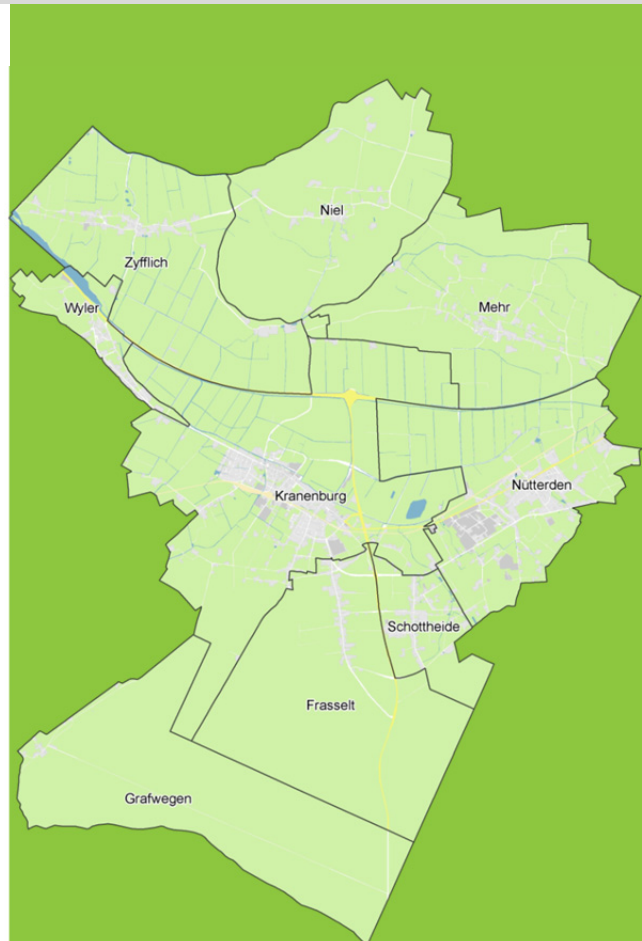


Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Kranenburg



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Kranenburg



**Stefan Kruse
Christina Nitz**

Junker + Kruse
Stadtforschung Planung
Markt 5 44137 Dortmund

Tel.: 02 31- 55 78 58-0 Fax: 02 31- 55 78 58-50
Internet: www.junker-kruse.de Email: info@junker-kruse.de

Juli 2013

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	Ausgangslage und Zielsetzung	7
2	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung	10
3	Methodik und Untersuchungsaufbau	13
3.1	Angebotsanalyse	13
3.2	Nachfrageseite.....	18
3.3	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	19
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in der Gemeinde Kranenburg	22
4.1	Lage, Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung.....	22
4.2	Landesplanerische Einordnung	23
4.3	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung.....	24
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....	27
5.1	Gesamtstruktur.....	27
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes.....	32
5.3	Struktur und räumliche Verteilung der wohnortnahen Grundversorgung in der Gemeinde Kranenburg	38
5.4	Fazit der Angebotsanalyse	42
6	Nachfragesituation des Kranenburger Einzelhandels	44
6.1	Einzugsgebiet des Kranenburger Einzelhandels	44
6.2	Nachfragepotenzial in der Gemeinde Kranenburg	46
6.3	Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in Kranenburg.....	47
7	Prognose der Verkaufsflächenspielräume in Kranenburg	50
7.1	Ökonomische Rahmenbedingungen.....	50
7.2	Zielzentralitäten für die Modellrechnung	53
8	Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Kranenburg.....	56
8.1	Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Gemeinde Kranenburg	56
8.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Kranenburg	57

8.3	Standortstrukturmodell.....	59
8.3.1	Zentraler Versorgungsbereich – Abgrenzungskriterien	61
8.3.2	Zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde Kranenburg	63
8.3.3	Städtebauliche Empfehlungen für den Ortskern Kranenburg	66
8.3.4	Tabubereiche für den Einzelhandel in Kranenburg	68
8.4	Kranenburger Sortimentsliste.....	68
8.4.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	69
8.4.2	Herleitung der Kranenburger Sortimentsliste	70
8.5	Grundsätze zur zukünftigen Entwicklung der Kranenburger Einzelhandels- und Zentrenstruktur	75
8.5.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	76
8.5.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	79
8.5.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	80
9	Verzeichnisse	82
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	85

1 Ausgangslage und Zielsetzung

Der Strukturwandel im Einzelhandel dauert nun mehr als vier Jahrzehnte an und hat, angesichts von Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, seine Dynamik nicht verloren. Diese Entwicklungen spiegeln sich in allen Betriebsformen und Branchen wider, eine besondere Bedeutung haben hier der Lebensmittelsektor und speziell die Lebensmitteldiscounter.

Der Trend zu größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes, auch im Bereich der Nicht-Lebensmittel, sowie die in vielen Regionen drastisch angestiegene Anzahl dieser Einzelhandelsbetriebe führte bei einem nahezu gleichbleibenden teilweise sogar rückläufigen Nachfragepotenzial und rückläufiger Bevölkerungszahlen zu einem verschärften Wettbewerb. Dadurch wächst der Druck auf Konzerne und Betriebe zunehmend, was sich auch in den ständig wandelnden Betriebskonzepten und -strategien ausdrückt. Einhergehend mit dieser Neuorientierung sind auch veränderte Standortanforderungen für raumbezogene Planungen von Bedeutung. Bevorzugt werden vor allem dezentrale Standorte wie Gewerbegebiete oder Hauptverkehrsstraßen nachgefragt, integrierte Standorte dagegen werden zunehmend in Frage gestellt. Die Folge ist eine Schwächung von ehemals funktionierenden Nahversorgungsnetzen und von gewachsenen Zentren. Die Beobachtungen treffen in jedem Fall auf Groß- und Mittelstädte zu, wirken sich aber auch auf kleine Städte wie die Gemeinde Kranenburg aus. Hinzu kommt die zunehmende Konkurrenz von Nachbarstädten, die die Wettbewerbssituation noch einmal verschärfen. Darüber hinaus wird der Einzelhandel in Kranenburg durch die unmittelbare Nähe zu den Niederladen und die dadurch entstehenden grenzüberschreitenden Einkaufsbeziehungen mitgeprägt.

Im Rahmen der Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Kranenburg stehen somit folgende Fragestellungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Wie stellt sich die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation in der Gemeinde Kranenburg dar? Welche darüber hinausgehenden (regionalen, grenzüberschreitenden) angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind für die Gemeinde Kranenburg relevant?
- Welche Stärken und Defizite weist der Einkaufsstandort Kranenburg (differenziert nach Angebots- und Nachfrageseite) auf?
- Wie stellen sich die (aus Einzelhandelssicht) relevanten städtebaulichen Rahmenbedingungen der wesentlichen Einkaufsbereiche in der Gemeinde Kranenburg (Hauptgeschäftszentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentren, Sonderstandort(e)) dar?
- Wie kann die wohnungsnah Versorgung der Bürger nachhaltig gesichert werden? Wie sind die Nahversorgungsbereiche abzugrenzen und welche Maßnahmen sind zur Sicherung der Nahversorgung (auch außerhalb des Ortskerns Kranenburg) erforderlich?
- Welche Entwicklungsperspektiven lassen sich für den Einkaufsstandort Kranenburg formulieren?
- Welche (unter speziell einzelhandelsspezifischen) städtebaulichen Verbesserungsmaßnahmen lassen sich insbesondere für den Kranenburger Hauptgeschäftsbereich formulieren?

- Welche potenziellen Standorte in der Gemeinde Kranenburg eignen sich für – auch großflächige – Einzelhandelsnutzungen (sowohl unter absatzwirtschaftlichen als auch städtebaulichen Aspekten)?
- Welche grundsätzlichen Strategien müssen ergriffen werden, um den Einkaufsstandort Kranenburg zu stärken bzw. die Defizite abzubauen?
- Welche grundsätzlichen Strategien (z. B. auch bauleitplanerisch in den „Außenbereichen“) müssen ergriffen werden, damit die zentralen Versorgungsbereiche in der Gemeinde Kranenburg – und hier insbesondere der Hauptgeschäftsbereiche – auch zukünftig diese Rolle und Funktion wahrnehmen können?
- Welche grundsätzlichen bau- und planungsrechtlichen Strategien sind zur zukünftigen gemeinde- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Gemeinde erforderlich (u. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Kranenburger Sortimentsliste)?
- Welche Strategien müssen ergriffen werden, um die Inhalte und Ergebnisse dieses flankierenden Konzeptes „in die Köpfe“ der entscheidenden Akteure zu transportieren (Kommunikationsstrategie)?

Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept

Im Hinblick auf die Steuerung des Einzelhandels auf der Basis eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes ist daher nicht entscheidend „ob“, sondern vielmehr „wie“ (im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben bzw. der kommunalen Möglichkeiten) eine Kommune im Sinne einer positiven und in die Zukunft gerichteten Stadtentwicklungspolitik Einzelhandel in ihren Verwaltungsgrenzen an die städtebaulich gewünschten Standorte lenken und so auch (vorhandene wie perspektivische) städtebauliche Missstände vermeiden kann.

Insbesondere für das „wie“ werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.09.2004, zuletzt geändert am 31.07.2009 (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung in der Fassung vom 23.01.1990 (BauNVO) sowie
- von zahlreichen Urteilen des Bundesverwaltungsgerichts und insbesondere der Obergerichte

klare Anforderungen formuliert.

Der Einzelhandelserlass NRW (2008) stellt dabei die Bedeutung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die kommunale Planung besonders heraus:

„Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommt den Gemeinden eine entscheidende Rolle zu. Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrund-

lage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits eine Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.“¹

Im Rahmen des Beurteilungs- und Abwägungsprozesses im Zusammenhang mit der Umsetzung von Einzelhandelsvorhaben sind klare Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept zu stellen. Es ist herauszuheben, dass auf der Basis einer dezidierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse folgende Bausteine unabdingbare Bestandteile eines Einzelhandelskonzeptes darstellen² und daher auch wesentlicher Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Kranenburg sind:

- die Beschreibung der zentralen Versorgungsbereiche nach ihrer
 - exakten räumlichen Lage und Ausdehnung
 - konkreten Versorgungsfunktion.
- die Darstellung der möglichen Weiterentwicklung von zentralen Versorgungsbereichen.
- die Entwicklung eines räumlichen Standortstrukturmodells mit Darstellung der einzelnen Standorte und entsprechenden Funktionszuweisungen.
- die Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion.
- die Ermittlung spezifischer Sortimentsverteilungen und der Vorschlag für die ortstypische Sortimentsliste.

Darüber hinaus ist aber vor allem ein Schwerpunkt auf die künftige Umsetzung der konzeptionellen Zielsetzungen zu legen. Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Kranenburg werden daher drei Grundsätze zur Umsetzung des Konzeptes und damit zur Steuerung des nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels formuliert, die den aktuellen gesetzlichen Rahmen (insbesondere BauGB und BauNVO berücksichtigen) sowie die darauf aufbauende Rechtsprechung.

Dazu wurde der § 24 a des Landesentwicklungsprogramms (LEPro) NRW im Juni 2007 novelliert. Im Jahr 2009 ist jedoch seine Funktion als Ziel der Landesplanung durch Urteile des VGH Münster und des OVG NRW verneint worden und zum 31.12.2011 trat der LEPro NRW in Gänze außer Kraft. Am 15. April 2013 hat die Landesplanungsbehörde nach einem intensiven Beteiligungsverfahren im Jahr 2012 einen neuen Entwurf des Landesentwicklungsplans (LEP) NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel vorgelegt. Mit einer Befassung durch den Landtag und einer entsprechenden Entscheidung ist ggf. noch im Sommer 2013 zu rechnen.

¹ vgl. dazu Einzelhandelserlass NRW (2008), Nr. 4.1

² vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der standortgerechte Einzelhandel“, Münster; 2007, S. 239 ff

2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammengefasst dargestellt.

Auf der Angebotsseite zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration.
- Damit eng verbunden, ein anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei sinkenden Flächenproduktivitäten und Rentabilitäten.
- Eine sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein Wandel der Betriebsformen und Konzepte bei zunehmender Großflächigkeit und Discounterorientierung, bei gleichzeitig steigendem Druck auf inhabergeführte Geschäfte in Folge der Konzernstrategien.
- Eine zunehmende Konkurrenz zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme neuer Vertriebs- und Absatzschienen.

Aus Sicht der Nachfrageseite sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Eine in den nächsten Jahren weiterhin tendenziell **sinkende Bevölkerungszahl** mit erheblichen regionalen Unterschieden, abgeschwächt durch eine steigende Mobilitätsbereitschaft.
- Eine **Zunahme der Mobilitätsmöglichkeit und -bereitschaft**.
- Eine **Aufspaltung des Einkaufs** in die Segmente „Erlebniseinkauf“ und „Versorgungseinkauf“.
- Ein zunehmendes **Preisbewusstsein** (Stichwort: Schnäppcheneinkauf), wovon insbesondere discounterorientierte Anbieter profitieren.
- Ein Wandel der Kunden hin zu **multioptionalen Konsumenten** mit nicht mehr klar für den Einzelhandel nachzuvollziehenden Handlungsmustern und zunehmend individualisiertem Konsum.

Für die **Stadtentwicklung** resultieren daraus, zusätzlich zu den vorstehend genannten Aspekten, bei einer ungesteuerten Entwicklung weitere Konsequenzen und Entwicklungen. Dazu zählen u. a.:

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust gewachsener, zentraler Bereiche**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel umfasst. Einhergehend mit einer **sinkenden Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
In der Gemeinde Kranenburg konnte dem Funktionsverlust durch die Entwicklungen am Großen Haag in direkter Anbindung an den historischen Ortskern entgegengewirkt werden. Neben der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben konnten wichtige frequenzbringende Funktionen, wie öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen, im Ortskern erhalten und etabliert werden.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten.
Die Konzentration der Lebensmittelanbieter im Ortskern Kranenburg und im Ortsteil Nütterden stellt für die Bevölkerung in Kranenburg eine stabile Nahversorgungsstruktur dar. Auch im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen sollen Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben an vorgehaltenen Potenzialstandorten im Ortskern zu einer ausgewogenen Sortimentstiefe beitragen.
- Ein zunehmender Konflikt zwischen den **Flächenansprüchen der Einzelhandelsbetriebe** und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte, mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den landesplanerischen und kommunalen Zielvorstellungen und Leitbildern. **Wachsende Umweltbeeinträchtigungen**, die aus dem Flächenverbrauch sowie Lärm- und Abgasemissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen resultieren. Des Weiteren ist eine **steigende Fluktuation** im Einzelhandel zu beobachten, mit der Folge häufiger Neu- und Umnutzungen.
Die bisherigen Planungen und Entwicklungen in der Gemeinde Kranenburg beinhalten die Stärkung und Angebotserweiterung im zentralen Ortskern. Um- und Nachnutzungen sowie Flächenerweiterungen bestehender Betriebe, insbesondere bei den zentrenrelevanten Sortimenten, bekamen und bekommen auch zukünftig den Vorrang vor Neuausweisungen an nicht integrierten Standorten.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer, großer Vorhaben** (u. a. FOC = Factory Outlet Center, Fachmarktzentren sowie Einkaufszentren) vor allem in größeren bzw. Großstädten wie z. B. in Oberhausen oder Duisburg mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelstädte wie die Gemeinde Kranenburg.
Die Gemeinde Kranenburg muss sich zukünftig genau diesen Trends stellen und die Grundlage für eine stabile Einzelhandelssteuerung gewährleisten, ohne jedoch die Entwicklung in den Großstädten kopieren zu können oder auch zu wollen.
- **Einzelhandel** zunehmend als scheinbar **einzige Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche, insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebrachen.
Durch die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes mit gleichzeitiger Betrachtung

verschiedener Standortentwicklungen sowie der Kranenburger Sortimentsliste werden Entwicklungen gezielt gesteuert.

- Eine häufig einseitig in den Vordergrund gestellte Bedeutung der **PKW-Erreichbarkeit** von Einkaufsbereichen.
Die PKW-Erreichbarkeit hat allerdings für die Gemeinde Kranenburg mit einem flächenmäßig großen Gemeindegebiet und der Lage im ländlichen Raum für die Standortentwicklungen eine nicht zu unterschätzende Bedeutung.
- Eine **zunehmende Regionalisierung von Einzelhandelsentwicklungen** bei gleichzeitiger Reduzierung der politischen Entscheidungen auf den kommunalen Raum. In der Folge entsteht eine räumliche Diskrepanz von Wirkungs- und Entscheidungsebene.

3 Methodik und Untersuchungsaufbau

Das zu erarbeitende Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Kranenburg basiert auf Ergebnissen aus primär- sowie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine Vollerhebung des Einzelhandels im engeren Sinne³ und der Leerstände im gesamten Gemeindegebiet Kranenburg sowie der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich des Ortskerns und der Ortsteile durchgeführt.

Für die sekundärstatistischen Daten wird auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Gemeinde Kranenburg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.

Zudem wird eine erste, auf einzelhandelsspezifische Aspekte und für die Untersuchung relevante Bereiche ausgerichtete, Erarbeitung und Beurteilung städtebaulicher und quantitativer Aspekte vorgenommen, die u. a. die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO darstellen und somit aus planungsrechtlicher Sicht zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation der Gemeinde Kranenburg ergibt, welches eine Grundlage zur Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im August 2012 eine Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes in der Gemeinde Kranenburg durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Gemeindegebietes bei gleichzeitiger lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe (soweit von den Einzelhändlern zugelassen), ansonsten wurden die Flächen abgeschritten. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Sortimenten erhoben, zusätzlich wurde durch die Kartierung eine räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Folgende Definition liegt der Verkaufsfläche zugrunde:

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 (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.⁴ Davon zu unterscheiden und damit nicht zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind Lagerflächen oder auch

³ Einzelhandel im engeren Sinne (auch funktionaler Einzelhandel genannt), umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher, ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Schmier- und Kraftstoffhandel sowie rezeptpflichtiger Apothekenware. Aufgrund ihrer z. T. nicht unerheblichen Relevanz für die Versorgungssituation wurden sowohl das Lebensmittelhandwerk als auch Tankstellenshops und Kioske in der Untersuchung berücksichtigt.

⁴ vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005

Vorbereitungsräume (z. B. zur Portionierung von Fleisch für die Selbstbedienungstheke). Hinsichtlich des Umgangs mit Pfandräumen ist ein obergerichtlicher Beschluss des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 zu berücksichtigen. Danach ist nicht der gesamte Pfandraum (mithin auch die Fläche, die für die Lagerung der Pfandflaschen benötigt wird) der Verkaufsfläche hinzuzurechnen, sondern nur die Fläche, die auch tatsächlich vom Kunden begangen werden kann. Diesen Raum könnte man funktional mit Pfandabgaberaum bezeichnen und sollte ihn somit von dem eigentlichen Pfand(lager)raum auch begrifflich trennen.

Streitgegenständlich ist häufig die Berücksichtigung der Aufstellflächen für Einkaufswagen. Hierzu hat sich das OVG NRW in dem vorstehenden Beschluss geäußert. Danach zählen außerhalb des Gebäudes befindliche Aufstellflächen für Einkaufswagen nicht zur Verkaufsfläche.

Eine Vollerhebung des Einzelhandels in Kranenburg ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden die einzelnen Sortimente (auf der Basis von 45 Sortimenten, unterteilt in 18 Hauptwarengruppen) differenziert erfasst und die jeweils zugehörige Verkaufsfläche ermittelt.

In der folgenden Tabelle (Tabelle 1) werden die 18 Hauptwarengruppen mit den dazu gehörigen Sortimenten dargestellt.

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Kranenburg

Hauptwarengruppen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Backwaren, Konditoreiwaren Fleischwaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel
Blumen (Indoor), Zoo	Blumen Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke Drogeriewaren
Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher Papier, Büroartikel, Schreibwaren Zeitungen / Zeitschriften

Fortsetzung auf der nächsten Seite

Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe

Bekleidung / Textilien	Bekleidung Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware, Wolle
Schuhe / Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Schuhe
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel Musikinstrumente und Zubehör Spielwaren
Sport und Freizeit	Anglerartikel und Waffen Campingartikel Fahrräder und technisches Zubehör Sportartikel Sportbekleidung und Sportschuhe Sportgroßgeräte

Überwiegend langfristige Bedarfsstufe

Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen Heimtextilien Teppiche (Einzelware) Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektronik / Leuchten	Elektrogroßgeräte Elektrokleingeräte Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe Baumarktspezifisches Sortiment
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte Pflanzen / Samen
Sonstiges	Aktionswaren Erotikartikel Kinderwagen

Quelle: eigene Darstellung

Die durchgeführte Vollerhebung des Kranenburger Einzelhandels im gesamten Gemeindegebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Ortsteile bzw. Standorte dar. Auf der Grundlage der erhobenen Verkaufsflächen sowie der durchgeführten räumlichen Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der städtebaulichen Analyse können absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen ermittelt werden, die mit in die Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Eine Einordnung der Betriebe nach

Lagekategorien stellt eine Grundlage für die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes zu erstellende Kranenburger Sortimentsliste dar.

Definition der Lagekategorien

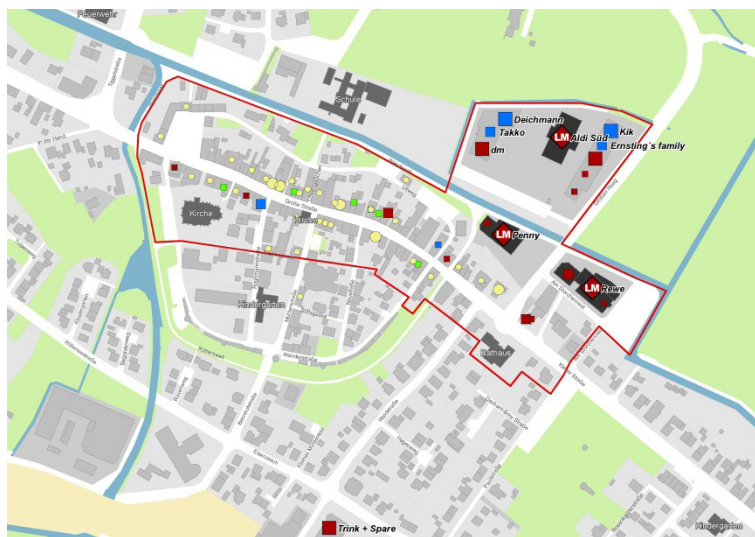
Im Rahmen der Einzelhandelserhebung wurden drei Lagekategorien unterschieden:

1. Hauptgeschäftszentrum / Ortsteilzentrum / zentraler Versorgungsbereich
2. Integrierte Lage
3. Nicht integrierte Lage

1. Hauptgeschäftszentrum / Ortsteilzentrum / zentraler Versorgungsbereich

Diese Zentren zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus, wobei der Schwerpunkt in der Versorgungsfunktion liegt. Neben der Bestandsdichte des Einzelhandels sind unter dem Gesichtspunkt der Multifunktionalität unterschiedliche Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie städtebauliche Merkmale (u. a. Bebauungsstruktur, Gestaltung des öffentlichen Raumes, verkehrliche Gestaltung) kennzeichnend.

Abbildung 1: Beispiel: Zentraler Versorgungsbereich Kranenburg



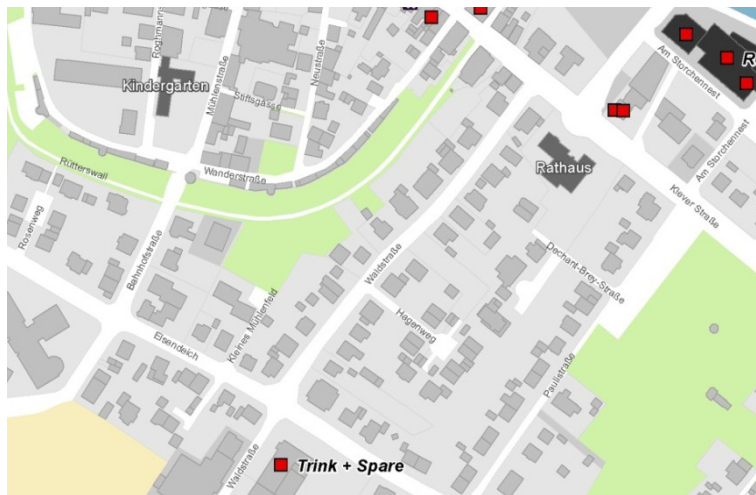
Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

2. Städtebaulich integrierte Lage

Die integrierte Lage definiert sich über funktional sowie städtebaulich integrierte Einzelhandelsstandorte, die folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Der Einzelhandelsbesatz befindet sich außerhalb des zentralen Bereiches,
- der Einzelhandelsbesatz befindet sich in sonstigen integrierten Lagen, in denen die Einzelhandelsdichte bzw. Konzentration nicht ausreicht, um den Bereich als Zentrum zu bezeichnen und
- der Einzelhandelsbesatz befindet sich innerhalb des Siedlungsgefüges und in der Nähe zu Wohnbereichen.

Abbildung 2: Beispiel: Trink + Spare im Elsendeich

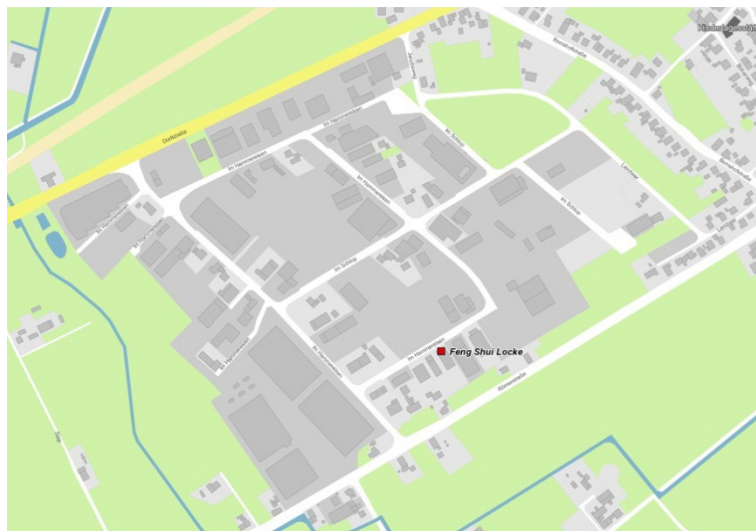


Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

3. Städtebaulich nicht integrierte Lagen

Die städtebaulich nicht integrierte Lage umfasst Standorte, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen. Hierzu zählen insbesondere Standorte an Hauptausfallstraßen, autokundenorientierte Standorte sowie Gewerbe- und Industriegebiete.

Abbildung 3: Beispiel: Gewerbegebiet Nütterden



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Städtebauliche Analyse

Die in erster Linie quantitativen einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageanalyse werden ergänzt durch eine, auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete, städtebauliche Analyse. Im Rahmen dieser Analyse werden die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Gemeindegebietes, also des Hauptgeschäftszentrums, der Ortsteilzentren (soweit vorhanden) und der übrigen Standorte, bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Versorgungsfunktion und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet,
- Lage der Einzelhandelsmagneten,
- Verteilung der Geschäfte,
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen,
- Erhebung der Einzelhandelsdichte,
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr,
- Bebauungsstruktur,
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur,
- Gestaltung des öffentlichen Raumes,
- Einkaufsatmosphäre sowie
- Nutzungsmischung: Dienstleistungs- und Gastronomieangebot sowie kulturelle und öffentliche Einrichtungen.

Die städtebauliche Analyse und insbesondere die Betrachtung der Einzelhandelsdichte sind wesentliche Bausteine zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne der Rechtsprechung. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund der aktuellen Gesetzgebung bzw. Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“ ist, sondern ein notwendiger Schritt, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

3.2 Nachfrageseite

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ist eine Methode, die innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen angewendet wird, jedoch ist sie methodisch nur unzureichend abgesichert. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenziale zur Verfügung stehen, muss der vorhandene Wert der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung der Daten zum privaten Verbrauch aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird auf Werte der IFH Retail Consultants 2012 Köln zurückgegriffen. Die Zahlen werden jährlich in Form von einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern ermittelt und stellen das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes dar. Hierbei liegt der Bundesdurchschnitt bei einem Wert von 100. Liegt die Kaufkraftkennziffer der Stadt unter dem Wert von 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lo-

kalspezifische Wert über 100, zeichnet sich die Stadt durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

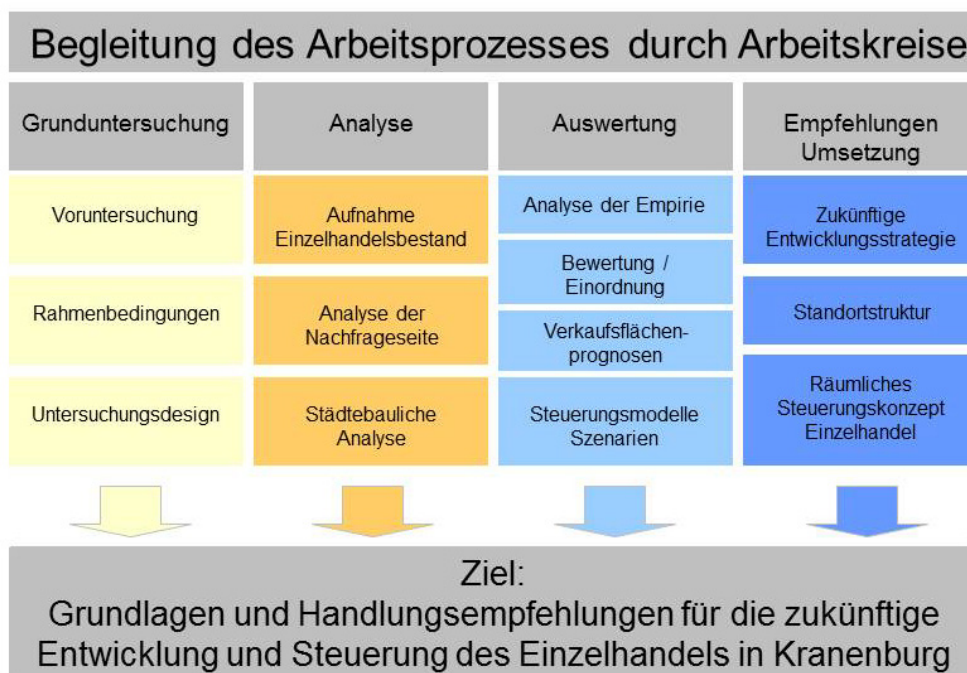
Zudem wurde auf die Kennzahlen der GfK GeoMarketing zurückgegriffen. Die von der GfK ermittelten Kennwerte zum Kaufkraftindex in Deutschland und den Niederlanden ermöglichen einen länderübergreifenden Vergleich der regionalen Kaufkraft.

Die beschriebenen statistischen Quellen werden ergänzt durch eine Kundenherkunftserhebung sowie Literaturanalysen, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne und diverse Veröffentlichungen) und sonstige Quellen, z. B. lokale Berichterstattungen in der Tagespresse und andere Informationsgrundlagen, die der vorliegenden Untersuchung förderlich sind.

3.3 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Der Untersuchungsaufbau unter Berücksichtigung der methodischen Vorgehensweise ist in der folgenden Abbildung dargestellt:

Abbildung 4: Untersuchungsaufbau



Quelle: eigene Darstellung

Prozessbegleitung

Neben einer umfassenden Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragestruktur im Rahmen der Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes ist es erstrebenswert, Akteure aus der lokalen Kaufmannschaft sowie Politik und Verwaltung für Fragen im Überschneidungsbereich von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den laufenden Arbeitsprozess einzubinden.

In Kranenburg hat sich daraufhin ein Arbeitskreis zusammengefunden, in dem der fachbezogene Dialog stattgefunden hat. Der Arbeitskreis setzt sich aus Vertretern der Stadt, der Politik, Bezirksregierung, IHK und Einzelhandelsverband zusammen. Am 21. November 2012 und 21. Feb-

ruar 2013 hat sich die Arbeitsgruppe zusammengefunden, um die Inhalte des Konzeptes zu diskutieren. Für die Mitwirkung am Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Kranenburg möchten wir uns bei folgenden Teilnehmern des Arbeitskreises bedanken:

Name	Institution / Funktion
Günter Steins	Bürgermeister der Gemeinde Kranenburg
Andreas Hermsen	Bauamtsleiter der Gemeinde Kranenburg
Ferdinand Böhmer	Kämmerer der Gemeinde Kranenburg
Joachim Janßen	Fraktionsvorsitzender der CDU Fraktion
Christian Kersten	CDU-Fraktion
Ewald Merges	CDU-Fraktion
Jürgen Franken	Fraktionsvorsitzender der SPD-Fraktion
Hans-Bernd Kraus	SPD-Fraktion
Hans-W. Nebelung	Fraktionsvorsitzender der FDP-Fraktion
Michael Baumann-Matthäus	Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen
Andreas Mayer	Fraktion Bündnis 90 / Die Grünen
Heidrun Arimond	Bezirksregierung Düsseldorf (Dez. 35)
Barbara Mikus	Bezirksregierung Düsseldorf (Dez. 35)
Svenja Krämer	Niederrheinische Industrie und Handelskammer Duisburg, Wesel, Kleve zu Duisburg
Michael Rüscher	Niederrheinische Industrie und Handelskammer Duisburg, Wesel, Kleve zu Duisburg
Claudia Urlitzki	Handwerkskammer Düsseldorf
Stefan Kruse	Junker + Kruse
Christina Nitz	Junker + Kruse

Daraufhin wurden die Ergebnisse am 11. April 2013 im Rat der Gemeinde Kranenburg und am 15. Mai 2013 der Öffentlichkeit im Rahmen einer Bürgerinformation vor - und zur Diskussion gestellt. Durch diesen Schritt konnte der Kommunikationsprozess noch einmal durch lokalen Sachverstand ergänzt werden und führte nicht zuletzt zu einer Transparenz der Inhalte und zum Informationstransfer in die entsprechenden Institutionen, Gremien sowie zu den betroffenen Akteuren in Kranenburg. Zudem wurde der Planungs- und Umweltausschuss am 27. Juni 2013 über die Ergebnisse des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes informiert.

Abschließend erfolgte am 18. Juli 2013 der Beschluss des Konzeptes als „sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept“ i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB durch den Rat der Gemeinde Kranenburg. Das Einzelhandelskonzept dient somit als Entscheidungsgrundlage für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie als bedeutsame Abwägungsgrundlage im Bauleitplanverfahren.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in der Gemeinde Kranenburg

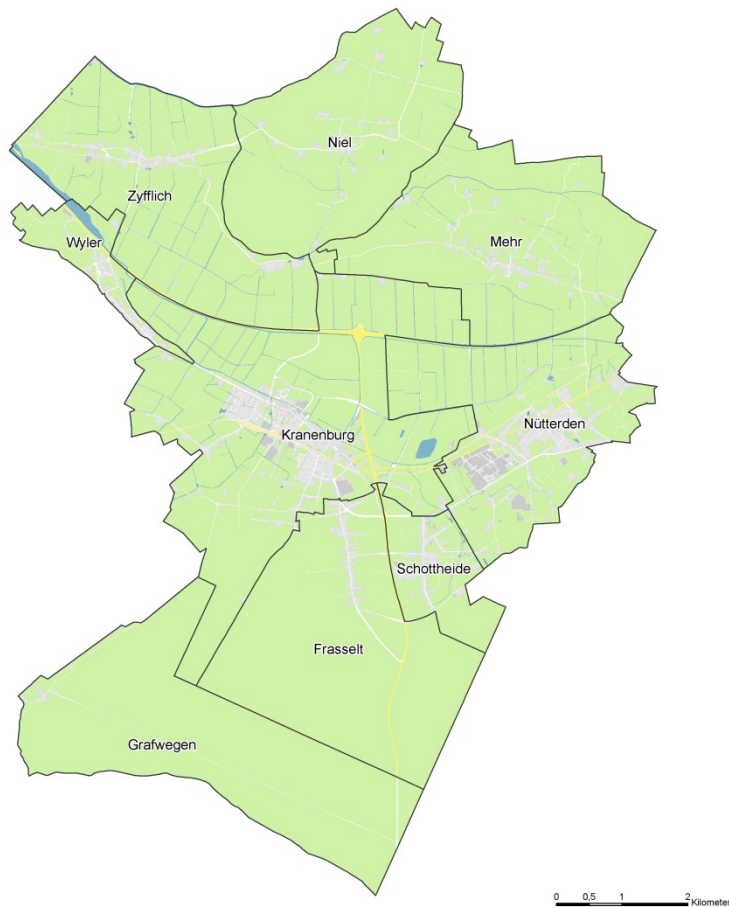
Im Folgenden werden die allgemeinen standortrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt, die zur Einordnung der Gemeinde Kranenburg hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation dienen. Die Rahmenbedingungen wirken sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Kranenburg aus.

4.1 Lage, Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Gemeinde Kranenburg liegt im westlichen Teil des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen im Kreis Kleve. Die Region am Niederrhein ist gekennzeichnet durch die unmittelbare Nachbarschaft zu den Niederlanden. In direkter Nähe zur Gemeinde befinden sich die Mittelzentren Emmerich, Goch und Kleve und in den Niederlanden die Gemeinden Gennep (Provinz Limburg), Groesbeek (Provinz Gelderland), Ubbergen (Provinz Gelderland) und Millingen am Rhein (Provinz Gelderland).

Zum Untersuchungszeitpunkt leben rund 10.200 Einwohner im Gemeindegebiet. Die Gemeinde Kranenburg besteht aus mehreren Ortsteilen, von denen der Kernort Kranenburg und der Ortsteil Nütterden die Siedlungsschwerpunkte darstellen. Im Gegensatz zu vielen anderen Städten erwartet die Gemeinde Kranenburg eine positive Bevölkerungsentwicklung⁵. Für den Zeitraum der Jahre 2011 bis 2030 wird ein Einwohnerzuwachs prognostiziert, der laut dem Institut IT.NRW auf einer Zunahme von 10.000 bis auf 12.400 Einwohner basiert.

⁵ <http://www.ihk-niederrhein.de/Bevoelkerungszahlen>; Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsvorausberechnung 2011 bis 2030/2050 in den Kreisen, kreisfreien Städten und Kommunen in Nordrhein-Westfalen.

Abbildung 5: Siedlungsstruktur der Gemeinde Kranenburg

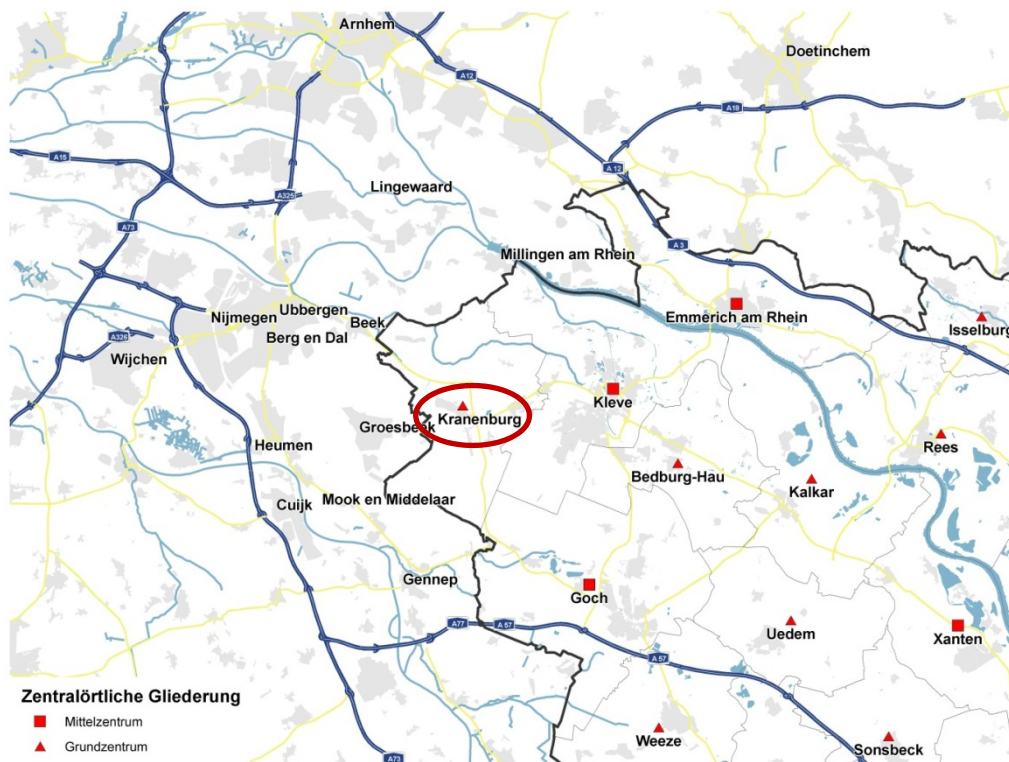
Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Überregional betrachtet liegt Kranenburg zentral zwischen den beiden Bundesautobahnen A 3 und A 57. An dieses Autobahnnetz ist die Gemeinde über die Bundesstraßen B 504 und B 9 angebunden und so mit dem PKW gut erreichbar. Des Weiteren ermöglichen Busverbindungen der Niederrheinischen Verkehrsbetriebe (NIAG), der niederländischen Busgesellschaft Novio und des Bürgerbusses sowie das AST-Sammeltaxi eine gute Erreichbarkeit im Gemeindegebiet und der umliegenden Städte und Gemeinden.

4.2 Landesplanerische Einordnung

Im Rahmen der nordrhein-westfälischen Landesplanung wird der Gemeinde Kranenburg die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen, die sich hauptsächlich in der Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen widerspiegelt. Neben verwaltungstechnischen und sozialen Aspekten liegt der funktionale Schwerpunkt demnach in der Bereitstellung von Versorgungseinrichtungen, die eine Grundversorgung der Bevölkerung im Gemeindegebiet ermöglichen. Alle darüber hinausgehenden Funktionen werden in der Regel durch die in unmittelbarer Umgebung liegenden Mittelzentren Emmerich, Coch und Kleve abgedeckt. Darüber hinaus übernehmen die grenznahen Städte in den Niederlanden, vor allem Groesbeek, Ubbergen, Millingen am Rhein und Nijmegen eine Bedeutung für die Versorgung in Kranenburg.

Abbildung 6: Landesplanerische Einordnung der Gemeinde Kranenburg und Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

4.3 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung

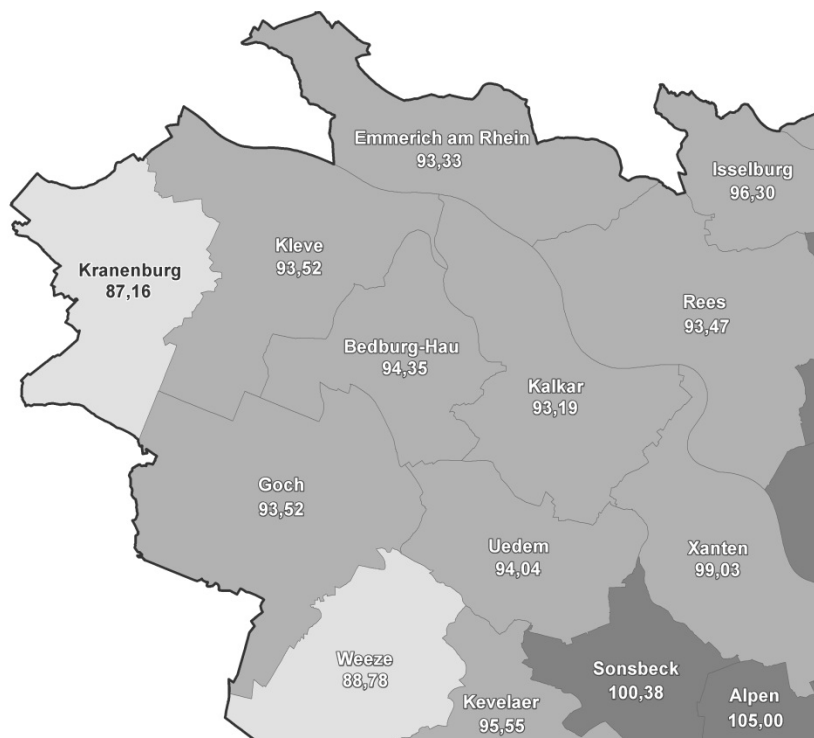
Eine erste einzelhandelsspezifische Einordnung der Gemeinde Kranenburg kann über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft abgeleitet werden. Ein Vergleich der Gemeinde Kranenburg mit den Nachbarstädten gibt Aufschluss über die Attraktivität des örtlichen Einzelhandels. In der folgenden Karte werden die Kennziffern der Gemeinde Kranenburg und der Nachbargemeinden dargestellt.

Tabelle 2: Sekundärstatistische Einordnung der Gemeinde Kranenburg

Stadt / Gemeinde	Einwohner gerundet	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Landesplanerische Einordnung
Kranenburg	10.200	87,16	Grundzentrum
Bedburg-Hau	13.200	94,04	Grundzentrum
Bocholt	73.000	99,01	Mittelzentrum
Emmerich	30.000	93,33	Mittelzentrum
Goch	34.000	93,52	Mittelzentrum
Isselburg	11.000	96,30	Grundzentrum
Kalkar	14.000	93,19	Grundzentrum
Kevelaer	28.000	95,55	Grundzentrum
Kleve	50.000	93,52	Mittelzentrum
Rees	22.000	93,47	Grundzentrum
Sonsbeck	8.600	100,38	Grundzentrum
Udem	8.100	94,04	Grundzentrum
Weeze	11.000	88,78	Grundzentrum
Wesel	60.000	100,14	Mittelzentrum

Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der IFH Retail Consultants Köln 2012

Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 87,16 liegt die Gemeinde Kranenburg deutlich unterhalb des bundesdeutschen Durchschnittswertes von 100. Der Vergleich mit den Nachbarstädten zeigt, dass sich dieses auch im Vergleich mit den Nachbarstädten Kleve, Bedburg-Hau und Goch widerspiegelt.

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2011

Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der IFH Retail Consultants Köln 2012

Alle östlich der Gemeinde Kranenburg gelegenen Städte verfügen über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer, die bei rund 94 liegt. Nur die Stadt Weeze weist im regionalen Vergleich mit Gemeinde Kranenburg eine ähnliche Kaufkraftkennziffer mit 88,87 auf.

Da dem Büro Junker + Kruse keine Kaufkraftkennziffern für die Städte der Niederländischen Grenzregion zur Verfügung stehen, ist ein Vergleich nur über Kennziffern des Kaufkraftindex möglich. Die Kennziffer in Deutschland für den Bereich NRW / Niederrhein liegt zwischen 88 bis unter 96. Der Vergleich macht deutlich, dass der Kaufkraftindex der angrenzenden Provinzen in den Niederlanden leicht über den Werten der Region am Niederrhein liegt (Kennziffer zwischen 96 bis unter 104)⁶.

In Abhängigkeit der Einwohnerzahl und dem Kaufkraftniveau lassen sich Aussagen zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ableiten. Auf der Basis der Daten der IFH Retail Consultants Köln ergibt sich für die die Gemeinde Kranenburg ein einzelhandelsrelevanter, jährlicher Pro-Kopf-Verbrauch von rund 4.600 Euro. Bezogen auf die Einwohnerzahl von 10.200 besteht für das Jahr 2012 ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 47,1 Mio. Euro.

⁶ www.gfk-geomarketing.de; GfK Kaufkraft: Niederlande 2010 und Deutschland 2011

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen wird im Folgenden das Standortprofil und die Einzelhandelsstruktur der Gemeinde Kranenburg dargestellt. Im Rahmen des Standortprofils werden sowohl einzelhandelsrelevante als auch städtebauliche Gesichtspunkte betrachtet. Auf der Grundlage der im August 2012 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung und der städtebaulichen sowie einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte werden die Angebots- und Nachfrageseite analysiert. Dabei wird differenziert nach den in Kranenburg vorhandenen Lagekategorien: Hauptgeschäftsbereich (Ortskern), Ortsteilzentren, integrierter Standort und nicht integrierter Standort.

5.1 Gesamtstruktur

Die Gesamtsituation des Einzelhandelsbestandes in der Gemeinde Kranenburg stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung (August 2012) wie folgt dar:

- Die Gesamtverkaufsfläche von rund **9.300 m²** im Gemeindegebiet setzt sich aus **44 Einzelhandelsbetrieben** zusammen.
- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt liegt mit 28 Betrieben und einer Verkaufsfläche von **rund 6.600 m²** im Ortskern Kranenburg. Der Ortskern unterteilt sich in zwei Standortbereiche: die Große Straße als (ursprünglich alleiniger) **Hauptgeschäftsbereich** und das „**Einkaufszentrum**“ am Großen Haag. Dabei verfügt die Große Straße über rund **900 m²** und das „Einkaufszentrum“ über rund **5.700 m²**. Der Angebotsschwerpunkt besteht vor allem aus den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches, vorrangig Nahrungs- und Genussmittel, Blumen und Gesundheit- und Körperpflege sowie den zwei Warengruppen Bekleidung und Schuhe aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich.
- Darüber hinaus gibt es drei Ortsteile im Gemeindegebiet, die über ein Einzelhandelsangebot verfügen. Der Ortsteil **Nütterden** befindet sich östlich des Ortskerns. Die **vier Betriebe mit rund 1.200 m²** Verkaufsfläche haben den Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Die Ortsteile Frasselt und Wyler verfügen über jeweils drei Betriebe, die ca. 650 m² bzw. 250 m² Verkaufsfläche auf sich vereinen.
- Eine weitere Kenngröße ist die durchschnittliche **Verkaufsfläche je Betrieb**. In der Gemeinde Kranenburg beträgt dieser Wert rund **210 m²** und liegt damit leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m².
- Die errechnete einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Kranenburg beträgt **0,9 m² pro Einwohner** und rangiert damit unter dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m² pro Einwohner. Im Vergleich zu anderen Grundzentren, mit durchschnittlich 1,6 m² pro Einwohner (dieser Wert basiert auf Vergleichswerte aus der Datenbank Junker + Kruse, Dortmund), befindet sich Kranenburg ebenfalls im unteren Bereich.

- Die **größten Lebensmittelanbieter** in der Gemeinde Kranenburg sind **Rewe** mit rund 860 m² und Rewe Getränkemarkt (400 m²), **Penny Markt** mit rund 810 m², **Aldi Süd** mit rund 1.050 m² (alle im Ortskern) und **Netto Marken-Discount** mit rund 990 m² im Ortsteil Nütterden.
- Zudem befinden sich weitere Fachmärkte im „Einkaufszentrum“ am Großen Haag: **dm-Drogeriemarkt** mit rund **600 m²**, **Takko** mit rund **360 m²**, **Kik** mit rund **560 m²**, **Das Futterhaus** mit rund **500 m²** und **Deichmann** mit rund **400 m²** Verkaufsfläche.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe aus dem langfristigen Bedarfsbereich befinden sich derzeit keine im Gemeindegebiet.
- Die aktuell **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt insgesamt rund **710 m²** in der Gemeinde Kranenburg. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von rund 8 %, bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche. Die Fläche verteilt sich zum Zeitpunkt der Erhebung auf fünf leerstehende Geschäfte. Alle fünf befinden sich im Hauptgeschäftsbereich (Große Straße). Zwei Leerstände verfügen über mehr als 150 m² Verkaufsfläche, die drei übrigen sind kleiner als 100 m².

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Kranenburger Einzelhandels, gegliedert nach Hauptwarengruppen, wie folgt dar:

Tabelle 3: Verkaufsflächenangebot des Kranenburger Einzelhandels nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gesamt)	Anteil an der Gesamtver- kaufsfläche in %	Einwohnerbezo- gene Verkaufsflä- chenausstattung in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	48,2	0,44
Blumen / Zoo	830	8,9	0,08
Gesundheit und Körperpflege	780	8,4	0,08
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	130	1,4	0,01
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.230	66,7	0,61
Bekleidung / Textilien	1.120	12,0	0,11
Schuhe / Lederwaren	430	4,6	0,04
GPK / Haushaltswaren	170	1,8	0,02
Spielwaren / Hobbyartikel	170	1,8	0,02
Sport und Freizeit	160	1,7	0,02
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.050	21,9	0,20
Wohneinrichtung	170	1,8	0,02
Möbel	40	0,4	0,00
Elektro / Leuchten	80	0,9	0,01
Elektronik / Multimedia	120	1,3	0,01
Medizinische und orthopädische Artikel	70	0,7	0,01
Uhren / Schmuck	100	1,1	0,01
Baumarktsortimente	480	5,2	0,05
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.060	11,3	0,10
Sonstiges	10	0,1	0,0
Gesamt	9.340	100	0,92

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Kranenburg, August 2012, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich)

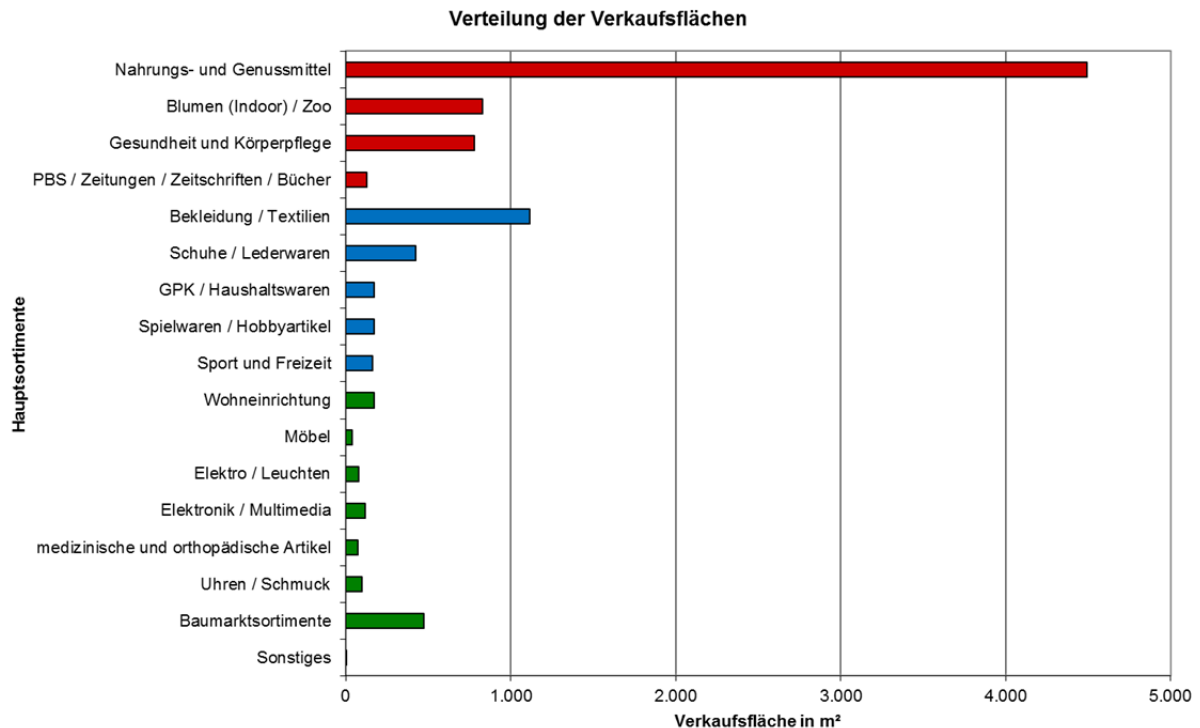
Unter rein quantitativen Gesichtspunkten lassen sich aus dem vorstehenden Verkaufsflächenangebot folgende Aspekte festhalten:

- Etwa zwei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. rund 6.230 m² werden in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe vorgehalten. Quantitativ nehmen diese Sortimente damit einen erwartungsgemäß hohen Stellenwert in der Einzelhandelslandschaft der Gemeinde Kranenburg ein. Hierbei tritt – entsprechend der idealtypischen Verteilung in anderen Kommunen – die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zahlenmäßig hervor. Mit rund 4.500 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 48 % an der Gesamtverkaufsfläche ist der Bereich Nahrungs- und Genussmittel in der Gemeinde Kranenburg außerordentlich stark vertreten. Das spiegelt sich auch in der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung wider. Mit rund 0,44 m² pro Einwohner liegt Kranenburg leicht über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner. Diese erste Einschätzung macht bereits deutlich, dass Kranenburg im Bereich Nahrungs- und

Genussmittel eine gute Ausstattung vorweisen kann. Auch qualitativ wird dies durch die unterschiedlichen Angebotsformen gestützt.

- Auf die Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufen entfällt ein Anteil von rund 22 % der Gesamtverkaufsfläche der Gemeinde Kranenburg. Im Vergleich zu Städten mit einer ähnlichen Einwohnerzahl ist Kranenburg damit durchschnittlich gut aufgestellt. Als innerstädtische Leitbranchen sind die Warengruppen Bekleidung (rund 1.120 m²) und Schuhe (430 m²) zu nennen. Die Flächen setzen sich aus Betrieben zusammen, die ihren Standort alle im Ortskern haben. Die Verkaufsflächen der übrigen Leitsortimente setzen sich zum überwiegenden Teil aus Randsortimenten zusammen.
- Der überwiegend langfristige Bedarfsbereich übernimmt mit rund 1.060 m² und damit 11 % der Gesamtverkaufsfläche einen eher untergeordneten Stellenwert in Kranenburg ein. Der mit Abstand größte Anteil der Verkaufsfläche entfällt auf den Bereich Baumarktsortimente mit 480 m². Alle weiteren Warengruppen sind eher unterdurchschnittlich vertreten, dies ist für ein Grundzentrum wie Kranenburg jedoch nicht als untypisch zu bezeichnen.

Abbildung 8: Verteilung der Verkaufsflächen nach Hauptsortimenten



Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinden Kranenburg, August 2012

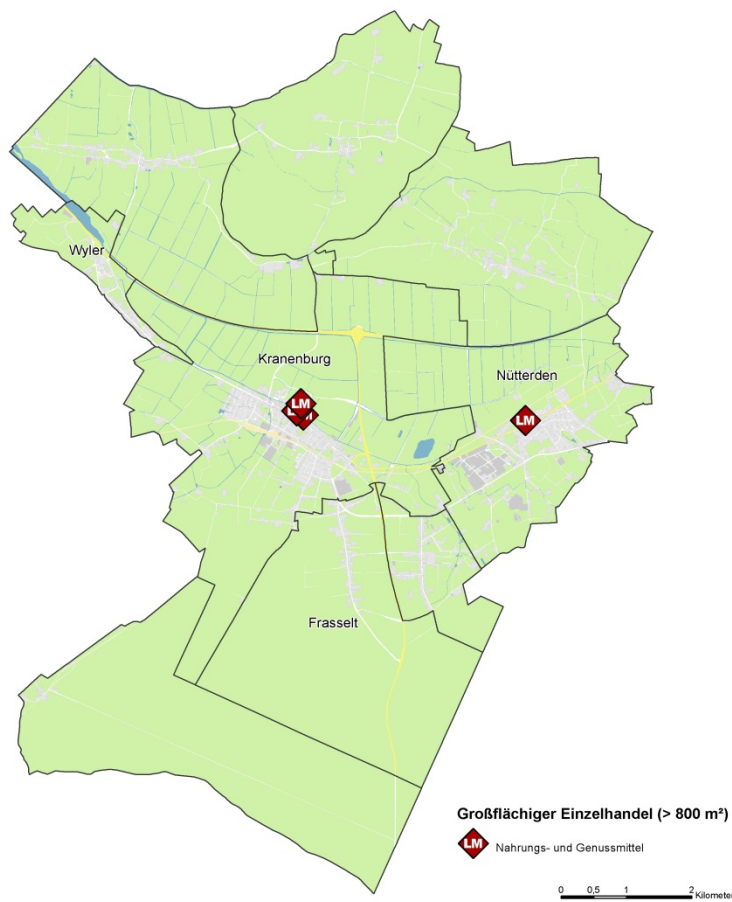
Insgesamt zeigt sich in der Gesamtschau der Angebotsverteilung bezogen auf die Hauptbranchen ein eindeutiger Schwerpunkt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und eine bedeutsame Verkaufsflächenausstattung in den Hauptbranchen Bekleidung und Schuhe.

Großflächiger Einzelhandel im Gemeindegebiet Kranenburg

Insgesamt vier großflächige Einzelhandelsbetriebe⁷ stellen mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 3.700 m², das entspricht ca. 40 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in Kranenburg, einen quantitativen Angebotsschwerpunkt dar. Der Sortimentsschwerpunkt liegt dabei ausschließlich in der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel.

Drei der Lebensmittelanbieter befinden sich im Ortskern Kranenburg. Namentlich sind dies: Aldi Süd mit 1.050 m² Verkaufsfläche (kürzlich erweitert), Rewe (rund 860 m²) und Rewe Getränke (rund 400 m²) sowie Penny mit rund 810 m² Verkaufsfläche. Der vierte Anbieter - Netto Marken-Discount mit rund 1.000 m² - befindet sich im östlich gelegenen Ortsteil Nütterden.

Abbildung 9: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Zur weiteren Bewertung des quantitativen Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Kranenburg mit Blick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus vor allem auch qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentrale sowie nach-

⁷ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO mit Überschreiten einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². (vgl. dazu auch: Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).)

frageseitige Entwicklungen, zu berücksichtigen. Diese werden, ausgerichtet auf den Untersuchungsgegenstand, im folgenden Kapitel näher dargestellt.

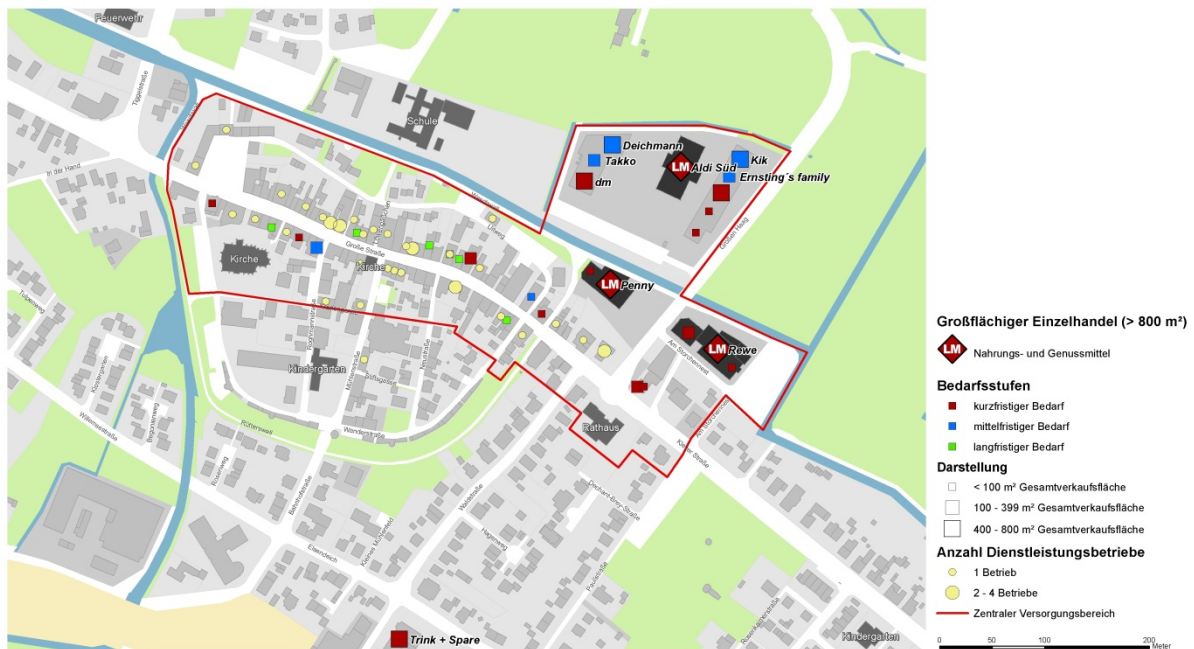
5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

In Kranenburg lässt sich das vorhandene Einzelhandelsangebot in drei Standortbereiche räumlich differenzieren. Dazu zählt der eindeutige Angebotsschwerpunkt im zentralen Bereich des Ortskerns, der über rund 6.700 m² Verkaufsfläche verfügt, die so genannten städtebaulich integrierten Lagen mit rund 2.600 m² und die nicht integrierten Lagen mit einem Betrieb und einer Verkaufsfläche von rund 90 m² (vgl. auch Kapitel 3.1 Angebotsanalyse).

Der zentrale Bereich im Ortskern Kranenburg

In Kranenburg definiert sich der zentrale Bereich über den gewachsenen Ortskern an der Großen Straße mit angrenzendem „Einkaufszentrum“ am Großen Haag. Hier konzentrieren sich die wesentlichen zentrenbedeutsamen Funktionen und ergeben somit eine Multifunktionalität, die sich aus der Einzelhandelsdichte, dem Dienstleistungsangebot, der Passantenfrequenz sowie der Kundenorientierung der Anbieter zusammensetzt. Darüber hinaus ist die städtebauliche Struktur ein entscheidendes Merkmal für diesen zentralen Bereich. Seine Grenzen findet der Ortskern Kranenburg westlich im Rütters- bzw. Waschwall, diese befinden sich in unmittelbarer Nachbarschaft zum Markt und zum Groesbecker Bach. Den nördlichen Grenzverlauf bis zum „Einkaufszentrum“ am Großen Haag stellt der Waschwall dar. Das „Einkaufszentrum“ am Großen Haag bildet in Verbindung mit der Straße am Storchennest die östliche Abgrenzung.

Abbildung 10: Zentraler Bereich Ortskern Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Den historisch gewachsenen Mittelpunkt des Ortskerns Kranenburg stellt dabei die Große Straße dar, die durch eine kleinteilige Bebauungsstruktur geprägt wird. Die Erdgeschosslagen entlang

der Straße waren ursprünglich nahezu durchgängig von Einzelhandelsnutzungen gekennzeichnet. Heute weist die Straße zahlreiche Lücken im Nutzungsbestand auf, die teilweise durch Dienstleistungsanbieter gefüllt wurden oder noch als Leerstände zu erkennen sind. Einhergehend mit einem Frequenz- und Attraktivitätsverlust hat diese Entwicklung zu starken Veränderungen beigetragen. Aus heutiger Sicht bieten sich kaum Entwicklungsperspektiven für die Große Straße. Das „Einkaufszentrum“ hingegen ist integraler Bestandteil des Ortskerns und bietet zudem Möglichkeiten für die Unterbringung potenzieller Einzelhandelsangebote.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung befinden sich 28 Betriebe in diesem zentralen Bereich, die eine Verkaufsfläche von rund 6.700 m² Verkaufsfläche vereinen. Die nachstehenden Tabelle 4 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung im zentralen Bereich der Gemeinde Kranenburg nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und Anteilen an der Gesamtverkaufsfläche.

Tabelle 4: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe im zentralen Bereich (Ortskern)

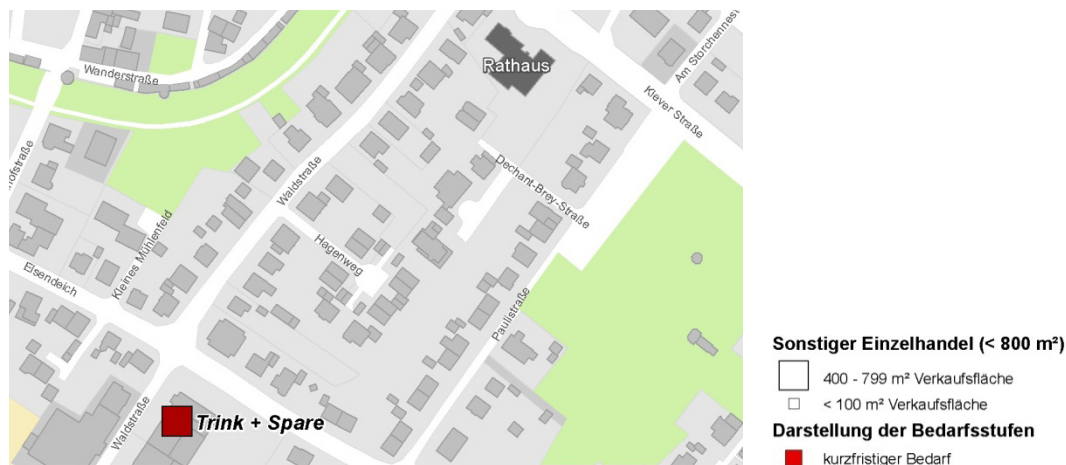
Warengruppe	Verkaufsfläche zentraler Bereich (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in %)	A. a. d. Gesamtverkaufsfläche bezogen auf die Warengruppen (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	2.860	10	30,6	63,6
Blumen / Zoo	810	3	8,6	97,8
Gesundheit und Körperpflege	700	2	7,4	89,5
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	1	1,1	78,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.470	16	47,8	71,7
Bekleidung / Textilien	1.110	3	11,9	99,5
Schuhe / Lederwaren	420	1	4,5	98,6
GPK / Haushaltswaren	140	1	1,5	81,9
Spielwaren / Hobbyartikel	90	1	0,9	52,0
Sport und Freizeit	10	-	0,1	6,2
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.770	6	18,9	86,4
Wohneinrichtung	80	2	0,9	46,8
Möbel	-	-	-	0,0
Elektro / Leuchten	80	1	0,9	100
Elektronik / Multimedia	90	-	0,9	75,0
Medizinische und orthopädische Artikel	70	1	0,7	100
Uhren / Schmuck	100	2	1,1	100
Baumarktsortimente	10	-	0,1	2,1
Gartenmarktsortimente	-	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	430	6	4,6	40,8
Sonstiges	10	-	0,1	100
Gesamt	6.680	28	71,5	71,5

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung der Gemeinde Kranenburg, August 2012

Städtebaulich integrierte Lagen

In den sogenannten städtebaulich integrierten Lagen in Kranenburg befinden sich rund 2.600 m² Verkaufsfläche, das entspricht ca. 27 % der Gesamtverkaufsfläche in der Gemeinde. Die Verkaufsfläche verteilt sich auf 12 Betriebe, von denen zehn ihr Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (kurzfristiger Bedarf) haben und sich eine Verkaufsfläche von rund 1.640 m² teilen. Diese stellen mit rund 60 % der Verkaufsfläche, bezogen auf die städtebaulich integrierten Lagen, einen Angebotschwerpunkt dar. Quantitative Anziehungspunkte definieren sich hier über den Einzelhandelsbetrieb *Trink + Spare* (rund 400 m²) im Ortskern Kranenburg und den Netto Marken-Discount (rund 990 m²) im Ortsteil Nütterden. Die Ortsteile Frasselt und Wyler verfügen über kleinere Hofladenkonzepte, die zur Nahversorgung beitragen. Ergänzt werden diese Angebotsstandorte durch Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereichs (Sport- und Freizeitbereich) und des langfristigen Bedarfsbereichs (Baumarkt bzw. Bauelemente).

Abbildung 11: Integrierter Standort im Eisendeich



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Die nachstehende Tabelle 5 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung der städtebaulich integrierten Lagen in Kranenburg nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und Anteilen an der Gesamtverkaufsfläche.

Tabelle 5: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in städtebaulich integrierten Lagen

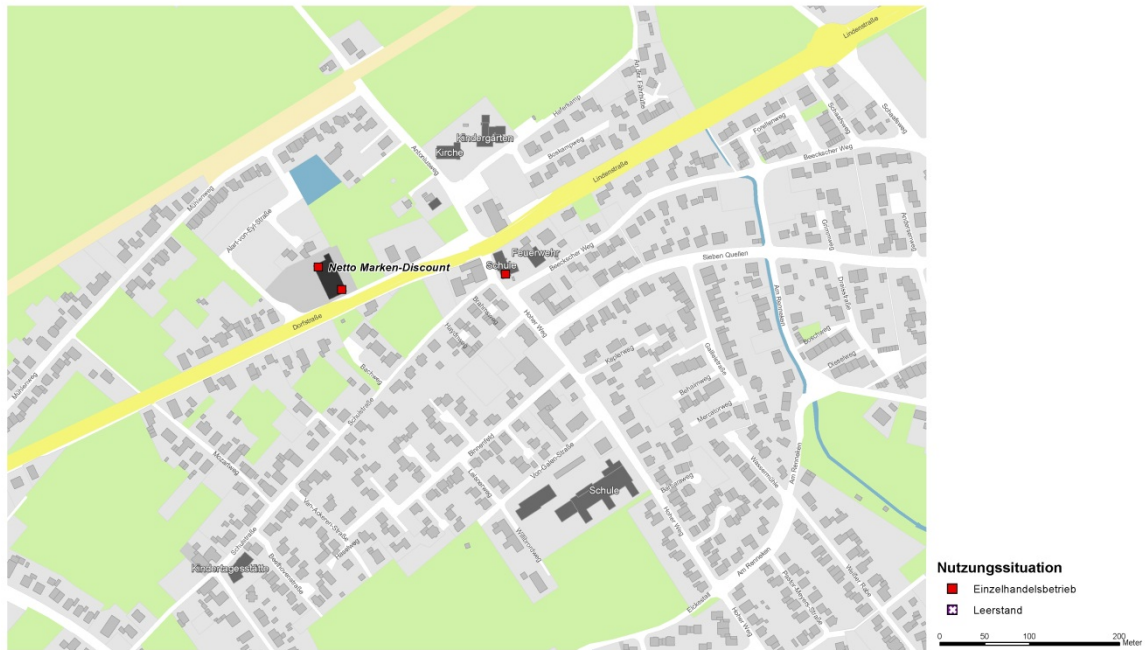
Warengruppe	Verkaufsfläche integrierte Lage (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in%)
Nahrungs- und Genussmittel	1.640	10	17,5
Blumen / Zoo	20	-	0,2
Gesundheit und Körperpflege	80	-	0,9
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	30	-	0,3
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.770	7	18,9
Bekleidung / Textilien	-	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	30	1	0,3
Spielwaren / Hobbyartikel			-
Sport und Freizeit	160	2	1,7
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	190	3	2,0
Wohneinrichtung	90	-	1,0
Möbel	40	-	0,4
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	30	-	0,3
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	460	1	5,0
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	620	1	6,7
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	2.580	15	27,6

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme der Gemeinde Kranenburg, August 2012

Angebotssituation in den Ortsteilen

Im Ortsteil Nütterden befinden sich vier Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 1.200 m². Den Angebotsschwerpunkt bildet der Netto Marken-Discount mit integriertem Bäcker und einer Verkaufsfläche von rund 1.000 m². Neben diesem Angebotsschwerpunkt bildet die Warengruppe Sport und Freizeit (die durch ein Fahrradgeschäft repräsentiert wird) einen weiteren Anziehungspunkt im Ortsteil. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch einige Dienstleistungsanbieter, die ihren Standort vorrangig im Hohen Weg haben.

Abbildung 12: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Nütterden



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Im Ortsteil Frasselt sind drei Betriebe ansässig, die insgesamt über rund 650 m² Verkaufsfläche verfügen. Angebotsschwerpunkte liegen im Baumarktsortiment, im Nahrungs- und Genussmittelbereich und bei den Sport- und Freizeitartikeln.

Abbildung 13: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Frasselt



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Im Ortsteil Wyler befinden sich drei Betriebe und ein Hofverkauf, die zusammen rund 250 m² vereinen. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch ein Reisebüro.

Abbildung 14: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Wyler

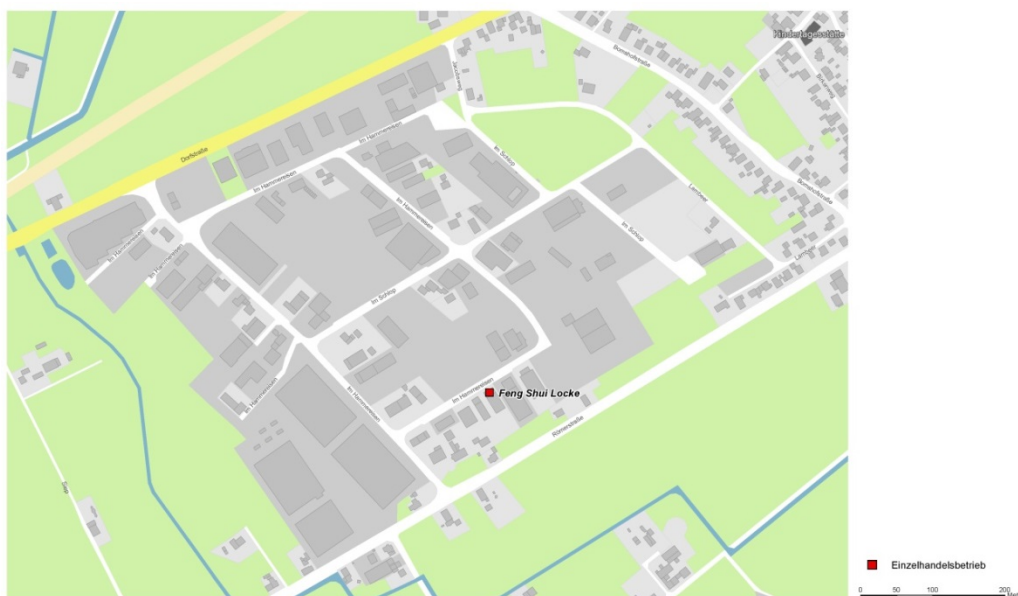


Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Städtebaulich nicht integrierte Lage bzw. Gewerbegebiet

In der Gemeinde Kranenburg befindet sich lediglich ein Einzelhandelsbetrieb in städtebaulich nicht integrierter Lage und zwar im Gewerbegebiet Nütterden. Der Betrieb verfügt über eine Verkaufsfläche von rund 90 m² und den Angebotsschwerpunkt, der sich der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel zuordnen lässt.

Abbildung 15: Gewerbegebiet Nütterden

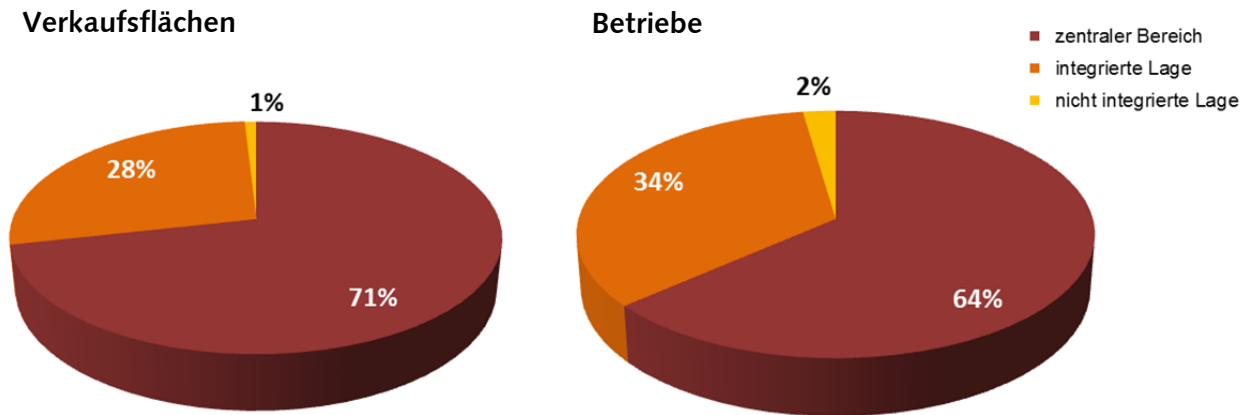


Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Zusammenfassung der räumlichen Differenzierung

Aus der räumlichen Differenzierung der Angebotssituation ergibt sich für die definierten Lagekategorien in der Gemeinde Kranenburg folgendes Bild:

Abbildung 16: Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe nach Lagen



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Gemeinde Kranenburg 2012

- Der zentrale Bereich im Ortskern Kranenburg (6.700 m²) stellt mit rund 71 % der Gesamtverkaufsfläche und 64 % der Betriebe (28) erfreulicherweise den Einzelhandelschwerpunkt der Gemeinde Kranenburg dar.
- In städtebaulich integrierter Lage befinden sich 34 % der Betriebe (15 Betriebe), die über rund 2.600 m² Gesamtverkaufsfläche verfügen, was einem prozentualen Anteil von rund 28 % entspricht.
- In städtebaulich nicht integrierter Lage befindet sich ein Betrieb, der eine Verkaufsfläche von rund 90 m² aufweist. Dies entspricht lediglich 2 % der Gesamtverkaufsfläche in der Gemeinde Kranenburg.

Insgesamt kann somit festgehalten werden, dass es der Gemeinde Kranenburg in der Vergangenheit gelungen ist, unter gemeindeentwicklungspolitischen Gesichtspunkten, die richtigen Entscheidungen zu treffen und moderne Betriebsformen unmittelbar an das „das alten Zentrum – Große Straße“ anzubinden.

5.3 Struktur und räumliche Verteilung der wohnortnahen Grundversorgung in der Gemeinde Kranenburg

Ein besonderer Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, kommt der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung und dabei vorrangig der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln zu. Unter Nahversorgung bzw. der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Ergänzt werden diese Warengruppen bzw. Sortimente häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote stellen demnach wesentliche Bausteine eines Angebotes der wohnungsnahen Grundversorgung dar:

Tabelle 6: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung

Idealtypische Mindestausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke Gesundheits- und Körperpflegeartikel Apothekenwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Schreibwaren, Papier, Büroartikel Schnittblumen / zoologische Artikel
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

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

Strukturelle Zusammensetzung der Lebensmittelanbieter in Kranenburg

Im Hinblick auf die Bewertung der strukturellen Aspekte der Grund- bzw. Nahversorgung werden in Kranenburg folgende strukturprägende Betriebstypen mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

Tabelle 7: Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff / Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Derzeitige Marktzutrittsgröße liegt i. d. R. zwischen 800 – 1.000 m ² Verkaufsfläche
Supermarkt 400 – 1.499 m ² Verkaufsfläche	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung zwischen 800 – 1.500 m ² Verkaufsfläche

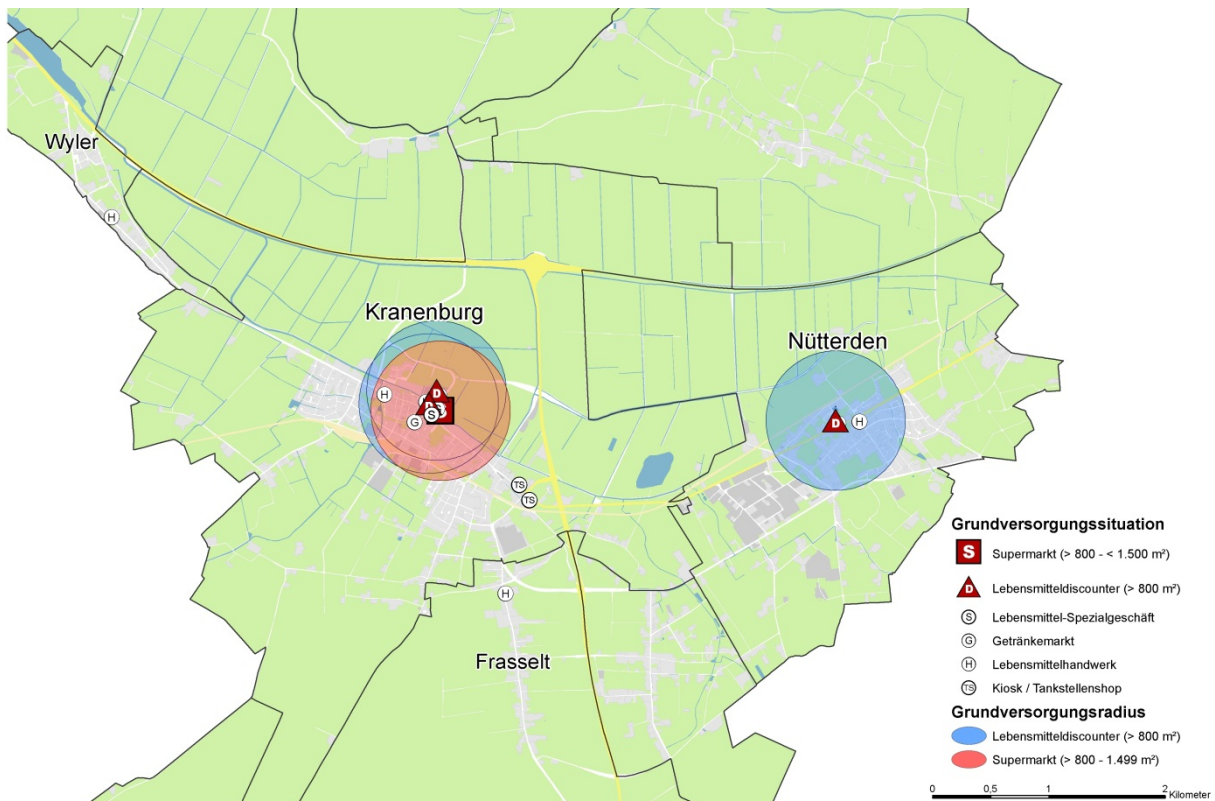
Quelle: eigene Zusammenstellung

Im Gemeindegebiet Kranenburg befinden sich vier strukturprägende Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, ein Supermarkt und drei Lebensmitteldiscounter. Der Rewe Supermarkt mit Getränkemarkt befindet sich in unmittelbarer Nachbarschaft zu den beiden Lebensmitteldiscountern Aldi Süd und Penny. Alle drei liegen im definierten zentralen Bereich des Ortskerns Kranenburg. Der dritte Lebensmitteldiscounter (Netto Marken-Discount) hat seinen Standort im Ortsteil Nütterden und übernimmt für diesen die Versorgungsfunktion. Darüber hinaus ergänzen eingeschränkt Anbieter wie z. B. Getränkemarkte mit Verkaufsflächen zwischen 200 – 600 m², Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) sowie kleinere Hofläden in den Ortsteilen Frasselt und Wyler das Grund- bzw. Nahversorgungsangebot.

Räumliche Verteilung

Zur räumlichen Bewertung der Einzelhandelsstandorte wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – vor allem mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i. d. R. noch in einer Gehzeit von zehn Minuten möglich sein soll. Dies entspricht einer fußläufigen Entfernung von 600 – 1.000 m. Der Bewertung der fußläufigen Erreichbarkeit der Einzelhandelsstandorte in Kranenburg wird ein durchschnittlicher Luftlinienradius von 700 m zugrunde gelegt. In der folgenden Karte sind dementsprechend die strukturprägenden Lebensmittelanbieter dargestellt.

Abbildung 17: Angebotsverteilung der Lebensmittelanbieter in der Gemeinde Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

Der für Kranenburg angenommene 700 m-Radius um die Standorte der Lebensmittelanbieter zeigt, dass die fußläufige Erreichbarkeit und somit eine wohnortnahe Grundversorgung der Be-

völkerung in Kranenburg vor allem im Ortskern Kranenburg und im Ortsteil Nütterden nahezu ausreichend gewährleistet wird. Lediglich kleinere Teile der Siedlungsbereiche werden nicht durch die 700 m-Radien abgedeckt. Im Ortskern Kranenburg, in dem drei Anbieter konzentriert sind, zeigt sich darüber hinaus eine starke Überlappung der Radien, die ein sehr gutes Angebot zur Nahversorgung der Bevölkerung vermuten lässt. Die im zweitgrößten Ortsteil Nütterden lebende Bevölkerung wird ebenfalls durch den dort ansässigen Lebensmittelanbieter versorgt. Der zugrunde gelegte 700 m-Radius deckt nahezu den gesamten Siedlungsbereich des Ortsteils ab. Die umliegenden Ortsteile Frasselt und Wyler verfügen über kleine Hofläden, die einen Teil der Nahversorgung bereitstellen können. Alle weiteren Ortsteile verfügen über keine eigenen Lebensmittelanbieter, was jedoch aufgrund des zu geringen Bevölkerungspotenzials und damit zu geringer Kaufkraft nicht verwundert.

Neben der räumlichen Betrachtung der Nahversorgungssituation ist auch eine Einordnung der quantitativen Angebotsstrukturen erforderlich. Diese Einordnung erfolgt über die Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner. In Kranenburg liegt dieser Wert bei 0,44 m² pro Einwohner und damit leicht über dem bundesdeutschen Schnitt von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner.

Foto 1/2 und 3: Beispiele für das Nahversorgungsangebot in Kranenburg



Quelle: Junker und Kruse

Umsätze und Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich

Bezogen auf die Verkaufsflächenausstattung, die getätigten Umsätze und der errechneten Zentralitätskennziffer ergibt sich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel folgendes Bild:

- Die Gemeinde Kranenburg verfügt zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung im August 2012 über eine Verkaufsfläche von **rund 4.500 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel**.
- Diese Flächen verteilen sich nahezu vollständig auf die **vier großen Lebensmittelanbieter** Rewe mit Getränkemarkt, Aldi-Süd, Penny und Netto sowie den Getränkemarkt Trink+Spare. Bis auf den Anbieter Netto, der sich im Ortsteil Nütterden befindet, liegen alle genannten Anbieter im Ortskern Kranenburg. Ergänzt wird dieses Angebot durch kleinteiligen Einzelhandel wie z. B. Bäckereien und Metzgereien.
- Die **Zentralitätskennziffer⁸** für die Warengruppe liegt im Fall der Bestandssituation bei **1,18**. Dieser Wert zeigt, dass durch das Einzelhandelsangebot im Bereich Nahrungs- und Ge-

⁸ Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer errechnet sich aus dem Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zum vorhandenen Nachfragevolumen. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Region. Abweichungen über dem Basiswert von 1 deuten auf Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb auf Schwächen des Einzelhandels hin.

nussmittel eine Vollversorgung der örtlichen Bevölkerung gewährleistet werden kann. Der **getätigte Umsatz liegt knapp über dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial** der Kranenburger Bevölkerung, was wiederum verdeutlicht, dass ein entsprechender Anteil dieses Umsatzes aus regionaler Kaufkraft (Niederlande und Deutschland) stammt (vgl. dazu auch Kapitel 6 Nachfragesituation).

5.4 Fazit der Angebotsanalyse

- In der Gemeinde Kranenburg befinden sich zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung im August 2012 insgesamt **44 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von **rund 9.300 m²**. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 28 Betrieben und einer Verkaufsfläche von rund 6.700 m² im zentralen Bereich des Ortskerns Kranenburg. Der Ortsteil Nütterden verfügt über rund 1.200 m² Verkaufsfläche, die sich auf vier Betriebe verteilt. In Frasselt und Wyler befinden sich jeweils drei Betriebe die eine Verkaufsfläche von 650 m² (Frasselt) bzw. 250 m² (Wyler) in sich vereinen.
- **Etwa zwei Drittel** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. rund 6.230 m² werden den Warengruppen der überwiegend **kurzfristigen Bedarfsstufe** zugeordnet. Quantitativ nehmen diese Sortimente damit einen erwartungsgemäß hohen Stellenwert in der Einzelhandelslandschaft der Gemeinde Kranenburg ein. Mit **rund 4.500 m²** Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 49 % an der Gesamtverkaufsfläche ist der **Bereich Nahrungs- und Genussmittel** in der Gemeinde Kranenburg stark vertreten. Zudem verfügt die Gemeinde über eine quantitativ gute Ausstattung in den Warengruppen Blumen / Zoo (rund 830 m²) und Gesundheit-/ Körperpflegeartikel (rund 780 m²).
- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufen** entfällt ein Anteil von rund **22 % der Gesamtverkaufsfläche** des Kranenburger Einzelhandels. Im Vergleich zu Städten mit ähnlicher Struktur und Einwohnergröße ist die Gemeinde damit quantitativ gut aufgestellt. Als innerstädtische Leitbranchen sind die Warengruppen Bekleidung (rund 1.100 m²) und Schuhe und Lederwaren (rund 400 m²) zu nennen.
- Der überwiegend **langfristige Bedarfsbereich** übernimmt mit **rund 1.000 m² und damit knapp 11 % der Gesamtverkaufsfläche** einen eher geringen Stellenwert in der Gemeinde Kranenburg. Der mit Abstand größte Anteil der Gesamtverkaufsfläche entfällt mit rund 500 m² auf den Bereich Baumarktsortimente.
- Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt bei **0,9 m² pro Einwohner** und rangiert damit unter dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m² pro Einwohner.
- Insgesamt haben **vier strukturprägende Lebensmittelanbieter** ihren Standort in Gemeindegebiet Kranenburg. Mit einer **Zentralitätskennziffer von 1,18** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel wird deutlich, dass in dieser Warengruppe eine Vollversorgung der in Kranenburg lebenden Bevölkerung sowie darüber hinaus gewährleistet werden kann. Mit **rund 0,44 m² Verkaufsfläche pro Einwohner** weist Kranenburg einen überdurchschnittlich hohen Wert auf, der über dem bundesdeutschen Durchschnittswertes von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner liegt. Auch qualitativ wird die Angebotsstruktur durch unterschiedliche Angebotsformen gestützt.

- Aktuell stehen rund **700 m² Einzelhandelsverkaufsfläche** leer, dies entspricht einem prozentualen Anteil von rund 8 %, bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche und fünf Geschäfte. Alle leerstehenden Geschäfte befinden sich im historisch gewachsenen Teil des Ortskerns Kranenburg in der Großen Straße. Die Größenordnungen der Leerstände sind mit bis 150 m² Verkaufsfläche als eher klein einzustufen und können so der Nachfrage der Betreiber nicht mehr annähernd gerecht werden.

6 Nachfragesituation des Kranenburger Einzelhandels

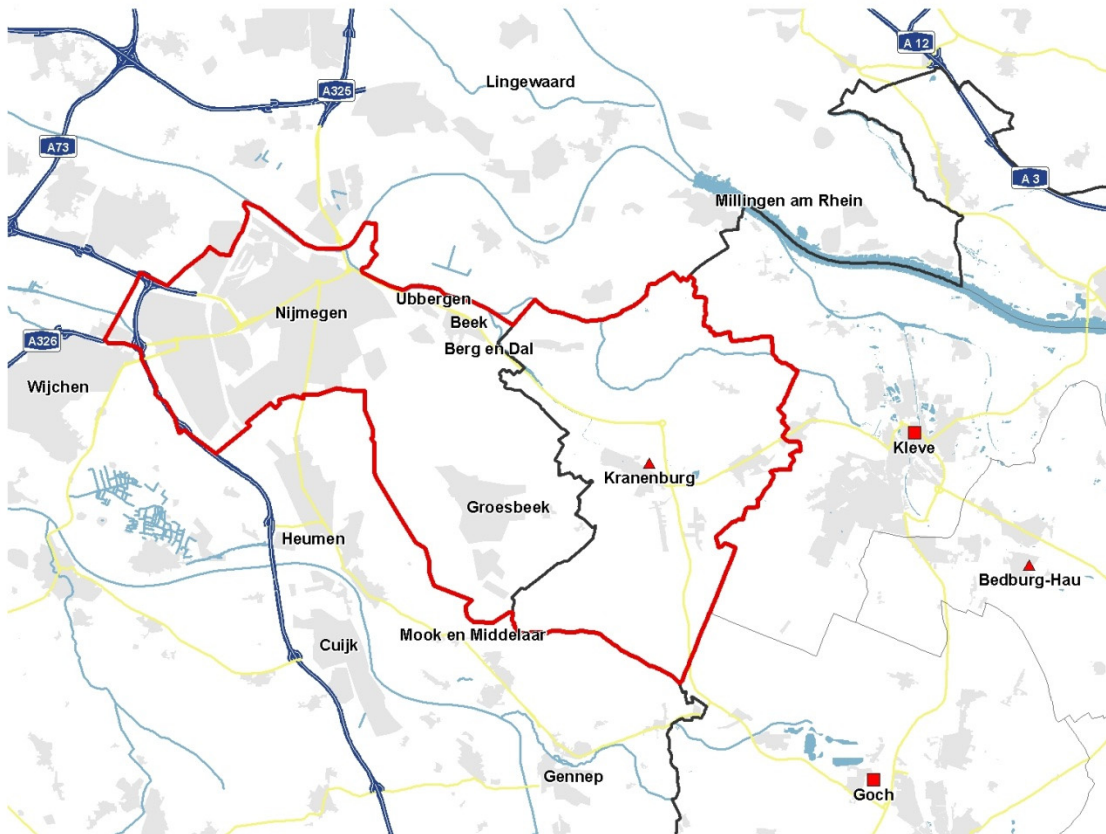
Für die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume aber auch für die Bewertung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten sind neben den Kenntnissen der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Kranenburg explizit auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Kranenburger Einzelhandels ermöglichen.

6.1 Einzugsgebiet des Kranenburger Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität, im Rahmen von Versorgungseinkäufen von insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern, vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Konsumenten bzw. Nachfrager. Dementsprechend steigen auch die Mobilitätsanforderungen, die sich durch erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch bei Fahrten zur Arbeit oder zur Freizeitgestaltung widerspiegeln. Daneben tragen Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen Betriebe hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Gemeinde bei. Andererseits ist auch zu berücksichtigen, dass ab einer spezifischen Raum-Zeit-Distanz (Entfernungen zur Innenstadt bzw. Einkaufsort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen. Dieses räumliche Spannungsfeld ergibt schließlich das Einzugsgebiet eines Standortes.

Die folgende Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der Ausstrahlungskraft des Kranenburger Einzelhandels und zum anderen als ergänzendes Bewertungskriterium des bereits ermittelten externen Nachfragepotenzials. Hierzu wurde im Oktober eine Kundenherkunftsbefragung mit Unterstützung der örtlichen Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Dabei wurden alle Kunden (nach dem Bezahlvorgang) nach ihrem Wohnort gefragt. Die in der Kundenherkunftserhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerung des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung der Gemeinde Kranenburg als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf der Grundlage der so berechneten Kundenherkunftskoeffizienten und unter Berücksichtigung von Raumwiderständen sowie der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten bzw. -zentren, lässt sich das Einzugsgebiet für die Gemeinde Kranenburg wie folgt darstellen:

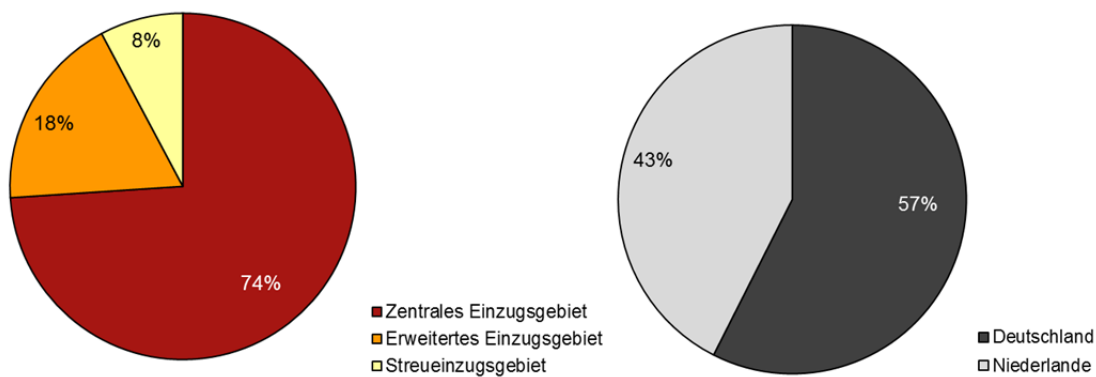
Abbildung 18: Einzugsgebiet des Kranenburger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der Kundenherkunftserhebung (Oktober 2012), n=9.800

Das Einzugsgebiet der Gemeinde Kranenburg lässt sich in drei Zonen unterteilen: das zentrale Einzugsgebiet, das erweiterte Einzugsgebiet und das Streueinzugsgebiet. Im Rahmen der Kundenherkunftserhebung konnten rund 9.800 Kunden nach ihrem Wohnort befragt werden.

Abbildung 19: Kundenanteile des Einzelhandels in der Gemeinde Kranenburg nach Einzugsgebieten



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der Kundenherkunftserhebung (Oktober 2012) n=9.800

- Zum zentralen Einzugsgebiet zählen neben der Gemeinde Kranenburg auch die niederländischen Städte Groesbeek und Nijmegen. Die Kundenanteile in diesem zentralen Einzugsgebiet liegen bei rund 74 %. Rund die Hälfte dieser befragten Kunden kommt erwartungsgemäß aus Kranenburg. Der übrige Teil gliedert sich in Kunden

aus Nijmegen (17 % der Befragten) und Groesbeek (11 % der Befragten). Diese Zahlen verdeutlichen die hohe Anziehungskraft des Kranenburger Einzelhandels.

- Zum erweiterten Einzugsgebiet werden u. a. die Städte Kleve, Millingen am Rhein, Arnheim, Gennep, Goch, Ubbergen, Heumen, Beek, Bedburg-Hau und einige mehr gezählt. Aus diesem so genannten erweiterten Einzugsgebiet stammen rund 18 % der befragten Kunden.
- Das Streueinzugsgebiet umfasst diejenigen Besucher und Kunden (8 % der Befragten), die den Kranenburger Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch wesentlich stärkere Einkaufsorientierungen auf andere Standorte der Region aufweisen. Ein wesentlicher Teil besteht zudem aus „Streuumsätzen“, der in der Regel durch „Zufallseinkäufe“ von Personen (Touristen) getätigt wird, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes leben.

Abgesehen von der deutlich abzulesenden positiven Ausstrahlungskraft des Kranenburger Einzelhandels, setzen die vergleichsweise starken Mittelzentren Emmerich, Kleve, Goch und in den Niederlanden Millingen am Rhein und Heumen eine deutliche Grenze für das zentrale Einzugsgebiet. Gleichwohl strahlt der Einzelhandelsstandort Kranenburg ins Umland aus und besitzt somit eine gewisse Anziehungskraft auch über die Landesgrenze der Niederlande hinaus. Insbesondere die Lebensmittel- und Drogerieanbieter in Kranenburg scheinen eine große Anziehungskraft auf niederländische Kunden auszuüben.

6.2 Nachfragepotenzial in der Gemeinde Kranenburg

Eine weitere wichtige Kennziffer zur Einordnung des Einzelhandelsstandortes Kranenburg ist das in Kranenburg zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial. Dieses wurde für das Jahr 2012 auf der Grundlage der Datenbasis der IFH Retail Consultants Köln für die Gemeinde Kranenburg ermittelt und stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in der Gemeinde Kranenburg

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	19,0	40,2 %
Blumen / Zoo	1,0	2,1 %
Gesundheit- und Körperpflege	3,0	6,3 %
PBS / Zeitungen / Zeitungen / Bücher	1,6	3,4 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	24,6	52,0 %
Bekleidung / Textilien	4,0	8,5 %
Schuhe / Lederwaren	1,4	2,9 %
GPK / Haushaltswaren	0,6	1,3 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1,0	2,1 %
Sport und Freizeit	0,8	1,7 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	7,8	16,5 %
Wohneinrichtungsbedarf	1,1	2,3 %
Möbel	2,4	5,1 %
Elektronik / Leuchten	1,2	2,5 %
Elektronik / Multimedia	3,4	7,2 %
Medizinische und orthopädische Artikel	0,7	1,5 %
Uhren / Schmuck	0,5	1,1 %
Baumarktsortimente	4,5	9,5 %
Gartenmarktsortimente	0,7	1,5 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	14,5	30,7 %
Sonstiges	0,4	0,8 %
Gesamt	47,3	100 %

Quelle: eigene Berechnungen und Daten zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der IFH Retail Consultants Köln 2012 (gerundete Werte)

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial von rund 47 Mio. Euro (ohne Versandhandel und e-Commerce) liegt, unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 10.200, das örtliche Kaufkraftniveau in der Gemeinde Kranenburg zugrunde. Dementsprechend werden ca. 4.600 Euro der privaten Verbrauchsausgaben je Einwohner in Kranenburg dem Einzelhandel zugeführt.

6.3 Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in Kranenburg

Als wesentliche Grundlage zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels werden der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort und den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, und die einzelhandelsrelevante Zentralität (Verhältnis zwischen örtlichem einzelhandelsrelevanten Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial) herangezogen.

Zur Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche, differenziert nach einzelnen Betriebsformen zugrunde gelegt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation (u. a. Lagen) modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die

einzelnen Warengruppen branchenspezifische Umsätze (vgl. dazu Tabelle 9). Demnach setzt der Kranenburger Einzelhandel aktuell pro Jahr rund 32 Mio. Euro um.

Zur Einordnung der Ausstrahlungskraft und Attraktivität des Kranenburger Einzelhandels auf die Nachbarkommunen wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer herangezogen. Diese errechnet sich durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial). Dabei bedeutet ein Wert von 100 bzw. 1, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über diesem Basiswert auf eine Leistungsstärke und Abweichungen unterhalb auf Strukturschwächen des örtlichen Einzelhandels hinweisen können.

Tabelle 9: Sortimentsspezifische Umsätze und einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffern

Warengruppe	Einzelhandelsrelevanter Umsatz in Mio. Euro	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro	Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer
Nahrungs- und Genussmittel	22,50	19,0	1,18
Blumen / Zoo	1,17	1,0	1,17
Gesundheit und Körperpflege	3,79	3,0	1,26
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,52	2,1	0,25
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	25,03	24,6	1,01
Bekleidung / Textilien	2,46	4,0	0,62
Schuhe / Lederwaren	0,99	1,1	0,90
GPK / Haushaltswaren	0,45	0,6	0,75
Spielwaren / Hobbyartikel	0,45	1,0	0,45
Sport und Freizeit	0,39	0,8	0,49
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	4,36	7,8	0,56
Wohneinrichtung	0,25	1,1	0,23
Möbel	0,04	2,4	0,02
Elektro / Leuchten	0,19	1,2	0,16
Elektronik / Multimedia	0,48	3,4	0,14
Medizinische und orthopädische Artikel	0,48	0,7	0,69
Uhren / Schmuck	0,40	0,5	0,80
Baumarktsortimente	0,58	4,5	0,13
Gartenmarktsortimente	0,00	0,7	0,20
Überwiegend langfristiger Bedarf	2,86	14,5	0,19
Sonstiges	0,02	0,4	0,05
Gesamt	32,24	47,3	0,68

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Kranenburg, August 2012 sowie einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale auf der Datenbasis der IFH Retail Consultants Köln 2012.

Betrachtet man den generierten Umsatz des Kranenburger Einzelhandels, zeigt sich ein für ein Grundzentrum eher typisches Bild. Der Gesamtumsatz des Einzelhandels in Kranenburg liegt bei rund 32 Mio. Euro. Der mit Abstand größte Anteil mit rund 22 Mio. Euro entfällt auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Das entspricht knapp 70 % des in Kranenburg getätigten Gesamtumsatzes. Mit einem weiten Abstand an zweiter Position befindet sich die Waren-

gruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Der hier getätigte Umsatz liegt bei rund 3,8 Mio. Euro, das entspricht ca. 12 % des Gesamtumsatzes. Den dritten Rang nimmt die Warengruppe Bekleidung ein, der Anteil am Gesamtumsatz beträgt hier rund 8 % (rund 2,5 Mio. Euro).

Eine Gegenüberstellung des ermittelten Gesamtumsatzes von rund 32 Mio. Euro mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 47 Mio. Euro, das auf Ermittlung der IFH Retail Consultants Köln basiert, ergibt eine Zentralitätskennziffer von 0,68 über alle Warengruppen. Das bedeutet für den Kranenburger Einzelhandel, dass dieser das Kaufkraftpotenzial der Gemeinde nicht gänzlich am Standort binden kann und ein Teil der Kaufkraft in das regionale Umfeld abfließt.

Betrachtet man die unterschiedlichen Bedarfsstufen und Sortimente etwas näher, ist ein deutlicher Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarf erkennbar. Mit Blick auf die Tabelle 9 lässt sich folgendes ableiten:

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralitätskennziffer bei 1,0 und bedeutet, dass die Gemeinde Kranenburg die Grund- und Nahversorgung für die Bevölkerung bereitstellen kann. Differenziert nach Warengruppen deuten die Zentralitätskennziffern für die Nahrungs- und Genussmittel mit 1,18, für Blumen / Zoo mit 1,17 und für Gesundheit / Körperpflege mit 1,26 auf eine überdurchschnittliche Ausstrahlungskraft in die Nachbarkommunen hin, einhergehend mit einer Kaufkraftbindung aus dem regionalen Umfeld. Lediglich in der Warenwarengruppe PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher mit einer Zentralitätskennziffer von 0,25 sind Abflüsse zu verzeichnen.
- Die Warengruppe der mittelfristigen Bedarfsdeckung schafft es gerade, mit einer Zentralitätskennziffer von 0,56, die Hälfte des in Kranenburg vorhandenen Kaufkraftpotenzials am Standort zu binden. Die stärkste Warengruppe ist die Warengruppe Schuhe / Lederwaren, die jedoch mit dem vorhandenen Angebot und einer Zentralitätskennziffer von 0,9 rein rechnerisch auch kein zusätzliches Kaufkraftpotenzial aus dem Umland generieren kann.
- Der langfristige Bedarfsbereich kann ebenfalls nicht die gesamte lokale Kaufkraft binden, mit 0,2 liegt die Zentralität für ein Grundzentrum eher im unteren Bereich. Dies ist auf fehlende regional bedeutsame Anbieter zurückzuführen.

7 Prognose der Verkaufsflächenspielräume in Kranenburg

Nicht nur für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortentwicklungen, Betriebs- und Vertriebstypen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Auch die Gemeinde Kranenburg als Träger der kommunalen Planungshoheit besitzt einen entsprechenden Orientierungsrahmen bei der Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen sowie der Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen bzw. -standorten.

7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

Die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich zur Orientierung des bis zum Jahr 2020 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfes in der Gemeinde Kranenburg. In die Ermittlung fließen eine Reihe von Faktoren ein, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen wurden. Insbesondere werden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

- **Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation**

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Bestandsanalyse für die Gemeinde Kranenburg erstellt (vgl. dazu Kapitel 5 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Annahmen künftiger Entwicklungsspielräume ein.

- **Umsatzentwicklungen und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten**

Die Entwicklung der Flächenproduktivitäten⁹ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängungen 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 hohe und zunehmende Zahlen der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit leicht steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Der nominale Umsatz im bestehenden Kranenburger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte und unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gering ansteigen.

- **Bevölkerungsentwicklung in Kranenburg bis zum Jahr 2020**

Die Bevölkerungsentwicklung für die Gemeinde Kranenburg wird von den zuständigen statistischen Stellen positiv eingeschätzt. Bis zum Jahr 2020 wird ein Zuwachs von rund 20 % und darüber hinaus bis zum Jahr 2030 ein erneuter Zuwachs von bis zu 15 % prognosti-

⁹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

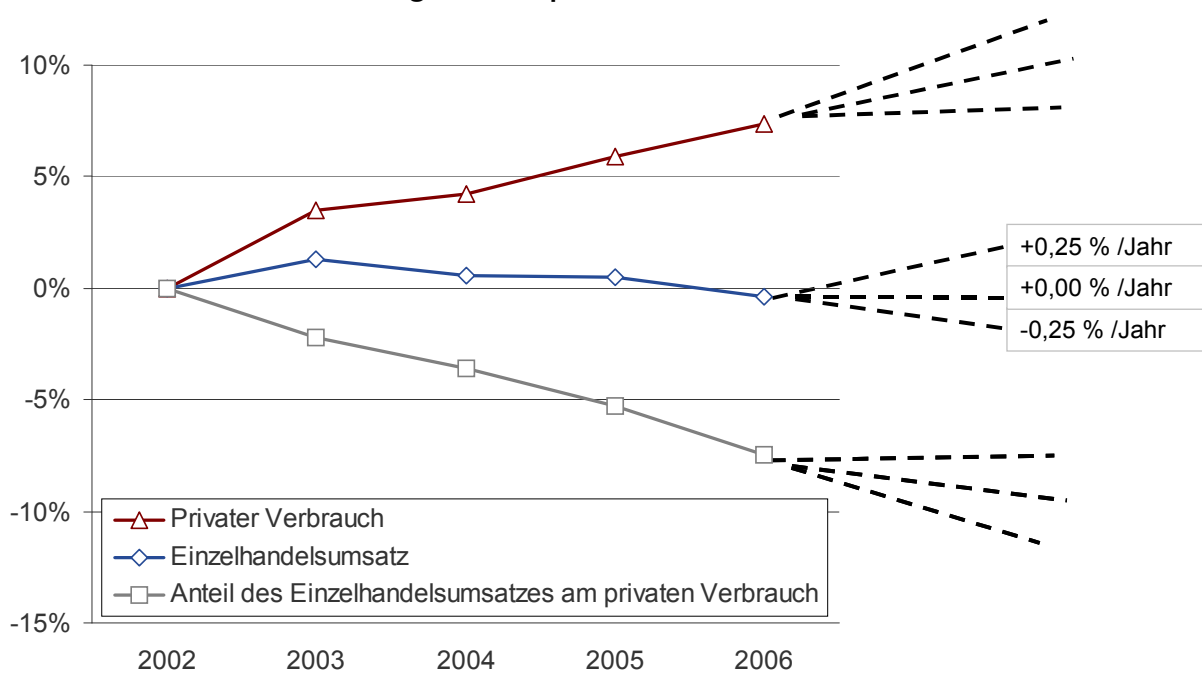
ziert.¹⁰ Damit hebt sich die Gemeinde Kranenburg deutlich vom bundesweiten Negativtrend ab. In der Betrachtung der demographischen Entwicklung zeichnet sich in Kranenburg eine drastische Zunahme der Bevölkerung ab der Altersgruppe 40 aufwärts ab.

■ Branchenspezifische einzelhandelsrelevante Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis zum Jahr 2020 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung dieser Ausgaben insgesamt ist grundlegend von den beiden folgenden Faktoren abhängig:

1. dem privaten Einkommen und dem daraus resultierenden privaten Verbrauch sowie
2. dem Anteil der Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen). Folgende Entwicklungen sind bis zum Jahr 2020 zu erwarten:

Abbildung 20: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch



Quellen: EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.¹¹

¹⁰ Information und Technik NRW, Landesdatenbank NRW, Bevölkerungsentwicklung in den kreisangehörigen Städten und Gemeinden Nordrhein-Westfalens, Seite 2, www.it.nrw.de/presse/pressemitteilungen/2009/pdf/184_09a.pdf; Zugriff am 6. Februar 2012

¹¹ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell, Köln; Statistisches Bundesamt 2009 (www.destatis.de); Handelsjournal et. Al. (Hrsg.) (2008-2010): Factbook Einzelhandel.

- 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 (über 30 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend.¹²
- 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 (derzeit knapp 400 Mrd. Euro).¹³

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 realen¹⁴ 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 werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 10: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel - Trendaussagen

Branche	Ausgaben- anteile
Nahrungs- und Genussmittel	→
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	↗
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	→
Bekleidung / Textilien	↘
Schuhe / Lederwaren	→
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	↘
Spielwaren / Hobbyartikel	→
Sport und Freizeit	→
Wohneinrichtungsartikel / Möbel	↘
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	→
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation / Musik /Foto	→
Medizinische und orthopädische Artikel	↗
Uhren / Schmuck	→
Bau- und Gartenmarktsortimente	→
Gesamt	→

Quellen: EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell, Köln; Statistisches Bundesamt 2008 (www.destatis.de), KPMG-Studie 2005; Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2005-2010

¹² ebenda

¹³ ebenda

¹⁴ Es wird zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Die Verteilung der Ausgaben zeigt, dass in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie medizinische und orthopädische Artikel weitere Wachstumsimpulse zu erwarten sind. Die Ausgabenanteile und somit das warengruppenspezifische Kaufkraftvolumen werden bis 2020 ansteigen. In den übrigen Warengruppen wird das zur Verfügung stehende reale Kaufkraftvolumen stagnieren bzw. zurückgehen.

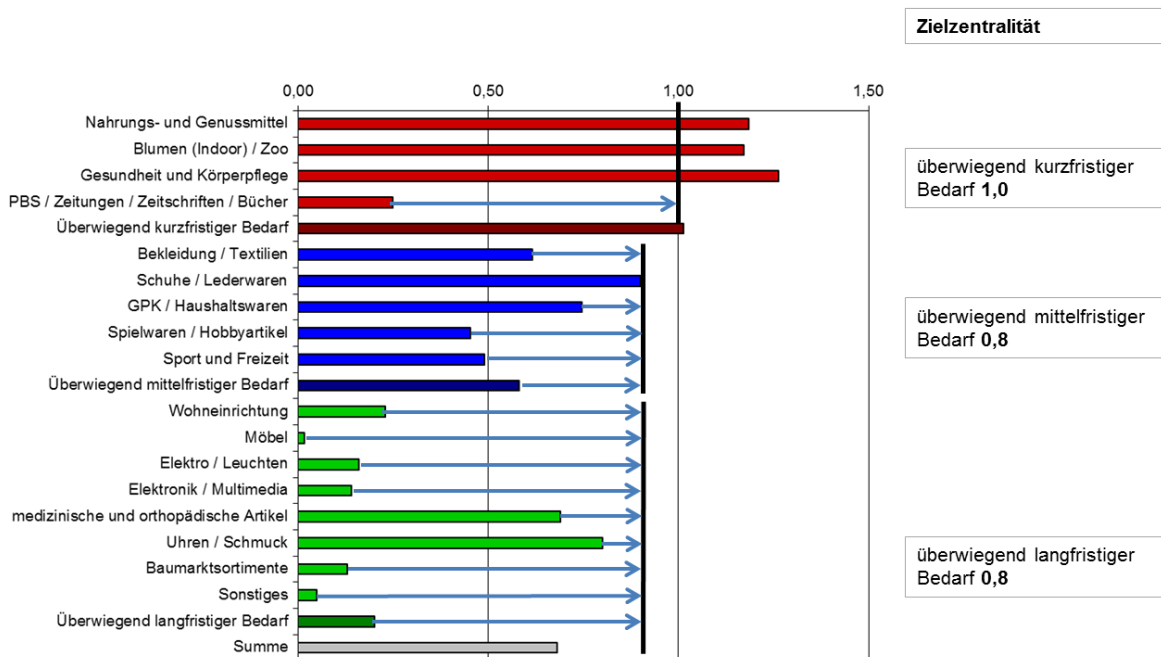
Der nominale Umsatz im bestehenden Kranenburger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte und unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten allenfalls gering ansteigen.

7.2 Zielzentralitäten für die Modellrechnung

Ein wichtiger Indikator für die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Kranenburg ist die Zentralität der einzelnen Warengruppen. Die Zentralität ist das Verhältnis zwischen dem errechneten Einzelhandelsumsatz und dem lokal vorhandenen Kaufkraftpotenzial. Sie zeigt an, wie viel der vorhandenen Kaufkraft am Standort durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 1 bedeutet z. B., dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin, Werte unter 1 auf Abflüsse per Saldo.

In der folgenden Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung und auch im Hinblick der Funktion der Gemeinde Kranenburg als Grundzentrum **eine idealtypische Zielzentralität** von 1 über alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs angenommen. Für die mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereiche wird jeweils eine Zielzentralität von 0,8 angenommen. Alle darüber hinausgehenden Versorgungsfunktionen werden in der Regel durch die in unmittelbarer Umgebung liegenden Mittel- bzw. Oberzentren abgedeckt.

Abbildung 21: Aktuelle Zentralitäten und Zielzentralitäten des Kranenburger Einzelhandels



Quelle: eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der angenommenen Zielzentralitäten für die Gemeinde Kranenburg ergeben sich zum Teil Diskrepanzen zur errechneten Ausgangszentralität. Dabei zeigen sich bis auf den kurzfristigen Bedarfsbereich in allen Branchen Entwicklungspotenziale.

Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Gemeinde Kranenburg als Grundzentrum ergeben sich somit lediglich im kurzfristigen Bereich Entwicklungsspielräume für die Warengruppe PBS, Zeitungen / Zeitschriften / Bücher. In den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen ergeben sich außer bei Schuhen / Lederwaren grundsätzlich in allen Sortimentsbereichen Entwicklungsspielräume. Aufgrund der regionalen Konkurrenzsituation zu den starken Mittelzentren in der Region sind diese jedoch eher begrenzt. Ein Entwicklungspotenzial ist hier in erster Linie im Hinblick auf Nischenanbieter zu sehen. Die klassischen, modernen Anbieter (z. B. Bau- und Gartenmärkte) mit Kernsortimenten aus dem langfristigen Bereich, verfügen in der Regel über zu große Verkaufsflächen. Das bedeutet, dass es bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben insbesondere in der Innenstadt und im Hinblick auf eine Stärkung der Versorgungsfunktion der Bevölkerung auf folgende Aspekte ankommt:

- Handelt es sich um einen städtebaulichen geeigneten Standort?
- Passen die Größe und der Betriebstyp des Vorhabens in die Strukturen der Gemeinde Kranenburg?
- Und ergeben die Ansiedlungen Synergien / Ergänzungsfunktionen zu bestehenden Anbietern in Kranenburg?

Vor allem sind einer „zügelloser“ Ausweitung von Verkaufsflächen auch Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maß und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann.¹⁵ Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, kann dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der Kranenburger Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzeinbußen bzw. auch zu Marktverdrängungsprozessen ansässiger Betriebe führen.

Vorhaben an gemeindeentwicklungspolitisch gewünschten Standorten, insbesondere im Ortskern Kranenburg, können dagegen zur Verbesserung und Stärkung des Einzelhandelsangebotes beitragen. Die Tatsache, dass dies ggf. zu Lasten weniger geeigneter Standorte im Stadtgebiet geschieht, sollte / kann dabei bewusst in Kauf genommen werden. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die Ziele des Kranenburger Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (vgl. dazu Kapitel 8) abgewogen werden. Für bisher nicht in der Gemeinde Kranenburg vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus auch dann Entwicklungsspielräume abzeichnen, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und an sich keine zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum besteht.

Demnach ist festzuhalten, dass die Einordnung potenzieller Neuvorhaben sowie die Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einem städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext unabdingbar ist.

Generell gilt, neben dem Ziel des erforderlichen quantitativen Ausbaus, auch die räumlich strukturelle Angebotssituation zu sichern und zu verbessern, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach einer eingehenden Prüfung entschieden werden sollte. Zusätzliche zentren-

¹⁵ Insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Gemeinde Kranenburg landesplanerisch als Grundzentrum eingestuft und die regionale Konkurrenzsituation durch angrenzende Mittelzentren ausgeprägt ist.

relevante Sortimente sollten generell nur im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg angesiedelt werden.

8 Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Kranenburg

Die vorstehenden Analysen und Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsstrategien ergeben die Basis für die im Folgenden dargestellten, allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen. Diese verfolgen das Ziel, den Einzelhandelsstandort Kranenburg zu sichern und zu stärken. Dabei gilt es vor allem die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den Ortskern Kranenburg zu sichern und zu erweitern sowie die Nahversorgungsfunktion des Ortsteils Nütterden sicherzustellen.

Folgende strategische Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Kranenburg dienen zur Erreichung der gesetzten Ziele:

- die übergeordneten Ziele,
- die Standortstruktur,
- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches,
- die planungsrechtlichen Empfehlungen (insbesondere die Kranenburger Sortimentsliste) sowie
- die Grundsätze zur Umsetzung des Konzeptes.

8.1 Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Gemeinde Kranenburg

Welche Richtung die Gemeinde Kranenburg im Rahmen der zukünftigen Gemeinde- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt neben den politisch motivierten Entwicklungsvorstellungen auch vom „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab.

Im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung wird eine gemeindeentwicklungspolitische Strategie empfohlen, die sich – wie die bisherige auch – durch eine stringente Planungspraxis auszeichnet: Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf den Ortskern Kranenburg der Gemeinde Kranenburg konzentriert.

Den Entwicklungsschwerpunkt und damit die höchste Priorität haben in diesem Zusammenhang die Sicherung und der Ausbau des Einzelhandelsstandortes als zentraler Versorgungsbereich. Dies hat konsequenterweise zur Folge, dass außerhalb des Ortskerns Kranenburg – als zentraler Versorgungsbereich – entsprechende Ansiedlungen auch zukünftig verhindert werden müssen.

Somit kann die Gemeinde Kranenburg ihren bisherigen gemeindeentwicklungspolitischen Weg auch weiterhin durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis weiter fortsetzen und gezielt Impulse setzen. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit, so können im Hinblick auf Investoreninteressen positive Impulse sowohl nach innen als auch nach außen gesetzt werden. Einzelinteressen der Gemeindeentwicklung werden nachgeordnet betrachtet, so dass es nach Prüfung im Einzelfall auch zur Ablehnung von Ansiedlungsgesuchen kommen kann. Somit werden Planungs- und Rechtssicherheit gege-

ben und die umfangreichen gesetzlichen Lenkungs- und Eingriffsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

Diese Entwicklungsstrategie der Gemeinde Kranenburg ist in sich konsequent und zeigt klare räumliche Zuordnungen für den Einzelhandel auf. Gleichzeitig ist auf dieser Basis eine direkte und zielgerichtete Ansprache von Betrieben und Investoren unter Beibehaltung der Planungshoheit möglich.

8.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Kranenburg

Um einen gemeinsam getragenen Rahmen zu schaffen, sind übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Kranenburg zu formulieren. Diese übergeordneten Ziele leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gemeinde, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den allgemeinen Rahmenbedingungen (wie Bevölkerungsentwicklung und -verteilung sowie siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Gemeinde zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Gemeindeentwicklung gewährleisten sollen. Dabei muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern potenziellen Entwicklungen auf die im Sinne der Gemeindeentwicklung positiv zu bewertende Standorte und Standortbereiche zu lenken, so dass neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Gemeindeentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und – wo erforderlich – Ausbau der landesplanerischen Funktion der Gemeinde Kranenburg als Grundzentrum

Aus landesplanerischer Sicht sind Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Grundzentrum kommt der Gemeinde Kranenburg somit die Grundversorgung der im Gemeindegebiet lebenden Bevölkerung zu. Die heutige Einzelhandelsstruktur zeigt, dass die Gemeinde Kranenburg diese Funktion bei Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufen erfüllen kann, in den meisten anderen Branchen jedoch noch Entwicklungspotenzial vorhanden ist.

Ziel ist es, dass zukünftige Entwicklungsmaßnahmen im Einzelhandel zur Stärkung und Sicherung der landesplanerischen Funktion der Gemeinde Kranenburg beitragen, um somit die Versorgungsfunktion zu erhalten bzw. auszubauen.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Kranenburg

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenzuordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Kranenburg langfristig attraktiv zu halten.

Ziel muss es daher sein, die Vielfalt des Angebotes in Kranenburg qualitativ weiter auszubauen. Der Ortskern Kranenburg übernimmt hierbei eine besondere Rolle, die nicht nur für den Einzelhandel, sondern auch für alle weiteren zentralen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. gilt.

Sicherung und Ausbau des attraktiven Ortskerns in Kranenburg

Der zentrale Versorgungsbereich Kranenburg mit der Großen Straße und dem „Einkaufszentrum“ Großer Haag stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Gemeinde dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Der Fokus bei zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist auch weiterhin auf diesen Bereich zu lenken. Als alleiniger zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde genießt dieser bei allen zukünftigen Entwicklungsvorhaben und Entscheidungen oberste Priorität.

Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion im Ortskern Kranenburg und Nütterden

Wesentliche Grundlage für eine attraktive Einzelhandelssituation in der Gemeinde Kranenburg ist eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des Einzelhandels- und Nutzungsangebotes.

In der Gemeinde Kranenburg übernimmt der Ortskern Kranenburg mit dem zentralen Versorgungsbereich die Versorgungsfunktion der Bevölkerung. Eine Öffnung neuer Standorte (in der Regel autokundenorientiert) außerhalb des Kerns, an denen insbesondere zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, würde zwangsläufig zu einer Schwächung des Ortskerns Kranenburg führen. Lediglich der Ortsteil Nütterden ist in der Funktion als Nahversorgungsstandort zu sichern und zu erhalten. Diese nachhaltige Gemeindeentwicklung kann darum nur durch eine klare räumlich-funktionale Zuordnung gewährleistet werden.

Stärkung des Tourismusbereiches – Ausbau des Angebotes im gemeinschaftlichen Interesse

Der Wettbewerb zwischen Städten ähnlicher Größenordnung und Versorgungsfunktion hat zugenommen. Vergleichbares gilt für die Gemeinde Kranenburg und die umliegenden Gemeinden und Städte. Damit sich die Gemeinde Kranenburg zukünftig besser profilieren und von den regionalen Konkurrenzstädten abheben kann, ist eine Attraktivitätssteigerung über das Einzelhandelsangebot hinaus notwendig. Neben dem Angebot an Bildungseinrichtungen und sozialen Dienstleistungen bildet der Tourismusbereich Möglichkeiten zur Profilierung. Die Stärkung des Tourismusbereiches geht dabei über die bereits durch die Gemeinde bereitgestellte Infrastruktur hinaus. Entwicklungspotenziale werden vor allem im Ausbau der Angebote gesehen, die im gemeinschaftlichen und privaten Interesse angesiedelt sind, wie z. B. die Optimierung der Sortimentsbereiche an bestimmte Besuchergruppen, spezialisierte gastronomische Angebote oder die Bereitstellung gemeindespezifischer Freizeitangebote wie die Draisinenbahn.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Neue Entwicklungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe sind konsequent auf der Grundlage der formulierten Ziele und Empfehlungen zu bewerten. Eine Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist auf den zentralen Bereich im Ortskern Kranenburg mit den dafür vorgesehenen Potenzialflächen zu konzentrieren. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass Standorte, die für Einzelhandelsnutzungen geöffnet werden, später nur schwer einer anderen Nutzung zugeführt werden können.

Planungs- und Investitionssicherheit für bestehende und anzusiedelnde Einzelhandelsbetriebe

Im Rahmen der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Gemeinde werden oft

bestehende Einzelhandelsbetriebe nur unzureichend in die Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der Einzelhandelsbestand, der die Attraktivität und Anziehungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies darf jedoch nicht mit einer Unberührbarkeit des bestehenden Einzelhandels gleichgesetzt werden. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege sowie bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

Verhinderung konterkarierender Planungen

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

Im Folgenden gilt es, diese Ziele und Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Eine Grundlage für die Umsetzung der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Standortstrukturmodell der Gemeinde Kranenburg dar, das auf einer räumlichen Differenzierung der Standorte basiert.

8.3 Standortstrukturmodell

Auf der Grundlage der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse und der Entwicklungsstrategie für die Gemeinde Kranenburg sowie unter Berücksichtigung bestehender gemeindeentwicklungspolitischer Zielvorstellungen werden die verschiedenen Einzelhandelsstandorte der Gemeinde unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel eingeordnet (Abbildung 22).

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereiches haben dabei das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung. Zudem sind jedoch auch städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellungen zu berücksichtigen. Die Zielvorstellung für die Gemeinde Kranenburg beinhaltet insbesondere eine tragfähige, wohnortnahe Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann. Folgende Einordnung kann in der Gemeinde Kranenburg zugrunde gelegt werden:

Hauptgeschäftszentrum

Der Ortskern Kranenburg lässt sich als Hauptzentrum / Hauptgeschäftsbereich einordnen und zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

- vorhandenes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels,
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb des allgemeinen Siedlungsbereiches und
- eine gute verkehrliche Erreichbarkeit.

Solitärer Nahversorgungsstandort

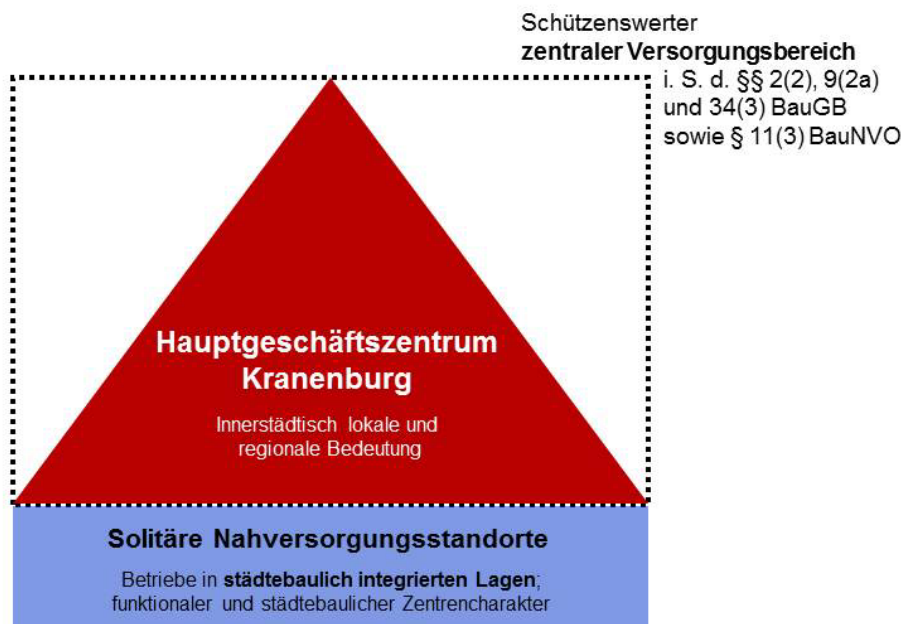
In städtebaulich integrierter Lage im allgemeinen Siedlungsbereich des Ortsteils Nütterden befindet sich ein solitärer Nahversorgungsstandort, der sich durch folgende Merkmale auszeichnet:

- städtebauliche Integration,
- Vorhandensein eines strukturprägenden Betriebes im kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. Lebensmittelbereich), Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- keinen Wettbewerb am Standort und
- ergänzendes Dienstleistungsangebot.

Als Standort in städtebaulich integrierter Lage erhält er rechtlichen Schutz, und ist bei Verlagerungen oder Neuansiedlungen eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb Kranenburgs – bei der Überprüfung der Verträglich i. S. des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen.

Ausgehend von diesen Einordnungskriterien der einzelnen versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche, ergibt sich demnach für die Gemeinde folgendes Standortstrukturmodell:

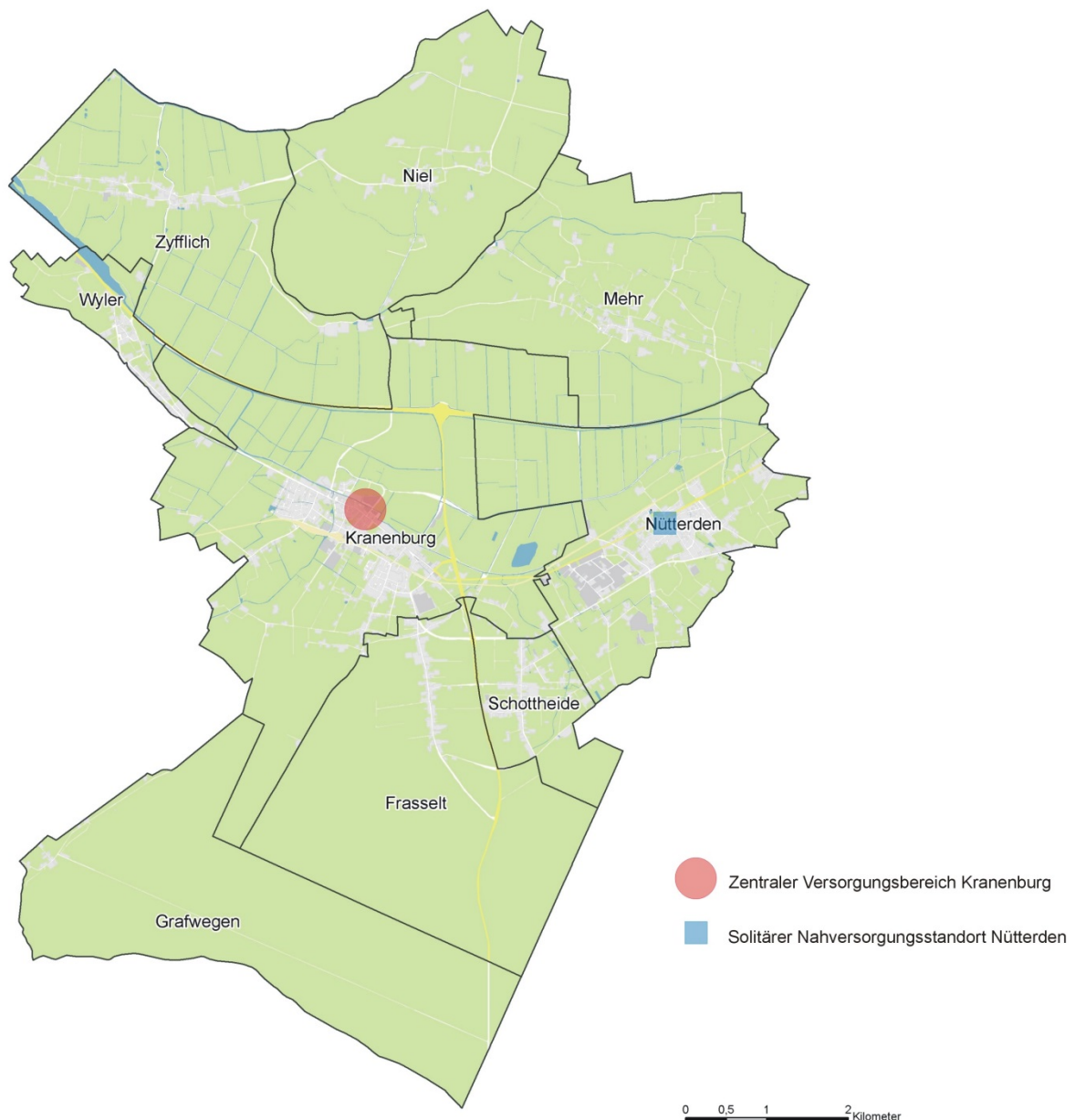
Abbildung 22: Standortstrukturmodell für die Gemeinde Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung

Aus der vorstehenden Betrachtung der Einzelstandorte, die durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind, lässt sich folgende Standorthierarchie für die Gemeinde Kranenburg ableiten.

Abbildung 23: Standorthierarchie in Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg

8.3.1 Zentraler Versorgungsbereich – Abgrenzungskriterien

Begriffsdefinitionen

Unter *zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgegrenzte 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.¹⁶ Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer ver-

¹⁶ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

kehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.¹⁷

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen i. S. der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Kranenburg ist als zentraler Versorgungsbereich jener Bereich im Gemeindegebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit aus Einkaufen, Versorgung und Dienstleistungen bildet, also das Hauptgeschäftszentrum. Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die 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 Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten 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 in den Erdgeschosslagen
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

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

Vorhandene Flächen für den Gemeinbedarf wie z. B. Schulen, Kindergärten oder auch Kirchen werden dabei zu dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet, 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 i. d. R. nur einen Teil eines Ortskerns Kranenburg darstellt. Kerngebietsausweisungen können z. B. über diese räumliche Grenze hinausgehen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise als auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen

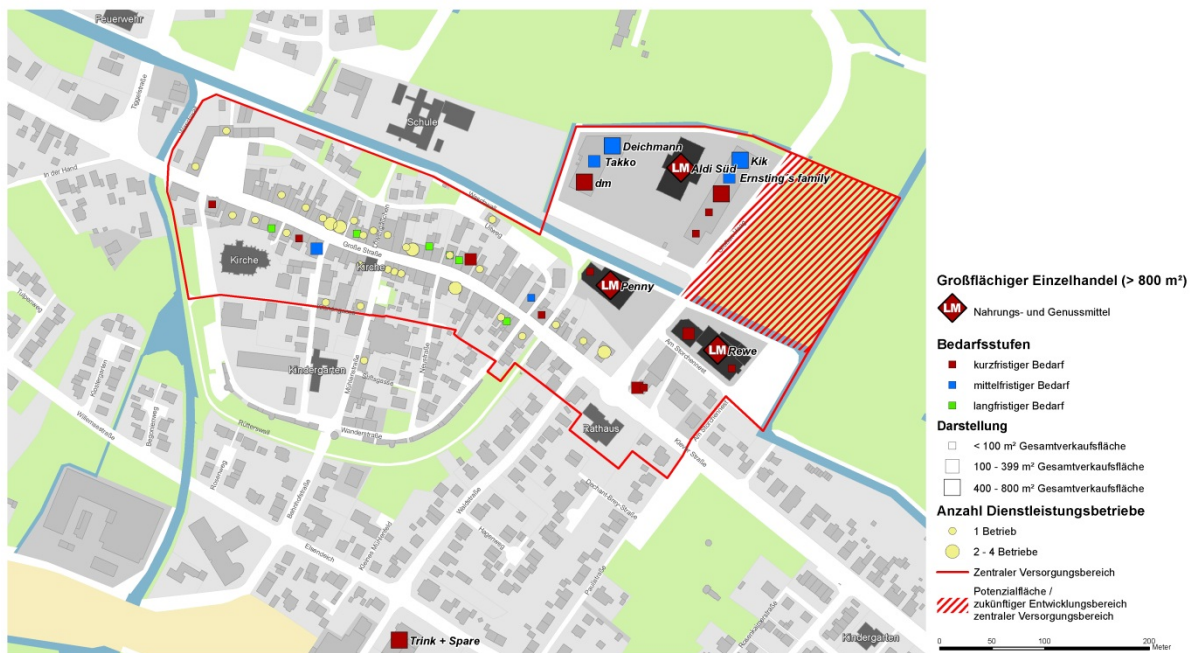
¹⁷ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07

ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt. Somit bleibt im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen i. d. R. gewährleistet.

8.3.2 Zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde Kranenburg

Bezogen auf die vorstehenden Abgrenzungskriterien und unter Einbeziehung möglicher Entwicklungspotenziale umfasst der heutige zentrale Versorgungsbereich im Ortskern Kranenburg den gewachsenen Hauptgeschäftsbereich mit der Großen Straße und den in nordöstlicher Richtung angrenzenden Bereich des „Einkaufszentrums“ am Großen Haag. Begrenzt wird der zentrale Versorgungsbereich im westlichen Teil des Ortskerns durch den Rütters- bzw. Waschwall, diese befinden sich in unmittelbarer Nachbarschaft zum Markt und zum Groesbecker Bach. Den nördlichen Grenzverlauf bis zum Einkaufszentrum am Großen Haag stellt der Waschwall dar. Das „Einkaufszentrum“ am Großen Haag und die östlich der Straße gelegene Freifläche in Verbindung mit der Straße am Storchennest bildet die östliche Abgrenzung. Im weiteren Verlauf der Großen Straßen im Westen begrenzt die südliche Straßenrandbebauung den zentralen Versorgungsbereich, bis die Kranengasse bzw. der Kirchplatz diese Funktion einnehmen.

Abbildung 24: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Kranenburg



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Gemeinde Kranenburg und der Einzelhandelsbestandsaufnahme, August 2012

In diesem zentralen Bereich der Gemeinde Kranenburg konzentrieren sich neben Einzelhandelsangeboten weitere innerstädtische Leitfunktionen, dazu gehören u. a. das am östlichen Kreisverkehr gelegene Rathaus, die Kirche St. Vitus Peter und Paul im westlichen Ortskern und zahlreiche öffentliche Einrichtungen, ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie eine ausreichende Anzahl an Parkplätzen.

Foto 4/ 5/ 6: Markt, Kirche „St. Peter und Paul“ und Rathaus



Quelle: Junker und Kruse

Historisch betrachtet bildet die Große Straße den Mittelpunkt des Ortskerns in Kranenburg. Die für den Autoverkehr in beide Richtungen befahrbare Große Straße wird durch eine verkehrsberuhigte Gestaltung geprägt. Die Geschwindigkeit für den PKW-Verkehr ist auf 20 km/h reduziert, um ein gefahrloses Miteinander der unterschiedlichen Verkehrsteilnehmer zu unterstützen. Die Erdgeschosslagen der Bebauung entlang der Straße waren ursprünglich nahezu durchgängig von Einzelhandelsnutzungen gekennzeichnet. Heute weist die Straße zahlreiche Lücken im Bestand auf, die teilweise durch Dienstleistungsanbieter gefüllt wurden oder noch als Leerstände zu erkennen sind. Einhergehend mit einem Frequenz- und Attraktivitätsverlust hat diese Entwicklung zu starken Veränderungen beigetragen. Zudem hat das zeitweise hohe Verkehrsaufkommen (Durchfahrtsverkehr) in der Großen Straßen diese Entwicklung zusätzlich mitbeeinflusst.

Foto 7/ 8: Große Straße und Großen Haag



Quelle: Junker und Kruse

Der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Kranenburg beheimatet zum Zeitpunkt der Erhebung (August 2012) 28 Einzelhandelsbetriebe, die eine Verkaufsfläche von rund 6.600 m² bereitstellen. Der Angebotsschwerpunkt besteht vor allem aus den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches, vorrangig Nahrungs- und Genussmittel, Blumen und Gesundheit und Körperpflege sowie den zwei Warengruppen Bekleidung und Schuhe aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich. Der quantitative Einzelhandelschwerpunkt konzentriert sich dabei vor allem auf die Einzelhandelsagglomeration am Großen Haag und Am Storchennest mit rund 5.700 m² Verkaufsfläche. An diesem Standortbereich sind vor allem filialisierte Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Die Große Straße verfügt dagegen nur über rund 900 m² Verkaufsfläche, die sich auf

kleinere, vorwiegend Facheinzelhandelsbetriebe verteilt. Zudem befinden sich hier fünf Leerstände mit einer Gesamtfläche von rund 700 m². Eine differenzierte Verteilung der Verkaufsfläche ist der nachstehenden Tabelle 11 zu entnehmen.

Insgesamt wird dem Besucher und Kunden ein attraktives und lebendiges Erscheinungsbild vermittelt. Dennoch darf diese vor allem städtebauliche Aufenthaltsqualität nicht über funktionale Schwächen des Einzelhandels hinweg täuschen. Die teilweise in die Jahre gekommenen Außen Darstellungen einzelner Immobilien in der Großen Straße und die sichtbare Nutzungsverschiebung in Teilbereichen der Straße, erfordert eine Überprüfung der zukünftigen Funktion der Straße. Bereits heute kristallisieren sich im westlichen Teil gastronomische und im mittleren Bereich der Straße Dienstleistungsschwerpunkte heraus. Der östliche Teilbereich, der sich in unmittelbarer Nachbarschaft zum „Einkaufszentrum“ befindet, stellt darüber hinaus einen Ergänzungsstandort für kleinteiligen Einzelhandel dar.

Tabelle 11: Verteilung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich

Warengruppe	Verkaufsfläche zentraler Bereich (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	2.860	10	30,6
Blumen / Zoo	810	3	8,6
Gesundheit und Körperpflege	700	2	7,4
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	1	1,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.470	16	47,8
Bekleidung / Textilien	1.100	3	11,9
Schuhe / Lederwaren	420	1	4,5
GPK / Haushaltswaren	140	1	1,5
Spielwaren / Hobbyartikel	90	1	0,9
Sport und Freizeit	10	-	0,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.770	6	18,9
Wohneinrichtung	80	2	0,9
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	80	1	0,9
Elektronik / Multimedia	90	-	0,9
Medizinische und orthopädische Artikel	70	1	0,7
Uhren / Schmuck	100	2	1,1
Baumarktsortimente	10	-	0,1
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	430	6	4,6
Sonstiges	10	-	0,1
Gesamt	6.680	28	71,5

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme in der Gemeinde Kranenburg, August 2012

Um auch zukünftigen Einzelhandelsentwicklungen nachkommen zu können, sind neben den vorhandenen Flächenpotenzialen auch zusätzliche Entwicklungsbereiche zu definieren. Aus heutiger Sicht bieten sich für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen vor allem leergefallene Erdge-

schosslagen im östlichen Bereich der Großen Straße, in unmittelbarer Nachbarschaft zum „Einkaufszentrum“, an. Diese eher kleinen Bestandsflächen kommen jedoch ausschließlich dem kleinteiligen Einzelhandel entgegen. Darüber hinaus tragen Qualitätsverbesserungen bestehender Nutzungen und die Angebotsanpassungen zum verbesserten Ortsbild bei.

Ein weiterer Fokus liegt auf der Angebotserweiterung bzw. -ergänzung, um vorhandene aber bisher nur unzureichend abgeschöpfte Kaufkraftpotenziale an den Standort zu binden und zusätzlich zu generieren. Entwicklungspotenziale bieten sich an der östlichen Straßenseite am Großen Haag an. Die Fläche grenzt unmittelbar an die ehemalige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches an und ist über die Große Straße an das gemeindliche Straßennetz angebunden. Diese nordöstliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches stellt somit einen wichtigen Entwicklungsbereich für die Gemeinde Kranenburg dar und ermöglicht es, auf Ansiedlungsanfragen im Sinne der gemeindlichen Zielvorstellungen reagieren zu können. Dabei spielt nicht nur die potenzielle Flächenerweiterung eine Rolle, sondern auch die Möglichkeit, durch die in unmittelbarer Nähe befindlichen Dienstleistungseinrichtungen und Dienstleistungsangebote, zur funktionalen Stärkung des gesamten Ortskerns beizutragen. Eine fußläufige Anbindung bzw. Verbindung zur Großen Straße erfolgt über die Straße Großen Haag und den Waschwall mit einer angrenzenden Gasse.

Die oben beschriebene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Gemeinde Kranenburg soll einer weiter fortschreitenden Ausdehnung von Einzelhandelsnutzungen im Gemeindegebiet entgegenwirken und zukünftige Entwicklungen – nach wie vor – auf den Ortskern der Gemeinde lenken. Die gute fußläufige Erreichbarkeit, ergänzt durch die vorhandenen Nahversorgungsangebote, die durch ihre Lage am Großen Haag ein stabiles Rückgrat bilden, zeichnet den heutigen zentralen Versorgungsbereich aus. Dabei übernimmt die Große Straße die wichtige die Funktion eines Gastronomie- und Dienstleistungsstandortes, der neben spezialisiertem Einzelhandel auch Wohnnutzungen in den Erdgeschosslagen nicht ausschließt.

8.3.3 Städtebauliche Empfehlungen für den Ortskern Kranenburg

Zur Sicherung und Stärkung des Kranenburger Ortskerns mit den Nutzungsschwerpunkten Große Straße und Großen Haag ist es auch zukünftig notwendig, zentrenrelevante Sortimente außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches auszuschließen. Für einen vitalen und attraktiven Ortskern ist ein florierender Einzelhandel unerlässlich, nach wie vor ist das Einkaufen als wichtigster Besuchsgrund für Zentren zu sehen.

Neben der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Angebotsstrukturen und städtischen Struktur durch die Stärkung bzw. Ansiedlung von Fachgeschäften mit zeitgemäßen Verkaufsflächen-größen sind auch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität des Ortskerns in Kranenburg. In diesem Zusammenhang sind folgende Maßnahmen zu empfehlen:

Intensivierung bzw. Konzentration der Einzelhandelsnutzungen

Ziel der Konzentration von Einzelhandelsnutzungen im Kranenburger Ortskern sollte es sein, die heutigen Abgrenzungen des Bereiches zu erhalten. Notwendige Entwicklungen sollten demnach innerhalb des heutigen zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern Kranenburg umgesetzt werden. Die Abgrenzung beinhaltet die beiden Entwicklungsschwerpunkte am Großen Haag

und die Große Straße. Beide sind in ihrer städtebaulichen Struktur zu erhalten, in der Nutzungsstruktur möglichst auszubauen sowie durch fußläufige Verbindungen zu stärken. Dazu zählt auch die Aufhebung vorhandener Verkaufsflächenbeschränkung, die es zukünftig ermöglichen soll, auch großflächige Betriebe im Ortskern zuzulassen.

Erdgeschossflächen für nicht gewerbliche Nutzungen öffnen

Für die beiden Standorte Große Straße und am Großen Haag ergeben sich unterschiedliche Zukunftsperspektiven. Aufgrund des eingeschränkten Flächenangebotes und der veränderten Nachfrage insbesondere in der Großen Straße, sind für diesen Bereich Nutzungsalternativen zu definieren. Die Straße wird zukünftig nicht mehr den Charakter eines prosperierenden Einzelhandelsstandortes aufweisen. Die bereits heute deutlich ablesbaren Nutzungsveränderungen, die sich durch die Zunahme an Gastronomiebetrieben und Dienstleistungsangeboten ablesen lässt, verleiht der Straße eine neue Funktion. In diesem Sinne erscheint eine Öffnung der Erdgeschossflächen für nicht gewerbliche Nutzung im Einzelfall, wie z. B. auch Wohnen, möglich. Der Standort am Großen Haag dagegen ist heute bereits der Einzelhandelsschwerpunkt und kann diese Funktion auch zukünftig ausüben.

Aktives Flächenmanagement – Potenzialflächen im Bestand nutzen

Vorrangiges Ziel der Gemeinde Kranenburg ist es zukünftig, Einzelhandelsnutzungen im zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. Um dieses Ziel zu erreichen, ist ein aktiver Umgang mit Flächenpotenzialen notwendig. Im Rahmen eines Flächenmanagements lassen sich sowohl vorhandenen Leerstände, die z. B. durch Umverlagerungen entstanden sind, als auch absehbare Potenzialflächen, die durch Geschäftsveränderungen entstehen werden, in einem Vermarktungsprozess einbinden. Um dies zu ermöglichen und zeitnah zu erkennen, ist jedoch ein funktionierendes Frühwarnsystem bei Verlagerungen oder auch Geschäftsaufgaben notwendig. Voraussetzung hierfür ist ein regelmäßiger und offener Austausch der örtlichen Akteure über Entwicklungsperspektiven. In der Regel bieten sich hierzu Werbegemeinschaften oder Interessengemeinschaften (Immobilien- und Standortgemeinschaften) an, die durch die Gemeinde Kranenburg und regionale Institutionen wie Einzelhandelsverband und Industrie- und Handelskammer Unterstützung finden. Im Rahmen eines solchen Flächenmanagements lassen sich dann entsprechende Handlungsmöglichkeiten formulieren und aktiv umsetzen.

Gestaltungsoffensive und Verbesserung der Außendarstellung

Neben dem vorhandenen gestalterischen und ästhetischen Anspruch im öffentlichen Raum ist auch ein guter Erhaltungs- und Pflegezustand der privaten Immobilien und Fassaden erforderlich. In Kranenburg konnte von Seite der öffentlichen Hand bereits durch die Aufwertung des öffentlichen Raumes zu einer Attraktivitätssteigerung im Ortskern beigetragen werden. Zudem hat die Entwicklung am Großen Haag mit großen Nahversorgungsanbietern und angeschlossenen Parkmöglichkeiten die Anziehungskraft des Ortskerns erhöhen können. Eine fußläufige Verbindung des Standortes an die Große Straße bietet darüber hinaus die Möglichkeit für Besucher, den gesamten Ortskern zu erleben. Aufwertungsmaßnahmen an einzelnen Immobilien durch private Investitionen tragen nicht nur zur Wertsteigerung bei, sondern ermöglichen es, den gesamten Standort weiter zu stärken und die Ausstrahlung der Gemeinde in das regionale Umfeld, aber auch über die Landesgrenze der Niederlande hinaus zu erhöhen.

Förderung von Gastronomie und kulturellen Angeboten

Für die Atmosphäre und Ausstrahlungskraft im Ortskern spielen Gastronomiebetriebe und kulturelle Einrichtungen eine besondere Rolle, sie bieten die Grundlage für einen multifunktionalen Charakter in Kranenburg. In diesem Zusammenhang ist ein attraktives Angebot ein wichtiger Faktor zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Stärkung des Kopplungseffektes zwischen Einkaufen und Verweilen. Gastronomiebetriebe mit Außenflächen, Cafés sowie Restaurants tragen so zur Belebung des Ortskerns bei. In Kranenburg haben bereits zahlreiche Gastronomiebetriebe ihren Standort in der Großen Straße, diese gilt es in ihrer Struktur zu erhalten und durch Qualitätsverbesserungen zu stärken.

Verbesserung der Parkplatzsituation

Im Kernort Kranenburg stehen bereits heute zahlreiche ausgewiesene Parkplätze zur Verfügung. Diese befinden sich u. a. entlang der Großen Straße, in den Seitenstraßen und am Markt. Darüber hinaus stehen Parkplätze zur Verfügung, die den jeweiligen Einzelhandelsbetrieben zugeordnet sind. Da die Erreichbarkeit mit dem PKW auch zukünftig einen wichtigen Standortfaktor für die Gemeinde Kranenburg darstellt, erscheint es sinnvoll, langfristig ausreichend ortskernnahe Parkflächen bereitzustellen. Der Ausbau des Kirmesplatzes nördlich des Waschwalls zu einem ortskernnahen Parkplatz bietet demnach eine gute Möglichkeit, die Attraktivität der Gemeinde weiter zu erhöhen.

8.3.4 Tabubereiche für den Einzelhandel in Kranenburg

Tabubereiche für Einzelhandelsentwicklungen sind notwendig, um eine geordnete Gemeindeentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang mit Wohnfunktionen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf der Basis von zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. Im Gewerbegebiet Nütterden sind jegliche Einzelhandelsentwicklungen auszuschließen.

Des Weiteren ist auch die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben (mit zentrenrelevantem Kernsortiment) im Bereich der Einfallstraße (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) zum Schutz des bestehenden Zentrums und i. S. einer geordneten Gemeindeentwicklung auszuschließen.

8.4 Kranenburger Sortimentsliste

Die Kranenburger Sortimentsliste stellt ein wichtiges baurechtliches Instrument zur Einzelhandelssteuerung in der Gemeinde Kranenburg dar. Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie die Herleitung der für Kranenburg ortstypischen Sortimentsliste werden im Folgenden dargestellt.

8.4.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Ausgangssituation

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

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbedingungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und 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 relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten bspw. in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden.¹⁸ 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 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 Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) Bau NVO kern- und sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer eine gemeindespezifische Sortimentsliste aufzustellen, die einen Bezug zu den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeine Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie bspw. die im alten Einzelhandelerlass NRW von 1996 aufgeführte Liste oder auch der Verweis auf andere Listen (z. B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.¹⁹

Zudem stellen Sortimentslisten einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen auch nicht zentrenrelevanten Sortimente empfohlen wird.²⁰

Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten, bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen – der Standort an dem die Sortimente angeboten werden – sowie eine mögliche Ziel-

¹⁸ vgl. dazu Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

¹⁹ Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

²⁰ vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich: „Der standortgerechte Einzelhandel“, Münster 2007, Rd.Nr. 485

formulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

Tabelle 12: Kriterienkatalog zur Einordnung der 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
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigener Besucherfrequenz
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, Dienstleistung 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 unbedingt ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: Eigene Darstellung

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 nehmen diese zentrenprägende Funktion ein, wie dies auch in Kranenburg im Ortskern und im Ortsteil Nütterden der Fall ist. Eine Ansiedlung an Einzelhandelsstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann ausnahmsweise i. S. einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Nahversorgungsrelevante Sortimente 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 betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

8.4.2 Herleitung der Kranenburger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus²¹ sieht i. S. der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von ortstypischen Sortimentslisten als sachgerecht an:

²¹ vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich: „Der standortgerechte Einzelhandel“, Münster 2007, Rd.Nr. 530

- Im Rahmen der Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente im zentralen Versorgungsbereich, 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 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, so genannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in die Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhalt der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Kranenburg sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargestellten Kriterien, werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches in Kranenburg aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger gemeindeentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Kranenburg, wird folgende Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgeschlagen:

Tabelle 13: Kranenburger Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Apotheke / Pharmazeutika ¹ Back- und Fleischwaren Drogeriewaren Getränke ² Nahrungs- und Genussmittel ³ Parfümerie- und Kosmetikartikel Reformwaren Schnittblumen / Blumen Zeitungen / Zeitschriften
Bekleidung Bettwaren / Matratzen ⁴ Bücher Elektrogroßgeräte Elektrokleingeräte Elektronik / Multimedia ⁵ Glas, Porzellan, Keramik ⁷ / Haushaltswaren ⁸ Handarbeitswaren / Kurzwaren Heimtextilien Hobbyartikel ¹⁰	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel Lederwaren / Taschen / Koffer medizinische und orthopädische Artikel Büro / Papier / Schreibwaren Schuhe Spielwaren Sportartikel ⁹ Sportbekleidung und Sportschuhe Uhren / Schmuck Wohneinrichtungsartikel
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Anglerartikel und Waffen ¹¹ Bauelemente ¹² baumarktspezifisches Sortiment Campingartikel ¹³ Fahrräder und technisches Zubehör Gartenartikel und -geräte ⁶ Kfz ¹⁴ -, Caravan ¹⁵ - und Motorradzubehör	Kinderwagen Möbel ¹⁶ Musikinstrumente Pflanzen und Samen Teppiche Topfpflanzen, Blumentöpfe, Vasen zoologische Artikel

Erläuterungen zur Sortimentsliste:

1. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
2. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
3. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
4. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien); Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
5. Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Foto, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
6. Gartenartikel und -geräte, beinhaltet auch Pflanzgefäße (Terrakotta) und Gartenhäuser
7. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
8. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln

9. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
10. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
11. ohne Schuhe und Bekleidung
12. inkl. Holz
13. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke; (ohne Wohnwagenzubehör, Bekleidung und Schuhe)
14. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
15. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
16. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen

Einordnung der Sortimente

Im Rahmen der Einordnung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich für die einzelnen Sortimente Abweichungen von der Bestandssituation (vgl. dazu Abbildung 25). Dabei lassen sich grundsätzlich zwei Kategorien beschreiben:

1. Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die aufgrund des Bestandes nicht zentrenrelevant sind – der Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist $> 55\%$ – und in der Kranenburger Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant eingestuft sind.

Die Verteilung dieser Verkaufsflächen im Einzelhandelsbestand zeigt, dass bei keinem Warensortiment mehr als 55 % der Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen. Alle wichtigen Betriebe mit Frequenzbringer- und Magnetfunktion, auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige ortskernbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen, befinden sich in Kranenburg bereits im zentralen Versorgungsbereich.

Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann i. S. einer wohnungsnahen Grundversorgung jedoch im Einzelfall ebenfalls sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

2. Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich des Einzelhandelsbestandes nicht zentrenrelevant sind – der Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist $> 55\%$ – und in der Kranenburger Sortimentsliste aufgrund gemeindeentwicklungspolitischer Zielvorstellungen als zentrenrelevant eingestuft sind.

Aufgrund der bisherigen Planungs- und Ansiedlungspraxis in der Gemeinde Kranenburg besitzen erfreulicherweise viele der unter Bezug auf die Grundsätze der landesplanerischen Ansiedlungsregeln sowie städtebaulicher Zielvorstellungen als zentrenrelevant einzustufenden Sortimente einen Verkaufsflächenschwerpunkt im Kranenburger zentralen Versorgungsbereich.

Lediglich in den Warensortimenten Hobbyartikel, Sportartikel sowie Sportbekleidung und Sportschuhe befinden sich die Angebotsschwerpunkte flächenmäßig außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Des Weiteren sind die Sortimente Bettwaren / Matratzen und Handarbeitswaren / Kurzwaren heute nicht flächenmäßig vertreten. Grundsätzlich werden aber auch diese Sortimente / Warengruppen als zentrenrelevant eingestuft, da sie zur Vielfalt im Kranenburger zentralen Versorgungsbereich beitragen und damit auch langfristig die Attraktivität und Ausstrahlungskraft des Kranenburger Einzelhandels im Ganzen gewährleisten können.

8.5 Grundsätze zur zukünftigen Entwicklung der Kranenburger Einzelhandels- und Zentrenstruktur

Die Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Kranenburg stellen neben dem quantitativen Ausbau des Einzelhandelsangebotes auch die Verbesserungen der Angebotsqualität sicher. Bei Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen von bestehenden Betrieben sind mit Blick auf die künftigen Entwicklungen des Ortskernes und der Ortsteile zusätzliche Verkaufsflächen v. a. im zentralen Versorgungsbereich zu realisieren. Dies setzt eine eingehende Prüfung sowohl der Angebotsschwerpunkte als auch der Verkaufsflächendimensionierung zusätzlicher Anbieter auf mögliche kommunale ggf. auch regionale Auswirkungen voraus. Aus städtebaulicher Sicht ist eine Neuansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dann sinnvoll, wenn sie zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches, der räumlichen Konzentration des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels an einem Sonderstandort oder zur Sicherung der Nahversorgung beitragen.

Im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der Einzelhandelsentwicklung in Kranenburg sollten für die räumliche Entwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die einen Entscheidungsrahmen für Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsbetrieben darstellen. Vor dem Hintergrund der Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Kranenburg und unter Berücksichtigung der Ausgangssituation einerseits sowie der zukünftigen entwicklungsbestimmenden Faktoren andererseits, sollen daher für Kranenburg die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung gelten und durch entsprechende politische Beschlüsse manifestiert werden. Hierdurch können sowohl intern (Selbstbindung; zukünftige Bauleitplanverfahren) als auch extern (für vorhandene Gewerbetreibende und potenzielle zukünftige Investoren) deutliche Signale gesetzt werden. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten, insbesondere Politik, Verwaltung, Einzelhändlern und Investoren, Planungs-, Investitions- und Rechtsicherheit zu gewährleisten.

Bestehende bzw. genehmigte Betriebe, die aufgrund ihrer Nutzung und Größenordnung nicht den formulierten Grundsätzen entsprechen, d. h. die gemäß dieser Regelungen am derzeitigen Standort nicht mehr zulässig wären, genießen den so genannten „passiven“ Bestandsschutz. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die entsprechend genehmigte Nutzung. Der Bestandsschutz erlischt bei Zerstörung oder erheblicher Änderung des Objektes, bei Aufnahme einer anderen Nutzung sowie bei Nichtausübung der genehmigten Nutzung i. d. R. nach frühestens zwei und höchstens drei Jahren.²² In einzelnen Fällen kann durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen auch abweichend ein erweiterter „aktiver“ Bestandsschutz festgesetzt werden, der bauliche Erneuerungen sowie maßvolle Erweiterungen und zentrenverträgliche Nutzungsänderungen über den derzeitigen Bestand hinaus gewährleisten kann.

²² vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der sachgerechte Bebauungsplan – Handreichung für die kommunale Planung“; Münster; 2004

8.5.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten beziehen sich u. a. auf

- großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) wie z. B. Lebensmitteldiscounter, Supermarkt, SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt
- und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (bis 800 m²) wie z. B. Lebensmitteldiscounter, Supermarkt, Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger).

Ziel

Durch die Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten soll ein attraktives, funktionsfähiges Zentrum gestärkt werden, um somit die wohnortnahe Versorgung und Magnetfunktion als ökonomischen Motor für die anderen innerörtlichen Funktionen zu sichern.

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg liegen. Dienen sie der Nahversorgung in den Ortsteilen und befinden sich an städtebaulich integrierten Standorten, können die Betriebe auch im übrigen Stadtgebiet liegen. (hier ist der Nachweis der bloßen Nahversorgungsfunktion erforderlich)
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dürfen nicht in Gewerbegebieten (GE) angesiedelt werden.

Ausnahme

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben im Gewerbegebiet („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgelände stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und

- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

Nachweis der bloßen Nahversorgungsfunktion

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sind nur dann sinnvoll und zielkonform, wenn sie der Nahversorgung der im unmittelbaren Umfeld vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erwarten lassen. Dies ist dann der Fall, wenn

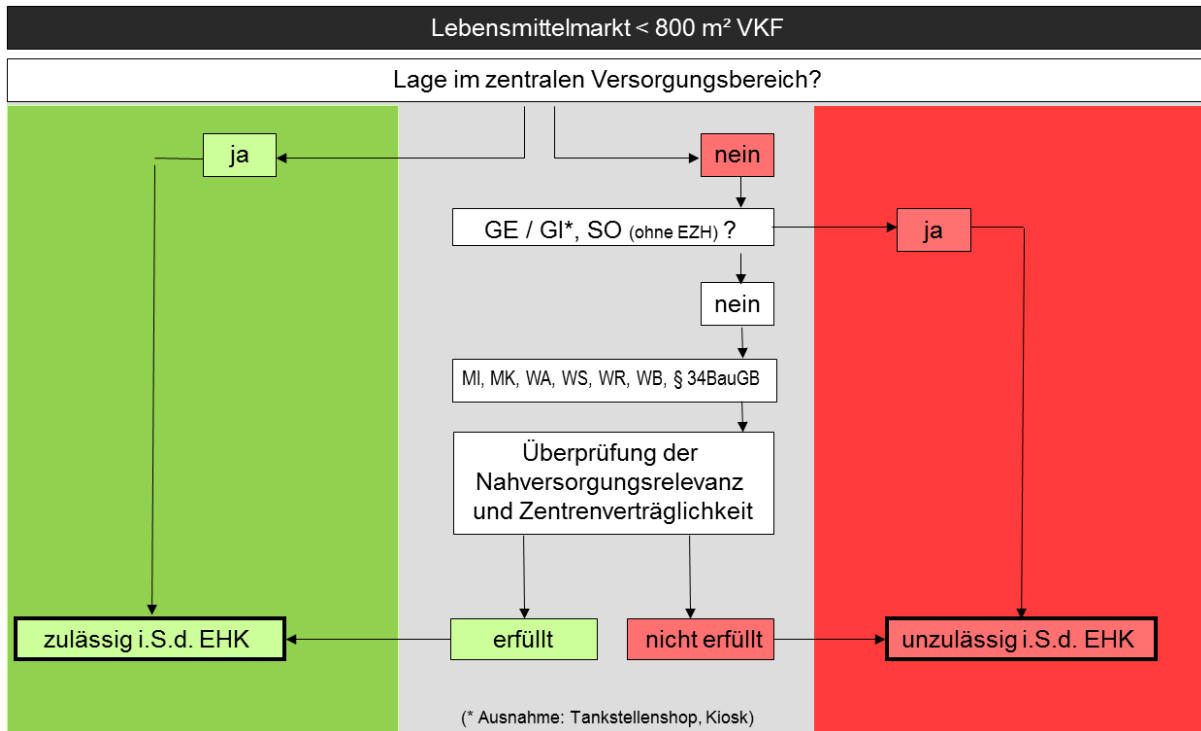
- es sich um einen städtebaulich integrierten Standort mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt,
- die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im jeweils funktional zugeordneten Versorgungsgebiet (in der Regel einem fußläufigen 600 m-Radius) an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche (>10 %) Überschneidung des 600 m-Radius mit dem 600 m-Radius des nächstgelegenen Grundversorgungsstandorts besteht.

Um diese Bedingung zu erfüllen, wären moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) auf ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 bis 6.000 Einwohnern innerhalb eines 700 m-Radius angewiesen²³.

Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen der Gemeinde Kranenburg wären entsprechende Betriebseinheiten außerhalb des Hauptgeschäftszentrums auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegensteht. In diesem Zusammenhang müssen Einzelhandelsbetriebe mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel an städtebaulich integrierten Standorten und deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche) liegen (z. B. Gebietsversorger, Nachbarschaftsläden, Hofläden, Betriebe des Lebensmittelhandwerks).

²³ Bei einer Flächenproduktivität von 4.600 Euro / m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 5.500 Euro / m² für Lebensmitteldiscounter und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %.

Abbildung 25: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben nicht großflächiger Lebensmittelmärkte (< 800 m² Verkaufsfläche)



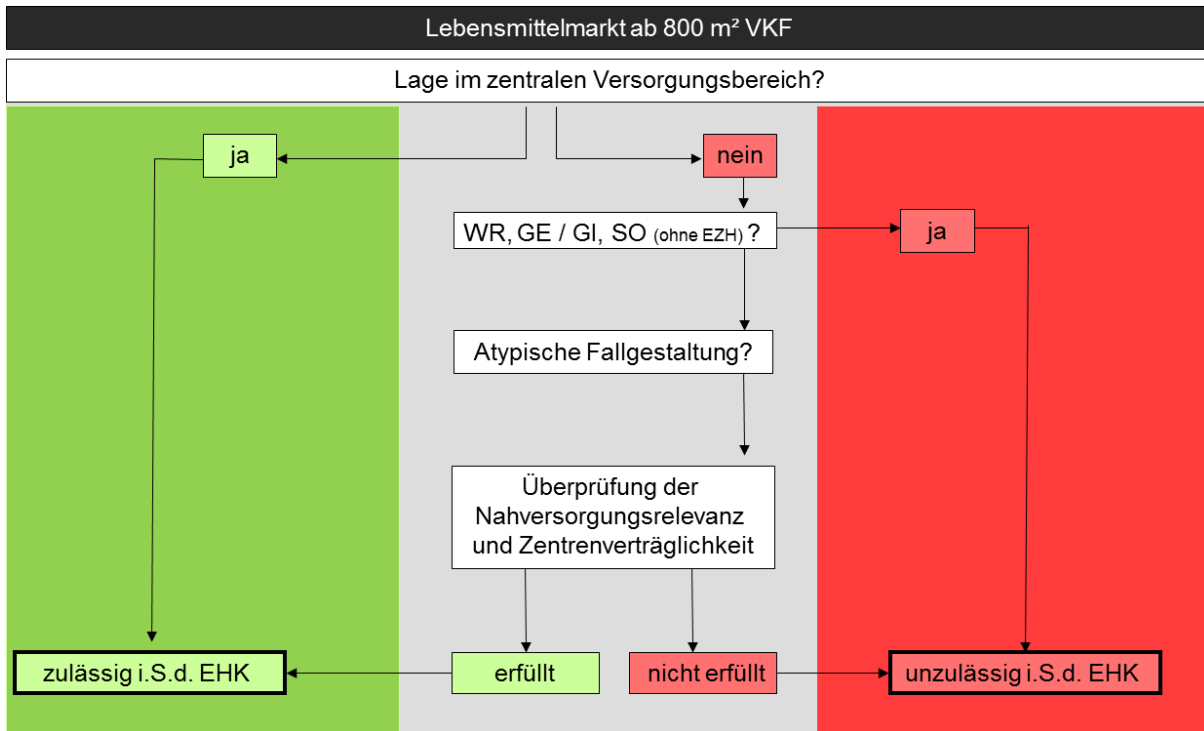
Quelle: eigene Darstellung

In Baugebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. MI, WA, unbeplanter Innenbereich nach § 34 BauGB) können Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann – wie im Ortsteil Nütterden bereits geschehen. Im Einzelfall sollte zum einen die Nahversorgungsfunktion nachgewiesen und zum anderen dargestellt werden, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen bzw. den zentralen Versorgungsbereich ausgehen. Zur **Operationalisierung** kann ebenfalls das Kaufkraft-Umsatz-Verhältnis im Versorgungsraum sowie die Distanz zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich herangezogen werden.

In Gewerbegebieten bestehen für **kleinflächige** Verkaufsstätten in **direkter Verbindung** mit Gewerbebetrieben Ansiedlungsperspektiven, wenn Verkaufsfläche wie Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind („**Handwerkerprivileg**“).

Bei **atypischer Fallgestaltung** können im begründeten Einzelfall **großflächige** Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an städtebaulich integrierten Standorten möglich sein (bauplanungsrechtliche Steuerung). Negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie negative Auswirkungen auf die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind hierbei auszuschließen. Diese Ausnahmeregelung gilt nicht für **Gewerbegebiete**.

Abbildung 26: Prüfschema für die Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (> 800m² Verkaufsfläche)



8.5.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten beziehen sich u. a. auf

- großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) wie z. B. Textilkaufhaus, Elektronikfachmarkt, Schuhfachmarkt, Sportfachmarkt
- und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (bis 800 m²) wie z. B. Textildiscounter, Schuhfachmarkt, Fachgeschäfte.

Ziel

Durch die Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten soll, unter besonderer Berücksichtigung des Erhalts und der Weiterentwicklung des Kranenburger Hauptgeschäftszentrums, der Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten auf diesen gelenkt werden. Zudem wird durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten die Ausstrahlung des Hauptgeschäftszentrums als Einzelhandelsstandort gestärkt.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten (ohne nahversorgungsrelevanten) Hauptsortimenten (sowohl großflächige als auch kleinflächige) sind zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich als zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg zulässig.

Ausnahme:

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben im Gewerbegebiet („Handwerkerprivileg“), wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgelände stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

8.5.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten beziehen sich u. a. auf

- großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) wie z. B. Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter
- und kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (bis 800 m²) wie z. B. Bad- und Sanitärfachgeschäft.

Ziel

Die Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten bedeutet eine räumliche Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte sowie Sicherung und Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung auch mit diesen Sortimenten.

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zukünftig im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Kranenburg als auch außerhalb möglich. Vorausgesetzt der Standort befindet sich im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB).

Erläuterungen

Sowohl der § 24 a des am 31.12.2011 außer Kraft getretenen LEPro NRW als auch der Entwurf

des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel²⁴ –sehen für Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) BauNVO neben der Begrenzung der Randsortimente auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche²⁵ eine absolute Obergrenze von i. d. R. maximal 2.500 m² Verkaufsfläche²⁶ vor.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann – aus baurechtlicher Sicht – zwar grundsätzlich im gesamten Gemeindegebiet, wo Einzelhandel im Rahmen der Bauleitplanung zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems der Einzelhandelsentwicklung in Kranenburg als auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (Synergieeffekte durch kumulierte Einzugsbereiche) sollten jedoch auch Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden.

Um den zukünftigen landesplanerischen Vorgaben (LEP – Sachlicher Teilplan, großflächiger Einzelhandel) zu entsprechen, sollte / muss eine Umwidmung von Teilbereichen des zentralen Versorgungsbereiches im Regionalplan angestrebt werden. Ziel 1 des LEP – Sachlicher Teilplan, großflächiger Einzelhandel besagt, dass großflächiger Einzelhandel nur an Standorten zulässig ist, die im Regionalplan als Allgemeines Siedlungsgebiet (ASB) dargestellt sind.

²⁴ Entwurf, Stand 17. April 2012

²⁵ Ziel gemäß LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel

²⁶ Grundsatz gemäß LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel

9 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Beispiel: Zentraler Versorgungsbereich Kranenburg	16
Abbildung 2: Beispiel: Trink + Spare im Elsendeich	17
Abbildung 3: Beispiel: Gewerbegebiet Nütterden	17
Abbildung 4: Untersuchungsaufbau	19
Abbildung 5: Siedlungsstruktur der Gemeinde Kranenburg.....	23
Abbildung 6: Landesplanerische Einordnung der Gemeinde Kranenburg und Lage im Raum.....	24
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2011 ...	25
Abbildung 8: Verteilung der Verkaufsflächen nach Hauptsortimenten	30
Abbildung 9: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet Kranenburg	31
Abbildung 10: Zentraler Bereich Ortskern Kranenburg	32
Abbildung 11: Integrierter Standort im Eisendeich	34
Abbildung 12: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Nütterden	36
Abbildung 13: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Frasselt	36
Abbildung 14: Einzelhandelsangebot im Ortsteil Wyler	37
Abbildung 15: Gewerbegebiet Nütterden.....	37
Abbildung 16: Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe nach Lagen	38
Abbildung 17: Angebotsverteilung der Lebensmittelanbieter in der Gemeinde Kranenburg	40

Abbildung 18: Einzugsgebiet des Kranenburger Einzelhandels	45
Abbildung 19: Kundenanteile des Einzelhandels in der Gemeinde Kranenburg nach Einzugsgebieten	45
Abbildung 20: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch	51
Abbildung 21: Aktuelle Zentralitäten und Zielzentralitäten des Kranenburger Einzelhandels.....	53
Abbildung 22: Standortstrukturmodell für die Gemeinde Kranenburg.....	60
Abbildung 23: Standorthierarchie in Kranenburg.....	61
Abbildung 24: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Kranenburg..	63
Abbildung 25: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben nicht großflächiger Lebensmittelmärkte (< 800 m ² Verkaufsfläche)	78
Abbildung 26: Prüfschema für die Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (> 800m ² Verkaufsfläche)	79

Fotos

Foto 1/2 und 3: Beispiele für das Nahversorgungsangebot in Kranenburg	41
Foto 4/ 5/ 6: Markt, Kirche „St. Peter und Paul“ und Rathaus	64
Foto 7/ 8: Große Straße und Großen Haag	64

Tabellen

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Kranenburg.....	14
Tabelle 2: Sekundärstatistische Einordnung der Gemeinde Kranenburg.....	25

Tabelle 3: Verkaufsflächenangebot des Kranenburger Einzelhandels nach Warengruppen	29
Tabelle 4: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe im zentralen Bereich (Ortskern)	33
Tabelle 5: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in städtebaulich integrierten Lagen	35
Tabelle 6: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung	39
Tabelle 7: Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	39
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in der Gemeinde Kranenburg	47
Tabelle 9: Sortimentsspezifische Umsätze und einzelhandelsrelevante Zentralitäts- kennziffern	48
Tabelle 10: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel - Trendaussagen	52
Tabelle 11: Verteilung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich	65
Tabelle 12: Kriterienkatalog zur Einordnung der Sortimente	70
Tabelle 13: Kranenburger Sortimentsliste	72

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 Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (IFH Retail Consultants Köln) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und i.d.R. 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 Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) oder der IFH Retail Consultants 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	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das

Zentralitätskennziffer	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. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, i.d.R. 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, wenn von ihnen negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können (1.200 m ² Geschossfläche als widerlegbare Vermutungsgrenze). 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

	<p>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 Wichtigkeit 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.</p>
Lebensmitteldiscounter	<p>Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000-3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².</p>
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	<p>Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant (sein).</p>
Nahversorgungsstandort	<p>Ein Nahversorgungsstandort ist ein 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.</p>
Nahversorgungszentrum	<p>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 i.d.R. 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.</p>
Nicht zentrenrelevante Sortimente	<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind</p>

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 qm bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil) / Standort häufig in Stadtrandlagen, weitläufige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sonderstandort	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 (ortsspezifische)	<p>Eine ortsspezifische 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.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenbildende Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>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 ortsspezifischen Sortimentsliste sind zudem auch Vorgaben der Landesebene (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>

	sichtigen.
Stadtteilzentrum	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.
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 zentrenrelevanten Randsortimenten.
<i>Umsatzkennziffer</i>	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 Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m ² , 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 Sonderan-

	gebotspolitik, 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 Vorkassenzone 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	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (i. S. der §§ 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.</p> <p>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.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Mul-</p>

tifunktionalität (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).