

Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdenscheid



**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

November 2013

Einzelhandelskonzept Stadt Lüdenscheid

1. Fortschreibung (2013)

Im Auftrag der Stadt Lüdenscheid
Fachbereich Planen und Bauen

Bearbeitung und Konzeption



Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 0231-557858-0
Fax 0231-557858-50
www.junker-kruse.de
Email: info@junker-kruse.de

Projektleitung:
Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Projektbetreuung / Ansprechpartner

Martin Bärwolf (Fachbereichsleiter Planen und Bauen)
Lars Bursian (Fachdienstleiter Stadtplanung und Verkehr)
Martina Baumast (Fachdienst Stadtplanung und Verkehr)

Rathausplatz 2
58507 Lüdenscheid
Tel.(zentral) 02351 17-0
Email: stadtplanung@luedenscheid.de

November 2013

Hinweise

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Lüdenscheid wurde am xxx vom Rat der Stadt als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 (6) Nr. 11 BauGB verabschiedet. Im Zuge der Bearbeitung trat per Verordnung am 13.07.2013 der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW), Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel in Kraft¹. Die vorliegende Fassung des Einzelhandelskonzeptes berücksichtigt somit die aktuellen gesetzlichen Regelungen auf Landesebene

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich 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.

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Untersuchung.....	9
2	Methodische Vorgehensweise.....	10
2.1	Angebotsanalyse	10
2.2	Nachfrageanalyse	14
2.3	Städtebauliche Analyse.....	15
2.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	16
3	Aktuelle nachfrageseitige Rahmenbedingungen in Lüdenscheid	18
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	18
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lüdenscheid	21
3.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich	22
4	Aktuelle Angebotssituation im Lüdenscheider Einzelhandel.....	25
4.1	Einzelhandelsrelevante Kennziffern	25
4.2	Räumliche und strukturelle Differenzierung des Einzelhandelsangebots.....	29
4.3	Großflächiger Einzelhandel in Lüdenscheid	37
4.4	Angebotsstandorte des Einzelhandels in Lüdenscheid	39
4.4.1	Die Innenstadt.....	39
4.4.2	Der Standort Berliner Straße / Bräuckenstraße	44
4.4.3	Der Standort Bräuckenkreuz	46
4.4.4	Der Standort Buckesfeld / Unterm Freihof	48
4.4.5	Der Standort Heedfelder Straße	50
4.4.6	Der Standort Kluser Straße.....	52
4.4.7	Der Standort Kölner Straße	53
4.4.8	Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel in Lüdenscheid	55
4.5	Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken Lüdenscheid	56
4.5.1	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen	59
4.5.2	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brügge	61
4.5.3	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal	63
4.5.4	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen	65
4.5.5	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid.....	67

4.5.6	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg	69
4.5.7	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Grünewald	71
4.5.8	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Honsel / Eichholz	73
4.5.9	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp	75
4.5.10	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl	77
4.5.11	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen	79
4.5.12	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh	81
4.5.13	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse	83
4.5.14	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vogelberg	85
4.5.15	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wehberg	87
4.5.16	Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wettringhof	89
4.5.17	Fazit zur Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken	91
4.6	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse	92
5	Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in Lüdenscheid	95
6	Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes	101
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	101
6.2	Fortschreibung der Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid	102
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortmodells zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid	107
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Lüdenscheid	112
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	112
7.1.1	Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt	118
7.1.2	Das Nahversorgungszentrum Berliner Straße / Brückenstraße	122
7.1.3	Das Nahversorgungszentrum Brückenkreuz	124
7.1.4	Das Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof	126
7.1.5	Das Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße	128
7.1.6	Das Nahversorgungszentrum Kölner Straße	130
7.2	Sonderstandorte des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel	132
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung	133
8	Fortschreibung der Lüdenscheider Sortimentsliste	140

8.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste.....	140
9	Umsetzungsempfehlungen.....	147
9.1	Ansiedlungsregeln zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung.....	147
9.2	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	151
10	Aktualisierung und Fortschreibung.....	153
11	Schlusswort.....	155
Anhang		156
Verzeichnisse		156
Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe		159

1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Im Jahr 2005 ist das Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdenscheid erstellt und anschließend durch den Rat der Stadt beschlossen worden. Seitdem dient es als Abwägungsgrundlage für Entscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Fragestellungen im Rahmen der Stadtentwicklung und liefert notwendige Entscheidungs- und Begründungszusammenhänge für die Einzelhandelsentwicklung und Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung. Es hat sich in Diskussionen, Gesprächen und Verfahren mehrfach bewährt, war aber auch mit seinen getroffenen Regelungen Gegenstand intensiver und kontroverser Diskussionen, die beispielsweise im Jahre 2011 zu einer Teilaktualisierung führten.

Ein wesentliches Element der Grundlagenuntersuchung – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – stellt die Erhebung zum Einzelhandel dar. Seit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2005 sind mehr als sieben Jahre vergangen. In der Zwischenzeit haben verschiedene Veränderungen in der Lüdenscheider Einzelhandelslandschaft stattgefunden (u.a. Ansiedlung Gartencenter Kremer im Kernstadtbereich, Erweiterung Möbel Sonneborn, Verlagerungen / Erweiterungen / Ansiedlungen von Lebensmittelmärkten) bzw. sind derzeit in der Diskussion oder auch in der Umsetzung (bspw. die Ansiedlung des Textilkaufhauses P&C in der Innenstadt).

Neben den einzelhandelsrelevanten Entwicklungen innerhalb Lüdenscheids haben sich vor allem auch die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung – auf Bundes- wie auch auf Landesebene – verändert. Insbesondere ist in diesem Zusammenhang auf den Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans für das Land Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) oder auch einschlägige Urteile insbesondere des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen (OVG NRW), die die Erarbeitung und Umsetzung von kommunalen Einzelhandelskonzepten beeinflussen, hinzuweisen. Mit dem **Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans für das Land Nordrhein-Westfalens** (LEP NRW) ist am 13.07.2013¹ eine neue raumordnerische Steuerungskonzeption in Nordrhein-Westfalen in Kraft getreten. Dieser ist damit bei raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen der Städte und Gemeinden Nordrhein-Westfalens zu beachten.

In Würdigung dieser nicht unerheblichen veränderten internen wie externen quantitativen, städtebaulichen wie rechtlichen Rahmenbedingungen ist diese Fortschreibung und Aktualisierung des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes entwickelt worden. Dieses umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Lüdenscheid. Darauf aufbauend sind die im Jahr 2005 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Leitbild mit Standortmodell, Zielsetzungen, Definition der Entwicklungsbereiche / zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet sowie die Sortimentsliste) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

¹ Die Veröffentlichung des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel erfolgte im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen (GV.NRW.) am 12. Juli 2013 (Ausgabe 2013 Nr. 23 Seite 419-450).

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Lüdenscheid 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 Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Lüdenscheider Stadtgebiet.
- 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 Lüdenscheid gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Einordnung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i.S.v. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) Baugesetzbuch (BauGB) sowie § 11 (3) Baunutzungsverordnung (BauNVO) darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Lüdenscheid ergibt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Der Analyse der Angebotssituation in Lüdenscheid liegen Daten aus einer umfassenden aktuellen Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) im Lüdenscheider Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im Oktober 2012 eine flächendeckende Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels² (inkl. Leerstände) durchgeführt.

² Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel im engeren Sinne auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen, gezählt.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen³ der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft. Unterschieden wurden in diesem Zusammenhang drei Lagekategorien:

- **Zentrale Bereiche:** Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist insbesondere 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.
- **Städtebaulich integrierte Lagen:** Dazu zählen (überwiegend solitär gelegene) Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie sind aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.
- **Städtebaulich nicht-integrierte Lagen:** Die nicht-integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und rein autokundenorientierten Standorten wie Gewerbegebieten.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf der Ebene einzelner Stadtteile von Bedeutung. Insbesondere mit Blick auf die Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrentragende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst (rund 50 Sortimentsgruppen) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen 17 Warengruppen zugeordnet, die der nachfolgend aufgeführten Tabelle 1 zu entnehmen sind.

³ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und / oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Lüdenschaid

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

Warengruppe	Sortimentsgruppe
	Gartenartikel und –geräte
	Pflanzen / Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	
Sonstiges	Erotikartikel
	Kinderwagen

Quelle: Eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Branchendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2011

Die unter Berücksichtigung der vorstehend erläuterten Kriterien durchgeführte aktualisierende flächendeckende Vollerhebung des Lüdenscheider Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet bildet eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des gesamstädtischen Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2005. Die dargestellten Angebotsanalysen (Tabellen, Abbildungen, Karten etc.) stellen den Erhebungsstand Oktober 2012 dar, wobei ergänzend im Laufe der Bearbeitung partielle Aktualisierungen prägender Veränderungen aufgenommen wurden (Stand August 2013).

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die aktuellen absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu überprüfende „Lüdenscheider Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Lüdenscheider Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Lüdenscheid. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften

ten / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s.o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen, topographischen Situation (bergig, z.T. starke Anstiege bzw. Gefälle) und Siedlungsstruktur in Lüdenscheid wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen.

2.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Aktualisierung der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Lüdenscheider Bevölkerung und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels sowie einen Vergleich zur letzten Vollerhebung im Jahr 2005.

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 Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants Köln 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.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Lüdenscheid im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2005 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Dabei sind insbesondere die Anforderungen aufgrund der Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex zu berücksichtigen. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Zentren bzw. Standorte. Für eine entsprechende 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.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- 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 Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2005 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 aktueller Rechtsprechung⁴ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

⁴ vgl. dazu u.a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059 / 06)

2.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung gliedert sich in drei wesentliche Bausteine (vgl. dazu Abbildung 1): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Lüdenscheid zum Status-Quo, die perspektivische Betrachtung von Entwicklungspotenzialen und einer künftigen Steuerungsstrategie sowie dem Einzelhandelskonzept mit seinen konzeptionellen Bausteinen (Zielen, Standortstruktur, Grundsätzen zur Umsetzung). Das Einzelhandelskonzept ist ein städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB. Die Verbindlichkeit – im Sinne einer kommunalen Eigenbindung bzw. als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung – ist schließlich durch eine entsprechende Beschlussfassung des Rates der Stadt herzustellen.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Eigene Darstellung

Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung insbesondere 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 solcher 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.

Die Zwischenergebnisse der Untersuchung wurden in einem Workshop mit Vertretern aus Stadtverwaltung, Wirtschaftsförderung, öffentlichen Institutionen und Behörden (IHK, Einzelhandelsverband) sowie lokaler Händlergemeinschaften durch den Gutachter vorgestellt, diskutiert und als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt. Im Juni 2013 wurden die

Zwischenergebnisse im Ausschuss für Stadtplanung und Umwelt der Stadt Lüdenscheid vorgestellt und diskutiert. Der entsprechende Konzeptentwurf dient auch zur Einsichtnahme im Rahmen eines öffentlichen Beteiligungsverfahrens der Stadt Lüdenscheid. Letztendlich kann so eine größere Transparenz der Ergebnisse und ihre Transformation an die entsprechenden Akteure bzw. die Institutionen und Gremien gewährleistet werden.

ENTWURF

3 Aktuelle nachfrageseitige Rahmenbedingungen in Lüdenscheid

Zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Lüdenscheid erfolgt nachstehend eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Lüdenscheid auswirken können. Gegenüber dem im Jahr 2005 vorgelegten Einzelhandelskonzept haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. In erster Linie sind mögliche Veränderungen der Einwohnerzahlen sowie die Entwicklung der Ausgabenstrukturen von Privathaushalten (sortimentspezifische Kaufkraftpotenziale) hinsichtlich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend jedoch noch einmal im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Lüdenscheid wurde 1975, nach Eingemeindungen im Rahmen der kommunalen Neuordnung, zur Kreisstadt im neu geschaffenen Märkischen Kreis. Neben Lüdenscheid ist Iserlohn die größte Stadt im Märkischen Kreis, außerdem gehören dem Kreisgebiet dreizehn weitere Städte, nämlich Altena, Balve, Halver, Hemer, Herscheid, Kierspe, Meinerzhagen, Menden, Nachrodt-Wiblingwerde, Neuenrade, Plettenberg, Schalksmühle und Werdohl an.

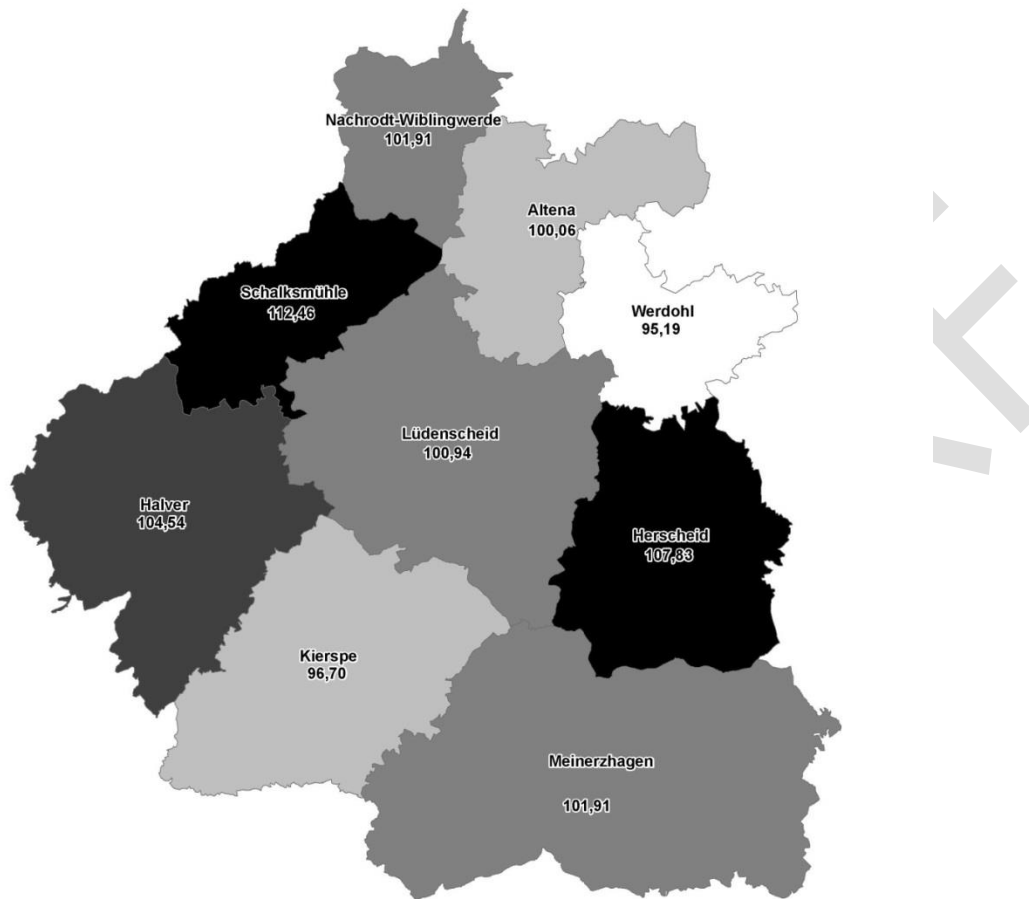
Die Stadt Lüdenscheid stellt ein Wirtschafts- und Dienstleistungszentrum im Märkischen Kreis dar, das durch das mittelständische verarbeitende Gewerbe bestimmt wird. Neben Elektrotechnik, Eisen-, Blech- und Metallverarbeitung, Maschinenbau und Kunststoffverarbeitung nimmt auch die Licht- und Leuchtenindustrie einen besonderen Stellenwert in Lüdenscheid ein. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang auch, dass Lüdenscheid als „Stadt des Lichts“ über ein überregional hervorzuhebendes, attraktives Merkmal verfügt.

Einige alte Industrie- und Gewerbeflächen unterliegen dem Strukturwandel, was nicht zuletzt auch mit entsprechenden Anfragen im Bereich der Ansiedlung von Einzelhandel im Zusammenhang steht. Daneben ist Lüdenscheid insbesondere in den Randbereichen land- und forstwirtschaftlich geprägt. Insgesamt auffallend ist eine durch Berg- und Tallagen gekennzeichnete Topographie, die nicht zuletzt zum Teil langgestreckte, bandartige Siedlungsstrukturen bedingt.

Im Spannungsfeld der nördlich liegenden kreisfreien Stadt Hagen bzw. des sich im weiteren Verlauf anschließenden hochverdichteten Ballungsraumes Ruhrgebiet, den eher land- und forstwirtschaftlich geprägten Bereichen des Ennepe-Ruhr-Kreises und Oberbergischen Kreises im Westen bzw. Süden sowie der über das überörtliche Verkehrsnetz gut angebundenen Stadt Siegen im Süden, stellt die Stadt Lüdenscheid laut Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ein Mittelzentrum mit teilweise oberzentralen Funktionen dar. Aufgrund dieser landesplanerischen Einordnung sowie der Funktion als Kreisstadt kommt Lüdenscheid eine entscheidende, regionale Bedeutung nicht zuletzt auch als Einzelhandelsstandort zu.

Derzeit leben etwa rund 75.200 Personen⁵ in der Stadt Lüdenscheid, die sich auf einer Fläche von ca. 86,7 km² erstreckt. Im Vergleich zum Jahr 2005 ist die Bevölkerung nahezu um 9 % zurückgegangen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: IFH Köln, 2013; eigene Darstellung

Karte 1 bzw. Tabelle 2 zeigen, wie sich die Stadt Lüdenscheid aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu seinen Nachbarkommunen darstellt. Landesplanerisch sind Halver, Herscheid, Nachrodt-Wiblingwerde, Kierspe und Schalksmühle als Grundzentren eingestuft, während die übrigen Kommunen Mittelzentren darstellen (vgl. dazu auch Karte 2). In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 100,94 bewegt sich Lüdenscheid etwa im Mittelfeld im Vergleich zu seinen Nachbarstädten.

⁵ Quelle: Stadt Lüdenscheid, Stand 13.11.2012 gemeldete Personen (Hauptwohnsitz): 75.207
Hinweis: Es wurden bereits Daten des Zensus 2011 (Stand 9. Mai 2011) veröffentlicht. Dabei ergeben sich für Lüdenscheid– wie auch für andere Kommunen – z.T. erhebliche Abweichungen zur Fortschreibung der Bevölkerungszahlen mit Stand vom 31.12.2011. Für Lüdenscheid werden 2,2 % weniger Einwohner ausgewiesen. Bislang sind die Daten des Zensus 2011 noch nicht abschließend ausgewertet. Eine aktualisierte Bevölkerungsprognose liegt demnach auch noch nicht vor. Daher wird im Einzelhandelskonzept auf Daten der Fortschreibung (Stand 31.12.2011; IT.NRW) bzw. Daten der Stadt Lüdenscheid zurückgegriffen.

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs im Bundesdurchschnitt von 5.490 Euro / Kopf ergibt sich für die Stadt Lüdenscheid in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ein Kaufkraftpotenzial von rund 412,8 Mio. Euro (Stand 2013), welches im direkten kommunalen Umfeld einen herausragenden Stellenwert einnimmt.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung der Stadt Lüdenscheid und ihrer Nachbarkommunen

	Bevölkerung (gerundet)	Landesplanerische Einstufung	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro ⁶	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ⁷
Lüdenscheid	75.200	Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum	412,8	100,94
Altena	18.000	Mittelzentrum	97,8	100,06
Halver	16.600	Grundzentrum	94,6	104,54
Herscheid	7.100	Grundzentrum	42,2	107,83
Kierspe	17.100	Grundzentrum	89,6	96,70
Meinerzhagen	20.700	Mittelzentrum	114,9	101,91
Nachrodt-Wiblingwerde	6.600	Grundzentrum	36,8	101,91
Schalksmühle	11.000	Grundzentrum	67,9	112,46
Werdohl	18.500	Mittelzentrum	95,2	95,19

Quelle: IFH Köln, 2013; eigene Berechnung

Aus Sicht des motorisierten Individualverkehrs ist für die Stadt Lüdenscheid über die BAB 45 eine Anbindung an das überregionale Straßennetz gegeben. Im Stadtgebiet liegen gleich drei Autobahnanschlüsse (Lüdenscheid-Nord, Lüdenscheid-Zentrum und Lüdenscheid-Süd). So wird eine gute Erreichbarkeit gewährleistet. Im Umkehrschluss sind aber auch die nahegelegenen Konkurrenzstandorte, insbesondere Hagen und das Ruhrgebiet mit dem Oberzentrum Dortmund, gut angebunden und in ca. 20-30 min zu erreichen.

Daneben kreuzen sich im Stadtgebiet die aus Norden über Hagen und Schalksmühle weiter nach Süden (in Richtung Olpe) verlaufende B 54 und die in West-Ost-Richtung verlaufende B 229 (von Radevormwald in Richtung Werdohl).

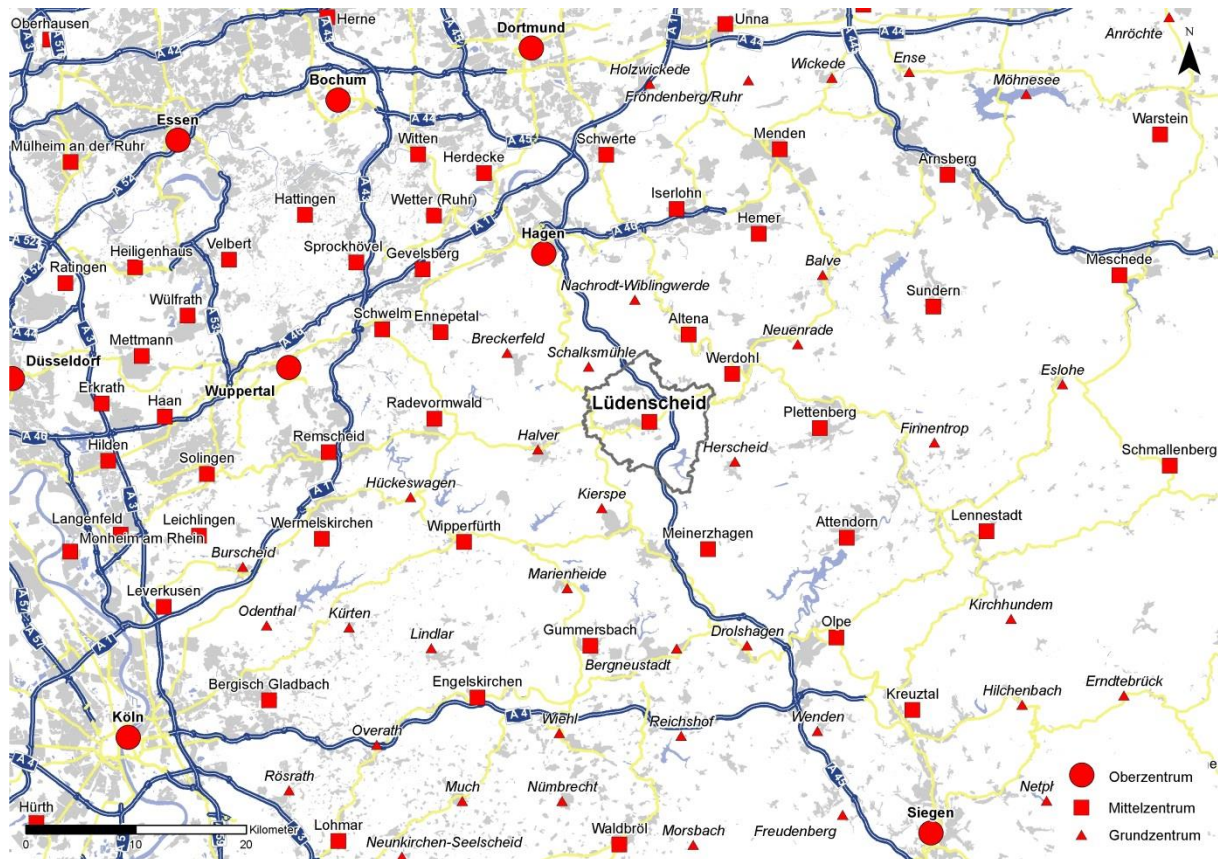
⁶ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die IFH Köln ermittelt diesen Schätzwert für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.

⁷ 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.

Lüdenscheid ist an das Nahverkehrs-Bahnnetz angeschlossen. Die nächsten Fernbahnhöfe sind Hagen, Wuppertal, Bochum und Essen. Die Linienbusse des örtlichen Busverkehrs gewährleisten die Erschließung der Stadtbezirke durch den ÖPNV.

Insgesamt bestehen für alle genannten Verkehrsarten gute Verbindungen ins Umland und zu den umliegenden Zentren.

Karte 2: Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

Fazit

Die Stadt Lüdenscheid liegt in einem Spannungsfeld zum Ballungskern Ruhrgebiet und dem Oberzentrum Hagen im Norden. Das nächstgelegene Oberzentrum im Süden ist Siegen. Bedeutende, übergeordnete Konkurrenzcentren sind insbesondere Hagen und Dortmund, deren Erreichbarkeit auf Grund eines gut ausgebauten Verkehrsnetzes als gut zu bewerten ist.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Lüdenscheid

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität insbesondere im Rahmen der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeiten, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben kann das kollektive Einzugsgebiet von Einzelhandelsagglomerationen, das i.d.R. über das jeweilige Einzugsgebiet einzelner Betriebe bzw. Betriebsfor-

men hinausgeht, zur Steigerung der Ausstrahlungskraft einer Kommune als Einzelhandelsstandort beitragen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass mit Zunahme der Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte aufgrund geringerer Raum-Zeit-Distanzen schneller erreichbar sind. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Lüdenscheid, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials.

Das Einzugsgebiet Lüdenscheids stellt sich wie folgt dar:

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Lüdenscheids mit einem Kundenpotenzial von rund 75.200 Personen wird als Kerneinzugsgebiet definiert. Es ist davon auszugehen, dass der überwiegende Anteil der Kunden des Lüdenscheider Einzelhandels auch in Lüdenscheid wohnt (rund 60 % der Kunden aus dem gesamten Einzugsgebiet).

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungsregion liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von rund 142.000 Personen: Altena, Halver, Herscheid, Kierspe, Meinerzhagen, Nachrodt-Wiblingwerde, Plettenberg, Schalksmühle und Werdohl. Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von etwa 30 % des gesamten Einzugsgebietes.

Weiteres Einzugsgebiet / Streueinzugsgebiet

Das weitere und Streueinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Lüdenscheid nicht regelmäßig aufsuchen („Zufallsbesuche“). Sie stellen einen sehr geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar.

Insgesamt ergibt sich somit für den Lüdenscheider Einzelhandel ein **Kundenpotenzial von rund 250.000 Personen**, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, die durch den Lüdenscheider Einzelhandel abgeschöpft werden, mit zunehmender Entfernung von Lüdenscheid verringern.

3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Lüdenscheid stellt sich derzeit wie folgt dar:

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Lüdenscheid

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Lüdenscheider Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.186	164,4
Blumen (Indoor) / Zoo	106	7,9
Gesundheits- und Körperpflege	347	26,1
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	194	14,6
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	2.834	213,0
Bekleidung / Textilien	496	37,3
Schuhe / Lederwaren	137	10,3
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	67	5,0
Spielwaren / Hobbyartikel	118	8,8
Sport und Freizeit	100	7,5
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	918	68,9
Wohn Einrichtung	126	9,5
Möbel	309	23,2
Elektro / Leuchten	155	11,6
Elektronik / Multimedia	411	30,9
Medizinische und orthopädische Artikel	76	5,7
Uhren / Schmuck	65	4,9
Bau- und Gartenmarktsortimente	556	35,6
		6,2
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.697	127,6
Sonstige	41	3,1
Kaufkraftpotenzial Gesamt (inkl. „Sonstiges“)	5.490	412,6

nach: IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2011, Köln, 2011

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rund 412,6 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Lüdenscheid zugrunde. Die sogenannte *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Lüdenscheid vom Bundesdurchschnitt (Indexwert=100) an. Für das Jahr 2013 ergibt sich in der **Stadt Lüdenscheid** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 100,9**, d.h. dass die Lüdenscheider Bevölkerung über ein **Kaufkraftniveau** ver-

fügt, welches leicht über dem Bundesdurchschnitt liegt. Im Vergleich zum Jahr 2005 (104,9) ist ein leichter Rückgang des Kaufkraftniveaus zu beobachten.

Das Kaufkraftpotenzial im oben definierten näheren Einzugsgebiet um Lüdenscheid beträgt insgesamt rund 790 Mio. Euro. Es muss an dieser Stelle deutlich darauf verwiesen werden, dass aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen und Wettbewerbssituation nur gewisse Anteile des Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Einzelhandel in Lüdenscheid abgeschöpft werden können, die mit steigender Entfernung zu Lüdenscheid (und zunehmender Nähe zu Konkurrenzstandorten) deutlich sinken.

Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den üblichen Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsbereichs geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Lüdenscheider Einzelhandels sortimentsspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kap. 4).

4 Aktuelle Angebotssituation im Lüdenscheider Einzelhandel

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Lüdenscheid unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Nahversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

4.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentsspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Lüdenscheid getroffen werden.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Lüdenscheid nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	27.720	18,1	153
Blumen / Zoologische Artikel	4.790	3,1	10
Gesundheit und Körperpflege	4.980	3,3	29
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	3.450	2,3	21
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	40.940	26,8	213
Bekleidung	18.860	12,3	68
Schuhe / Lederwaren	3.230	2,1	13
Glas, Porzellan, Keramik / Haushalts- waren	3.770	2,5	6
Spielwaren / Hobbyartikel	1.830	1,2	7
Sport und Freizeit	3.150	2,1	10
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	30.840	20,2	104
Wohneinrichtung	8.160	5,3	29
Möbel	31.470	20,6	11
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3.680	2,4	6
Elektronik / Multimedia	5.630	3,7	29
Medizinische und orthopädische Artikel	1.290	0,8	19
Uhren / Schmuck	520	0,3	15
Baumarktsortimente	16.900	11,0	16
Gartenmarktsortimente	11.310	7,4	10
Überwiegend langfristiger Bedarf	78.960	51,6	135
Sonstiges	2.250	1,5	1

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe
Summe	152.990	100,0	453

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Bestandserhebung im Oktober 2012

Zum Erhebungszeitpunkt im Oktober 2012 stellen sich die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Lüdenscheid wie folgt dar:

- Es bestehen **453 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d.h. ohne Kfz- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **153.000 m²**. Seit der Erhebung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzepts aus dem Jahr 2005⁸ ist aktuell ein leichter Verkaufsflächenrückgang um knapp 6.000 m² zu verzeichnen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die erhobenen, leerstehenden Flächen seit 2005 aktuell nahezu verdoppelt haben. Dies ist vor allem auf strukturelle Veränderungen in der Lüdenscheider Innenstadt zurückzuführen. In der Innenstadt trugen auf der einen Seite die Erweiterung des Stern-Centers sowie der Verlagerung des Textilkaufhauses Sinn Leffers zu einer Aufwertung des innerstädtischen Einzelhandels bei. Die übrigen Leerstände in der Innenstadt unterliegen dem noch andauernden innerstädtischen Umstrukturierungsprozess. Einige Leerstände (beispielsweise Wehmeyer im Stern-Center) sind in der Zwischenzeit (im Laufe der Bearbeitung dieses Einzelhandelskonzeptes) wieder belegt. Für andere sind Folgenutzungen absehbar oder in der Diskussion, so wird die C&A Immobilie in Kürze durch Adler Moden nachgenutzt werden und für den Altstandort von Sinn Leffers besteht eine fortgeschrittene Planung zur Ansiedlung des Bekleidungshauses P&C (siehe dazu auch 6. Spiegelstrich dieser Aufzählung). Daneben haben im übrigen Stadtgebiet seit 2005 Verlagerungen und Erweiterungen von Lebensmittelmärkten stattgefunden, dazu zählen z.B. die Ansiedlung eines Verbrauchermarktes im Sterncenter (Rewe), die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters an der Brückenstraße (Lidl) sowie eines Verbrauchermarktes am Brockhauser Weg (Kaufpark). Darüber hinaus konnte das Einzelhandelsangebot im Bereich der Gartenmarktsortimente durch die Ansiedlung eines Gartencenters an der Altenaer Straße (Gartencenter Kremer) und die Erweiterung des Gartencenters Cordt gestärkt werden. Der Schließung des Möbelanbieters Life Line Möbel steht die Erweiterung des Möbelhauses Sonneborn relativierend gegenüber.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt etwa **340 m²** und liegt damit über dem Schnitt von rund 310 m² im Jahr 2005.
- Dem in der Stadt Lüdenscheid vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 413 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 499 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,21** über alle Warengruppen, d.h. der erzielte Einzelhandelsumsatz übersteigt das örtliche Kaufkraftvolumen um ca. 21 %. Per Saldo übersteigen die Kaufkraftzuflüsse aus der Region also die Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb der Stadt Lüdenscheid. Dies entspricht zunächst einmal – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum und ist angesichts der regionalen

⁸ Hier wurden 572 Einzelhandelsbetriebe mit rund 159.200 m² erfasst.

Angebots- und Konkurrenzsituation (z.B. Erreichbarkeit der Oberzentren Köln und Dortmund) grundsätzlich als zufriedenstellender Wert einzuordnen. Seit dem Jahr 2005 konnte die Gesamtzentralität über alle Warengruppen von rund 1,2, trotz gesunkener Einwohnerzahlen, gehalten werden.

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **2,03 m²** (2005: 1,93 m²) und liegt damit – unabhängig von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Referenzwert von ca. 1,4 m² / Einwohner. Im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung ist dieser Wert jedoch als normaler Ausstattungsgrad festzuhalten (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker und Kruse Datenbank beträgt rund 2,2 m²).
- Erwartungsgemäß liegen **quantitative Angebotsschwerpunkte** in den flächenintensiven Branchen Bau- und Gartenmarktsortimente (rd. 28.200 m² Verkaufsfläche) und Möbel (rd. 31.500 m²) sowie der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (rd. 27.700 m²). Im Bekleidungsbereich (rd. 18.900 m²) liegt ebenfalls ein quantitativer Angebotsschwerpunkt. Aber auch in allen anderen Warengruppen finden sich entsprechende Angebote in der Stadt Lüdenscheid.
- Zum Erhebungszeitpunkt wurden im gesamten Stadtgebiet auch leerstehende Ladenlokale aufgenommen, die als potenzielle Einzelhandelsflächen einzustufen waren⁹ Rund ein Drittel der zum Zeitpunkt der Erhebung leerstehenden Ladenlokale befinden sich in der Lüdenscheider Innenstadt. Dabei handelt es sich um Leerstände in der Hauptlage, wie etwa im Forum oder dem Altstandort der Textilkaufhäuser Sinn Leffers oder C&A, sowie in der Altstadt. Bei letzteren handelt es sich überwiegend um kleinteilige Ladenlokale in Nebenlagen, die im Allgemeinen hinsichtlich einer einzelhandelsrelevanten Folgenutzung eine schlechte Wettbewerbsposition einnehmen, was außerdem oftmals mit fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ einhergeht. „Prominentester“ Leerstand in der Lüdenscheider Innenstadt ist die Immobilie des ehemaligen Textilkaufhauses Sinn Leffers, hier bestehen Planungen zur Nachnutzung durch ein P&C Textilkaufhaus.

Grundsätzlich ist zu den Leerständen in der Lüdenscheider Innenstadt festzuhalten, dass sie eine Momentaufnahme des derzeit stattfindenden strukturellen Wandels in der Innenstadt darstellen. Der Handlungsbedarf ist bekannt und entsprechende Maßnahmen wurden seitens der Stadtverwaltung bereits ergriffen, die dazu beitragen die Entwicklungen weiterhin positiv zu gestalten. Derzeit sind eine Vielzahl von neuen zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie sowie Dienstleistungen) oder auch Umzüge einzelner Nutzer absehbar. Dazu gehören beispielsweise die beabsichtigte Folgenutzung der C&A-Immobilie (Schillerstraße 3) durch Adler Moden, die Folgenutzung des ehemaligen IhrPlatz Ladenlokals (Wilhelmstraße 16) durch einen Textilfachmarkt (kik) sowie die Eröffnung eines Schmuckladens (Dalmann) an der Wilhelmstraße 1.

⁹ Anzahl der leerstehenden Ladenlokale zum Erhebungszeitpunkt: 115; Leerstandsquote bezogen auf die Anzahl der Betriebe 20 %. Die exakte Fläche der leerstehenden Ladenlokale konnte nicht ermittelt werden, da diese im Rahmen der Erhebung z.T. nicht einsehbar bzw. beghebbar waren.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Lüdenscheid, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie folgt dar:

Tabelle 5: Einzelhandelssituation in Lüdenscheid nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufs- fläche (in m²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	27.720	143,8	164,4	0,87
Blumen (Indoor) / Zoo	4.790	10,8	7,9	1,36
Gesundheits- und Körperpflege	4.980	26,2	26,1	1,00
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.450	16,8	14,6	1,15
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	40.940	197,7	213,0	0,93
Bekleidung / Textilien	18.860	72,9	37,3	1,96
Schuhe / Lederwaren	3.230	12,9	10,3	1,25
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	3.770	9,5	5,0	1,88
Spielwaren / Hobbyartikel	1.830	6,8	8,8	0,77
Sport und Freizeit	3.150	11,9	7,5	1,58
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	30.840	114,0	68,9	1,65
Wohneinrichtung	8.160	14,8	9,5	1,56
Möbel	31.470	47,3	23,2	2,04
Elektro / Leuchten	3.680	12,2	11,6	1,05
Elektronik / Multimedia	5.630	51,4	30,9	1,66
Medizinische und orthopädische Artikel	1.290	8,8	5,7	1,54
Uhren / Schmuck	520	4,9	4,9	1,00
Baummarktsortimente	16.900	27,8	35,6	0,78
Gartenmarktsortimente	11.310	10,8	6,2	1,74
Überwiegend langfristiger Bedarf	78.960	178,1	127,6	1,40
Sonstiges	2.250	8,8	3,1	2,88
Summe / Durchschnitt	152.990	498,6	412,6	1,21

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der Bestandserhebung im Oktober 2012

(Anmerkung: Werte sind gerundet. Eine Abweichung der aufgeführten Gesamtsumme zu den addierten Einzelwerten der jeweiligen Warengruppen sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.)

Die ermittelten Zentralitätswerte zeigen insgesamt eine weitgehend gute quantitative Angebotsausstattung mit zum Teil deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Einzugsbereich.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts jedoch vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Lüdenscheider Einzelhandelsangebot daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Räumliche und strukturelle Differenzierung des Einzelhandelsangebots

Das Einzelhandelsangebot in Lüdenscheid weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende **strukturelle Merkmale** auf:

Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs:

- Mit rund **27.700 m²** entfällt ein großer Einzelanteil (rund 18 %) der Gesamtverkaufsfläche in Lüdenscheid auf die **nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (**153 Betriebe** bzw. 33 %) ist diesem Sortiment zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen. Dies unterstreicht einerseits eine gute Angebotsausstattung hinsichtlich der Grundversorgung der Lüdenscheider Bevölkerung mit Lebensmitteln sowie die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Mit vier Verbrauchermärkten, je sieben Supermärkten und 14 Lebensmitteldiscountern, diversen Fachmärkten (v.a. Getränke) sowie zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht eine gute Angebots- und Betriebsformenmischung in Lüdenscheid.
Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in dieser Warengruppe von ca. 0,37 m² liegt im Bereich des bundesdurchschnittlichen Orientierungswertes von etwa 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner und zeigt einen guten Ausstattungsgrad. Im Vergleich zum Jahre 2005 konnte die Verkaufsflächenausstattung gesteigert werden (2004: 0,29 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner). Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund **143,8 Mio. Euro** den mit Abstand größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die **Zentralität von 0,87** zeigt per Saldo leichte Kaufkraftabflüsse und verdeutlicht die weitgehend gute Angebotsausstattung in dieser Warengruppe. Seit dem Jahr 2005 ist zwar ein leichter Angebotszuwachs an Verkaufsfläche zu verzeichnen, die Zentralität ist jedoch aufgrund der gestiegenen sortimentsspezifischen Kaufkraft in dieser Branche leicht rückläufig (Zentralität 2005: rund 0,96).
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Lüdenscheid wider. Rund 5.000 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflegeartikel**, die sich auf mehrere Drogeriemärkte und Apotheken im Stadtgebiet, Parfümerien und Kosmetikartikelanbieter sowie die Randsortimente der größeren Lebensmittelanbieter verteilt. Hier zeigt die Zentralität von 1,0 eine gute Angebotsausstattung, die einer „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) entspricht. Gegenüber dem Jahr 2005 ist die Zentralität (1,1) leicht zurückgegangen.
- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** verteilt sich das Angebot von insgesamt rund 4.800 m² Verkaufsfläche auf Fachmärkte für zoologischen Bedarf, die entsprechenden Angebote in den Gartencentern sowie überwiegend „kleinflächige“ Fachgeschäfte (insbesondere Blumen) und nicht zuletzt auch auf die Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriefachdiscounter (Tierfutter und Blumen).
- In der Warengruppe **PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** entfällt rund die Hälfte der warengruppenspezifischen Verkaufsflächen auf Randsortimentsangebote (u.a. Zeitungen und Zeitschriften), es sind jedoch auch entsprechende Fachgeschäfte (Buchläden, Presse-

handel, Schreibwarenhandel) vorhanden. Größter Anbieter ist die Buchhandlung Thalia im Stern-Center in der Innenstadt.

- Insgesamt entfallen mit rund 40.900 m² mehr als ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und rund 40 % des Umsatzes auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil der Warengruppen dieser Bedarfsstufe (v.a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben, verdeutlicht aber auch die Bedeutung dieser Warengruppen für den Einkaufsstandort Lüdenscheid. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs liegt bei 0,95 und zeigt geringe Kaufkraftabflüsse. Insgesamt ist eine **gute strukturelle Angebotsmischung** zu verzeichnen. Das Angebot bleibt - im Rückblick auf das Jahr 2005 - auf einem guten Niveau weitgehend konstant.

Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 18.900 m² Verkaufsfläche (rund 12 % der Gesamtverkaufsfläche), 68 Betrieben (rund 15 % aller Lüdenscheider Betriebe) und rund 73 Mio. Euro Umsatz vor allem in der innerstädtischen Leitbranche **Bekleidung**. Fast 90 % (rund 16.700 m²) dieses Verkaufsflächenangebots entfallen auf Anbieter in der Lüdenscheider Innenstadt. Das übrige Angebot entfällt überwiegend auf kleinteilige Anbieter in Streulagen sowie Randsortimentsangebote (z.B. Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter).
Die branchenspezifische Zentralität von rd. 1,95 weist auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin und unterstreicht die mittelzentrale Versorgungsfunktion Lüdenscheids. Seit der Untersuchung im Jahr 2005 konnte die branchenspezifische Zentralität von ehemals 1,83 gesteigert werden. Dabei ist ein vielfältiges Angebot mit unterschiedlichem Preisniveau in verschiedenen Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte, Textilkaufläden) vorhanden. Dabei kommt den filialisierten Anbietern in der Lüdenscheider Innenstadt ein zunehmender Stellenwert zu.
- Die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** ist mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche ebenfalls in nennenswertem Umfang vertreten. Beim Großteil der Hauptsortimentsanbieter handelt es sich um Fachanbieter in der Innenstadt. Dabei sind sowohl Fachmarkt-Filialen (u.a. Reno, Deichmann) als auch mittelständische Betriebe vorhanden. Die Zentralität von ca. 1,25 zeigt eine quantitativ sehr gute Angebotsausstattung in der Warengruppe mit nennenswerten Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland. Gegenüber 2005 ist der Zentralitätswert (1,38) zurückgegangen.
- Ein weiterer bedeutender Angebotsbaustein ist die Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 3.800 m² Verkaufsfläche. Dieses Angebot beinhaltet neben wenigen qualitativ hochwertigen Fachgeschäften (in der Lüdenscheider Innenstadt) jedoch in erster Linie auch Angebote von preisorientierten Billiganbietern (z.B. Kodi, Tedi) und Randsortimente der Gartenmärkte und Möbelmärkte sowie von Lebensmittelanbietern und Drogeriediscountern. Trotz der hohen Zentralität (1,88) und Verkaufsflächenausstattung ist hier insgesamt eine eher durchschnittliche Angebotsausstattung und -qualität festzuhalten. Gegenüber 2005 ist die Zentralität (von 2,09) deutlich gesunken.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,77 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot

von rund 1.800 m² entfällt etwa zur Hälfte auf das Angebot von Spielwaren, größter Anbieter ist dabei der Fachmarkt mytoys. Daneben wird das Angebot in dieser Warengruppe ergänzt durch ein Musikalienfachgeschäft sowie Fachanbieter für Künstler- und Bastelartikel. Ferner wird das sortimentsspezifische Angebot vor allem durch Randsortimentsangebote von Fachmärkten und -discountern gestellt. Gegenüber 2005 ist ein Rückgang der Zentralität (von 0,88) festzustellen.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche in nennenswertem Umfang vertreten und weist mit einer Zentralität von 1,60 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Mehr als 75 % dieses Angebots wird in der Innenstadt vorgehalten. Der größte Anbieter befindet sich im Stern-Center (Intersport Vosswinkel). Daneben gibt es z.T. auch spezialisierte Anbieter sowohl in der Innenstadt, in den Nahversorgungszentren bzw. in Streulagen (z.B. Fahrrad-, Reitsport- oder Anglerfachgeschäfte).
- Mit insgesamt rund 31.000 m² Verkaufsfläche, mehr als 100 Betrieben und einem Umsatz von fast 115 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rund 1,65) haben die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** einen für ein Mittelzentrum angemessenen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Lüdenscheid bei einer quantitativ insgesamt guten Angebotsausstattung. Die überwiegend hohen Zentralitätswerte unterstreichen die mittelzentrale Ausstrahlungskraft dieser Angebote und zeigen Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland. Aus quantitativer Sicht kann daher zunächst kein signifikantes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein akuter Nachholbedarf ableiten ließe. Entwicklungsspielräume sind diesbezüglich am ehesten im Bereich Spielwaren / Hobbyartikel zu erkennen. Grundsätzlich positiv ist der Angebotsanteil des individuellen (mittelständischen) Fachhandels zu werten. Nur in wenigen Branchen ist auch hier das Fehlen einer breiteren und qualifizierten Angebotsstruktur mit Fachangeboten zu erkennen. Nicht zuletzt aufgrund des Besatzes im Stern-Center kommt dem Angebot an Filialisten ein prägender Stellenwert in der Lüdenscheider Innenstadt zu.

Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe

- Mit insgesamt mehr als 78.900 m² Verkaufsfläche nehmen auch die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsstufe** einen hohen Anteil (rund 50 %) am Gesamtverkaufsflächenangebot in Lüdenscheid ein. Insbesondere die Warengruppen **Möbel** mit rund 31.500 m² Verkaufsfläche und 47 Mio. Euro Umsatz sowie **Bau- und Gartensortimente** mit fast 28.200 m² Verkaufsfläche und ca. 38 Mio. Euro Umsatz weisen einen hohen quantitativen Angebotsanteil auf. Diese Flächenanteile deuten auch auf einen quantitativen Angebotschwerpunkt innerhalb der Einzelhandelsstrukturen in Lüdenscheid hin und sind vor allem auf die flächenintensive Angebotsform weniger Anbieter dieser Warengruppen zurückzuführen. Ein deutlicher Angebotszuwachs in der Warengruppe Gartenmarktsortimente ist auf die Ansiedlung des Anbieters Gartencenter Kremer zurückzuführen. Entsprechend kann hier mit einer Zentralität von 1,74 eine deutlich höhere Kundenbindung als im Jahr 2005 (0,98) erzielt werden.
- Die sortimentsspezifischen Zentralitäten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs weisen ein Spektrum zwischen 0,78 (Baumarktsortimente) und 2,04 (Möbel) auf. Der Gesamtwert von 1,40 zeigt, dass per Saldo nennenswerte Kaufkraftzuflüsse aus der Region erzielt werden, die angesichts der regionalen Versorgungsfunktion der Stadt Lüdenscheid gut ausfallen. Angesichts der üblicherweise weitreichenden Einzugsbereiche der An-

bieter ist aus rein quantitativer Sicht kaum Potenzial für zusätzliche Kaufkraftbindungen zu erkennen. Es werden in allen Warengruppen Zentralitäten von (überwiegend deutlich) mehr als 1 erzielt, was angesichts der regionalen Konkurrenzsituation als guter Kennwert gewertet werden kann. Im Vergleich zum Jahr 2005 sind die Zentralitäten gestiegen, dies ist vor allem auch auf die Verkaufsflächen- bzw. Umsatzzunahme in der Warengruppe Elektronik / Multimedia zurückzuführen ist. Hinsichtlich der Warengruppe Baumarktsortimente ist festzuhalten, dass Lüdenscheid mit zwei Baumärkten gut ausgestattet ist. Kleinere Anbieter und auch das Randsortiment verschiedener Fachmärkte ergänzen das Angebot. Berücksichtigt man die unterschiedlichen Vertriebskanäle (u.a. auch Handwerk, Baustoffhandel) ist die niedrige warengruppenspezifische Zentralität zu relativieren.

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Lüdenscheid vorhanden ist und überwiegend ein quantitativ umfangreiches Angebot vorliegt. Gleichwohl sind in manchen Branchen leichte Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen gewissen Entwicklungsspielraum für qualitative Verbesserungen erkennen lassen.

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in Lüdenscheid

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Lüdenscheider Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Lüdenscheid kristallisieren sich folgende **räumlich-funktionale Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

- Die **Lüdenscheider Innenstadt** stellt den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Lüdenscheid dar. Das Geschäftszentrum erstreckt sich entlang der Kernachse Knapper Straße über den Sternplatz bis zur Wilhelmstraße. Der innerstädtische Einzelhandel ist eingebettet in die dichten Bebauungsstrukturen der Innenstadt mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Prägende größere Einzelhandelsbausteine befinden sich mit dem Einkaufszentrum Stern-Center sowie dem Textilkaufhaus Sinn Leffers im Bereich des Sternplatzes.
- Entsprechend der Lüdenscheider Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung existieren mehrere Nahversorgungszentren im Stadtgebiet, die vor allem die Grundversorgung der Bevölkerung in den Stadtbezirken insbesondere mit Gütern des täglichen Bedarfs sichern sollen. Die Magnet- und Ankerbetriebe dieser Zentren sind in der Regel ein oder mehrere Lebensmittelmärkte, die durch kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ergänzt werden.

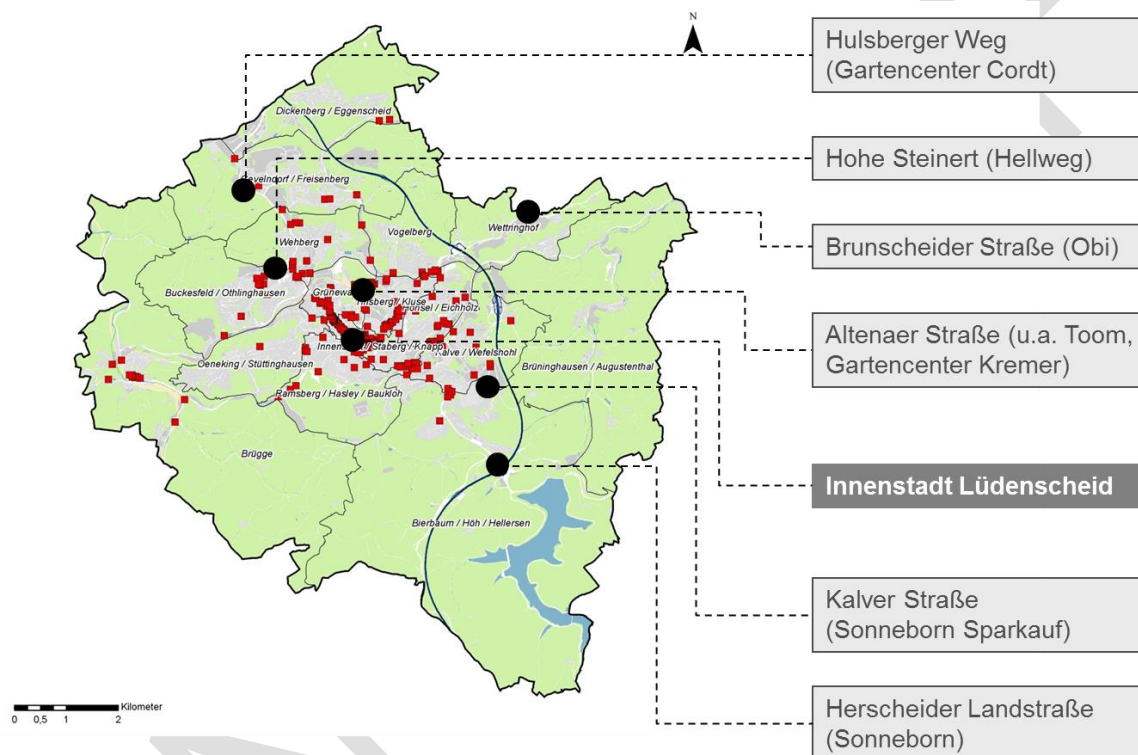
Detailliertere Aussagen zur Lüdenscheider Innenstadt sowie den Nahversorgungszentren befinden sich im nachfolgenden Kapitel 4.4, eine parzellenscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Kapitel 7.1 dieser Untersuchung.

Ferner gibt es neben diesen räumlichen Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben auch verschiedene **Einzelbetriebe** von hoher Bedeutung für die Lüdenscheider Einzelhandelsstruktur. Dies sind vor allem großflächige Fachmärkte (z.B. Obi, Hellweg, Sonneborn, Kremer, Cordt) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte (einzelne Lebensmittelanbieter), die aufgrund ihrer

städtebaulichen und funktionalen Strukturen zwar keinen Zentrencharakter aufweisen, dennoch aber einen wichtigen Beitrag zur Grundversorgung der Bevölkerung im Stadtgebiet leisten.

Neben einzelnen Anbietern in solitären Lagen nehmen vor allem die Angebote in der Innenstadt Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet und den darüber hinaus reichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Die Angebote in den Stadtteilen dienen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend liegt auch der quantitative Angebotsschwerpunkt in der Lüdenscheider Innenstadt.

Karte 3: Quantitative Einzelhandelsschwerpunkte (> 5.000 m² Verkaufsfläche) im Lüdenscheider Stadtgebiet



Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Allgemeine Liegenschaftskarte (ALK)

Tabelle 6: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Lüdenscheider Stadtbezirke

Stadtbezirk	Bevölkerung Stand 11 / 2012	Anzahl der Betriebe	Anteil an gesamtstädtischer Anzahl der Betriebe (in %)	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an gesamtstädtischer Verkaufsfläche (in %)	durchschnittliche Betriebsgröße (in m ²)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Bierbaum / Höh / Hellersen	4.498	7	1,2	23.060	15,1	3.290	5,13
Brügge	2.860	14	2,5	2.790	1,8	200	0,97
Brüningshausen / Augustenthal	1.391	-	-	-	-	-	-

Stadtbezirk	Bevölkerung Stand 11 / 2012	Anzahl der Betriebe	Anteil an gesamt- städtischer Anzahl der Betriebe (in %)	Verkaufs- fläche (in m²)	Anteil an gesamt- städtischer Verkaufs- fläche (in %)	durch- schnittliche Betriebs- größe (in m²)	Verkaufs- fläche pro Einwohner (in m²)
Buckesfeld / Othlinghausen	6.181	14	2,6	13.360	8,7	950	2,16
Dickenberg / Eggenscheid	2.956	3	0,9	350	0,2	120	0,12
Gevelndorf / Freisenberg	3.887	6	1,6	7.050	4,6	1.180	1,81
Grünewald	4.824	29	6,7	4.030	2,6	140	0,83
Honsel / Eichholz	6.355	27	5,8	8.070	5,3	300	1,27
Innenstadt / Staberg / Knapp	6.151	265	55,6	48.670	31,8	180	7,91
Kalve / Wefelshohl	4.890	12	2,3	8.560	5,6	710	1,75
Oeneking / Stüttinghausen	6.532	3	0,5	90	0,1	30	0,01
Ramsberg / Hasley / Baukloh	8.101	12	4,4	3.000	2,0	250	0,37
Tinsberg / Kluse / Worth	7.293	39	11,3	13.600	8,9	350	1,86
Vogelberg / Worthhagen	3.470	4	0,9	1.090	0,7	270	0,31
Wehberg	4.893	16	3,3	7.930	5,2	500	1,62
Wettringhof	925	2	0,4	11.340	7,4	5.670	12,26
Gesamt	75.207	453	100,0	152.990	100,0	340	2,03

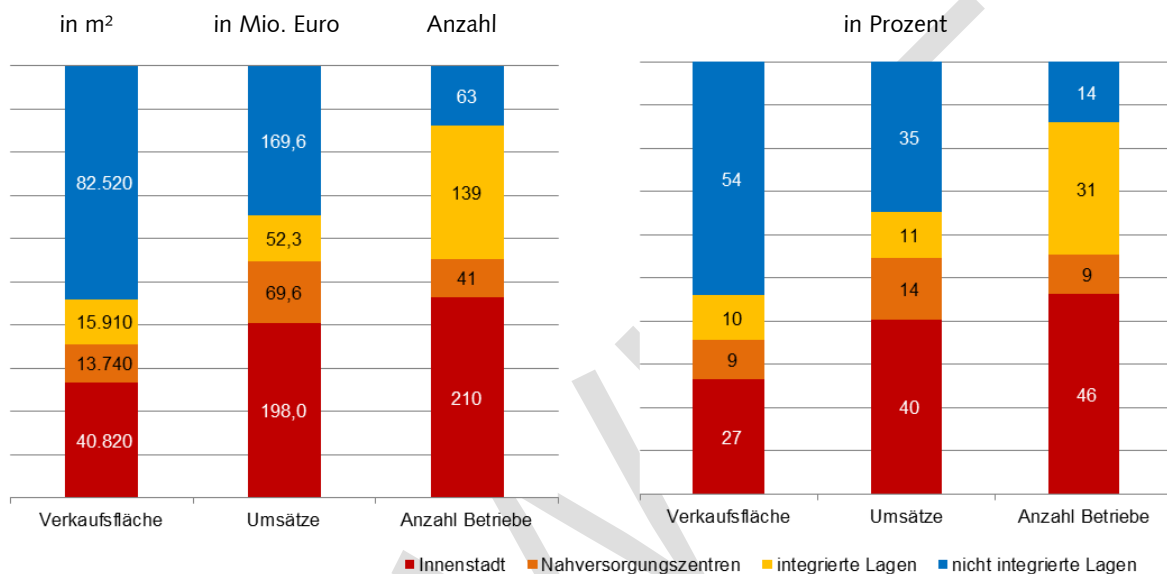
Quelle: Einzelhandelserhebung Lüdenscheid, Oktober 2012

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandelssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht es jedoch vor allem um die siedlungsräumliche und städtebauliche Integration des Einzelhandelsangebots. In den folgenden Betrachtungen soll daher die diesbezügliche räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots näher betrachtet werden. Dabei spielt insbesondere die räumlich funktionale Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen sowie die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer **städtebaulichen Lage, d.h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration** in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche eine besondere Rolle.

Eine differenzierte Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots hinsichtlich der städtebaulichen Integration, d.h. der Unterscheidung zwischen

- der Lage in einem **zentralen Versorgungsbereich** im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO (z.B. Innenstadt, Stadtteilzentrum, Grund- und Nahversorgungszentrum)
- sonstigen **städtebaulich integrierten Lagen**, d.h. umliegenden Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar zugeordnete Standorte oder
- **städtebaulich nicht integrierten Lagen**, d.h. Gewerbe- und Industriegebieten, „Grüne-Wiese“-Standorte, Standorte im Außenbereich, zeigt folgendes Bild¹⁰:

Abbildung 2: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots nach Lagen



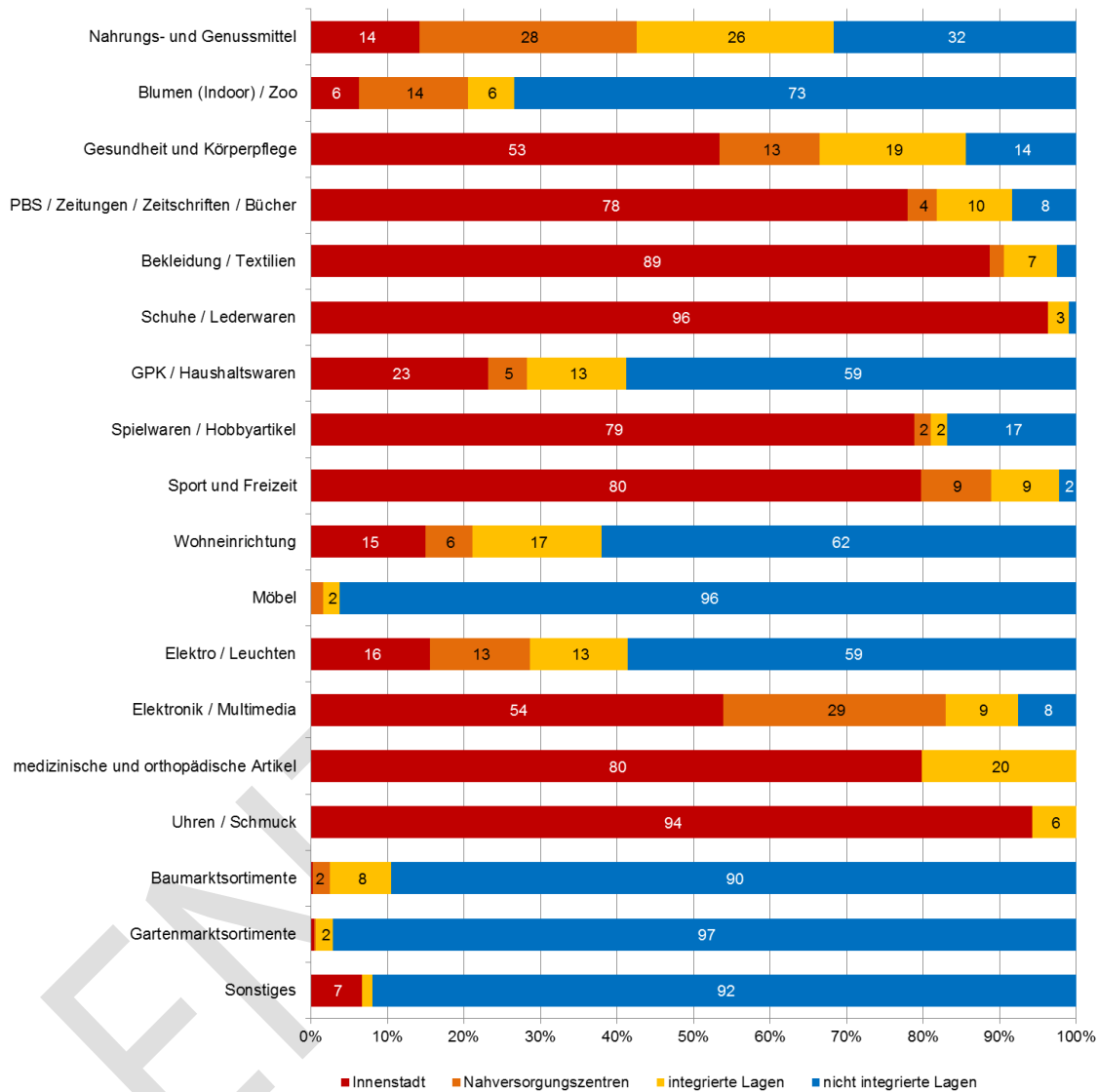
Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Lüdenscheid im Oktober 2012

- Mit rund 40.800 m² Verkaufsfläche entfällt **mehr als ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots** auf den Hauptgeschäftsbereich in der **Lüdenscheider Innenstadt**, wo auch 46 % aller Lüdenscheider Einzelhandelsbetriebe angesiedelt sind. Diese Konzentration des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt zeigt die Bedeutung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet und unterstreicht die städtebauliche (Versorgungs-)Funktion der Innenstadt. Dabei ist der Anteil des innerstädtischen Angebots im Vergleich zu anderen Städten (nicht selten liegt der Anteil des innerstädtischen Einzelhandels unter dem Lüdenscheider Wert) durchaus positiv zu bewerten. Hervorzuheben ist insbesondere der Angebotsanteil der zentrenrelevanten Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren sowie Elektronik / Multimedia in der Innenstadt.
- Lediglich rund **9 bzw. 10 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf das **Nahversorgungszentren sowie städtebaulich integrierte Lagen** im Stadtgebiet. Diese Angebote umfassen vor allem grundversorgungsrelevante Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe und verdeutlichen die Nahversorgungsfunktion dieser Standorte.
- Rund 54 % des Verkaufsflächenangebots in Lüdenscheid entfallen auf **städtebaulich nicht-integrierte Solitärlagen** außerhalb der Zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Dies

¹⁰ Eine detailliertere Abgrenzung und Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt im Kapitel 7.1 dieser Untersuchung.

betrifft in Lüdenscheid vor allem nicht-zentrenrelevante und flächenintensive Angebote der Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente und Möbel. Eine deutliche Angebotsverschiebung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote an solche Standorte hat – wie in vielen anderen Kommunen zu beobachten – demnach in Lüdenscheid nicht stattgefunden, was auf die konsequente Steuerung seitens Politik und Verwaltung in der Stadt Lüdenscheid in den letzten Jahrzehnten zurückzuführen ist.

Abbildung 3: Räumliche Verteilung der sortimentspezifischen Verkaufsfläche



Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Lüdenscheid, Oktober 2012

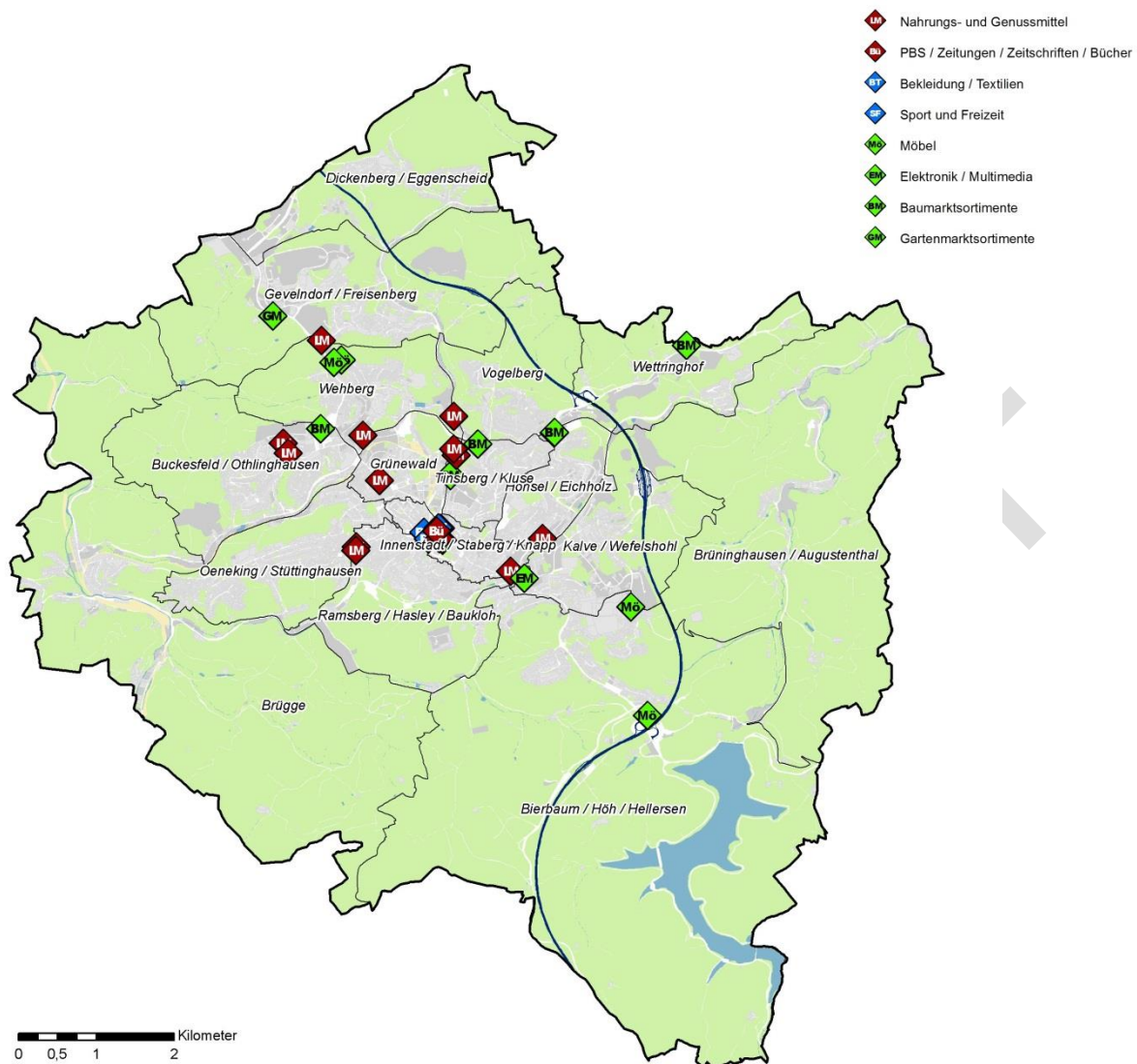
Derzeit besteht insgesamt eine sehr ausgewogene räumliche Angebotsverteilung in Lüdenscheid mit einer ausgesprochen positiv zu wertenden Konzentration auf zentrale Versorgungsbereiche, insbesondere die Lüdenscheider Innenstadt. Dies ist nicht zuletzt eine positive Folge der konsequenten Ansiedlungs- und Steuerungspolitik von Politik und Verwaltung in Lüdenscheid in der Vergangenheit. Auch zukünftig ist diese Ansiedlungspolitik fortzusetzen, um eine räumliche Schieflage und **innerkommunale Konkurrenzsituation** zwischen Innenstadt und Sonderstandorten in städtebaulich nicht-integrierten Lagen zu vermeiden. Gerade Angebotsüberschneidungen in zentrenrelevanten Angeboten können nicht selten städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Bereiche, wie z.B. die Lüdenscheider Innenstadt, mit sich bringen.

4.3 Großflächiger Einzelhandel in Lüdenscheid

- Aktuell existieren in Lüdenscheid **32 großflächige Anbieter**¹¹ mit einer Verkaufsfläche von ca. 103.400 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 7 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie mehr als **zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
Im Vergleich zum Jahr 2005 ist sowohl bei der Anzahl der großflächigen Betriebe als auch beim Anteil der entsprechenden Fläche an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein leichter Zuwachs festzustellen, der dem allgemeinen bundesdeutschen Trend folgt (2005: 30 großflächige Betriebe, 65 % der Gesamtverkaufsfläche).
- Mit 14 Betrieben und rund 19.300 m² Verkaufsfläche, d.h. rund 20 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter entfallen mehr als 40 % der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Hier sind in erster Linie die großen Lebensmittelanbieter (Toom, Hit, Kaufpark etc.) zu nennen, die überwiegend außerhalb der Zentren in Streulagen zu finden sind.

¹¹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 4: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Lüdenscheid



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012

- Mit rund 55.600 m² Verkaufsfläche entfällt mehr als die Hälfte der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der Hauptbranche Möbel oder Bau- und Gartenmarktsortimente, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist. Größte Anbieter in Lüdenscheid sind **Möbel Sonneborn** und **Sonneborns Sparkauf**, die Baumärkte **Obi** und **Hellweg** sowie die **Gartencenter Cordt** und **Kremer**.
- Mit rund 34.000 m² befindet sich rund ein **Drittel des Verkaufsflächenangebots** der großflächigen Betriebe an Standorten in zentralen Versorgungsbereichen, was angesichts der üblicherweise knappen Flächenpotenziale an solchen Standorten ausgesprochen positiv zu werten ist und auf eine konsequente Steuerungspolitik seitens der Stadt Lüdenscheid hindeutet. Die Verkaufsfläche großflächiger Einzelhandelsbetriebe in zentralen Versorgungsbereichen ist im Vergleich zum Jahre 2005 (rund 27.900 m²) angestiegen.

4.4 Angebotsstandorte des Einzelhandels in Lüdenscheid

Im Folgenden sollen die bestehenden räumlichen Angebotsschwerpunkte im Lüdenscheider Stadtgebiet unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten stichpunktartig beschrieben und bewertet werden. Eine Grundlage bei der Auswahl der Bereiche stellt das Einzelhandelskonzept 2005 dar. Zusätzliche, relevante Standorte waren nach der aktuellen Analyse nicht auszumachen.

4.4.1 Die Innenstadt

Die Innenstadt bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Lüdenscheid. Dieser multifunktionale Bereich erstreckt sich entlang der Knapper Straße über den Rathausplatz, den Sternplatz und der Wilhelmstraße bis in die Oberstadt und ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen.

Die angebots- und nachfrageseitigen Kennwerte der Lüdenscheider Innenstadt werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 7: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt

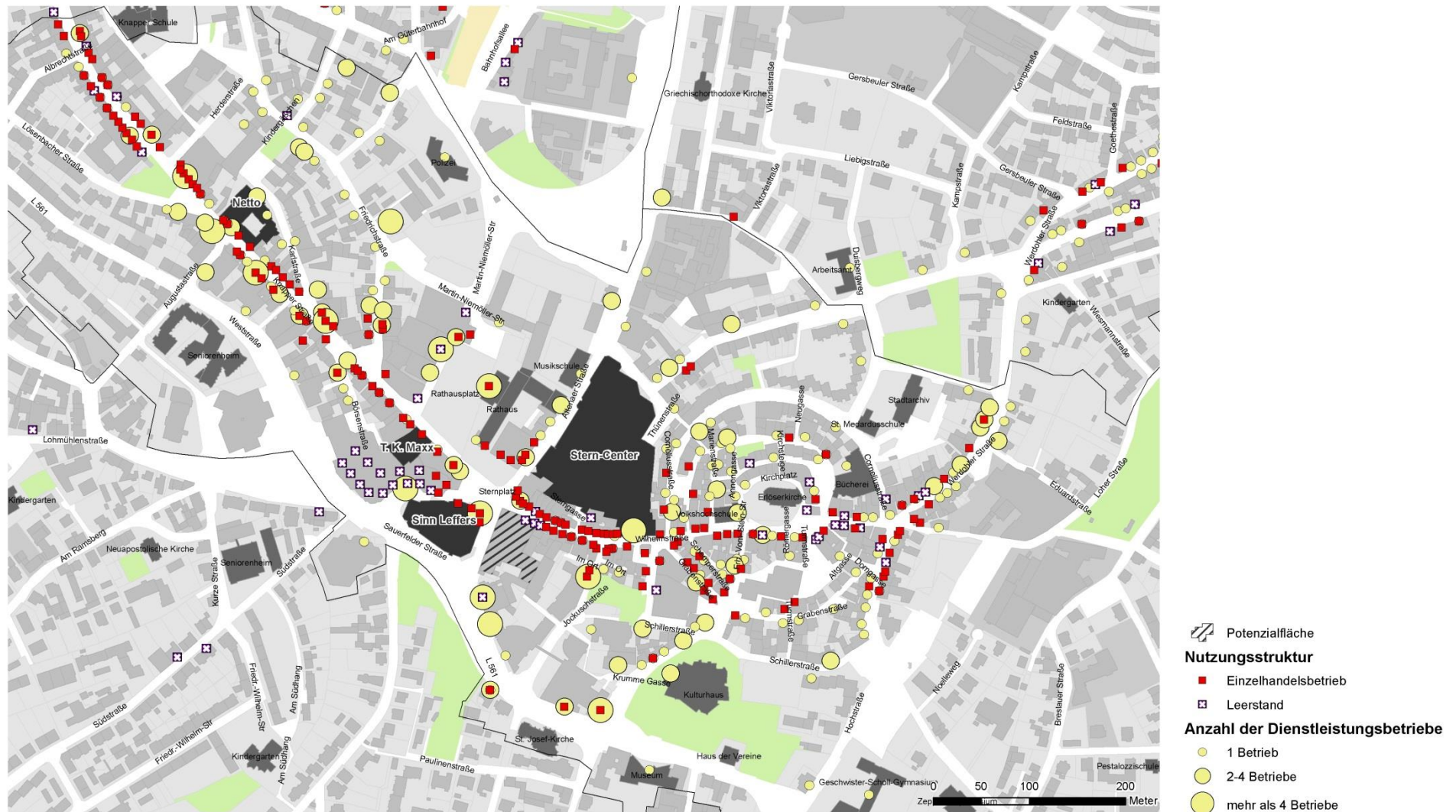
Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	38	3.920	21,9	164,4	0,13
Blumen (Indoor) / Zoo	3	300	0,7	7,9	0,09
Gesundheit und Körperpflege	17	2.660	15,7	26,1	0,60
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	12	2.690	13,5	14,6	0,92
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	70	9.500	51,8	213,0	0,24
Bekleidung	55	16.720	66,0	37,3	1,77
Schuhe / Lederwaren	12	3.100	13,0	10,3	1,26
GPK / Haushaltswaren	4	870	2,4	5,0	0,47
Spielwaren / Hobbyartikel	6	1.450	5,5	8,8	0,62
Sport und Freizeit	5	2.510	9,8	7,5	1,30
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	82	24.790	96,7	68,9	1,40
Wohneinrichtung	10	1.220	2,4	9,5	0,25
Möbel	-	10	-	23,2	-
Elektro / Leuchten	-	570	3,0	11,6	0,26
Elektronik / Multimedia	17	3.040	31,5	30,9	1,02
Medizinische und orthopädische Artikel	16	1.030	7,4	5,7	1,30
Uhren / Schmuck	13	490	4,6	4,9	0,95
Baumarktsortimente	-	40	-	35,6	-
Gartenmarktsortimente	1	50	-	6,2	0,01

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Überwiegend langfristiger Bedarf	57	6.450	48,9	127,6	0,38
Sonstiges	1	150	0,4	3,1	0,13
Gesamtsumme	210	40.820	197,8	412,6	0,48

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen; (Den Werten zum Kaufkraftpotenzial und der Zentralität liegt die Bevölkerung der gesamten Stadt Lüdenscheid zugrunde).

Mit insgesamt 210 Betrieben und rund 40.800 m² Verkaufsfläche ist die Innenstadt der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Lüdenscheid. Zum Zeitpunkt der Erhebung liegt der Anteil der innerstädtischen Verkaufsfläche mit 26 % zwar leicht unter dem 2005 aufgezeigten Wert (31 %), allerdings ist dieser Wert nur als Momentaufnahme anzusehen und wird voraussichtlich vor dem Hintergrund absehbarer Umnutzungen / Neuansiedlungen wieder deutlich ansteigen. Das hier vorhandene Angebot umfasst mehr als ein Drittel des gesamtstädtischen Angebots und nimmt eine übergeordnete Versorgungsfunktion für Lüdenscheid und den mittelzentralen Verflechtungsbereich ein. Es sind Angebote aller Warengruppen vertreten, wobei der typische innenstadtprägende Einzelhandel (z.B. Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik) dominiert. Auch Angebote des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflegeartikel) sind in prägendem Maße vertreten. Insgesamt ist der Lüdenscheider Innenstadt eine quantitativ gute Angebotsstruktur mit Angeboten aller Warengruppen zu attestieren. Bezogen auf die Gesamtstadt entwickelt der Einzelhandel der Lüdenscheider Innenstadt eine Zentralität von 0,48. Insbesondere in den zentrenprägenden Warengruppen (Bekleidung, Schuhe, Sport / Freizeit) sind sehr hohe Zentralitäten zu verzeichnen, die auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hinweisen.

Karte 5: Angebote in der Lüdenschneider Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012, aktualisiert 08 / 2013; Kartengrundlage: ALK

Die innerstädtischen Teilbereiche werden im Folgenden unter besonderer Berücksichtigung ihrer **städtebaulichen Einordnung** sowie bestehenden **Einzelhandelsstrukturen** dargestellt.

Der Bereich „Vordere“ und „Hintere“ Knapper Straße mit überwiegend kleinteiligen Baustrukturen.

Die Knapper Straße ist verkehrsberuhigt ausgebaut und ansprechend gestaltet. Die Einzelhandelsdichte liegt in weiten Teilen unter 50 %. Neben Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss existieren viele Dienstleistungsbetriebe, diese haben einen Schwerpunkt in der Gesundheitswirtschaft. Sie prägen das Straßenbild und tragen zu einer insgesamt lebendigen Atmosphäre in der Straße bei. Hausfassaden und die Außendarstellung der Ladenlokale konnten in den letzten Jahren deutlich aufgewertet werden, dazu gehört vor allem auch eine erfolgreiche Beseitigung der noch 2005 zu verzeichnenden Leerstände, wobei insbesondere einzelhandelsaffine Nutzungen einbezogen wurden.

Das Einzelhandelsangebot im Bereich der Knapper Straße umfasst insgesamt rund 4.000 m² Verkaufsfläche. Es handelt sich hier um kleinflächige Einzelhandelsbetriebe zu denen aber auch einige Fachmärkte bzw. Fachgeschäfte, wie Sport Schriever, Rossmann, Netto, NKD und Kodi gehören, die eine Magnetfunktion für diesen Geschäftsabschnitt der Innenstadt entwickeln. Als Standortvorteil für die Betriebe und auch Dienstleister ist hervorzuheben, dass diese direkt mit dem Kfz erreichbar und Stellplätze vor den Geschäften vorhanden sind.

Insgesamt übernimmt die Knapper Straße als Ergänzung der City teilweise eine Grundversorgungsfunktion.

Der von Großstrukturen dominierte City-Bereich um Sternplatz und Rathaus sowie die Hauptlage in der Wilhelmstraße mit dichtem Einzelhandelsbesatz und dem Stern-Center.

Das Zentrum von Lüdenscheid erstreckt sich entlang der Fußgängerzone und weist zwei unterschiedliche Bereiche auf. Der Bereich um das Rathaus wird von weitläufigen Platzanlagen mit großformatigen, modernen Gebäude geprägt. Der öffentliche Raum des Rathausplatzes sowie das Rathaus wurden in den letzten Jahren umgestaltet. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die Erweiterung des Stern-Centers (nach der Schließung des Kaufhofs) sowie der Neubau des Textilkaufhauses Sinn Leffers. Der Umbau des Altstandortes von Sinn Leffers und eine damit einhergehende Folgenutzung durch ein Textilkaufhaus ist in Planung und würde die Entwicklungen um den Sternplatz abrunden. Dabei ist das „Forum am Sternplatz“ mit seinen städtebaulichen Schwächen sowie der hohen Anzahl an Leerständen nach wie vor der Schwachpunkt in diesem Kernbereich der Innenstadt.

In östlicher Richtung schließt sich die Wilhelmstraße mit einem dichten Einzelhandelsbesatz an. Zentrentypischer Branchenmix, Angebotsqualität, Außendarstellung und öffentlicher Raum entsprechen den Anforderungen an eine Hauptlage. Tiefenentwicklungen des Einzelhandels in Richtung Schillerstraße und dort lokalisierte, attraktive, innerstädtische Plätze mit Gastronomieangeboten sind weitere hochwertige Stadtbausteine dieses City-Bereiches. Die weitläufigen Raumfolgen am Rathaus stehen dabei in reizvollem Kontrast zur Enge und Intimität der Wilhelmstraße und der Altstadt und verleihen der Innenstadt von Lüdenscheid eine großstädtische Komponente.

Insgesamt sind in diesem Bereich 33.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Mit der Umgestaltung des Sternplatzes, des Neubaus von Sinn Leffers und der Nutzung des ehemaligen P&C-Gebäude durch TK Maxx wurde die Hauptlage gestärkt. An der Nordseite des Rathausplatzes dominieren Dienstleistungsnutzungen bzw. ein größerer Leerstand (Postgebäude). Östlich des Sternplatzes setzt sich die Haupteinkaufslage mit dem Sterncenter in der Wilhelmstraße fort und endet in Höhe der Einmündung der Luisenstraße. Der kleinteilige, dichte Besatz an der Wilhelmstraße sowie das städtebaulich wie einzelhandelsseitig gut integrierte Einkaufszentrum Stern Center und das Textilkauflhaus Sinn Leffers sind derzeit die wichtigen Stützen des Geschäftszentrums und bilden eine stabile und zukunftsfähige Hauptlage.

Vor diesem Hintergrund ist die Umstrukturierung unter besonderer Berücksichtigung des ehemaligen Sinn Leffers Gebäudes aber insbesondere auch des Forums fortzuführen. Trotz der zurzeit noch sichtbaren Schwächen bezüglich der Nutzungen verspricht dieser Bereich sich, nicht zuletzt durch die ambitionierten Neugestaltungen im öffentlichen Raum, weiter zu einem attraktiven Stadtbaustein zu entwickeln.

Die Altstadt mit historischen Strukturen und einer eher beschaulichen Atmosphäre.

Der Abschnitt der Wilhelmstraße östlich der Luisenstraße besticht vor allem durch eine intime Atmosphäre und durch die historische weitgehend intakte Bebauungsstruktur. Der Erhaltungszustand ist tendenziell weniger gut. Der Einzelhandel weist mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.000 m² Verkaufsfläche nur noch eine geringe Dichte auf und scheint teilweise auf dem Rückzug. Die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe bewegen sich unterhalb der Großflächigkeit. Ein Lebensmitteldiscounter (Netto) stellt mit einer Verkaufsfläche von rund 370 m² den größten Betrieb in diesem Geschäftsbereich dar. Daneben fehlen Magnetbetriebe, die zu einer zusätzlichen Attraktivität beitragen könnten.

In den Einzelhandelslagen der Altstadt lässt sich ein Abfall des Angebotsniveaus feststellen, das auch in der Außendarstellung der Betriebe und einer – zum Zeitpunkt der Erhebung im Vergleich zu 2005 – zu verzeichnenden Zunahme der Leerstände zum Ausdruck kommt. Die sich aktuell abzeichnenden Entwicklungen bestätigen den Trend, dass künftig nicht alle Ladenlokale mit Einzelhandel nachgenutzt werden können. Neben kleineren, auch hochwertigen Spezialgeschäften (Braut- und Abendmoden, Designer-Moden) stellen derzeit u.a. Cafés Nutzungsalternativen für das sehr individuelle und hochwertige, städtische Umfeld dar. Aufgrund der geringen Einzelhandelsdichte ist der Geschäftsbereich in der Altstadt als Nebenlage einzuordnen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Innenstadt von Lüdenscheid nach wie vor eine attraktive Gesamtstruktur aufweist, sowohl auf städtebaulichem Feld als auch aus einzelhandelsrelevanter Sicht. Die Entwicklungen der vergangenen Jahre haben zu einer erheblichen Aufwertung der Hauptlage der Lüdenscheider Innenstadt beigetragen. Der teilweise etwas unwirtlich wirkenden Anfahrt durch die Tunnelbauwerke stehen attraktive und gepflegte Aufenthaltsbereiche gegenüber. Historische und neuzeitliche Strukturen bilden reizvolle Kontraste. Der Einzelhandel weist in einer konzentrierten räumlichen Anordnung ein breites Angebotsspektrum auf. Die Gastronomie bietet zahlreiche interessante Anlaufpunkte, die in der Innenstadt verteilt sind. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist sowohl für den Individualverkehr als auch für den Öffentlichen Nahverkehr (über den zentralen Busknotenpunkt an der Sauerfelder Straße und den Bahnhof Lüdenscheid) gegeben.

Neben der Leerstandsproblematik an den östlichen Rändern des Geschäftszentrums ist vor allem die Situation im Bereich „Forum am Sternplatz“ weiterhin als kritisch zu benennen. Hier sind umfassende Strategien zur Behebung der Probleme gefragt, die voraussichtlich allerdings nicht ohne ein Mitwirken des Eigentümers umsetzbar sind.

4.4.2 Der Standort Berliner Straße / Bräuckenstraße

Der Standort Berliner Straße / Bräuckenstraße reicht ausgehend von der Einmündung Berliner Straße / Bräuckenstraße, den Kindergarten, die Kirche, den Lebensmitteldiscounter (Lidl) sowie den bestehenden Einzelhandel nördlich der Bräuckenstraße und südlich der Bromberger Straße umfassend, bis zur Potenzialfläche gegenüber der Einmündung Bräuckenstraße / Nottebohmstraße. Im Rahmen der Arrondierung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches fallen auch ein Gewerbebetrieb (an der Bromberger Straße) sowie Wohngebäude nördlich und südlich des Lebensmitteldiscounters (Lidl) mit in diesen Bereich.

Karte 6: Nutzungen im Bereich Berliner Straße / Bräuckenstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Derzeit im Bau – zur Stärkung der Grundversorgungsfunktion an diesem Standort – sind ein Lebensmittelsupermarkt (1.350 m² Verkaufsfläche), Getränkemarkt (500 m² Verkaufsfläche), Lebensmitteldiscounter (1.000 m² Verkaufsfläche), ein Drogeriefachmarkt (600 m² Verkaufsfläche) sowie kleinere Flächen für ergänzende Nutzung, Dienstleistung oder Gastronomie.

Tabelle 8: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im zentralen Bereich Berliner Straße / Brückenstraße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	3	760	5,3	15,3	0,35
Blumen (Indoor) / Zoo	-	10	*	0,7	0,04
Gesundheit und Körperpflege	-	70	0,4	2,4	0,19
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	10	0,1	1,4	0,04
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3	850	5,8	19,8	0,30
Bekleidung	-	210	0,9	3,5	0,26
Schuhe / Lederwaren	-	-	-	1,0	-
GPK / Haushaltswaren	-	30	0,1	0,5	0,19
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-	0,8	-
Sport und Freizeit	-	-	-	0,7	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	240	1,0	6,5	0,16
Wohneinrichtung	1	230	0,5	0,9	0,53
Möbel	1	260	0,4	2,2	0,18
Elektro / Leuchten	-	40	0,2	1,1	0,15
Elektronik / Multimedia	-	60	0,6	2,9	0,19
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,5	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,5	-
Baumarktsortimente	1	250	0,4	3,3	0,13
Gartenmarktsortimente	-	-	-	0,6	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	3	840	2,1	12,0	0,17
Sonstiges	-	-	-	0,3	-
Gesamtsumme	6	1930	8,9	38,6	0,23

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen
Erläuterungen: * Umsätze kleiner 0,1 Mio. Euro werden nicht ausgewiesen.

Der Einzelhandel an diesem Standort soll damit künftig einer Versorgungsfunktion für die Stadtbezirke Honsel / Eichholz, Kalve / Wefelshohl (jeweils anteilig) und für den defizitär ausgestatteten Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal übernehmen. Durch die jüngsten Entwicklungen wird die bestehende Ausstrahlung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels gestärkt. Im Zusammenspiel mit den bestehenden und geplanten ergänzenden Nutzungen wird dieser Standort als zentraler Versorgungsbereich weiter entwickelt.

4.4.3 Der Standort Bräuckenkreuz

Die Brückenstraße stellt eine städtische Einfallstraße dar. Im Kreuzungsbereich Brückenstraße / Hochstraße / Talstraße / Herscheider Landstraße und auch im weiteren Verlauf Richtung Norden sind unterschiedliche z.T. großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Der Einzelhandel profitiert hier nicht zuletzt von der autokundenorientierten Lage.

Karte 7: Nutzungen im Bereich Bräuckenkreuz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Insgesamt sind an diesem Standort rund 4.950 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Zu den größten Anbietern zählen der Elektronikfachmarkt Berlet, der Lebensmittelvollsortimenter Kaufpark sowie ein Lebensmitteldiscounter Netto. Die Angebotsschwerpunkte liegen somit zum einen im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (1.940 m² Verkaufsfläche) sowie in der Warengruppe Elektronik / Multimedia (1.460 m² Verkaufsfläche). Daneben gibt es kleinere Einzelhandelsanbieter, wie einen Getränkemarkt, einen Zoofachmarkt, ein Fahrradgeschäft, eine Bäckerei sowie Dienstleister und gastronomische Angebote (u.a. Sparkasse, Spielcasino, Café).

Die angebots- und nachfrageseitigen Kennwerte des Standortes Bräuckenkreuz werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 9: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Bräuckenkreuz

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	8	1.940	9,6	23,3	0,41
Blumen (Indoor) / Zoo	2	600	1,2	1,1	1,07
Gesundheit und Körperpflege	1	140	0,7	3,7	0,18
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	70	0,4	2,1	0,18
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	12	2.750	11,9	30,2	0,39
Bekleidung	-	10	*	5,3	0,01
Schuhe / Lederwaren	-	-	-	1,5	-
GPK / Haushaltswaren	-	30	0,1	0,7	0,13
Spielwaren / Hobbyartikel	-	10	*	1,3	0,02
Sport und Freizeit	1	110	0,3	1,1	0,31
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	160	0,4	9,9	0,05
Wohneinrichtung	-	20	*	1,3	0,02
Möbel	-	120	0,2	3,3	0,06
Elektro / Leuchten	-	440	1,5	1,6	0,91
Elektronik / Multimedia	1	1.460	11,6	4,4	2,65
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,8	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,7	-
Baumarktsortimente	-	-	-	5,0	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-	0,9	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	1	2.040	13,3	18,0	0,74
Sonstiges	-	-	-	0,4	-
Gesamtsumme	14	4.950	25,6	58,5	0,44

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen

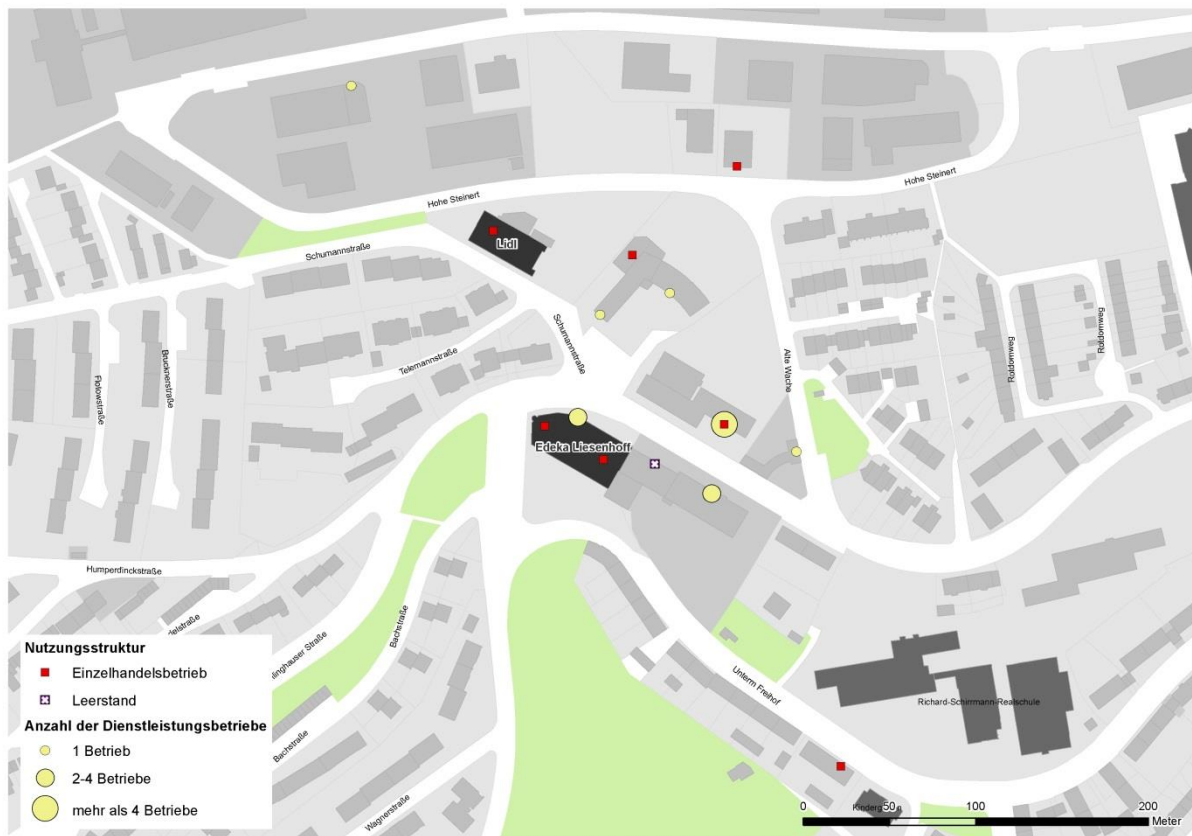
Erläuterungen: * Umsätze kleiner 0,1 Mio. Euro werden nicht ausgewiesen.

In erster Linie übernimmt dieser Standort aufgrund seiner Lage anteilig eine Grundversorgungsfunktion für die Stadtbezirke Bierbaum / Höh / Hellersen (4.500 Personen) und Ramsberg / Hasley / Baukloh (8.100 Personen). Der Elektronikfachmarkt hat eine über dieses Einzugsgebiet hinausreichende Versorgungsbedeutung und ist als Wettbewerbsstandort zum innerstädtischen Einzelhandel einzustufen. Im Bereich der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung entwickelt der hier angesiedelte Einzelhandel im zugedachten Einzugsgebiet (10.700 Personen) eine Zentralität von 0,39. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt die Zentralität bei 0,41. Es ist somit davon auszugehen, dass die Einzelhandelsbetriebe eine über den direkten Nahbereich hinausreichende Grundversorgungsbedeutung entwickeln.

4.4.4 Der Standort Buckesfeld / Unterm Freihof

Im Bezirk Buckesfeld, integriert im nördlichen Teil des Wohnsiedlungsgebietes, sind im Bereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof / Schumannstraße insgesamt rund 2.500 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Die funktionstragenden Märkte an diesem Standort sind ein Supermarkt (Edeka) und ein Lebensmitteldiscounter (Lidl). Weitere nahversorgungsrelevante Anbieter (u.a. Getränkemarkt, Bäckerei) ergänzen das Angebot. Den Lebensmittelmärkten sind Sammelparkplätze zugeordnet.

Karte 8: Nutzungen im Bereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Neben dem Einzelhandel sind an diesem Standort außerdem verschiedene Dienstleister (u.a. Steuerberater, Versicherung, Frisör), Ärzte, eine Sparkasse und gastronomische Angebot vorhanden.

Aufgrund der Dichte der Einzelhandelsnutzungen und ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomie stellt sich dieser Bereich als städtebauliche Einheit dar, die sich von dem umliegenden Wohnsiedlungsbereich absetzt.

Die angebots- und nachfrageseitigen Kennwerte des zentralen Bereiches Buckesfeld / Unterm Freihof werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 10: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Buckesfeld / Unterm Freihof

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	5	2.090	12,0	13,6	0,88
Blumen (Indoor) / Zoo	-	30	0,1	0,7	0,12
Gesundheit und Körperpflege	-	170	0,9	2,2	0,43
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	30	0,1	1,2	0,12
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	5	2.320	13,1	17,7	0,75
Bekleidung	-	50	0,3	3,1	0,09
Schuhe / Lederwaren	-	-	-	0,9	-
GPK / Haushaltswaren	-	50	0,2	0,4	0,41
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-	0,7	-
Sport und Freizeit	-	-	-	0,6	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	100	0,5	5,7	0,09
Wohneinrichtung	-	-	-	0,8	-
Möbel	-	-	-	1,9	-
Elektro / Leuchten	-	-	-	1,0	-
Elektronik / Multimedia	-	40	0,4	2,5	0,16
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,5	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,4	-
Baumarktsortimente	-	-	-	2,9	-
Gartenmarktsortimente	-	20	*	0,5	0,05
Überwiegend langfristiger Bedarf	-	60	0,4	10,5	0,04
Sonstiges	-	-	-	0,3	-
Gesamtsumme	5	2.480	14,0	34,2	0,41

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen
Erläuterungen: * Umsätze kleiner 0,1 Mio. Euro werden nicht ausgewiesen.

Das Angebot an diesem Standort stellt einen wesentlichen Bestandteil des wohnungsnahen Versorgungsangebotes für den Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen (6.200 Personen) dar, welches mit einer Lebensmittelverkaufsflächenausstattung von 0,36 m² / Einwohner als gut eingestuft werden kann.

Im Bereich der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung entwickelt der hier angesiedelte Einzelhandel eine Zentralität von 0,75. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt die Zentralität bei 0,88. Es ist somit davon auszugehen, dass die Einzelhandelsbetriebe eine über den direkten Nahbereich hinausreichende Grundversorgungsbedeutung entwickeln und einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen leisten.

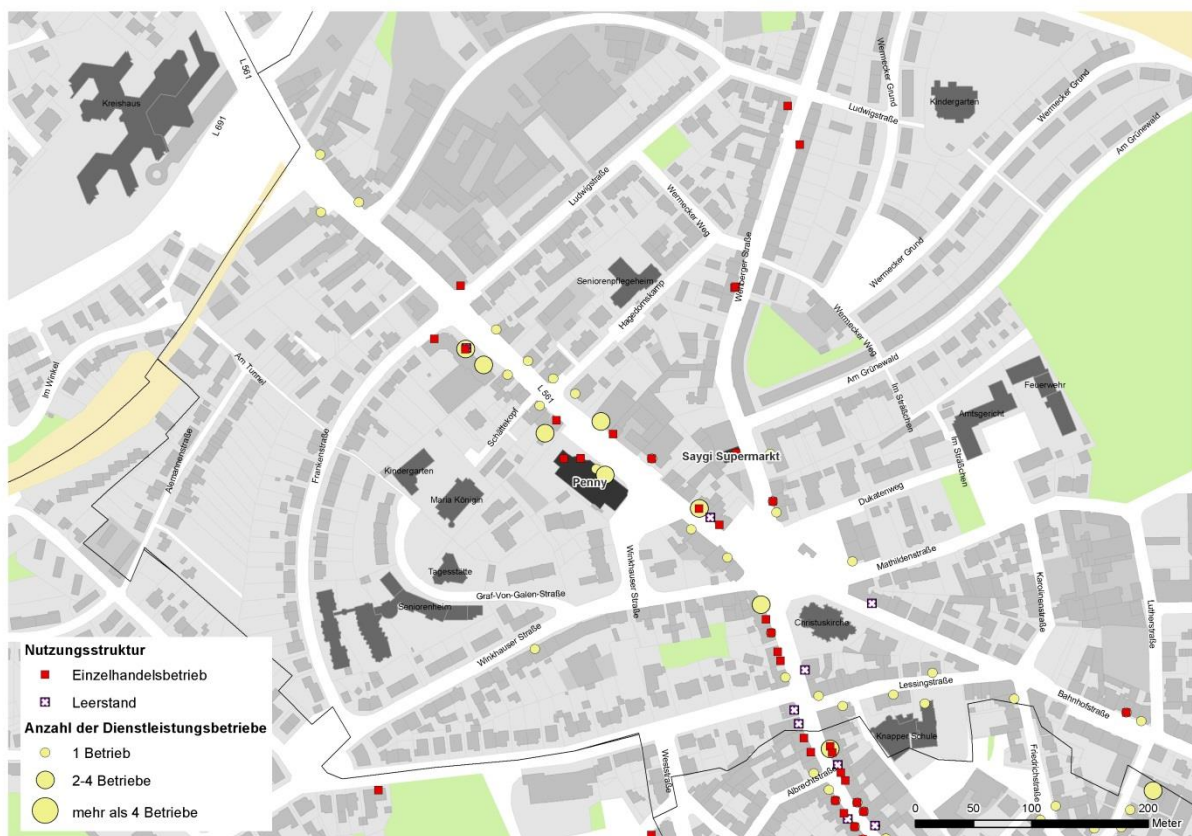
Nördlich des eigentlichen Wohnsiedlungsbereiches des Stadtbezirkes Buckesfeld, an der Hohen Steinert, ergänzt ein weiterer Lebensmitteldiscounter (Aldi) die Versorgung der Bevölkerung im Stadtbezirk. Dieser Standort ist aufgrund seiner Lage jedoch in erster Linie als autokundenorien-

tierter Einzelhandelsstandort und nur nachrangig als fußläufig erreichbar einzustufen. Sein Einzugsbereich reicht somit über den Stadtbezirk Buckesfeld hinaus.

4.4.5 Der Standort Heedfelder Straße

Die Heedfelder Straße stellt eine städtische Ausfallstraße von der Innenstadt in nordwestlicher Richtung dar. Im Abschnitt zwischen Ludwigstraße / Frankenstraße und Winkhauser Straße sind Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Im Umfeld schließen sich unmittelbar Wohnnutzungen an. Der Sortimentsschwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung. Größere Lebensmittelmärkte in diesem Abschnitt sind ein Lebensmitteldiscounter (Netto, 960 m² Verkaufsfläche) sowie ein Supermarkt mit türkisch ausgerichteter Produktpalette (Saygi, 470 m² Verkaufsfläche) an der Wehberger Straße. Kleinere Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Angeboten (z.B. Bäcker) und auch Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Angeboten (u.a. Reitsport, Wohneinrichtung, Spielwaren) ergänzen das Angebot. Insgesamt umfasst das Verkaufsflächenangebot rund 2.200 m². In diesem Bereich verdichten sich Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastronomische Angebote. So ergänzen u.a. Ärzte, ein Kosmetikstudio, ein Sonnenstudio, ein Frisör, eine Fahrschule, eine Sparkasse sowie gastronomische Anbieter das Einzelhandelsangebot.

Karte 9: Nutzungen im Bereich Heedfelder Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Die Versorgungsbedeutung des Standortes ist auf die Nahversorgung im Stadtbezirk Grünewald (rund 4.800 Personen) ausgerichtet. Neben diesen Angeboten im Bereich Heedfelder Straße gibt es innerhalb des Stadtbezirks, am östlichen Rand an der Altenauer Straße einen weiteren Lebens-

mitteldiscounter (1.130 m² Verkaufsfläche). Dieser hat aufgrund seiner Lage (Randbereich des Bezirks, orientiert auf Kunden, die mit dem Auto zum Einkaufen fahren) nur eine eingeschränkte Versorgungsbedeutung für den Stadtbezirk Grünewald. Für den Stadtbezirk Grünewald ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von 0,47 m² / Einwohner.

Die angebots- und nachfrageseitigen Kennwerte des zentralen Bereiches Heedfelder Straße werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 11: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten am Standort Heedfelder Straße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.210	6,4	10,5	0,61
Blumen (Indoor) / Zoo	-	20	*	0,5	0,06
Gesundheit und Körperpflege	2	150	0,8	1,7	0,45
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	-	-	0,9	0,02
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	5	1.380	7,2	13,6	0,53
Bekleidung	-	40	0,2	2,4	0,07
Schuhe / Lederwaren	-	-	-	0,7	-
GPK / Haushaltswaren	-	30	0,1	0,3	0,27
Spielwaren / Hobbyartikel	1	30	0,1	0,6	0,19
Sport und Freizeit	1	180	0,7	0,5	1,38
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2	280	1,1	4,5	0,24
Wohneinrichtung	3	250	0,5	0,6	0,88
Möbel	-	110	0,2	1,5	0,11
Elektro / Leuchten	-	-	-	0,7	-
Elektronik / Multimedia	1	50	0,4	2,0	0,20
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,4	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,3	-
Baumarktsortimente	1	130	0,2	2,3	0,08
Gartenmarktsortimente	-	-	-	0,4	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	5	540	1,3	8,2	0,16
Sonstiges	-	-	-	0,2	-
Gesamtsumme	12	2.200	9,6	26,6	0,36

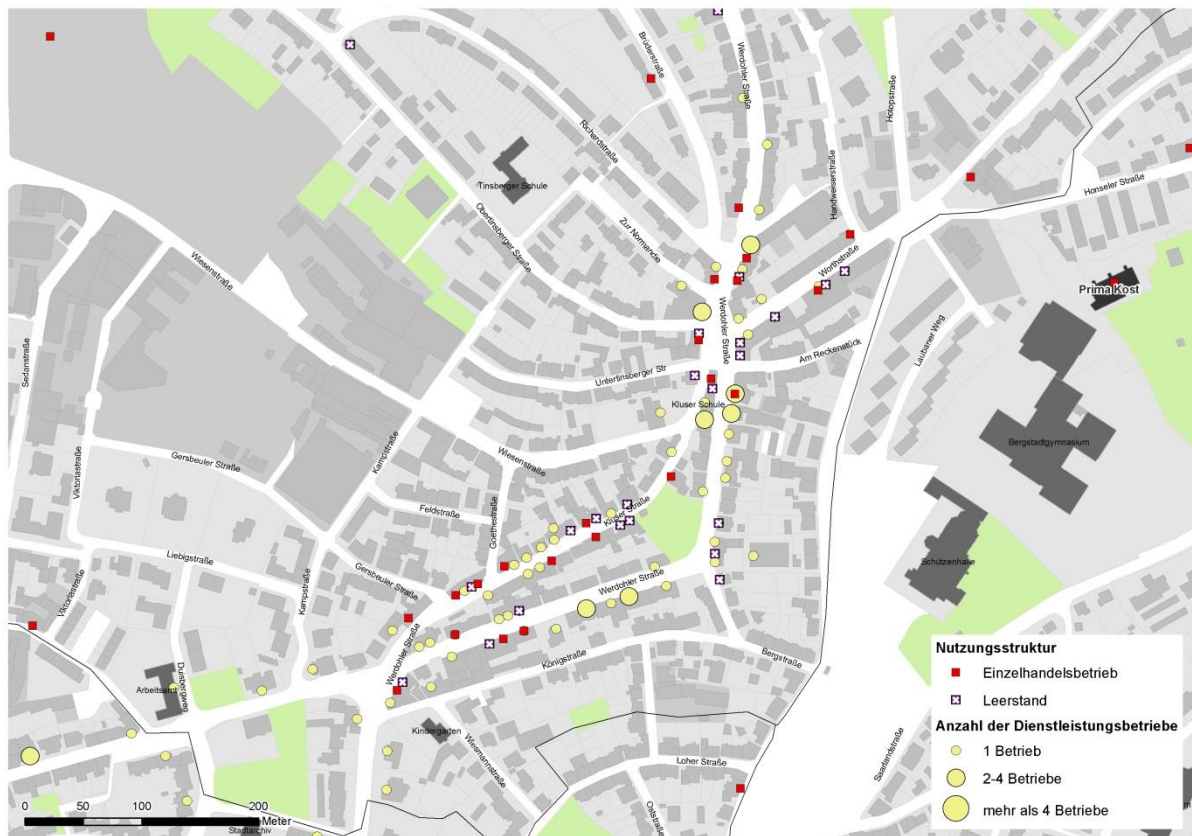
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen
Erläuterungen: * Umsätze kleiner 0,1 Mio. Euro werden nicht ausgewiesen.

Im Bereich der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung entwickelt der hier angesiedelte Einzelhandel eine Zentralität von 0,53 im Stadtbezirk. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt die Zentralität bei 0,61. Es ist somit davon auszugehen, dass die Einzelhandelsbetriebe eine über den direkten Nahbereich hinausreichende Grundversorgungsbedeutung entwickeln und einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung im Stadtbezirk Grünewald leisten.

4.4.6 Der Standort Kluser Straße

Im Bereich der Kluser Straße, die zwischen Untertinsberger Straße / Worthstraße und Humboldtstraße parallel zur Werdohler Straße verläuft, sind vor allem Gastronomie und Dienstleistungen deutlich untergeordnet sowie sehr kleinteilig Einzelhandel angesiedelt. Auffallend ist darüber hinaus eine hohe Anzahl an leerstehenden, kleineren Ladenlokalen. Von insgesamt 1.660 m² Verkaufsfläche entfallen rund 800 m² auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Dies entspricht einem Verkaufsflächenanteil von rund 25 % innerhalb des Stadtbezirkes (Tinsberg / Kluse, 7.300 Personen). Der größte Anbieter in diesem Bereich ist der Lebensmitteldiscounter Netto mit rund 360 m² Verkaufsfläche. Diese Betriebsgröße liegt deutlich unterhalb heutiger Marktzutrittsgrößen von Lebensmittelmärkten. Es bestehen allerdings auch keine Entwicklungsflächen zur Erweiterung oder Verlagerung dieses Marktes.

Karte 10: Nutzungen im Bereich Kluser Straße



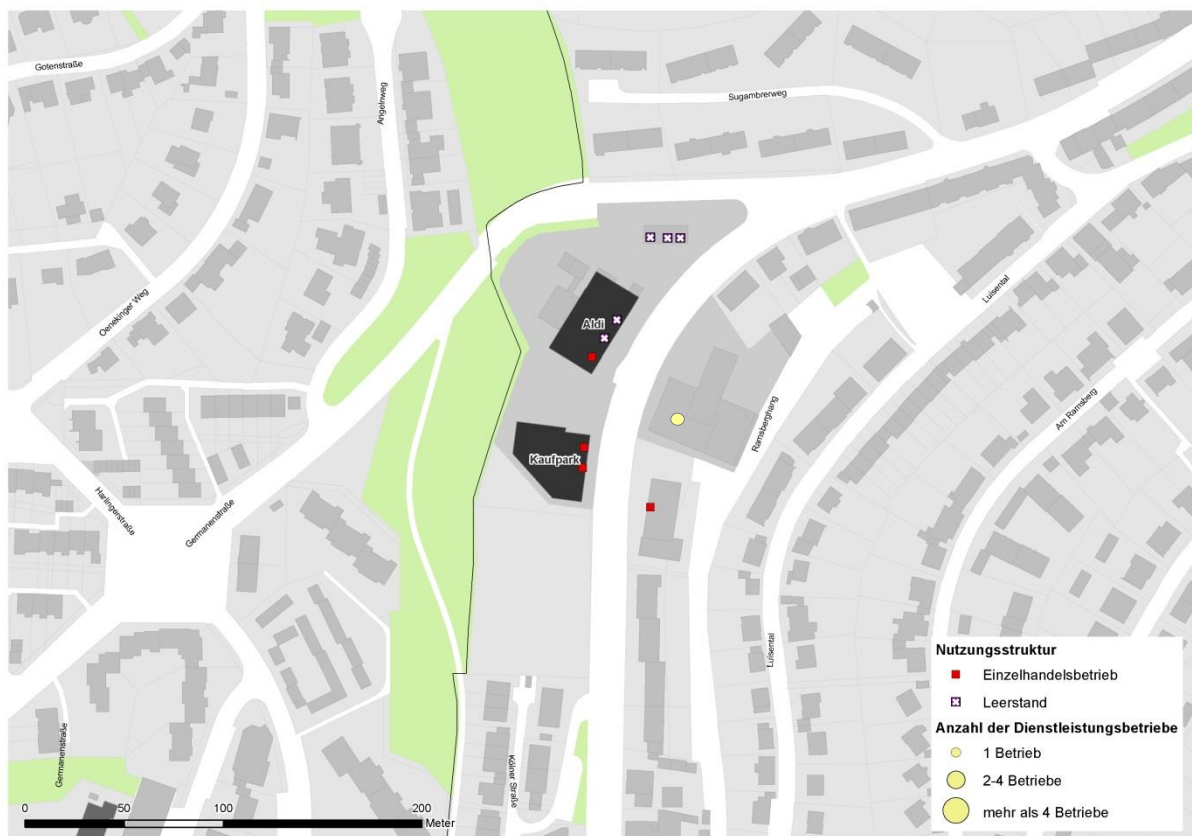
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Der Einzelhandel – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – kann keine über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsbedeutung entwickeln. Im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse und z.T. auch darüber hinaus tragen weitere Anbieter (u.a. Verbrauchermarkt Toom, Altenaer Straße) zur Grundversorgung der Bevölkerung bei. Vor dem Hintergrund der geringen Einzelhandelsdichte und Ausstrahlungskraft sowie fehlender Entwicklungsperspektiven zur Stärkung der Funktionen ist festzuhalten, dass dieser Standort nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) erfüllt.

4.4.7 Der Standort Kölner Straße

Im Bereich der Kölner Straße südlich der Einmündung Germanenstraße sind westlich der Kölner Straße ein Lebensmittelvollsortimenter (Kaufpark, 900 m² Verkaufsfläche), ein Lebensmitteldiscounter (Aldi, 820 m² Verkaufsfläche) und auf der gegenüberliegenden Straßenseite ein Getränkemarkt (Getränkemarkt, 400 m² Verkaufsfläche) angesiedelt. Das nördlich des Lebensmitteldiscounters gelegene Gebäude steht mit seinen drei Ladenlokalen leer. Die Lebensmittelmärkte weisen insgesamt einen veralteten Bestand auf, was sowohl in den Verkaufsflächen der Betriebe, diese liegen unterhalb heutiger Marktzutrittsgrößen, als auch in der Stellplatzsituation zum Ausdruck kommt. Die Verknüpfung der Bausteine Lebensmittelvollsortimenter und Getränkemarkt ist durch die dazwischen liegende Kölner Straße erschwert. Grundsätzlich stellt die Kombination aus Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelvollsortimenter und Getränkemarkt ein stabiles Grundgerüst für die Nahversorgung dar, allerdings stellen die vorrangig funktionale Ausrichtung und qualitative Mängel die wesentlichen Schwächen dieses Standortes dar von denen ein entsprechender Handlungsbedarf abgeleitet werden kann. Mögliche Potenziale zur Umstrukturierung dieses Standortes sind im Bereich der Leerstände im Norden sowie der mindergenutzten Gebäude östlich der Kölner Straße (u.a. ist diese Immobilie gewerblich genutzt, außerdem befindet sich dort ein Fitnessstudio) zu erkennen.

Karte 11: Nutzungen im Bereich Kölner Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der ALK

Darüber hinaus sind Erweiterungspotenziale an den jeweiligen Standorten der Märkte, vor allem aufgrund der bestehenden topographischen Verhältnisse (steile Böschung hinter den Gebäuden) sowie umliegenden Nutzungen, kaum gegeben.

Insgesamt könnte, unter Einbeziehung der östlichen Seite der Kölner Straße sowie des heutigen Einzelhandelsbestandes, eine Umstrukturierung des gesamten Standortes vollzogen werden, die dazu beitragen kann diesen Bereich hinsichtlich seiner Nahversorgungsfunktion deutlich zu stärken. In diesem Zuge sind auch verkehrliche Maßnahmen, zur Verbesserung der städtebaulichen Situation zu prüfen, dazu gehört beispielsweise die Schaffung einer Quermöglichkeit für die Kölner Straße für Fußgänger.

Das Nahversorgungsangebot übernimmt für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche der Stadtbezirke Oeneking / Stüttinghausen (6.500 Personen) und Ramsberg / Hasley / Baukloh (8.100 Personen) eine bedeutende Versorgungsfunktion. Die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt im Bezirk Oeneking / Stüttinghausen bei 0,33 m² / Einwohner. Im Bezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh sind dagegen keine strukturprägenden Anbieter vorhanden. Das Einzugsgebiet des Standortes Kölner Straße umfasst anteilig diese Stadtbezirke, welche westlich und östlich der Kölner Straße liegen. Sie gehen siedlungsräumlich ineinander über und verfügen weder über ein eigenes städtebauliches noch einzelhandelsrelevantes Zentrum. Dabei ist zu berücksichtigen, dass über das Angebot an der Kölner Straße hinaus kein weiterer strukturprägender Lebensmitteleinzelhandel zur Versorgung der in diesem Stadtbezirk lebenden Menschen besteht. Der nächstgelegene Einkaufsstandort ist die östlich gelegene Innenstadt.

Die angebots- und nachfrageseitigen Kennwerte des zentralen Bereiches Kölner Straße werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 12: Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Kölner Straße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	4	1.860	10,0	16,0	0,63
Blumen (Indoor) / Zoo	-	20	*	0,8	0,06
Gesundheit und Körperpflege	-	120	0,6	2,5	0,24
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	20	0,1	1,4	0,06
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4	2.020	10,7	20,7	0,52
Bekleidung	-	40	0,2	3,6	0,06
Schuhe / Lederwaren	-	-	-	1,0	0,02
GPK / Haushaltswaren	-	50	0,2	0,5	0,33
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-	0,9	-
Sport und Freizeit	-	-	-	0,7	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	90	0,4	6,7	0,06
Wohneinrichtung	-	-	-	0,9	-
Möbel	-	-	-	2,3	-
Elektro / Leuchten	-	-	-	1,1	-
Elektronik / Multimedia	-	30	0,3	3,0	0,10
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,6	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,5	-

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Baumarktsortimente	-	-	-	3,5	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-	0,6	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	-	30	0,3	12,5	0,03
Sonstiges	-	-	-	0,3	-
Gesamtsumme	4	2.140	11,4	40,2	0,29

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Oktober 2012; IFH Köln 2013, eigene Berechnungen
Erläuterungen: * Umsätze kleiner 0,1 Mio. Euro werden nicht ausgewiesen.

Insgesamt umfasst der Standort rund 2.100 m² Verkaufsfläche, davon entfällt das Gros auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung (2.000 m² Verkaufsfläche) bzw. Nahrungs- und Genussmittel (1.860 m² Verkaufsfläche). Im Bereich der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung entwickelt der hier angesiedelte Einzelhandel für das zugedachte Einzugsgebiet eine Zentralität von 0,52. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt die Zentralität bei 0,63. Es ist somit davon auszugehen, dass die Einzelhandelsbetriebe eine über den direkten Nahbereich hinausreichende Grundversorgungsbedeutung entwickeln und einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung der Stadtbezirke Oeneking / Stüttinghausen und Ramsberg / Hasley / Baukloh leisten.

4.4.8 Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel in Lüdenscheid

Bereits im Kapitel 4.2 wurde auf die Bedeutung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Lüdenscheid hingewiesen. An dieser Stelle soll noch einmal explizit auf großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment hingewiesen werden, die einen wichtigen Angebotsbaustein in der Einzelhandelsstruktur Lüdenscheids bilden und eine wichtige Ergänzung zu den Angeboten in den zentralen Versorgungsbereichen darstellen. Aufgrund der überwiegend flächenintensiven Angebotsformen und der verkehrlichen Anforderungen sind diese Betriebe vor allem an Sonderstandorten außerhalb der Wohnsiedlungsbereiche zu finden. Klassische Fachmarkttagglomerationen existieren in Lüdenscheid hingegen nicht.

Zu den Sonderstandorten des großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels gehören:

- Gartencenter Cordt, Hulsberger Weg
- Gartencenter Kremer, Altenaer Straße
- Baumarkt Obi, Brunscheider Straße
- Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert
- Möbelmarkt Sonneborn, Herscheider Landstraße

4.5 Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken Lüdenscheid

In der Gesamtschau zeigt sich für die Stadt Lüdenscheid eine **gute quantitative Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Derzeit führen in Lüdenscheid **151 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen mehr als **27.700 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von nahezu **20 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Lüdenscheid entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,37 m² pro Kopf** und liegt somit im Bereich des bundesweiten Vergleichswerts von 0,35 - 0,4 m². Mit rund **144 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 30 % des Gesamtumsatzes des Lüdenscheider Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,87** zeigt, dass darüber hinaus aber auch noch ein absatzwirtschaftlicher Spielraum für weitere Entwicklungen zur Stärkung der Nahversorgung besteht. Entsprechende Maßnahmen sind bereits in Planung, dazu gehört neben der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Brügge-Ost die derzeitige Errichtung von Nahversorgungseinrichtungen am Standort Berliner Straße / Bräuckenstraße.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus vier Verbrauchermärkten, je sieben Supermärkten und 14 Lebensmitteldiscountern sowie zahlreichen kleineren Lebensmittelläden ist positiv zu bewerten. Ergänzt werden die größeren Anbieter durch zahlreiche kleinteilige Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe, so dass eine attraktive Angebots- und Betriebsformenmischung zu konstatieren ist.

In einem nächsten Schritt muss das nahversorgungsrelevante Angebot nun jedoch vor allem **räumlich differenziert** betrachtet werden. Dabei wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel gewisse Unterschiede in den einzelnen Stadtbezirken der Stadt Lüdenscheid gibt.

Tabelle 13: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lüdenscheider Stadtbezirken

Stadtbezirk	Bevölkerung Stand 11 / 2012	Anzahl Betriebe, Kernsortiment NuG	Verkaufsfläche Kernsortiment NuG (in m ²)	Verkaufsfläche NuG pro Einwohner (in m ²)
Bierbaum / Höh / Hellersen	4.498	3	600	0,13
Brügge	2.860	5	860	0,30
Brüninghausen / Augustenthal	1.391	-	-	-
Buckesfeld / Othlinghausen	6.181	9	2.210	0,36
Dickenberg / Eggenscheid	2.956	2	60	0,02
Gevelndorf / Freisenberg	3.887	2	290	0,07
Grünewald	4.824	11	2.250	0,47
Honsel / Eichholz	6.355	17	4.590	0,72

Stadtbezirk	Bevölkerung Stand 11 / 2012	Anzahl Betrie- be, Kernsorti- ment NuG	Verkaufsfläche Kernsortiment NuG (in m ²)	Verkaufsfläche NuG pro Ein- wohner (in m ²)
Innenstadt / Staberg / Knapp	6.151	53	6.170	1,00
Kalve / Wefelshohl	4.890	4	230	0,05
Oeneking / Stüttinghausen	6.532	2	40	0,01
Ramsberg / Hasley / Baukloh	8.101	11	2.640	0,33
Tinsberg / Kluse	7.293	18	3.370	0,46
Vogelberg	3.470	3	720	0,21
Wehberg	4.893	10	3.680	0,75
Wettringhof	925	1	20	0,02
Gesamt	75.207	151	27.730**	0,37

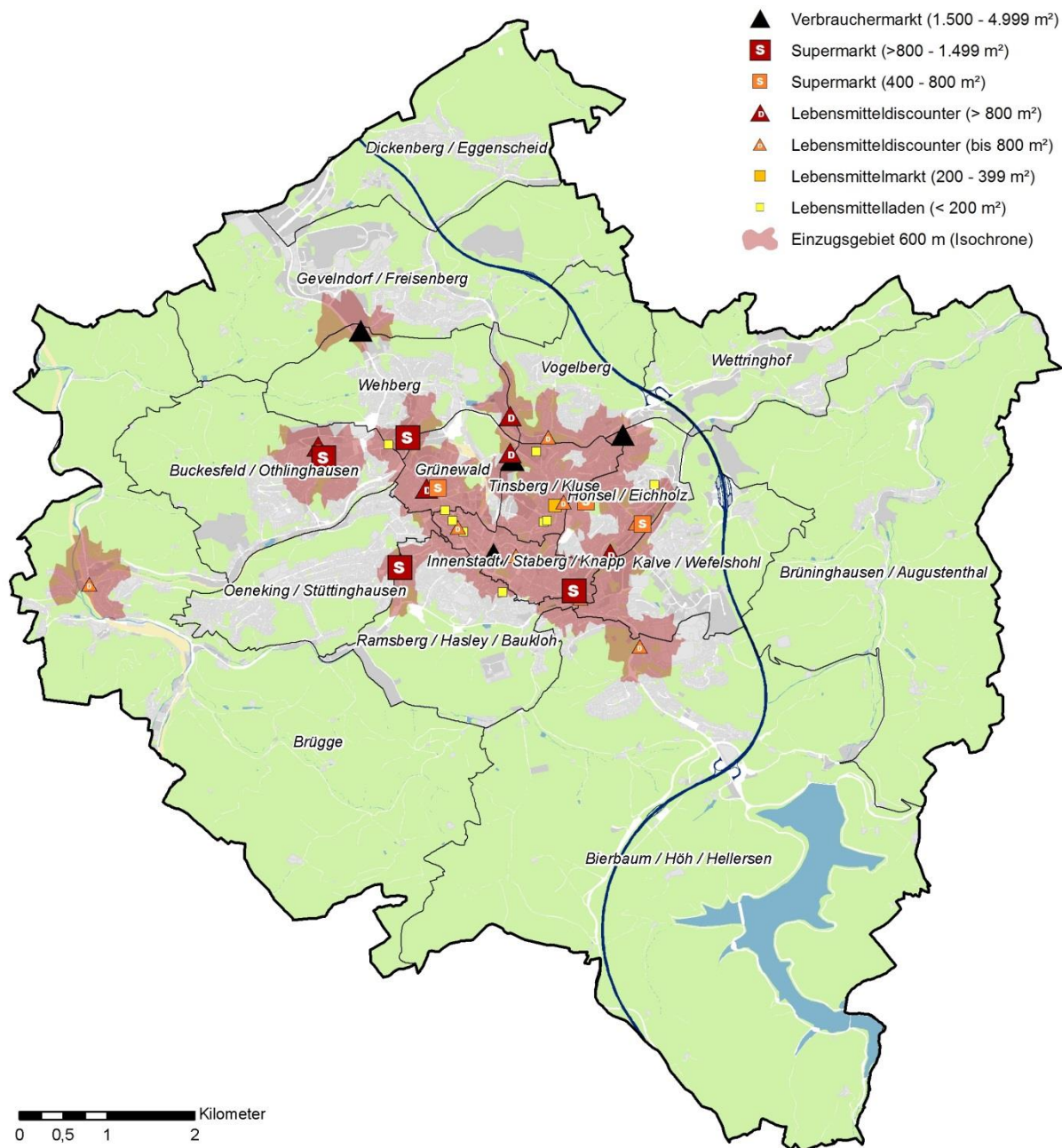
Quelle: Eigene Einzelhandelserhebung in Lüdenscheid, Oktober 2012

* NuG = Nahrungs- und Genussmittel (d.h. Lebensmittel, Getränke, Back- und Fleischwaren etc.)

** Abweichung zu anderen Tabellen rundungsbedingt

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung muss neben der quantitativen Ausstattung in den Stadtbezirken jedoch vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter als Bewertungsmaßstab herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Lüdenscheid mit einer Isodistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 12: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m)



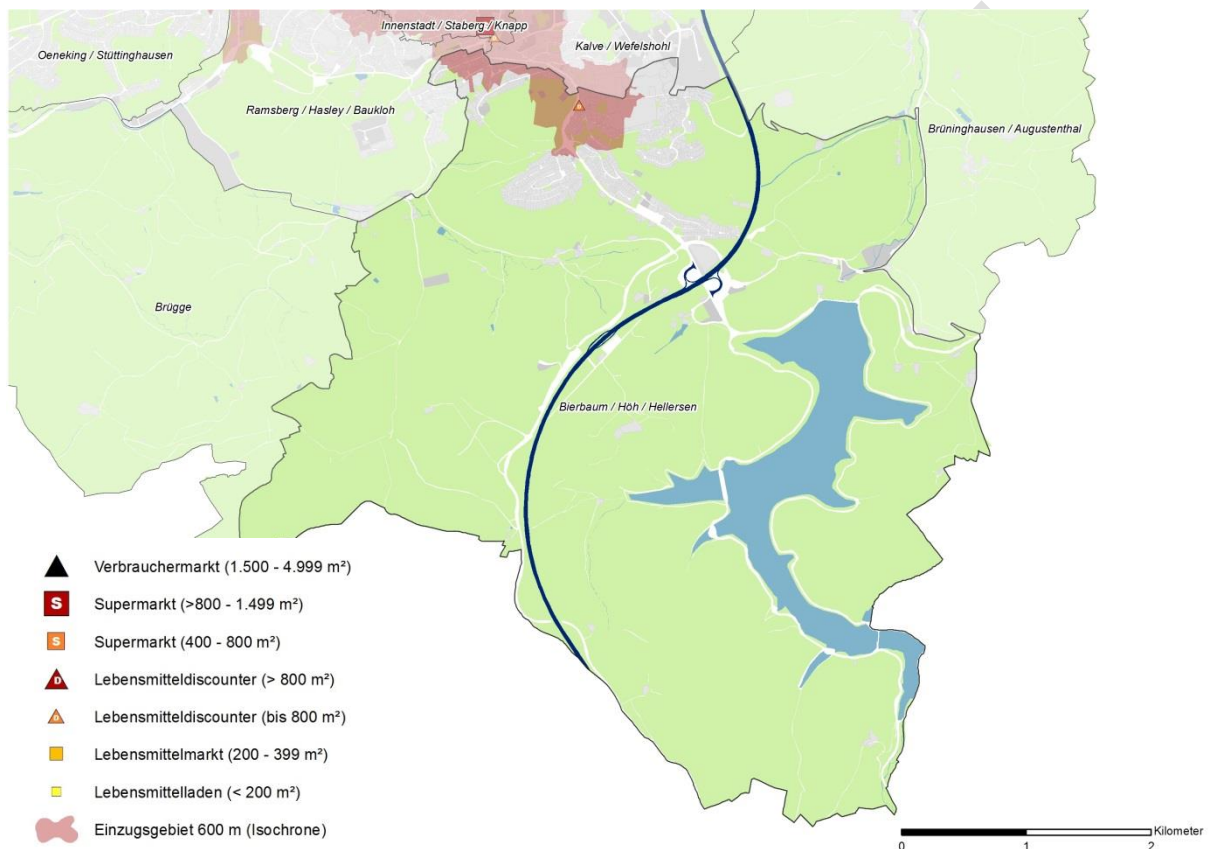
Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Für die Lüdenscheider Stadtbezirke wird im Folgenden eine Bewertung der Nahversorgungssituation und quantitativen, strukturellen und räumlichen Aspekten vorgenommen.

4.5.1 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen

Der Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen ist ein sehr weitläufiger Bezirk im südöstlichen Stadtgebiet, er schließt am südöstlichen Rand an den Hauptsiedlungsbereich Lüdenscheids an. Weite Teile des Bezirks werden forstwirtschaftlich genutzt. Östlich der Nord-Süd-laufenden Autobahn A45 liegt die Versetalsperre.

Karte 13: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	4.498 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 600 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,13 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	ein Lebensmitteldiscounter nicht großflächig (750 m² Verkaufsfläche)
Nahversorgung, räumlich:	Die Randbereiche des zusammenhängenden Wohnsiedlungsbereiches sowie Streulagen werden nicht durch die 600 m-Isodistanz abgedeckt.

Veränderung zu 2005: rückläufige Einwohnerentwicklung um -6 % von 2005 zu 2012
keine Veränderung der Verkaufsfläche bzw. der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung

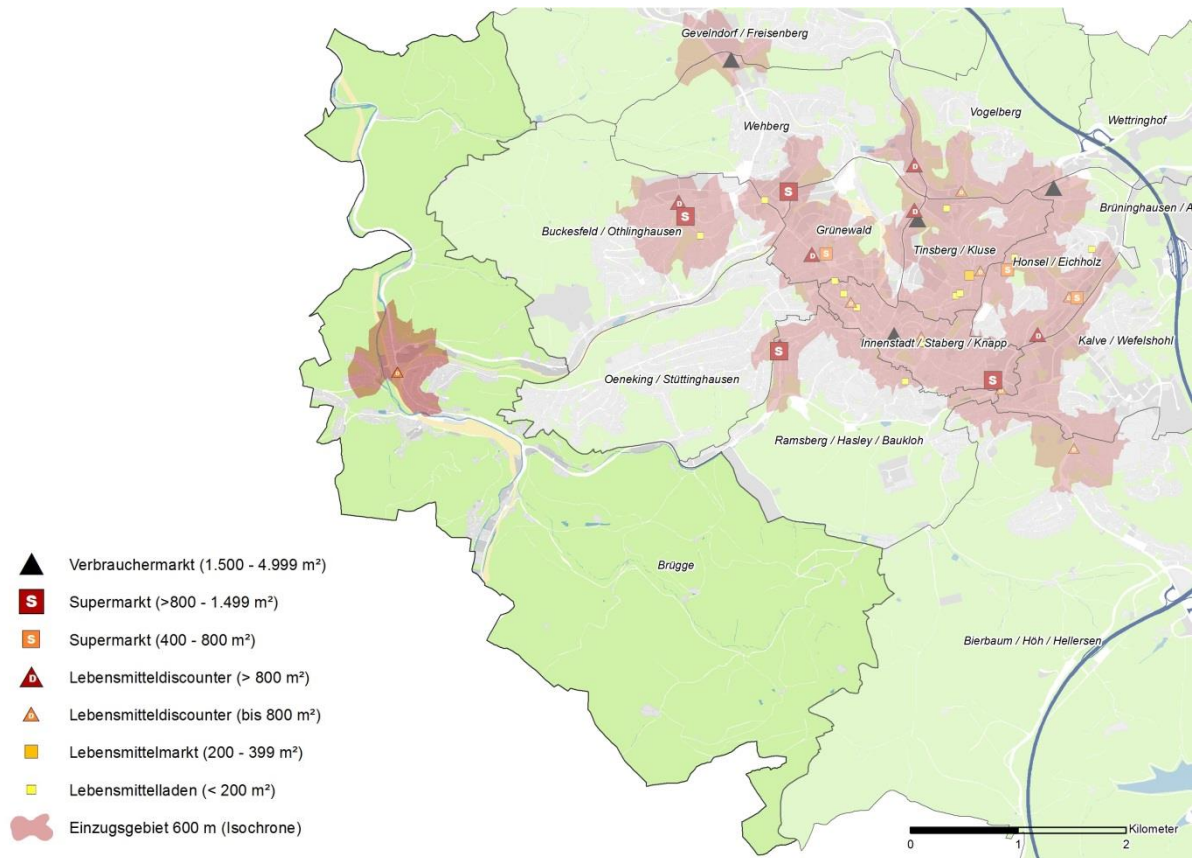
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unterdurchschnittlich.
- Zur Grundversorgung ist ein großer Teil der Bewohner auf die Nutzung eines Kfz angewiesen.
- Den Möglichkeiten der Verbesserung der Situation sind durch die siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Grenzen gesetzt.
- Es besteht daher kein akuter Handlungsbedarf.

4.5.2 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brügge

Der Stadtbezirk Brügge liegt im westlichen Stadtgebiet, deutlich abgesetzt vom Hauptsiedlungsbereich. Er weist eine z.T. kompakte Siedlungsstruktur aber auch Tal- und Streulagen auf. Daneben wird im südlichen Bereich ein hoher Flächenanteil forstwirtschaftlich genutzt.

Karte 14: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brügge



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	2.860 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 860 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,30 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	ein Lebensmitteldiscounter (910 m² Verkaufsfläche)
Nahversorgung, räumlich:	weitreichende räumliche Abdeckung des Hauptsiedlungsbereiches des Bezirks Brügge durch 600 m-Isodistanz, Defizite in Rand- und Streulagen (Tallagen)
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -9 % von 2005 zu 2012, keine Veränderung der Verkaufsfläche bzw. der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung

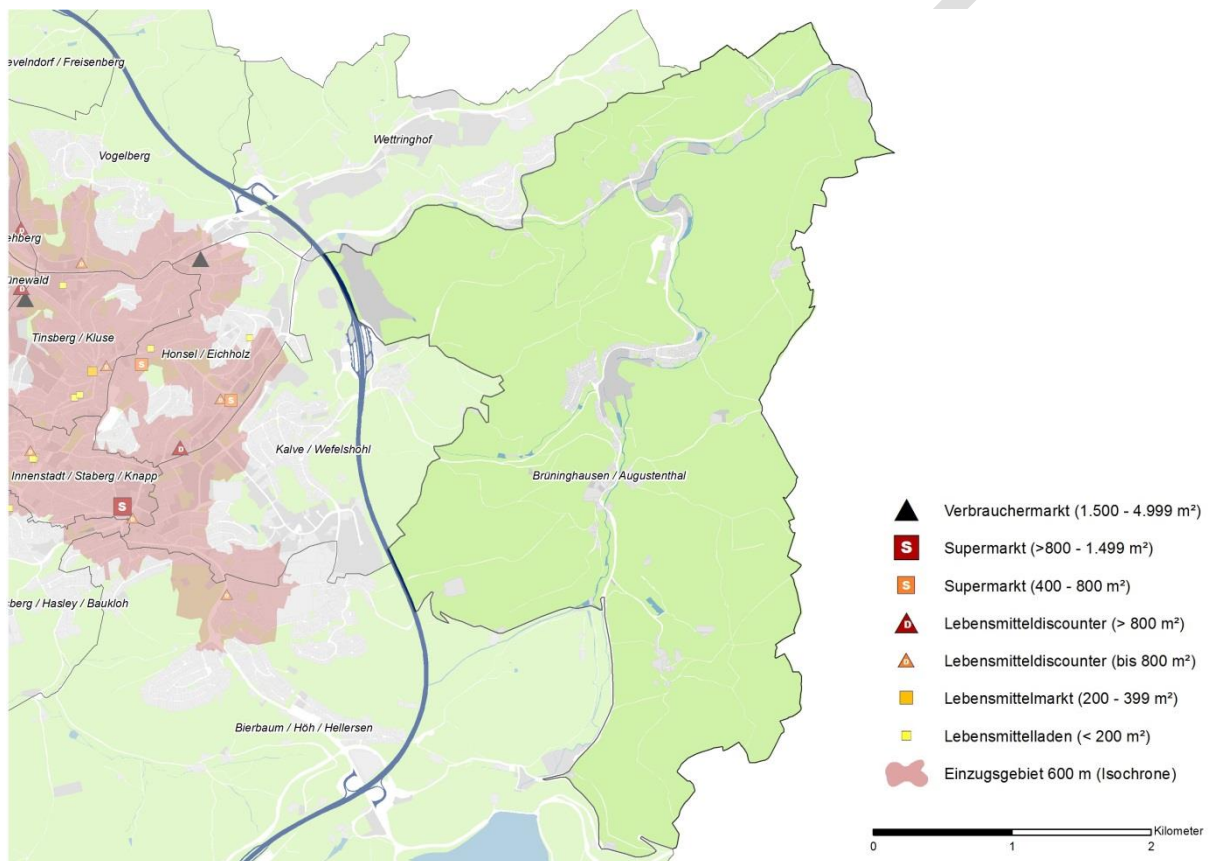
Bewertung

- Die quantitativ Versorgungsausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) leicht unterdurchschnittlich.
- Hinsichtlich des künftigen Handlungsbedarfs sind die Planungen in Brügge-Ost zu berücksichtigen (Gemäß Flächennutzungsplan vom 20.12.2012 sind im SO6c zulässig: Lebensmittel max. 2.000 m², Holzgroßwaren max. 3.000 m², Ergänzungssortimente max. 1.450 m²).
- Teilweise ist für die Bevölkerung des Bezirks die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.

4.5.3 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Brünighausen / Augustenthal

Der Stadtbezirk Brünighausen / Augustenthal liegt im östlichen Stadtgebiet, deutlich abgesetzt vom Hauptsiedlungsbereich. Er wird durch Tallagen geprägt. Daraus ergibt sich eine lineare Struktur des Wohnsiedlungsbereichs ohne deutlich ausgebildeten Schwerpunkt. Im westlichen Bereich des Bezirks verläuft die Autobahn A45, die eine städtebauliche Zäsur bildet. Der Stadtbezirk ist nach Wetringhof der einwohnermäßig zweitkleinste in Lüdenscheid.

Karte 15: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brünighausen / Augustenthal



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	1.391 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	./.
Nahversorgung, strukturell:	kein Anbieter vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	keine räumliche Abdeckung durch 700 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -9 % von 2005 zu 2012, keine Veränderung der Verkaufsfläche bzw. der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung

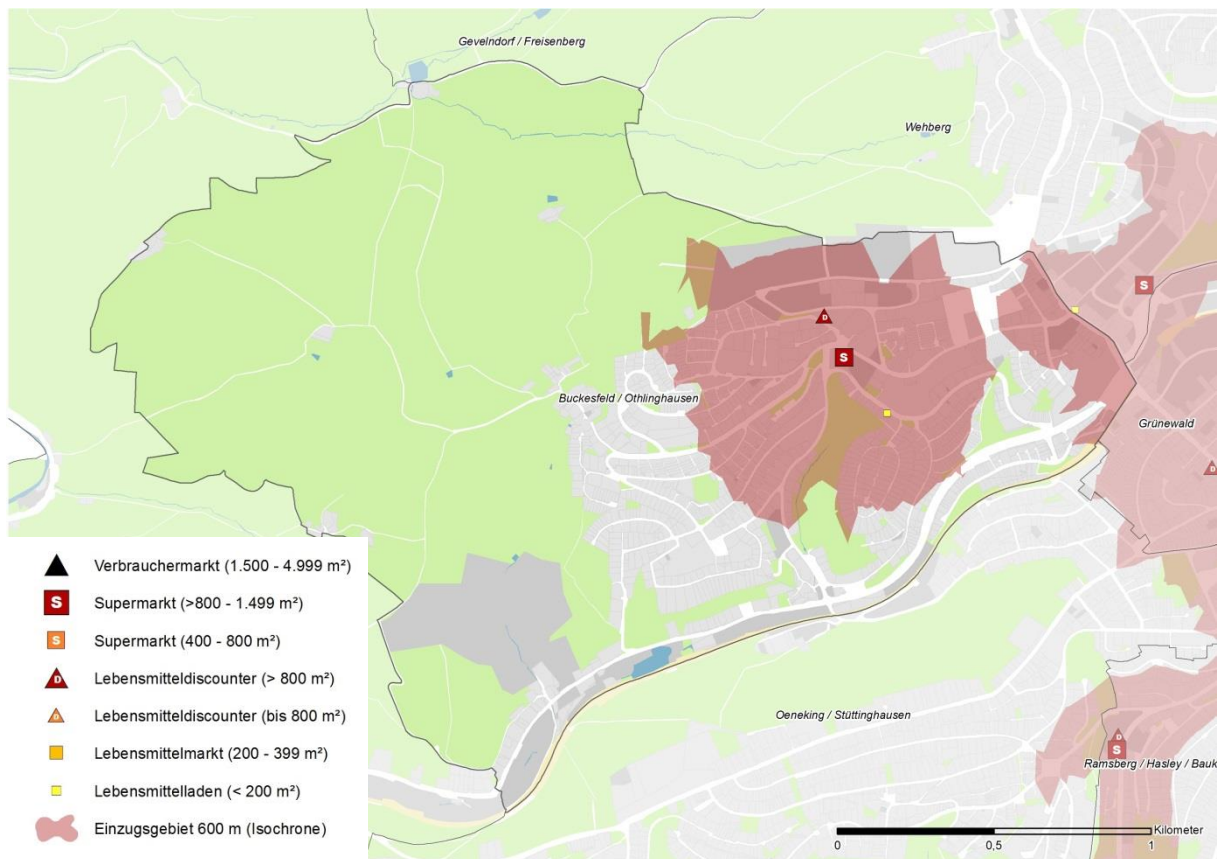
Bewertung

- Die Mantelbevölkerung stellt sich hinsichtlich der Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes als zu gering dar.
- Die Versorgungssituation ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) unzureichend, jedoch auch ohne ausreichendes Potenzial für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.

4.5.4 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen

Der Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen liegt im westlichen Stadtgebiet. Der Wohnsiedlungsbereich ist Teil des Hauptsiedlungsbereichs der Stadt Lüdenscheid.

Karte 16: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk: 6.181 Personen

Nahversorgung, quantitativ: rund 2.210 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,36 m² / Einwohner

Nahversorgung, strukturell: Lebensmitteldiscounter (1.020 m² Verkaufsfläche) und Lebensmittelvollsortimenter (1.120 m² Verkaufsfläche) im zentralen Bereich Buckesfelder Str. / Unterm Freihof

nach Erhebung eröffnete ein Lebensmitteldiscounter (Aldi) An der Steinert

Nahversorgung, räumlich: weitreichende räumliche Abdeckung des Wohnsiedlungsbereiches durch 600 m-Isodistanz, Defizite in Randbereichen

Veränderung zu 2005: rückläufige Einwohnerentwicklung um -7 % von 2005 zu 2012,
Verkaufsflächenrückgang relativiert sich, da der Lebensmittel-discounter Aldi zum Zeitpunkt der Erhebung noch im Bau war und daher noch nicht berücksichtigt wurde.

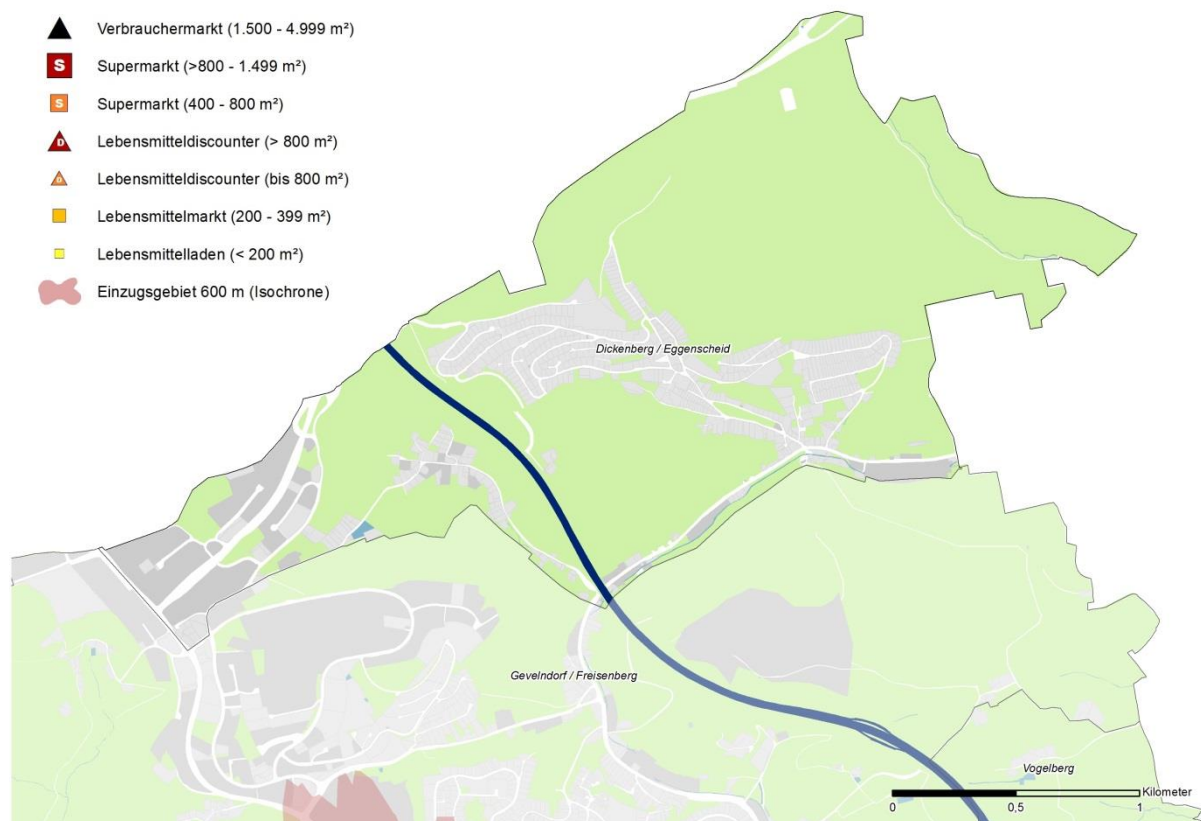
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) im Durchschnitt.
- Strukturprägende Märkte in marktgängigen Größenordnungen bieten einen stabilen Angebotsmix, welcher im zentralen Bereich durch einen Getränkemarkt ergänzt wird.
- Insgesamt stellt sich die Versorgungssituation gut dar, so dass kein akuter Handlungsbedarf besteht.

4.5.5 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid

Der Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid liegt in nördlicher Randlage im Stadtgebiet, nördlich der B 45. Der Siedlungsbereich ist deutlich abgesetzt vom Lüdenscheider Hauptsiedlungsbereich.

Karte 17: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	2.956 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 60 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,02 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	kein Lebensmittelmarkt vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	keine räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -6 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenrückgang durch Schließung der Drogeriemarktkette Schlecker, Rückgang der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von 0,10 m² / Einwohner in 2005 auf 0,02 m² / Einwohner in 2012

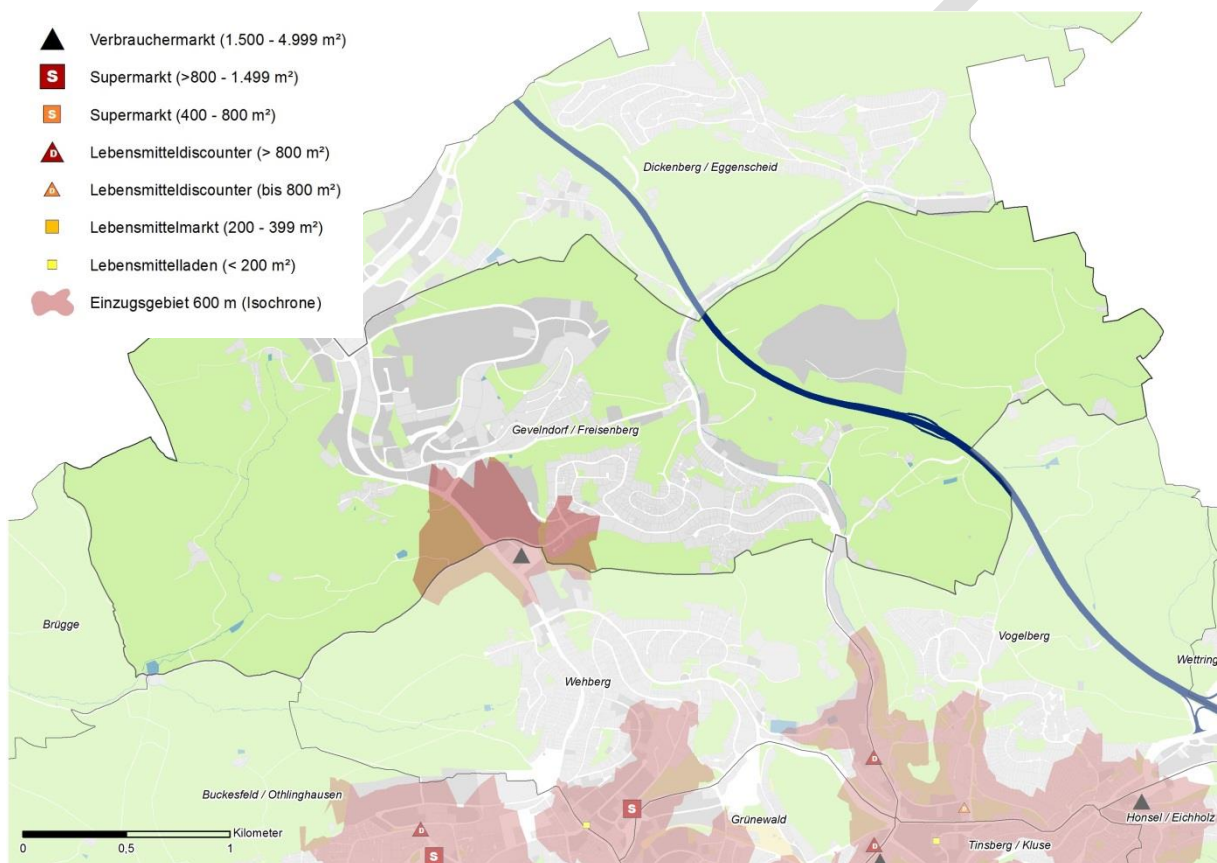
Bewertung

- Insbesondere unter quantitativen Aspekten ist die Versorgungssituation unzureichend.
- Es besteht Handlungsbedarf. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung besteht allerdings aus rein absatzwirtschaftlicher Sicht keine Entwicklungsperspektive für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.

4.5.6 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg

Der Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg liegt im nordwestlichen Stadtgebiet. Der Siedlungsbe-
reich ist deutlich abgesetzt vom Hauptsiedlungskörper der Stadt Lüdenscheid. Hinsichtlich der
Versorgungssituation ist zu berücksichtigen, dass im südlich anschließenden Stadtbezirk Weh-
berg ein Verbrauchermarkt (Brockhauser Weg) angesiedelt ist, dessen Einzugsbereich in den
Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg hineinreicht.

**Karte 18: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im
Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg**



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	3.887 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 290 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkausflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,07 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	kein Lebensmittelmarkt vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	nur teilweise räumliche Abdeckung des Wohnsiedlungsberei- ches durch 600 m-Isodistanz des Verbrauchermarktes (Kauf- park, 1.710 m² Verkaufsfläche) im südlich angrenzenden Bezirk Wehberg

Veränderung zu 2005: rückläufige Einwohnerentwicklung um -5 % von 2005 zu 2012,
Verkaufsflächenrückgang durch Schließung des Getränkemarktes Trink Gut,
Rückgang der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von 0,34 m² / Einwohner in 2005 auf 0,07 m² / Einwohner in 2012

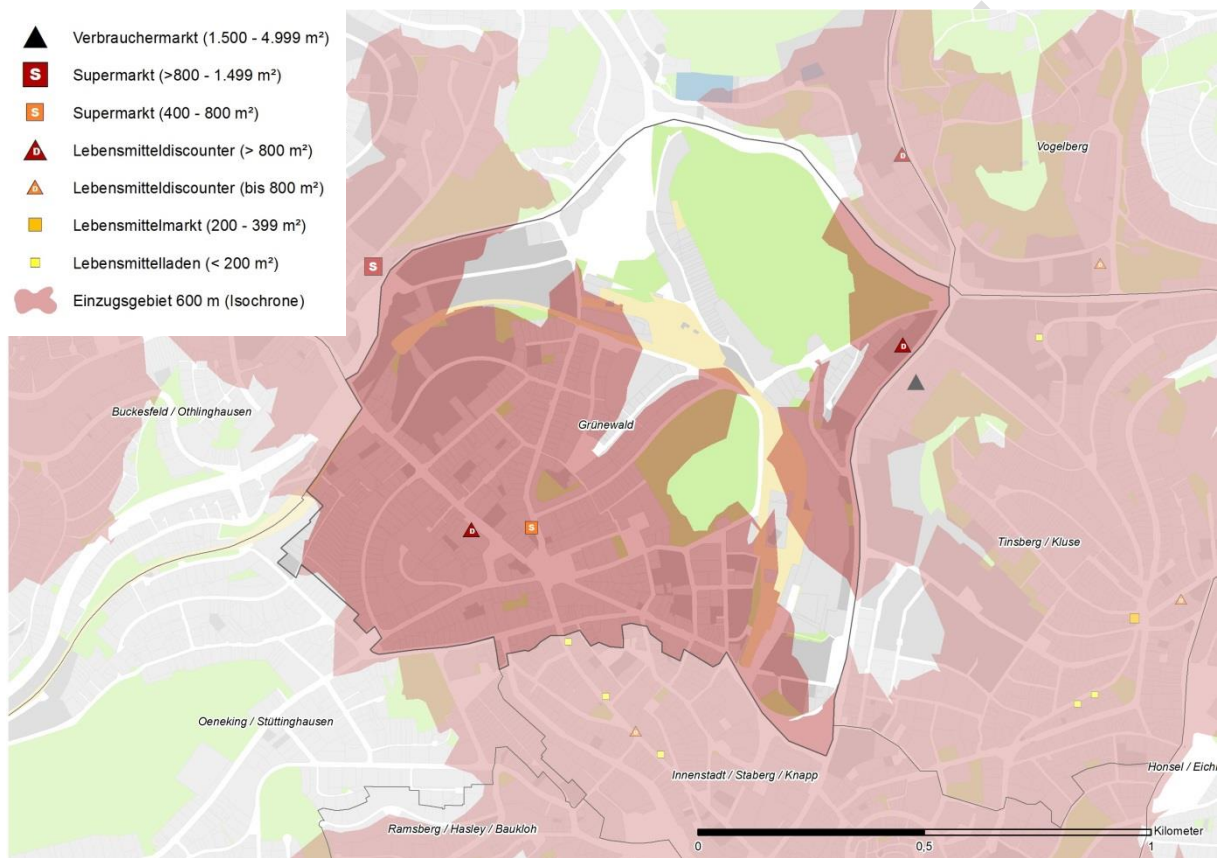
Bewertung

- Das quantitative Versorgungsdefizit in der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist vor dem Hintergrund des Standortes des Verbrauchermarktes am Brockhauser Weg zu relativieren. Es bleibt aber dennoch ein räumliches Defizit für das Gros des Wohnsiedlungsbereiches im Bezirk.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.
- Es ist derzeit kein akuter Handlungsbedarf ablesbar, da es sich vor allem um strukturelle Schwächen (Lage der Anbieter) handelt. Aufgrund der sich ergebenden Wettbewerbssituation ist die zusätzliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in städtebaulich wünschenswerter Lage eher unwahrscheinlich.

4.5.7 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Grünewald

Der Stadtbezirk Grünewald liegt zentral im Hauptsiedlungsbereich der Stadt Lüdenscheid, nordwestlich der Innenstadt. Der Lebensmitteldiscounter an der Altenaer Straße hat nur eine eingeschränkte Versorgungsbedeutung für den Bezirk, da der Standort vor allem auf Kunden ausgerichtet ist, die mit dem Kfz zum Einkaufen fahren.

Karte 19: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Grünewald



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	4.824 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 2.250 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,47 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	zwei Lebensmitteldiscounter sowie ein Anbieter mit türkisch ausgerichteter Produktpalette (Supermarkt): ein Lebensmitteldiscounter (960 m² Verkaufsfläche) sowie ein Supermarkt (470 m² Verkaufsfläche) liegen im ZVB Heedfelder Straße; der zweite Lebensmitteldiscounter (1.130 m² Verkaufsfläche) liegt an der Altenaer Straße am östlichen Rand des Bezirkes

Nahversorgung, räumlich:	weitreichende räumliche Abdeckung des Wohnsiedlungsbereiches durch 600 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -3 % von 2005 zu 2012, keine Veränderung der Gesamtverkaufsfläche NuG, marginale Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung um 0,01 m ² / Einwohner auf 0,47 m ² / Einwohner in 2012 (bedingt durch Bevölkerungsrückgang)

Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) überdurchschnittlich.
- Das Einzelhandelsangebot ist vor allem discountorientiert.
- Der Supermarkt weist eine unterdurchschnittliche Verkaufsfläche für diesen Betriebstyp auf (es handelt sich aber auch nicht um einen typischen Filialisten, sondern um einen Anbieter mit türkisch ausgerichteter Produktpalette).
- Aufgrund der insgesamt guten quantitativen sowie räumlichen Versorgungssituation besteht kein Handlungsbedarf.

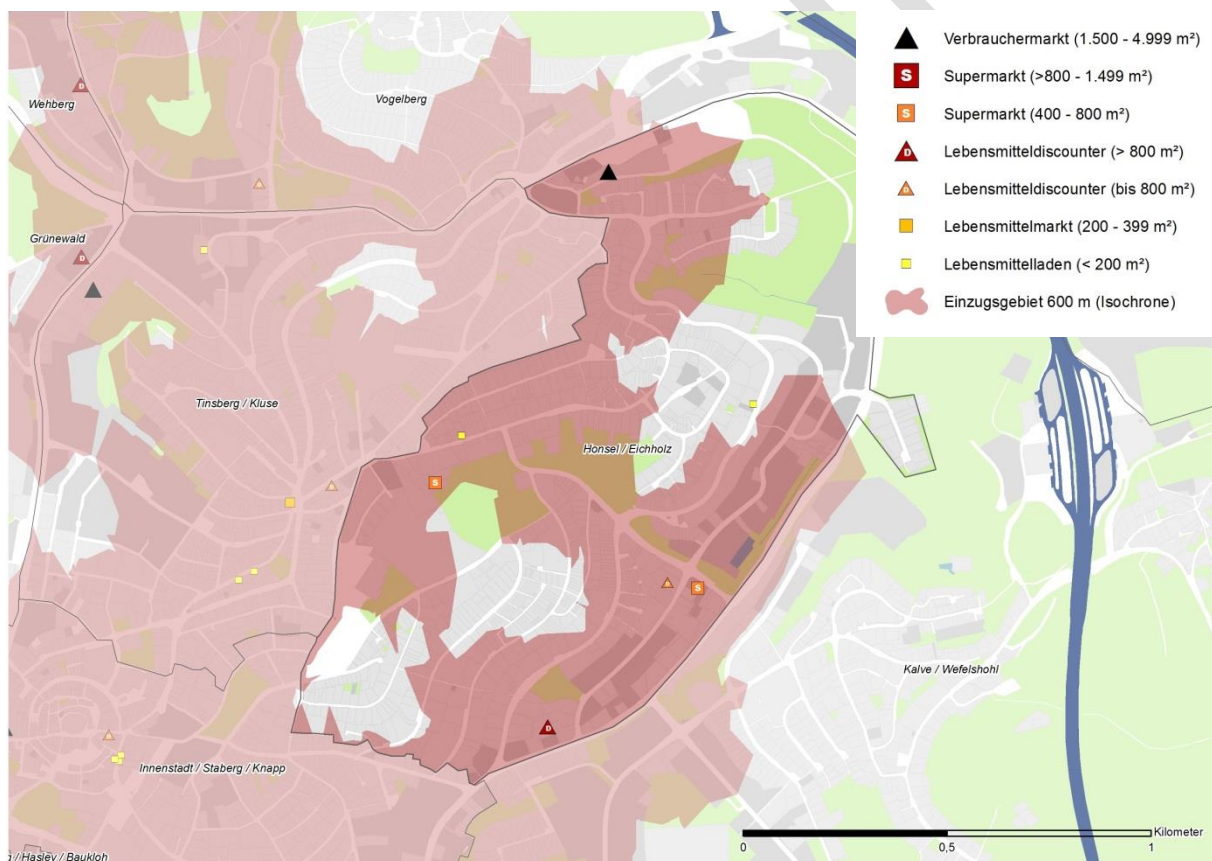
4.5.8 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Honsel / Eichholz

Der Stadtbezirk Honsel / Eichholz liegt im östlichen Bereich des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheid. Zu den prägenden Einzelhandelsstrukturen gehören der zentrale Bereich Berliner Straße / Bräuckenstraße (Nahversorgungszentrum) mit einem Lebensmitteldiscounter (Lidl) im südlichen Bereich des Bezirks – hier entstehen derzeit weitere nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen (u.a. Lebensmittelvollsortimenter sowie Drogeriemarkt). Daneben sind weitere Lebensmittelanbieter vor allem in unterschiedlichen Streulagen anzutreffen.

Der Standort am Honseler Bruch weist mit seinen Lebensmittelmärkten erhebliche strukturelle Schwächen auf (u.a. geringe Betriebsgrößen, Stellplatzsituation, Außendarstellung).

Größter Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Stadtbezirk ist der Verbrauchermarkt Hit. Er liegt dezentral am nördlichen Rand des Bezirks und ist auf Kunden, die mit dem Kfz zum Einkaufen kommen ausgerichtet. Schließlich ist noch der Lebensmittelmarkt Primakost zu nennen, der im westlichen Bereich des Bezirks liegt.

Karte 20: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Honsel / Eichholz



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk: 6.355 Personen

Nahversorgung, quantitativ: rund 4.590 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,72 m² / Einwohner

- Nahversorgung, strukturell: zwei Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelvollsortimenter, ein Supermarkt mit türkisch ausgerichteter Produktpalette und ein Verbrauchermarkt (Lidl, 910 m² Verkaufsfläche; Aldi, 580 m² Verkaufsfläche; Kaufpark, 800 m² Verkaufsfläche; Hit, 2.360 m² - inkl. Getränkemarkt; Prima Kost, 430 m² Verkaufsfläche)
- Nahversorgung, räumlich: weitreichende räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche durch 600 m-Isodistanz
- Veränderung zu 2005: rückläufige Einwohnerentwicklung um -4 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenzunahme u.a. durch eine größere Verkaufsfläche des Supermarktes Hit im Vergleich zu 2005 sowie Veränderungen an der Brückenstraße, leichte Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung um 0,09 m² / Einwohner auf 0,72 m² / Einwohner in 2012

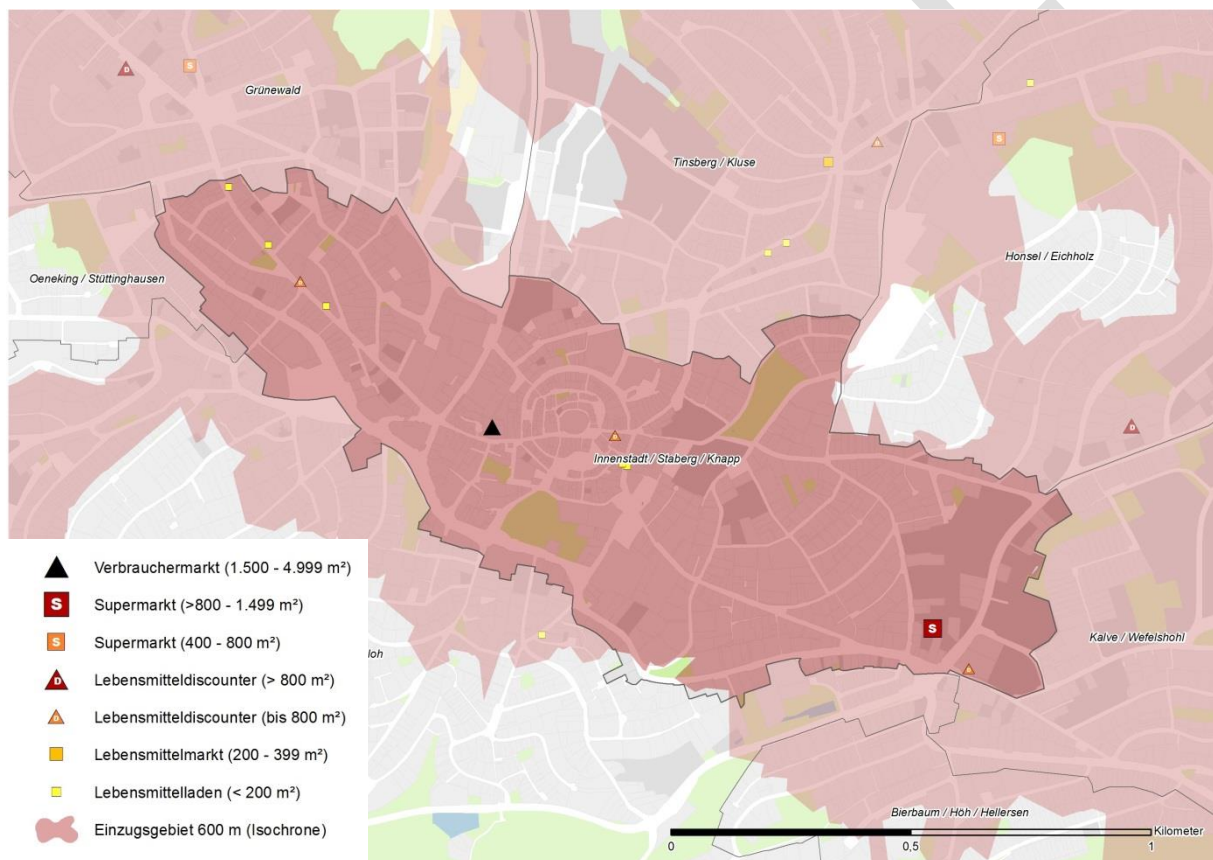
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) überdurchschnittlich.
- Die Versorgungsfunktion der Anbieter reicht teilweise deutlich über den Bezirk hinaus.
- Einzelne Standorte sind besonders auch auf Kunden ausgerichtet, die mit dem Kfz zum Einkaufen kommen. Dies ist vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die Bezirke Kalve / Wefelshohl sowie Brüninghausen / Augustenthal zu berücksichtigen.
- Es besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

4.5.9 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp

Der Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp befindet sich im Hauptsiedlungsbereich der Stadt Lüdenscheid. Zu den prägenden Einzelhandelsstrukturen gehört die Innenstadt mit zwei Lebensmitteldiscountern (mit unterdurchschnittlicher Betriebsgröße) sowie ein Verbrauchermarkt im Einkaufszentrum Stern-Center. Darüber hinaus ist der zentrale Bereich Brückenkreuz (in östlicher Randlage des Bezirks) mit einem Lebensmittelvollsortimenter sowie einem Lebensmitteldiscounter zu nennen.

Karte 21: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	6.151 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 6.170 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 1,0 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	Netto, Knapper Straße (550 m² Verkaufsfläche); Rewe, Stern-Center (1.810 m² Verkaufsfläche); Netto, Schlachthausstraße (620 m² Verkaufsfläche); Kaufpark, Schützenstraße (980 m² Verkaufsfläche); Netto, Wilhelmstraße (370 m² Verkaufsfläche)

Nahversorgung, räumlich:	vollständige räumliche Abdeckung des Siedlungsbereiches im Bezirk durch 600 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -5 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenzunahme u.a. durch Umstrukturierung des Stern-Centers bzw. des Lebensmittelmarktes Rewe (ehemaliger Supermarkt Minimal), Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung um 0,12 m ² / Einwohner auf 1,00 m ² / Einwohner in 2012

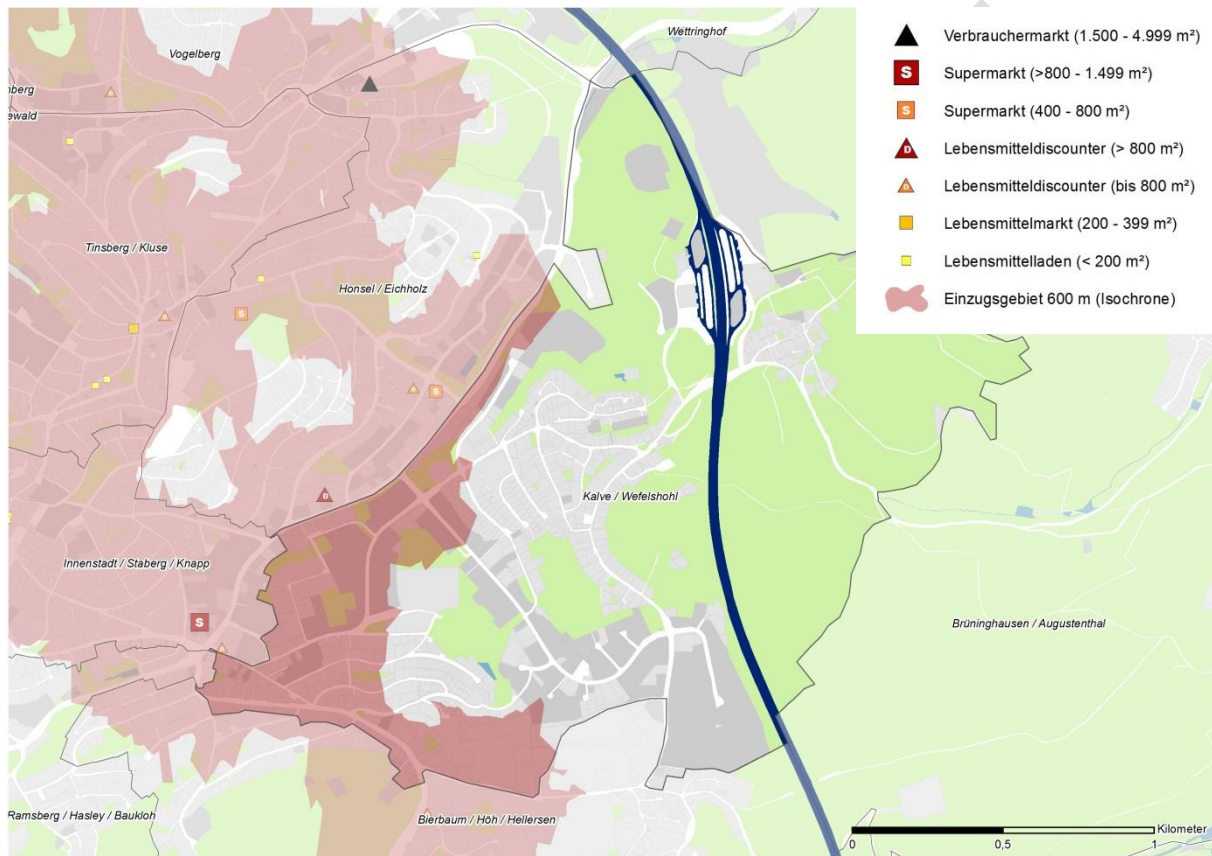
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) überdurchschnittlich.
- Aufgrund der Angebotsausstattung in den zentralen Versorgungsbereichen wird eine über den Bezirk hinausreichende Versorgungsbedeutung entwickelt. So hat der Einzelhandel in der Innenstadt eine gesamtstädtische Bedeutung und dient auch der Nahversorgung der Bevölkerung des Stadtbezirks. Mit einem Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscountern und ergänzendem kleinteiligem Angebot besteht ein differenzierter Betriebstypenmix.
- Akuter Handlungsbedarf ist nicht ablesbar.

4.5.10 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl

Der Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl liegt im östlichen Bereich des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheld, östlich des Bezirks Honsel / Eichholz. Am westlichen Rand des Bezirks liegen die zentralen Versorgungsbereiche Berliner Straße / Bräuckenstraße sowie das Bräuckenkreuz. Sie übernehmen mit ihrem Einzelhandelsangebot z.T. die Versorgung für diesen Bezirk.

Karte 22: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Kalve / Wefelshohl



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	4.890 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 230 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,05 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	teilweise räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz im westlichen Teil des Bezirkes
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -6 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenrückgang durch die Schließung des Lebensmitteldiscounters Aldi und des Getränkemarktes Getränkehaus,

Rückgang der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von 0,19 m² / Einwohner in 2005 auf 0,05 m² / Einwohner in 2012

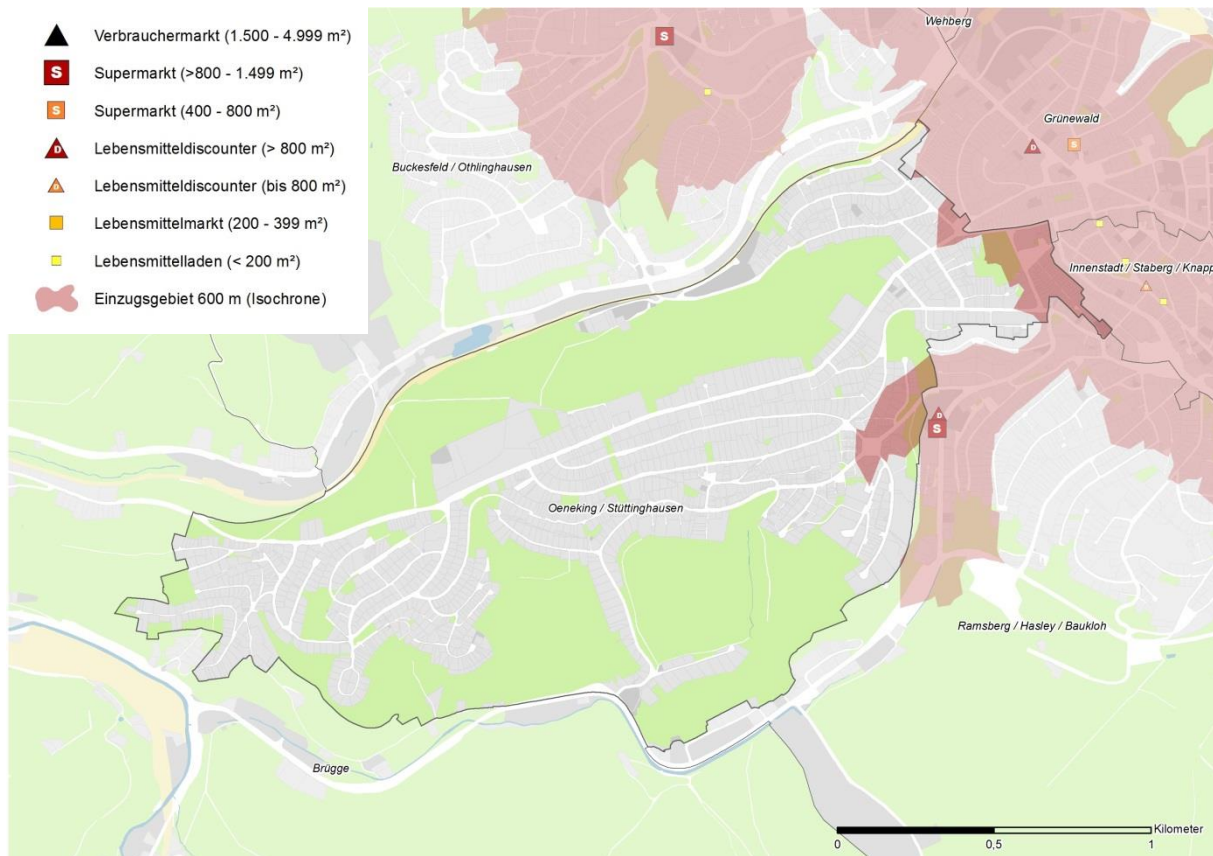
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Vor dem Hintergrund der Entwicklungen im zentralen Bereich Berliner Straße / Brückenstraße ergibt sich derzeit kein zusätzlicher akuter Handlungsbedarf für den Bezirk. Gleichwohl besteht ein räumliches Defizit für den östlichen Teilbereich des Bezirkes.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist teilweise die Nutzung eines Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln unabdingbar.

4.5.11 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen

Der Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen liegt im südwestlichen Teil des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheid. Am östlichen Rand, im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh, befindet sich der zentrale Bereich Kölner Straße.

Karte 23: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	6.532 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,01 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	keine Lebensmittelmärkte vorhanden
Nahversorgung, räumlich:	nur minimale räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche im westlichen Teil des Bezirks durch 600 m-Isodistanzen der Anbieter in den Nachbarbezirken
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -5 % von 2005 zu 2012, keine Veränderung der Verkaufsfläche bzw. der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung

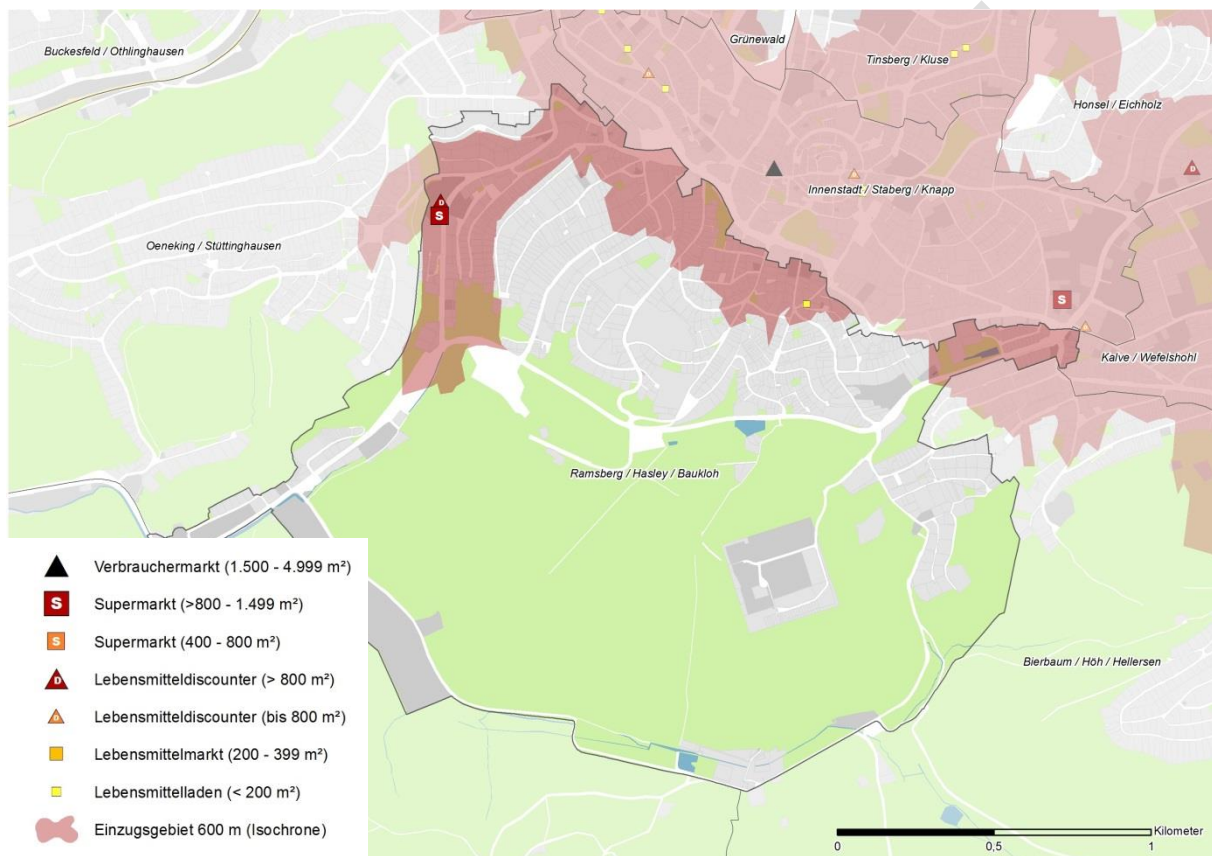
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Es zeigt sich außerdem eine defizitäre räumliche Versorgungssituation, diese ist jedoch vor dem Hintergrund der Planungen in Brügge-Ost sowie der Entwicklungsperspektiven für den Standort Kölner Straße zu relativieren, so dass kein zusätzlicher akuter Handlungsbedarf zu konstatieren ist.

4.5.12 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh

Der Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh liegt mitten im Stadtgebiet und umfasst den mittleren, südlichen Teil des Hauptsiedlungsbereiches der Stadt Lüdenscheid. Nördlich des Bezirks befindet sich die Innenstadt. Am westlichen Rand des Stadtbezirks ist der Standort Kölner Straße lokalisiert.

Karte 24: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	8.101 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 2.640 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,33 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter
Nahversorgung, räumlich:	nur teilweise räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche durch 600 m-Isodistanz, räumliche Defizite insbesondere in den südlichen Wohnsiedlungsbereichen und Streulagen
Veränderung zu 2005:	stagnierende Einwohnerentwicklung, Verkaufsflächenzunahme u.a. durch eine größere Verkaufsfläche des Supermarktes Kaufpark + Getränkemarkt und des Le-

bensmitteldiscounters Aldi im Vergleich zu 2005, leichte Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächen-ausstattung um 0,07 m² / Einwohner auf 0,33 m² / Einwohner in 2012

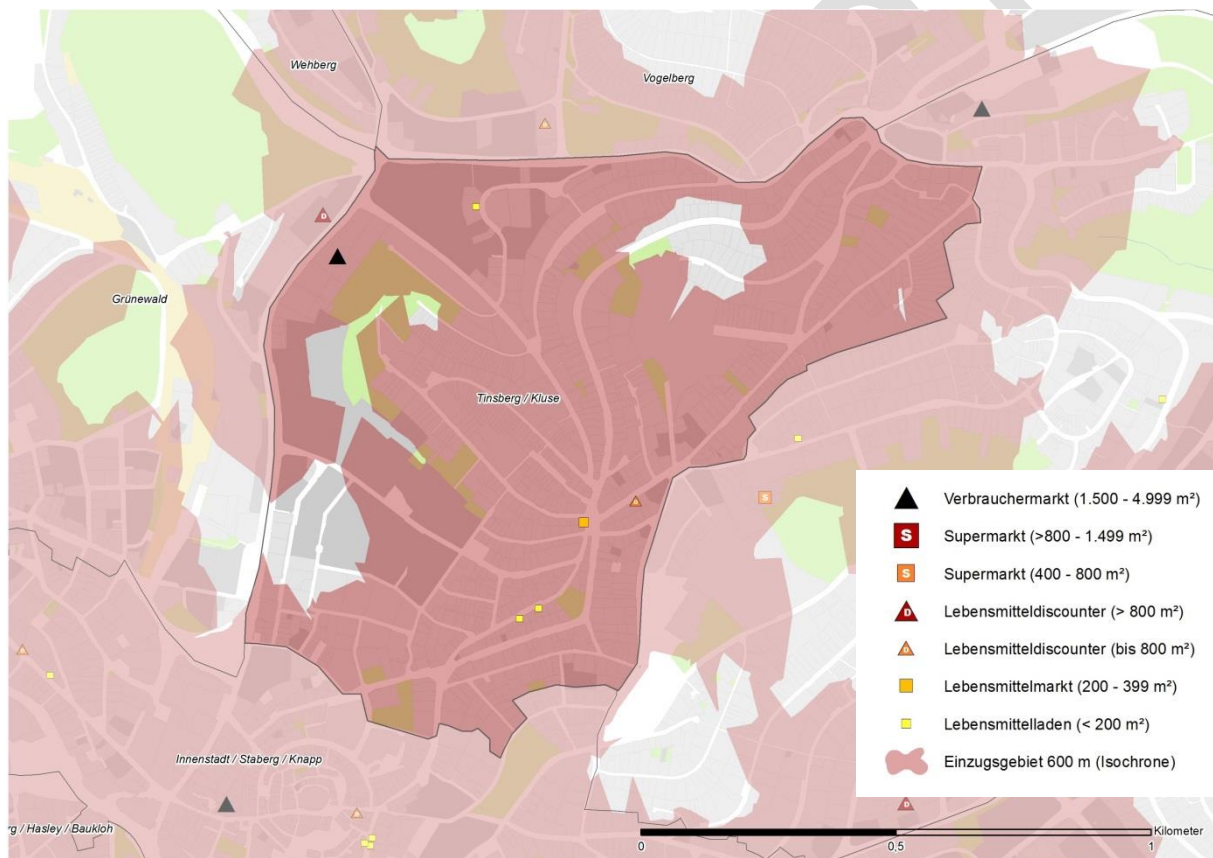
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) leicht unterdurchschnittlich.
- Die räumliche Versorgungssituation ist eingeschränkt. Der Standort Kölner Straße übernimmt aufgrund seiner Lage am westlichen Rand des Bezirks außerdem eine Versorgungsfunktion für den Bezirk Oeneking / Stüttinghausen.
- Es besteht kein akuter Handlungsbedarf u.a. auch aufgrund der Nähe zur Innenstadt bzw. Bräuckenkreuz sowie der Planungen in Brügge Ost bzw. den Entwicklungsperspektiven für den Standort Kölner Straße

4.5.13 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse

Der Stadtbezirk Tinsberg / Kluse liegt im Hauptsiedlungsbereich der Stadt, nördlich der Innenstadt. Der Bereich Kluse, welcher im Einzelhandelskonzept 2005 als zentraler Bereich definiert wurde, weist nur einen geringen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbesatz auf und kann somit auch nur eingeschränkt die Nahversorgung gewährleisten (u.a. sind die Anbieter mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterdurchschnittlich aufgestellt, es fehlen Entwicklungsmöglichkeiten). Am westlichen Rand des Bezirkes befindet sich an der Altenaer Straße der Verbrauchermarkt Toom. Er ist in erster Linie auf Kunden, die mit dem Kfz zum Einkaufen kommen, ausgerichtet; seine fußläufige Erreichbarkeit ist deutlich eingeschränkt.

Karte 25: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	7.293 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 3.370 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,46 m² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	Netto, Worthstraße (380 m² Verkaufsfläche); Lebensmittelmarkt mit türkisch ausgerichteter Produktpalette, Knapper Straße (230 m²); Toom, Altenaer Straße (3.720 m² Verkaufsfläche)

Nahversorgung, räumlich:	räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche durch 600 m-Isodistanz gegeben
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -4 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenzunahme u.a. durch die Vergrößerung und Umstrukturierung des Verbrauchermarktes Toom (ehemaliges SB-Warenhaus Globus), Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung um 0,17 m ² / Einwohner auf 0,46 m ² / Einwohner in 2012

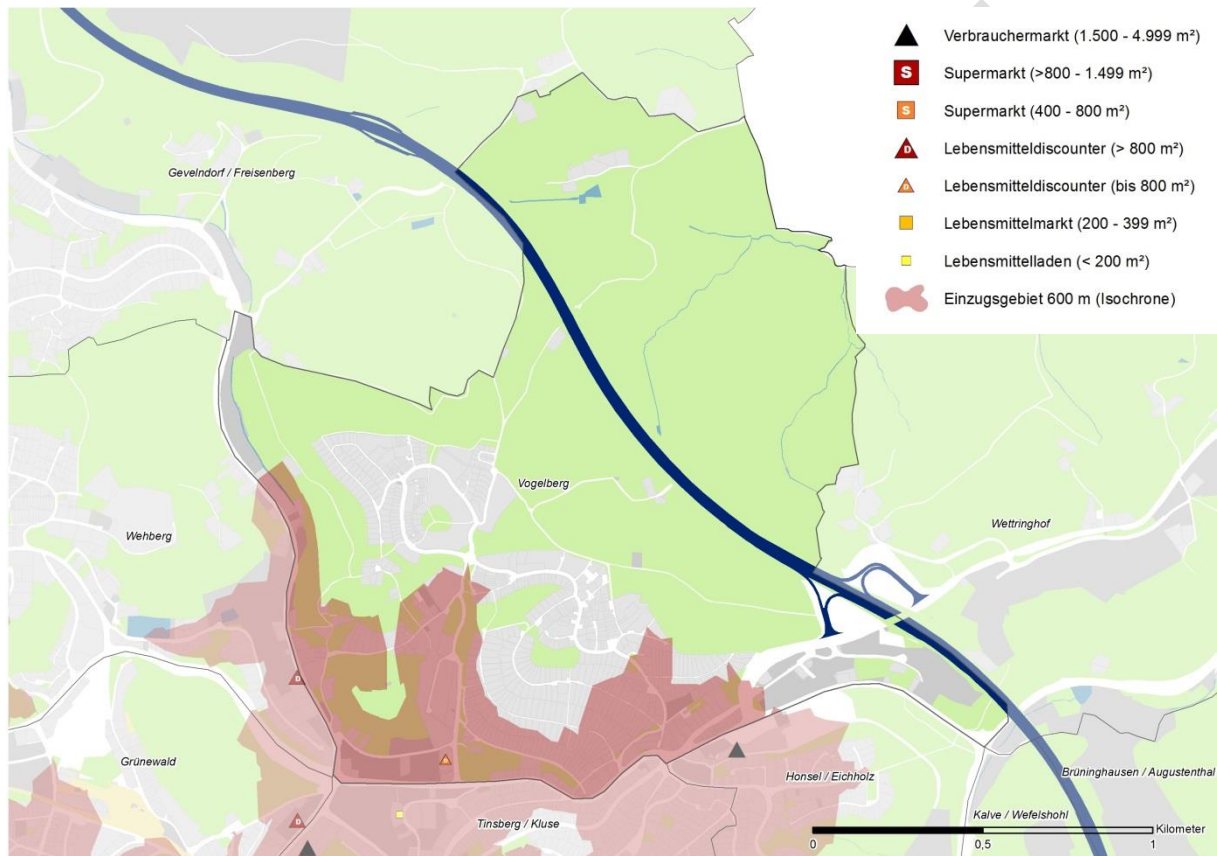
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.
- Die Versorgung mit Lebensmitteln ist aus quantitativer Sicht zwar gut gewährleistet, jedoch sind deutliche strukturelle Schwächen zu verzeichnen, die unter anderem auf den schwachen (ehemaligen) zentralen Bereich Kluse zurückzuführen sind, welcher jedoch im Hinblick auf die Stärkung der Einzelhandelsstruktur derzeit keine geeigneten Flächenpotenziale aufweist.
- Akuter Handlungsbedarf besteht nicht.

4.5.14 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vogelberg

Der Stadtbezirk Vogelberg umfasst den nordöstlichen Teil des Hauptsiedlungsbereiches. Mit dem Kfz eine gute Erreichbarkeit von dem Lebensmitteldiscounter Penny im Bezirk sowie von Anbietern in benachbarten Bezirken (z.B. Aldi, Altenaer Straße oder HIT, Glatzer Straße) gegeben.

Karte 26: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Vogelberg



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	3.470 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 720 m ² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,21 m ² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	ein Lebensmitteldiscounter (760 m ² Verkaufsfläche)
Nahversorgung, räumlich:	räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche nur zum Teil durch 600 m-Isodistanzen (z.T. auch durch überlappende Isodistanzen von Anbietern in benachbarten Bezirken) gegeben
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -1 % von 2005 zu 2012, keine Veränderung der Gesamtverkaufsfläche,

geringe Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächen-
ausstattung um 0,02 m² / Einwohner auf 0,21 m² / Einwohner
in 2012

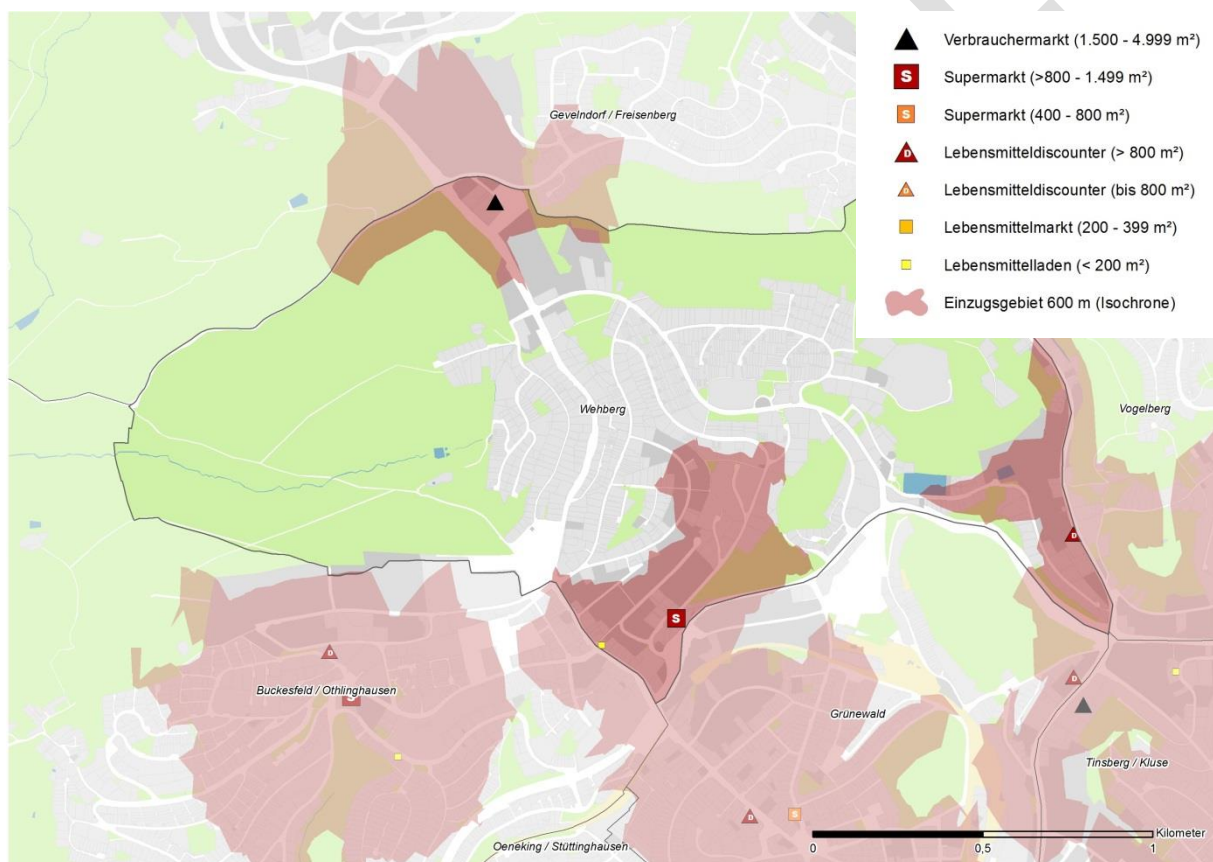
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Unter Berücksichtigung der Angebote in den benachbarten Bezirken ist das quantitative Defizit zu relativieren, dabei ist für den Einkauf von Lebensmitteln die Nutzung eines Kfz für das Gros der Bevölkerung des Bezirks unabdingbar.
- Es besteht kein akuter Handlungsbedarf.

4.5.15 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wehberg

Der Siedlungsbereich des Bezirks Wehberg stellt die nordwestlichen Ausläufer des Hauptsiedlungsbereiches dar. Es sind moderne Lebensmittelmärkte vorhanden, die jedoch an den Randbereichen des Bezirks gelegen sind. Aufgrund der hohen Verkaufsflächenausstattung und auch der Lage der Lebensmittelmärkte entwickelt der Lebensmitteleinzelhandel des Stadtbezirks Wehberg eine über den Bezirk hinausreichende Ausstrahlungskraft, so dass benachbarte Bezirke „mitversorgt“ (u.a. Gevelndorf / Freisenberg; Vogelberg oder Grünwald) werden.

Karte 27: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wehberg



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	4.893 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 3.680 m ² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,75 m ² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	strukturprägende Anbieter an den Rändern des Bezirks, nördlich: Verbrauchermarkt Kaufpark, Brockhauser Weg (1.710 m ² Verkaufsfläche), südlich: Kaufpark, Breitenfeld (1.380 m ² Verkaufsfläche) und östlich: Lebensmitteldiscounter Aldi (850 m ² Verkaufsfläche)

Nahversorgung, räumlich:	nur teilweise räumliche Abdeckung der Wohnsiedlungsbereiche durch 600 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -4 % von 2005 zu 2012, Verkaufsflächenzunahme u.a. durch die Erweiterung des Supermarktes Kaufpark (Breitenfeld) und durch die Neueröffnung des Verbrauchermarktes Kaufpark (Brockhauser Weg), im Vergleich zu allen anderen Sozialräumen die größte Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung um 0,44 m ² / Einwohner auf 0,75 m ² / Einwohner in 2012

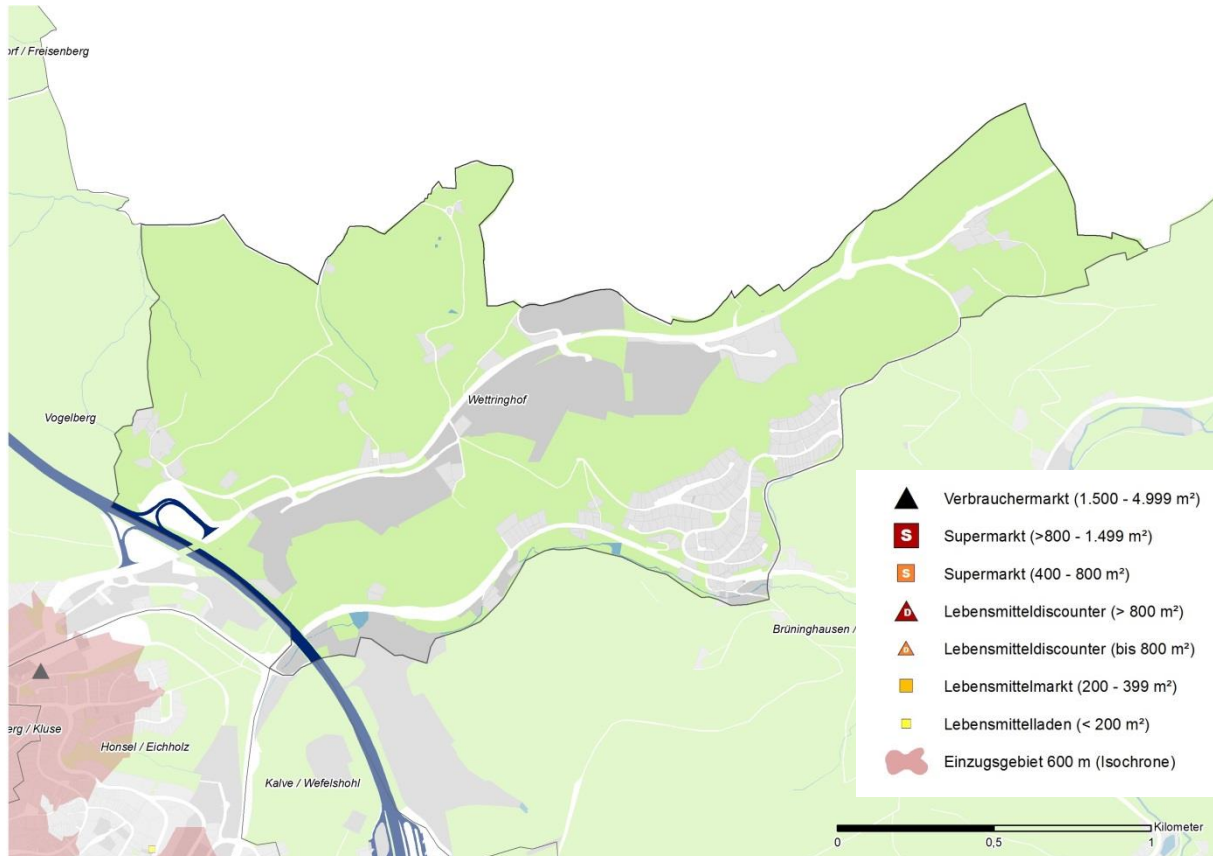
Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich überdurchschnittlich.
- Es sind räumliche Defizite hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit für einen Großteil der zentral im Stadtbezirk gelegenen Wohnsiedlungsbereichen vorhanden.
- Für weite Teile der Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkaufen von Lebensmitteln unabdingbar.
- Es besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

4.5.16 Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Wettringhof

Der Stadtbezirk Wettringhof liegt am nordöstlichen Rand des Stadtgebietes. Der Siedlungsbereich ist vom Hauptsiedlungsbereich abgesetzt und durch eine Hangbebauung geprägt. Mit weniger als 1.000 Einwohnern ist er der kleinste Stadtbezirk in Lüdenscheid.

Karte 28: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wettringhof



Quelle: eigene Darstellung, Grundlage ALK, Erhebung Oktober 2012

Bevölkerung im Bezirk:	925 Personen
Nahversorgung, quantitativ:	rund 20 m ² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel, Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 0,02 m ² / Einwohner
Nahversorgung, strukturell:	kein Lebensmittelanbieter
Nahversorgung, räumlich:	keine räumliche Abdeckung durch 600 m-Isodistanz
Veränderung zu 2005:	rückläufige Einwohnerentwicklung um -6 % von 2005 zu 2012, Ansiedlung eines Bäckers im Vergleich zu 2005, geringe Zunahme der einwohnerbezogenen Verkaufsflächen- ausstattung auf 0,02 m ² / Einwohner in 2012

Bewertung

- Die Verkaufsflächenausstattung ist bezogen auf den gesamtstädtischen (0,37 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und bundesdurchschnittlichen Ausstattungswert (0,35-0,40 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) deutlich unterdurchschnittlich.
- Auch aus räumlicher Sicht ist die Versorgungssituation als defizitär einzustufen. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung besteht allerdings aus rein absatzwirtschaftlicher Sicht keine Entwicklungsperspektive für die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes.
- Für die Bevölkerung des Bezirks ist die Nutzung eines Kfz zum Einkaufen von Lebensmitteln unabdingbar.
- Es besteht derzeit kein akuter Handlungsbedarf.

4.5.17 Fazit zur Nahversorgungssituation in den Stadtbezirken

- Es ist festzuhalten, dass sich die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, mit einem seit 2005 leicht gestiegenen Wert von nun 0,37 m² VKF NuG / Einwohner, durchschnittlich darstellt und somit eine entsprechend gute quantitative Versorgungssituation besteht. Dabei sind es vor allem auch strukturelle Verbesserungen (z.B. Modernisierung von Lebensmittelmärkten), die eine Aufwertung und damit positive Entwicklung der Nahversorgungsstruktur in Lüdenscheid bewirkt haben.
- Nahversorgungsrelevante Angebote befinden sich zum einen in zentralen Versorgungsbereichen und zum anderen gibt es ergänzende Standorte. Dabei ist eine weitreichende räumliche Abdeckung und auch fußläufige Erreichbarkeit für einen Großteil der Bevölkerung gegeben. Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur in der Stadt Lüdenscheid, mit z.T. sehr geringen Siedlungsdichten, Streulagen und Tallagen, spielt das Kfz erwartungsgemäß eine nicht zu vernachlässigende Rolle bei der Bereitstellung von Standorten mit Lebensmittelmärkten. So sind auch jene Standorte, die vorrangig von Kunden mit dem Auto angefahren werden ein prägender Baustein innerhalb der Versorgungsstruktur der Stadt Lüdenscheid.
- Hinsichtlich der räumlichen und strukturellen Situation zeigen sich z.T. Defizite. Was die räumliche Versorgungssituation (insbesondere auch hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten) angeht so ist speziell das nördliche Stadtgebiet mit dem Bezirk Dickenberg / Eggenscheid hervorzuheben. Vor dem Hintergrund der vergleichsweise geringen Einwohnerzahl (rund 3.000 Personen) besteht hinsichtlich eines strukturprägenden Marktes (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) voraussichtlich nur ein sehr verhaltenes Ansiedlungsinteresse in diesem Bereich.
Der Bezirk Oeneking / Stüttinghausen im westlichen Stadtgebiet weist darüber hinaus ebenfalls räumliche Lücken der Nahversorgung (mit NuG) auf. Vor dem Hintergrund bestehender Planungen / -Planungsabsichten in Brügge-Ost und auch der Entwicklungsperspektiven am Standort Kölner Straße ist dieses Defizit zu relativieren.
- Die Lebensmittelmärkte in der Kluse und am Honseler Bruch sind schwach aufgestellt. Dabei zeigen sich für den Bereich Kluse derzeit keine Flächenpotenziale zur Stärkung der wohnortnahen Versorgung.

4.6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **453 Einzelhandelsbetrieben** auf fast **153.000 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Lüdenscheid derzeit als gut strukturierter Angebotsstandort mit einer sehr guten quantitativen Angebotsausstattung über fast alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 75.200 Personen ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 2,03 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m² / EW) einen **überdurchschnittlichen**, im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung¹² (2,1 – 2,2 m² / Einwohner) jedoch **normalen** Wert darstellt.
- Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, insgesamt zeigen sich aus quantitativer Sicht zunächst **keine signifikanten Angebotslücken**. Angebotsschwerpunkte liegen in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente sowie vor allem auch in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 413 Mio. Euro** weist Lüdenscheid ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 100,94) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 489 Mio. Euro** im Lüdenscheider Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **1,19** ergibt. Die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland, unterstreichen die **regionale Ausstrahlungskraft** der Stadt Lüdenscheid und entsprechen der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** (mit Teilfunktion eines Oberzentrums). Hohe Zentralitäten und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich vor allem in den Branchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Elektronik und Multimedia, Möbel und Gartenmarktsortimente.
Im **Vergleich zum Jahr 2005** konnte die Zentralitätskennziffer in etwa gehalten werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass verschiedene Planungen zur Stärkung der Einzelhandelsituation (z.B. Ansiedlung P&C in der Innenstadt, Entwicklung des Nahversorgungszentrums Berliner Straße / Brückenstraße) auch zur weiteren **Steigerungen** der Zentralität beitragen werden.
- Bedeutendster Angebotsstandort **ist die Lüdenscheider Innenstadt**. Diese präsentiert sich grundsätzlich als quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Elektronik / Multimedia. Die Hauptlage des Geschäftszentrums erstreckt sich bandförmig entlang der Achse Knapper Straße, Stern-Platz bis in die Wilhelmstraße. Der quantitative Schwerpunkt liegt im Bereich des Stern-Platzes mit dem Einkaufszentrum Stern-Center und der Neuentwicklung des Textilkaufhauses Sinn Lefers. Die übrigen Bereiche (Knapper Straße sowie Altstadt) stellen Ergänzungslagen dar. Die Zahl der Leerstände im Forum sowie in der Altstadt weisen auf einen Handlungsbedarf zur Stärkung dieser Teilbereiche hin.
- Grundsätzlich positiv zu werten ist das Vorhandensein **größerer Magnetbetriebe** (Einkaufszentrum, Textilkaufhäuser und Fachmärkte) sowie einer Vielzahl kleinerer Fachgeschäfte in

¹² Junker und Kruse Datenbank – Eigene Erhebungen in Städten der Größenordnung zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

der Lüdenscheider Innenstadt. Insbesondere der inhabergeführte Facheinzelhandel bildet eine Stärke des Standorts. Die Fortführung der bisherigen Entwicklungen der Innenstadt - sowohl städtebauliche Entwicklungen wie auch einzelhandelsrelevante - bieten eine gute Option sich auch weiterhin im regionalen Wettbewerb zukunftsfähig zu positionieren.

- Das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandorts Lüdenscheid reicht vor allem in die benachbarten Kommunen sowie teilweise in das daran angrenzende, ländlich strukturierte Umland, insbesondere in östlicher Richtung. Einer Ausdehnung des Einzugsgebietes nach Norden und Süden sind durch die Wettbewerbsstandorte Dortmund, Hagen und Siegen Grenzen gesetzt.
- Für das Lüdenscheider Stadtgebiet stellt sich mit einer Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von 0,37 m² / Einwohner eine gute quantitative Versorgungssituation dar. Der Betriebstypenmix ist differenziert und umfasst neben Verbrauchermärkten, Supermärkten und Lebensmitteldiscountern auch kleinere Anbieter (u.a. Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe). Vor dem Hintergrund der bewegten Topographie und der Siedlungsstruktur in der Stadt Lüdenscheid, mit z.T. sehr geringen Siedlungsdichten, Streulagen und Tallagen, spielt das Kfz erwartungsgemäß eine nicht zu vernachlässigende Rolle bei der Bereitstellung von Standorten mit Lebensmittelmärkten. So sind auch jene Standorte, die vorrangig von Kunden mit dem Auto angefahren werden ein prägender Baustein innerhalb der Versorgungsstruktur der Stadt Lüdenscheid.
- Klassische **Sonderstandorte** als Fachmarkttagglomerationen existieren in Lüdenscheid nicht. Gleichwohl ergänzen mehrere großflächige Einzelbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) die Angebote in den Lüdenscheider Zentren. Aus quantitativer Sicht ist im Lüdenscheider Einzelhandel ein hoher Verkaufsflächenanteil der Innenstadt sowie ergänzender zentraler Bereiche im Stadtgebiet zu konstatieren. Insbesondere in zentrenrelevanten Angeboten der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe konnte in der Vergangenheit eine Angebotsverschiebung an überwiegend autokundenorientierte, städtebaulich nicht-integrierte Lagen verhindert werden, was auf die konsequente Ansiedlungs- und Steuerungspraxis der Stadt Lüdenscheid in den vergangenen Jahrzehnten zurück geht. Diese soll auch zukünftig fortgeführt werden.

Es bleibt festzuhalten, dass der Lüdenscheider Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine sehr gute Angebots- und Nachfragestruktur aufweist. Es bestehen auf den ersten Blick kaum nennenswerte quantitative Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass – trotz einer weitgehend ausgewogenen Struktur – stellenweise Verbesserungspotenzial besteht. Dies betrifft beispielsweise den Optimierungsbedarf hinsichtlich der Betriebsgrößenstruktur. Insgesamt wird Lüdenscheid seiner mittelfunktionalen Versorgungsfunktion für Stadt und Region momentan gerecht.

Bei zukünftigen Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Insbesondere ist eine qualitative und weitere räumliche Optimierung der Angebotsstruktur in der Innenstadt anzustreben. Während in den vergangenen Jahren vor allem Entwicklungsimpulse in der Hauptlage und der Nebenlage Knapper Straße gesetzt werden konnten, ist künftig vor allem auch die Altstadt hinsichtlich ihrer funktionalen Ausrichtung besonders in den Focus zu nehmen.

Innerhalb der vergangenen Jahrzehnte wurde in Lüdenscheid eine konsequente räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung betrieben, die sich an zahlreichen Standorten in entsprechenden bauleitplanerischen Maßnahmen widerspiegelt. Die im Einzelhandel allgemein zu be-

obachtende Entwicklungstendenz zur zunehmenden **Angebotsverschiebung in Richtung städtebaulich nicht integrierte Standorte** ist in Lüdenscheid bislang nicht zu beobachten. Gleichwohl sieht sich auch Lüdenscheid wiederkehrenden Ansiedlungsanfragen von Investoren für solche Standorte ausgesetzt.

Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist die ausgesprochen positiv zu wertende Konzentration des Einzelhandelsangebots auf bestimmte städtebaulich-funktionale Zentren zu sichern. Besonders die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt gilt als wichtiges Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Lüdenscheid. Vor diesem Hintergrund ist der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet** zukünftig zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

5 Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in Lüdenscheid

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2020) des Einzelhandels in Lüdenscheid erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Lüdenscheid fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität¹³ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, ist für die zukünftige Entwicklung in Lüdenscheid von einer konstanten Flächenproduktivität auszugehen.

Bevölkerungsentwicklung in Lüdenscheid bis 2020

Während die 1990er Jahre in der Stadt Lüdenscheid von einem Bevölkerungswachstum geprägt waren, sind seit Beginn des aktuellen Jahrtausends stetige Abnahmen zu verzeichnen. Es ist davon auszugehen, dass der bisherige Trend des Bevölkerungsrückgangs auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Auf Grundlage der Bevölkerungsprognose von IT.NRW ergibt sich Bevölkerungsrückgang auf rund 68.500 Personen für den Prognosehorizont 2020¹⁴.

Die Bevölkerungsentwicklung im Umland folgt ebenfalls diesem Trend.

¹³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

¹⁴ Hinweis: Die Bevölkerungsprognose beruht auf Daten der Bevölkerungsfortschreibung von IT.NRW (Stand 31.12.2011). Es wurden zwar bereits „aktuelle“ Daten des Zensus 2011 (Stand 9. Mai 2011) veröffentlicht. Dabei ergeben sich für Lüdenscheid – wie auch für andere Kommunen – z.T. erhebliche Abweichungen zur Fortschreibung der Bevölkerungszahlen mit Stand vom 31.12.2011. Für Lüdenscheid werden 2,2 % weniger Einwohner ausgewiesen. Bislang sind die Daten des Zensus 2011 noch nicht abschließend ausgewertet. Eine aktualisierte Bevölkerungsprognose liegt demnach auch noch nicht vor.

Den weiteren Ausführungen dieser Untersuchung liegt als Annahme ein entsprechender Bevölkerungsrückgang bis zum Jahr 2020 zugrunde.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2020 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Folgende Entwicklungen sind bis 2020 zu berücksichtigen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.¹⁵
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u.a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend¹⁶.
- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –2 und +2 % weitestgehend stagniert (2010: rd. 400 Mrd. Euro)¹⁷.
- Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass zwar insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen¹⁸ Kaufkraft zu rechnen ist, jedoch müssen **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt.

Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

¹⁵ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2010), zitiert nach www.handelsdaten.de

¹⁶ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2010), zitiert nach www.handelsdaten.de

¹⁷ ebenda

¹⁸ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen

Branche	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	↗
Gesundheit und Körperpflege	↗
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	→
Bekleidung / Wäsche	→
Schuhe / Lederwaren	→
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	↘
Spielwaren / Hobbyartikel	→
Sport und Freizeit	→
Wohneinrichtung / Möbel	↘
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	→
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation / Musik / Foto	↗
Medizinische und orthopädische Artikel	↗
Uhren / Schmuck	→
Bau- und Gartenmarktsortiment	↘

Quelle: EHI: Einzelhandel Aktuell 2005-2010, KPMG-Studie 2005; Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2010

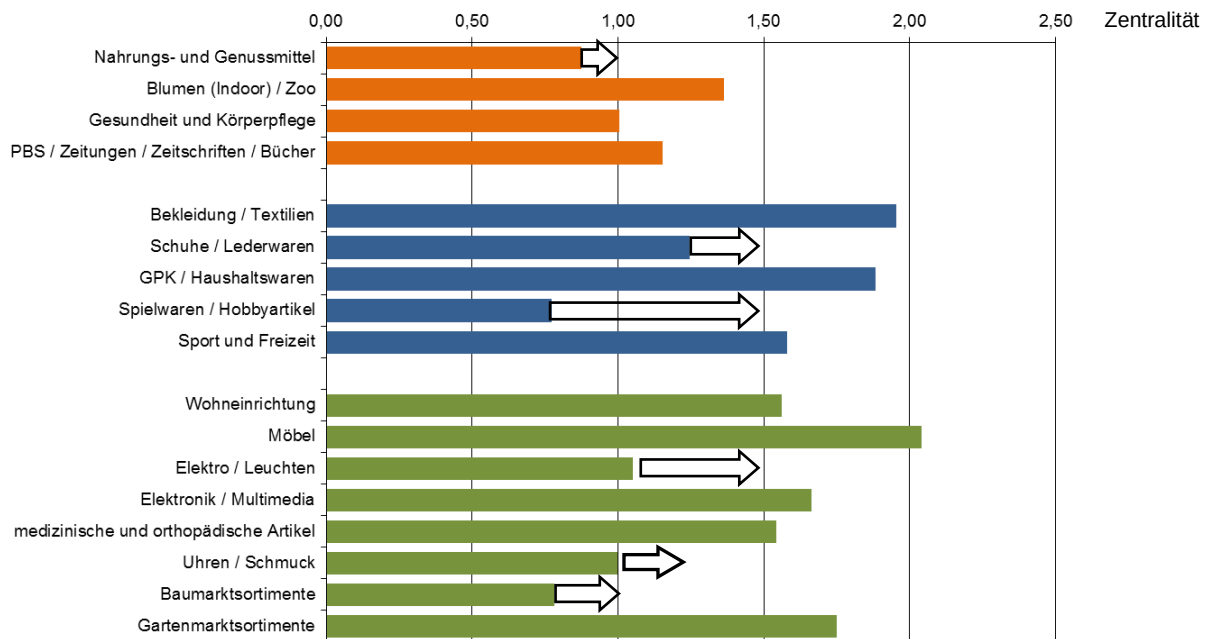
Zielzentralitäten für das Jahr 2020

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Lüdenscheids sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der **Grundversorgung** eine **Zielzentralität von 1,0** angenommen. Dieser Wert wird lediglich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschritten und ist vor dem Hintergrund der geplanten Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlung, Verlagerung und Erweiterungen an der Bräuckenstraße, Brügge-Ost) zu relativieren.
- Im **mittelfristigen** Bedarfsbereich werden **Zielzentralitäten** von **1,5** (Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Sport / Freizeit) bis maximal **1,8** (Bekleidung, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren) angenommen, die die mittelfunktionale Versorgungsfunktion (mit Teilfunktion eines Oberzentrums) der Stadt Lüdenscheid widerspiegeln. Die angesetzten Werte werden in einzelnen Warengruppen (Bekleidung, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Sport / Freizeit) bereits heute erreicht bzw. sogar überschritten. Nennenswerte Entwicklungspotenziale ergeben sich für die Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel. Allerdings ist hier zu beobachten, dass die ermittelten Werte vor dem Hintergrund der Angebotsüberschneidung mit anderen Warengruppen, wie Elektronik / Multimedia zunehmend zu relativieren sind. Für die Warengruppe Schuhe / Lederwaren ergeben sich lediglich Arrondierungsspielräume.
- Im **langfristigen** Bedarfsbereich werden **Zielzentralitäten** von **1,2** bis **1,5** angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelfunktionale Einzugsgebiet Rechnung tragen. So sind insbesondere in den Branchen Elektronik / Multimedia, medizinische

und orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente durchaus enge Verflechtungen mit dem umliegenden Einzugsbereich zu erwarten, während in den übrigen Branchen die Angebote in den Oberzentren eine wichtigere Rolle spielen. Ein relevantes quantitatives Steigerungspotenzial ist in der Warengruppe Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten sowie in den Warengruppen Uhren / Schmuck und Baumarktsortimente ablesbar.

Abbildung 4: Zentralitäten des Einzelhandels in Lüdenscheid – Steigerungspotenziale



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der bestehenden Zentralitätskennziffern in Lüdenscheid

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Lüdenscheid aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann, sondern, dass es bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben insbesondere in den Zentren oder im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung auf folgende Aspekte ankommt:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Zusätzliche Kaufkraft kann grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so

dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten (z.B. in der Branche Bekleidung) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Lüdenscheid, beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-) Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten können maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort beitragen. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z.B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche). Vor allem geht es jedoch auch um die räumliche Einzelhandelsentwicklung. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Versorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in den Zentren, führen. In diesem Zusammenhang stellen in der Innenstadt das „Forum am Sternplatz“ oder die ehemalige Sinn Leffers Immobilie ein geeignetes Flächenpotenzial in zentraler Lage des Hauptgeschäftsbereichs dar. Die Ansiedlung insbesondere von Angebotsergänzungen in Warengruppen mit defizitären Angebotsausstattungen als zusätzlicher Frequenzbringer könnte zur weiteren Profilierung der Innenstadt und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lüdenscheid und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion Lüdenscheids und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion stärken
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels auf städtebaulich wünschenswerte Standorte beitragen
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer weiteren Vielfalt des Angebotsspektrums beitragen

6 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsoptionen zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor in erster Linie für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben. Vorhaben führen bei der Wahl ungeeigneter Standorte, Verkaufsflächengrößen und Sortimente gegebenenfalls zu **Umsatzumverteilungseffekten** innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft, die in der Folge zu einer Schwächung der zentralen Versorgungsbereiche und Versorgungsstruktur im Stadtgebiet führen kann.

Nach wie vor sind Entwicklungsabsichten kritisch zu beurteilen, wenn sie eine unverhältnismäßige Angebotsverschiebung in zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten, 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 (städtebaulich wünschenswerten) Versorgungsstandorten zugeordnet sind, bewirken. Die damit einhergehenden Veränderungen in der räumlichen Angebotsstruktur hätten unweigerlich eine Schwächung dieser Standorte sowie der wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung zur Folge.

Auf der anderen Seite können größere Vorhaben, eventuell auch bei Überschreiten der aufgezeigten Spielräume, an **stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten** sowie bei der Wahl der „richtigen Sortimente“ zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebotes in Lüdenscheid führen.

6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Lüdenscheid soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit Konzentration auf bestimmte Standortbereiche zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf die integrierten Zentren sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Das gesamtstädtische **Leitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“** hat sich diesbezüglich grundsätzlich etabliert. Es schafft einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: **Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Lüdenscheider Stadtgebiet konzentriert.** Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Lüdenscheid innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung des vielfach ausgeschöpften absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielraums durch klare sortiments- und größenspezifische Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und zu

einer besseren Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung beitragen. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt Lüdenscheid bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Lüdenscheid können entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbilds mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden und Planungs- und Investitionssicherheit sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle der Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung im Lüdenscheider Einzelhandel wird das Entwicklungsziel von attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentren unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.

Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Für Betreiber und Investoren ist Planungs- und Rechtssicherheit im Stadtgebiet gegeben. Städtebauliche Begründungen, z.B. im Rahmen von Bauleitverfahren werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

Fazit

Das bisherige Leitbild ist in sich konsequent. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Dadurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt!

Aus der Sicht des Gutachters bleibt die Stadt Lüdenscheid durch das Leitbild „Räumlich-funktionale Gliederung“ als gut strukturierter Angebotsstandort mit multifunktionalen Zentren erhalten. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung seitens der Stadt wird ein ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen, der ausschließlich zu Lasten der Zentren und integrierten Versorgungsstandorte und der dort jeweils vorhandenen, funktionsfähigen Einzelhandelsstrukturen geht. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust nicht zu verhindern.

6.2 Fortschreibung der Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid

Die übergeordneten Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung wurden im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2005 aus der einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Lüdenscheid, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) für die Stadt abgeleitet. Nach der durchgeführten Aktualisierung dieser Grundlagen können die bestehenden Ziele und Maßnahmen, die eine positive

und zukunftsorientierte Entwicklung der Einzelhandels- und Zentrenstruktur der Stadt gewährleisten sollen, grundsätzlich fortgeschrieben werden. Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lüdenscheid, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots in der Stadt**, kann festgehalten werden.

- Die **Attraktivität** des Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle *Zusammensetzung* (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Lüdenscheid auch zukünftig attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Lüdenscheid innerhalb der Region gerecht wird.
- Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, der Lüdenscheider Versorgungsstandorte und der Stadtbezirke. Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lüdenscheid zugrunde zu legen ist.

Diese aktualisierten Zielvorschläge beziehen sich räumlich zum einen auf die Gesamtstadt mit ihrer zentralörtlichen Funktion und zum anderen auf die Innenstadt als wichtigster zentraler Versorgungsbereich der Stadt sowie die ergänzenden Versorgungsstandorte im Stadtgebiet.

Die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im Lüdenscheider Stadtgebiet sollte gewährleistet werden durch eine

- funktional gegliederte Standortstruktur mit
- funktionsfähigen Versorgungszentren sowie
- zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte.

Es geht weiterhin primär darum, die gewachsenen Zentren in ihren Versorgungsfunktionen so zu stärken, dass sie nicht nur überleben, sondern ihrer Versorgungsfunktion uneingeschränkt gerecht werden können.

Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Lüdenscheid bleibt die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit durchaus erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,21).

Weitere Ansiedlungsanfragen insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten offenbaren jedoch ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Lüdenscheid. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht-integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Lüdenscheid bleibt es, einer solchen drohenden räumlichen „Schiefelage“ und ausgeprägten interkommunalen Konkurrenzsituation zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang auf den gewachsenen städtebaulich funktionalen Zentren und insbesondere der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie ferner auf integrierten Nahversorgungsstandorten und zentrenverträglichen Ergänzungsstandorten. Diese sind zu erhalten und – wo erforderlich – auszubauen. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Oberste Priorität im Rahmen der weiteren Einzelhandelsentwicklung besitzt die Sicherung und Stärkung der Lüdenscheider Innenstadt. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen auf das Hauptgeschäftszentrum in der Lüdenscheider Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit zugemessen hat.

Neben der Zentralität – also der vorrangig quantitativen Komponente – soll auch die Vielfalt an Funktionen in der Innenstadt erhalten werden: Eine Mischung von Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur. Bezogen auf den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen anzustreben. Die Ansiedlung moderner Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann in hohem Maße zur Stärkung der Attraktivität des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Lüdenscheid allgemein beitragen.

Die Lüdenscheider Innenstadt besitzt mit dem dort vorhandenen Facheinzelhandel sowie den über den Einzelhandel hinausgehenden zentrenprägenden Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Gesundheit etc.) eine hohe Bedeutung für die städtische aber auch – entsprechend der raumordnerischen Versorgungsfunktion – für die regionale Versorgung der Bevölkerung. Zudem bildet sie den siedlungsräumlichen, städtebaulichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt. Um dieser Rolle in Lüdenscheid auch weiterhin gerecht zu werden sowie um sich im interkommunalen Wettbewerb konkurrenzfähig darzustellen, muss als bedeutendes Ziel der Ausbau und die Sicherung der einzelhandelsrelevanten Versorgungsbedeutung dieses zentralen Versorgungsbereiches festgehalten werden. Daneben soll der Einzelhandel von verschiedenen Betriebstypen

geprägt sein, welche die eigene Identität der Innenstädte erhalten und – wo erforderlich – wieder herstellen und stärken. Die Verfügbarkeit und Erreichbarkeit einer ausreichenden Zahl an Stellplätzen ist vor dem Hintergrund der Bedeutung des Kfz bei Aufsuchen der Einkaufsstandorte in Lüdenscheid besonders auch für die verdichtete Innenstadt zu berücksichtigen.

Hierarchisch gestuftes, aufgabenteiliges Netz von funktionsfähigen Versorgungszentren

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist die Sicherung und Stärkung einer ausgewogenen, hierarchisch gegliederten Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen auszuschließen. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevantem Einzelhandelsangebot in der Innenstadt sowie grundversorgungsrelevanter Sortimente in den Nahversorgungszentren sowie an solitären Nahversorgungsstandorten im Stadtgebiet. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des – seiner Versorgungsfunktion entsprechenden – Einzelhandels- und Nutzungsangebots.

Aufgabenteilung / Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche durch vorhandene Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentrenstruktur (zentrenverträgliche Sonderstandorte bzw. Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung)

Die bestehenden Sonderstandorte für Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung (vgl. Kap. 4.4.8) stellen eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels zu den integrierten Lüdenscheider Zentren dar. Im Sinne einer Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als Standorte für großflächigen Einzelhandel außerhalb der gewachsenen Zentren der Stadt und als Ergänzungsstandorte für Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Bestandspflege der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Bei Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe ist jeweils die Verträglichkeit des Vorhabens anhand der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen zu überprüfen. Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind an geeigneten Standorten im Stadtgebiet grundsätzlich möglich und im Einzelfall hinsichtlich ihrer Verträglichkeit und Kompatibilität mit den formulierten städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Lüdenscheid zu prüfen. Ausweitungen von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an solchen Ergänzungsstandorten auszuschließen.

Prinzipiell ist zu beachten, dass vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale in der Stadt Lüdenscheid keine dringende Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte besteht. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem 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 Umset-

zung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Verkürzung der Wege ("Stadt der kurzen Wege")

Kompakte Zentren mit kurzen Wegen sind eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Aber auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten dient einer bevölkerungsnahen Versorgung und einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Eine Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege dient zum einen umwelt- und verkehrspolitischen Belangen. Zum anderen ist eine "Stadt der kurzen Wege" aber auch für die immobileren Teile der Bevölkerung von erheblicher Bedeutung.

Erhaltung und Stärkung der wohnortnahen Grundversorgung insbesondere durch funktionsfähige Nahversorgungszentren

Der Verkürzung der Wege dient auch eine möglichst flächendeckende Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs (Nahversorgung) – insbesondere im Bereich Nahrungs- und Genussmittel: **Es soll eine wohnungsnahe (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden.** Die gute bestehende Zentralität darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen / Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z.B. innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter in kleineren Zentren eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten gegenüber, die eine Umsetzung dieser Ziele erschweren. In diesem Zusammenhang ist besonders darauf hinzuweisen, dass Mindestgrößen von Einzelhandelsbetrieben zur attraktiven Präsentation eines bestimmten Warensortiments angestrebt werden, diese haben wiederum entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich bedingen. Daher muss darauf geachtet werden, eine räumlich (Standort) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Lüdenscheider Stadtgebiet zu sichern. Dazu gehört insbesondere auch die Orientierung an der gewünschten Versorgungsfunktion und dem damit einhergehenden Nachfragepotenzial der einzelnen Standorte.

Die Kaufkraftbindung eines zentralen Versorgungsbereichs soll vorrangig aus dem Einzugsbereich – und nicht durch eine Verlagerung von bislang auf andere Nahversorgungsstandorte gerichteten Kaufkraftströmen – erreicht werden!

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Schließlich ist ein Ziel, dass die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zur Verfügung stehen. Diese sind häufig nicht in der Lage, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für

Grund und Boden mitzuhalten. Diesbezüglich ist der komplette Ausschluss von Einzelhandel in solchen Gewerbegebieten eine mögliche Entwicklungsoption.

Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit insgesamt

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 Zentrenkonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor „unfairem Wettbewerb“ geschützt werden sollen. Grundsätzlich hat das Planungsrecht ohnehin wettbewerbsneutral zu 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.

Im Folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Hierarchiesystem der für Lüdenscheid ermittelten Einzelhandelszentren und Versorgungsstandorte dar.

6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortmodells zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Lüdenscheid

Ausgangspunkt für die Überprüfung und Überarbeitung des räumlichen Standortmodells im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes ist die vorhandene Zentrenstruktur im Lüdenscheider Stadtgebiet, die im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2005 definiert wurde. Als Grundgerüst dient eine zweistufige Gliederung der Zentren (Hauptzentrum, Nahversorgungszentren). Diese sollen sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots dahingehend unterscheiden, dass das Hauptzentrum (Innenstadt) für die gesamte Stadt (und auch die Region) von Bedeutung ist und die Nahversorgungszentren auf Ebene einzelner Stadtbereiche (Stadtbezirke) eine Grund- und Nahversorgungsfunktion (wohnortnahe Versorgung) erfüllen.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Zentrums in eine Zentrenhierarchie haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Zentrums. Hierbei fließen als Kriterien u.a. der Verkaufsflächenbestand und die Anzahl von Einzelhandelsbetrieben sowie die städtebauliche Gestaltung in die Beurteilung ein.

Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt zur Einordnung ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Zentrum verbunden sein soll. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann. Ferner ist eine räumlich ausgewogene Verteilung der unterschiedlichen Zentrentypen zwischen den Stadtbezirken berücksichtigt.

Neben den Zentren sind die Nahversorgungsstandorte sowie Sonderstandorte des großflächigen (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandels wesentlich Bausteine des Standortmodells der Stadt Lüdenscheid. Dieses wird in der folgenden Abbildung dargestellt:

Abbildung 5: Zielorientiertes Standortmodell der Stadt Lüdenscheid



Eigene Darstellung

Die einzelnen Zentren bzw. Standorttypen (vgl. dazu auch Abbildung 5) lassen sich durch folgende Kriterien näher definieren:

Hauptzentrum: Lüdenscheider Innenstadt

Art und Umfang des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebots der Innenstadt sind im Vergleich zu den anderen Zentren(-typen) in Lüdenscheid deutlich am größten. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt umfasst sämtliche zentrenrelevante Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso ist die Anzahl und Vielfalt der Dienstleistungen im Stadtgebiet im Vergleich zu den anderen Zentren führend. Dieser Zentrentyp zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- Vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich - mit Wettbewerbssituationen,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Einrichtungen.

Nahversorgungszentren

Die Nahversorgungszentren weisen gegenüber dem Hauptzentrum ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel (rund 2.000 – 5.000 m² Verkaufsfläche) und Dienstleistungen auf. Allerdings noch mit nennenswerter Bedeutung auf Ebene des jeweiligen Stadtbezirks und einem Einzugsgebiet von rund 5.000-10.000 Personen. Es handelt sich um lokale Versorgungszentren, die überwiegend der wohnortnahen Nahversorgung dienen.

Nahversorgungszentren sollten demnach folgende Kriterien erfüllen:

- In der Regel bilden ein bis zwei Lebensmittelmärkte den Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- nur vereinzelte Einzelhandelsangebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden – Wettbewerbssituation fehlt überwiegend (nicht selten als Rand- oder Nebensortimente),
- bestenfalls einzelne, zentrenprägende Dienstleistungsangebote vorhanden, in der Regel aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen allerdings mit höchstens geringer Wettbewerbssituation.

Nahversorgungsstandort

Bei Nahversorgungsstandorten handelt es sich um nahversorgungsrelevante Anbieter, die in das (Wohn-)Siedlungsgefüge der Stadt Lüdenscheid integriert sind und eine Versorgungsbedeutung für umliegende Wohngebiete übernehmen, jedoch keinen zentralen Versorgungsbereich ausbilden. Die Nahversorgungsstandorte ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche bei der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Versorgung. Als relevante Kriterien für eine entsprechende Einstufung sind herauszustellen:

- städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche mit ausreichender Mantelbevölkerung und fußläufige Erreichbarkeit,
- Vorhandensein i.d.R. nur eines strukturprägenden (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelmarktes, Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- keine direkte Konkurrenzsituation zu zentralen Versorgungsbereichen.

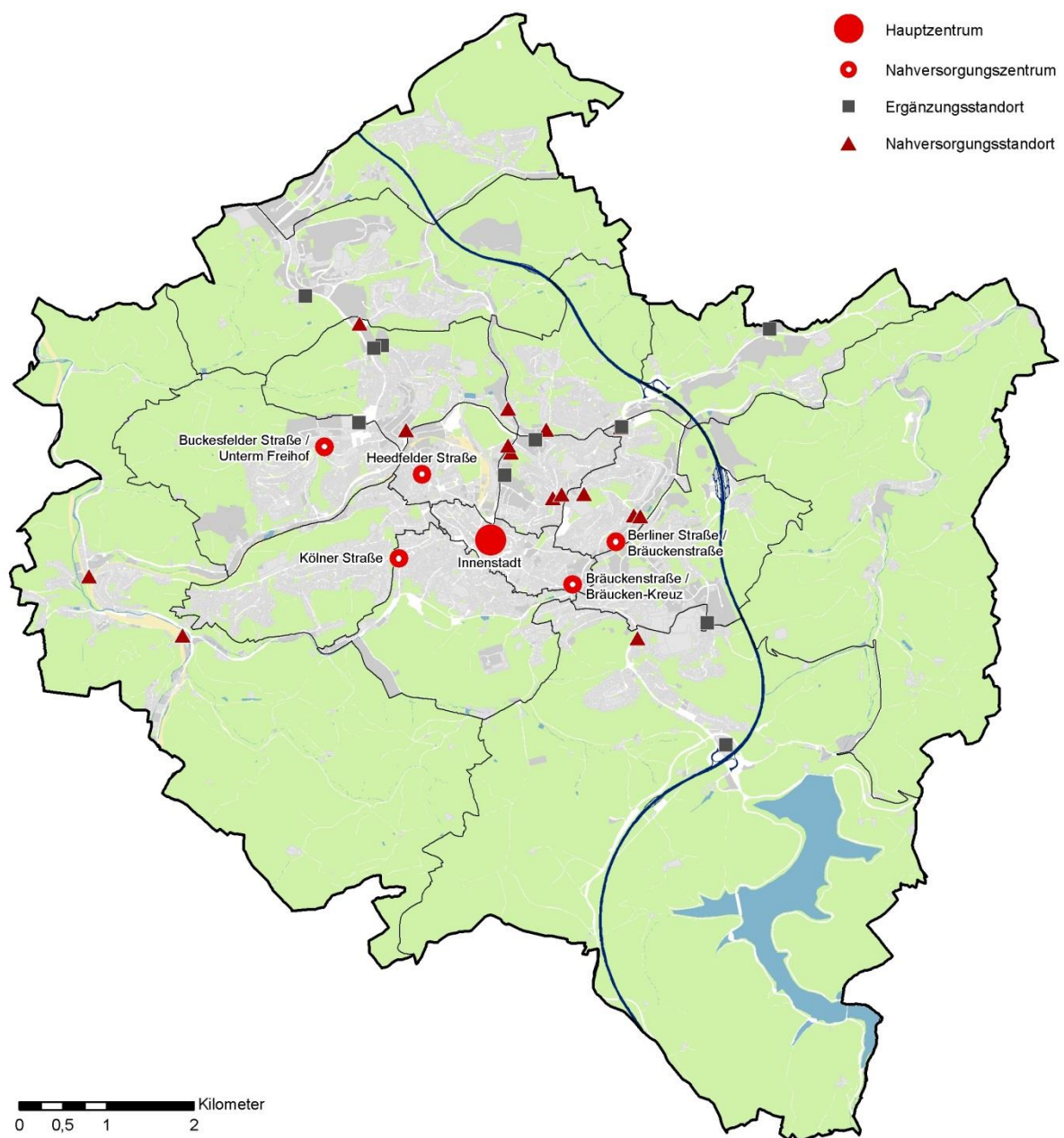
Jeder – aktuell vorhandene – oder zukünftig anzusiedelnde Lebensmittelmarkt in der Stadt Lüdenscheid, der diese Kriterien erfüllt, stellt demnach einen Nahversorgungsstandort im Sinne des Einzelhandelskonzeptes dar. Somit dienen die Nahversorgungsstandorte heute und perspektivisch der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann. Solche Standorte, die sich in städtebaulich integrierter Lage befinden, sind bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Lüdenscheids – bei einer Verträglichkeitsprüfung im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen¹⁹. Als sonstige Nahversorgungsstandorte gelten beispielsweise, der Lebensmitteldiscounter Netto, Worthstraße (Tinsberg / Kluse) oder der Lebensmitteldiscounter Lidl, Volmestraße (Brügge).

¹⁹ Gemäß § 11 (3) BauNVO ist, in Bezug auf mögliche Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes, auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu berücksichtigen.

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels

Bei Sonderstandorten des großflächigen Einzelhandels handelt es sich um großflächige Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Lüdenscheid integriert sind und eine lokale und z.T. auch regionale Versorgungsbedeutung übernehmen. Die Sonderstandorte des großflächigen (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandels, ergänzen die Versorgungsstruktur (Zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte) bei der Bereitstellung einer möglichst flächendeckenden Versorgung, ohne jedoch in direkte Konkurrenz zu ihnen zu treten. Im Einzelfall kann im Sinne einer ökonomischen und ökologischen Stadtentwicklung eine Standortgemeinschaft aus wenigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sinnvoll sein. Zentrenrelevante Randsortimente sind dabei zentrenverträglich zu begrenzen.

Karte 29: Perspektivische Zentrenstruktur in der Stadt Lüdenscheid



Eigene Darstellung auf Basis der Deutschen Grundkarte

Neben den Zentren sind solitäre integrierte Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte für Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung als Bestandteile des zukünftigen Standortmodells herausgestellt worden. Alle unterschiedlichen Standorttypen übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der Stadt Lüdenscheid. Gleichwohl können sie nicht als schützenswerte Bereiche i.S.v. § 2 (2) bzw. 9 (2a) oder § 34 (3) BauGB eingestuft werden. Hierzu zählen neben den Sonderstandorten für überörtlich bedeutsame Einzelbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auch die solitären integrierten Nahversorgungsstandorte innerhalb der Stadt Lüdenscheid.

Da eine flächendeckende (wohnungsnahe) Grundversorgung innerhalb Lüdenscheids nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die solitären integrierten Nahversorgungsstandorte diese vorhandenen räumlichen Lücken ab. Somit wird erst unter Berücksichtigung dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende und umfassende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Lüdenscheid gewährleistet. Auch wenn diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche gelten und somit nicht unter das „Schutzregime“ der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB fallen, dienen sie dennoch einer (schützenswerten) wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung (z.B. i.S.v. § 11 (3) BauNVO). Als räumliche Ausprägung eines übergeordneten Ziels im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes, werden sie somit als bedeutendes Abwägungskriterium für die zukünftige städtebauliche Steuerung von Einzelhandelsplanvorhaben herangezogen. Dieser Umstand hat bei der Formulierung der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung entsprechende Berücksichtigung gefunden.

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Lüdenscheid

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Lüdenscheid ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche** an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kap. 6.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Eine Steuerung über definierte **Tabubereiche** hat sich in der Vergangenheit nicht als zielführend herausgestellt. Vor allem hinsichtlich der Handhabung der konzeptionellen Bausteine in der Praxis wird in der vorliegenden Fortschreibung von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche abgesehen.

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die unterschiedlichen Zentren in Lüdenscheid stellen ein komplexes Geflecht dar. Um eine Vergleichbarkeit untereinander zu ermöglichen, aber auch um neben den überwiegend quantitativen Aspekten der Analyse auch qualitative (städtebauliche) Kriterien bei der Bewertung verstärkt mit einfließen zu lassen und somit eine fundierte Grundlage für zukünftige Beurteilungen im politischen wie im planungsrechtlichen Sinne (z.B. im Hinblick auf §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO) zu erhalten, wurden umfangreiche städtebauliche Analysen durchgeführt, die Aufschluss geben über Stärke, Ausstrahlung und Bedeutung der jeweiligen Zentren bzw. der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 4.4).

Dabei kommt insbesondere dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2005 und 2007 und hier insbesondere die neu gefassten §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.²⁰ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z.B. Innenstadt und Stadtteil- bzw. Nebenzentren). Auch *Grund- und 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 Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer

²⁰ vgl. u.a. BverwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

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.²¹

Sonderstandorte 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.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der Literatur²² – 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!

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Nicht abschließend geklärt ist dahingegen jedoch die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u.a. i.S.v. § 1 (6) Nr. 4, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die eine funktionale Einheit aus Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z.B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzun-

²¹ vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392 / 07

²² vgl. u.a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7 / 2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

gen für Dichte, die räumliche Fokussierung von Entwicklungen auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

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

Städtebauliche Kriterien

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

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche geschieht unter Berücksichtigung der Fachliteratur bzw. obergerichtlicher Rechtsprechung gleichsam parzellenscharf²³.

Flächen für den Gemeinbedarf wie z.B. Schulen, Kindergärten oder auch Kirchen sind dabei zu dem zentralen Versorgungsbereich hinzugenommen worden, sofern ihre Grundstücke unmittelbar an die Straßen der jeweiligen Einzelhandelslagen heranreichen und von Einzelhandelsnutzungen im weiteren Verlauf umgeben sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der zentrale Versorgungsbereich in der Regel nur einen Teil einer Innenstadt bzw. eines Stadtteils etc. darstellt. Kerngebietsausweisungen können z.B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen.

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Einzelne zentrale Versorgungsbereiche umfassen im Bedarfsfall ggf. so genannte Potenzialflächen. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zum ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich stehen und diesen - im Falle einer Ansiedlung / Bebauung - sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung / Nutzung auf dieser Fläche 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

²³ Vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007 („exakte Abgrenzung erforderlich, d.h. möglichst parzellenscharf“) sowie Urteil des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07), Seite 7

gen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

In diesem Zusammenhang sei noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie der Sonderstandorte andererseits und insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist. So 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. Lüdenscheider Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

Nicht zuletzt aufgrund der jüngsten Rechtsprechung zum Themenkomplex der Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche wird im Rahmen der Fortschreibung ein besonderes Augenmerk auf die Einordnung der Nahversorgungszentren, vor dem Hintergrund des Schutzstatus u.a. i.S.v. §§ 2 (2) und § 11 (3) BauNVO, gelegt. Im Folgenden werden die entsprechenden Kriterien zur Einstufung dargelegt:

Kriterien zur Einordnung von 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. .

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Kuschnerus²⁴ zeigte dabei auf, dass sich Nahversorgungszentren durch folgende Merkmale auszeichnen:

- „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 Personen 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 – realistischer-weise zu erwartende – planerische Zielsetzung ausreicht, dass das Zentrum diese Qualitäten in absehbarer Zeit erlangt.“

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

²⁴ 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

Nahversorgungsfunktion um das Vorhandensein von strukturprägenden Lebensmittelmärkten (z.B. Supermarkt oder Lebensmitteldiscounters), 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 Einzugsbereiches. Daneben ist aber auch aus absatzwirtschaftlicher Sicht ein bestimmtes Einwohner- 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 einen 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 für die Stadt Lüdenscheid wird – ausgehend von der Bestandsaufnahme der vorhandenen Zentrenausstattungen – ein Nahversorgungszentrum als zentraler Versorgungsbereich definiert, wenn es folgende Kriterien erfüllt oder entsprechende Entwicklungsperspektiven dazu bestehen:

- ausreichend großes Einzugsgebiet (Orientierungswert: ab 5.000 Personen)
- mindestens zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte,
- ergänzende Nutzungen (private und öffentliche Dienstleistungen, Gastronomie),
- Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bezogen auf den Nahbereich $> 0,35$
- ablesbare städtebauliche Einheit sowie städtebauliche Qualität (u.a. Außendarstellung, Gestaltung, Aufenthaltsqualität)
- Vor allem für zentrale Versorgungsbereiche für die akuter Entwicklungsbedarf zur Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion besteht, ist außerdem zu prüfen, ob und welche Entwicklungspotenziale bestehen.

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

Auf Grundlage dieser Einstufungskriterien ergibt sich für den Bereich Kluse, dass dieser künftig nicht als zentraler Versorgungsbereich bzw. Nahversorgungszentrum eingestuft wird. Insbesondere fehlen hier Entwicklungsperspektiven zur Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion durch die Ansiedlung / Erweiterung von (strukturprägenden bzw. funktionstragenden) Lebensmittelmärkten). Daher kann dieser Bereich keine über den Nahbereich hinausreichende Ausstrahlung hinsichtlich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln übernehmen.

Folgende zentrale Bereiche werden aufgrund ihrer bestehenden Ausstattung oder absehbaren Entwicklungsperspektiven als Nahversorgungszentren eingestuft:

- Berliner Straße / Bräuckenstraße
- Bräuckenkreuz
- Buckesfelder Straße / Unterm Freihof
- Heedfelder Straße
- Kölner Straße

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Lüdenscheid auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und sind als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen. Im Einzelnen wurde von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen, da vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zur Erschließungsachse hin ausschlaggebend ist. Durch diese Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe“ oder Erschließung von „hinten“) gegangen werden soll.

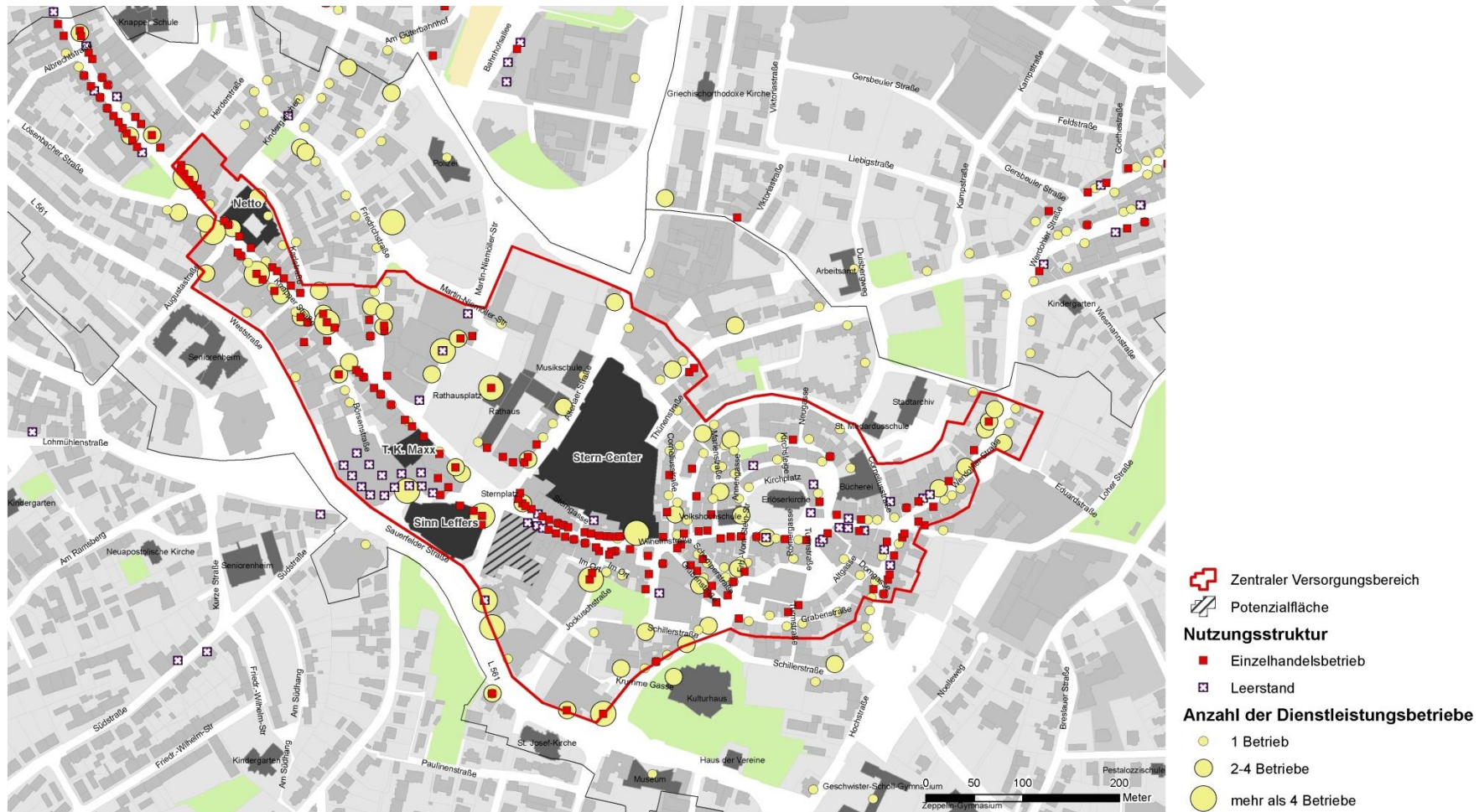
Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 6.3 beschrieben – unterschieden zwischen

- Hauptzentrum Innenstadt und den
- Nahversorgungszentren.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Stadtteilen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im jeweiligen Stadtbezirk bzw. im Einzugsbereich eines Nahversorgungszentrums orientiert.

7.1.1 Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt

Karte 30: Lüdenscheider Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012, aktualisiert 08 / 2013; ALK

Lage und Struktur:

- Lage im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp
- Gliederung in **Hauptgeschäftsbereich** (Schwerpunkt großflächige Magnetbetriebe, wie Stern-Center und Sinn Leffers) und **Nebenlagen** (überwiegend kleinteilige innerstädtische Nutzungen)
- Kompakte und stabile Grundstruktur des Hauptgeschäftsbereichs; Hauptlage im Bereich des Sternplatzes, weitere Ausdehnung der Nebenlagen in Richtung Wilhelmstraße und Knapper Straße, Tiefentwicklung im Bereich des Altstadtkerns

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist insbesondere im **Hauptgeschäftsbereich** die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen festzustellen. Alle größeren Magnetbetriebe (z.B. Einkaufszentrum, Textilkaufhäuser) liegen innerhalb dieses klar ablesbaren Bereichs im Umfeld des Sternplatzes. Hier sind die höchsten Anteile des Einzelhandels an den Erdgeschossnutzungen von durchweg (überwiegend deutlich) über 75 % sowie die höchsten Passantenfrequenzen festzustellen. Auch aus städtebaulich-gestalterischer Sicht zeichnet sich dieser Bereich als Hauptgeschäftszentrum aus. Sowohl von der baulichen Dichte, der Geschosshöhe der Randbebauung sowie der anspruchsvollen Gestaltung des öffentlichen Raumes grenzt sich der Hauptgeschäftsbereich deutlich von den übrigen Innenstadtbereichen ab. Randbereiche des Hauptgeschäftsbereichs bilden der Altstadtbereich und die Knapper Straße. Der Altstadtbereich umfasst die Geschäftslage entlang der Wilhelmstraße bis zur Werdohler Straße sowie den historischen Kernbereich. Im Westen erstreckt sich eine kleinteilige Nutzungsstruktur entlang der Knapper Straße. Im vorderen Bereich bis zum Kreuzungsbereich Knapper Straße / Herderstraße weist diese eine hohe Dichte auf, im weiteren Verlauf nimmt diese ab, der Einzelhandelsbesatz ist ausschließlich kleinflächig. Vor dem Hintergrund einer kompakten Struktur sowie funktionierender, attraktiver und angemessener Lauflängen zur Hauptlage wird der zentrale Versorgungsbereich im Westen auf Höhe der Herderstraße begrenzt.

Eine kompakte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und speziell des „Hauptgeschäftsbereichs“ ist die notwendige Voraussetzung, um Dichte, eine räumliche Fokussierung auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen und zu erhalten. Zu weitläufig bzw. großzügig abgegrenzte Bereiche führen zu deutlichen Brüchen im Geschäftsbesatz, geringerer Dichte und Frequentierung (beispielsweise aufgrund zu langer Wege) und somit zu einem Attraktivitätsverlust der Einzelhandelslagen, die auch städtebauliche Funktionsverluste dieser Standorte nach sich ziehen. Dabei ist stets „von Innen nach Außen“ zu argumentieren, d.h. es ist zu hinterfragen, ob ein funktionaler Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kernbereich des Hauptgeschäftszentrums (und nicht den äußeren Randbereichen) vorhanden bzw. herzustellen ist.

Nutzungsprofil:

- Mit rund 40.800 m² Verkaufsfläche und 210 Betrieben bedeutendster Lüdenscheider Einzelhandelsstandort. Positiv zu wertende Konzentration von mehr als einem Viertel aller Lüdenscheider Betriebe und Verkaufsflächen auf den Innenstadtbereich.
- Umfangreiches Angebot aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, Schwerpunkte in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Elektronik / Multimedia.

- Einkaufszentrum, Kaufhäuser und Fachmärkte als großflächige Magnetbetriebe, vielfältiges kleinteiliges Fachangebot vorhanden. Im Schnitt gute Angebotsmischung und -struktur.
- Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch Dienstleistung, wie z.B. Banken, Versicherungen, Ärzte oder Frisöre, und Gastronomiebetriebe.

Erreichbarkeit:

- Großräumig erreichbar über A 45 und B 229 und B 54.
- Stellplatzangebot durch Parkplätze und -häuser in der Innenstadt z.T. in Randlagen vorhanden.
- ÖPNV-Anschluss durch Lüdenscheider Bahnhof; Schnittpunkt aller Buslinien, Sauerfelder Straße.
- Zum Teil Radwegeverbindungen und fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Bereichen.

Aufenthaltsqualität:

- Weitgehend ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raumes mit Wechsel aus großzügigen Straßen, Plätzen und engen Gassen sorgen im Zusammenspiel mit der attraktiven, z.T. historischen Bebauungsstruktur für ein belebtes Ambiente mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität neben großformatigen, modernen Baukörpern.

Versorgungsfunktion:

- Hierarchisch bedeutendster *zentraler Versorgungsbereich* der Stadt Lüdenscheid; aus siedlungsräumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht wichtigster Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet.
- Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung sowie des mittelzentralen Verflechtungsbereichs der Umlandregion
- Geschäftszentrum innerhalb der multifunktionalen Nutzungsstrukturen der Innenstadt herausragende Stellung als Frequenzbringer, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Lüdenscheider Zentrums sorgt.

Entwicklungsziele:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Innenstadt mit Fokus auf dem Hauptgeschäftsbereich.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten (beispielsweis Spielwaren / Hobbyartikel). Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen sind qualitative und räumliche Verbesserungen möglich.
- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten in der Region durch Weiterentwicklung des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter des standardisierten bis höherwertigen Sortiments.

- Revitalisierung des „Forums“ am Sternplatz sowie der derzeit leer stehenden Immobilie.
- Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt durch Beseitigung der Leerstände in der Altstadt (insbesondere: Dienstleistungen, Kulturelle Einrichtungen und Gastronomie).
- Sicherung und Stärkung der Knapper Straße mit ihrem eigenen Nutzungscharakter, der Nähe zur Hauptlage sowie der verkehrlichen Anbindung für Kfz sowie den öffentlichen Nahverkehr.
- Aus städtebaulicher Sicht liegen Potenziale zur Steigerung der Aufenthaltsqualität der Innenstadt vor allem auch in der qualitativen Ausstattung des öffentlichen Raumes. Hier ist vor allem das typische Altstadtflair unter Berücksichtigung der Altstadtsatzung weiter zu entwickeln. Dabei sollte das Nebeneinander von Modern und Historisch als attraktives Alleinstellungsmerkmal für die Stadt Lüdenscheid herausgestellt werden-
- Zahlreiche städtebauliche Maßnahmen sind bereits umgesetzt bzw. angestoßen worden. Dabei sind auch verkehrliche Aspekte zu berücksichtigen (Deren ausführliche Untersuchung ist nicht Gegenstand des Einzelhandelskonzeptes.), wie eine barrierefreie oder barrierearme Anbindung der Oberstadt bzw. der Wilhelmstraße oder die Bereitstellung eines ausreichenden Stellplatzangebotes.

7.1.2 Das Nahversorgungszentrum Berliner Straße / Bräuckenstraße

Karte 31: Nahversorgungszentrum Berliner Straße / Bräuckenstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012; ALK

Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 6 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 1.900 m² Verkaufsfläche im Verlauf der Brückenstraße zwischen Berliner Straße und Nottebohmstraße auf.
- Es besteht ein moderner Lebensmitteldiscounter als Magnetbetrieb. Darüber hinaus ist zurzeit ein Einkaufszentrum u.a. mit einem Lebensmittelsupermarkt (1.350 m² VKF), einem Getränkemarkt (500 m² VKF), einem Lebensmitteldiscounter (1.000 m² VKF), einem Drogeriefachmarkt (600 m² VKF) sowie ergänzenden Nutzungen (100 m² VKF) im Bau.
- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Honsel / Eichholz; Kalve / Wefelshohl (jeweils anteilig) und Brüninghausen / Augustenthal ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 7.000 Personen.
- Vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen zur Stärkung der Grundversorgungsfunktion an diesem Standort sowie Abrundung des Angebotsmixes durch Dienstleistungen und Gastronomie ist dieser Bereich – entsprechend der Teilaktualisierung zum Einzelhandelskonzept Lüdenschied (2011) – als Nahversorgungszentrum einzustufen.

Entwicklungsziele:

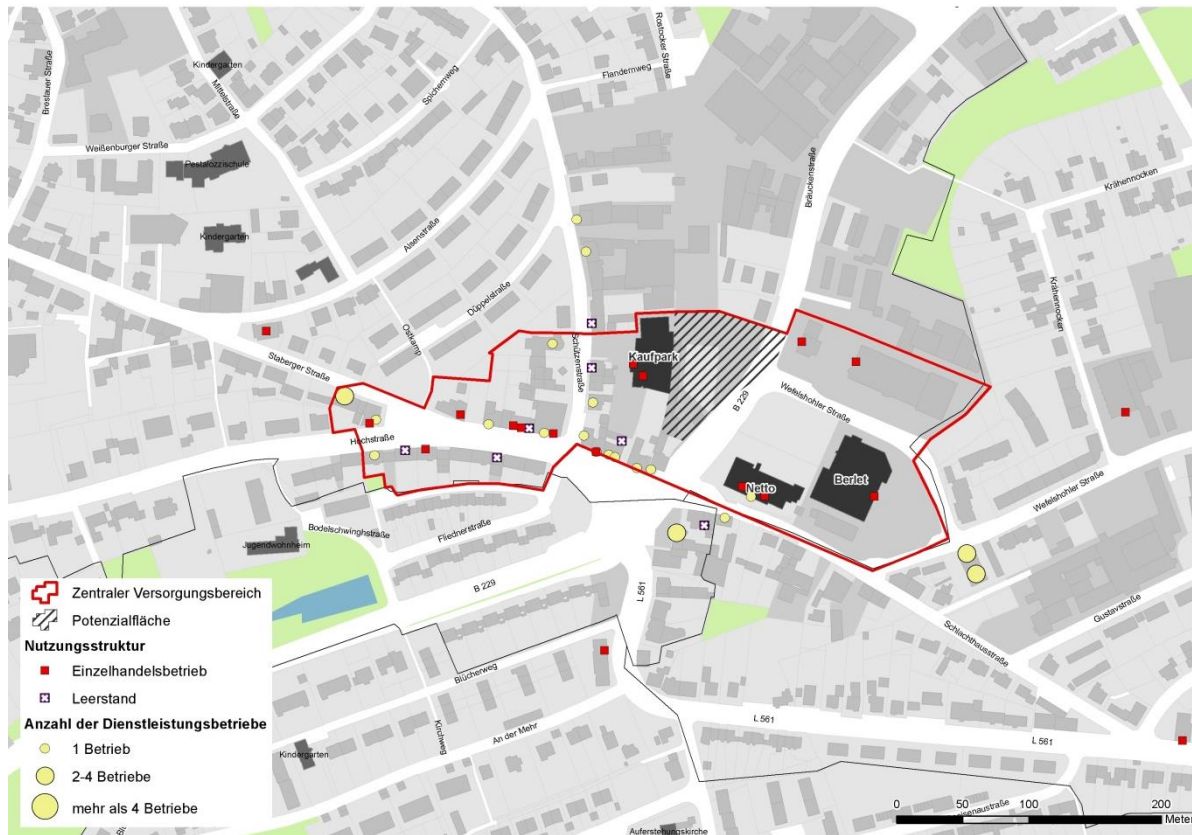
Nach Abschluss der derzeit im Bau befindlichen Einzelhandelseinrichtungen wird dieser zentrale Versorgungsbereich seiner Versorgungsaufgabe als Nahversorgungszentrum gut gerecht. Er ist daher zukünftig vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Einzelhandelskonzeptes Lüdenscheid zu sichern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortiment sind i.S.d. Ansiedlungsregeln nicht zulässig.

Aus verkehrlicher Sicht ist eine Verbesserung der fußläufigen Anbindung, Erreichbarkeit der Bushaltestellen wünschenswert.

ENTWURF

7.1.3 Das Nahversorgungszentrum Brückenkreuz

Karte 32: Nahversorgungszentrum Brückenkreuz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012; ALK

Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 14 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 4.950 m² Verkaufsfläche im Bereich des „Brückenkreuzes“ auf.
- Es bestehen ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter sowie ein Elektronikfachmarkt als größte Betriebe in diesem Bereich.
- Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzen das Angebot.
- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Bierbaum / Höh / Hellersen; Ramsberg / Hasley / Baukloh (jeweils anteilig) ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 10.500 Personen.
- Für künftige Entwicklungen besteht eine Potenzialfläche an der westliche Seite der Brückenstraße. Des Weiteren bildet der Bereich nördlich der Wefelshohler Straße einen derzeit mindergenutzten Bereich. Dieser sollte als Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches qualifiziert werden.

Entwicklungsziele:

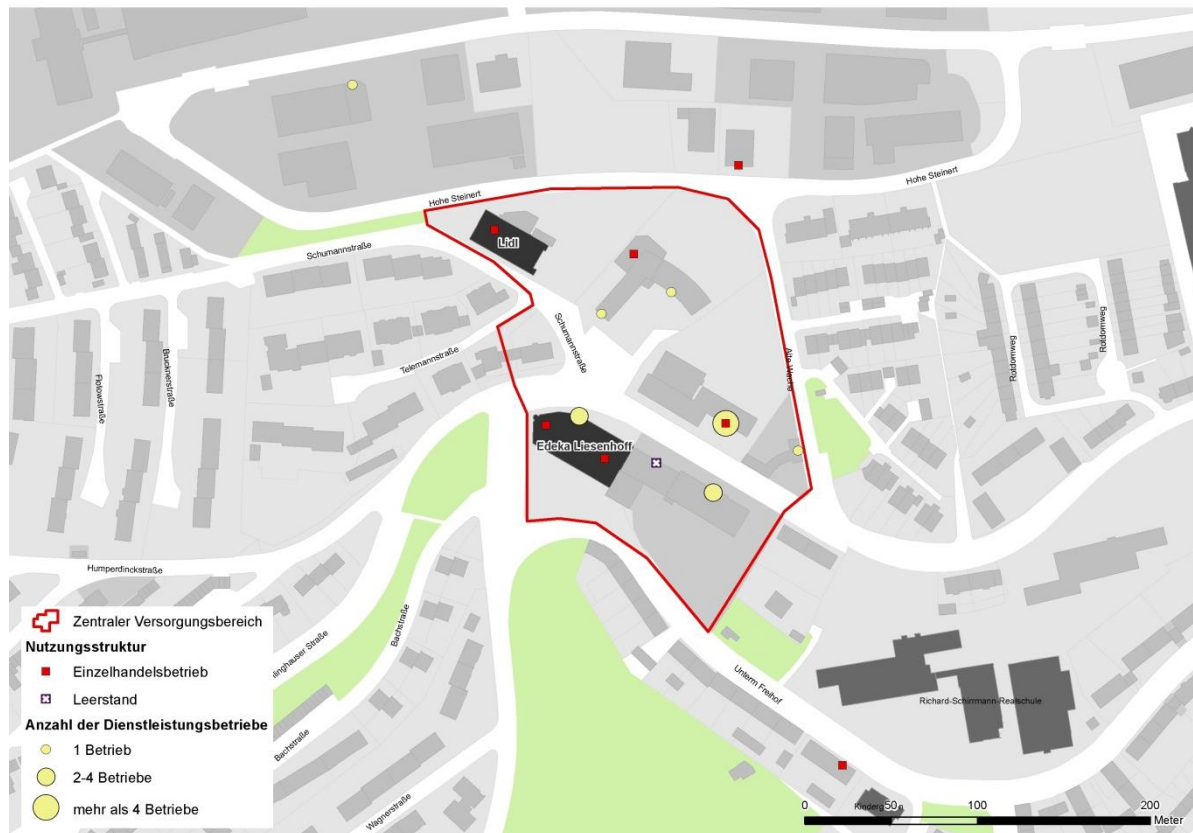
Der Standort Bräuckenkreuz liegt in unmittelbarer Nähe zum Nahversorgungszentrum Berliner Straße / Bräuckenstraße aber auch unweit der Innenstadt. Mögliche künftige Entwicklungen sind vor allem auch unter Berücksichtigung dieser Situation zu bewerten.

Dieser Standort ist künftig als Nahversorgungszentrum zu sichern und zu stärken. Dabei genießen bestehende Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten Bestandsschutz. Eine Weiterentwicklung – insbesondere auch Neuansiedlung – von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten ist mit den Ziele und Ansiedlungsregeln des Einzelhandelskonzeptes nicht vereinbar.

ENTWURF

7.1.4 Das Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof

Karte 33: Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012; ALK

Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 5 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 2.480 m² Verkaufsfläche im Bereich Buckesfelder Straße / Schumannstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter als größte, funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.
- Die Versorgungsfunktion ist auf den Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 6.200 Personen.

Entwicklungsziele:

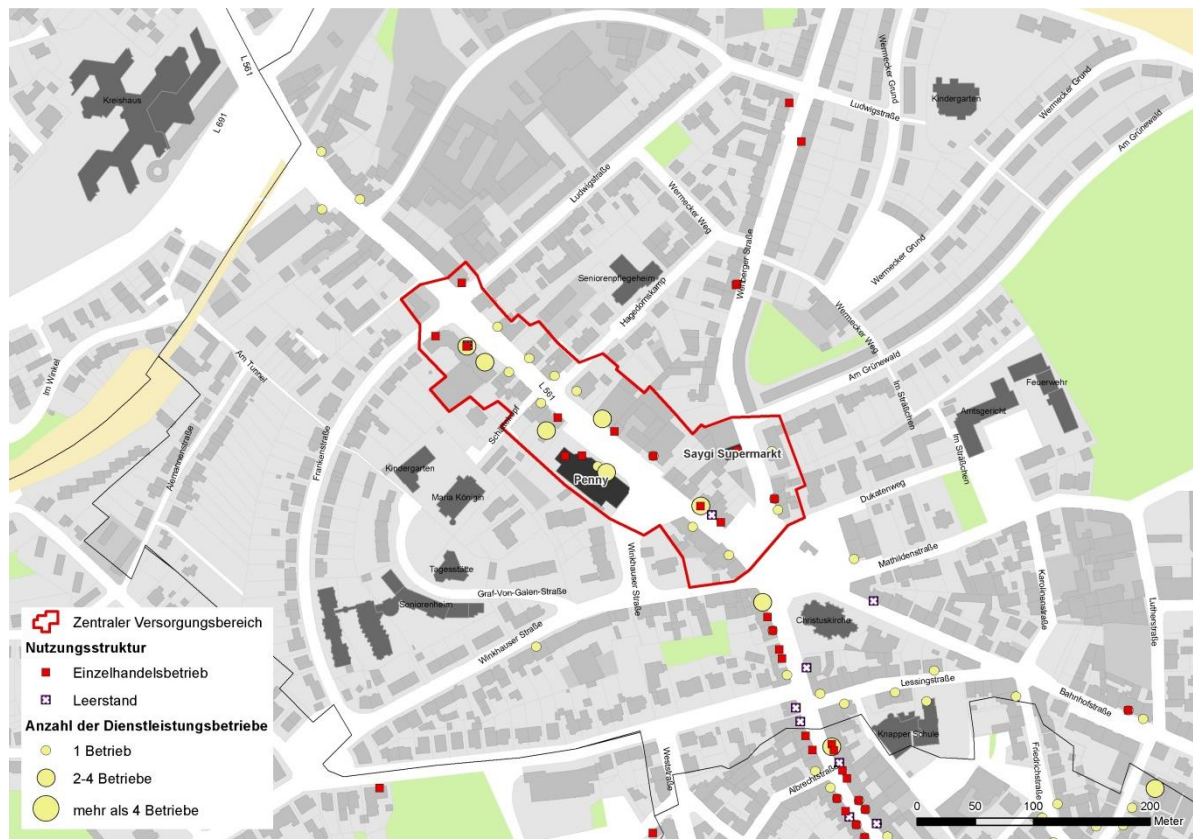
Der Einzelhandelsbesatz am Standort Buckesfelder Straße / Unterm Freihof ist auf die Nahversorgung im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen ausgerichtet. Er erfüllt seine Versorgungsaufgabe sehr gut. Im Zusammenspiel mit den übrigen Nutzungen (z.T. auch derzeit in Entwicklung) stellt sich dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) dar. Aufgrund seiner Versorgungsbedeutung im Stadtbezirk sowie der funktionalen und städtebaulichen Ausstattung ist dieser zentrale Versorgungsbereich vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes zu sichern und zu stärken.

Zur Aufwertung des Nahversorgungszentrums können städtebauliche Maßnahmen wie die Verbesserung der Gestaltung des öffentlichen Raumes (barrierearm, Erhöhung der Aufenthaltsqualität) beitragen.

ENTWURF

7.1.5 Das Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße

Karte 34: Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012; ALK

Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 12 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 2.200 m² Verkaufsfläche im Bereich Heedfelder Straße zwischen Winkhauser Straße und Frankenstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmitteldiscounter und ein Supermarkt mit türkisch orientierter Produktpalette als größte, funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.
- Die Versorgungsfunktion ist auf den Stadtbezirk Grünewald ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 4.800 Personen.

Entwicklungsziele:

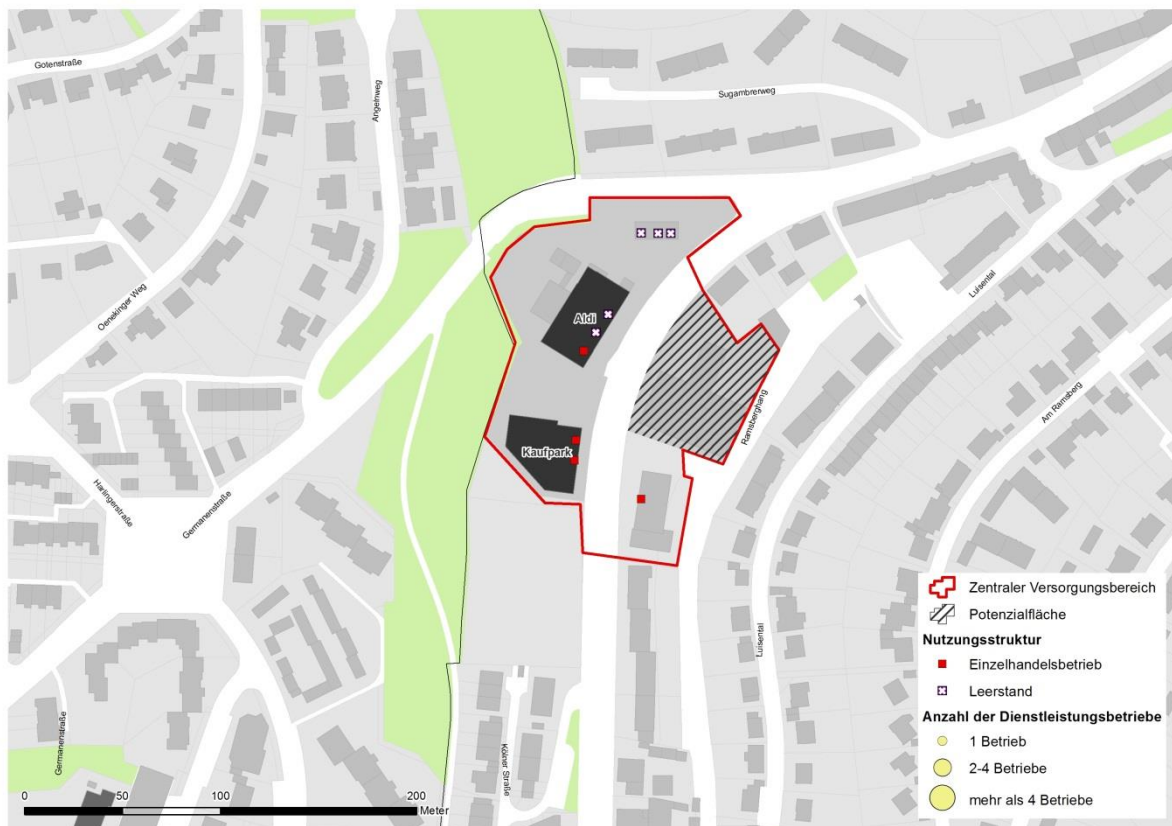
Der Einzelhandelsbesatz am Standort Heedfelder Straße ist auf die Nahversorgung im Stadtbezirk Grünewald ausgerichtet. Er erfüllt seine Versorgungsaufgabe annähernd gut. Im Zusammenspiel mit den übrigen Nutzungen stellt sich dieser Bereich als zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) dar. Aufgrund seiner wohnsiedlungsräumlich integrierten Lage, seiner Versorgungsbedeutung im Stadtbezirk sowie der funktionalen und städtebaulichen Ausstattung ist dieser zentrale Versorgungsbereich vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Lüdenscheider Einzelhandelskonzeptes zu sichern und zu stärken.

Das Erscheinungsbild des Nahversorgungszentrums wird aus städtebaulicher Sicht vor allem auch durch die mehrstreifige Heedfelder Straße geprägt. Der öffentliche Raum ist sehr einfach gestaltet. Hier zeigen sich mögliche Ansatzpunkte für Verbesserungsmahnahmen.

ENTWURF

7.1.6 Das Nahversorgungszentrum Kölner Straße

Karte 35: Nahversorgungszentrum Kölner Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Unternehmenserhebung Oktober 2012; ALK

Struktur

- Der aktuelle Bestand weist 4 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 2.140 m² Verkaufsfläche im Bereich Kölner Straße, südlich bzw. östlich der Germanenstraße auf.
- Es bestehen ein Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelsupermarkt sowie ein Getränkemarkt als größte, funktionstragende Betriebe in diesem Bereich.
- Die Versorgungsfunktion ist auf die Stadtbezirke Oeneking / Stüttinghausen und Ramsberg / Hasley / Baukloh (jeweils anteilig) ausgerichtet. Das Einzugsgebiet umfasst damit derzeit rund 7.300 Personen.
- Der Standort ist weitgehend funktional und einfach ausgerichtet. Derzeit bestehen Planungen zur Verlagerung, Erweiterung und Modernisierung der bestehenden Anbieter im Bereich dieses Standortes.

Entwicklungsziele:

Der Einzelhandelsbesatz am Standort Kölner Straße ist auf die Nahversorgung der Stadtbezirke Oeneking / Stüttinghausen und Ramsberg / Hasley / Baukloh ausgerichtet. Er erfüllt seine Versorgungsaufgabe annähernd gut. Der Standort ist derzeit aufgrund seiner vorwiegend funktionalen Ausrichtung, den Leerständen und auch der verkehrlichen Situation schwach aufgestellt.

Dennoch handelt es sich hier um einen städtebaulich sinnvollen, wohnsiedlungsräumlich integrierten Standort. Vor dem Hintergrund der zugedachten Versorgungsaufgabe ist dieser Bereich künftig als Nahversorgungszentrum zu sichern und weiter zu entwickeln. Neben der Aufwertung der funktionstragenden Einzelhandelsbausteine ist dabei vor allem auch eine Arrondierung durch Angebote aus dem Bereich Dienstleistungen und Gastronomie notwendig. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Verknüpfung der Bereiche westlich und östlich der Kölner Straße, beispielsweise durch Querungshilfen, sinnvoll. Entsprechende Entwicklungsperspektiven sind aufgrund der mindergenutzten Flächen sowohl westlich als auch östlich der Kölner Straße ablesbar.

ENTWURF

7.2 Sonderstandorte des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel

Außerhalb der Zentren können – neben solitären integrierten Nahversorgungseinrichtungen – einzelne Standorte für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment als ergänzende **Sonderstandorte** dienen (vgl. Kap. 6.3). In den nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten konnten jedoch zunächst keine nennenswerten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale bzw. allenfalls leichte Arrondierungsspielräume aufgezeigt werden. Zusätzliche Angebotsausweitungen würden somit in erster Linie zu Umverteilungen im Bestand und Verdrängungswettbewerb führen. Das bedeutet, dass in Lüdenscheid in erster Linie eine Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Sonderstandorte anzustreben ist und aktuell keine dringende Notwendigkeit für die planungsrechtliche Ausweisung weiterer Sondergebietsflächen für solche Nutzungen notwendig ist. Bei eventuellen Neuansiedlungs- oder Verlagerungsabsichten sind ein potenzieller Neustandort und das entsprechende Vorhaben im Einzelfall hinsichtlich der Kompatibilität mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes zu prüfen.

Sowohl für Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umstrukturierungen von solchen Betrieben gilt:

- Im Sinne der Verhinderung einer verschärften Wettbewerbssituation zu den zentralen Versorgungsbereichen ist ein **Ausbau des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebots** an solchen Standorten grundsätzlich **restriktiv** zu behandeln.
- Die Sonderstandorte sind ausschließlich als Ergänzungsstandorte **für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsangebote in funktionaler Ergänzung zur Innenstadt** zu betrachten.
- Konkrete (insbesondere großflächige) Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind im Einzelfall zu prüfen. Hinsichtlich der zentrenverträglichen Gestaltung einer solchen Angebotsausweitung sind die Ansiedlungsregeln des Kapitels 9.1, insbesondere zur zentrenverträglichen Dimensionierung von Randsortimenten zu beachten. Grundsätzlich besteht momentan keine erkennbare Notwendigkeit für die Ausweisung neuer Sonderstandorte.
- Vorhandene **Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment** außerhalb der Zentren genießen Bestandsschutz, ebenso wie die planungsrechtlich genehmigten Verkaufsflächen. Eine weitere Ansiedlung oder Erweiterung zentrenrelevanten Einzelhandels (über den genehmigten Bestand hinaus), insbesondere in Form großflächiger Betriebe, ist jedoch (auch) zukünftig planungsrechtlich auszuschließen.
- **Konzentrationen** von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, bei denen die einzelnen Betriebe von Synergieeffekten untereinander profitieren können, sind nach Möglichkeit zu **fördern**, um einzelne **Standorte attraktiv zu gestalten**.

Zu den Sonderstandorten des großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels gehören in Lüdenscheid:

- Gartencenter Cordt, Hulsberger Weg
- Gartencenter Kremer, Altenaer Straße
- Baumarkt Obi, Brunscheider Straße

- Baumarkt Hellweg, Hohe Steinert
- Möbelmarkt Sonneborn, Herscheider Landstraße
- Möbelmarkt Sonneborn's Sparkauf, Kalver Straße

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Lüdenscheider Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Lüdenscheid und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. 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 Personen möglich und zumutbar ist.

Bestehende Standorte zur Nahversorgung mit Lebensmitteln in Lüdenscheid

Zahlreiche Lebensmittelmärkte in Lüdenscheid sind als Frequenzbringer und Nahversorger in den zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1) ansässig. Daneben existieren in Lüdenscheid folgende ergänzende solitäre Lebensmittelanbieter als Nahversorgungsbetriebe in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet (strukturprägende Betriebe ab 300 m² Verkaufsfläche):

- Lebensmitteldiscounter Lidl, Altenaer Straße (Grünwald)
- Verbrauchermarkt Toom, Altenaer Straße (Tinsberg / Kluse)
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Altenaer Straße (Wehberg)
- Verbrauchermarkt Kaufpark, Breitenfeld (Wehberg)
- Verbrauchermarkt Kaufpark, Brockhauser Weg (Wehberg)
- Verbrauchermarkt Hit, Glatzer Straße (Honsel / Eichholz)
- Lebensmitteldiscounter Aldi, Herscheider Landstraße (Bierbaum / Höh / Hellersen)
- Lebensmittelsupermarkt Prima Kost, Honseler Straße (Honsel / Eichholz)
- Lebensmitteldiscounter Netto, Vogelberger Weg (Vogelberg)
- Lebensmitteldiscounter Lidl, Volmestraße (Brügge)
- Lebensmitteldiscounter Netto, Worthstraße (Tinsberg / Kluse)

sowie ferner einzelne Lebensmittelspezialgeschäfte (u.a. internationale Lebensmittel, Bio-Markt).

Diese unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden Nahversorgungsstandorte dienen heute der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann. Die Standortbereiche sind i.d.R. Wohnsiedlungsgebieten unmittelbar zugeordnet und übernehmen so eine Nahversorgungsfunktion (ggf. auch Teil-

funktion) für ihr fußläufig erreichbares Umfeld. Solche städtebaulich integrierten Standorte erhalten einen rechtlichen Schutzstatus, da sie bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters -unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Lüdenscheids – bei einer Verträglichkeitsprüfung u.a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen sind. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Doch auch wenn sie aus rechtlicher Sicht keinen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich darstellen, sind sie dennoch schützens- und erhaltenswerte Versorgungsstandorte innerhalb der Einzelhandelsstruktur in Lüdenscheid. Dieser Schutzstatus stellt jedoch ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar. Das „Schutzgut“ ist hier die ausgeübte (Nahversorgungs-)Funktion des (nicht parzellenscharf abgegrenzten) Raums. Ein Schutzstatus besteht ausdrücklich nicht, wenn ein neuer Anbieter die Nahversorgungsfunktion eines bestehenden Standortbereichs in unmittelbarer Nähe ersetzt. Gleichwohl sollte dieser den Ansiedlungsregeln für einen Nahversorgungsstandort entsprechen (vgl. dazu Ansiedlungsregel 1, Kapitel 9.1 bzw. auf dieser Seite „Sicherung und Entwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung der Bevölkerung in Lüdenscheid“).

In der Aufzählung nicht genannte Standorte (beispielsweise Lebensmitteldiscounter Aldi, Bromberger Straße (Honsel / Eichholz) oder Verbrauchermarkt Kaufpark, Honseler Bruch (Honsel / Eichholz)) genießen Bestandsschutz. Sie sollten hinsichtlich des Ziels des Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche bzw. einer wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet nicht weiter ausgebaut werden. Im Planungsfall sind Umnutzungen (ggf. Rückfahren des Einzelhandels) zu prüfen.

Sicherung und Entwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung der Bevölkerung in Lüdenscheid

Grundsätzlich sind Angebotsausweitungen in nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf die zentralen Versorgungsbereiche in Lüdenscheid zu konzentrieren, die den bedeutendsten Beitrag zur dezentralen, wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung in Lüdenscheid leisten. Darüber hinaus kann eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung der oben aufgeführten Nahversorgungsbetriebe, insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse, jedoch positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht. Auch Neuansiedlungen, die nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs verortet sind, können möglicherweise mit dem Ziel der Stärkung und Sicherung der städtebaulich-funktionalen Zentren und der wohnortnahen Grundversorgung im Einklang stehen, sofern sie tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Als wesentliche Bedingung muss jedoch gelten, dass von solchen Entwicklungen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen.

Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende Kriterien erfüllen:

- Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment
- Städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche²⁵, d.h.
- fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einem 600 m Radius)
- keine Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken abdecken)
- Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die sog. „**35 %-Regel**“ (vgl. dazu Einzelhandelserlass NRW v. 22.09.2008 Nahversorgung Punkt 2.8²⁶ sowie Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9.1 dieser Untersuchung).

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel außerhalb der Zentrenstruktur in Lüdenscheid lassen sich folgende Empfehlungen ableiten.

- **Lokale Versorgungslücken identifizieren und beseitigen:**
Auch Anbieter mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit haben eine Chance, als dezentrale Nahversorger zu funktionieren. Es sollte daher möglich sein, dass auch Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können, sofern sie bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. vorstehende Ausführungen sowie Grundsatz 1 in Kapitel 9.1). Quantitative und strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Lüdenscheid jedoch vor allem in Siedlungsrandbereichen und kleineren Ortsteilen mit geringer Einwohnerzahl (u.a. Brüninghausen / Augustenthal, Wettringhof oder Dickenberg / Eggen-scheid) ausgemacht werden. Diese Stadtbezirke / Siedlungsbereiche bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen. Moderne Lebensmittelmärkte brauchen im Minimum rund 5.000 Personen im Umfeld, um übliche Soll-Umsätze erzielen zu können. Bei weniger Personen sind die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten. Eine zentrenverträgliche und flächendeckende Nahversorgung ist in kleineren Ortsteilen nur durch alternative kleinteilige Angebotsformen (z.B. Nachbarschaftsläden, Convenience-Stores, mobile Versorgung etc.) zu realisieren. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.
Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.

²⁵ Standorte für Einzelhandelsbetriebe, deren direktes Umfeld in mindestens zwei **Himmelsrichtungen** von **zusammenhängender Wohnbebauung** geprägt ist, aus der eine **fußläufige Erreichbarkeit** des Standortes gegeben ist, ohne dass **städtebauliche Barrieren** (wie z.B. Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren sind als wohnsiedlungsräumlich integriert einzustufen.

²⁶ Nach Auffassung der in der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauN-VO“ vertretenen Einzelhandelsunternehmen ist die Nahversorgungsfunktion gegeben, wenn - von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen - der voraussichtliche Gesamtumsatz der geplanten Lebensmittelmarktsiedlung 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. (entspricht einer ersten Einschätzung, ersetzt jedoch nicht eine landesplanerische und städtebauliche Einzelfallprüfung)

Exkurs: Einordnung von Planvorhaben anhand der „35 % - Regel“

Von einer **Nahversorgungsfunktion** eines Anbieters kann ausgegangen werden, wenn der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens im Wesentlichen aus dem funktionalen Versorgungsgebiet²⁷, d.h. dem unmittelbaren Wohnumfeld realisiert werden kann, also überwiegend der Versorgung dieser sogenannten Mantelbevölkerung dient.

Ein einzelner Lebensmittelanbieter kann je nach örtlicher Marktsituation etwa bis zu **35 Prozent Kaufkraftabschöpfung** im Einzugsgebiet realisieren²⁸, bei fehlender kleinräumiger Konkurrenzsituation kann ein Anbieter in Ausnahmefällen auch darüber hinaus Kaufkraft auf sich vereinigen; Werte bis zu maximal etwa 50 Prozent der sortimentsspezifischen Kaufkraft in diesem Nahversorgungs-Einzugsgebiet können in dem genannten Ausnahmefall noch plausibel veranschlagt werden. Gründe für diese maximal erreichbaren Abschöpfungsquoten liegen unter anderem in traditionellen Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten und vor allem einer Ausdifferenzierung des Lebensmitteleinkaufs (u.a. auch Einkäufen bei Lebensmitteldiscountern, Fachgeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks etc.).

Sofern der branchenübliche Soll-Umsatz eines Planvorhabens also diesen abschöpfbaren Anteil der vorhandenen sortimentsspezifischen Kaufkraft im Versorgungsgebiet übersteigt, ist von der Notwendigkeit eines größeren Einzugsbereichs bzw. Kaufkraftzuflüssen aus anderen Gebieten auszugehen. In einem solchen Fall würde das entsprechende Vorhaben nicht primär der Nahversorgung dienen.

Anwendungsbeispiel (fiktiv):Planvorhaben:

- **Lebensmitteldiscounter mit 1.200 m² Gesamtverkaufsfläche**, davon rd. 85 % (d.h. etwa 1.000 m²) im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel.
- Bei einer zugrunde gelegten Flächenproduktivität von rund 5.400 Euro²⁹ je m² entspricht dies einem sortimentsspezifischen **Soll-Umsatz** von rund **5,4 Mio. Euro**.

Mögliche Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet:

- Annahme: Anhand der siedlungsstrukturellen und verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie der örtlichen Marktsituation lässt sich ein zu versorgendes Gebiet mit rd. **4.000 Personen** definieren, von dem aus der Vorhabenstandort fußläufig erreicht werden kann.
- Die **sortimentsspezifische Kaufkraft** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt jährlich rund 2.000 Euro pro Kopf, d.h. rund **8. Mio. Euro** im Versorgungsgebiet
- Durch einen Einzelanbieter sind – unter Berücksichtigung der marktüblichen Konkurrenzsituation – rund 35 % dieser Kaufkraft, d.h. rund 2,8 Mio. Euro abschöpfbar

²⁷ Dieses kann abhängig von den siedlungsräumlichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen variieren. In der Regel kann der 600 m –Radius einer fußläufigen Erreichbarkeit (entspricht etwa 5 Minuten Fußweg) zu Grunde gelegt werden.

²⁸ vgl. u.a. zur Prüfungs- und Genehmigungspraxis für großflächige Einzelhandelsbetriebe Bezirksregierung Köln: Merkblatt „Regelungen für Einzelhandelsbetriebe zur Nahversorgung i.S.v. 11(3) BauNVO – Ausnahmen oberhalb der Regelvermutungsgrenze“, November 2004.

²⁹ Derzeitige durchschnittliche Flächenproduktivität des Marktführers Lidl

Gegenüberstellung abschöpfbare Kaufkraft - Soll-Umsatz des Planvorhabens:

- Das Planvorhaben kann lediglich rund die Hälfte (2,8 Mio. Euro, rd. 52 %) des branchenüblichen Soll-Umsatzes (5,4 Mio. Euro) aus dem eigentlichen Versorgungsgebiet generieren und ist in erheblichem Maße auf Kaufkraftzuflüsse aus anderen Siedlungsgebieten angewiesen.
- Die daraus resultierenden Veränderungen der Kaufkraftströme können möglicherweise den Aufbau bzw. die Sicherung einer wohnortnahen Versorgung in diesen Wohnsiedlungsgebieten gefährden.

Das bedeutet: Moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 1.000 -1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.500 – 1.800 m² Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) wären auf eine Mantelbevölkerung von mindestens rund 6.000 bis 8.000 Personen innerhalb des unmittelbaren Versorgungsgebiets angewiesen³⁰. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen Lüdenscheids bewegen sich die gemäß dieser Regelung zulässigen Ausnahmefälle fast ausnahmslos deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m²). Größere Betriebseinheiten wären auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, so dass negative Auswirkungen auf die Zentren- und Nahversorgungsstrukturen zu vermuten wären und den eingangs formulierten Zielsetzungen entgegenstehen.

- **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. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit gefunden werden.

- **Nahversorgungsangebot solitärer Einzelhandelsbetriebe 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 oder Dienstleistungen (z.B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

- **Alternative Nahversorgungskonzepte**

In den sonstigen räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von alternativen Nahversorgungskonzepten möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung,

³⁰ Bei einer Flächenproduktivität von 4.300 Euro / m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 5.400 Euro / m² für Lebensmitteldiscounter und einem Flächenanteil für (nicht nahversorgungsrelevante) Randsortimente von rd. 15-20 %.

wobei er als eine Form des Bringservice für Lebensmittel fungiert.

Die Convenience Stores bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind die Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen Kleinflächenkonzepte lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen z.T. fließend sind³¹:

- klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 – 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 – 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg. In Nordrhein-Westfalen und somit auch in Lüdenscheid bestehen diese Förderprogramme nicht.
- Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z.B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind i.d.R. soziale Einrichtungen aus der Region.
Als Beispiel für den integrativen Ansatz können die CAP-Märkte³² genannt werden, welche z.T. schon seit vielen Jahren in verschiedenen Städten in Nordrhein-Westfalen (z.B. Bielefeld, Lünen, Bochum, Bergisch Gladbach oder Wetter) etabliert sind.
- bewohnergetragene Ansätze
Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z.B. im Rahmen eines genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen ge-

³¹ Vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster 2010

³² Vgl. dazu: www.cap-markt.de

fragt (vgl. dazu beispielsweise DORV³³; erster Standort war in Jülich Barmen, mittlerweile gibt es 12 Standorte).

- Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter
Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zu Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.
- Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

■ **Wochenmarkt unterstützen:**

Der Wochenmarkt hat in Lüdenscheid Tradition und profitiert von der Nähe zu Produzenten (v.a. ländliches Umland). Abgesehen von der Bedeutung von Wochenmärkten für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung, eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz.

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. Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere die Nahversorgungszentren sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte stützt. Das Einzelhandelskonzept dient der Umsetzung dieses Ziels.

³³ www.dorv.de

8 Fortschreibung der Lüdenscheider Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der hierfür formulierten Entwicklungsperspektiven stellt die „Lüdenscheider Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Lüdenscheid vorgenommen worden, so dass die Sortimentsliste diesbezüglich ein wichtiges Instrumentarium für die Verwaltung darstellt.

Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Stadt Lüdenscheid ortsspezifischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

8.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichtrichlerlich anerkannt³⁴. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z.B. für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten), bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden³⁵. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige 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 negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit von 800 m²³⁶, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels auch im Rahmen eines städtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sollte daher eine ortsspezifische Sortimentsliste vereinbart werden, die einen Bezug

³⁴ vgl. dazu u.a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8 / 04.NE)

³⁵ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059 / 06)

³⁶ vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

zu den lokalen Verhältnissen, aber auch zu den lokalen Entwicklungsperspektiven aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen³⁷. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinition

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, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente³⁸ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind (Kriterium: Passantenfrequenzen). Dem entsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten (Kriterium: Einzelhandelsstruktur) und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung (Kriterium: Einzelhandelszentralität). Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kriterium: Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Kriterium: Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren (Kriterium: Transportfähigkeit). Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Den Anbietern dieser Sortimente kommt eine wichtige Magnetfunktion für die Standortbereiche und somit auch für die anderen dort ansässigen Betriebe zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i.d.R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i.d.R. als zentrenrelevant einzustufen. 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 betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

³⁷ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92 / 99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8 / 04.NE)

³⁸ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z.B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z.B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

- 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. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel 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. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z.B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Die wichtigsten Differenzierungskriterien insbesondere hinsichtlich der Unterscheidung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind der folgenden Tabelle 15 noch einmal zusammenfassend dargestellt.

Tabelle 15: Merkmale zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante 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
Besuchersfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besuchersfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besuchersfrequenz
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: eigene Darstellung

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß

Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im Teilplan Großflächiger Einzelhandel definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- 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

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimenteinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Lüdenscheider Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Lüdenscheid näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Herleitung der Lüdenscheider Sortimentsliste

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und – zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen – auch nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird³⁹. Im Sinne der Rechtssicherheit hat sich folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht erwiesen⁴⁰:

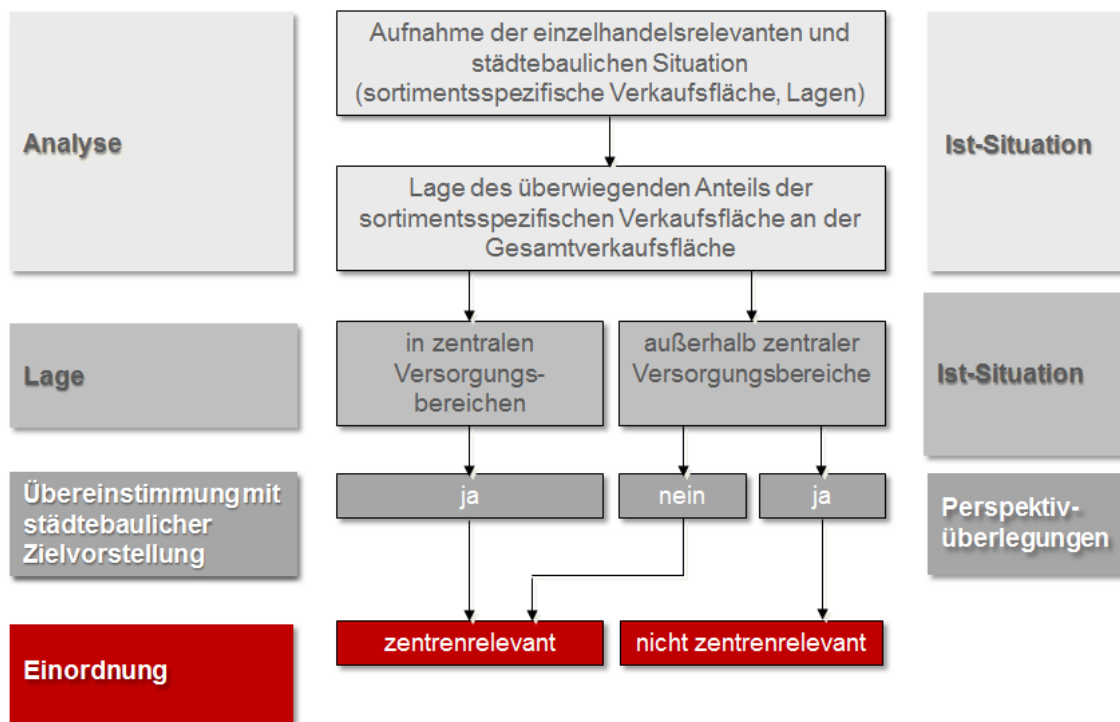
³⁹ vgl. dazu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, Rn. 485

⁴⁰ vgl. hierzu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 263f

- Im Rahmen der Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen 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, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes notwendig).
- Eine ortsspezifische 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.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der gerade dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Lüdenscheid:

Abbildung 6: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in Lüdenscheid ansässigen Einzelhandelsangebotes sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimentsgruppen zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Lüdenscheid aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Siedlungs- und Zentrenstrukturen und der Leitsortimente gemäß LEP NRW – ergibt sich die in Tabelle 16 dargestellte Lüdenscheider Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 16: Sortimentsliste für die Stadt Lüdenscheid**Zentrenrelevante Sortimente*****hiervon nahversorgungsrelevant***

Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel
Nahrungs- und Genussmittel
 (inkl. **Backwaren** / Konditoreiwaren,
Fleisch- und Metzgereiwaren, Getränke)
Schnittblumen
Zeitungen / Zeitschriften

Bekleidung
Bettwäsche
Bild- und Tonträger
Bücher
Büromaschinen
Computer und Zubehör
Elektrokleingeräte
Erotikartikel
Fotoartikel
Gardinen / Dekostoffe
Glas / Porzellan / Keramik

Handarbeitsbedarf / Kurzwaren /
 Meterware / Wolle Haushaltswaren
Heimtextilien
Hörgeräte
Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
Künstlerartikel / Bastelzubehör
Lederwaren / Taschen / Koffer /
 Regenschirme
Musikinstrumente und Zubehör
Optik / Augenoptik
Papier / Schreibwaren
Sanitätsartikel
Sammelbriefmarken und -münzen
Schuhe
Spielwaren
Sportartikel / -kleingeräte
Sportbekleidung / Sportschuhe
Telekommunikation und Zubehör
Uhren / Schmuck
Unterhaltungselektronik und Zubehör
Wohneinrichtungsartikel

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Angler- und Jagdbedarf / Waffen
Bauelemente / Baustoffe
Baumarktspezifische Artikel
Bettwaren / Matratzen
Bodenbeläge (inkl. Teppiche, Einzelware)
Campingartikel
Eisenwaren und Beschläge
Elektrogroßgeräte
Elektroinstallationsmaterial
Fahrräder und technisches Zubehör
Farben / Lacke
Fliesen
Gartenartikel und -geräte
Installationsartikel
Kamine / Kachelöfen

Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Kfz- und Motorradhandel⁴¹
Kinderwagen
Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Maschinen / Werkzeuge
Möbel
Pflanzen / Samen
Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
Rollläden / Markisen
Sanitärartikel
Sportgroßgeräte
Tapeten
Topf- und Zimmerpflanzen
Zoologische Artikel / lebende Tiere

⁴¹ kein Einzelhandel im engeren Sinn

9 Umsetzungsempfehlungen

9.1 Ansiedlungsregeln zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Zentrenentwicklung sollten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die sowohl die o.g. Zielsetzungen, die Bewertung der Ausgangssituation und die zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren berücksichtigen.

Insbesondere im Rahmen der zukünftigen bauleitplanerischen Umsetzung stellt das Einzelhandelskonzept eine wichtige Entscheidungsgrundlage für zukünftige politische wie städtebauliche Entscheidungen in Richtung Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lüdenscheid dar. Auch kommt ihm die Bedeutung als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu. Er gibt aber keine abschließende Auskunft über die städtebauliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen. Vielmehr gibt er Leitvorstellungen und Grundregeln vor, die im (bauleitplanerischen) Einzelfall umzusetzen sind. Somit ist die Stadt Lüdenscheid nicht von der Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass bei isolierter Betrachtung einzelner Vorhaben nicht in jedem Fall negative Auswirkungen auf die Versorgungssituation in den zu schützenden zentralen Lagen aufgezeigt werden können. Bei solchen *Einzelfallbetrachtungen* (z.B. im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse), bei denen häufig nur bestimmte Teilbereiche des Stadtgebietes untersucht werden, liegen Auswirkungen durch absatzwirtschaftliche Umverteilungen nicht selten unterhalb einer städtebaulich relevanten Schwelle. Folgerichtig kommt somit die Einzelfallbetrachtung häufig zum Ergebnis der Verträglichkeit eines beantragten Planvorhabens.

Im Rahmen der Erarbeitung des gesamtstädtischen *Einzelhandelskonzeptes* bilden hingegen *gesamtstädtische, stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen* den übergeordneten Rahmen, aus denen grundsätzliche Strategien für die künftige räumliche Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Lüdenscheid abgeleitet werden. Diese Ansiedlungsregeln zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte im Hinblick auf ihre Eignung als zukünftiger Einzelhandelsstandort und somit auch möglicher Planvorhaben an diesen Standorten. Der wesentliche Vorteil dieser gesamtstädtischen Betrachtungsweise ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb zentraler Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z.T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Es sollen für Lüdenscheid die folgenden Ansiedlungsregeln zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten, die zur Einordnung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben dienen und durch entsprechende politische Beschlüsse untermauert werden sollten. Die hier

aufgeführten Regelungen betreffen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen, d.h. die Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Betrieben. Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wäre, gilt der „*passive*“ Bestandsschutz. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die genehmigte Funktion. Er erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objekts sowie bei Aufnahme einer anderen Nutzung.⁴² In einzelnen – nachfolgend explizit aufgeführten – Fällen kann durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen auch abweichend ein erweiterter bzw. aktiver Bestandsschutz festgesetzt werden, der maßvolle Erweiterungen bzw. Nutzungsänderungen über den derzeitigen Bestand hinaus gewährleistet.

Ansiedlungsregel 1

Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch im Hauptzentrum Innenstadt und in den Nahversorgungszentren sowie ausnahmsweise zur wohnortnahen Grundversorgung in den Siedlungsbereichen angesiedelt.

- Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer hierarchisch gegliederten Zentrenstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet sollen **Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig grundsätzlich in den definierten zentralen Versorgungsbereichen** der Stadt Lüdenscheid sowie ausnahmsweise zur ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung der Bevölkerung in den Siedlungsbereichen zulässig sein.
- Um die Kompatibilität und „hierarchische Ordnung“ der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer funktionalen Zuordnung (Innenstadt, Nahversorgungszentren) zu gewährleisten und die Nahversorgung möglichst engmaschig und damit auch für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung großflächiger Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der Zentrenkategorie positiv zu steuern**. Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes müssen dabei räumlich beschränkt sein. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Eine für die Lüdenscheider Zentrenstruktur verträgliche Größenordnung solcher Entwicklungen ist dabei abhängig von der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches. Während für den Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt lediglich die regionale Verträglichkeit eines Vorhabens zu beachten ist, sollten Entwicklungen in den Nahversorgungszentren bestimmte, an der jeweiligen Versorgungsfunktion orientierte Betriebsgrößenordnungen für der Grundversorgung dienende Lebensmittelanbieter nicht überschreiten.
- An **solitären Standorten** außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur dann

⁴² vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichungen für die kommunale Planung“; Münster; 2004

sinnvoll und zielkonform sein, **wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen** und keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen (vgl. dazu auch Seite 134 Kriterien zur Sicherung und Entwicklung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung der Bevölkerung in Lüdenscheid).

Als unbedenklich gelten in diesem Zusammenhang Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel und weniger als 200 m² Verkaufsfläche an städtebaulich integrierten Standorten (z.B. „Nachbarschaftsläden“).

Diese Ausnahmeregelung gilt ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- oder Industriegebieten. Dort können jedoch Kiosks / Tankstellenshops mit maximal 100 m² Verkaufsfläche zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden⁴³.

Ansiedlungsregel 2

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Sortimente) werden zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich der Lüdenscheider Innenstadt angesiedelt.

- Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Lüdenscheider Stadtgebiet mit ihren jeweiligen funktionalen Zuordnungen zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Stadt Lüdenscheid attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig nur noch in der Lüdenscheider Innenstadt (Hauptzentrum) möglich sein, um diesen zentralen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.
- Denn die Innenstadt ist der bedeutendste Angebotsstandort Lüdenscheids. Er prägt maßgeblich die zentralörtliche Ausstrahlungskraft Lüdenscheids als Mittelzentrum (mit Teilfunktion eines Oberzentrums) und trägt in hohem Maße zur Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten innerhalb des regionalen Wettbewerbs bei.
- Folglich sind Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in Nahversorgungszentren und auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zulässig. Insbesondere Einzelhandelsagglomerationen⁴⁴ von mehreren Einzelhandelsbetrieben zu einem insgesamt größeren (und somit wesentlich bedeutsameren) Standortbereich sind hier auszuschließen.
- In Gewerbe- und Industriegebieten sowie – in Abhängigkeit von der jeweiligen Zweckbestimmung und den vorhandenen textlichen Festsetzungen – auch Sondergebieten ist die (Neu-)Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen.

⁴³ Auf Grundlage der Einzelhandelserhebung zum Einzelhandelskonzept ist festzustellen, dass der größte Kiosk / Tankstellenshop eine Verkaufsfläche von 80 m² aufweist. Der Mittelwert über alle entsprechenden Betriebe liegt bei 54 m² Verkaufsfläche. Eine Obergrenze von 100 m² Verkaufsfläche für Kioske und Tankstellenshops orientiert sich damit an der örtlichen Situation.

⁴⁴ d.h. mehrere Einzelhandelsbetriebe in einem räumlichen und funktionalen Zusammenhang zueinander.

Ausnahme: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können in GE- und / oder GI-Gebieten⁴⁵ 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.

Ansiedlungsregel 3

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig vorrangig in der Innenstadt und an dafür vorgesehenen ergänzenden Sondergebieten angesiedelt.

- Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden, zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung für die Stadt Lüdenscheid **sollten** jedoch auch **Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente intensiv geprüft und räumlich gelenkt werden**. Dafür bieten sich neben der Innenstadt insbesondere ausgewählte Sonderstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel an.
- Aufgrund des bereits vorhandenen Angebots und der insgesamt begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume besteht in absehbarer Zeit kein dringender Handlungsdruck zur Ausweisung bzw. planungsrechtlichen Vorbereitung von neuen Sonderstandorten. Konkrete Vorhaben (Neuansiedlungen oder Erweiterungen / Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten**) sind im Einzelfall hinsichtlich ihrer städtebaulichen Verträglichkeit sowie ihrer Kompatibilität mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes zu prüfen. Die ungesteuerte Ansiedlung 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 Innenstadt- bzw. Zentrenentwicklung angeboten werden. Wird dieses gemäß der konzeptionellen Zielsetzung verhindert, entwickelt sich dann zumeist ein Leerstand, der zu einem Imageverlust einzelner Standortbereiche, wie auch der Stadt Lüdenscheid insgesamt, als Einkaufsstandort oder auch zu anderen städtebaulichen Problemen führen kann. Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne Einzelhandelsvorprägung), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe.

⁴⁵ Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z.B. Glas / Porzellan / Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel sind im Baumarkt nicht zulässig), möglich sein. Die in der Aufstellung befindlichen landesplanerischen Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW geben hier eine Begrenzung auf max. 10 % der gesamten Verkaufsfläche vor, die sich in der Realität etabliert hat. In Anbetracht der teilweise kleinteiligen Angebotsstruktur und geringen sortimentspezifischen Verkaufsflächenvolumina in der Innenstadt, können in Lüdenscheid jedoch auch bei geringen Verkaufsflächenzahlen als dieser vorgeschlagenen prozentualen Flächenbeschränkungen städtebaulich relevante Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen durch überdimensionierte Randsortimentsangebote auftreten. Daher kann es im Einzelfall erforderlich sein, bei der Aufstellung der entsprechenden Bauleitpläne in Sondergebieten auch deutlich restriktivere Festsetzungen hinsichtlich zentrenrelevanter Sortimente vorzunehmen. Aufgrund der jeweils sehr unterschiedlichen Angebotsstrukturen in den einzelnen Branchen ist die Verträglichkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten jeweils im Einzelfall zu prüfen. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D.h., das 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.
- **Bestehende Einzelhandelsbetriebe** mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z.B. Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte), die ihren Standort **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** haben, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt und die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet („Aktiver“ Bestandschutz). Darüber hinaus gehende Angebote bedürfen einer gesonderten Prüfung.

9.2 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch dann ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, dass eine **erste Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem *Einzelhandelskonzept* und der dort formulierten Zentrenhierarchie sowie den

vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht. Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben daher hinsichtlich ihrer Bedeutung für das Zentrengefüge in der Stadt Lüdenscheid zu hinterfragen. Da die Bedeutsamkeit neuer Vorhaben – lokal und stadtteil-übergreifend – insbesondere von ihrer Dimension und Lage bestimmt wird, wurden im Rahmen der Ansiedlungsregeln Schwellenwerte für eine (erste) Prüfung von Neuvorhaben (aber auch Erweiterungen und Verlagerungen) definiert. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Tabelle 17: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment
Hauptzentrum der Innenstadt	ja	ja	ja
Nahversorgungszentren	nein	ja	< 800 m² grundsätzlich möglich
bestehende Sonderstandorte	nein	nein (Ausnahme: Kiosks / Tankstel- lenshops bis 100 m ² VKF)	ja begrenzte Randsortimente (nach Einzelfallprüfung; max. 10 % der einzelbetriebli- chen Gesamtverkaufsfläche)
<i>Sonstige solitäre Standorte:</i>			
Nahversorgungsstandorte	nein	ja, in Abhängigkeit von der Kaufkraftabschöpfung	nein
Solitäre Sonderstandorte (ggf. Standortgemein- schaften)	nein	nein	ja, im Einzelfall zu prüfen

10 Aktualisierung und Fortschreibung

Die hohe Dynamik der Veränderungen im Einzelhandel muss auch im Hinblick auf die Datengrundlage des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdenscheid berücksichtigt werden. Die Lüdenscheider Einzelhandelslandschaft ist, wie auch bundesweit zu beobachten, durch permanente Veränderungen wie Neuansiedlungen, Betriebserweiterungen aber auch Betriebsaufgaben gekennzeichnet. Daraus kann nicht zuletzt auch im Bereich der Nahversorgung ein neuer Handlungsbedarf resultieren. Um diesen rechtzeitig erkennen und darauf reagieren zu können, bedarf die Datenbasis bzw. Bestandserhebung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes einer regelmäßigen Aktualisierung. Auf Grund der bauordnungsrechtlichen Vorschriften kann dies zumindest für großflächige Einzelhandelsansiedlungen laufend erfolgen.

Die Daten können kontinuierlich in ein zugehöriges Geoinformationssystem eingepflegt werden. Zum anderen ist eine regelmäßige neue Vollerhebung des Lüdenscheider Einzelhandels – wie in der Vergangenheit bereits geschehen – auch weiterhin unumgänglich. Je nach Finanzierbarkeit sollte spätestens alle fünf Jahre eine vollkommene Neuerhebung des Lüdenscheider Einzelhandelsbestandes vorgenommen werden.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

Das grundsätzliche Ziel des Einzelhandelskonzeptes, die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lüdenscheid im Sinne einer zentrenorientierten und wohnortnahen Versorgungsstruktur auf die integrierten Standorte der zentralen Versorgung zu lenken, sollte jedoch unabhängig von kurzfristigen Veränderungen Fortbestand besitzen. Dennoch sind auf Grund der hohen Dynamik der im Einzelhandel ablaufenden Prozesse – z.B. im Bereich der Nahversorgung – unvorhergesehene Veränderungen und damit ein Bedarf zur Fortschreibung des Konzeptes nicht auszuschließen. Dieser Bedarf sollte erfahrungsgemäß etwa alle 5 Jahre von der Stadt Lüdenscheid in Absprache mit den Verfahrensbeteiligten und gegebenenfalls mit anderen relevanten Akteuren bewertet werden. Insbesondere die konkretisierten Maßnahmenvorschläge des Konzeptes bedürfen einer Erfolgskontrolle und eventuell einer Fortschreibung. Für das Einzelhandelskonzept kann sich die Notwendigkeit einer Fortschreibung ergeben, wenn sich z.B. Einzelhandelszentralitäten im regionalen und kommunalen Zusammenhang stark verschieben sollten. Erhebliche Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung stellen ebenfalls eine mögliche Ursache für eine Fortschreibung der Konzepte dar.

Von großer Bedeutung ist angesichts der dynamischen Entwicklung von Angebots- und Nachfragestrukturen im Einzelhandel, dass allen Berechnungen und Bewertungen eine möglichst aktuelle Datenbasis zugrunde gelegt wird. Das gilt in besonderem Maß für

- Bevölkerungszahlen für die Stadt Lüdenscheid und die umliegenden Städte und Gemeinden,
- sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern,
- Planvorhaben zum großflächigen Einzelhandel mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortiment, Verkaufsfläche, potenziellem Umsatz, Planungsfortschritt und geplantem Eröffnungstermin (Lüdenscheid und Region),

- bestehende Einzelhandelsbetriebe mit Informationen zu Betreibern, Standort, Betriebsform, Sortimenten, Verkaufsfläche, geschätztem Umsatz.

Fortschreibung qualitativer Kriterien

Neben den bereits beschriebenen Daten müssen auch die qualitativen Kriterien in regelmäßigen Zeiträumen (etwa alle 5 Jahre) kritisch überprüft und ggf. an neue Entwicklungen angepasst werden. Dazu zählen insbesondere die

- Anforderungen an Standorte für bestimmte Betriebsformen des großflächigen Einzelhandels (z.B. SB-Warenhäuser / Verbrauchermärkte, Bau- / Gartencenter, Möbel- / Einrichtungshäuser),
- als zentrenrelevant betrachteten Sortimente,
- Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches.

11 Schlusswort

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Lüdenscheid bietet gute Chancen, ein auch weiterhin attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz bereit zu halten bzw. zu schaffen, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt.

Mit dem vorgelegten Einzelhandelskonzept liegt nunmehr ein Baustein für die künftige Stadtentwicklung vor, der auch als Fortschreibung des bestehenden Entwicklungsleitbildes, den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert.

Der Umfang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

- Einzelhändler, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ zu prüfen und, soweit vertretbar, umzusetzen. Insbesondere das Erreichen eines angemessenen Standards hinsichtlich der Verkaufsflächen und Außenpräsentation ist hier von Bedeutung.
- Die Verwaltung der Stadt Lüdenscheid wird angesprochen, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen zu schaffen und relevante Maßnahmen im öffentlichen Raum zu forcieren.
- Zudem sind alle Akteure aufgefordert, das Einzelhandelskonzept für Lüdenscheid fortzuschreiben, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen mit berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Lüdenscheider Angebotsstruktur (z.B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Lüdenscheider Umland.

Abschließend wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lüdenscheid durch Beschlussfassung im Rat der Stadt politisch manifestiert werden sollte. So wird eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure erlangt und die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung optimal gesichert und gestärkt.

Anhang

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	16
Abbildung 2:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots nach Lagen	35
Abbildung 3:	Räumliche Verteilung der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche	36
Abbildung 4:	Zentralitäten des Einzelhandels in Lüdenscheid – Steigerungspotenziale	98
Abbildung 5:	Zielorientiertes Standortmodell der Stadt Lüdenscheid	108
Abbildung 6:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	145

Karten

Karte 1:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern	19
Karte 2:	Lage im Raum	21
Karte 3:	Quantitative Einzelhandelsschwerpunkte (> 5.000 m ² Verkaufsfläche) im Lüdenscheider Stadtgebiet	33
Karte 4:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Lüdenscheid	38
Karte 5:	Angebote in der Lüdenscheider Innenstadt	41
Karte 6:	Nutzungen im Bereich Berliner Straße / Bräuckenstraße	44
Karte 7:	Nutzungen im Bereich Bräuckenkreuz	46
Karte 8:	Nutzungen im Bereich Buckesfelder Straße / Unterm Freihof	48
Karte 9:	Nutzungen im Bereich Heedfelder Straße	50
Karte 10:	Nutzungen im Bereich Kluser Straße	52
Karte 11:	Nutzungen im Bereich Kölner Straße	53
Karte 12:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m)	58
Karte 13:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Bierbaum / Höh / Hellersen	59
Karte 14:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brügge	61
Karte 15:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Brüninghausen / Augustenthal	63
Karte 16:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Buckesfeld / Othlinghausen	65
Karte 17:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Dickenberg / Eggenscheid	67
Karte 18:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Gevelndorf / Freisenberg	69

Karte 19:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Grünewald	71
Karte 20:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Honsel / Eichholz	73
Karte 21:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Innenstadt / Staberg / Knapp	75
Karte 22:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Kalve / Wefelhohl	77
Karte 23:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Oeneking / Stüttinghausen	79
Karte 24:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Ramsberg / Hasley / Baukloh	81
Karte 25:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Tinsberg / Kluse	83
Karte 26:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Vogelberg	85
Karte 27:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wehberg	87
Karte 28:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit Isodistanzen (600 m) im Stadtbezirk Wettringhof	89
Karte 29:	Perspektivische Zentrenstruktur in der Stadt Lüdenscheid	110
Karte 30:	Lüdenscheider Innenstadt	118
Karte 31:	Nahversorgungszentrum Berliner Straße / Bräuckenstraße	122
Karte 32:	Nahversorgungszentrum Bräuckenkreuz	124
Karte 33:	Nahversorgungszentrum Buckesfelder Straße / Unterm Freihof	126
Karte 34:	Nahversorgungszentrum Heedfelder Straße	128
Karte 35:	Nahversorgungszentrum Kölner Straße	130

Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Lüdenscheid	12
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung der Stadt Lüdenscheid und ihrer Nachbarkommunen	20
Tabelle 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Lüdenscheid	23
Tabelle 4:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Lüdenscheid nach Warengruppen	25
Tabelle 5:	Einzelhandelssituation in Lüdenscheid nach Warengruppen	28
Tabelle 6:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Lüdenscheider Stadtbezirke	33
Tabelle 7:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt	39
Tabelle 8:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur im zentralen Bereich Berliner Straße / Bräuckenstraße	45
Tabelle 9:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Bräuckenkreuz	47

Tabelle 10:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Buckesfeld / Unterm Freihof	49
Tabelle 11:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten am Standort Heedfelder Straße ..	51
Tabelle 12:	Angebots- und nachfrageseitige Kenndaten der Einzelhandelsstruktur am Standort Kölner Straße	54
Tabelle 13:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Lüdenscheider Stadtbezirken ...	56
Tabelle 14:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen	97
Tabelle 15:	Merkmale zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente	142
Tabelle 16:	Sortimentsliste für die Stadt Lüdenscheid	146
Tabelle 17:	Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)	152

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, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes 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 (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
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 Gesellschaft für KonsumMarkt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium 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 Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzel-

handels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige 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. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 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 Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl

ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogeartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmittel-discountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².

Nahversorgungs-relevantes Sortiment

Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.

Nahversorgungsstandort

Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z.B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i.d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.

Nahversorgungszentrum

Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht-integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Sortimentsliste (ortstypische)	Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² . Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die At-

traktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzonen sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungs-

plan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:
 Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).
 Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung 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 Gefährdungspotentiale 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 Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.