



IHK-Handelsreport Ruhr 2016

IHK-Handelsreport Ruhr 2016 der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet

erstellt im Auftrag der federführenden Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen
(Standort Emscher-Lippe) durch die

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel.: 0221 78941-160
Fax: 0221 78941-169
E-Mail: info@bbe.de
www.bbe.de

Gelsenkirchen, im Juni 2016

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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



Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	05
2	Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2016	06
2.1	Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft	06
2.2	Angebotsstrukturen im Überblick	06
2.3	Regionale Unterschiede	12
2.4	Städtebauliche Situation	21
3	Einzelhandelstrends im Fokus	26
3.1	Warenhäuser auf dem Rückzug?	26
3.2	Nahversorgung 2016	26
4	Anhang - Zahlen und Fakten	29



1 Vorwort

Handel ist Wandel. Wie sehr diese Aussage immer noch Gültigkeit besitzt, zeigt der Blick auf die Einzelhandelsentwicklung des Ruhrgebiets. Onlinehandel, Flächenexpansion des Lebensmittel- und des Möbeleinzelhandels und die räumliche Nähe der Kommunen in der Metropole Ruhr zueinander seien an dieser Stelle nur beispielhaft für die besonderen Herausforderungen des Einzelhandels genannt.

Zwei Jahre sind vergangen, seitdem die IHKs im Ruhrgebiet den letzten Handelsreport Ruhr veröffentlicht haben. Zwei Jahre, in denen die Verkaufsflächengröße bei den Betrieben ab 650 m² Verkaufsfläche stetig zugenommen hat. Mit insgesamt über 7 Mio. m² Verkaufsfläche in der Metropole Ruhr wurde ein neuer Höchstwert erreicht. Diese Entwicklung ist aus zweierlei Sicht besonders bemerkenswert:

- Die zunehmende Stärke des Onlinehandels übt branchenübergreifend starken Druck auf den stationären Einzelhandel aus. Seit der Jahrtausendwende verbucht der Onlinehandel jährlich ein zweistelliges Umsatzwachstum.
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist für die Region leicht unterdurchschnittlich. Sie beträgt 96,8 % des Bundesdurchschnittes. D. h., es steht weniger Kaufkraft für noch mehr Verkaufsfläche zur Verfügung.

Diese Entwicklungen hinterlassen Spuren. Beispielhaft seien an dieser Stelle die Warenhäuser erwähnt. Früher als innerstädtische Handels-Hotspots bekannt, geraten sie zunehmend unter Druck.

Nach der Schließung der Hertie-Häuser in 2009 gab es in vielen Kommunen der Metropole Ruhr die Sorge, dass die Betriebsform Warenhaus sich damit schrittweise als bedeutender Magnetbetrieb aus den Fußgängerzonen zurückziehen würde. Diese Sorge war in einigen Städten durchaus berechtigt. Die Nachfolgenutzung von geschlossenen zentral gelegenen Warenhäusern stellte häufig eine große städtebauliche Herausforderung dar. Dennoch ist es in vielen Städten gelungen, attraktive Lösungen zu etablieren. Unter anderem in Gelsenkirchen-Buer, Datteln und in Lünen konnten wieder Einzelhandelsnutzungen in ehemaligen Hertie-Häusern die Innenstadt bereichern.

Ob sich das Format Warenhaus überlebt hat, lesen Sie im IHK-Handelsreport Ruhr 2016. Informieren Sie sich über die neuesten Entwicklungen, die jüngsten Tendenzen und über die vielfältigen Perspektiven des Einzelhandels in der Metropole Ruhr. Nutzen Sie den Handelsreport für Ihre praktische Arbeit und setzen Sie sich gemeinsam mit den Industrie- und Handelskammern für eine stadt- und regionalverträgliche Entwicklung der Einzelhandelslandschaft im Ruhrgebiet ein.



Karl-Friedrich Schulte-Uebbing
Hauptgeschäftsführer
IHK Nord Westfalen

2 Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2016

2.1 Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft

Als Grundlage für den IHK-Handelsreport Ruhr wurde im Zeitraum Februar bis April 2016 zum siebten Mal seit 2009 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m² („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebietes durchgeführt. Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverbands Ruhr (RVR), sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

In diesem Untersuchungsraum leben 5,78 Mio. Einwohner¹ in insgesamt 84 Kommunen, darunter die kreisfreien Städte Bochum, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Hagen, Hamm, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen sowie der Ennepe-Ruhr-Kreis, der Kreis Kleve, der Märkische Kreis sowie die Kreise Recklinghausen, Unna und Wesel. Die Bevölkerungszahl ist zum Stichtag 30.06.2015 erstmals seit einigen Jahren wieder gestiegen und liegt um rd. 29.000 Einwohner (+0,4 %) über dem Stand zum Handelsreport Ruhr 2014. Die starke Zuwanderung durch Flüchtlinge im zweiten Halbjahr 2015 und Anfang 2016 ist darin noch nicht enthalten.

Entgegen dem zuletzt feststellbaren Trend sind vor allem die Städte Essen und Dortmund sowie der Kreis Kleve relativ stark gewachsen. Weiterhin rückläufig waren hingegen der zur Südwestfälischen IHK gehörende Teil des Ennepe-Ruhr-Kreises und der Märkische Kreis. Ansonsten zeigte sich im Untersuchungsraum kein einheitliches Bild: So lagen in den Kreisen Wesel, Recklinghausen und Unna wachsende und schrumpfende Kommunen nebeneinander. Insgesamt ist die Einwohnerzahl aber um rd. 140.000 niedriger als bei der Untersuchung zum IHK-Handelsreport 2010.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet erreicht im Jahr 2016 einen Wert von 96,8 % des Bundesdurchschnittes – in absoluten Zahlen 6.251 € pro Kopf der Bevölkerung gegenüber 6.459 € in Deutschland insgesamt.² Weiterhin zeigen sich jedoch deutliche regionale Unterschiede: Während Teile des Ennepe-Ruhr-Kreises (Herdecke, Sprockhövel) bei mehr als 110 % des Bundesdurchschnittes liegen, erreichen einige Gemeinden im Kreis Kleve (vor allem Kranenburg, Weeze, Emmerich, Kalkar) sowie einzelne Städte

wie Bergkamen, Kamp-Lintfort, Gelsenkirchen und Herne nur Werte unterhalb von 90 %.

Die Bevölkerung im Untersuchungsraum verfügt über ein jährliches Einkaufsbudget von rd. 36,2 Mrd. €. Dieser Wert liegt nominal deutlich über dem von 2009 (rd. 32,8 Mrd. €). Unter Berücksichtigung der in diesem Zeitraum relativ moderaten Inflation ist das Marktpotenzial für den Einzelhandel real aber kleiner geworden.³ Gegenüber 2014 hat es eine geringfügige Erhöhung der verfügbaren Pro-Kopf-Ausgaben gegeben. Damit ist das Kaufkraftpotenzial insgesamt bei leicht gestiegener Bevölkerungszahl nominal um rd. 0,7 Mrd. € gewachsen.

2.2 Angebotsstrukturen im Überblick

Die Einzelhandelsstandorte im Ruhrgebiet stehen weiterhin unter sehr hohem Veränderungsdruck. Ursache dafür ist nicht nur die seit vielen Jahren sprichwörtliche Dynamik der Betriebsformen („Handel ist Wandel“), sondern auch der wachsende Onlinehandel. Vielfach werden inzwischen jedoch nicht mehr vollkommen neue Standorte erschlossen, sondern stattdessen bestehende Immobilien nachgenutzt und zum Teil in größerem Umfang neu konzipiert.

In einigen Fällen haben bei meist unveränderter Verkaufsfläche und ohne längeren Leerstand Betreiberwechsel stattgefunden, etwa von REWE zu Edeka (Kamen, Dorsten). Weiterhin sind viele Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter und Discounter) sowie Drogeriemärkte seit dem Handelsreport 2014 fertiggestellt worden und „ans Netz gegangen“. Größere neue Fachmärkte sind nur in wenigen Fällen neu angesiedelt worden, so etwa Möbel Poco (Goch), Hammer Heimtex (Castrop-Rauxel), BOC – Bike & Outdoor (Dortmund) und das Gartencenter Bellandris Mencke (Sprockhövel). Größter neu eröffneter Standort ist Möbel Finke in Hamm mit insgesamt rund 44.000 m² in zwei Häusern.

Einige bestehende Anbieter haben zuletzt ihre Verkaufsflächen vergrößert, darunter etwa Möbel Bernskötter (Essen) sowie zahlreiche Lebensmittel-Discounter (vor allem Lidl und Aldi). Andererseits sind viele Betriebe geschlossen worden, sodass die jeweiligen Immobilien zumindest vorläufig leer stehen und Nachnutzungen noch nicht absehbar

¹ Stand: 30.06.2015 IT.NRW

² Quelle: MB Research

³ Laut Statistischem Bundesamt haben sich die Einzelhandelspreise (als Teil der Verbraucherpreise) im Zeitraum 2001 bis März 2016 um insgesamt rd. 15 % erhöht. Die Verbraucherpreise (einschließlich Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur) sind sogar um rd. 24 % gestiegen.

sind. Beispielhaft sind hier das Sonneborn Polsteroutlet (Lüdenscheid), Gartencenter wie Herkers Blumenhof (Bochum), Hermsen (Kevelaer) und einige Lebensmittelmärkte unterhalb der Großflächigkeit zu nennen. Aufgegeben wurden auch größere Ladeneinheiten in Innenstädten, so etwa Strauss Innovation (Mülheim a.d. Ruhr, Bochum und Dortmund) sowie H&M (Essen).

Zu beobachten sind im Frühjahr 2016 viele Baustellensituationen, die voraussichtlich im Laufe des Jahres zur Eröffnung neuer Einzelhandelsflächen führen.

Insgesamt wurden im Zeitraum Februar bis April 2016 im Untersuchungsraum 3.669 Betriebe ab 650 m² Verkaufsfläche erfasst, gegenüber 2014 ein Zuwachs um 67 Betriebe. Damit ist der bisher höchste Stand seit Beginn der Erhebungen 2009 erreicht. Besonders stark gewachsen sind Anzahl und Verkaufsfläche der Anbieter für Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Bau- und Gartenmärkte sowie Möbel.

Nach einer vorübergehenden Wachstumsschwäche hat sich das Segment unterhalb der Großflächigkeit⁴ (650 bis 800 m² Verkaufsfläche) zuletzt wieder dynamischer entwickelt und ist seit 2014 im Saldo um 26 Betriebe bzw. rund 21.000 m² Verkaufsfläche auf nunmehr 1.388 erfasste Betriebe angewachsen. Quantitativ stärker ins Gewicht fällt aber die

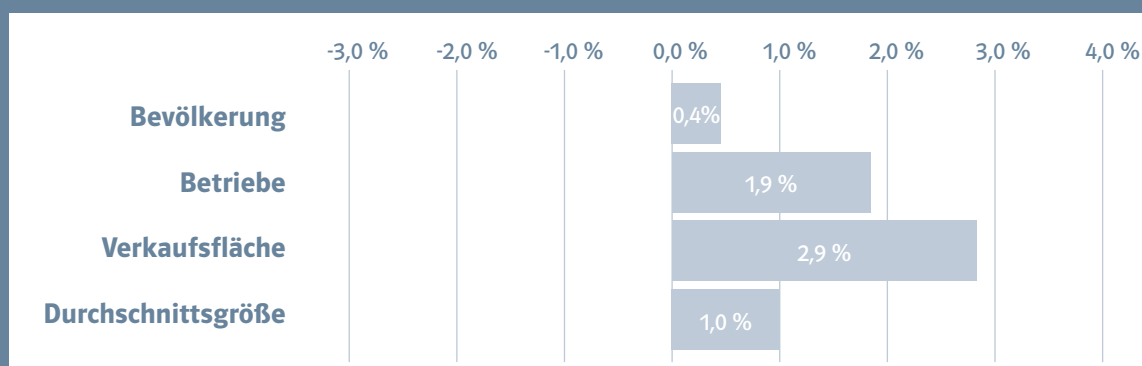
Größenklasse über 10.000 m², wo ein Zuwachs von rund 81.000 m² festgestellt wurde. Maßgeblich wird diese Zahl allerdings vom neu eröffneten Möbelhaus Finke in Hamm geprägt.

Die Zahl der großflächigen Betriebe ist um 41 auf nunmehr 2.281 gestiegen. Mit allein rund 178.000 m² sind sie auch für den weitaus größten Teil des im Rahmen dieser Untersuchung erfassten Wachstums verantwortlich.

Die insgesamt erfasste Verkaufsfläche ist seit Veröffentlichung des letzten Handelsreports von 6,81 Mio. m² (2014) auf 7,01 Mio. m² (2016) angestiegen und hat damit einen neuen Höhepunkt erreicht. Der Flächenrückgang durch die zunächst vollständig vom Markt genommenen Baumarktfächen von Praktiker und Max Bahr (-123.000 m²) wurde damit inzwischen mehr als kompensiert. So sind auch die Verkaufsflächen der Baumärkte/ Gartencenter seit 2014 wieder um rund 52.000 m² gewachsen. Einige der vorübergehend leer stehenden Märkte werden inzwischen von anderen Baumärkten (Hagebau, Globus, Hornbach, Self) genutzt, viele der kleineren Objekte stehen allerdings schon seit längerer Zeit leer.

Die mittlere Verkaufsfläche aller erfassten Betriebe ist mit 1.911 m² (gegenüber 1.810 m² in 2014) spürbar angestiegen.

Einzelhandelsentwicklung „650+“ im Untersuchungsraum 2014-2016



★ BEVÖLKERUNG WÄCHST ERSTMALS WIEDER LEICHT, VERKAUFSFLÄCHE SOGAR DEUTLICH STÄRKER

⁴ Laut Bundesverwaltungsgericht (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005) ist ein Einzelhandelsbetrieb großflächig i.S. von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn seine Verkaufsfläche 800 m² überschreitet.

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich im Untersuchungsraum eine Ausstattung mit Betrieben „650+“ von rd. 1,21 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Dabei sind die Verkaufsflächen deutlich stärker als die Bevölkerungsbasis gewachsen.

Zusammen mit den hier nicht erfassten kleineren Betrieben (unter 650 m² Verkaufsfläche) kann – auf Basis vorliegender Vollerhebungen aus einem großen Teil der Kommunen des Untersuchungsraumes – vorsichtig auf eine Gesamtverkaufsfläche in Höhe von nunmehr 9,56 Mio. m² (1,65 m² je Einwohner) geschlossen werden. Das Ruhrgebiet erreicht damit insgesamt weiterhin eine über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,5 m² je Einwohner) liegende quantitative Einzelhandelsausstattung.⁵

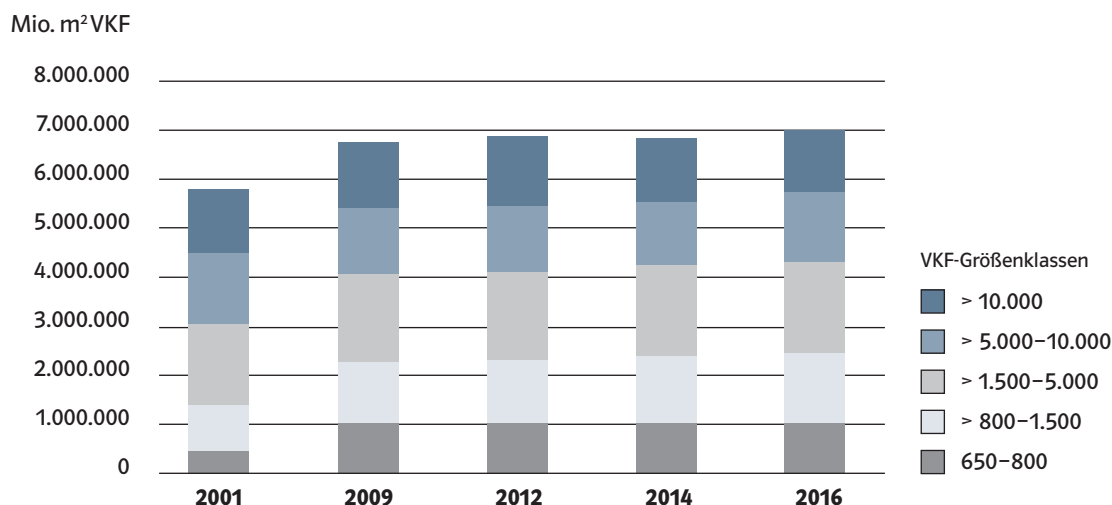
Die Betriebe ab 650 m² decken einen Anteil von durchschnittlich rd. 73 % des gesamten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet ab, gegenüber 2014 ein leichter Zuwachs. Von dem inzwischen kompensierten Sondereffekt Praktiker/Max Bahr abgesehen, hat sich dieser Anteil seit Beginn der Untersuchungen nicht wesentlich verändert.

Zu den flächenmäßig größten Betrieben gehören trotz der seit Jahren andauernden Warenhauskrise nach wie vor die Flaggschiff-Standorte von Karstadt und Galeria Kaufhof, die allerdings in vielen Fällen längst Teil eines innerstädtischen

Einkaufszentrums geworden sind, so etwa in Duisburg und Essen. Die jeweils größten Standorte beider Unternehmen im Untersuchungsraum befinden sich ebenfalls in Einkaufszentren, die allerdings – wie das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim an der Ruhr (Karstadt) und das Centro in Oberhausen (Galeria Kaufhof) – nicht in gewachsenen Innenstädten liegen.

Die Mehrzahl der flächengrößten Betriebe sind nach wie vor Möbel- und Einrichtungshäuser sowie Bau- und Gartenmärkte. Die Top 100 aller erfassten Betriebe vereinigen inzwischen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,54 Mio. m² (nach 1,48 Mio. m² in 2014) und damit ein gutes Fünftel (22 %) aller Einzelhandelsstrukturen ab 650 m² auf sich. Die Konzentration der Marktmacht auf relativ wenige Anbieter und Standorte wird vor allem bei den Möbel- und Einrichtungshäusern deutlich: Allein 15 von 18 vorhandenen Betrieben mit jeweils mindestens 20.000 m² Verkaufsfläche in der Region gehören zu dieser Branche. Bei den Baumärkten und Gartencentern ist die Zahl der Objekte mit mind. 10.000 m² wieder auf mittlerweile 39 Objekte angestiegen, nachdem sie sich durch die Schließung von Praktiker-/Max-Bahr-Märkten zwischenzeitlich (in 2012) auf 32 reduziert hatte.

Anteile der Verkaufsflächen-Größenklassen in m² im Untersuchungsraum 2009-2016, bezogen auf die Gesamtverkaufsflächen



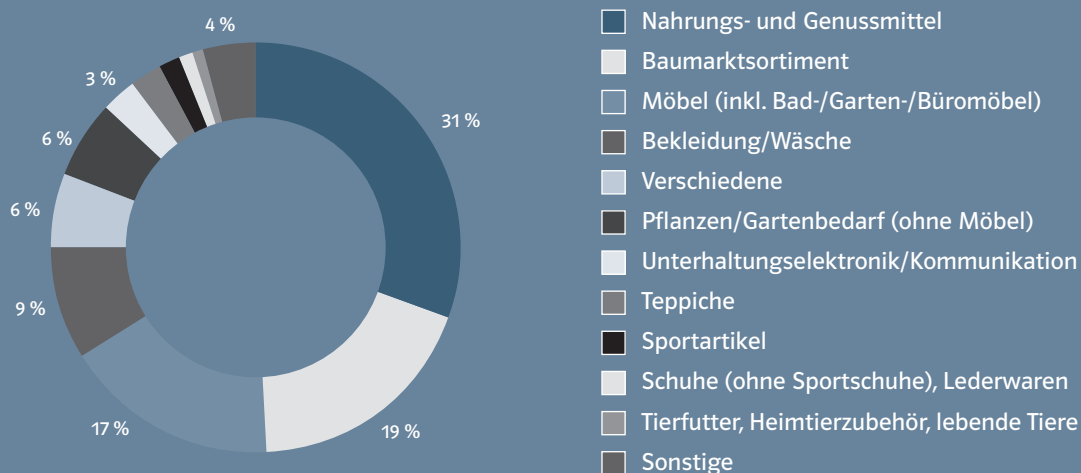
★ ANHALTENDES FLÄCHENWACHSTUM IN ALLEN GRÖSSENKLASSEN

⁵ Nach Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) gab es in Deutschland im Jahr 2014 rd. 123,1 Mio. m² Verkaufsfläche. Bezogen auf rd. 81,5 Mio. Einwohner ergibt sich eine durchschnittliche Ausstattung von rd. 1,51 m² pro Kopf der Bevölkerung. Laut EHI Retail Institute (Köln) haben Supermärkte und Verbrauchermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 400 und 5.000 m² sowie Lebensmittel-Discounter daran zusammen einen Anteil von rd. 0,32 m² pro Kopf.

Nach wie vor zeigt sich das starke Gewicht der drei größten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarkt und Möbel. Betriebe mit diesen Branchenschwerpunkten haben an der erfassten Gesamtverkaufsfläche von rd. 7,01 Mio. m² einen Anteil von rund zwei Dritteln. Alle anderen Branchen erreichen in der Flächensumme nur relativ kleine Anteile, darunter zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektro. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass vor allem die Haupt- und Nebenzentren sowie Einkaufszentren nicht nur von den hier erfassten Betrieben ab 650 m² Verkaufsfläche geprägt werden, sondern auch von kleinteiligen Strukturen dieser und anderer zentrenrelevanter Sortimente.

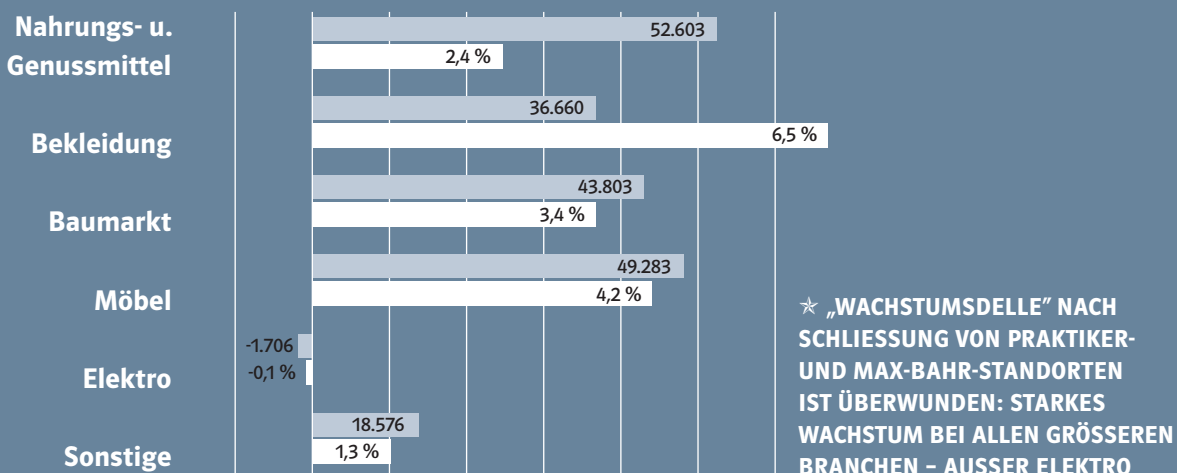
Zwar wachsen die Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel weiterhin, noch dynamischer haben sich aber zuletzt andere Branchen entwickelt: So kamen infolge der Neueröffnung oder Umstrukturierung von Einkaufszentren (vor allem Palais Vest, Ruhr-Park) neue Bekleidungsflächen auf den Markt. Zuletzt leer stehende Max-Bahr- und Praktiker-Märkte wurden zum Teil nachgenutzt. Schließlich wurde der neue Standort von Möbel Finke in Hamm-Rhynern eröffnet. Beim Sortiment Elektro gibt es zwar nach wie vor Neueröffnungen, die allerdings meist auf kleinerer Verkaufsfläche als früher stattfinden und insgesamt auch durch Schließungen kompensiert werden.

Flächenaufteilung nach Branchenschwerpunkt



★ NAHRUNGS- UND GENUSSMITTEL WEITERHIN FLÄCHENGRÖSSTES MARKTSEGMENT BEI LEICHT ABGESCHWÄCHTEM WACHSTUM

Veränderung der Verkaufsfläche in m² und % gegenüber 2014 – nach Branchenschwerpunkt



Auch bei den Betriebsformen zeigt sich, dass der zuletzt festgestellte Rückgang der Fachmärkte allein dem Sondereffekt Praktiker/Max Bahr geschuldet war. Mittlerweile ist die Zahl der Betriebe „650+“ mit inzwischen rd. 1.250 Betrieben und 2,77 Mio. m² (nach 2,73 Mio. m² in 2014) wieder auf dem Niveau von 2012 (2,78 Mio. m²) angekommen.

Besonders wachstumsstark zeigten sich zuletzt trotz zunehmendem Onlinehandel (Bekleidungs-) Kaufhäuser, die ihre Verkaufsfläche erweitert oder in einigen Fällen in den neuen oder umstrukturierten Einkaufszentren (wieder-)eröffnet haben. Hervorzuheben sind besonders Mode Baltz (Bochum), die Textilhäuser C&A, H&M und Reserved (Palais Vest in Recklinghausen), Primark (Thier-Galerie in Dortmund) sowie Zara und Forever 21 (Ruhr-Park in Bochum).

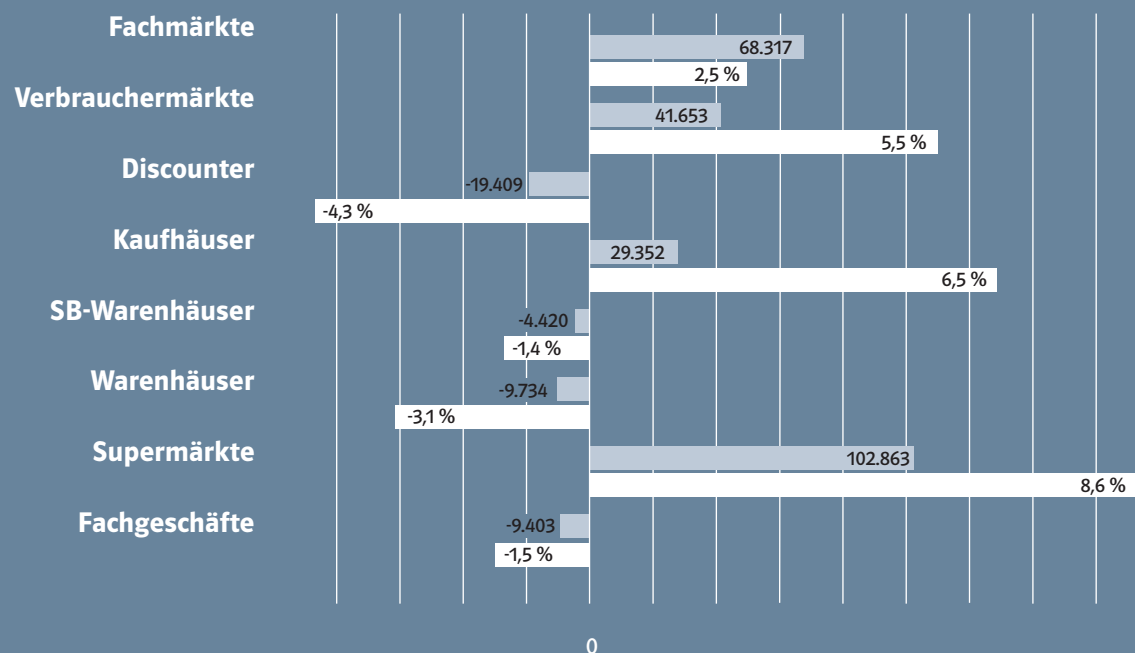
Der Betriebsformenwandel bei Nahrungs- und Genussmitteln zeigt sich in der schrittweisen Verdrängung der (kleinen) Supermärkte durch (größere) Verbrauchermärkte und durch das anhaltende Wachstum der Discounter. Die Bedeutung der SB-Warenhäuser ist weiterhin rückläufig. An Verkaufsfläche verloren haben auch Warenhäuser und Fachgeschäfte unterschiedlicher Branchen.

Bei den Fachmärkten dominieren weiterhin die sehr flächenintensiven Bau- und Gartenmärkte sowie Möbeldiscounter und spezialisierte Einrichtungsanbieter. Baumärkte haben ihre dominante Position trotz der Flächenbereinigung durch Praktiker/Max Bahr behauptet und sind gegenüber 2014 im Saldo um 48.000 m² gewachsen. Sehr deutlich zugelegt haben ansonsten vor allem die Drogeriemärkte, von denen nun immer mehr Standorte in der hier erfassten Größenklasse 650+ liegen.

Fortgesetzt hat sich der Wachstumstrend bei den Fachmärkten mit Verkaufsflächen von 650 bis 800 m²: Nach rd. 263.000 m² in 2012 und rd. 315.000 m² in 2014 wurden in 2016 insgesamt rd. 345.000 m² kleinflächige Fachmärkte erfasst.

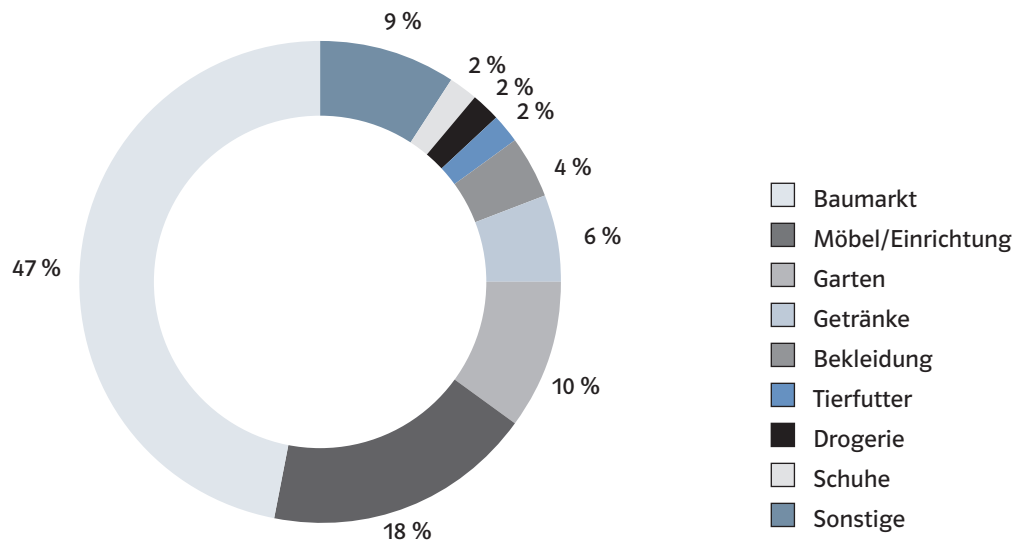
Nach rd. 263.000 m² in 2012 und rd. 315.000 m² in 2014 wurden in 2016 insgesamt rd. 345.000 m² kleinflächige Fachmärkte erfasst.

Veränderung der Verkaufsfläche in m² und % gegenüber 2014 – nach Betriebsform



★ WACHSTUMSTREIBER BLEIBT DER STRUKTURWANDEL IN DER LEBENSMITTELBRANCHE, HINZU KOMMEN EINIGE ERWEITERUNGEN SOWIE NEU- UND WIEDERERÖFFNUNGEN VON (BEKLEIDUNGS-) KAUFHÄUSERN IN EINKAUFSZENTREN

Branchenschwerpunkt bei Fachmärkten – nach Verkaufsfläche



★ BAUMÄRKTE BEHAUPTEN IHRE DOMINANZ NACH VORÜBERGEHENDEN RÜCKGÄNGEN, STARKE ZUNAHME BEI DROGERIEMÄRKTEN

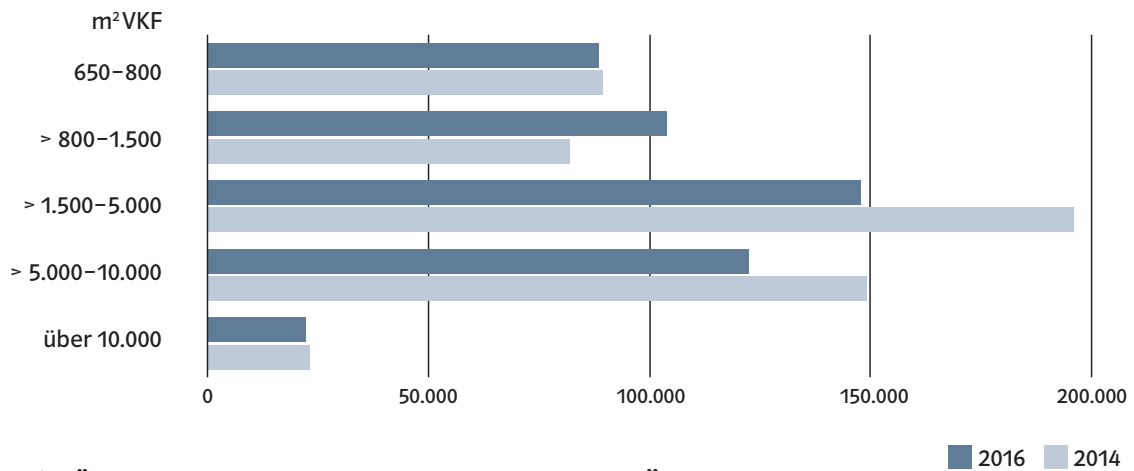
Die Anzahl der leer stehenden Ladenlokale oder Märkte hat sich 2016 kaum verändert, rückläufig war allerdings die potenzielle Gesamtverkaufsfläche dieser Objekte, die sich nach 538.000 m² in 2014 nun auf rd. 488.000 m² addiert. Einige größere Objekte – insbesondere vorübergehend leer stehende Praktiker-/Max-Bahr-Baumärkte werden nun wieder genutzt. Einige größere Leerstände sind abgerissen worden bzw. befinden sich im Umbau und wurden daher in 2016 nicht als Leerstand erfasst. In manchen Fällen gibt es Nachnutzungen durch Sportstudios, Gastronomie oder Dienstleistungen. Die Leerstandsquote im Untersuchungsraum ist nach einem vorübergehenden Anstieg auf 7,3 % (in 2014) auf nunmehr 6,5 % gesunken.

Während sich bei größeren Objekten mit mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche ein deutlicher Rückgang zeigt, hat der Leerstand in der Größenklasse 800 bis 1.500 m² zugenommen. Bei den Ladenlokalen unterhalb der Großflächigkeit ist die Bilanz seit 2014 zumindest ausgeglichen.

Nach wie vor stehen einige der ehemaligen Praktiker- und Max-Bahr-Standorte leer, ohne dass eine konkrete Nachnutzung absehbar ist.

Flächengrößter Leerstand ist weiterhin der aufgegeben Max-Bahr-Standort in Hagen, auf dem das Möbelunternehmen XXXLutz die Errichtung eines Möbel-Mitnahmemarktes (Mömax) plant. Auch der ehemalige Karstadt in Bottrop hat einen neuen Eigentümer, der das Objekt umbauen und neu konzipieren will. Geplant sind Textilhäuser (Adler, TK Maxx) und ein Hotel. Eine neue Perspektive gibt es auch für den ehemaligen Kaufhof-Standort in Mülheim a. d. Ruhr, der lange leer stand. Dort soll bis 2018 das Stadtquartier Schloßstraße entstehen, das einen Supermarkt, ein Hotel, Gastronomie und ein Fitnessstudio bietet.

Leerstehende Einzelhandelsflächen – nach Objektgröße



★ RÜCKGANG DER LEERSTANDSQUOTE VOR ALLEM BEI GRÖßEREN OBJEKTEN

2.3 Regionale Unterschiede

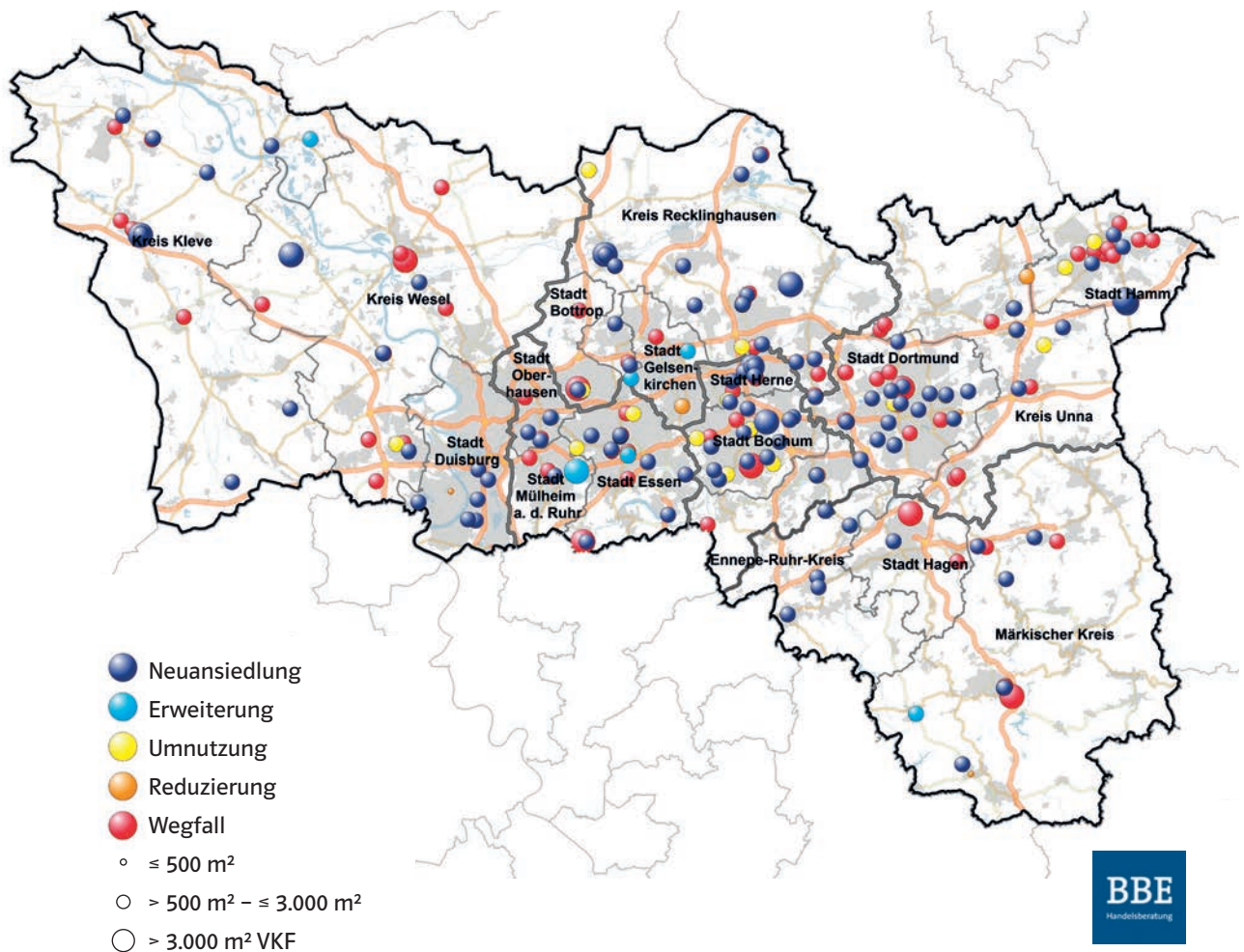
Der insgesamt im Untersuchungsraum festgestellte Zuwachs bei den Verkaufsflächen „650+“ um rund 200.000 m² betrifft nicht alle Teilräume gleichermaßen. Besonders auffällig ist der Anstieg in Recklinghausen, der sich nicht nur mit der Eröffnung des Einkaufszentrums Palais Vest ergeben hat. Nach der Schließung des früheren Löhrhof-Centers waren zwischenzeitlich einige der größeren Anbieter auf provisorischen Flächen untergebracht. Wachstum zeigte sich auch in Dorsten, Haltern und Marl. Ein Sondereffekt ergibt sich in Hamm, wo der aus einem Wohnkaufhaus und einem Fachmarkt für junges Wohnen bestehende Möbelstandort Finke mit rund 44.000 m² Verkaufsfläche entstanden ist.

Überdurchschnittliche Zuwächse ergaben sich auch in den niederrheinischen Kreisen Kleve und Wesel. Maßgeblich waren auch hier einzelne größere Ansiedlungen – etwa der neu aufgestellte Baumarkt Swertz in Kleve (13.000 m²), der Möbelmitnahmemarkt Poco in Goch (6.000 m²) und die in 2014 eröffnete Neutor-Galerie in Dinslaken (22.000 m²).

Das anhaltende Wachstum der Lebensmittel-Discounter zeigt sich nahezu flächendeckend, mit Ausnahme des Kreises Kleve und der Stadt Hagen. Besonders dynamisch zeigten sich dabei zuletzt der Kreis Recklinghausen, Dortmund und der Märkische Kreis. Der insgesamt deutlich geringere Zuwachs bei den Supermärkten und Verbrauchermärkten (Vollsortimentern) konzentrierte sich besonders auf den Kreis Recklinghausen und die Stadt Herne. In weiten Teilen des Untersuchungsraumes gab es tendenziell rückläufige Flächen, weil Neueröffnungen in diesem Segment von Schließungen überkompensiert wurden.



Veränderungen 2015/2016

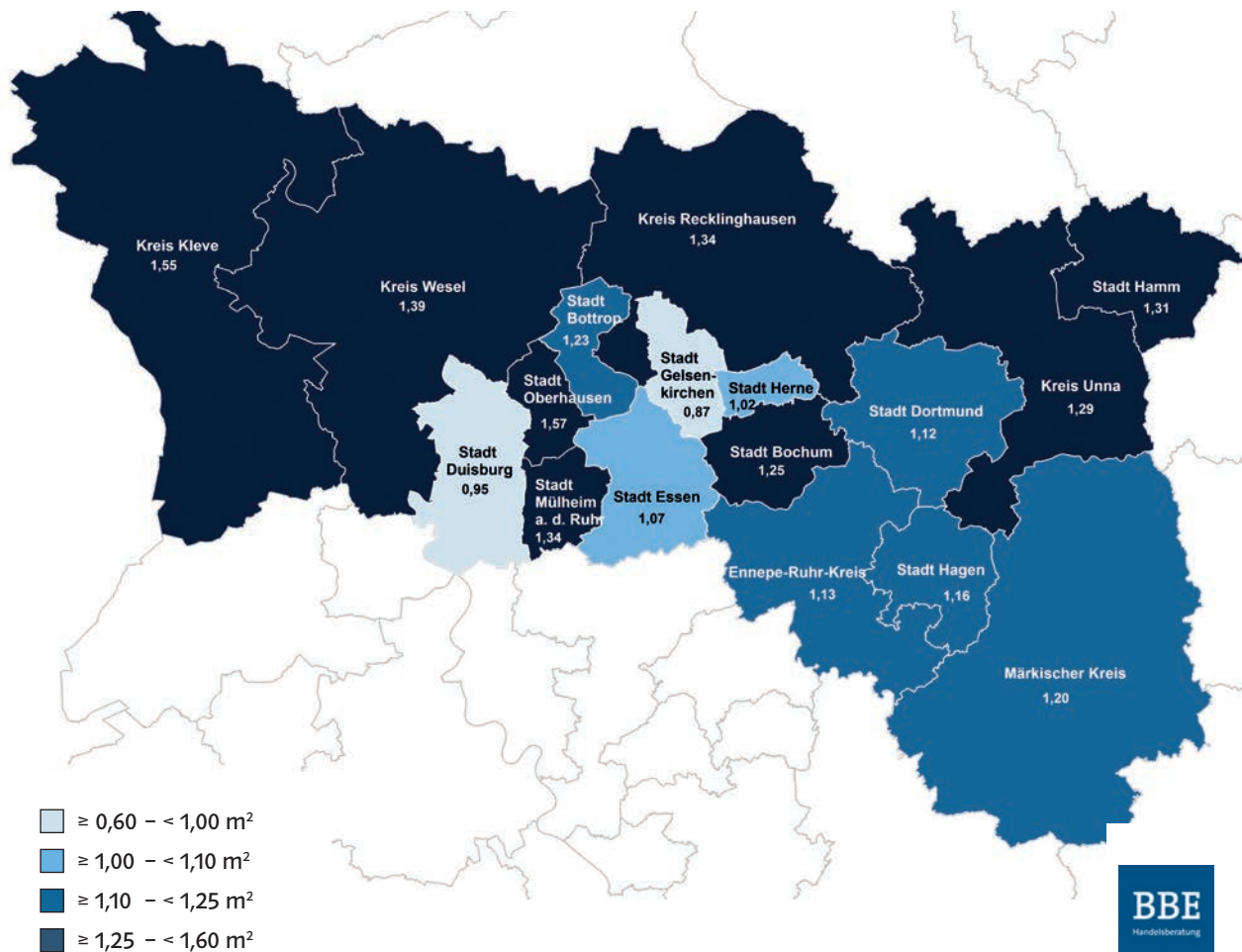


★ **STRUKTURWANDEL 2015/16: UMNUTZUNGEN VOR ALLEM IM KERNRAUM, MEHR NEUERÖFFNUNGEN ALS SCHLISSUNGEN**

Erwartungsgemäß konzentrieren sich die Angebotsstrukturen weiterhin entsprechend der Bevölkerungsdichte und der hohen Zahl von mittel- und oberzentralen Großstädten im Kern des Ruhrgebietes, etwa entlang einer Achse Duisburg – Essen – Bochum – Dortmund. In absoluten Dimensionen (Verkaufsflächen „650+“) heben sich Dortmund (rd. 653.000 m²), Essen (rd. 616.000 m²), Duisburg

(rd. 461.000 m²), Bochum (rd. 454.000 m²) und Oberhausen (rd. 329.000 m²) deutlich von den meisten anderen Kommunen ab. Am dünner besiedelten Niederrhein kommt den beiden Kreisen Kleve und Wesel sowie den Städten Kleve, Moers und Dinslaken eine relativ starke Bedeutung zu, Ähnliches gilt für Lüdenscheid im Märkischen Kreis.

Verkaufsfläche je Einwohner – nach Kreisen

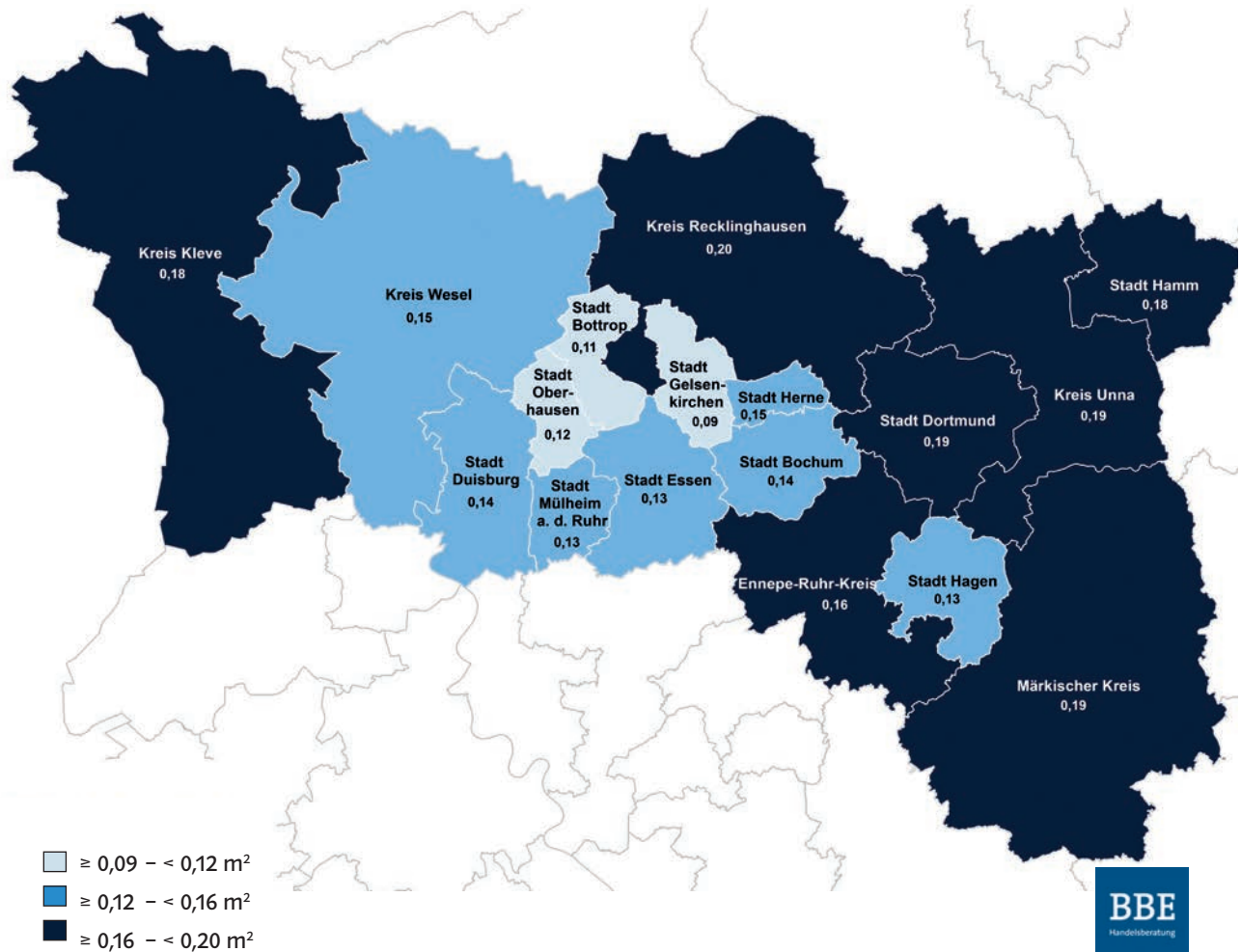


★ WEITERHIN IM KERNRAUM WENIGER VERKAUFSFLÄCHE PRO EINWOHNER, HAMM UND DER KREIS RECKLINGHAUSEN LEGEN DEUTLICH ZU

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich weiterhin eine sehr uneinheitliche Flächenausstattung in den einzelnen Kommunen. Bei kleineren und mittleren Kommunen wie Xanten, Rees und Goch führen große Baumärkte, Gartencenter und Möbel/Einrichtungshäuser zu auffälligen statistischen Abweichungen. Auf Ebene der kreisfreien Städte und Kreise zeigt sich bei den eher dünn besiedelten Teilräumen am Niederrhein (Kreise Kleve und Wesel) eine deutlich höhere Ausstattung mit größeren Einzelhandelsflächen (ab 650 m² Verkaufsfläche) als in den meisten Teilräumen des Ballungsraumes. Oberhausen, Mülheim an der Ruhr und Bottrop bilden hier eine Ausnahme, weil große Einkaufszentren oder Möbelhäuser ihre Struktur prägen. Wie bereits beim Handelsreport 2012 und 2014 festgestellt, ist

das Bild bei der Ausstattung mit Lebensmittelmärkten insgesamt einheitlicher: Supermärkte, Verbrauchermärkte (bis 5.000 m² Verkaufsfläche) und Discounter erreichen im gesamten Untersuchungsraum rd. 0,30 m² je Einwohner, gegenüber dem Handelsreport 2014 eine leichte Zunahme. Weiterhin liegen dabei die Kreise Recklinghausen (0,36), der Märkische Kreis (0,35), der Kreis Kleve (0,33) und der Kreis Unna (0,33) immer noch relativ deutlich über dem Durchschnitt. Der Kreis Recklinghausen hat sich mit dem bereits erwähnten Zuwachs an die Spitze geschoben. Auffällig geringe Werte werden hingegen nach wie vor in Bottrop (0,21) und Gelsenkirchen (0,23) erreicht, während sich Herne durch starke Zuwächse mittlerweile auf durchschnittlichem Ausstattungsniveau befindet.

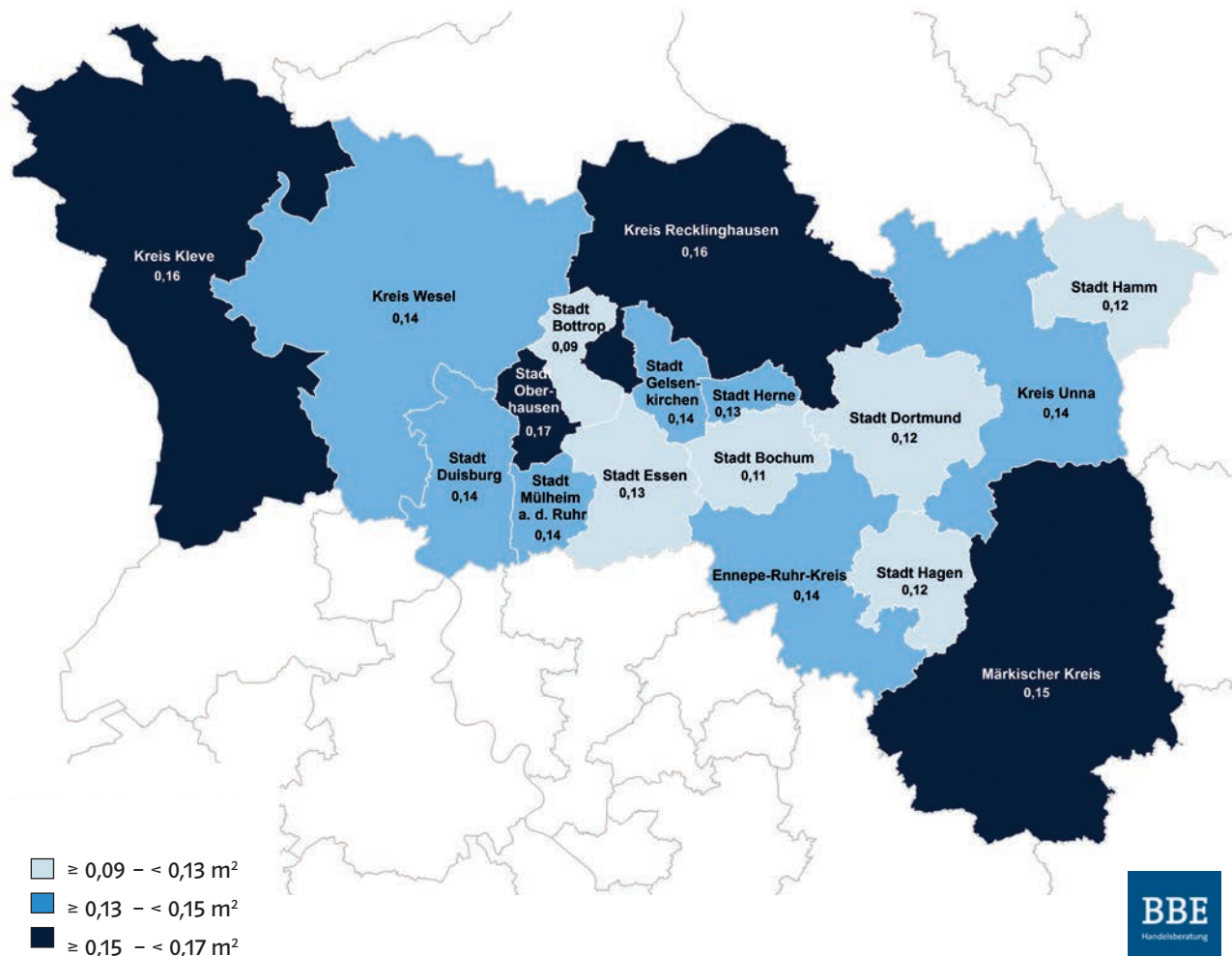
Verkaufsfläche „Vollsortimenter“ (Supermärkte/Verbrauchermärkte) je Einwohner – nach Kreisen



★ LEBENSMITTEL-VOLLSORTIMENTER WEITERHIN IM KERNBEREICH DES RUHRGEBIETES SCHWÄCHER

Im regionalen Schnitt erreicht die Ausstattung mit Vollsortimentern (Supermärkten und Verbrauchermärkten) weiterhin $0,16 \text{ m}^2$ je Einwohner. Dabei ergeben sich weiterhin durchaus auffällige Unterschiede. Überdurchschnittlich sind nun erstmalig der Kreis Recklinghausen ($0,20$) sowie weiterhin die Stadt Dortmund ($0,19$) sowie der Kreis Unna ($0,19$) und der Märkische Kreis ($0,19$) ausgestattet, unter dem regionalen Schnitt liegt nach wie vor besonders deutlich Gelsenkirchen ($0,09$).

Verkaufsfläche „Lebensmittel-Discountmärkte“ je Einwohner – nach Kreisen

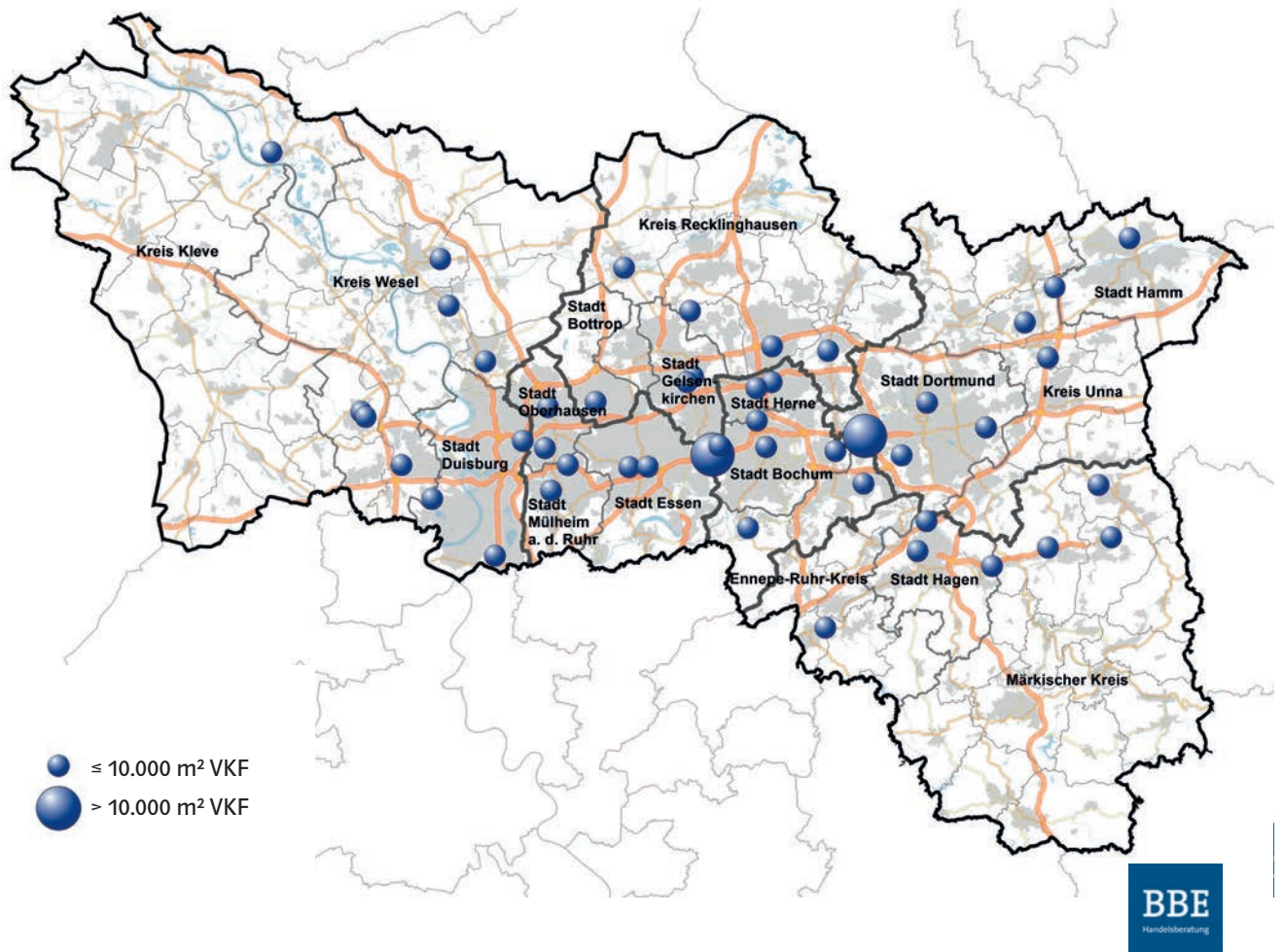


★ STETIGER ZUWACHS BEI LEBENSMITTEL-DISCOUNTERN HÄLT IN DER GESAMTEN REGION AN

Auch bei den Lebensmittel-Discountern sind die Verkaufsflächen absolut und im Verhältnis zur Einwohnerzahl weiter gewachsen: Mittlerweile erreicht die Ausstattung $0,14 \text{ m}^2$ je Einwohner (nach $0,12 \text{ m}^2$ in 2012 bzw. $0,13 \text{ m}^2$ in 2014). Die Gesamtverkaufsfläche ist in diesem Zeitraum um weitere rund 42.000 m^2 auf nunmehr 805.000 m^2 angewachsen. Zuwächse haben sich dabei in vielen Fällen durch die Erweiterung bereits vorhandener Standorte ergeben. Die höchsten Ausstattungswerte werden in Oberhausen ($0,17$), im Kreis Kleve ($0,16$) und im Kreis Recklinghausen ($0,16$) erreicht, während die Städte Bottrop ($0,09$), Bochum ($0,11$) weiterhin deutlich unter dem regionalen Schnitt liegen.

Seit dem ersten IHK-Handelsreport Ruhr (2001) sind damit die Discounterflächen mit mindestens 650 m^2 sprunghaft angestiegen: Mit rund 261.000 m^2 Gesamtfläche in dieser Größenordnung waren Märkte damals noch die Ausnahme, während mittlerweile alle Betreiber – allen voran Lidl – dazu übergehen, nur noch Märkte zwischen 800 und 1.500 m^2 Verkaufsfläche zu konzipieren. Damit zeigt sich ein deutlicher Wandel vom kleinflächigen, auf eine relativ niedrige Artikelzahl begrenzten Hard-Discounters zum deutlich größeren modernen Markt, dessen Profilierung über Markenartikel, Frischesortiment und sogar Luxus eine Annäherung an den klassischen Supermarkt darstellt.

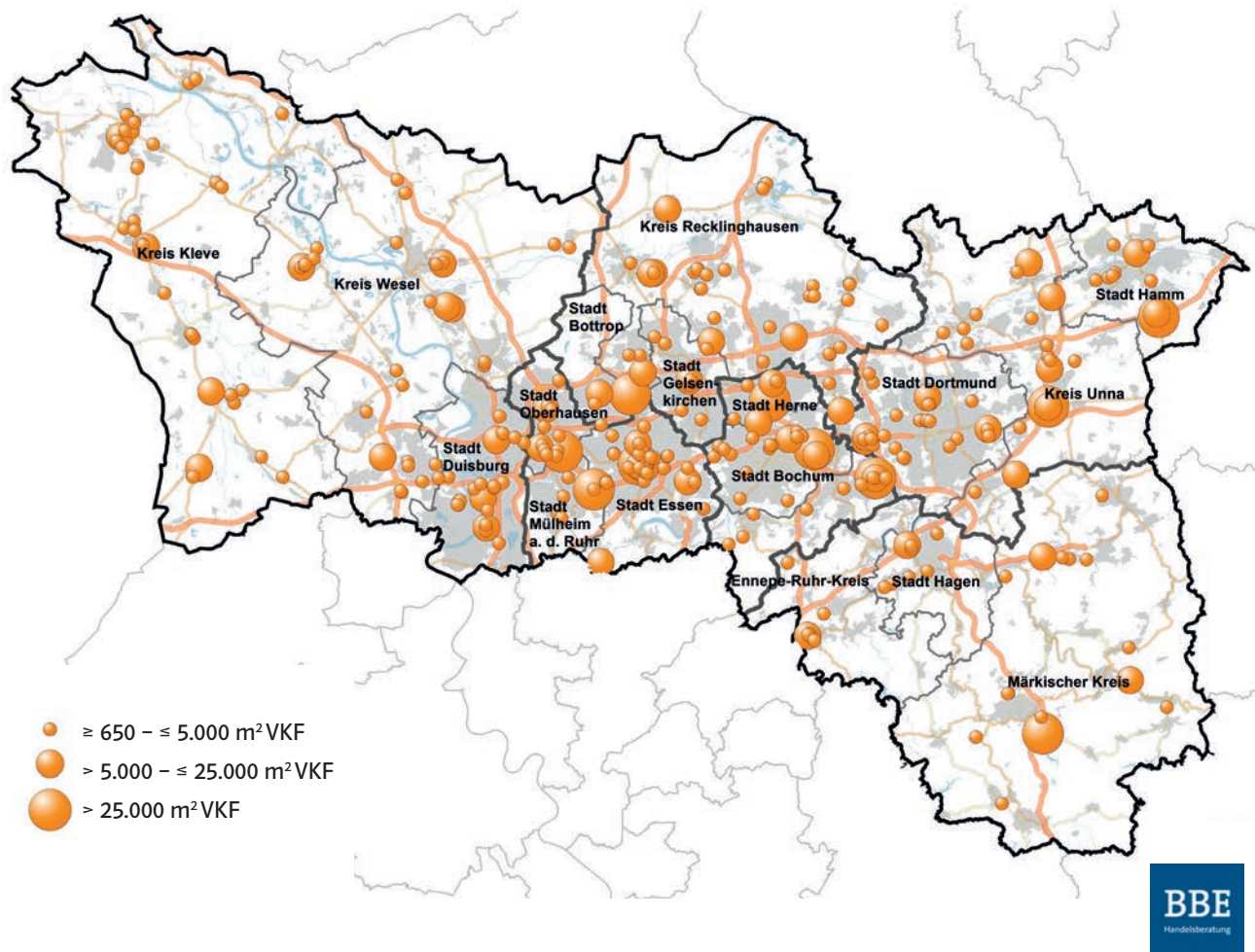
Räumliche Verteilung der SB-Warenhäuser



★ LANGSAMER, ABER STETIGER BEDEUTUNGSVERLUST DER SB-WARENHÄUSER

SB-Warenhäuser sind per Definition alle Anbieter mit dem Kernsortiment Lebensmittel und einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m². Gegenwärtig gibt es im Untersuchungsraum – wie bereits 2014 – noch 47 derartige Märkte mit insgesamt rd. 308.000 m² Verkaufsfläche. Es zeigt sich eine Tendenz zur Flächenverkleinerung. Klar dominiert wird dieses Marktsegment im Untersuchungsraum nach wie vor von Real (rd. 179.000 m²), gefolgt von Kaufland (rd. 85.000 m²) und mit deutlichem Abstand von den mit wenigen Objekten in dieser Größenklasse vertretenen Anbietern Marktkauf/Edeka und toom/REWE.

Räumliche Verteilung der Möbelmärkte

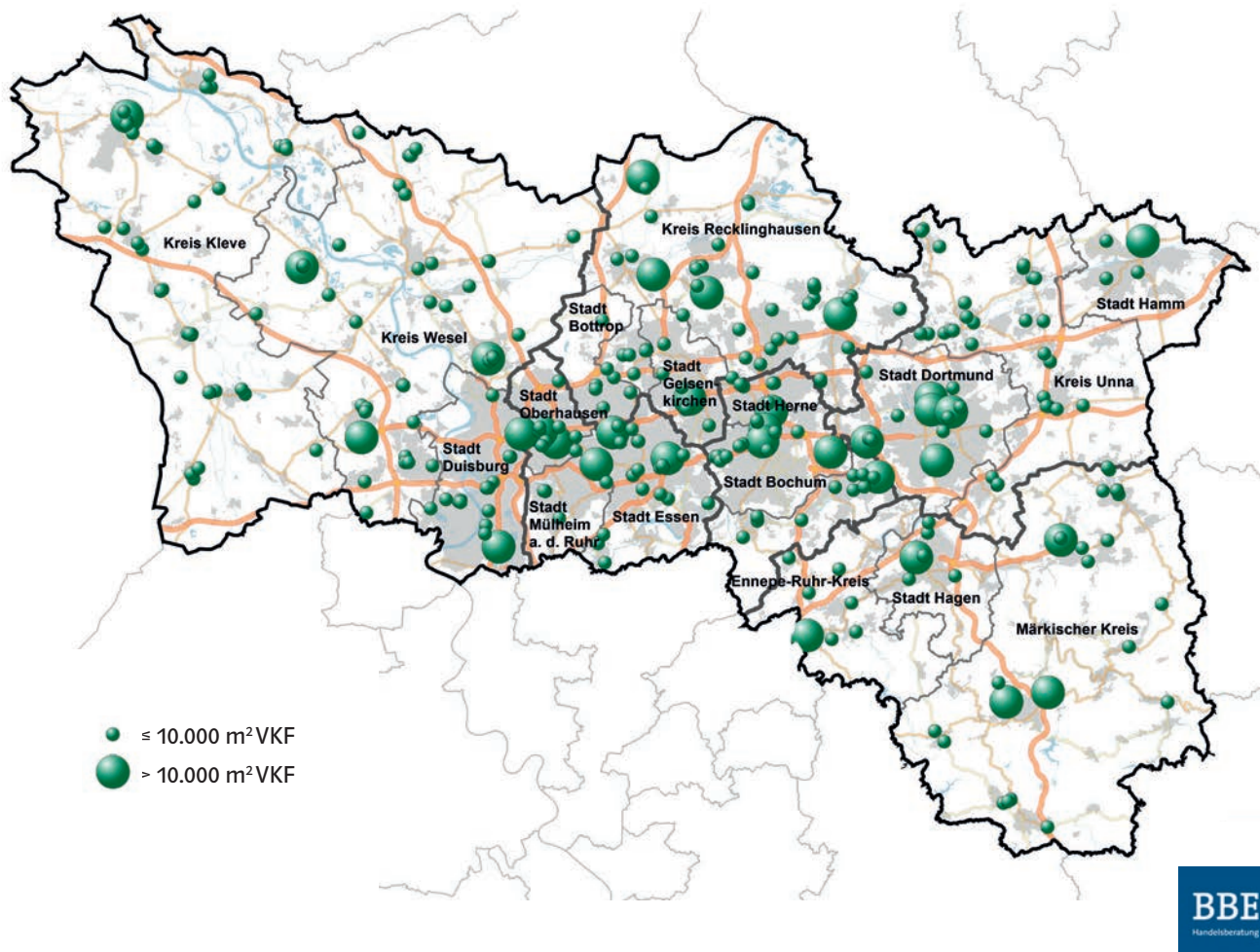


★ MÖBEL: ANHALTENDE KONZENTRATION AUF ANBIETERSEITE DURCH ÜBERNAHMEN, WEITERHIN FLÄCHENWACHSTUM UND NEUE PLANVORHABEN

Die bereits bedeutende Rolle der Möbel- und Einrichtungshäuser unter den großen Einzelhandelsstandorten im Ruhrgebiet nimmt auch weiterhin zu. Die hier erfassten Anbieter („650+“) verfügen über insgesamt 1,22 Mio. m² Verkaufsfläche. Die mit der Eröffnung von Möbel Finke (Hamm) mittlerweile 29 größten Betriebe mit jeweils mehr als 10.000 m² konzentrieren insgesamt rd. 616.000 m² und damit gut die Hälfte der Flächen auf sich. Nach der 2013 erfolgten Übernahme von Kröger/Rück (Essen/Oberhausen) und Möbel Sonneborn (Hagen/Lüdenscheid) durch die XXXLutz-Gruppe, der Übernahme von Smidt (Leverkusen) durch Ostermann und von Vonnahme (Hilden) durch Hardeck hat sich der

Konzentrationsprozess im Kernraum von NRW beschleunigt. Zugleich wurden lange geplante Neubauvorhaben – etwa in Duisburg (Höffner, Ostermann) weiterhin nicht realisiert. Mit der Eröffnung eines Möbelhauses in Neuss und einer weiteren Planung im Düsseldorfer Norden gewinnt auch Möbel Höffner an Bedeutung in der Region. Schließlich plant auch IKEA weitere Standorte in der Region. Neben dem bereits im Bau befindlichen Haus in Wuppertal soll der Standort Essen verlagert und vergrößert werden. Planungen laufen auch in Bottrop. Mindestens ein weiterer Standort soll in Bochum, Herne oder Castrop-Rauxel entstehen.

Räumliche Verteilung der Baumärkte



★ BAUMÄRKTE: NACH SCHLIESSUNGEN VON PRAKTIKER- UND MAX-BAHR-STANDORTEN WIEDER AUF WACHSTUMSKURS

Nach Anbietern für Lebensmittel stellen Baumärkte flächenmäßig die zweitgrößte Branche unter den Einzelhandelsbetrieben mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum dar.

Mit insgesamt 301 erfassten Märkten (313 in 2014 bzw. 325 in 2012) und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,32 Mio. m² (1,29 Mio. m² in 2014 bzw. 1,41 Mio. m² in 2012) ist die Branche nach der zwischenzeitlichen Schließung aller Praktiker- und Max-Bahr-Märkte wieder auf Wachstumskurs. Damit hat auch die Dominanz der Standorte mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche wieder zugenommen: Nach einem „Zwischentief“ von nur noch

98 Märkten in 2014 (112 in 2012) in dieser Größenordnung ist die Zahl wieder auf 103 Anbieter gestiegen. Sie bieten mit rd. 0,96 Mio. m² (0,91 Mio. m² in 2014 bzw. 1,00 Mio. m² in 2012) inzwischen nahezu drei Viertel der Flächen an. Allein die 34 größten Märkte mit jeweils über 10.000 m² verfügen zusammen bereits über rd. 440.000 m² Verkaufsfläche (nach 416.000 m² in 2014), ebenfalls ein Beleg für den anhaltenden Konzentrationsprozess auch in dieser Branche. Zu den führenden Anbietern Hellweg, Hagebau, toom, Bauhaus, Hornbach und Obi kommen zahlreiche Baustoff-, Holz- und Fliesenmärkte sowie einige kleinere, meist auf Teilsortimente spezialisierte Anbieter.

2.4 Städtebauliche Situation

Viele Städte und Gemeinden haben die 2013 in Kraft getretene Neufassung der landesplanerischen Regelung für den großflächigen Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen (LEP – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel) zum Anlass genommen, ihre kommunalen Einzelhandelskonzepte fortzuschreiben bzw. in Einzelfällen erstmalig aufzustellen. Als Folge der mittlerweile sehr differenzierten Rechtsprechung zum planerischen Umgang mit großflächigem Einzelhandel hat der Ermittlungs- und Abstimmungsaufwand in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Gleichzeitig wurde die Legitimation der Konzepte als Basis für kommunale Bauleitplanung höchstrichterlich ausdrücklich bestätigt, sofern sie vom Rat beschlossen und konsequent umgesetzt werden. Es zeigt sich auch, dass nach vorsichtiger Schätzung mindestens die Hälfte der aktuell beschlossenen Einzelhandelskonzepte hinsichtlich ihrer Datengrundlage bzw. ihrer fachlichen Begründung nicht mehr der aktuellen Rechtslage entspricht und damit nur noch bedingt als fachliche Grundlage für die Bauleitplanung herangezogen werden kann.

Im praktischen Umgang mit den Zielvorgaben des LEP wurde deutlich, dass insbesondere der Maßstabssprung bei den Lebensmittelmärkten immer wieder mit dem Ziel kollidiert, diese als Nahversorger und Frequenzbringer in zentrale Versorgungsbereiche zu integrieren. Wo nicht jeder Nahversorgungsstandort die städtebaulichen Voraussetzungen für einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen kann, können inzwischen unter bestimmten Voraussetzungen Ausnahmen zugelassen werden. Entsprechend kann auch für nicht sondergebietspflichtige Nahversorger – Supermärkte wie Discounter – an vielen Standorten die von den Betreibern angestrebte Großflächig-

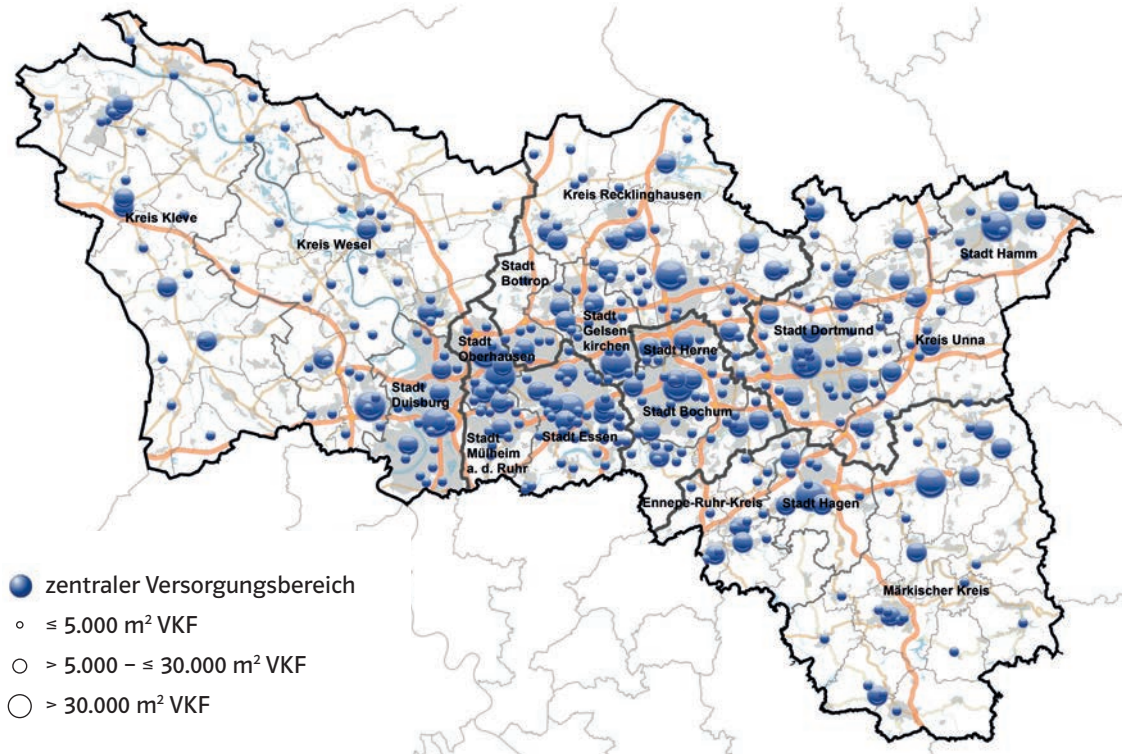
keit außerhalb zentraler Versorgungsbereiche erreicht und mit dem Nachweis der „städtebaulichen Atypik“ begründet werden.

Darüber hinaus bleibt im Ruhrgebiet weiterhin die Frage der regionalen Bedeutung einzelner Standorte ungeklärt. Denn die Lagegunst an leistungsfähigen Verkehrswegen und die damit ansprechbaren Kundenpotenziale bleiben für viele Branchen ein wichtigerer Indikator als die vorgesehene Funktion einer Kommune als zentraler Ort.

In 2015/16 wurden die kommunalen Einzelhandelskonzepte beispielsweise in Gelsenkirchen, Hagen, Hamminkeln, Mülheim an der Ruhr, Witten, Werdohl, Werne, Kevelaer, Rees und Straelen fortgeschrieben.

Einen Überblick zu den kommunalen Einzelhandelskonzepten im Untersuchungsraum gibt die nachfolgende Abbildung:

Räumliche Verteilung der zentralen Versorgungsbereiche



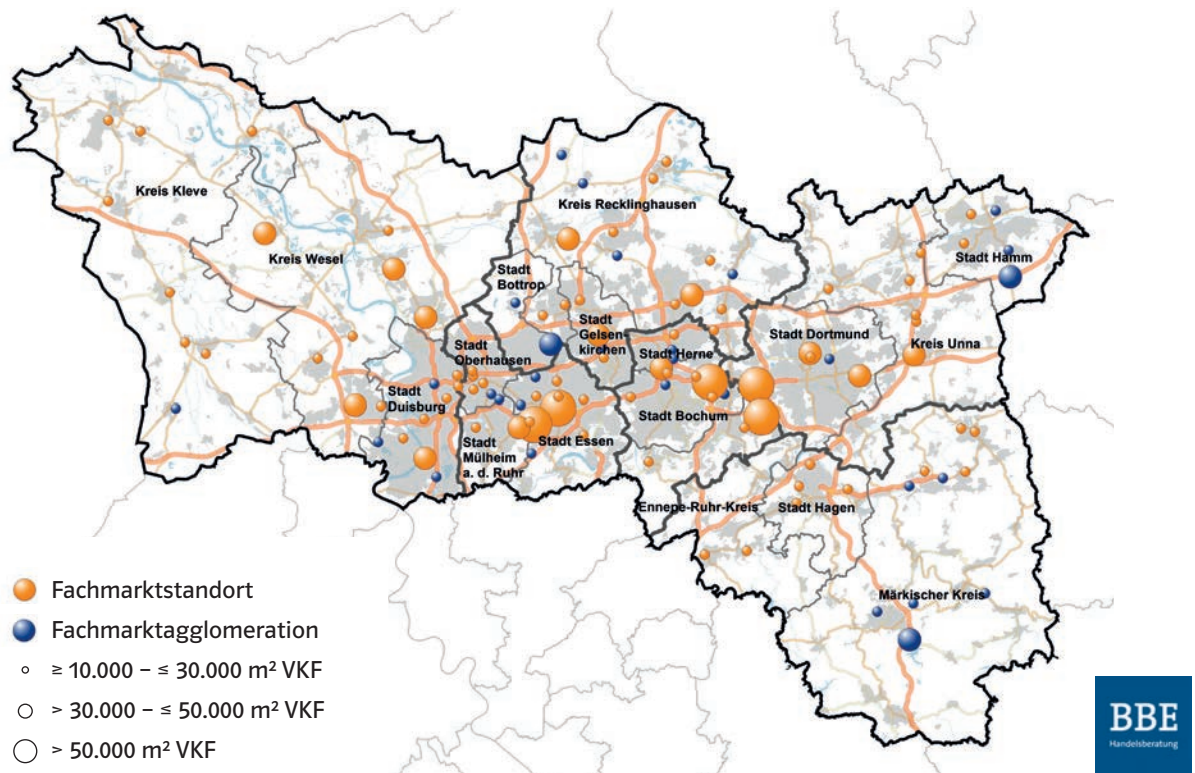
★ ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE: WACHSTUM SEIT 2014 VOR ALLEM DURCH NEUE INNERSTÄDTISCHE EINKAUFSZENTREN

Die Verkaufsflächen „650+“ in zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) haben insgesamt zugenommen, von rd. 1,99 Mio. m² (2012) über rd. 2,10 Mio. m² (2014) auf nunmehr 2,15 Mio. m². Der Anteil an allen Verkaufsflächen „650+“ im gesamten Untersuchungsraum liegt bei 31 % und ist seit 2012 stetig gestiegen.

Bei den in Nordrhein-Westfalen als zentralrelevante Leitsortimente eingestufteten Verkaufsflächen „650+“ befinden sich rund 1,96 Mio. m² von insgesamt 3,72 Mio. m² in ZVB, das entspricht rund 53 %. Bei den gleichzeitig als nahversorgungsrelevant eingestufteten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel) liegt der Anteil nur bei rund 40 %, bei den sonstigen zentrenrelevanten Leitsortimenten sind es 72 %.

Nach Eröffnung mehrerer innerstädtischer Einkaufszentren in 2014 stieg der Anteil der Verkaufsflächen von Betrieben mit dem Leitsortiment Bekleidung/Wäsche in ZVB weiter an auf nunmehr 492.000 m², nach 456.000 m² in 2014 und 445.000 m² in 2012. Bei Nahrungs- und Genussmitteln ist diese Tendenz nur noch etwas abgeschwächt festzustellen: Die Verkaufsfläche in ZVB liegt nun bei 848.000 m² und hat sich seit 2014 kaum verändert. Gemessen an der wiederum leicht gestiegenen Gesamtfläche dieses Leitsortiments (rd. 2,21 Mio. m²) liegt der ZVB-Anteil wie 2014 bei 39 % (gegenüber 37 % in 2012). Bei Unterhaltungselektronik ist der ZVB-Anteil seit 2012 von 54 % auf mittlerweile 64 % gewachsen, bei Sportartikeln liegt er bei 44 %, nach 45 % in 2012 und 47 % in 2014. Möbel (10 %) und Baumarktartikel (1 %) haben erwartungsgemäß weiterhin sehr geringe ZVB-Anteile.

Räumliche Verteilung der Fachmarktstandorte



★ FACHMARKTSTANDORTE AUSSERHALB DER ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE WACHSEN KAUM NOCH

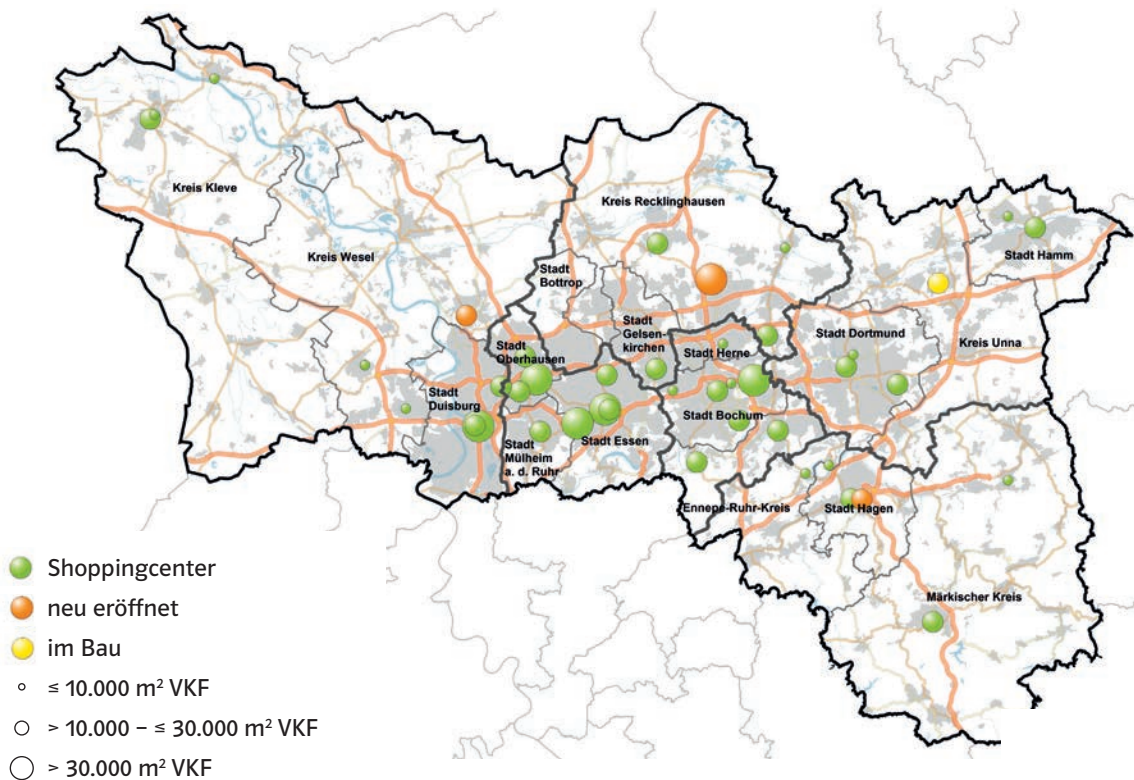
Neben den zentralen Versorgungsbereichen spielen Fachmarktstandorte unterschiedlicher Dimension und Branchenzusammensetzung eine wesentliche Rolle für die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum. Typisch sind einerseits Einkaufszentren, Fachmarktzentren und Agglomerationen, andererseits große Solitärstandorte von Möbel- und Einrichtungshäusern, Bau- und Gartenmärkten und im Einzelfall sonstigen Branchen.

Mit rd. 3,23 Mio. m² (nach 3,17 Mio. m² in 2014) haben sich diese Standorte nur noch wenig vergrößert, dabei hat ihre Bedeutung relativ sogar abgenommen. So liegt ihr Anteil an allen erfassten Verkaufsflächen nun bei 46 %, nach 49 % in 2012 und 47 % in 2014. Weiterhin haben sie allerdings einen deutlich größeren Flächenanteil als die ZVB, auch wenn sich der Abstand sukzessive verringert.

Die nach Verkaufsfläche „650+“ größten Fachmarkt-Agglomerationen im Untersuchungsraum liegen demnach weiterhin in Dortmund (Indu-Park rd. 95.000 m², Bornstraße rd. 43.000 m²), Essen (Altenendorfer Straße rd. 75.000 m²), Witten (Fredri-Ostermann-Straße rd. 73.000 m²), Mülheim an der Ruhr (Humboldttring rd. 64.000 m²), Xanten (Sonsbecker Straße rd. 49.000 m²), Unna (Hans-Böckler-Straße rd. 48.000 m²), Dinslaken (Max-Eyth-Straße rd. 47.000 m²), Bochum (Hannibal rd. 46.000 m²), Recklinghausen (Schmalkaldener Straße rd. 43.000 m²) und Gelsenkirchen (Emscherstraße rd. 43.000 m²).

Einen Überblick der Fachmarktstandorte gibt die Karte oben auf dieser Seite.

Räumliche Verteilung der Shoppingcenter



★ SHOPPINGCENTER: NEUERÖFFNUNGEN IM HERBST 2014 IN RECKLINGHAUSEN, HAGEN UND DINSLAKEN, UMBAU DES RUHR-PARKS IN BOCHUM

Eine besondere Bedeutung kommt den Shoppingcentern als eigene Betriebsform zu. Im Gegensatz zu reinen Fachmarktstandorten oder -agglomerationen verfügen sie in der Regel über ein eigenes Centermanagement und erreichen eine besonders starke Ausstrahlung in die Region. Im Herbst 2014 eröffneten mehrere Shoppingcenter erstmalig bzw. nach längerer Umbauphase, darunter das Palais Vest in Recklinghausen (rd. 27.800 m² VKF), die Rathaus-Galerie in Hagen (rd. 22.000 m² VKF), die Neutor-Galerie in Dinslaken (rd. 22.000 m² VKF) und die Mercaden in Dorsten (12.500 m² VKF). Zudem wurde der Ruhr-Park in Bochum neu konzipiert und hinsichtlich seiner funktionalen Gliederung und seines Branchenmix umgestaltet.

Von strategischer Bedeutung für die Einzelhandelsstrukturen sind einige zum Redaktionsschluss des Handelsreports 2016 bekannte Planvorhaben im Untersuchungsraum oder unmittelbar angrenzend, darunter insbesondere die bereits erwähnten IKEA-Vorhaben in Wuppertal (im Bau), Essen, Bottrop.

Seit Längerem diskutierte Pläne zur Ansiedlung eines Factory-Outlet-Center in Duisburg wurden Anfang 2016 endgültig von der Stadt Duisburg aufgegeben. Weiterhin bemühen sich aber Werl, Remscheid und Wuppertal ebenfalls um ein solches Vorhaben. Die Revitalisierung der Turm-Arkaden in Bergkamen zur Berg-Galerie hat sich zeitlich verzögert und soll in 2016 starten.

3 Einzelhandelstrends im Fokus

3.1 Warenhäuser auf dem Rückzug?

Nach der Schließung der Hertie-Häuser 2009 gab es auch in vielen Kommunen des Ruhrgebiets die Sorge, dass die Betriebsform Warenhaus sich damit schrittweise als wichtiger Magnetbetrieb aus den Fußgängerzonen zurückziehen würde. Zum Erhebungszeitpunkt des Handelsreports Ruhr 2010 standen fast alle ehemaligen Hertie-Häuser leer, in Einzelfällen gab es offensichtlich provisorische Nutzungen, meist aber nur im Erdgeschoss.

Inzwischen hat sich die Situation dieser Standorte deutlich verbessert:

- In einigen Städten wurden die ehemaligen Warenhäuser abgerissen und in neue Einkaufszentren umgestaltet, so beispielsweise in Datteln (StadtGalerie), Dinslaken (NeutorGalerie), Herdecke (Mühlencenter) und Kamen (Neue Mitte). Meist wurden Nahversorgungsangebote (Supermarkt, Discounter, Drogeriemarkt) und weitere zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen (z. B. Bekleidung) und Gastronomie angesiedelt.
- In Dortmund-Aplerbeck, Duisburg-Walsum, Essen-Altenessen, Essen-Borbeck und Hattingen wurde die Immobilie von Kaufland übernommen.
- Im Umbau befindet sich das ehemalige Hertie-Haus in Lünen. Neben mehreren kleineren Einzelhandels- und Dienstleistungsflächen entstehen dort vor allem Wohnungen.
- Leerstand gibt es im Frühjahr 2016 noch in Gladbeck und Herne, allerdings zeichnen sich auch dort Lösungen für die in beiden Städten sehr prominenten Immobilien ab: In Gladbeck hat das Objekt einen neuen Eigentümer, der es wieder für Einzelhandel nutzen möchte, darunter voraussichtlich eine große Textilkette. In Herne hat ebenfalls ein Eigentümerwechsel stattgefunden. Dort soll das ehemalige Warenhaus in ein Wohn- und Geschäftshaus umgewandelt werden.

Als wesentliche Anbieter behaupten sich auf dem Markt Karstadt, Galeria Kaufhof und Woolworth. Während Karstadt in Bottrop und Dortmund (Kampstraße) ebenso wie Kaufhof in Mülheim und Oberhausen seit 2010 Standorte geschlossen haben, hat Woolworth nach der Insolvenz 2009 unter

neuem Eigentümer deutlich expandiert, auch im Ruhrgebiet. Neueröffnungen gab es seitdem beispielsweise in Bochum, Duisburg, Gladbeck, Hagen, Iserlohn, Kamp-Lintfort, Oberhausen, Schwerte und Witten. Die Standorte befinden sich in zentralen Innenstadtlagen und umfassen meist Verkaufsflächen zwischen 800 und 2.000 m². Eine Sonderrolle nehmen auch einige regionale Anbieter wie Schnückerl in Bergkamen und Unna, TerVeen in Hamm und das WK-Warenhaus in Werdohl ein.

Insgesamt hat sich damit die Bedeutung der Warenhäuser für das Ruhrgebiet verringert, denn die Expansion bei Woolworth kann die Schließungen bei Hertie, Karstadt und Kaufhof nicht kompensieren. Allerdings haben sich mit Ausnahme des ehemaligen Karstadt-Technikhauses in Dortmund (Kampstraße) alle größeren Häuser (ab 10.000 m² Verkaufsfläche) behaupten können.

3.2 Nahversorgung 2016

Die günstige Konjunktur in Deutschland und die geringe Inflation haben die Bevölkerung in Konsumlaune versetzt. Davon profitieren offensichtlich auch die Anbieter für den täglichen Bedarf. Sie reagieren darauf mit der Ausweitung und Aufwertung ihres Sortimentes und betonen in ihrer Werbung Qualität und Genuss deutlicher als bisher. Sogar die Lebensmittel-Discounter sind von der reinen Preisorientierung abgerückt und profilieren sich selbstbewusst als Nahversorger, bei denen auch Frischeprodukte und Markenartikel inzwischen zum Standard gehören. Eine Folge dieses „Trading-Up“-Prozesses ist die attraktivere Gestaltung der Märkte, die sich in einer anspruchsvolleren Architektur und meist auch in einer Vergrößerung der Verkaufsflächen äußert.

Eine zunehmende Marktbedeutung kommt auch den weiterhin stark expandierenden Drogeriemärkten zu. Sofern es Wettbewerbsumfeld und Baurecht zulassen, erweitern sie ihr Grundsortiment (Gesundheits- und Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) um Nahrungs- und Genussmittel, Haushaltswaren, Kinderbekleidung, Schreib- und Spielwaren und Unterhaltungselektronik. Ihr Sortiment umfasst damit inzwischen durchschnittlich ca. 5.000–8.000 Artikel. Nicht selten stellen sie in kleineren Ortsmitten inzwischen den wichtigsten Magnetbetrieb dar.

Im Untersuchungsraum des Handelsreports Ruhr gibt es mittlerweile rund 430 Lebensmittelsupermärkte, von denen nur noch 120 in der Größenklasse zwischen 650 und 800 m² Verkaufsfläche zu finden sind. Die rund 250 Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sind definitionsgemäß immer großflächig (über 800 m² Verkaufsfläche). Aber auch von den rund 960 Discountern sind bereits rund 360 großflächig. Sogar von den rund 80 hier erfassten Drogeriemärkten „650+“ liegen bereits 20 in dieser Größenklasse.

Die zunehmende Markenorientierung der Lebensmitteldiscounter führt auch dazu, dass sie von den Vollsortimentern (Supermärkte, Verbrauchermärkte) nicht mehr ohne Weiteres als sinnvolle Ergänzung ihres eigenen Angebots gesehen werden, sondern zunehmend als Wettbewerber. Die aus Entwickler- und Betreibersicht bislang optimale Kombination aus einem Lebensmittelsupermarkt (mit Getränkemarkt), einem Discounter und einem Drogeriemarkt lässt sich als Folge der gestiegenen Flächenanforderungen ohnehin nur noch an relativ wenigen Standorten realisieren, weil es baurechtliche Restriktionen gibt.

Unter den großen Betreiberketten ist der Wettbewerb trotz des günstigen konjunkturellen Umfelds hoch. Mit der angestrebten Übernahme der Märkte von Kaiser's und Tengelmann durch Edeka würde auch im Ruhrgebiet die Konzentration auf relativ wenige Anbieter zunehmen. Dennoch würde Edeka mit derzeit rund 200 Märkten („650+“) und rund 300.000 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum noch nicht zum führenden Betreiber Rewe mit rund 310 Märkten und rund 420.000 m² Verkaufsfläche aufschließen.

Bei den Discountern liegt Aldi zwar mit rund 320 Märkten und rund 280.000 m² Verkaufsfläche noch immer vor Lidl mit rund 230 Märkten und rund 210.000 m² Verkaufsfläche, der Abstand hat sich aber seit 2010 verringert. Hinzu kommt, dass Lidl mittlerweile größere Märkte als seine Wettbewerber im Discountsegment anstrebt.

Bei den Drogeriemärkten ab 650 m² Verkaufsfläche liegt im Untersuchungsraum weiterhin dm mit rund 30.000 m² vor Rossmann mit rund 22.000 m² und Müller mit rund 13.000 m². Gegenüber 2010 bedeutet dies eine Vergrößerung auf mehr als das Doppelte.

Damit zeigt sich nach dem Zusammenbruch von Schlecker die auch in diesem Marktsegment anhaltende Dynamik.

Als weiterer Trend zeigt sich neben der Konzentration der großen Betreiber auch eine Spezialisierung beim Sortiment: So gibt es inzwischen auch unter den noch immer relativ seltenen Biomärkten größere Objekte, die in Einzelfällen sogar großflächig werden. Noch deutlicher wird der Maßstabssprung aber bei Märkten, die sich auf türkische, arabische, russische, asiatische oder südeuropäische Lebensmittel spezialisieren. Insbesondere türkische und arabische Anbieter profitieren offensichtlich auch von Zuwanderern aus dem Nahen und Mittleren Osten und deren Präferenzen (Halal). Im Untersuchungsraum gibt es bereits 14 entsprechende Anbieter „650+“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von immerhin rund 10.000 m².

Der Onlinehandel spielt für die Nahversorgung im Ruhrgebiet bislang noch keine entscheidende Rolle, weil das stationäre Versorgungsnetz trotz der Konzentration auf größere Standorte sehr engmaschig ist und die Verbraucher trotz der aktuellen Konsumlaune sehr preissensibel sind. Zuzahlung für Belieferung wird bislang kaum akzeptiert. Es ist aber zu erwarten, dass die Angebote ausgebaut werden und mit dem erwarteten Markteintritt von Amazon Fresh auch Anpassungsdruck auf diejenigen Unternehmen entsteht, die bislang keine eigenen Strukturen aufgebaut haben.



4 Anhang - Zahlen und Fakten



Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten/Kreisen im Vergleich 2009/16

IHK Bezirk	Verkaufsfläche 2016		
	m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.571.733	1,26	0,29
IHK zu Essen	1.169.89	1,23	0,27
IHK Mittleres Ruhrgebiet	833.268	1,25	0,26
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.190.111	1,20	0,31
IHK zu Dortmund	1.390.185	1,21	0,32
Südwestfälische IHK zu Hagen	856.214	1,11	0,32
Gesamt	7.011.400	1,21	0,30

Kreis	Verkaufsfläche 2016		
	m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
SK Bochum	453.705	1,25	0,25
SK Bottrop	143.348	1,23	0,21
SK Dortmund	653.440	1,12	0,31
SK Duisburg	461.128	0,95	0,28
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	364.243	1,13	0,30
SK Essen	616.329	1,07	0,26
SK Gelsenkirchen	225.368	0,87	0,23
SK Hagen	216.179	1,16	0,25
SK Hamm	232.328	1,31	0,30
SK Herne	158.433	1,02	0,29
LK Kleve	473.596	1,55	0,33
LK Märkischer Kreis	496.922	1,20	0,35
SK Mülheim an der Ruhr	224.189	1,34	0,27
SK Oberhausen	329.371	1,57	0,29
LK Recklinghausen	821.395	1,34	0,36
LK Unna	504.417	1,29	0,33
LK Wesel	637.009	1,39	0,29
Gesamt	7.011.400	1,21	0,30

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten/Kreisen im Vergleich 2009/2016

IHK Bezirk	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m ²)			
	2009	2016	Veränderung		2009	2016	Veränderung		2009	2016	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.272.147	1.250.749	-21.398	-1,7 %	868	883	15	1,7 %	1.528.008	1.571.733	43.725	2,9 %
IHK zu Essen	959.377	954.173	-5.204	-0,5 %	587	591	4	0,7 %	1.138.234	1.169.889	31.655	2,8 %
IHK Mittleres Ruhrgebiet	697.137	667.010	-30.127	-4,3 %	367	385	18	4,9 %	782.901	833.268	50.367	6,4 %
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.012.041	988.102	-23.939	-2,4 %	600	636	36	6,0 %	1.150.673	1.190.111	39.438	3,4 %
IHK zu Dortmund	1.178.675	1.150.568	-28.107	-2,4 %	685	722	37	5,4 %	1.309.563	1.309.185	80.622	6,2 %
Südwestfälische IHK zu Hagen	805.992	773.932	-32.060	-4,0 %	433	452	19	4,4 %	846.325	856.214	9.889	1,2 %
Gesamt	5.925.369	5.784.534	-140.835	-2,4 %	3.540	3.669	129	3,6 %	6.755.704	7.011.400	255.696	3,8 %

Kreis	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m ²)			
	2009	2016	Veränderung		2009	2016	Veränderung		2009	2016	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
SK Bochum	376.414	361.619	-14.795	-3,9 %	207	211	4	1,9 %	461.619	453.705	-7.914	-1,7 %
SK Bottrop	117.332	116.086	-1.246	-1,1 %	57	56	-1	-1,8 %	156.857	143.348	-13.509	-8,6 %
SK Dortmund	581.817	581.612	-205	0,0 %	325	335	10	3,1 %	655.167	653.440	-1.727	-0,3 %
SK Duisburg	492.469	486.936	-5.553	-1,1 %	260	266	6	2,3 %	471.406	461.128	-10.278	-2,2 %
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	334.175	323.169	-11.006	-3,3 %	183	194	11	6,0 %	340.691	364.243	23.552	6,9 %
SK Essen	577.190	576.953	-237	0,0 %	326	330	4	1,2 %	595.591	616.329	20.738	3,5 %
SK Gelsenkirchen	260.612	257.878	-2.734	-1,0 %	118	132	14	11,9 %	213.248	225.368	12.120	5,7 %
SK Hagen	190.825	186.888	-3.937	-2,1 %	115	116	1	0,9 %	234.160	216.179	-17.981	-7,7 %
SK Hamm	181.989	176.796	-5.193	-2,9 %	110	116	6	5,5 %	182.783	232.328	49.545	27,1 %
SK Herne	166.136	154.959	-11.177	-6,7 %	62	75	13	21,0 %	111.708	158.433	46.725	41,8 %
LK Kleve	308.440	306.406	-2.034	-0,7 %	258	272	14	5,4 %	445.810	473.596	27.786	6,2 %
LK Märkischer Kreis	435.579	414.307	-21.272	-4,9 %	233	241	8	3,4 %	481.048	496.922	15.874	3,3 %
SK Mülheim an der Ruhr	167.517	167.661	144	0,1 %	102	102	0	0,0 %	221.964	224.189	2.225	1,0 %
SK Oberhausen	214.670	209.559	-5.111	-2,4 %	159	159	0	0,0 %	320.679	329.371	8.692	2,7 %
LK Recklinghausen	634.097	614.138	-19.959	-3,1 %	425	448	23	5,4 %	780.568	821.395	40.827	5,2 %
LK Unna	414.869	392.160	-22.709	-5,5 %	250	271	21	8,4 %	471.613	504.417	32.804	7,0 %
LK Wesel	471.238	457.407	-13.831	-2,9 %	350	345	-5	-1,4 %	610.792	637.009	26.217	4,3 %
Gesamt	5.925.369	5.784.534	-140.835	-2,4 %	3.540	3.669	129	3,6 %	6.755.704	7.011.400	255.696	3,8 %

Verkaufsflächen „650+“ nach Kommunen

Kommune	Verkaufsfläche 2016			Kommune	Verkaufsfläche 2016		
	m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG		m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
Alpen	11.500	0,91	0,20	Kerken	10.828	0,83	0,45
Altena, Stadt	15.730	0,92	0,48	Kevelaer, Stadt	51.288	1,83	0,22
Balve, Stadt	4.249	0,37	0,28	Kierspe, Stadt	18.370	1,14	0,39
Bedburg-Hau	26.110	2,04	0,23	Kleve, Stadt	101.994	2,08	0,42
Bergkamen, Stadt	74.866	1,57	0,30	Kranenburg	6.469	0,62	0,33
Bochum, Stadt	453.705	1,25	0,25	Lüdenscheid, Stadt	125.098	1,71	0,36
Bönen	7.650	0,43	0,39	Lünen, Stadt	92.658	1,09	0,33
Bottrop, Stadt	143.348	1,23	0,21	Marl, Stadt	114.914	1,37	0,40
Breckerfeld, Stadt	3.560	0,40	0,40	Meinerzhagen, Stadt	19.806	0,96	0,37
Castrop-Rauxel, Stadt	89.469	1,21	0,38	Menden (Sauerland), Stadt	69.237	1,30	0,34
Datteln, Stadt	43.817	1,27	0,34	Moers, Stadt	156.220	1,52	0,27
Dinslaken, Stadt	81.243	1,21	0,24	Mülheim an der Ruhr, Stadt	224.189	1,34	0,27
Dorsten, Stadt	157.339	2,09	0,37	Nachrodt-Wiblingwerde	4.220	0,64	0,34
Dortmund, Stadt	653.440	1,12	0,31	Neuenrade, Stadt	12.280	1,02	0,25
Duisburg, Stadt	461.128	0,95	0,28	Neukirchen-Vluyn, Stadt	29.614	1,10	0,25
Ennepetal, Stadt	29.310	0,99	0,28	Oberhausen, Stadt	329.371	1,57	0,29
Emmerich am Rhein, Stadt	28.439	0,94	0,32	Oer-Erkenschwick, Stadt	36.070	1,16	0,48
Essen, Stadt	616.329	1,07	0,26	Plettenberg, Stadt	35.540	1,39	0,56
Fröndenberg/Ruhr, Stadt	8.398	0,41	0,29	Recklinghausen, Stadt	171.846	1,51	0,33
Geldern, Stadt	62.210	1,87	0,36	Rees, Stadt	48.689	2,28	0,27
Gelsenkirchen, Stadt	225.368	0,87	0,23	Rheinberg, Stadt	28.559	0,93	0,38
Gevelsberg, Stadt	26.233	0,84	0,37	Rheurdt	1.520	0,23	0,10
Gladbeck, Stadt	82.053	1,10	0,35	Schalksmühle	4.005	0,38	0,38
Goch, Stadt	75.038	2,23	0,42	Schermbeck	5.505	0,41	0,21
Hagen, Stadt	216.179	1,16	0,25	Schwelm, Stadt	42.167	1,51	0,33
Haltern am See, Stadt	45.998	1,22	0,39	Schwerte, Stadt	65.614	1,42	0,33
Halver, Stadt	14.590	0,91	0,26	Selm, Stadt	27.290	1,07	0,39
Hamm, Stadt	232.328	1,31	0,30	Sonsbeck	14.940	1,73	0,68
Hamminkeln, Stadt	36.095	1,36	0,40	Sprockhövel, Stadt	18.189	0,73	0,33
Hattingen, Stadt	52.308	0,96	0,21	Straelen, Stadt	28.200	1,78	0,27
Herdecke, Stadt	13.415	0,59	0,32	Uedem	5.539	0,68	0,45
Hemer, Stadt	32.925	0,96	0,31	Unna, Stadt	104.738	1,78	0,28
Herne, Stadt	158.433	1,02	0,29	Voerde (Niederrhein), Stadt	51.185	1,41	0,34
Herscheid	2.125	0,30	0,30	Wachtendonk	3.150	0,39	0,31
Herten, Stadt	58.806	0,97	0,33	Waltrop, Stadt	21.083	0,73	0,32
Holzwickede	17.650	1,05	0,44	Weeze	6.379	0,61	0,24
Hünxe	7.848	0,58	0,28	Werdohl, Stadt	10.429	0,58	0,27
Iserlohn, Stadt	128.318	1,38	0,31	Werne, Stadt	32.773	1,10	0,37
Issum	5.885	0,50	0,30	Wesel, Stadt	99.542	1,66	0,27
Kalkar, Stadt	11.858	0,86	0,30	Wetter (Ruhr), Stadt	10.239	0,37	0,28
Kamen, Stadt	72.780	1,68	0,32	Witten, Stadt	168.822	1,76	0,32
Kamp-Lintfort, Stadt	55.698	1,50	0,20	Xanten, Stadt	59.060	2,76	0,41
				Gesamt	7.011.400	1,21	0,30

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Größenklassen

Größenklassen Betriebe (Anzahl)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650–800	absolut	311	235	141	260	263	178	1.388
	relativ	22,4 %	16,9 %	10,2 %	18,7 %	18,9 %	12,8 %	100,0 %
> 800–1.500	absolut	342	225	138	217	257	152	1.331
	relativ	25,7 %	16,9 %	10,4 %	16,3 %	19,3 %	11,4 %	100,0 %
> 1.500–5.000	absolut	170	91	69	113	145	87	675
	relativ	25,2 %	13,5 %	10,2 %	16,7 %	21,5 %	12,9 %	100,0 %
> 5.000–10.000	absolut	46	25	24	33	41	26	195
	relativ	23,6 %	12,8 %	12,3 %	16,9 %	21,0 %	13,3 %	100,0 %
> 10.000	absolut	14	15	13	13	16	9	80
	relativ	17,5 %	18,8 %	16,3 %	16,3 %	20,0 %	11,3 %	100,0 %
Gesamt	absolut	883	591	385	636	722	452	3.669
	relativ	24,1 %	16,1 %	10,5 %	17,3 %	19,7 %	12,3 %	100,0 %

Größenklassen Betriebe (m ²)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650–800	absolut	227.453	172.973	104.324	191.234	194.767	130.881	1.021.632
	relativ	22,3 %	16,9 %	10,2 %	18,7 %	19,1 %	12,8 %	100,0 %
> 800–1.500	absolut	361.994	243.443	144.250	230.687	279.249	161.706	1.421.329
	relativ	25,5 %	17,1 %	10,1 %	16,2 %	19,6 %	11,4 %	100,0 %
> 1.500–5.000	absolut	465.074	251.687	190.915	323.086	358.936	245.541	1.835.239
	relativ	25,3 %	13,7 %	10,4 %	17,6 %	19,6 %	13,4 %	100,0 %
> 5.000–10.000	absolut	326.640	193.694	164.039	238.518	277.991	186.086	1.386.968
	relativ	23,6 %	14,0 %	11,8 %	17,2 %	20,0 %	13,4 %	100,0 %
> 10.000	absolut	190.572	308.092	229.740	206.586	279.242	132.000	1.346.232
	relativ	14,2 %	22,9 %	17,1 %	15,3 %	20,7 %	9,8 %	100,0 %
Gesamt	absolut	1.571.733	1.169.889	833.268	1.190.111	1.390.185	856.214	7.011.400
	relativ	22,4 %	16,9 %	11,9 %	17,0 %	19,8 %	12,2 %	100,0 %

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Sortimentsschwerpunkten

Sortimentsschwerpunkt (Anzahl Betriebe)		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	409	295	194	341	353	241	1.833
	relativ	22,3 %	16,1 %	10,6 %	18,6 %	19,3 %	13,1 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	77	63	39	49	76	45	349
	relativ	22,1 %	18,1 %	11,2 %	14,0 %	21,8 %	12,9 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	91	36	34	56	48	36	301
	relativ	30,2 %	12,0 %	11,3 %	18,6 %	15,9 %	12,0 %	100,0 %
Möbel	absolut	92	50	36	48	56	30	312
	relativ	29,5 %	16,0 %	11,5 %	15,4 %	17,9 %	9,6 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	14	10	6	9	14	10	63
	relativ	22,2 %	15,6 %	9,5 %	14,3 %	22,2 %	15,9 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	43	30	15	23	35	21	167
	relativ	25,7 %	18,0 %	9,0 %	13,8 %	21,0 %	12,6 %	100,0 %
Sonstige	absolut	157	107	61	110	140	69	644
	relativ	24,4 %	16,6 %	9,5 %	17,1 %	21,7 %	10,7 %	100,0 %
Gesamt	absolut	883	591	385	636	722	452	3.669
	relativ	24,1 %	16,1 %	10,5 %	17,3 %	19,7 %	12,3 %	100,0 %

Sortimentsschwerpunkt (m ²)		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	485.807	323.107	254.853	396.355	436.883	309.538	2.206.543
	relativ	22,0 %	14,6 %	11,5 %	18,0 %	19,8 %	14,0 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	98.818	131.925	82.930	89.580	125.789	70.624	599.666
	relativ	16,5 %	22,0 %	13,8 %	14,9 %	21,0 %	11,8 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	366.883	167.293	159.842	239.442	204.967	183.560	1.321.987
	relativ	27,8 %	12,7 %	12,1 %	18,1 %	15,5 %	13,9 %	100,0 %
Möbel	absolut	240.219	227.716	186.089	211.325	238.722	120.520	1.224.591
	relativ	19,6 %	18,6 %	15,2 %	17,3 %	19,5 %	9,8 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	38.250	31.844	21.170	23.256	35.780	22.554	172.854
	relativ	22,1 %	18,4 %	12,2 %	13,5 %	20,7 %	13,0 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	86.588	124.912	34.499	41.932	96.485	39.547	423.963
	relativ	20,4 %	29,5 %	8,1 %	9,9 %	22,8 %	9,3 %	100,0 %
Sonstige	absolut	255.168	163.092	93.885	188.221	251.559	109.871	1.061.796
	relativ	24,0 %	15,4 %	8,8 %	17,7 %	23,7 %	10,3 %	100,0 %
Gesamt	absolut	1.571.733	1.169.889	833.268	1.190.111	1.390.185	856.214	7.011.400
	relativ	22,4 %	16,7 %	11,9 %	17,0 %	19,8 %	12,2 %	100,0 %

Einkaufszentren im Untersuchungsgebiet ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche nach Größe

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m ² (ca.)	Ankermieter
CentrO	Promenade 70	46047 Oberhausen	162	89.500	Kaufhof, SinnLeffers, Saturn, C&A, H&M, dm, Thalia, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, Zara, Hallhuber, Theo Wornland, New Yorker, Peek & Cloppenburg
Rhein-Ruhr-Zentrum	Humboldtring 13	45472 Mülheim	149	72.300	Karstadt, Peek & Cloppenburg, Saturn, Boecker, C&A, H&M, HEMA, Voswinkel Schuhe, dm, Tengemann, Thalia, Depot, Anson's, Runner's Point, Deichmann, Reno
Limbecker Platz	Limbecker Platz	45127 Essen	147	70.000	Karstadt, Karstadt Sport, C&A, Saturn, H&M, REWE, dm, Roland, Kämpgen, Thalia, Esprit, New Yorker, Runner's Point
Ruhr-Park	Am Einkaufszentrum	44791 Bochum	121	69.700	Karstadt, SinnLeffers Mode, C&A, MediaMarkt, Kaufland, Voswinkel, H&M, Deichmann, New Yorker, dm, Esprit, Wornland, Douglas, Baltz, Toys "R" Us, Zara, Forever 21
FORUM	Königstraße 48	47051 Duisburg	60	57.000	Karstadt, Saturn, C&A, H&M, The Sting, Pohland, Mayersche, dm, Deichmann, Reno, New Yorker
Thier-Galerie	Westenhellweg 102-106	44137 Dortmund	126	28.500	Primark, H&M, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, New Yorker, REWE, Depot, dm
Bero-Center	Concordiastraße 32	46049 Oberhausen	44	28.000	Kaufland, Aldi, dm, Intersport Bechtel, Kodi, Deichmann, BabyOne
Palais Vest	Löhrhof 5	45657 Recklinghausen	120	27.800	Kaufland, H&M, C&A, Media Markt, Reserved, Thalia, Toys "R" Us, dm, Esprit, Olymp&Hades
Forum-City	Hans-Böckler-Platz 1h	45468 Mülheim	64	27.500	H&M, C&A, Medimax, EDEKA, Aldi, Thalia, dm, Deichmann, TK Maxx
Volme-Galerie	Friedrich-Ebert-Platz 1	58095 Hagen	48	26.000	Boecker, H&M, New Yorker, McPaper, NanuNana
Stern-Center	Wilhelmstraße 33	58511 Lüdenscheid	79	25.000	H&M, C&A, Saturn, REWE, Esprit, Intersport Voswinkel, Deichmann, Thalia, dm, Depot
Marler Stern	Bergstraße 228	45768 Marl	50	25.000	Adler, C&A, H&M, Saturn, Takko, dm, Askania, Deichmann, Reno
Rathaus-Galerie	Mittelstraße 20	58095 Hagen	70	22.000	Saturn, Kaufpark, Zara, Esprit, s.Oliver, Colloseum, Rossmann, Xenos
Rathaus Galerie	Porscheplatz 25a	45127 Essen	34	22.000	real, Strauss, Olymp & Hades, dm, Butlers, Decathlon
Neutor Galerie	Neutorplatz	46537 Dinslaken	85	22.000	C&A, ten Have, H&M, Kult, Kaiser's Tengemann, McPaper, dm, expert
Mercator-Center	Berliner Straße 90	47138 Duisburg	10	22.000	Adler, real, Toys "R" Us, Roller, dm
EOC	Hoffmannallee	47533 Kleve	23	21.000	Edeka, Intersport, Boecker, Aldi, dm, Takko, Shoe4you, Kik, Kodi
Rodenberg-Center	Rodenbergstraße 23	44287 Dortmund	20	20.000	REWE, Aldi, dm, Takko, Kik, Deichmann
Allee-Center Altenessen	Altenessener Straße 411	45329 Essen	52	20.000	Kaufland, TK Maxx, H&M, dm, Deichmann, Thalia
Königsgalerie	Kuhstraße 33	47051 Duisburg	27	20.000	H&M, Intersport Voswinkel, dm, Depot
BergGalerie (im Bau)	Töddinghauser Straße 139-141	59192 Bergkamen	keine Angabe	20.000	Revitalisierung Turmarkaden, u. a. C&A, Deichmann, Supermarkt, Elektronikmarkt
Drehscheibe/City-Point	Kortumstraße 89	44787 Bochum	43	18.100	REWE, H&M, s.Oliver, Esprit, Kik, Depot, Woolworth, dm
Uni-Center Querenburg	Querenburger Höhe 280	44801 Bochum	20	18.000	Kaufpark, Netto, Rossmann, Jeans Fritz
Sterkrader Tor	Bahnhofstraße 80-84	46145 Oberhausen	18	15.000	EDEKA, Aldi, C&A, Kik, Takko, dm, Futterhaus, ATU, Shoe4You
Mercaden Dorsten	Westwall 61	46282 Dorsten	24	12.500	Kaufland, Drogerie Müller, S1, CCC Shoes & Bags, Depot
StadtGalerie Witten	Hammerstraße 9-11	58452 Witten	30	12.500	Saturn, H&M, C&A, dm, Deichmann, New Yorker, Kult, Intertoys
Widumer Platz	Widumer Tor 1	44575 Castrop-Rauxel	12	12.300	Kaufland, C&A, Deichmann
Reschop Carré	Reschop Carré - Platz 1	45525 Hattingen	22	11.500	Saturn, H&M, C&A, Deichmann, Takko, dm, Kodi, Depot
Bahnhofs-Center	Bahnhofsvorplatz 5	45879 Gelsenkirchen	13	10.200	Kaufpark, dm, Nanu-Nana
Große Voede	Castroper Straße 201-210	44791 Bochum	8	11.300	Aldi, Edeka, Rossmann, Takko, Uni Polster
WEZ Westfalen Einkaufszentrum	Bornstraße 160	44145 Dortmund	15	10.000	Kaufland, Aldi, dm, Vögele, Takko, Deichmann, Küchen aktuell
Gertrudis-Center Wattenscheid	Alter Markt 1	44866 Bochum	19	9.000	Kaufland, Rossmann, Takko, Kik, Deichmann, TEDI
StadtGalerie Datteln	Neumarkt 5	45711 Datteln	19	8.500	C&A, REWE, dm, Depot, Deichmann, Gerry Weber
EK 3 Einkaufszentrum Kamp-Lintfort	Moerster Straße 290	47475 Kamp-Lintfort	14	8.500	Kaufland, Expert, Rossmann, My Shoes, Mister Lady
Ruhrtal Center	Carl-Bönnhoff-Straße 1	58300 Wetter	18	8.000	Kaufland, C&A, Rossmann, Deichmann, Kik, Kodi
Rhein-Center	Hinter dem Schinken	46446 Emmerich	10	6.500	REWE, C&A Women Kids, Kik

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m ² (ca.)	Ankermieter
Mühlencenter	Mühlenstraße 1	58313 Herdecke	5	5.500	Lidl, dm, Kaufpark
Grafschafter Passage	Homberger Straße 20-22	47443 Moers	13	5.000	Saturn, Rossmann
Medio-Center	Elsa-Brandström-Straße 3	58675 Hemer	7	5.000	C&A, dm, Vögele, Takko, Lidl, K&K Schuhe
Neue Mitte	Hagsche Straße 28	47533 Kleve	12	4.900	Saturn, Strauss Innovation
Rathaus Center	Rautenstrauchstraße 55	59075 Hamm	8	4.800	REWE, dm, Lidl, Deichmann, Kik



Definitionen der Betriebsformen⁶

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst) anbietet. Fachgeschäfte werden in vielen Fällen noch von ihren Inhabern geführt, die Betriebsform wird aber auch von Filialunternehmen genutzt. Vom Fachmarkt unterscheidet sich das Fachgeschäft vor allem durch sein Bedienungssystem und das Preisniveau, vom Kaufhaus durch seine Größe.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche oder einer bestimmten Bedarfsgruppe. Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.

Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden oder Dienstleistungsbetriebe. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

Kaufhaus

Das Kaufhaus ist ein größeres Einzelhandelsgeschäft, das Waren aus mehreren Branchen anbietet, davon mindestens aus einer in tiefer Gliederung. Bedienung und Beratung gehören ebenfalls zum Leistungsumfang und können auf Kundenwunsch abgerufen werden. Die Ware wird überwiegend in Vor- und Freiwahl präsentiert.

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m², ähnlich bei Panelinstituten (so z. B. bei Nielsen). Die BBE Handelsberatung GmbH geht von einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 3.000 m² aus und beziffert den Flächenanteil für Non-Food-Artikel auf 20–30 %, ihren Umsatzanteil auf 10–15 %. Das EuroHandelsinstitut hat keine Obergrenze für die Verkaufsfläche in absoluten Quadratmeterzahlen festgelegt.

Lebensmittel-Discountmarkt

Beim Lebensmittel-Discountmarkt handelt es sich um eine spezielle Variante des Discounters, bei dem der Non-Food-Umsatzanteil begrenzt bleibt (bei etwa 10–13 %). Der Schwerpunkt liegt beim Trockensortiment, ergänzt um Getränke und ein Frischesortiment (Obst, Gemüse, Fleisch und Milchprodukte). Die Betriebsgrößen liegen meist zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist ein spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 800 m² bei Harddiscountern wie Aldi, ca. 1.700 m² bei Soft- und Markendiscountern wie Lidl und bis zu 3.600 m² bei Netto). Seit 2005 lässt sich ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments beobachten. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist das Fehlen von Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, zudem fallen Lebensmittel-Discounter durch eine preisaggressive und werbeintensive Strategie auf. Die Warenpräsentation erfolgt in der Regel sehr nüchtern, nur vereinzelt werden Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). Sogenannte Soft- bzw. Markendiscouter verfolgen das Discount-Konzept weniger strikt als Harddiscouter.

⁶ Vgl. gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V., Definitionen zur Einzelhandelsanalyse 2014



Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Das EHI zählt ab 2008 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 2.500-5.000 m² und einem Sortiment, in dem sowohl Artikel aus dem Bereich Non-Food I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) als auch aus dem Bereich Non-Food II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs) geführt werden, als „Großer Supermarkt“ und nicht mehr als Verbrauchermarkt. Die BBE Handelsberatung GmbH gibt die Verkaufsfläche mit 1.500-5.000 m² an. Ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² findet ein Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus statt.

SB-Warenhaus

Ein Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m², nach der Abgrenzung des Euro-Handelsinstituts bei mindestens 4.000 m², nach Panelinstituten bei mindestens 5.000 m². Auch die BBE Handelsberatung setzt 5.000 m² als Untergrenze an.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und mittlerem bis hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet.

Einkaufszentrum/Shoppingcenter

Als Einkaufszentrum (Shopping-Center) gilt eine als Einheit geplante und entwickelte Ansammlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die von einem gemeinsamen Management geleitet und von den Konsumenten als zusammengehörig empfunden wird. Die Eigentümer und Träger von solchen Zentren sind bestrebt, das äußere Erscheinungsbild und die Marketingstrategie durch ein zentrales Management (Center Management) zu gestalten.

Impressum

IHK-Handelsreport Ruhr 2016

Herausgegeben von den Industrie- und Handelskammern in Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Hagen und Münster/Gelsenkirchen.

Gelsenkirchen, im Juni 2016

Redaktion:
Industrie- und Handelskammer
Nord Westfalen (Standort Emscher-Lippe)
als federführende Ruhr IHK 2016
Rathausplatz 7
45894 Gelsenkirchen-Buer
www.ihk-nordwestfalen.de

Satz und Layout: cantaloo GmbH, Duisburg

Konzeption, Analytik und Kartenmaterial:
BBE Handelsberatung GmbH, Köln

Fotos:

S.03 © Fuse – thinkstock.de | S.04 © EpicStockMedia – thinkstock.de | S. 11 © LDProd – thinkstock.de | S. 12 © ExcellentPhoto – thinkstock.de | S. 13 © Peter M. Fisher/Fuse, Denis Raev – thinkstock.de | S. 21 © Digital Vision – thinkstock.de | S. 28 © Fuse, Vstock LLC – thinkstock.de | S. 36 © LuminaStock – thinkstock.de | S.38 © DmitrijsDmitrijevs – thinkstock.de | S. 39 © Fotodesign Holzhauser – thinkstock.de

Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.



Ansprechpartner in den Industrie- und Handelskammern

Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

Mercatorstraße 22-24
47051 Duisburg
www.ihk-niederrhein.de

Michael Rüscher
Tel.: 0203 2821-267
Fax: 0203 285349-366
E-Mail: ruescher@niederrhein.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen

Rathausplatz 7
45894 Gelsenkirchen
www.ihk-nordwestfalen.de

Marcus Stimler
Tel.: 0209 388-116
Fax: 0209 388-81116
E-Mail: stimler@ihk-nordwestfalen.de

Industrie- und Handelskammer zu Essen

Am Waldthausenpark 2
45127 Essen
www.essen.ihk24.de

Guido Zakrzewski
Tel.: 0201 1892-220
Fax: 0201 1892-172
E-Mail: guido.zakrzewski@essen.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund

Märkische Straße 120
44141 Dortmund
www.dortmund.ihk24.de

Ulf Wollrath
Tel.: 0231 5417-280
Fax: 0231 5417-105
E-Mail: u.wollrath@dortmund.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet

Ostring 30-32
44787 Bochum
www.bochum.ihk.de

Stefan Postert
Tel.: 0234 9113-135 oder -136
Fax: 0234 9113-335 oder -235
E-Mail: postert@bochum.ihk.de

Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen

Bahnhofstraße 18
58095 Hagen
www.sihk.de

Stephanie Erben
Tel.: 02331 390-277
Fax: 02331 390-270
E-Mail: erben@hagen.ihk.de