthaltsqualität).

Vor dem Hintergrund dieser Kriterien wird darüber hinaus keine Mindestgröße (Verkaufsfläche) für ein Nahversorgungszentrum definiert.

Zentrale Versorgungsbereiche (im Sinne des BauGB) in Gelsenkirchen

Im Weiteren werden alle zentralen Versorgungsbereiche in Gelsenkirchen mit der neuen Abgrenzung vorgestellt. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien werden die zentralen Versorgungsbereiche wie in den folgenden Karten (durch die rote Linie) dargestellt. Die Zentrenabgrenzungen sind das Ergebnis eines intensiven Diskussionsprozesses im Rahmen der politischen Workshops. Die Legende bezüglich der kartographischen Darstellung der zentralen Versorgungsbereiche und zusätzlich der Ergänzungsstandorte (Sonderstandorte) ist Abbildung 12 zu entnehmen.

Abbildung 12: Legende Zentrenabgrenzungen

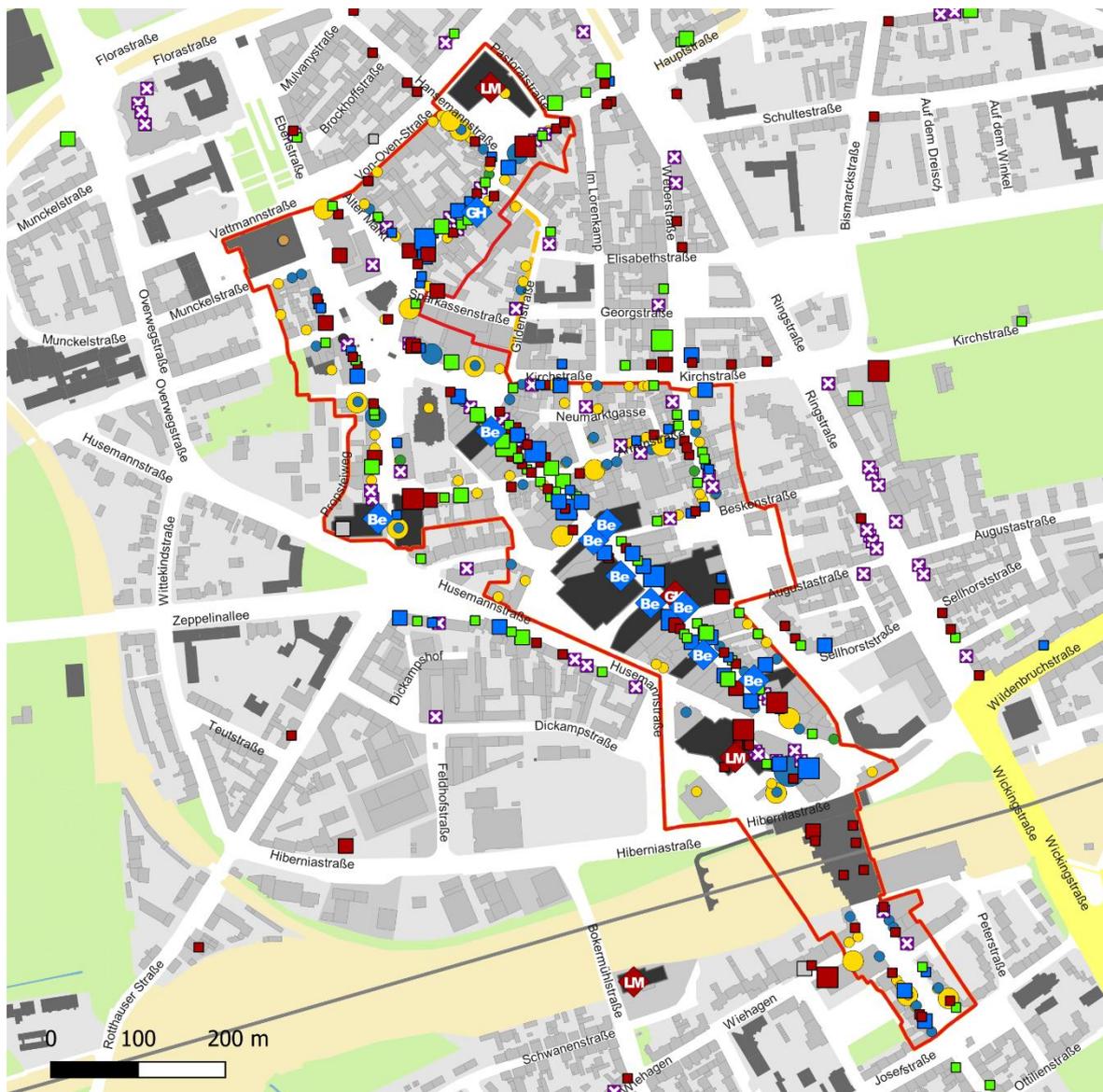


Quelle: Junker+Krusse

Hauptzentrum Gelsenkirchen City

Die Gelsenkirchener City ist eines der beiden Hauptzentren und stellt derzeit den größten eigenständigen Einzelhandelstandort im Stadtgebiet dar. Zentral im südlichen Stadtgebiet gelegen, befindet sich dieses Hauptzentrum, welches über diverse Hauptstraßen sowie über die Bundesstraße 227 an das überörtliche Straßennetz angebunden ist. Mehrere Bus- sowie Stadtbahnlinien und der angrenzende Gelsenkirchener Hauptbahnhof binden die City in das Gelsenkirchener und überregionale ÖPNV-Netz ein. Zudem gibt es Radwegeverbindungen und eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs des Hauptzentrums hat sich im Vergleich zum EHK 2015 geringfügig geändert, wobei die Sparkassen- und die Gildenstraße auf Grund des geringen Einzelhandelsbesatzes im neuen Konzept ausgeklammert werden.

Karte 8: Abgrenzung des Hauptzentrum Gelsenkirchen City

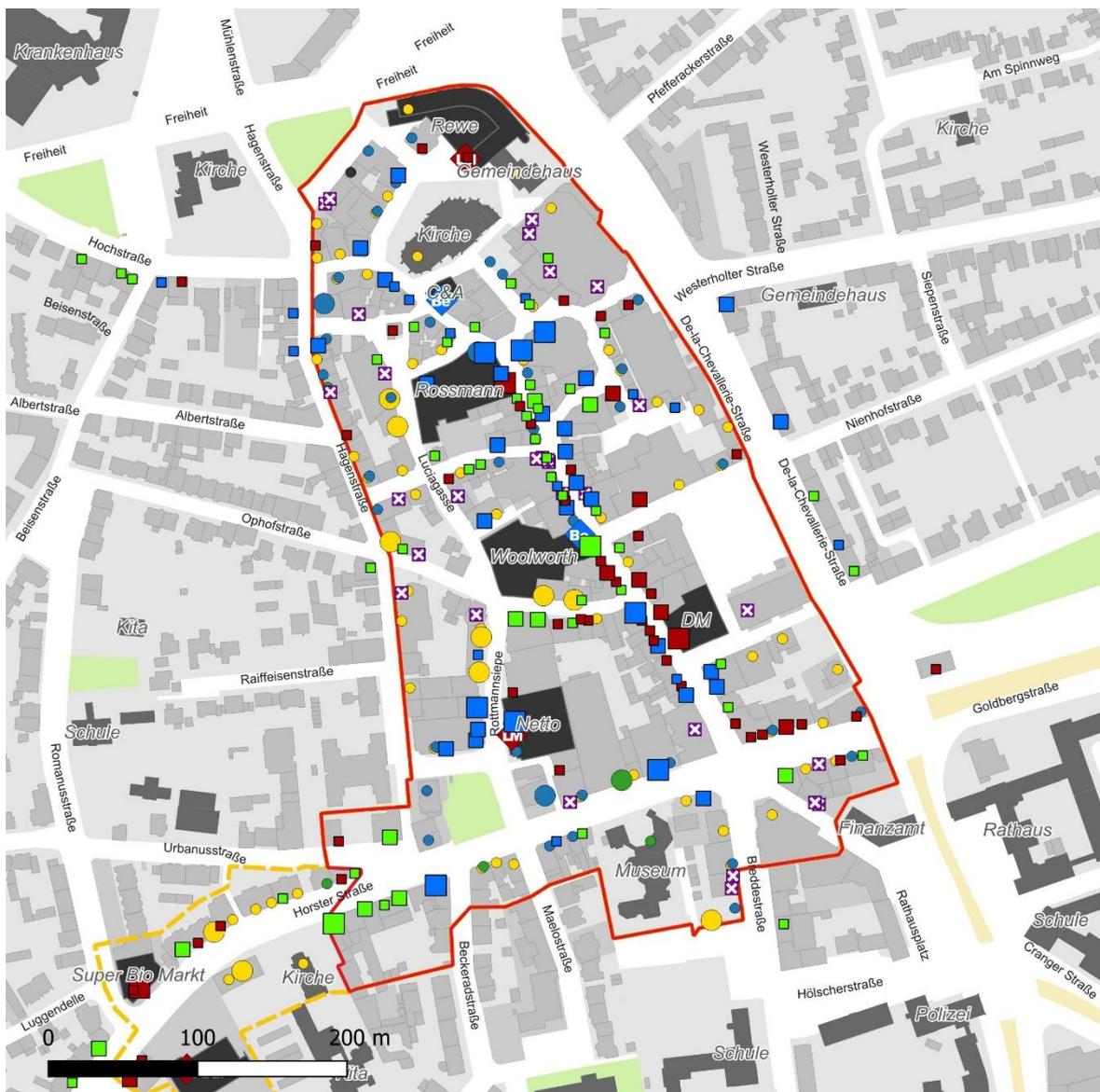


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Hauptzentrum Gelsenkirchen Buer

Neben der Gelsenkirchener City ist das Hauptzentrum Buer das zweitgrößte Gelsenkirchener Zentrum, welches den größten Angebotsstandort im nördlichen Stadtgebiet darstellt. Als wichtigster zentraler Versorgungsbereich dieses Stadtgebietes ist das Bueraner Hauptzentrum über die Bundesstraße 226 an das überörtliche Straßennetz angebunden. Mehrere Bus- sowie Stadtbahnlinien binden das Zentrum in das Gelsenkirchener und überregionale ÖPNV-Netz ein. Zudem gibt es Radwegeverbindungen und eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen. Die in 2015 festgelegte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs wird fast identisch übernommen, lediglich der Bereich um den Aldi und den Biomarkt im Süden der Abgrenzung wird nun dem NVZ Buer – Horster Straße zugeordnet.

Karte 9 Abgrenzung des Hauptzentrum Gelsenkirchen Buer

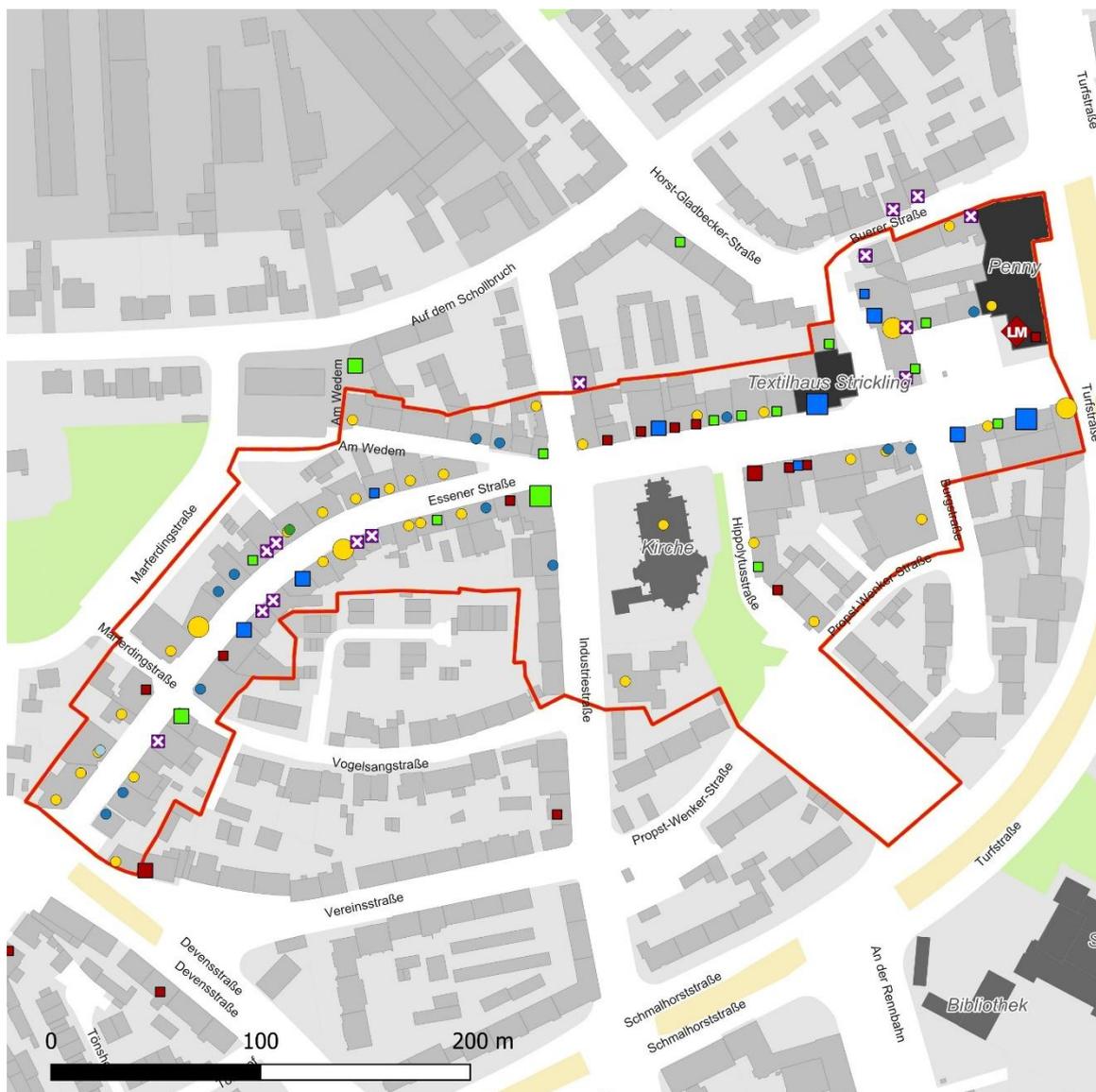


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: AIKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Stadtteilzentrum Horst – Essener Straße

Die Angebotsstruktur im Stadtteilzentrum Horst – Essener Straße zeichnet sich durch ein vielseitiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsstufen aus. Vor allem in den kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufen lässt sich eine differenzierte Angebotsbreite- und -tiefe feststellen. Als Magnetbetrieb lassen sich der Penny und das inhabergeführte Textilhaus Strickling identifizieren. Die Abgrenzung weist keine Veränderung zum Konzept von 2015 auf.

Karte 11: Abgrenzung des Stadtteilzentrum Horst – Essener Straße

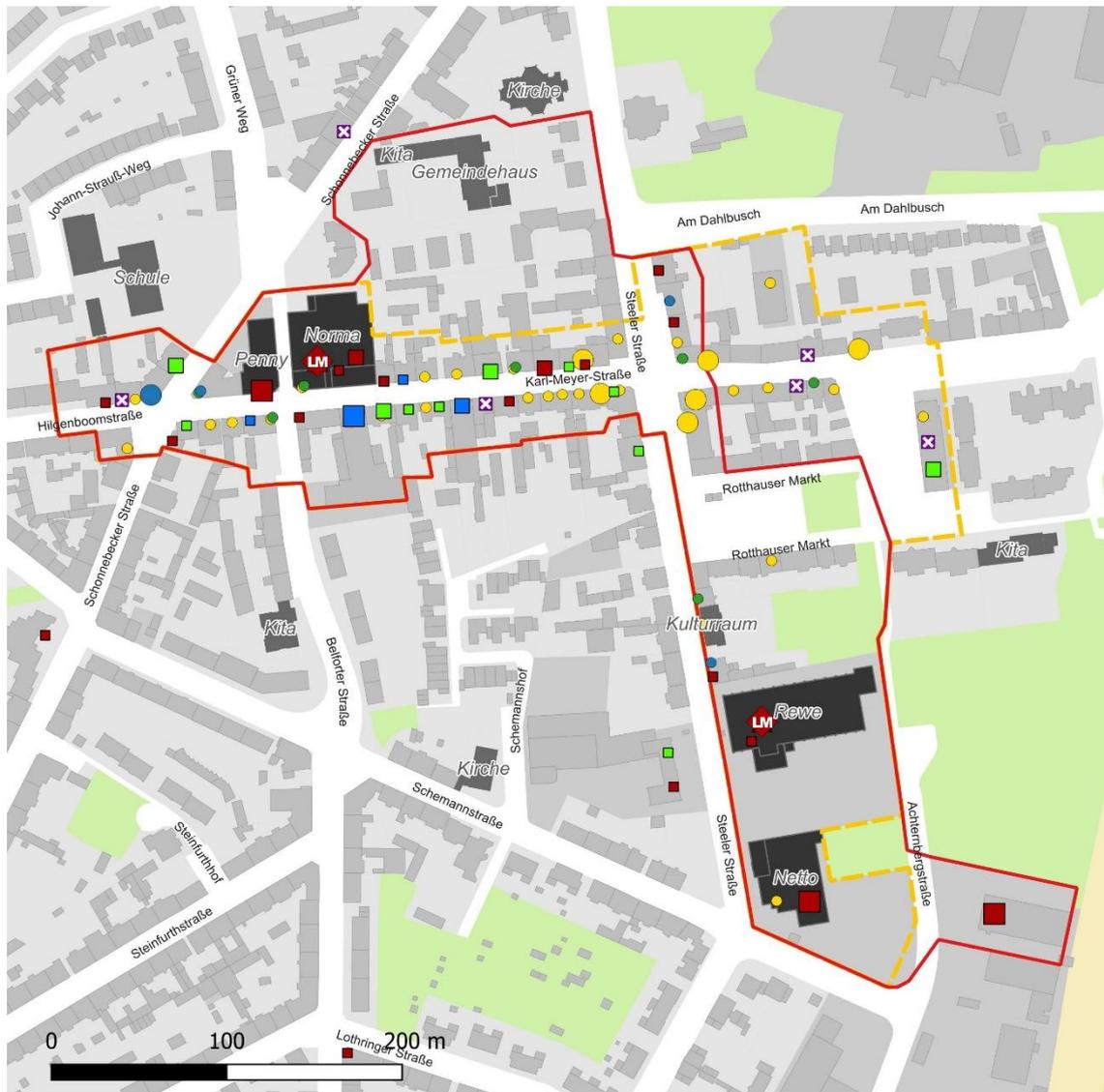


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Stadtteilzentrum Rotthausen – Karl-Meyer-Straße

Das Stadtteilzentrum Rotthausen – Karl-Meyer-Straße ist durch ein grundversorgungsorientiertes Angebot, mit einem Sortimentsschwerpunkt auf Nahrungs- und Genussmittel geprägt. Wichtige Magnetbetriebe sind hierbei Penny und Norma im Norden sowie Rewe, Netto und Trinkgut im Süden des Zentrums. Im Zuge der Aktualisierung der Abgrenzung des Versorgungsbereichs wurde der Ernst-Käsemann-Platz östlich der Abgrenzung auf Grund des fehlenden realistischen Entwicklungspotentials ausgegliedert. Hier bleibt jedoch weiterhin der Wochenmarkt in Rotthausen verortet. Des Weiteren wurde eine Potenzialfläche nördlich der Karl-Meyer-Straße (evang. Gemeindezentrum) mit einbezogen. Hierbei muss eine funktionale Anbindung der Potenzialfläche über eine zumindest fußläufige Anbindung an die Karl-Meyer-Straße erfolgen. Für eine Einzelhandelsentwicklung im Bereich der Kirchengrundstücke der ev. Kirche Rotthausen ist der Erhalt und die Weiterentwicklung der Kinder- und Jugendarbeit am Standort zwingende Voraussetzung. Dies gilt auch für den Erhalt und Ausbau der Kindergartenplätze am Standort. Die Grenze des Gebiets ist über die Pfarrhäuser bis zur Steeler Straße zu erweitern. Ebenfalls wird die Fläche des Getränkemarktes östlich der Achternbergstraße in das STZ aufgenommen. Dafür bedarf es zusätzlich einer besseren fußläufigen Anbindung des Getränkemarktes über den östlichen Bereich des Netto-Parkplatzes. Eine Einzelhandelsentwicklung des Getränkemarktes über den Bestand hinaus muss planungsrechtlich überprüft werden.

Karte 12: Abgrenzung des Stadtteilzentrum Rotthausen – Karl-Meyer-Straße

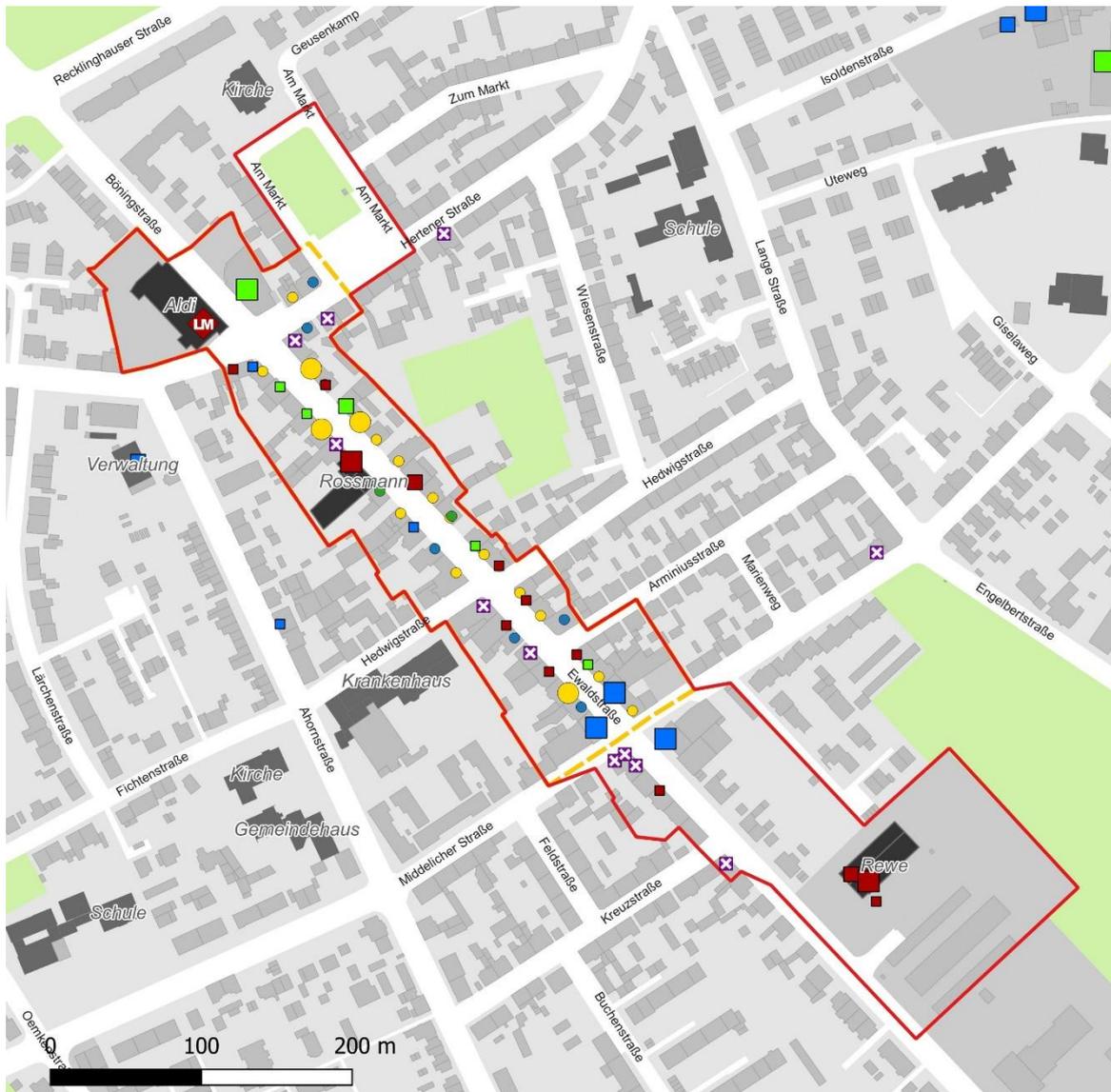


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Stadtteilzentrum Resse – Ewaldstraße

Das Stadtteilzentrum Resse – Ewaldstraße erstreckt sich bandartig entlang der Ewaldstraße bis hin zur Böningstraße. Es liegt ein grundversorgungsorientiertes Angebot mit ergänzenden Anbietern des langfristigen Bedarfs vor. Die Magnetbetriebe sind Aldi, Rewe und Rossmann. Der Versorgungsbereich wurde um den Marktplatz sowie um den Standort des Rewe, südlich der alten Abgrenzung, erweitert. Diese Erweiterung lässt sich auch mit einer potenziellen Verlagerung der Lidl-Filiale an der Engelbertstraße 47 zur aktuell von Maxi-Garagen genutzten Fläche an der Ewaldstraße 51 südlich des Rewe-Marktes begründen.

Karte 13: Abgrenzung des Stadtteilzentrum Resse – Ewaldstraße

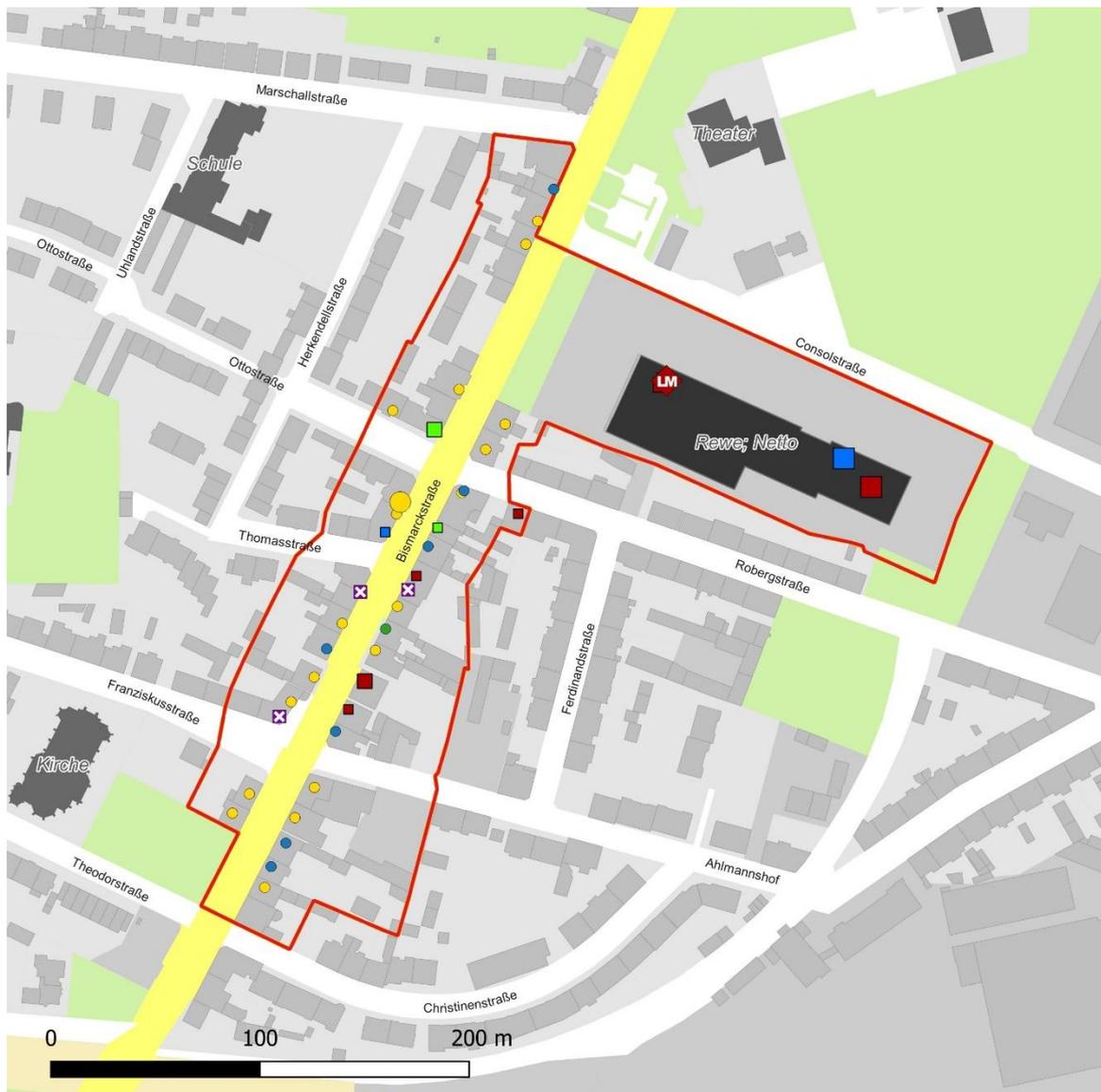


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Bismarck – Bismarckstraße Nord/Consol

Die Angebotsstruktur im Nahversorgungszentrum Bismarck – Bismarckstraße Nord/Consol zeichnet sich durch einen Schwerpunkt auf die Grundversorgung aus. Magnetbetriebe sind am Nahrungs- und Genussmittelstandort mit Rewe und Netto zu verzeichnen. Die Abgrenzung weist keine Veränderungen zum EHK 2015 auf.

Karte 14: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Bismarck – Bismarckstraße Nord/Consol

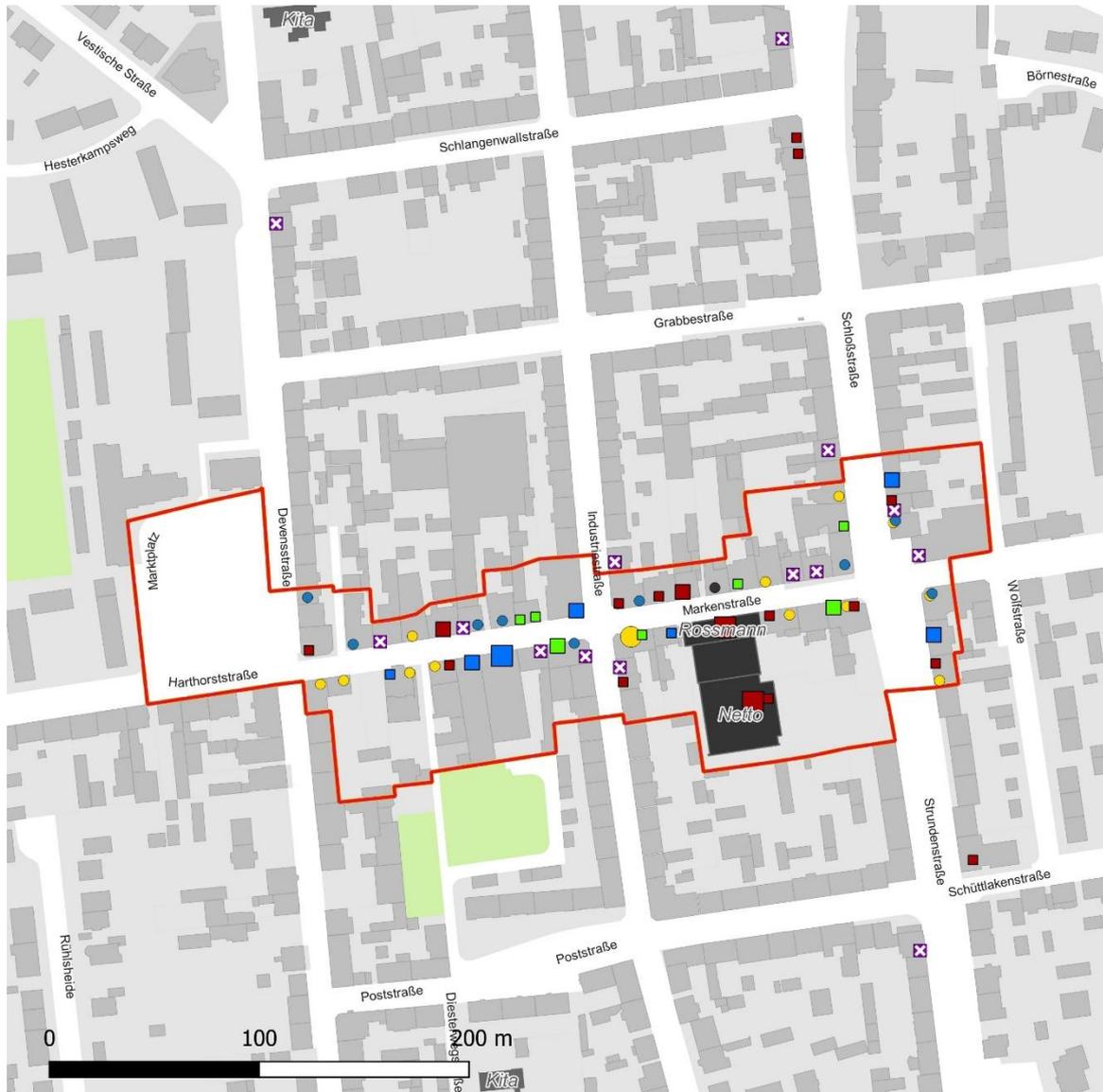


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Horst - Markenstraße

Das Nahversorgungszentrum Horst – Markenstraße zeichnet sich durch einen Besitz von discountorientierter Grundversorgung aus. Als Magnetbetriebe lassen sich Rossmann und Netto feststellen. Die Abgrenzung des Versorgungsbereichs weist keine Veränderung auf. Jedoch wurde die Hierarchiestufe von Neben- bzw. Stadtteilzentrum auf Nahversorgungszentrum runtergesetzt, da das Einzelhandelsangebot quantitativ und qualitativ nicht dem eines Stadtteilzentrums entspricht.

Karte 15: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Horst - Markenstraße

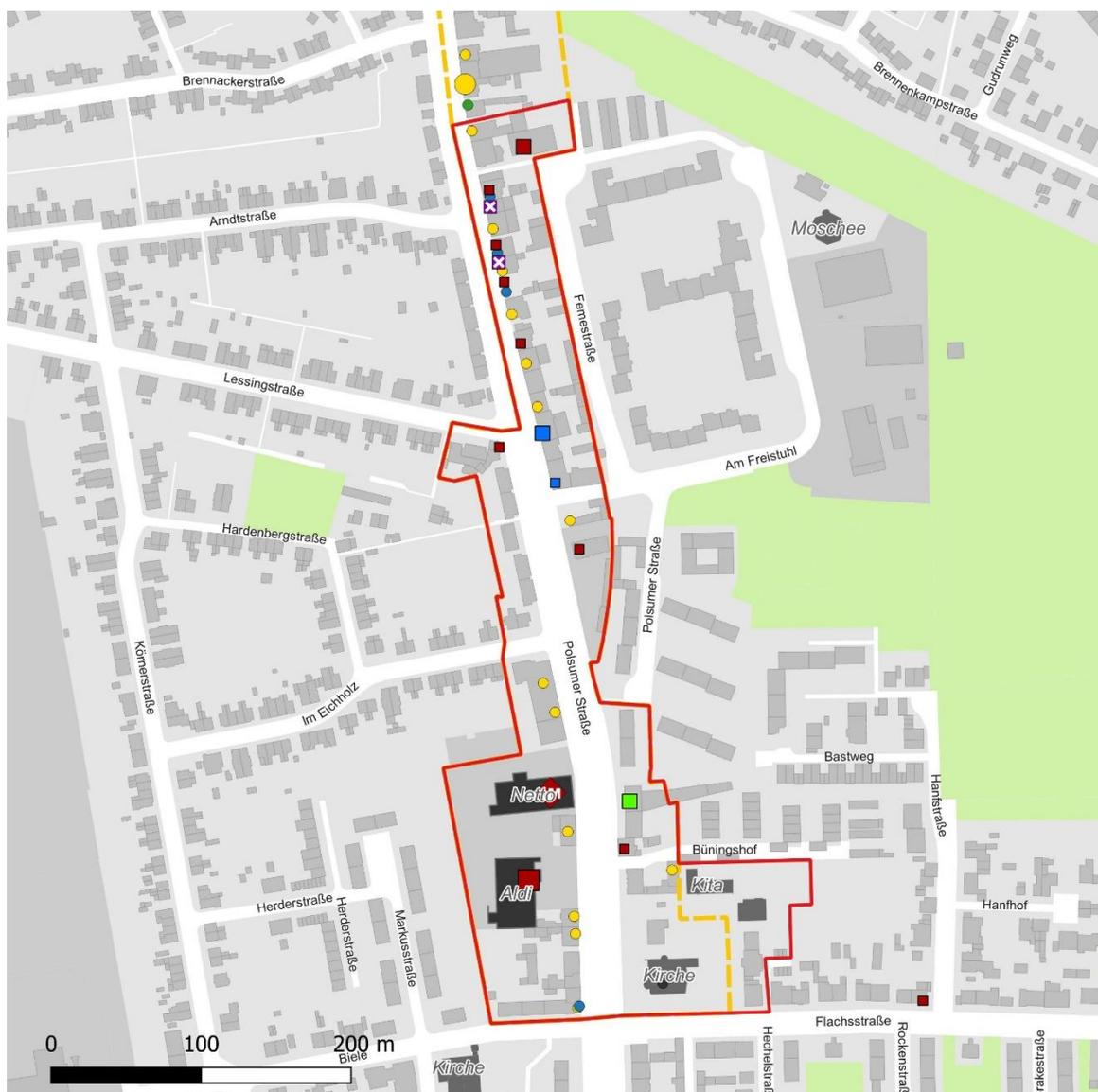


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Hassel – Polsumer Straße

Das Nahversorgungszentrum Polsumer Straße verzeichnet ein grundversorgungsorientiertes Angebot mit Sortimentsschwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Magnetbetriebe sind die Lebensmittelmärkte Aldi und Netto im Süden der Abgrenzung. Die Abgrenzung des Versorgungsbereichs wurde im nördlichen Bereich eingekürzt und im südlichen Bereich um eine Potenzialfläche (Kirche) ergänzt.

Karte 16: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Polsumer Straße



Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: Stadt Gelsenkirchen Amt für Geoinformation, Liegenschaften und Kataster 05/2022; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Schalke – Schalker Straße

Das Nahversorgungszentrum Schalke – Schalker Straße ist durch ein grundversorgungsorientiertes Angebot mit Schwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel geprägt. Als Magnetbetrieb ist der Lidl im Norden der Abgrenzung zu verzeichnen. Erweitert wurde die Abgrenzung westlich des Lidl aufgrund einer potenziellen Ansiedlung eines Einzelhändlers.

Karte 17: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Schalke – Schalker Straße

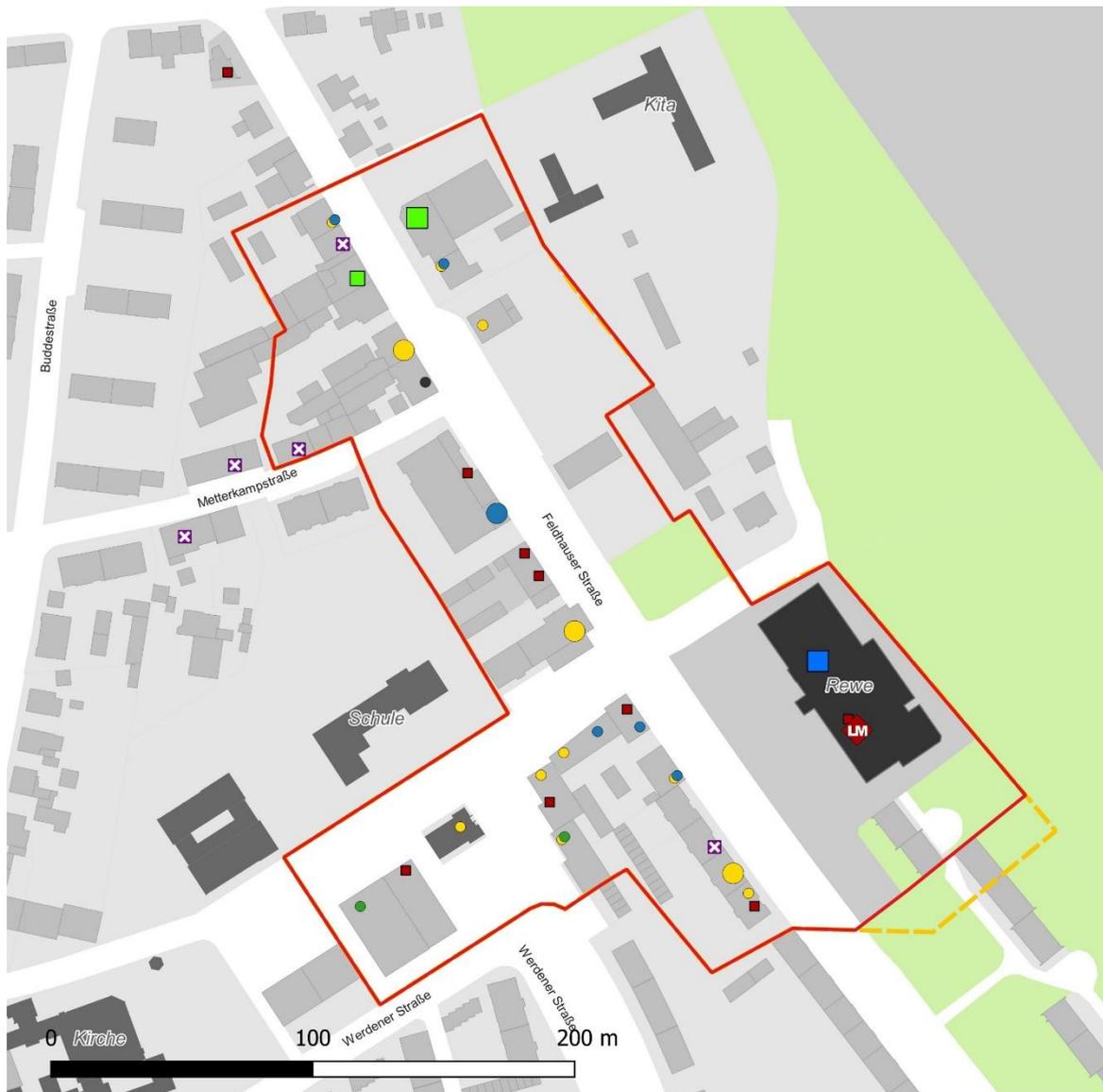


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Scholven – Feldhauser Straße

Das Nahversorgungszentrum Scholven weist ein grundversorgungsorientiertes Angebot mit ergänzenden Angeboten in der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe auf. Magnetbetrieb ist der Rewe im südöstlichen Teil der Abgrenzung. Die Abgrenzung des Versorgungsbereichs hat sich nur minimal verändert, wobei im südlichen Bereich eine Verkürzung vorgenommen wurde.

Karte 18: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Scholven

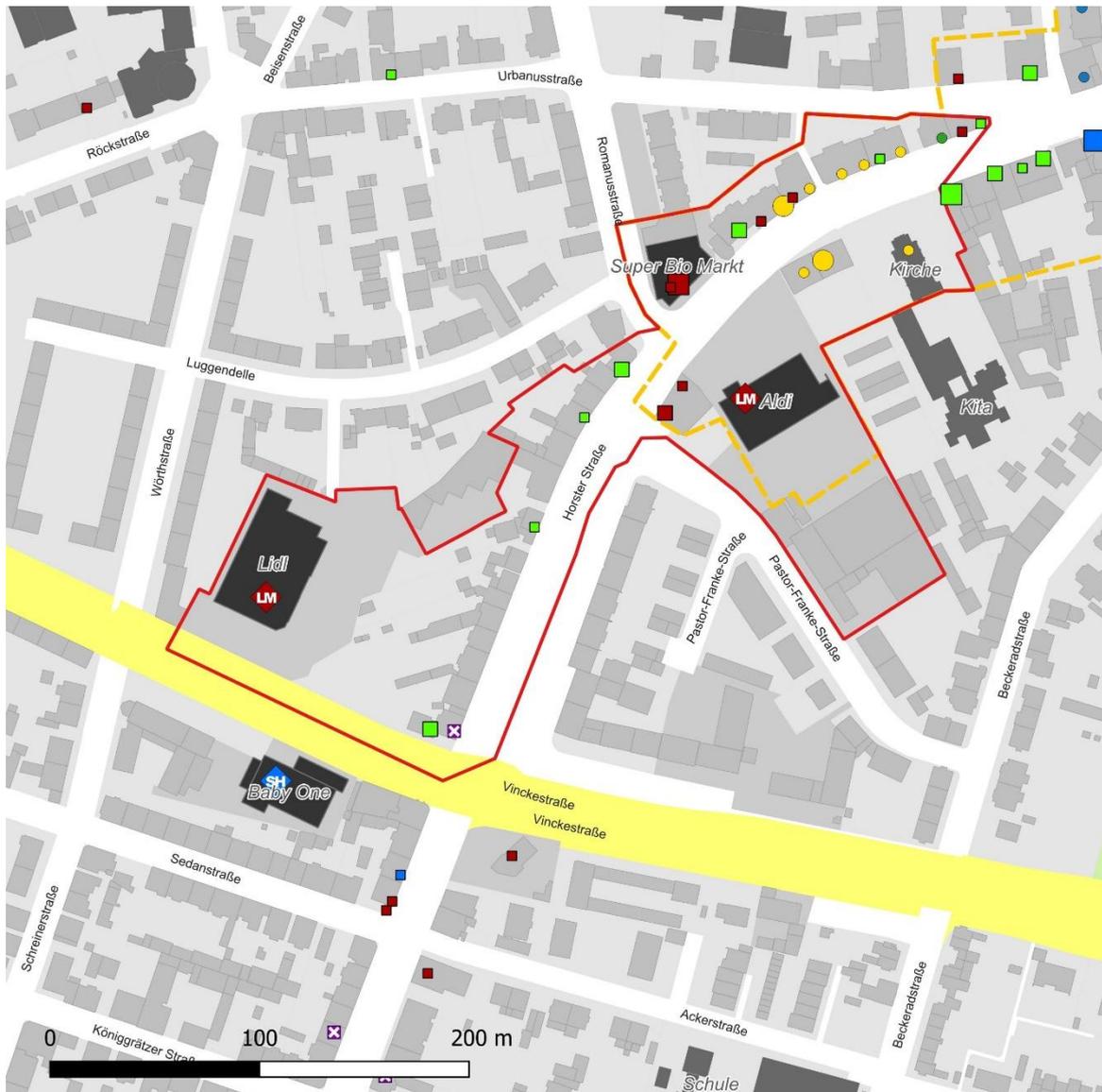


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Buer – Horster Straße

Das Nahversorgungszentrum Buer – Horster Straße wurde als neues NVZ etabliert. Die Angebotsstruktur ist geprägt von großflächigem Einzelhandel mit dem Sortimentschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel. Ergänzt wird die Struktur durch Einzelhandel für den kurz- und langfristigen Bedarf. Die Vinckestraße wirkt als städtebauliche Barriere, weshalb die Betriebe südlich der Vinckestraße nicht in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen werden.

Karte 19: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Buer – Horster Straße

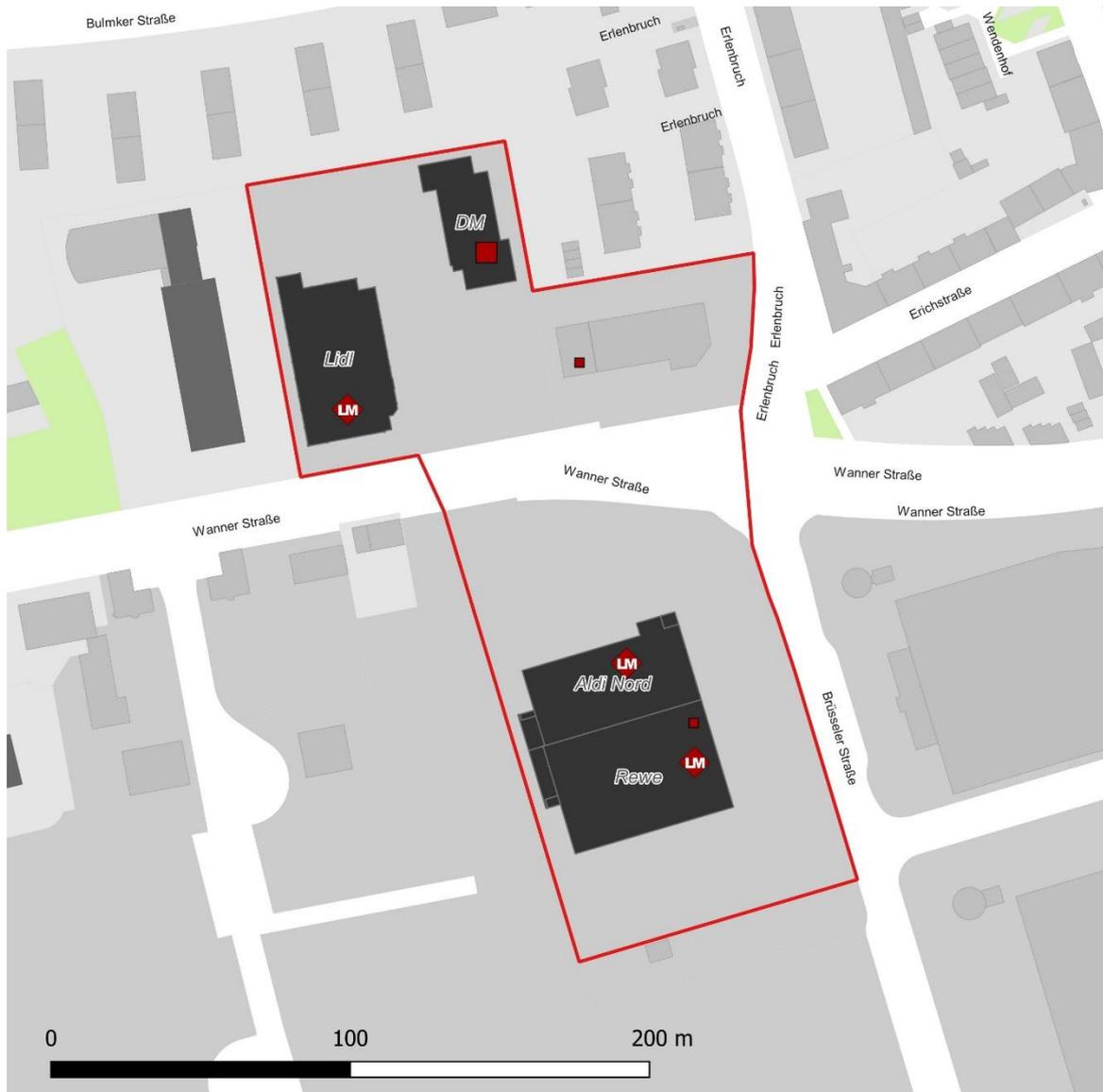


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Nahversorgungszentrum Bulmke-Hüllen – Wanner Straße

Das Nahversorgungszentrum Bulmke-Hüllen – Wanner Straße ist ein neu etabliertes Zentrum. Die Angebotsstruktur zeichnet sich durch großflächige Nahversorger (Rewe, Aldi, Lidl) sowie den Magnetbetrieb DM aus.

Karte 20: Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Bulmke-Hüllen – Wanner Straße

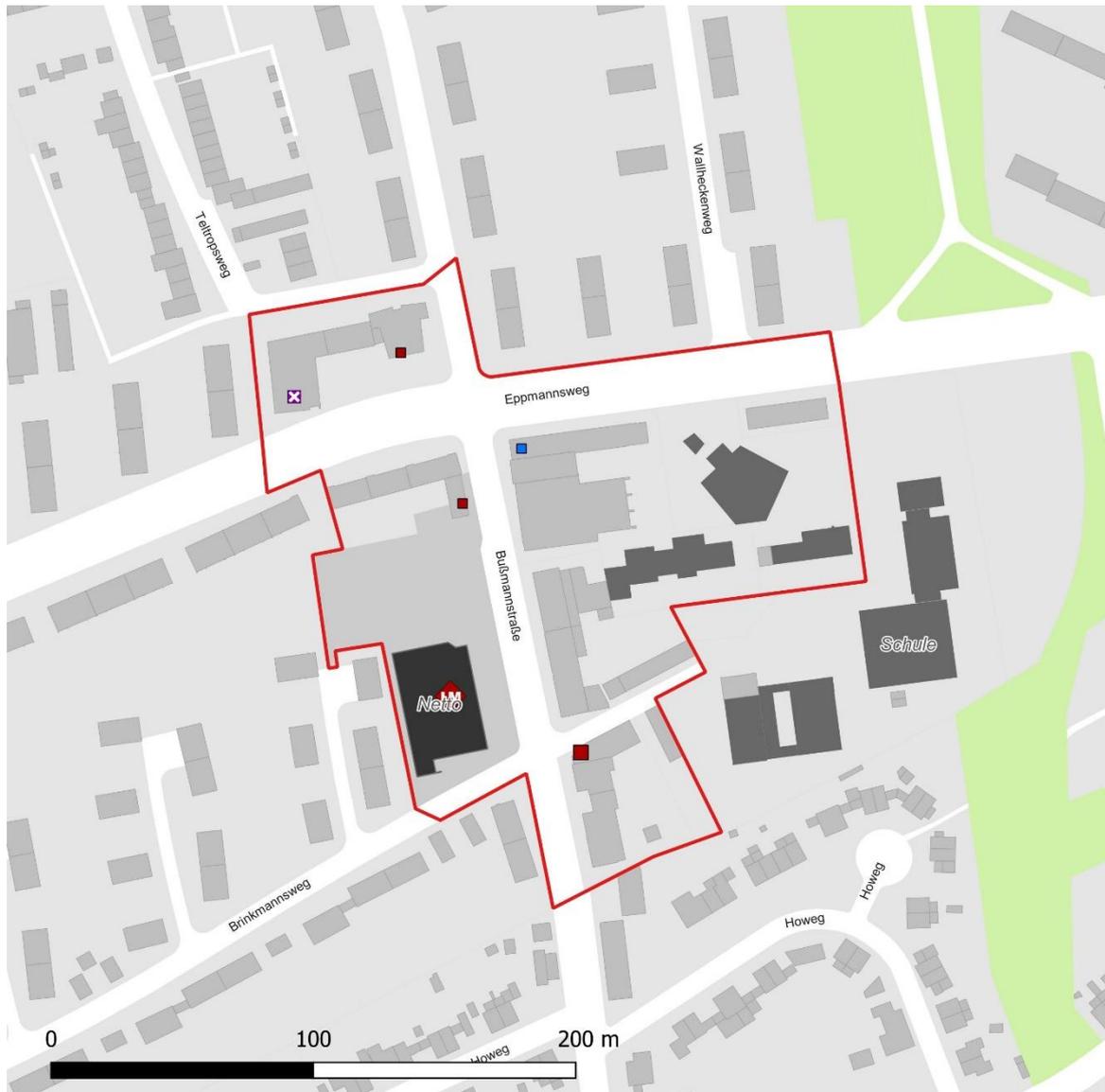


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Hassel – Eppmannsweg/Bußmannstraße

Das Nahversorgungszentrum Eppmannsweg/Bußmannstraße ist ein perspektivischer Versorgungsbereich. Dieser zeichnet sich vor allem durch seine Kompaktheit und ergänzenden Nutzungen aus. Die grundversorgungsorientierte Angebotsstruktur ist auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtet und durch den Magnetbetrieb (Netto) verstärkt.

Karte 21: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Eppmannsweg / Bußmannstraße

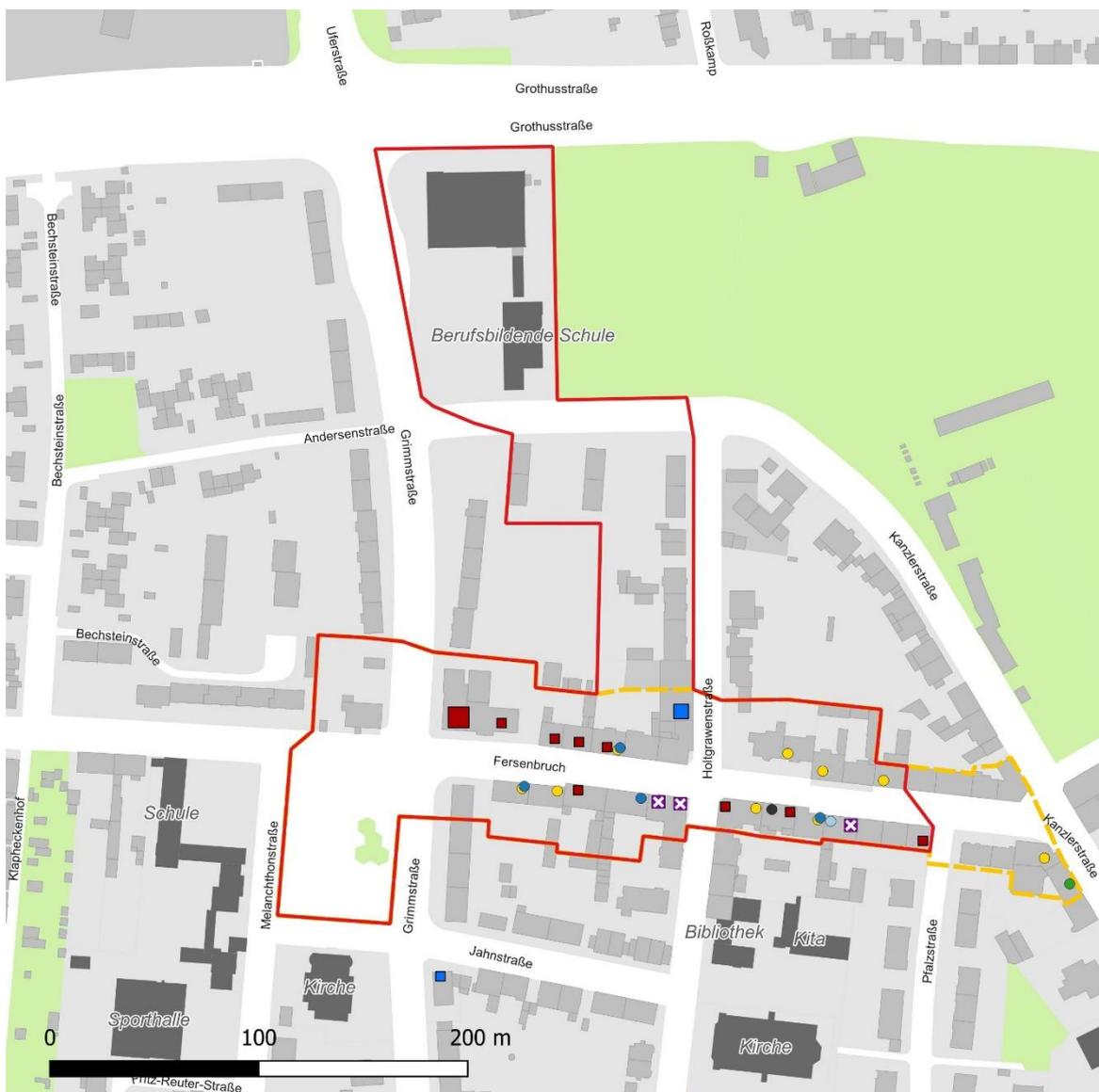


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Heßler - Fersenbruch

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Heßler – Fersenbruch ist durch eine kleinflächige, grundversorgungsorientierte Angebotsstruktur geprägt. Da aktuell kein Magnetbetrieb innerhalb der Abgrenzung zu verorten ist, wurde der zentrale Versorgungsbereich um eine Potenzialfläche im Norden (Berufskolleg) erweitert, um eine mögliche Ansiedlung eines Nahversorgers zu ermöglichen. Die Verbindung zwischen der Potenzialfläche (Berufskolleg) und dem Einzelhandelsbesatz im Fersenbruch soll fußläufig durch die Wohnsiedlung der Vonovia erfolgen. Diese fußläufige Verbindung ist nötig, um eine funktionale Anbindung an zwischen dem Fersenbruch und dem Berufskolleg herzustellen. Des Weiteren wurde eine Fläche im Osten des ZVB ausgegliedert, aufgrund des geringen Besatzes an Einzelhandel.

Karte 22: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Heßler - Fersenbruch



Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Ückendorf – Ückendorfer Straße/Dessauer Straße

Das neu ausgewiesene, perspektivische Nahversorgungszentrum Ückendorf – Ückendorfer Straße/Dessauer Straße zeichnet sich neben den Magnetbetrieben (Rewe, Holz-Meyer) durch einen geringen Besatz von Einzelhandelsstrukturen aus. Eine Verlagerung des Aldi Nord (Dessauerstraße) auf die Fläche neben Holz-Meyer wird als erforderlich angesehen, um hier mittelfristig ein Nahversorgungszentrum zu etablieren.

Karte 23: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Ückendorf – Ückendorfer Straße/Dessauer Straße



Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Ückendorf – Geldbach

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Ückendorf – Geldbach wurde neu etabliert. Auf Grund des geringen Besatzes ist eine Ansiedlung von einem Nahversorger auf dem Geldbach-Areal notwendig, um das Zentrum als vollwertiges Nahversorgungszentrum zu etablieren. Aktuell finden sich neben dem Magnetbetrieb (Lidl) hauptsächlich Leerstände wieder.

Karte 24: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Ückendorf – Geldbach

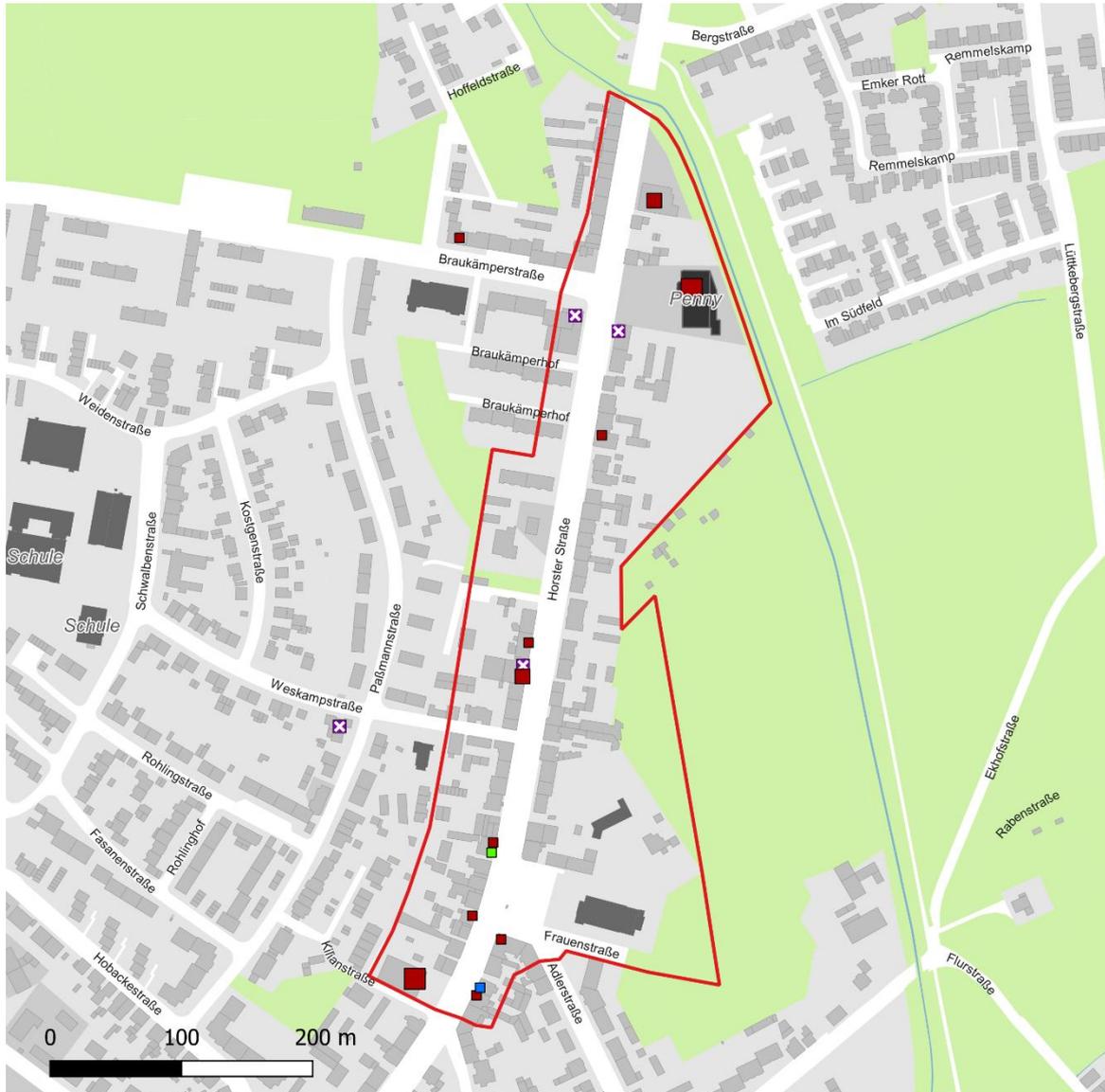


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Beckhausen – Horster Straße

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Beckhausen – Horster Straße zeichnet sich durch seine langgezogene Struktur aus. Die Angebotsstruktur ist auf eine grundversorgungsorientierte kurzfristige Bedarfsstufe ausgerichtet, mit dem Magnetbetrieb (Penny) im nördlichen Teil der Abgrenzung. Eine Potenzialfläche zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ergibt sich östlich der Horster Straße im Bereich der leerstehenden Liebfrauen Kirche.

Karte 25: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Beckhausen – Horster Straße

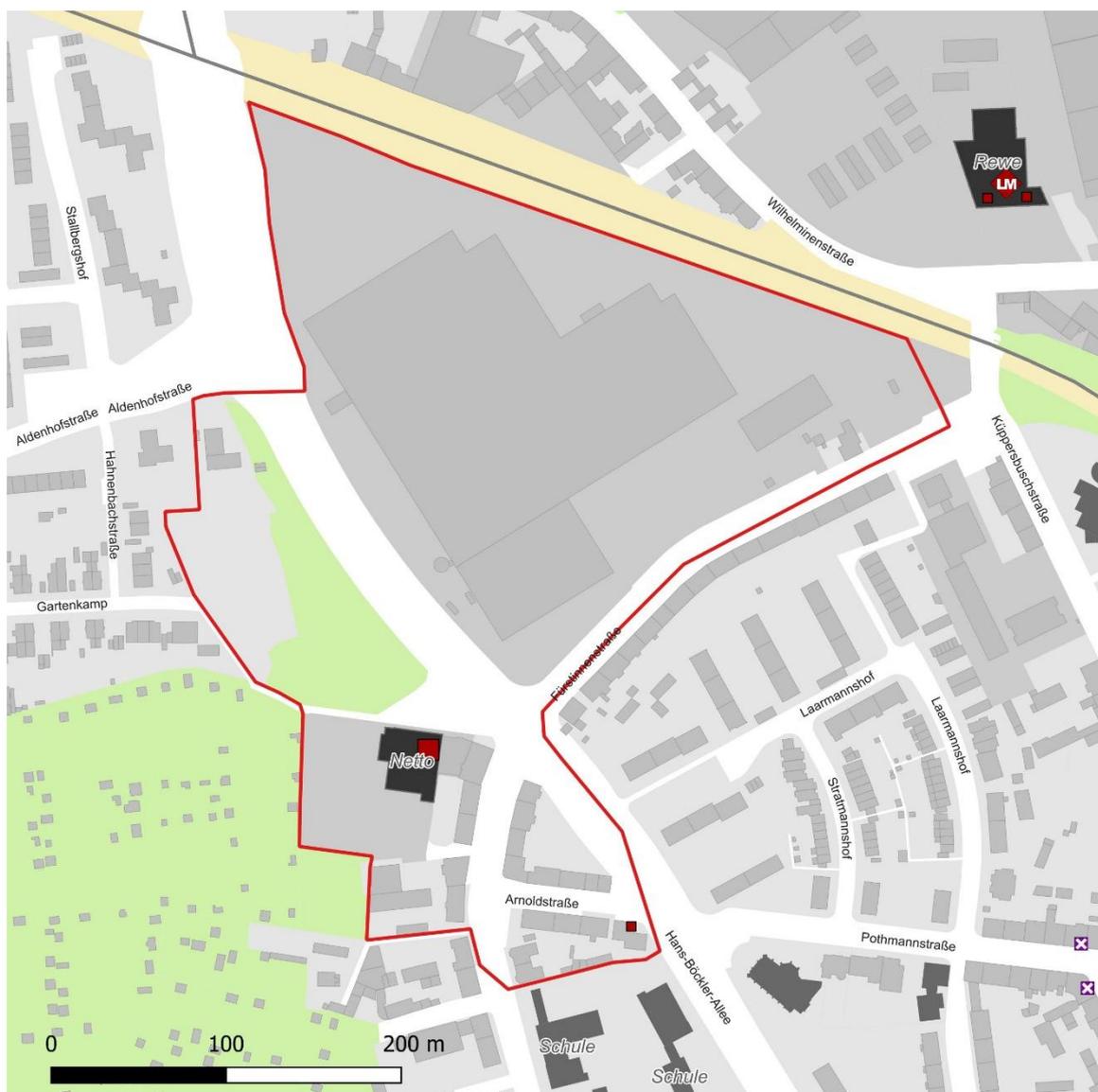


Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Perspektivisches Nahversorgungszentrum Feldmark

Das perspektivische Nahversorgungszentrum Feldmark wurde neu ausgewiesen, um die Angebotsstruktur in dem eher unterversorgten Bereich zu stärken und auszubauen. Das Küppersbusch-Gelände bietet Potenzial zur Quartiersentwicklung mit Wohnen, Arbeiten aber auch Einzelhandel (Nahversorgung) und sonstigen Nutzungen. Die Ausweisung eines perspektivischen NVZ ist an eine Quartiersentwicklung einschließlich Wohnen geknüpft. Neben dem bestehenden Lebensmittelmarkt an der Fürstinnenstraße ist zudem perspektivisch das Amigonianer-Areal in die Abgrenzung integriert.

Karte 26: Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Feldmark – Küppersbusch



Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Zielsetzung ist es, zunächst eine Quartiersentwicklung inkl. Einzelhandel auf dem Küppersbusch-Areal zu realisieren.

Ein städtebaulich begründbarer Einbezug des Amigonianer-Standortes erfolgt unter Berücksichtigung der folgenden Bedingungen:

- Die primäre Entwicklung im Sinne einer Quartiersentwicklung muss auf der Fläche es ehemaligen Küppersbusch-Areals stattfinden.
- Die Hans-Böckler-Allee stellt eine Barriere zwischen dem Küppersbusch-Areal und der Fläche der Amigonianer dar. Daher müsste eine geeignete Querungsmöglichkeit für Fußgänger in Höhe der Amigonianer-Fläche hergestellt werden.
- Der EH-Schwerpunkt des zukünftigen perspektivischen NVZ müsse zudem auf dem ehem. Küppersbusch-Areal liegen.

7.2.2 Ergänzende Standorte des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Bei den ergänzenden Standorten des Einzelhandels handelt es sich um nahversorgungsrelevante Anbieter, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Gelsenkirchen integriert sind und eine Versorgungsbedeutung für die umliegenden Wohngebiete übernehmen, jedoch keinen städtebaulich-funktionalen zentralen Versorgungsbereich ausbilden. Es lassen sich sogenannte **Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage** und **sonstige Grundversorgungsstandorte** (in städtebaulich nicht-integrierter Lage) unterscheiden.

Als relevante Kriterien für die Einstufung als integrierter Nahversorgungsstandort sind herauszustellen:

- städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche mit ausreichender Mantelbevölkerung und fußläufiger Erreichbarkeit sowie
- Vorhandensein eines strukturprägenden (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelmarktes, Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in Gelsenkirchen sind in Kapitel 7.4 aufgeführt.

Im Gelsenkirchener Stadtgebiet sind folgende Angebotsstandorte als **integrierte Nahversorgungsstandorte** zu definieren:

Mitte

Bismarckstraße (derzeit Netto Marken-Discount)

Bismarckstraße (derzeit Penny)

Grenzstraße (derzeit Depo)

Im Mühlenfeld (derzeit Netto Marken-Discount)

Kirchstraße (derzeit Deniz Supermarket)

Neuhüller Straße (derzeit Nova Fresh)

Overwegstraße (derzeit Netto)

Overwegstraße (derzeit Rewe)

Pommernstraße (derzeit Aldi Nord)

Wanner Straße (derzeit Penny)

Nord

Emil-Zimmermann-Allee (derzeit Aldi)

Emil-Zimmermann-Allee (derzeit Netto)

Horster Straße (derzeit Rewe)

Horster Straße (derzeit Tepe)

Scheideweg (derzeit Lidl)

Taubenstraße (derzeit Netto)

Valentinstraße (derzeit Penny)

Ost

Cranger Straße (derzeit Netto Marken-Discount)

Frankampstraße (derzeit Netto Marken-Discount)

Heistraße (derzeit Aldi Nord)

Im Emscherbruch (derzeit Rewe)

Süd

Am Dördelmannshof (derzeit Kauver)

Bokermühlstraße (derzeit Lidl)

Ückendorfer Straße (derzeit Riwa Supermarket)

Wiehagen (derzeit Europamarkt)

Wiehagen (derzeit Penny)

West

Essener Straße (derzeit Rewe)

Fischerstraße (derzeit Netto)

Kärntener Ring (derzeit Lidl)

7.2.3 Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels / Standorte für Fachmärkte (großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten)

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels bzw. Standorte für Fachmärkte dienen i. S. d. Zielkonzeption (Standortstrukturmodell) der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Sie ergänzen mit ihrem Angebot funktional die zentralen Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgungsstruktur. Der Standorttyp des Ergänzungsstandorts des großflächigen Einzelhandels zeichnet sich insbesondere durch folgende Merkmale aus:

- städtebaulich nicht-integrierte Lage,
- gesamtstädtische(s) und z. T. überörtliche(s) Einzugsgebiet(e) / Versorgungsbedeutung,
- Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen,
- vereinzelt Mehrfachbesatz von Anbietern der gleichen Warengruppe,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur sehr geringes Dienstleistungsangebot.

Prägend im Rahmen der Standortstruktur im Gelsenkirchener Stadtgebiet sind **Fachmarkt-agglomerationen** mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche. Die großflächigen Angebote entfalten eine kommunale und regionale Versorgungsbedeutung. Die Fachmarkttagglomerationen ergänzen die Versorgungsstruktur bei der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Versorgung. Sie sollen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentrenstruktur entfalten. Zentrenrelevante Sortimente sollten lediglich als Randsortimente angeboten werden, welche zentrenverträglich zu begrenzen sind.

Fachmarkttagglomerationen sind gesamtstädtisch (und teilweise auch darüber hinaus) bedeutsame Standorte, an denen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortimenten der nicht zentrenrelevanten Warengruppen gruppiert werden sollen. Zum typischen Besatz gehören insbesondere Bau- und Gartenmärkte sowie Möbelhäuser. Fachmarkttagglomerationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie

- als Agglomeration aus Kunden- und Anbietersicht attraktive Angebotskopplungen bieten (z. B. Möbel- und Baumarktsortimente) bzw. charakteristische Gestalt in der Einzelhandelsstruktur,
- aufgrund der Standortgröße und Lagevorteile erwarten lassen, dass sich solche Angebotskopplungen grundsätzlich ansiedeln lassen,
- aufgrund der Verkaufsflächenvolumina eine räumlich weitreichende, regelmäßig gesamtstädtische und teilweise regionale Versorgungsbedeutung haben bzw. erwarten lassen,
- einen gewissen Umfang zentrenrelevanter Randsortimente anbieten und von ihnen daher Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche ausgelöst werden können

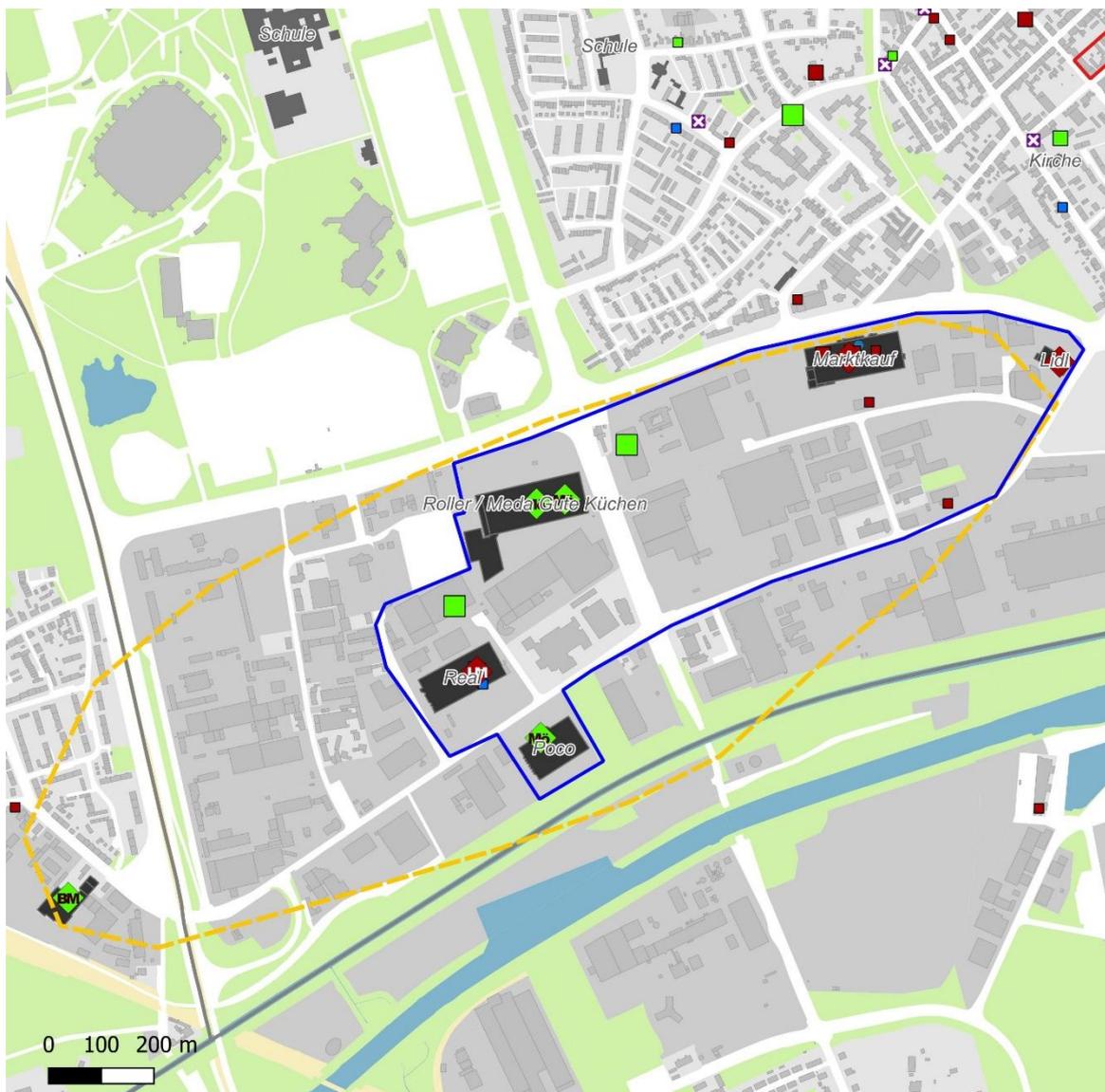
- und dass sie nicht zuletzt auch relevante Auswirkungen auf den Verkehr und das Stadtbild sowie weitere gesamtstädtische Aspekte nach sich ziehen können.

Zu den Fachmarkttagglomerationen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten und mehr als 5.000 m² Gesamtverkaufsfläche gehören:

Ergänzungsstandort Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße

Die Standortagglomeration an der Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße im Stadtteil Erle ist der größte Ergänzungsstandort und hat dementsprechend erwartungsgemäß eine prägende Funktion innerhalb der Gelsenkirchener Standortstruktur. Der Real an der Emscherstraße ist mittlerweile geschlossen.

Karte 27: Ergänzungsstandort Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße

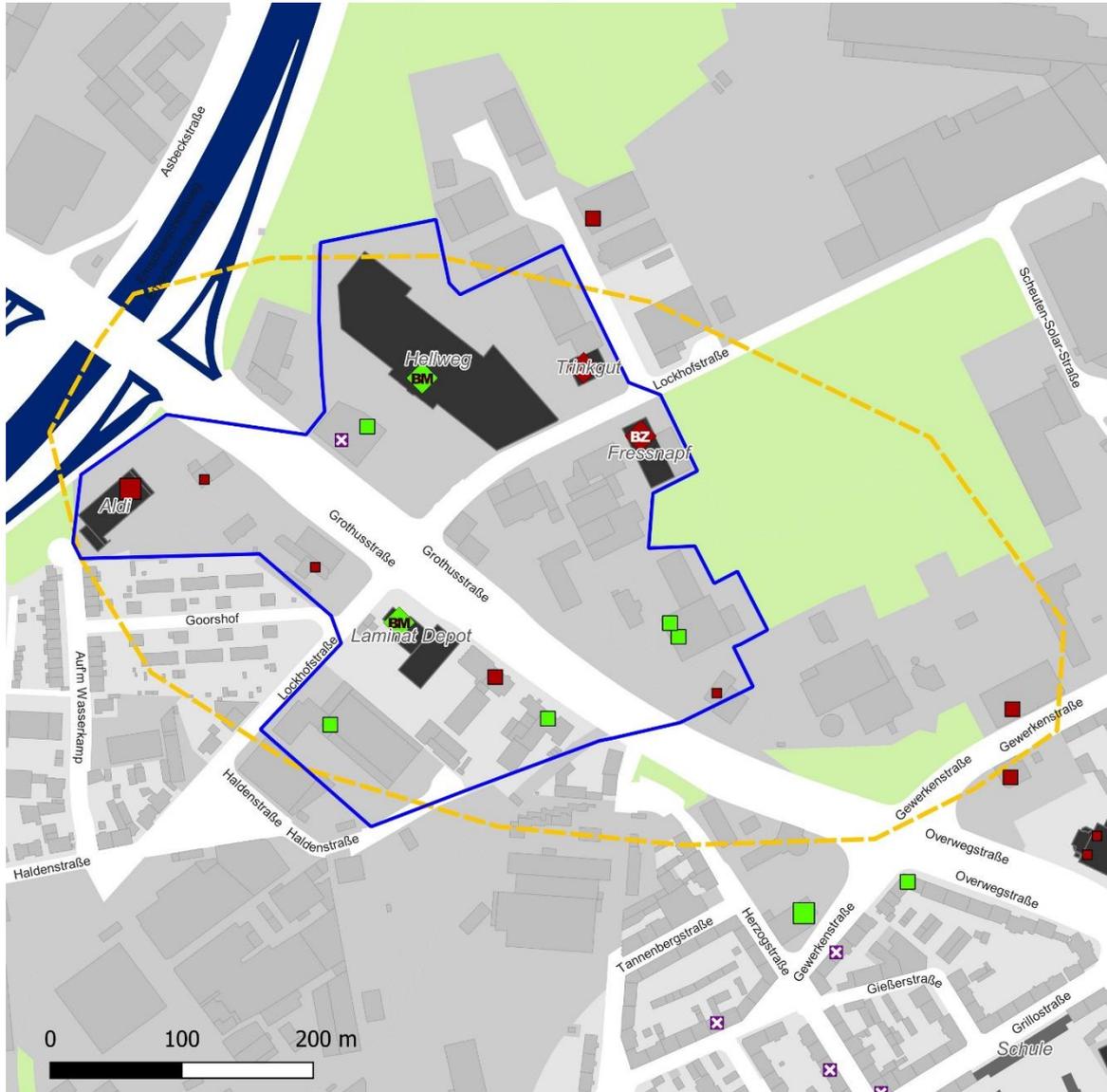


Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang, Anmerkung: Real an der Emscherstraße geschlossen

Ergänzungsstandort Grothusstraße

Die Standortagglomeration an der Grothusstraße im Stadtteil Schalke ist der zweitgrößte Ergänzungsstandort und hat damit auch erwartungsgemäß eine prägende Funktion innerhalb der Gelsenkirchener Standortstruktur. Der Bereich befindet sich in städtebaulich nicht-integrierter Lage.

Karte 28: Ergänzungsstandort Grothusstraße



Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

Ergänzungsstandort Buschgrundstraße

Die Standortagglomeration an der Buschgrundstraße im Stadtteil Buer ist rund 1,2 Kilometer nord-westlich vom Bueraner Hauptzentrum gelegen. Im Vergleich zu anderen thematisierten Ergänzungsstandorten, wie beispielweise der Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße, ist die Buschgrundstraße deutlich kleiner und in städtebaulich nicht-integrierter Lage angesiedelt. Der Standort umfasst überwiegend großflächige Einzelhandelsangebote des kurz- und langfristigen Bedarfs.

Karte 29: Ergänzungsstandort Buschgrundstraße



Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 12/2022-04/2023; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2023; Legende siehe Anhang

7.3 Gelsenkirchener Sortimentsliste

Bei Entscheidungen zu Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung stellt die Gelsenkirchener Sortimentsliste eine wichtige, weil unverzichtbare Ergänzung zu den bereits vorliegenden Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche dar. Eine ortsspezifische Vorgehensweise ist notwendig und zielführend, reicht doch z. B. zum Ausschluss von Warengruppen im Rahmen von Bauleitplanverfahren gerade vor dem Hintergrund der Rechtsprechung insbesondere des OVG Münster (Urteile z. B. zu Vorhaben in Rhede und Sundern) die Berufung z. B. auf die Leitsortimente des LEP NRW oder aber auch den Einzelhandelserlass des Landes NRW nicht aus, ja führt sogar zu einem bedeutenden Abwägungsmangel.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten) und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2 - 9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mithilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge erhalten und – letztendlich entscheidend – entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige (> 800 m² Verkaufsfläche) Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen, aber auch zu den Entwicklungs-

perspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Sortimentslisten im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes / Masterplans dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und, zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen, auch nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Tabelle 15: Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	zentrenrelevanter Sortimente	nicht zentrenrelevanter Sortimente
städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht-integriert
Besucherdichte	erzeugen und benötigen hohe Besucherdichten, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherdichte
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Kopplungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherdichten und eine große Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend

sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Koppungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Stadt Gelsenkirchen – eine hohe Leitfunktion für die City bzw. die übrigen vor allem höherrangigen Zentren zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Stadtteil- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein und haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Gelsenkirchen – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sind stets zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Gemeinde diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern.

Zentrenrelevante Leitsortimente (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Zentrenrelevante Leitsortimente

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren

- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

Gelsenkirchener Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus³² stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht-integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen].
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).

³² Vgl. dazu Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 530

- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Gelsenkirchen sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche aufgeteilt (vgl. Kap. 7.2.1). Z. T. sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren umfasst.

Tabelle 16: Sortimentsliste für die Stadt Gelsenkirchen

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Auflistung)	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Apothekenwaren <i>Gesundheits- und Körperpflegeartikel</i> Getränke <i>Nahrungs- und Genussmittel</i> Schnittblumen Zeitungen / Zeitschriften	
Bastel- und Künstlerartikel, Sammlerbriefmarken und -münzen <i>Bekleidung, Wäsche</i> <i>Bücher</i> <i>Elektrogeräte, Medien¹</i> Elektrokleingeräte <i>Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik</i> Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle Heimtextilien (inkl. Haus- und Tischwäsche, Bettwäsche) / Gardinen / Dekostoffe Kosmetikartikel / Parfümeriewaren	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme <i>medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel²</i> Musikinstrumente und Zubehör <i>Papier/Bürobedarf/Schreibwaren</i> <i>Schuhe, Lederwaren</i> <i>Spielwaren³</i> <i>Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel⁴</i> Sportkleingeräte <i>Uhren / Schmuck</i> Wohndekorationsartikel
Alle anderen Sortimente gelten als nicht zentrenrelevant:	
Beispiele für nicht zentrenrelevante Sortimente	
Angler-, Jagdartikel und Waffen ⁵ Bauelemente, Baustoffe Baumarktspezifisches Sortiment Bettwaren / Matratzen Büromaschinen Campingartikel Elektrogroßgeräte Fahrräder und technisches Zubehör Gartenartikel und -geräte Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Autokindersitze)	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel Möbel Pflanzen / Samen Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor) Tapeten Teppiche (Einzelware) Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe Sportgroßgeräte Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintierfutter) und lebende Tiere

Erläuterungen

Kursiv: zentrenrelevante Sortimente gemäß LEP NRW Ziel 6.5-2 Anlage 1

¹*Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten*

²*Augenoptik, Hörgeräte*

³*Modellbau*

⁴*ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte*

⁵*Ohne Bekleidung und Schuhe*

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuften Warensortimenten, wie z. B. **Drogeriewaren**, der überwiegende Teil der Verkaufsfläche innerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Ausnahme ist das Warensortiment Nahrungs- und Genussmittel. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente besitzen für die zentralen Versorgungsbereiche eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion, auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen. Ebenfalls überwiegend wohnungsnah bzw. auch in den zentralen Versorgungsbereichen und i. d. R. auch im Zusammenhang mit den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflege werden die Sortimente Zeitungen / Zeitschriften sowie Schnittblumen angeboten. Daher sind auch sie als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Sortimente sind als Leitsortimente gemäß LEP NRW als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet. Sie weisen ebenfalls einen Angebotsschwerpunkt in den Gelsenkirchener zentralen Versorgungsbereichen auf:

Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten); Uhren, Schmuck

Aufgrund ihres Anteils in den zentralen Versorgungsbereichen in Gelsenkirchen prägen diese Sortimente in besonderem Maße das dortige Einzelhandelsangebot. In ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Zentren. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion. Im Sinne des LEP NRW, Kapitel 6.5, des REHK und auch aufgrund der lokalen Situation bzw. künftiger städtebaulicher Zielvorstellungen in Gelsenkirchen sind daher diese Sortimente (mit Ausnahme einzelner Teilsortimente) als zentrenrelevante Sortimente in die Gelsenkirchener Sortimentsliste aufzunehmen.

Die Warengruppe Wohndekorationsartikel umfasst verschiedene, unterschiedliche Einzelsortimente, dazu gehören vor allem Bettwaren, Matratzen; Haus- und Heimtextilien, Gardinen; Kunstartikel, Bilder, Rahmen; Teppiche (Einzelware). Während das Sortiment Matratzen eine geringe zentrentragende Funktion einnimmt und auch aufgrund ihrer Beschaffenheit weniger als typische zentrenrelevante Sortimente einzustufen ist, werden im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auch der City, die Sortimente **Bettwaren, Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe (inkl. Bettwäsche)** und **Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen** als zentrenrelevant eingestuft, da sie insbesondere auch in Form kleinerer Fachgeschäfte (z. B. Gardinenfachgeschäfte, Raumausstatter) einen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Angebotes leisten können.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Zu den typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten gehören **Möbel** sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente**, die üblicherweise, und so auch in der Stadt Gelsenkirchen, an dezentralen Standorten bzw. Ergänzungsstandorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind. Dies erklärt auch die Dominanz der Verkaufsflächen bzw. Anzahl entsprechender Betriebe außerhalb zentraler Lagen.

7.4 Sicherung der Nahversorgung

Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich insbesondere in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte, wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte, aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für unmotorisierte Haushalte schwieriger. Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung im Gelsenkirchener Stadtgebiet ist somit ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Gelsenkirchen und rechtfertigt die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an die städtebaulich geeigneten Standorte. Eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes ist zu vermeiden. Oberste Priorität besitzt dabei die **Sicherung** der Angebote in den **zentralen Versorgungsbereichen** sowie der ergänzenden **Nahversorgungsstandorte** in den Siedlungsbereichen.

Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohnerinnen und Einwohner gegeben ist. Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- die Stadt Gelsenkirchen städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen schafft, die einen gewünschten Nahversorgungsstandort auch aus Betreibersicht mit den wichtigsten Standortfaktoren ausstatten,
- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft umgehen wollen und können.

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Gelsenkirchen lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

Lokale Versorgungslücken

- Bei einer im unteren Bundesdurchschnitt liegenden Verkaufsflächenausstattung der Stadt Gelsenkirchen im Lebensmittelbereich von **0,38 m² pro Einwohner** und einer relativ ausgewogenen Verteilung der Betriebe im Gelsenkirchener Stadtgebiet bestehen vereinzelt **räumliche Versorgungslücken** (vgl. auch Kapitel 6.1.3).
- Es sollte generell möglich sein, dass zur Behebung solcher Versorgungslücken auch weitere, strukturprägende Lebensmittelmärkte (kleinflächig sowie unter bestimmten Voraussetzungen auch großflächig) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können³³, die als schützenswerte Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.2.2) das System der zentralen Versorgungsbereiche ergänzen. Für eine entsprechende Einstufung müssen sie jedoch bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. im Detail hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 7.5.1), zu denen insbesondere zählen:
 - städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche und fußläufige Erreichbarkeit,
 - ausreichendes Bevölkerungspotenzial in Abhängigkeit von der Verkaufsfläche.
- Zur Operationalisierung des letztgenannten Kriteriums bietet sich die **35 - 50 %-Regel**³⁴ an, die in ähnlicher Form bereits Bestandteil des Einzelhandelskonzepts 2015 war

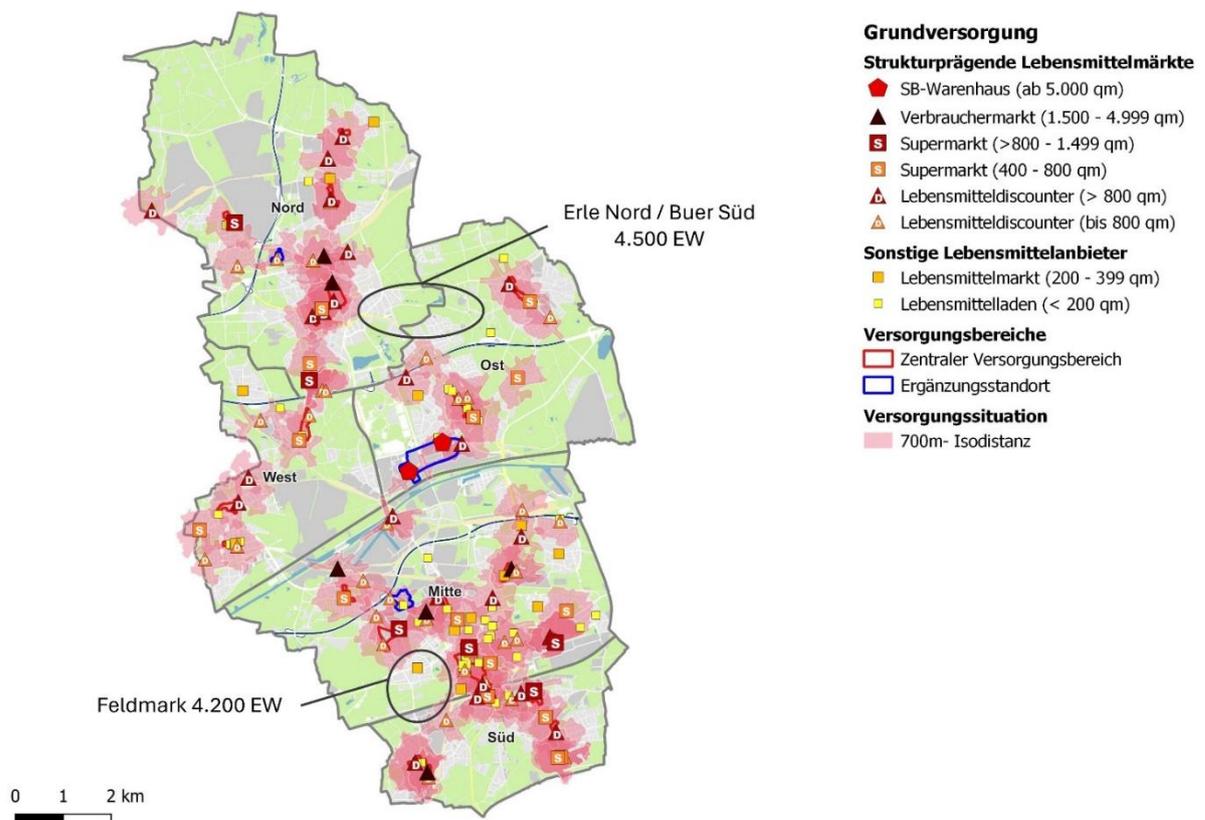
³³ Zu den sinnvollen, flankierenden Maßnahmen zählen insbesondere die aktive Erschließung und Vermarktung geeigneter Grundstücke, die regelmäßige Erfassung von Angebots- und Nachfragestrukturen auf Stadtteilebene und die Hilfestellung für Inhaber bei Investitionsentscheidungen und Nachfolgeregelungen.

³⁴ Gemäß dem Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen sollte der sortimentspezifische Umsatz eines Lebensmittelmarktes eine Quote von 35 % (bis maximal 50 % in begründeten Einzelfällen) der entsprechenden lokalen Kaufkraft im fußläufigen Einzugsbereich nicht überschreiten.

und im Rahmen von Grundsatz 1 in Kapitel näher erläutert wird. Unter Anwendung der 35 - 50 %-Regel ergibt sich für einen strukturprägenden Markt in der Minimalgrößenordnung von 400 m² ein erforderliches Bevölkerungspotenzial von mindestens 2.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Nahbereich; für einen Markt in einer modernen Größenordnung von mindestens 800 m² Verkaufsfläche ein ca. doppelt so hohes.

- Alle in Gelsenkirchen bestehenden strukturprägenden Märkte ab ca. 400 m² Verkaufsfläche sind in der nachfolgenden Karte 20 mit roten **700-Meter-Radien** dargestellt.
- Die Verschneidung mit einer Bevölkerungsdichtekarte, die den Grad der Dichte in unterschiedlichen Graustufen abbildet, ermöglicht hierbei eine Lokalisierung der **unterversorgten Bereiche** mit den größten Bevölkerungspotenzialen.
- Alle Versorgungslücken sind in der nachfolgenden Karte 30 unter Nennung der Bevölkerungszahlen markiert (= **Suchbereiche Nahversorgung**). Es handelt sich um folgende Bereiche:
 - **Stadtbezirk Mitte, Feldmark:** Der Stadtteil Feldmark verfügt derzeit über lediglich zwei Lebensmittelmärkte. Zum einem über den Netto Lebensmitteldiscounter und zum anderen über einen kleinen Nahversorger im südlichen Siedlungsbereich, der unterhalb einer strukturprägenden Größenordnung von 400 m² Verkaufsfläche liegt. In diesem unterversorgten Bereich wäre die Sicherung der Nahversorgung durch die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters sinnvoll. Eine Umsetzung erscheint auch angesichts des Einzugsbereiches von insgesamt ca. 4.200 Einwohnerinnen und Einwohnern nicht realistisch. Stattdessen wird empfohlen sich auf die Entwicklung des persp. Nahversorgungszentrum Feldmark – Küppersbusch im nördlichen Bereich des Stadtteils zu fokussieren, auch wenn sich dadurch keine signifikante Verbesserung der fußläufigen Nahversorgung für die südliche Feldmark einstellt. Falls sich zukünftig in der südlichen Feldmark Flächenpotenziale für eine kleinflächige Einzelhandelsentwicklung ergeben sollten, wären diese für eine Verbesserung der Nahversorgungssituation zu nutzen.
 - **Stadtbezirk Nord, Buer / Stadtbezirk Ost, Erle Nord:** Im Übergang des südöstlichen Teils von Buer zum nördlichen Erle zeigt sich ebenfalls eine räumliche Unterversorgung. Die in den angrenzenden Zentren lokalisierten strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Rewe, Super Bio, Aldi und Netto) versorgen zwar große Teile der Siedlungsstruktur, jedoch decken sie räumlich nicht den gesamten Stadtteil ab. In Folge dessen ergibt sich für die rd. 4.500 Einwohner keine Möglichkeit einer fußläufigen Nahversorgung mit Lebensmitteln. Hier ist das Potenzial für einen Lebensmittelvollsortimenter erkennbar. Bei einer etwaigen Neuansiedlung außerhalb des Hauptzentrums Buer und des Stadtteilzentrums Erle ist sicherzustellen, dass eine entsprechende Entwicklung keine nennenswerten Kaufkraftpotenziale abzieht.
- In den sonstigen räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von „Nachbarschaftsläden“ oder Betrieben des Lebensmittelhandwerks möglich und sinnvoll. Darüber hinaus können auch mobile Verkaufswagen und Lieferangebote von Online-Supermärkten einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung vor Ort leisten.

Karte 30: Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in Gelsenkirchen mit 700-Meter-Radien und Suchbereiche Nahversorgung (rot umrandet) mit Bevölkerungszahlen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 12/2022 – 04/2023; ALKIS NRW

Erreichbarkeit verbessern

Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit für alle Verkehrsteilnehmer sowie der Bereitstellung einer angemessenen Stellplatzanzahl gefunden werden.

Einzelhandelsbetriebe zu multifunktionalen Nahversorgungsstandorten ausbauen

Die Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten (z. B. Bürgerbüro) oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu Nahversorgungszentren erzeugt Synergien und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss).

Märkte unterstützen³⁵

Wochenmärkte mit Schwerpunkt auf Frischwaren haben in der Region Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. Münsterland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz.

7.5 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Gelsenkirchen

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung in Gelsenkirchen präzisieren und ergänzen die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung gemäß Einzelhandelskonzept in Gelsenkirchen.

Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Grundsätze gemäß Einzelhandelskonzept sind voranzustellen:

- Die Grundsätze geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen / Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.
- Sollten sich aufgrund einer derzeit nicht vorhersehbaren, kurzfristig eintretenden, deutlichen Veränderung der Rahmenbedingungen der Stadtentwicklung neue Bedarfe für die Ausweisung zusätzlicher Standorte ergeben, welche durch die Ziele und Grundsätze gemäß Einzelhandelskonzept nicht erfasst sind, ist eine (Teil-)Aktualisierung des Einzelhandelskonzepts zu empfehlen. Dabei sollte die gesamtstädtische Versorgungsstruktur berücksichtigt werden.

Zur Systematik der Grundsätze ist festzuhalten: Einzelhandelsbetriebe definieren sich über das Kernsortiment³⁶. Entsprechend werden die nachfolgenden Haupt-Steuerungsregeln

³⁵ Trödelmärkte können hingegen bei größerer Ausprägung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereich haben. Eine Analyse und gutachterliche Stellungnahme zu dieser Thematik ist nicht Bestandteil des Einzelhandelskonzepts.

³⁶ (Zur Definition Kernsortiment und Randsortiment siehe Glossar im Anhang)
Das Kernsortiment eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Kernsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.).

bzw. Grundsätze für zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel differenziert. Diese sollen künftig in Gelsenkirchen gelten.

7.5.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden, wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung funktionsfähiger zentraler Versorgungsbereiche sowie von ergänzenden Nahversorgungsstandorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der Gelsenkirchener Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich den zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel in der o. g. Anlage 1 als zentrenrelevant und gleichzeitig nahversorgungsrelevant eingestuft sind. Darüber hinaus kommt besonders dem Lebensmitteleinzelhandel eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung der verbraucher-nahen Versorgung der Bevölkerung zu, wobei Voraussetzung ist, dass eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich ist, die Ansiedlung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 6.5-2 LEP NRW) (vgl. auch Kapitel 2.1 und Kapitel 7.4).

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – ausnahmsweise auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht. Drogeriemärkte sollen auf die zentralen Versorgungsbereiche konzentriert werden.

Die Dimensionierung eines Betriebes soll sich dabei an der jeweiligen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches bzw. des integrierten Nahversorgungsstandortes orientieren. Dabei soll ein angemessenes Verhältnis zwischen der Funktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches und der maximalen Dimensionierung des Einzelhandelsbetriebes gewährleistet sein.

Der Gestaltungsleitfaden Lebensmitteleinzelhandel 2023 des Regionalen Einzelhandelskonzeptes östliches Ruhrgebiet (vgl. Kap. 2.3.1) soll berücksichtigt werden.

Ausnahme

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Gelsenkirchener zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten) möglich sein, wenn sie ...

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 – 50 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigt),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und

- keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Erläuterung

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen Gelsenkirchens liegen.

Um eine Kompatibilität zur „hierarchischen Ordnung“ der Zentren- bzw. Standortstruktur und ihrer funktionalen Zuordnung zu gewährleisten und darüber hinaus durch ergänzende Nahversorgungsstandorte die Grundversorgung möglichst umfassend und damit auch für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es hierbei sinnvoll und zielführend, die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der Zentrenkategorie bzw. dem Kaufkraftpotenzial im zu versorgenden Bereich zu steuern. So soll gewährleistet werden, dass Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich der Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grund- und Nahversorgung dienen und negative städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren- sowie Versorgungsstruktur ausgeschlossen werden. Dabei geht es grundsätzlich nicht darum, den Wettbewerb an einzelnen Standorten (zentrale Versorgungsbereiche sowie auch ergänzende Nahversorgungsstandorte) auszuschließen, sondern darum, die wohnungsnahe Nahversorgung zu sichern und zu stärken.

In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch Versorgungslücken im Naheinzugsbereich geschlossen werden können. Neben der Voraussetzung, dass diese der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen, ist hierbei sicherzustellen, dass von einem entsprechenden Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Für die Verkaufsflächendimensionierung von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben bietet die Gegenüberstellung von projiziertem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine bewährte Möglichkeit zur Operationalisierung der genannten Kriterien.

Von einem städtebaulich sinnvollen **Nahversorgungsstandort** (Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel) kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich integrierten Standort handelt und
- das Vorhaben der Nahversorgung dient. Von einer Nahversorgungsfunktion kann regelmäßig ausgegangen werden, wenn die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens im funktionalen Versorgungsbereich eine Quote von 35 % (bis maximal 50 % in begründeten Einzelfällen) der sortimentspezifischen

Kaufkraft nicht überschreitet. Nur in begründeten Einzelfällen kann ausnahmsweise ein höherer Wert als 35 % (bis maximal 50 %) angesetzt werden. Diese Ausnahme ist an spezifische räumliche Strukturen geknüpft:

- abgesetzte periphere Siedlungsgebiete
- komplett fehlende Wettbewerbssituation

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Gelsenkirchener Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und somit ein Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen besteht, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Bahngleise, Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den ein Vorhaben fußläufig versorgen soll (700 m-Isodistanz). Um die vorstehende Bedingung zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung ab rund 1.000 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich (bzw. funktionalen Versorgungsgebiet) vorhanden sein³⁷. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstände.

Um auch in Bereichen mit geringer Siedlungsdichte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die ansonsten lediglich über geringfügige bzw. keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von entsprechenden Vorhaben (Einzelfallprüfung) auf über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Gelsenkirchen zurückgegriffen werden. Diese sollen eine räumliche und funktionale Beziehung zu einem potenziellen Standort aufweisen (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist ein funktionales Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zum Zentrum und zu Nahversorgungsstandorten) einzelfallbezogen zu definieren.

Die Ausnahmeregelung zum Grundsatz 1 gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten, auch um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und sie für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Veränderung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an **städtebaulich nicht-integrierten Standorten** sind hingegen konsequent

³⁷ Bei einer Flächenproduktivität von rund 5.000 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 % (das impliziert regelmäßig einen Anteil des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments von rund 90 %).

auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske, Convenience-Stores, 24/7-Smart-Stores) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten. In Gewerbegebieten können z. B. kleinteilige Anbieter (wie Convenience-Stores) und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich sein.³⁸

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich. Ggf. ist im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsstudie i. S. v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, dass negative städtebauliche Auswirkungen (in Gelsenkirchen und anderen Gemeinden) auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung nicht zu erwarten sind.

Bei einer atypischen Fallgestaltung kann die Regelvermutung gemäß § 11 (3) S. 3 BauNVO widerlegt werden. In einem solchen Fall ist der LEP NRW mit seinem Ziel 6.5-2 nicht einschlägig.

Die erste Einordnung gemäß Ansiedlungsregel 2 **ersetzt nicht die Prüfung gemäß den landesplanerischen Vorgaben (Ziel 6.5-2 LEP NRW).**

7.5.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung der Gelsenkirchener Hauptzentren als bedeutendste Einzelhandelsstandorte durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten sowie Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Stadtbezirks-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte

³⁸ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² Verkaufsfläche
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² Verkaufsfläche

des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Grundsatz 2:

Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

(ohne Nahversorgungsfunktion)

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch in Hauptzentren, den Stadtteilzentren und den Nahversorgungszentren in Abhängigkeit der Versorgungsfunktion des jeweiligen Zentrums möglich.

Ausnahme „Handwerkerprivileg“

Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht-integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche:

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

Erläuterung

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Stadt Gelsenkirchen attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m² Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen Typ Hauptzentrum bis Nahversorgungszentrum zulässig sein, um

diese mit ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen rui-
nösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte unter-
einander zu vermeiden.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenre-
levanten Kernsortimenten an städtebaulich integrierten Standorten ausnahmsweise zuge-
lassen werden, sofern von ihnen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungs-
bereiche (in Gelsenkirchen und darüber hinaus) zu erwarten sind. Diese sind in der Regel
dann nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in kleineren, deutlich unterhalb
der Schwelle der Großflächigkeit (> 800 m²) agierenden Ladenlokalen außerhalb der zent-
ralen Versorgungsbereiche zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren
Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teil-
weise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen. Dies gilt für alle zentrenrelevanten
Sortimente gemäß der Gelsenkirchener Sortimentsliste und somit auch für die Leitbranchen
von zentralen Versorgungsbereichen, z. B. Bekleidung.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandels-
betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung ge-
nerell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivi-
leg**“.

7.5.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten



Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten
Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähi-
gen Arbeitsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen sowie den Sonderstand-
orten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der
Bevölkerung.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.



Landesgesetzgebung:

Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten
dürfen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt (Ziel 6.5-1 LEP NRW) und
- der zu erwartende Gesamtumsatz des Vorhabens die Kaufkraft der Einwohnerinnen
und Einwohner der Stadt Gelsenkirchen in den geplanten Sortimenten nicht über-
schreitet (Grundsatz 6.5-4 LEP NRW) und

- der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente unter 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegt (Ziel 6.5-5 LEP NRW) und
- die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 2.500 m² umfasst (Grundsatz 6.5-6 LEP NRW)

Grundsatz 3:

Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen liegen.
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment in dafür festzulegenden Ergänzungsstandorten (Buschgrundstraße, Grothusstraße und Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße) liegen. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) ist.
- Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (≤ 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im GI, GE mit einzelhandelsrelevanter Vorprägung).
- Zentrenrelevante Randsortimente sind bei Betriebsstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu begrenzen. Bei Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente bis zu max. 10 % (Ziel 6.5-5 LEP NRW) höchstens aber 2.500 m² (Grundsatz 6.5-6 LEP NRW) der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, wenn dadurch keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten sind. Zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden.

Ausnahme 1

Änderungen innerhalb des Bestands genehmigter Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortiment in den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels Buschgrundstraße, Grothusstraße und Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße sind ausnahmsweise dann möglich, wenn in der Flächenbilanz eine Reduzierung der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente erfolgt. Betriebsverlagerungen bestehender nicht-zentrenrelevanter Anbieter innerhalb des Stadtgebietes bei gleichzeitiger Erweiterung der Verkaufsfläche können grundsätzlich zulässig sein, sofern planungsrechtlich oder durch einen städtebaulichen Vertrag sichergestellt wird, dass von einer einzelhandelsseitigen Nachnutzung des Altstandortes keine zentrenschädlichen Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO erfolgt.

Ausnahme 2

Eine Ergänzung der vorhandenen Ergänzungsstandorte für den großflächigen Einzelhandel mit Vorhaben, die über ein nicht-zentrenrelevantes Sortiment verfügen, ist möglich. Hierbei sind insbesondere die Regelungen des Landesentwicklungsplans NRW sowie das Regionale Einzelhandelskonzept für das östliche Ruhrgebiet für die Randsortimente zu berücksichtigen.

Erläuterung

Neben den zentralen Versorgungsbereichen gelten die **Ergänzungsstandorte Buschgrundstraße, Grothusstraße und Willy-Brandt-Allee/Emscherstraße als Vorrangstandorte für Ansiedlungsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.**

Die ungesteuerte Ansiedlung weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten könnte zu einer städtebaulich bedenklichen Verschärfung des Wettbewerbs führen und einschlägige Betriebe zur Aufgabe zwingen. Bei derartigen Betriebsaufgaben besteht die Gefahr, dass dann die Sortimentsstruktur geändert und (weitere) zentrenrelevante Warengruppen an diesen Standorten zu Lasten der Innenstadtentwicklung angeboten werden. Wird dies hingegen gemäß der konzeptionellen Zielsetzung verhindert, entwickelt sich zumeist ein Leerstand, der zu einem Imageverlust einzelner Standortbereiche wie auch der Stadt Gelsenkirchen insgesamt als Einkaufsstandort oder auch zu anderen städtebaulichen Problemen führen kann. Die Entwicklung vorhandener – stadtstrukturell sinnvoller – Flächenreserven an den definierten Ergänzungsstandorten (vgl. Kapitel 7.2.3) ist daher, auch im Sinne der Erzielung von Synergieeffekten und der Reduzierung von Verkehrsströmen, der Öffnung neuer Standorte vorzuziehen.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten an Standorten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelskonzepts in Teilen widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment³⁹ vorhanden ist, zulässig sein. Der LEP NRW sieht für Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) BauNVO neben der Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche eine absolute Obergrenze von i. d. R. maximal 2.500 m² Verkaufsfläche vor. Diese Obergrenzen, die bereits Bestandteil des Einzelhandelskonzepts Gelsenkirchen 2015 waren, werden auch im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts, nicht zuletzt aufgrund der guten Erfahrungswerte in der bisherigen Praxis, beibehalten. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall

³⁹ Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u. a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren, Wohneinrichtung / Heimtextilien und Leuchten in Möbelhäusern; Leuchten, Haushaltswaren, Wohneinrichtung / Heimtextilien, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

geprüft werden. Darüber hinaus sind die Vorgaben des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet (vgl. Kapitel 2.3) und angrenzende Bereiche zu beachten. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte außerdem sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden kann. D. h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

7.6 Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

Das folgende Prüfschema dient der **ersten Bewertung** neuer Vorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und den darin formulierten Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen gemäß Einzelhandelskonzept folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur für die Stadt Gelsenkirchen zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine **erste Einordnung** ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

Für **unbeplante Innenbereiche** ergibt sich in der Regel ein **besonderer Prüfbedarf** hinsichtlich einer Zulässigkeit nach § 34 (1) oder (2) BauGB bzw. § 34 (3) BauGB, der Vereinbarkeit des jeweiligen Vorhabens mit den Zielen und Grundsätzen gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Gelsenkirchen bzw. einem möglichen Planerfordernis zur Vermeidung unerwünschter städtebaulicher Entwicklungen. Sofern keine Vereinbarkeit mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts gegeben ist, ergibt sich ein Planerfordernis. Nur durch die Aufstellung eines Bebauungsplanes können mögliche schädliche Entwicklungen konsequent vermieden werden.

Unbeplante Innenbereiche können grundsätzlich Bestandteil aller Zentren- bzw. Standortkategorien sein. Während in zentralen Versorgungsbereichen (Kategorien Hauptzentrum-Stadtteilzentrum) jegliche Einzelhandelsentwicklungen mit den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts vereinbar sind, ist dies besonders für Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie an sonstigen, solitären Standorten im Einzelfall in den Blick zu nehmen. Ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb kann in der Praxis dazu führen, dass sich in der näheren Umgebung weitere Betriebe dieser Art ansiedeln, so dass eine Einzelhandelsagglomeration (außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches oder Ergänzungsstandort

entsteht. Im Sinne der übergeordneten Ziele des Einzelhandelskonzepts ist das zu vermeiden, ggf. auch durch die Aufstellung eines Bebauungsplanes. Im Einzelfall kann sich in diesem Zusammenhang auch eine Planungspflicht gemäß § 1 (3) oder aus Zielen der Raumordnung § 1 (4) BauGB ergeben.

Bei der Prüfung von Vorhaben nach § 34 (1) BauGB ist zu beachten, dass die immer alle aufgeführten Tatbestände zu berücksichtigen sind, welche über den eigentlichen Rahmen des Einzelhandelskonzepts hinausgehen:

- Einfügen in die Umgebung nach Art der Nutzung, Maß der baulichen Nutzung, Bauweise und überbauter Grundstücksfläche
- Sicherung der Erschließung
- Wahrung von gesunden Wohn- und Arbeitsverhältnissen
- keine Beeinträchtigung des Ortsbildes

Bezüglich der Art der baulichen Nutzung ergibt sich gemäß § 34 (2) BauGB eine besondere Regelung für sogenannte faktische Baugebiete. Diese sind dann anzunehmen, wenn die prägende Bebauung der Umgebung nur solche Nutzungen aufweist, die in einem bestimmten Baugebietstyp gemäß BauNVO zulässig sind. Liegt ein faktisches Baugebiet vor, gilt bei der Prüfung der bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit von Vorhaben entsprechend nichts anderes als in ausgewiesenen Baugebieten, so dass die Angaben im Prüfschema (vgl. Tabelle 17) zu übertragen sind.

Tabelle 17: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	zentrenrelevantes Kernsortiment		nahversorgungsrelevantes Kernsortiment		nicht zentrenrelevantes Kernsortiment	
	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	kleinflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)
Hauptzentren	ja	ja	ja		ja	
Stadtteilzentren	ja	ja	ja		ja	
Nahversorgungszentren/persp. Nahversorgungszentren	ja	ja	ja		ja	
Sonstige städtebaulich integrierte Lagen	nein (ausnahmsweise in städtebaulich integrierter Lage, Nachweis der Zentrenverträglichkeit)	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit		ja	nein
Ergänzungsstandorte	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	nein		ja, bei Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ¹ auf max. 10 % der VKF ¹	
Sonstige städtebaulich nicht-integrierte Lagen	nein	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	nein	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	grds. zulässig; Einzelfallprüfung erforderlich, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente zentrenverträglich gestalten	in GIB gem. LEP NRW Vorhaben i.S.v. § 11 (3) BauNVO unzulässig, nur im ASB in Ausnahmefällen zulässig; Einzelfallprüfung erforderlich, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ¹

¹ Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Gemäß Einzelhandelskonzept Grundsatz 3.d sind sie außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zulässig. Dabei sollte die entsprechende Verkaufsfläche bei Möbelmärkten 2.500 m² und bei Bau- und Gartenmärkten 1.500 m² nicht überschreiten. Einzelne Sortimente sollten nicht mehr als 800 m² umfassen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann. VKF = Verkaufsfläche, EH-Betrieb = Einzelhandelsbetrieb
Quelle: Darstellung Junker + Kruse

7.7 Arbeitskreis Einzelhandel

Das Einzelhandelskonzept in der aktuellen Fortschreibung dient der Stadt Gelsenkirchen als Rahmen und Leitlinie für die zukünftige Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels. Die Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Nahversorgung sowie der Zentren und Sonderstandorte mit großflächigem Einzelhandel können dabei allerdings nur den Rahmen für die zukünftige Entwicklung aufspannen. Die Umsetzung erfolgt durch die kommunale Bauleitplanung und letztendlich durch Beschlüsse des Rates der Stadt Gelsenkirchen.

Erfahrungen aus anderen Städten zeigen, dass der Transfer der Einzelhandelszielsetzungen und Grundsätze in die Bauleitplanung dann problematisch ist, wenn es eine Vielzahl von Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsfällen gibt oder Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht eindeutig durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept beurteilt werden können. Zur Klärung solcher Fragestellungen, aber auch zur Erörterung von mit dem Einzelhandelskonzept kompatiblen Ansiedlungsfällen ab einer bestimmten Größenordnung, hat sich im Rahmen des Erarbeitungsprozesses des Einzelhandelskonzepts Gelsenkirchen 2005 der Arbeitskreis Einzelhandel konstituiert. Im Verlauf der anschließenden Jahre konnte sich der Arbeitskreis als gut funktionierendes und anerkanntes Gremium etablieren. An dieser Einordnung hat sich weiterhin nichts geändert, sodass empfohlen wird, dass dieses Gremium in der bewährten Form weitergeführt wird. Mitglieder des Arbeitskreises Einzelhandel sind der Handelsverband NRW Westfalen-West e.V., die IHK Nord Westfalen sowie die städtischen Fachreferate Bauordnung, Stadtplanung, Recht, Verkehrsplanung und Wirtschaftsförderung.

7.8 Monitoring

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes dient – wie auch schon seine Vorgängerversionen (zuletzt im Jahr 2015) - der Stadt Gelsenkirchen als Rahmen und Leitlinie für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels. Die Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Nahversorgung sowie der Zentren und Sonderstandorte mit auch großflächigem Einzelhandel können dabei allerdings nur den Rahmen für die zukünftige Entwicklung aufspannen. Die Umsetzung erfolgt durch die kommunale Bauleitplanung und letztendlich durch Beschlüsse des Rates der Stadt.

Da das Konzept auf eine längere Laufzeit ausgerichtet ist (in der Regel werden gesamtstädtische Einzelhandelskonzepte von Großstädten etwa alle 10 Jahre evaluiert/aktualisiert/fortgeschrieben oder auch neu aufgestellt), können verschiedene Bausteine dazu beitragen, das Konzept und seinen Instrumentenkasten ebenso aktuell zu halten wie seinen Stellenwert bei den handelnden Akteuren. Im Einzelnen bieten sich folgende Bausteine für ein Monitoring des neuen Gelsenkirchener Einzelhandelskonzeptes an:

- *Aufbau/Sicherung einer Bestandsdatenbank des gesamtstädtischen Einzelhandels*
Als Grundlage hierfür kann die gesamtstädtische Datenbasis des Büros Junker+Kruse dienen, die im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes erhoben wurde. Sie ist am Ende des Bearbeitungsprozesses (fortschreibungsfähig) an die Stadt Gelsenkirchen übergeben

worden. Es erfolgt ein regelmäßiges Einpflegen relevanter Veränderungen in diese Datenbank. Es empfiehlt sich ein gesamtstädtisches Datenupdate etwa alle 5 Jahre. Dabei ist darauf zu achten, dass die Erhebungsmethodik gleichbleibt bzw. nur soweit angepasst wird, dass eine Vergleichbarkeit der Daten (Zeitreihen) in jedem Fall möglich bleibt. Als Grundlage hierfür kann eine „Erhebungsanleitung“ dienen, die der Vollerhebung für das neue/fortgeschriebene Einzelhandelskonzept zu Grunde gelegt wurde.

- *Jahresgespräche mit den relevanten Einzelhandelsakteuren:*
Im Rahmen von jährlichen Arbeitsgesprächen mit den relevanten Einzelhandelsakteuren lassen sich zu einem vergleichsweise frühen Zeitpunkt Erkenntnisse gewinnen z.B. über mögliche Veränderungsabsichten einzelner Standorte oder auch Interesse an neuen Standorten im Gelsenkirchener Stadtgebiet. Von Seiten der Stadt können in diesem Zusammenhang auch „städtische Wünsche“ z.B. zur Verbesserung von Versorgungsstrukturen (innerhalb der Zentren oder auch zur Schließung vorhandener räumlicher Versorgungslücken im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung) adressiert werden.
In erster Linie geht es dabei um Vertreter der führenden Lebensmittel- und Drogeriemarkunternehmen im Stadtgebiet. Dies wird in der Stadt Gelsenkirchen bereits praktiziert und sollte daher konsequent weitergeführt werden.
- *Arbeitskreis Einzelhandel weiterführen (siehe Kapitel 7.7)*

8 Anhang A

8.1 Legenden

Kartengrundlage

-  Siedlungsflächen
-  Gewerbeflächen
-  Strassennetz
-  Freiflächen
-  Gewässer
-  Bundesstraße
-  Autobahn
-  Bahnflächen
-  Stadtbereiche

Karten: Verteilung der Einzelhandelsstandorte

Großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)

-  Blumen (Indoor) / Zoo
-  Gesundheit und Körperpflege
-  Nahrungs- und Genussmittel
-  Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher
-  Bekleidung
-  Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren
-  Schuhe / Lederwaren
-  Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung
-  Sport und Freizeit
-  Warenhaus
-  Baumarktsortimente
-  Elektronik / Multimedia
-  Gartenmarktsortimente
-  Möbel
-  Wohneinrichtung
-  Sonstiges

Bedarfsstufen

-  kurzfristige Bedarfsstufe < 100 m² GVKF
-  kurzfristige Bedarfsstufe 100 - 399 m² GVKF
-  kurzfristige Bedarfsstufe 400 - 800 m² GVKF
-  mittelfristige Bedarfsstufe < 100 m² GVKF
-  mittelfristige Bedarfsstufe 100 - 399 m² GVKF
-  mittelfristige Bedarfsstufe 400 - 800 m² GVKF
-  langfristige Bedarfsstufe < 100 m² GVKF
-  langfristige Bedarfsstufe 100 - 399 m² GVKF
-  langfristige Bedarfsstufe 400 - 800 m² GVKF
-  Sonstiges < 100 m² GVKF
-  Sonstiges 100 - 399 m² GVKF
-  Sonstiges 400 - 800 m² GVKF
-  Leerstand

sonstige Nutzungen

-  Dienstleistung und Handwerk
-  Gastgewerbe
-  Kunst, Kultur, Bildung
-  Öffentliche Einrichtung
-  Sonstiges
-  Leerstand (kein Einzelhandelsleerstand)
-  1 sonstige Nutzung
-  2-4 sonstige Nutzungen
-  Mehr als 4 sonstige Nutzungen

Abgrenzungen

-  zentrale Versorgungsbereiche (2024)
-  Sonderstandort
-  alte Abgrenzungen (EHK 2015)

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

8.2 Abkürzungen

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
B-Plan	Bebauungsplan
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
EH	Einzelhandel
EW	Einwohnerinnen und Einwohner
FMA	Fachmarkttagglomeration
FNP	Flächennutzungsplan
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
grds.	grundsätzlich
ha	Hektar
i. d. R.	in der Regel
i. S. d.	im Sinne des
i. S. v.	im Sinne von
inkl.	inklusive
Kfz	Kraftfahrzeug
km	Kilometer
km ²	Quadratkilometer
m ²	Quadratmeter
Mio.	Million
NVZ	Nahversorgungszentrum
OVG NRW	Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
PBS	Papier; Bücher; Schreibwaren

Pkt.	Punkt
rd.	rund
s. o.	siehe oben
SRZ	Stadtraumzentrum
STZ	Stadtteilzentrum
u. a.	unter anderem
u. Ä.	und Ähnliches
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Gebietsausweisungen

EZH	Einzelhandel
GE	Gewerbegebiet
GI	Industriegebiet
MD	Dorfgebiet
MDW	dörfliches Wohngebiet
MI	Mischgebiet
MK	Kerngebiet
MU	Urbanes Gebiet
SO	Sondergebiet
VKF	Verkaufsfläche
WA	Allgemeine Wohngebiete
WB	Besondere Wohngebiete
WR	Reine Wohngebiete
WS	Kleinsiedlungsgebiete

8.3 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2022)	21
Abbildung 2:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2021	21
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2023).....	22
Abbildung 4:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021	24
Abbildung 5:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2022	26
Abbildung 6:	Neue Handelsformate – Smart Store 24/7	27
Abbildung 7:	Untersuchungsaufbau	38
Abbildung 8:	Verkaufsfläche nach Lage	54
Abbildung 9:	Verteilung Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche)	56
Abbildung 10:	Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmitteln nach Betriebstypen	60
Abbildung 11:	Standortstrukturmodell.....	73
Abbildung 12:	Legende Zentrenabgrenzungen	83

Karten

Karte 1:	Lage im Raum und zentrale Orte	39
Karte 2:	Räumliche Gliederung und Siedlungsstruktur der Stadt Gelsenkirchen	41
Karte 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Gelsenkirchen und den umliegenden Kommunen.....	42
Karte 4:	Lage der Einzelhandelsbetriebe im Gelsenkirchener Stadtgebiet	50
Karte 5:	Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche) im Gelsenkirchener Stadtgebiet	55
Karte 6:	Strukturprägende (ab ca. 400 m ² Verkaufsfläche) Lebensmittelbetriebe in Gelsenkirchen mit 700-Meter-Radien.....	62
Karte 7:	Standortstruktur	75
Karte 8:	Abgrenzung des Hauptzentrum Gelsenkirchen City	84
Karte 9:	Abgrenzung des Hauptzentrum Gelsenkirchen Buer	85
Karte 10:	Abgrenzung des Stadtteilzentrum Erle – Cranger Straße	86
Karte 11:	Abgrenzung des Stadtteilzentrum Horst – Essener Straße.....	87
Karte 12:	Abgrenzung des Stadtteilzentrum Rotthausen – Karl-Meyer-Straße.....	89
Karte 13:	Abgrenzung des Stadtteilzentrum Resse – Ewaldstraße	90
Karte 14:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Bismarck – Bismarckstraße Nord/Consol	91
Karte 15:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Horst - Markenstraße.....	92
Karte 16:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Polsumer Straße.....	93
Karte 17:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Schalke – Schalker Straße	94
Karte 18:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Scholven.....	95
Karte 19:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Buer – Horster Straße	96

Karte 20:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Bulmke-Hüllen – Wanner Straße	97
Karte 21:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Eppmannsweg / Bußmannstraße	98
Karte 22:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Heßler - Fersenbruch	99
Karte 23:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Ückendorf – Ückendorfer Straße/Dessauer Straße	100
Karte 24:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Ückendorf – Geldbach	101
Karte 25:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Beckhausen – Horster Straße	102
Karte 26:	Abgrenzung des perspektivischen Nahversorgungszentrum Feldmark – Küpperbusch	103
Karte 27:	Ergänzungsstandort Willy-Brandt-Allee / Emscherstraße	107
Karte 28:	Ergänzungsstandort Grothusstraße	108
Karte 29:	Ergänzungsstandort Buschgrundstraße	109
Karte 30:	Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in Gelsenkirchen mit 700-Meter-Radien und Suchbereiche Nahversorgung (rot umrandet) mit Bevölkerungszahlen	119

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker+Kruise	31
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	34
Tabelle 3:	Bevölkerungszahlen der Stadt Gelsenkirchen nach Stadtbezirken im Jahr 2023	40
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Gelsenkirchen 2022 in Mio. Euro nach Branchen	43
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kennwerte der Stadt Gelsenkirchen 2015 und 2022 im Vergleich (gerundete Angaben)	46
Tabelle 6:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Gelsenkirchen nach Warengruppen	46
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kennwerte nach Stadtbezirken 2022	51
Tabelle 8:	Verkaufsflächen der Betriebe in Gelsenkirchen nach Warengruppen (in m ²)	52
Tabelle 9:	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner	57
Tabelle 10:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	58
Tabelle 11:	Einzelhandelsrelevantes stationäres Kaufkraftpotenzial in der Stadt Gelsenkirchen	63
Tabelle 12:	Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial (stationär) und Zentralität in Gelsenkirchen 2022/23	65
Tabelle 13:	Strukturprägende Standorte in der Stadt Gelsenkirchen	74
Tabelle 14:	Ausstattungsmerkmale der Zentrentypen	79
Tabelle 15:	Merkmale zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	111
Tabelle 16:	Sortimentsliste für die Stadt Gelsenkirchen	114

Tabelle 17: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und
Größe (Prüfschema) 132

9 Anhang B Gestaltungsleitfaden Lebensmitteleinzelhandel des REHK östliches Ruhrgebiet

Tabellarische Übersicht der Anforderungen (Auszug aus dem Gestaltungsleitfaden (S.40 ff.))
(vgl. Kap. 2.3.1).

2.1 + 2.2 GRUNDLEGENDE PRINZIPIEN UND STÄDTEBAULICHE MERKMALE

GRUNDLEGENDE PRINZIPIEN

- Funktionale Verbesserung des Standortes
- Erhalt oder Verbesserung der städtebaulichen Situation
- Einfügung in die ortsbildprägende Architektursprache
- Allumfassende Behandlung des Baukörpers berücksichtigen
- Dezente Gestaltung von Werbeanlagen
- Erhalt oder Verbesserung der Freiraumqualität durch attraktive und ökologische Gestaltung
- Gleichberechtigte Nutzung des Straßenraums von Fuß-, Rad- und motorisiertem Verkehr
- Sicherung der Barrierefreiheit

2.2.1 FUNKTIONALE EINBINDUNG IN DAS STÄDTEBAULICHE UMFELD

BEITRAG ZUR NUTZUNGSMISCHUNG

- Realisierung idealerweise in Kombination mit mehrgeschossigen Typologien
(Mixed-Used-Immobilien)
- Verzicht auf „eingeschossige Kastenbauweise“
- Empfehlung für Mischnutzung auf Grundstücken, da sowohl für Stadtentwicklung als auch Marktbetreiber
(z.B. als Wohnungs- und Immobilienanbieter) sinnvoll

ANBINDUNGEN UND WEGEVERBINDUNGEN

- Gute Anbindung durch gute Fuß- und Radwegeverbindungen (sicherer und barrierefreier Ausbau v.a. an Hauptverkehrsstraßen)
- Eigenständige Radspuren und breite Gehwege getrennt vom motorisierten Verkehr
- Anbindung an gesondertes Fuß- und Radwegenetz (innerörtliche Wegeverbindungen)
- Möglichst nah (<250 m) an ÖPNV-Haltestellen (insbesondere Bus)
- Option der Errichtung von eigener ÖPNV-Haltestelle

Gute und störungsfreie Erreichbarkeit über motorisierten Verkehr (Hauptverkehrsstraße),
möglichst wenig Störung von Anwohnern

STÖRUNGSFREIE ANLIEFERUNG

Möglichst geringe Lärmbelastung durch Verkehr sowie Be- und Entladevorgänge
Einhausung oder andere lärmindernde Bauten als Lärmschutz

2.2.2 RÄUMLICHE EINBINDUNG IN DAS STÄDTEBAULICHE UMFELD

RAUMKANTEN UND EINFÜGUNG IN DEN STADTRÄUMLICHEN KONTEXT

Einfügung in ortsbezogenen, stadträumlichen Kontext

Möglichst exakte Aufnahme der im Straßenzug üblichen Raumkanten

Rücksprünge vermeiden bzw. gering halten (insbesondere bei städtebaulichen Situationen mit Blockrandbebauung)

Falls unbedingt notwendig (z.B. Eingangsbereich), dann besser deutliche Rücksprünge über eine kurze als gering akzentuierte über eine große Länge

Ausnahme: Projekte mit „Leuchtturmwirkung“ in Bereichen mit wenig städtebaulichem Kontext

Keine Verwendung von „Standardbauweisen“, sondern standortgerechte Lösungen mit Beteiligung eines Architekten

Verwendung von Standardtypen grundsätzlich möglich, jedoch mit erhöhten

Gestaltungsanforderungen

ORIENTIERUNG UND ADRESSBILDUNG

Gebäudekörper in Ausrichtung zur Straße oder einem Platz

Bei Kreuzungssituationen Orientierung zur übergeordneten Straße

Parkplatzbereiche seitlich oder rückwärtig neben dem Gebäude anordnen

2.3.1 BAUKÖRPER

ABMESSUNGEN UND HÖHE DES BAUKÖRPERS

baulichen und stadträumlichen Kontext beachten

hohe Geschossigkeit bzw. hohe, typologische Dichte anstreben

ein- bis zweigeschossige Bauten grundsätzlich möglich

Übernahme von Traufhöhen der Nachbarschaft

Orientierung an Gebäudebreite, falls möglich

DACHFORM UND -GESTALTUNG

baulichen und stadträumlichen Kontext beachten

Optische Einfügung in die Umgebung

Grundsätzlich alle Dachformen und -farben vorstellbar

Berücksichtigung ökologischer Belange (PV-Anlagen, Wasserableitung)

Dächer sind zu begrünen (intensiv, sofern keine parallele Energieerzeugung)

FASSADE

Bezug zum baulichen Kontext herstellen

Grundsätzlich alle Materialien und Farben vorstellbar, idealerweise qualitativ und nachhaltig zugleich

Fassadenbegrünung in ökologischer Hinsicht anzustreben

Allumfassende Behandlung des Baukörpers berücksichtigen

Möglichst großzügige Öffnungen im Erdgeschoss (idealerweise keine Beklebungen)

Vermittlung von Offenheit und Transparenz

Grundrisse entsprechend einer größtmöglichen Kommunikation mit dem Außenraum ausrichten

(z.B. Kassenzonen Richtung Fassade, Regale/Lager abseitig)

Anordnung ergänzender Nutzung (z.B. Bäcker) nach Außen

Unattraktiv wirkende Elemente (z.B. Lager, Leergutannahmestellen) in weniger präsenten Bereichen unterbringen

WERBEANLAGEN AM GEBÄUDE

Dimensionierung an Umgebung orientiert

Vermeidung von Mehrfachwerbung in eine Richtung

Werbung zurückhaltend gestalten

Bei besonderen städtebaulichen Situationen (z.B. Denkmal) Verzicht auf standardisiertes Erscheinungsbild, stattdessen individualisierte Lösung

Festlegung von Maximalgrößen

2.3.2 BAULICHE ERGÄNZUNGEN UND NEBENANLAGEN

LAGE UND BAULICHE GESTALTUNG DER ANLIEFERUNG

nicht vom Haupteingang einsehbar

rückwärtige Lage oder Einhausung

Lärmschutz sowie Rangierflächen und Zufahrtsabmessungen beachten

UNTERBRINGUNG WEITERER NEBENANLAGEN

Unterbringung von Einkaufswagen in Gebäudearchitektur integrieren, Parkplatzaufbauten vermeiden

Bündelung von Paket-Abholstationen, Sammelstellen für Abfall- und Recyclingmaterial

oder anderen Zusatzangebote in der Nähe des Eingangs

(gut zugänglich, überdacht, ansprechend gestaltet)

Stellplatzangebote für Fahrräder und Lastenräder gut sichtbar und überdacht in der Nähe des Eingangs

Unterbringung von Müllcontainern für Supermarktabfälle in rückwärtigen, einsehbaren Bereichen

SOLARKOLLEKTOREN ÜBER PARKPLATZANLAGEN

Seit 2022 nach Reform der Landesbauordnung NRW zwingend notwendig (>35 Stellplätze überdacht und mit Photovoltaik ausgestattet)

Konstruktion an Gebäudearchitektur anpassen

2.3.3 NACHHALTIGKEIT DES GEBÄUDES

Berücksichtigung einer CO₂-neutralen Errichtung

Verwendung nachhaltiger, innovativer Materialien und Rohstoffe (z.B. Holz, Brettschichtholz)

Wiederverwendung von Baumaterialien im Sinne der Kreislaufwirtschaft

CO₂-neutrale Energieerzeugung (z.B. Photovoltaik, Erdwärme)

Energieeinsparungen durch Nutzung von Abwärme oder Regenwasser

(Intensive) Dach- und Fassadenbegrünung als Beitrag zur Hitze- und Staubreduzierung

2.4 | FREIANLAGEN

2.4.1 FUNKTIONALE QUALITÄT

FUSS- UND RADVERKEHR

Vermeidung autoorientierter Standorte

Gleichbehandlung aller Verkehrsteilnehmer

Ziel: maximale Verkehrssicherheit

Breite Gehwege, getrennt vom Rad- und Autoverkehr

Kürzeste Wegeverbindungen zwischen öffentlicher Straße und Eingang

SICHERUNG DER BARRIEREFREIHEIT

Bedürfnisse und Anforderungen unterschiedlichster Personengruppen (seh-, bewegungseingeschränkt, Ältere, mit Kinderwagen) berücksichtigen

Kurze Wegeführungen, ausreichende Gehwegbreiten, geeignete Oberflächenbeläge, moderate Längs- und Querneigungen, gut einsehbare Sichtbeziehungen, verteilte Sitz- und Verweilmöglichkeiten als Grundvoraussetzung

Barrierefreier Zugang zum ÖPNV

STELLPLATZANGEBOTE FÜR ALLE VERKEHRSTEILNEHMER

kleine, unterirdisch oder im Gebäude integrierte Anlagen für motorisierten Verkehr

Ausreichende Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge

Reservierung der Parkplätze nahe dem Eingang für Mobilitätseingeschränkte, E-Fahrzeuge und Carsharing

Großzügige Dimensionierung von Fahrradabstellanlagen (überdacht, sicher),

Mitdenken von Fahrradabstellanlagen für E-Bikes und Lastenräder

Ausleihmöglichkeiten von (Lasten-)fahrrädern

MULTIFUNKTIONALE NUTZUNG DER STELLPLATZANLAGEN

Mitnutzung durch andere Nutzungen

Gewährleistung einer Freiraumnutzung nach „Ladenschluss“

Nutzung als Retentionsfläche

2.4.2 GESTALTERISCHE QUALITÄT

BEITRAG ZUR RAUMBILDUNG IM SIEDLUNGSKONTEXT

Ansprechende, städtebauliche Einfassung durch Grün- und Freiraumelemente

Anordnung horizontaler und vertikaler Vegetationsstrukturen

Betonung von Raumecken oder -rundungen

Aufnahme und Weiterführung vorhandener Stadt- und Freiraumstrukturen

GESTALTUNG DER EINFRIEDUNGEN

Vermeidung von massiven, baulich-geschlossenen Einfriedungen

Räume durch „lebende Zäune“ und Freiraumelemente erlebbar machen

ANSPRUCH IN DER GESTALTUNG DER OBERFLÄCHEN, BELEUCHTUNG UND MÖBLIERUNG

Verwendung hochwertiger, ökologischer und klimaschonender Oberflächenmaterialien

Barrierefreie Ausgestaltung der Bodenbeläge

Zukunftsweisendes Lichtkonzept zum Schutz der Umwelt, Menschen und Tiere

Schaffung von Sicherheit, Orientierung und Atmosphäre durch gestalterisch ansprechende Beleuchtungselemente

Hochwertiges, multifunktional nutzbares Stadtmobiliar für unterschiedliche Alters- und Personengruppen

Kommunikationsfördernde Aufenthaltsräume

WERBEANLAGEN BEI FREIANLAGEN

Dimensionierung an Umgebung orientiert

Bei besonderen städtebaulichen Situationen (z.B. Denkmal) Verzicht auf standardisiertes Erscheinungsbild, stattdessen individualisierte Lösung

Verzicht auf freistehende Werbebeylonen

Verwendung von möglichst kleinen, zurückhaltenden Werbebeylonen

2.4.3 ÖKOLOGISCHE QUALITÄT

BEITRAG ZUR WASSERHALTUNG UND -VERSICKERUNG BEI STARKREGENEREIGNISSEN

Multifunktionale Retentionsflächen einplanen (z.B. Mulden-Rigolensystem)

Alle verfügbaren, nicht anderweitig genutzten Flächen zur Retention und Regenwasserableitung verwenden

BEITRAG ZUR VERMEIDUNG VON ÜBERHITZUNG

Implementierung von Wasserelementen

umfangreiche Begrünung (auch Dach und Fassade)

Verwendung standortgerechter, klimaresilienter Pflanzenarten

Verschattung durch Anpflanzung von (großkronigen) Bäumen

Verwendung von hellen Farben und Materialien

Verwendung von wasserspeicherfähigen Baumaterialien wie Holz und Lehm

Kaltluftschneisen freihalten

VERMEIDUNG VON BEEINTRÄCHTIGUNGEN DER TIERWELT

Berücksichtigung einer umfangreichen Begrünung im Freiraum sowie am Baukörper

Brut- und Nistplätze für verschiedene Tierarten

Installation insektenfreundlicher Beleuchtung

10 Anhang C: Glossar - Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute wie die IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten Einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der GfK oder MB Research ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Bevölkerungszahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Stadt / Region.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet,

Begriff	Erläuterung
	dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohnerinnen und Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Kernsortiment	Das Hauptsortiment (bzw. Kernsortiment) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Kernsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.). Zum Kernsortiment eines Baumarktes gehören beispielsweise Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Eisenwaren und -beschläge, Werkzeuge und Maschinen, Elektroinstallationsmaterial, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Sanitärartikel etc.
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind i. d. R. auch innenstadt- bzw. zentrenrelevant.
Randsortiment	Randsortimente haben lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem

Begriff	Erläuterung
	Kernsortiment in Umfang und Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein. Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebes. Wenngleich hier kein allgemeingültiger Maßstab definiert werden kann, da dies im Einzelfall von der Gesamtgröße des Betriebs sowie von der Art der Sortimente abhängen kann, wird in der Praxis zumeist davon ausgegangen, dass bei einem Anteil von mehr als 10 % an der Gesamtverkaufsfläche kein „Randsortiment“ mehr vorliegt.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche i. d. R. mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Standort häufig in städtebaulich nicht-integrierter Lage, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Kaufland).
Streulage	Als Streulagen werden Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Standorttypen bezeichnet. Es kann sich dabei um einzelne groß- oder kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sowohl in städtebaulich integrierter als auch nicht-integrierter Lage handeln.
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um großflächige Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche i. d. R. zwischen 800 m ² und 1.500 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren anbietet. Der Non-Food-Anteil liegt nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche.
Verkaufsfläche	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt. • Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (Einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).

Begriff	Erläuterung
	<ul style="list-style-type: none"> ● Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. ● Flächen für die Pfandrücknahme sind ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche. ● Flächen für Einkaufswagen außerhalb von Gebäuden gehören grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohnerinnen und Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Bevölkerungszahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des § 1(6) Nr. 4 BauGB, §2(2) BauGB, §9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB, §11(3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (vgl. dazu auch Urteil des BVerwG vom 11.10.2007, AZ 4 C 7/07 bzw. Urteil des OVG NW vom 11.12.2006, AZ 7 A 964/05). Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4 C 2.08) weitergehend konkretisiert. Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnungsnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. Betont hat das Bundesverwaltungsgericht auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „integrierte Lage“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NW in seinem Urteil vom 16.08.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.</p> <p>Aus alledem folgt, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Haupt- oder Innenstadtzentren, die in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. auch ein weiteres Umland mit einem breiten Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten versorgen, ● Nebenzentren, deren Einzugsbereich sich zumindest auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie die erste Kategorie <p>sowie</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Grund- und Nahversorgungszentren, die vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente – namentlich Lebensmittel (inkl. Getränke) und Drogeriewaren – und ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf anbieten. <p>(vgl. zu alledem, Kuschnerus, Der sachgerechte Bebauungsplan, 4. Auflage, Rn. 201 ff)</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie) ● Städtebauliche Kriterien: Bauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation
Zentrenrelevante Sortimente	<p>Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschnei-</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>derung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken) zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Warengruppen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>