

Einzelhandelskonzept

für die

Stadt Bottrop

im Auftrag der
Stadt Bottrop

Juli 2019



MARKT UND STANDORT BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Hugenottenplatz 1, 91054 Erlangen

Tel. +49 9131 973 769 0,

Fax +49 9131 973 769 70

info@marktundstandort.de

HRB 10996 Fürth

ID Nr. DE 814055381

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.







Inhaltsverzeichnis (kurz)		
A	Vorbemerkung	7
A.1	Aufgabenstellung	7
A.2	Auftrag	7
A.3	Untersuchungsmethode	8
A.4	Verwendete Datengrundlagen	9
B	Entwicklungstrends und Standortraum	10
B.1	Überregionale Entwicklungstrends	10
B.2	Der Einzelhandel in Deutschland	11
B.3	Regionale Einordnung	17
C	Einzugsbereich und Marktpotenziale	24
C.1	Bottroper Einzugsgebiet	24
C.2	Kaufkraftanalyse Bottrop	24
D	Analyse des Einzelhandelsbestandes und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Bottrop	27
D.1	Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben	27
D.2	Die Entwicklung des Bottroper Einzelhandels seit 2011	37
D.3	Kaufkraftbindung	39
D.4	Raum und Flächenbedarf	41
E	Nahversorgung in Bottrop	45
E.1	Bewertung der aktuellen Nahversorgungssituation	45
E.2	Gebiete mit Handlungsbedarf für die Nahversorgung in Bottrop	58
F	Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bottrop	60
F.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum)	60
F.2	Zentrale Versorgungsbereiche Nebenzentren	75
F.3	Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren	105
F.4	Solitäre Nahversorgungsstandorte	127
F.5	Sonderstandorte	137
G	Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bottrop	141
G.1	Leitbild und übergeordnete Ziele	141
H	Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel	144
H.1	Allgemeine absatzwirtschaftliche Grundlagen	144
H.2	Rahmenvorgaben des LEP NRW	146
H.3	Standortkonzept für die Stadt Bottrop	149
H.4	Sortimentskonzept für die Stadt Bottrop	157
H.5	Handlungsgrundsätze im Umgang mit großflächigem Einzelhandel	163
H.6	Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes	168
H.7	Planungserfordernis	168
I	Kurzfassung	169
I.1	Ausgangslage	169
I.2	Vergangene Entwicklung	169
I.3	Entwicklungsbedarf	169
I.4	Leitbild des Einzelhandelskonzeptes	170
I.5	Standortkonzept	170
I.6	Handlungsgrundsätze	171
J	Anhang	172
J.1	Ausführliche Verzeichnisse	172
J.2	Bottroper Sortimentsliste	179
J.3	Zentrenpässe	183
J.4	Absatzformen – Definitionen	217
J.5	Markt und Standort Warengruppensystematik 2018	220







A Vorbemerkung

A.1 Aufgabenstellung

Das aktuelle Einzelhandelskonzept der Stadt Bottrop stammt aus dem Jahr 2012 und wurde mit Daten aus dem Jahr 2011 erarbeitet. Die Fortschreibung beinhaltet neben einer Untersuchung des Marktgebietes eine umfassende Aufnahme und Analyse des Bestands zum Zeitpunkt Frühjahr/Sommer 2018. Für das Stadtgebiet werden Versorgungsbereiche und relevante Ergänzungsstandorte definiert sowie eine Sortimentsliste und Grundsätze und Ziele für die Einzelhandelsentwicklung Bottrops aufgestellt.

In den letzten Jahren hat es in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Bottrop einige für den Einzelhandel bedeutsame Entwicklungen gegeben:

- der Umbau des ehemaligen Karstadt-Gebäudes in der Innenstadt ist weit fortgeschritten, die ersten Ladenlokale stehen kurz vor der Eröffnung;
- auch für das Hansa-Center gibt es mit dem neuen Eigentümer neue Entwicklungen.
- Mit der Schließung des Edeka-Marktes am Eigener Markt hat sich die Nahversorgungssituation im zentralen Versorgungsbereich Eigen negativ verändert.
- Auch im zentralen Versorgungsbereich Kirchhellen hat ein Edeka-Standort geschlossen.

Eine Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes vom Mai 2017 liegt vor. Da das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2012 stammt, aber als städtebauliches Entwicklungskonzept nach §1 (6) Nr. 11 BauGB den Grundsätzen und Zielen der Raumordnung anzupassen ist, werden im Rahmen der Teilfortschreibung die kommunalen Entwicklungsziele (Leitlinien und Ziele) mit den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans NRW in Einklang gebracht.

Der Rat der Stadt hat beschlossen, eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes (einschließlich der Teilfortschreibung) der Stadt Bottrop für die Gesamtstadt durchzuführen und dabei einen Schwerpunkt auf die Abgrenzungen und Entwicklungspotentiale der Versorgungsbereiche zu legen.

A.2 Auftrag

Der Auftrag besteht aus vier Schwerpunkten:

- eine umfassende Erfassung und Auswertung des aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes nach Lage, Größe, Sortiment, Qualität etc. für das gesamte Stadtgebiet
- eine Überprüfung der bestehenden Versorgungsbereiche, auch im Hinblick auf Entwicklungspotentiale / -möglichkeiten
- eine Überprüfung der bestehenden Sortimentsliste auch im Vergleich zu direkten Nachbarkommunen
- dem Aufzeigen künftiger Entwicklungsperspektiven

Für das gesamte Stadtgebiet wird der Bestand des Einzelhandelsbesatzes in den jeweiligen Gebäuden erfasst. Die Dienstleistungsbetriebe wurden in den zentralen Versorgungsbereichen sowohl im Erdgeschoss als auch in den Obergeschossen erfasst.

Im Anschluss an die Analyse des Bestandes, auch unter Berücksichtigung veränderter Rahmenbedingungen, wie Bevölkerung, Einzelhandelstrends, Wettbewerb, Online-Handel etc. werden die Abgrenzungen der Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte überprüft und ihre Entwicklungsmöglichkeiten werden aufgezeigt.

Neben der datenbasierten Aktualisierung werden auch eine Aktualisierung des Leitbildes und der Entwicklungsziele sowie der Steuerungsgrundsätze des Einzelhandelskonzeptes durchgeführt.

Auftraggeber ist die Stadt Bottrop.

Der Auftrag wurde im April 2018 erteilt und im Dezember 2018 abgeschlossen. Letzte Anpassungen aufgrund der Ergebnisse Behörden- und Öffentlichkeitsbeteiligung wurden im Juli 2019 durchgeführt.



A.3 Untersuchungsmethode

Grundlage der Fortschreibung ist das Einzelhandelskonzept der CIMA vom Mai 2012 und dessen Teilfortschreibung vom Mai 2017.

Generelle Grundlage der Untersuchung sind zum einen umfassende Erhebungen der betrachteten Zentren sowie die Recherche der im Einzugsbereich ansässigen (großflächigen) Einzelhandelsbetriebe. Erhoben wurden alle Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet nach ihrem Standort, ihren Sortimenten sowie ihrer Verkaufsflächengröße. Darüber hinaus erfolgte eine Erfassung der publikums- bzw. endverbraucherorientierten Dienstleistungsbetriebe.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Für die Fortschreibung der Einzelhandelsanalyse sind umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und die Ermittlung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen notwendig. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

Im Stadtgebiet Bottrops wurde eine Totalerhebung aller Einzelhandelsbetriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Hinzu kam die Erhebung qualitativer Merkmale. Die Erhebung erfolgte sortimentsspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortimentsspezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch standortbasierte Auswertung vorgenommen werden. Über das Stadtgebiet hinaus wurden im Hause vorliegende Datenbankinformationen verwendet bzw. Internetrecherchen vorgenommen.

Abbildung 1 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes



eigene Darstellung

Die aktuelle Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes dient dem Aufzeigen von weiteren Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und in den bestehenden Standortlagen.



A.4 Verwendete Datengrundlagen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2018
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln, aktuelle Fassung
- Markt und Standort Nürnberg, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2018
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2018
- SB-Aktuell, Branchendienst des PKV-Verlags, München, aktuelle Fassungen
- Shopping-Center Report, EHI –Eurohandelsinstitut, Köln 2016
- Lebensmittelzeitung, Die marktbedeutenden Handelsunternehmen 2008, Frankfurt a.M., 2015
- Metro Handelslexikon, aktuelle Fassung
- German Council Magazin, N. Lingen: Standortentwicklung des Einzelhandels, Ludwigsburg 2008
- German Council Magazin, N. Lingen: Nahversorgung – Ohne Auto?, Ludwigsburg 2007
- German Council Magazin, N. Lingen: Erlangen – Der Aufstieg einer Innenstadt?, Ludwigsburg 2008
- CIMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bottrop, Köln Mai 2012
- CIMA, Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Bottrop, Lübeck Mai 2017
- Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie NRW, Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf, 8. Februar 2017
- Regionalverband Ruhr, Regionalplan Emscher-Lippe, Münster, 2004
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Statistische Analysen und Studien, Band 84, Vorausberechnung der Bevölkerung in den kreisfreien Städten und Kreisen Nordrhein-Westfalens 2014 bis 2040/2060, Düsseldorf 2015
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Raumordnungsbericht 2011, Bonn 2012
- Stadt Bottrop, Amt für Informationsverarbeitung, Stadtprofil Bottrop 2016
- Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Dinslaken, Mai 2013
- Stadt Dorsten, Entwicklungskonzept zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Dorsten, 2017
- Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Duisburg, Dezember 2010
- Stadt Essen, Masterplan Einzelhandel 2011, Juli 2011
- Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Gelsenkirchen, September 2015
- CIMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gladbeck, Köln April 2013
- Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Hünxe, 2009
- Stadt + Handel, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Oberhausen, 2017
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Eigene Erhebungen, April bis Juni 2018





B Entwicklungstrends und Standortraum

B.1 Überregionale Entwicklungstrends

Nach unterschiedlichen Studien aus den letzten Jahren zu den zukünftigen Entwicklungschancen und -risiken der räumlichen Entwicklung lassen sich einige Megatrends ableiten. Diese zeigen sich in den Bereichen

'Technologie und Technik' durch

- die 'Computertechnologie und Informationsverarbeitung'
- die 'Life Sciences' (Bio- und Gentechnologie, Gesundheit)
- die 'Werkstoff- und Mikrotechnologie'

'Menschliches Verhalten, Werte und Präferenzen' durch

- den 'Wertewandel, die Überalterung und Desorientierung'
- die 'Individualisierung der Nachfrage und Pluralisierung der Lebensformen'

'Geschäfts- und wirtschaftsrelevante Spielregeln' durch

- die 'Globalisierung, wirtschaftliche Allianzen und Kooperationen'
- die 'lernenden Organisationen' als Struktur- und Führungsprinzip

'Nachhaltigkeit und Regionalität' durch

- die 'GloKalisierung¹, regionale wirtschaftliche Kreisläufe'
- die 'lernende Region' als Entwicklungsprinzip
- die 'Nischengenese' als Überlebensstrategie'

'Rahmenbedingungen nationaler und internationaler Politik' durch

- die 'regionalen Allianzen' strukturstarker Regionen'
- die 'nationale Deregulierung und internationale Regulierung'.

Diese Megatrends werden sich unterschiedlich auf die Lebens- oder Arbeitsqualitäten auswirken. Mit ihnen im Zusammenhang stehen die erwarteten weiteren Tendenzen.

Die aufgezeigten überregionalen Entwicklungstrends wirken grundsätzlich gleichartig und gleichgerichtet auf alle Standorte und Wirtschaftsräume. Erst deren jeweilige Potenzial-, Produktions- und Faktorstruktur, aber auch Infrastruktur und Entwicklungsmentalitäten - bestimmen über Art und Ausmaß der regionalen Betroffenheit und Veränderung. Für die unterschiedlichen Räume sind die Prognosen uneinheitlich. Allerdings werden ihnen dann mehr Entwicklungschancen eingeräumt, wenn es ihnen gelingt, über innovative organisatorisch-konzeptionelle Anstrengungen Impulse aus wirtschaftsräumlichen Kooperationen mit dynamischen Wirtschaftszentren zu gewinnen.

Dabei haben Standorte in den großen Verdichtungsräumen durchaus die Wahlmöglichkeit unter alternativen oder auch verknüpften Entwicklungsleitbildern, zwischen ergänzenden, kooperativen und eigenständigen funktionalen Orientierungen. Schon deshalb ist auch für den Standort Bottrop eine Diskussion über zukünftige Entwicklungsziele auf der Grundlage der Bestandserhebung notwendig. Zu den möglichen Optionen gehören beispielsweise u.a.

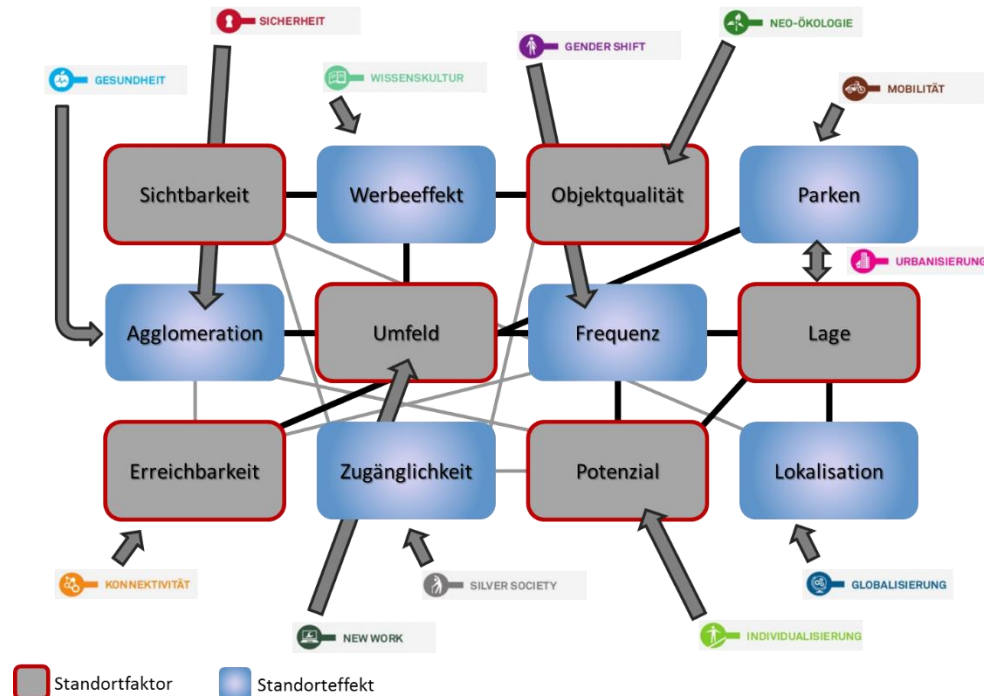
... die **eigenständige und nachhaltige Entwicklung** des Handelsstandortes Bottrops unter Berücksichtigung seiner Auswirkungen auf die wirtschaftsräumlichen Verflechtungen innerhalb der Stadtgrenzen, sowie eine **klare Positionierung** des Mittelzentrums Bottrop hinsichtlich der zentralen Funktion und unter **Berücksichtigung einer wohnstandortorientierten Nahversorgung**.

¹ GloKalisierung ist der Synthesetrend zwischen Globalisierung und Lokalisierung.



Abbildung 2 Wirkungsgefüge am Standort Bottrop

Wirkungsgefüge am Standort und Einflüsse der Megatrends



Quelle: eigene Darstellung, Teile: Zukunftsinstitut 2016/17

Die Versorgung der Bevölkerung ist ein wichtiges Thema der Entwicklungsplanung in Städten und Gemeinden. In diesem Zusammenhang wird eine Vielzahl von Problemen diskutiert, die sich naturgemäß in verdichteten Gebieten anders darstellen als im ländlichen Raum. Dabei hängen die diskutierten Probleme sehr eng mit der Marktentwicklung und den Anforderungen der versorgenden Unternehmen zusammen, die zu immer größeren Betriebseinheiten und Einzugsbereichen führen.

Der Einzelhandel ist einem stetigen Wandel unterzogen. Dies führt dazu, dass sowohl Unternehmen als auch Verbraucher, die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg von Trends entscheiden, diesen Wandel verursachen, aber auch bedingen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeter Konzepte die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken. Denn wachsende Betriebsgrößen, veränderte Betriebsformen, die Internationalisierung im Einzelhandel und die Flexibilität des Verbrauchers fordern eine Anpassung der Städte an diese neuen Trends.

Der strukturelle, gesellschaftliche und ökonomische Wandel in der Stadt Bottrop zeigt die Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes, um auch in Zukunft eine wohnungsnah Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel) sicherzustellen und eine funktionierende Stadt, die in Konkurrenz zu den umliegenden Mittelzentren und Oberzentren zu bestehen hat, zu gewährleisten.

Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf die Innenstadt/auf den zentralen Versorgungsbereich zu legen. Eine attraktive Innenstadt ist identitätsstiftend für die Bevölkerung, sie ist die Visitenkarte einer Stadt. Dabei resultiert die Attraktivität der Innenstadt aus einem attraktiven Nutzungsmix mit zentrenbildenden Funktionen. Dem Einzelhandel wird dabei traditionell eine besonders starke zentrenbildende Funktion zugesprochen (Leitfunktion für die Innenstadt). Ohne einen starken Einzelhandel funktioniert eine Innenstadt nur bedingt.

B.2 Der Einzelhandel in Deutschland

B.2.1 Allgemeine Entwicklungen

Der Einzelhandel in Deutschland ist erheblichen Umstrukturierungsprozessen und starken Einflüssen von außen und innen ausgesetzt. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel verlieren, sowohl durch zusätzliche Steuern und Abgaben als auch durch die Fokussierung der Ausgaben auf andere Konsumbereiche, an Gewicht im Segment des Privaten Verbrauchs. Die realen Zuwächse des Einzelhandels in



Deutschland liegen in den letzten Jahren eher unterhalb der Zuwachsquoten der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung. Auf der Anbieterseite wird mit Verdrängungswettbewerb und aggressiver Preispolitik reagiert.

In Zukunft, wie in der Vergangenheit schon, sind Versorgungs- und Erlebniseinkauf deutlich zu unterscheiden. Speziell für Waren des täglichen Bedarfs bedeutet dies, dass zunehmend Anbieter bevorzugt werden, die durch Standards ihre Qualität sichern und ein günstiges Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen. Der Versorgungseinkauf wird somit durchrationalisiert und zeitoptimiert. Gleichzeitig wünscht derselbe Kunde jedoch auch kompetente Fachberatung in abwechslungsreicher und ansprechender Umgebung. Dieser freizeitorientierte Erlebniseinkauf stellt den zweiten Pol der Entwicklung dar.

Gewinner der Trends sind vor allem die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (Versorgungseinkauf) sowie die spezialisierten Fachgeschäfte und Boutiquen in den Zentren, aber auch die fachhandelsorientierten Einkaufscenter, Shoppingcenter, Fachmarktstandorte und Outletcenter an der Peripherie (Erlebniseinkauf).

Der Einzelhandel in Deutschland ist sehr dynamischen Veränderungen unterworfen. Die Ursachen liegen in der Wechselwirkung von Angebot und Nachfrage. Aus diesem Wirkungszusammenhang lassen sich einige raum- und strukturwirksame Trends ablesen:

Abbildung 3 Ausgewählte Trends im Einzelhandel

Angebotsseite	Nachfrageseite
Konzentration der Unternehmen	Sinkende Bevölkerung mit regionalen Disparitäten
Verkaufsflächenwachstum	Steigende Mobilität
Sinkende Flächenproduktivität	Erlebniseinkauf vs. Versorgungseinkauf
Discountorientierung	Preisbewusstsein

B.2.2 Periodischer Bedarf

Die Handelsunternehmen konzentrieren ihre Standortnachfrage auf immer weniger Standorte, die dann allerdings sehr konkrete Anforderungen hinsichtlich Grundstücksgröße, Erreichbarkeit und bspw. Einsehbarkeit erfüllen müssen. Dabei divergieren städtebauliche Zielvorstellungen der Kommunen oft mit dem unternehmerischen Standortverhalten. Weiterhin verschwinden bestimmte Formen von Anbietern. Supermärkte der ersten Generation mit Verkaufsflächen zwischen 300 und 400 qm sind fast gänzlich durch heute marktgerechte Größen von rund 1.500 qm ersetzt worden. Dieser Trend ist auch bei den Discountmärkten zu verzeichnen, die bislang überwiegend Flächen bis 700 qm aufwiesen. Aktuell realisieren sie Verkaufsflächen bis 1.400 qm. Auch die Artikelzahlen sind stetig gestiegen. Heute führen die Betriebstypen folgende Artikelzahlen (vgl. EHI, Handel aktuell 2017):

- Lebensmitteldiscounter ca. 2.300 Artikel
- Supermarkt ca. 11.800 Artikel
- Verbrauchermarkt ca. 25.000 Artikel
- SB-Warenhaus ca. 49.000 Artikel

B.2.3 Aperiodischer Bedarf

Die Dominanz der Innenstädte als Standort für den Einzelhandel innerhalb der Kommune ist Geschichte. Innenstädte sind zwar aus städtebaulicher Sicht entscheidend für die kommunale Entwicklung, verlieren aber kontinuierlich an Bedeutung im Vertriebsnetz des Einzelhandels. Die langfristige Entwicklung zeigt einen kontinuierlichen Bedeutungsverlust innerstädtischer Standorte für die Einzelhandelsunternehmen. Steigende Flächenbedarfe, immer weiter differenzierende Vertriebskonzepte, dynamischer Zuwachs an nachgefragten bzw. verfügbaren Artikeln führen immer wieder zu Flächenansprüchen, die in Innenstädten nicht zu bewältigen sind. Die Bewältigung scheitert nicht immer an Raumverknappung, sondern auch an Verkehrsproblemen, Grundstücks- und Planungskosten sowie



raumstrukturellen, planungsrechtlichen, denkmalpflegerischen Einschränkungen und nicht zuletzt an Flächenkonkurrenzen mit anderen Branchen.

So entwickeln sich Betriebs- und Absatzformen, die auf Standorte außerhalb der Innenstädte spezialisiert sind. Insbesondere aufgrund ihres Flächenbedarfes ergibt sich letztlich eine Aufgabenteilung für die Versorgung der Verbraucher zwischen Innen- und Außenstädten. Beste Beispiele hierfür sind die Möbel- und Einrichtungshäuser, Baumärkte sowie Gartencenter.

Innenstädten erwächst zudem Konkurrenz durch diverse Fachmarktkonzepte, Shopping-Center an nicht-integrierten Standorten und nicht zuletzt durch Outlet-Center und den stark dynamisierten Online-Handel, der den Versandhandel der „Pre-Internet-Zeit“ weit übertrifft.

Krisen der Warenhauskonzerne, der fortschreitende Rückzug des klassischen Fachhandels, die Tendenz zur Einkaufslagenkonzentration in Verbindung mit einer starken Filialisierung verstärken die Probleme der Innenstädte.

Trotz dieser oft krisenhaft wahrgenommenen Entwicklungsphasen haben die Innenstädte in den meisten Städten zentraler Prägung ihren festen Platz und können sich gegen die nicht-integrierte Konkurrenz behaupten. Investitionen in Innenstadtimmobilien sind nach wie vor lohnend. Konzepte wie Shopping-Center, die sich weitgehend auf Innenstädte fokussieren oder zum Beispiel die aktuellen Überlegungen von IKEA in Richtung innerstädtischer Standorte stärken diese Entwicklung.

Ungeachtet aller auch positiven Aspekte ist der städtebauliche Schutz des Bestandes und auch der Entwicklungsmöglichkeiten von Innenstädten nach wie vor zwingend erforderlich.

Fazit:

Der Einzelhandel hat nur wenig von den gestiegenen Konsumausgaben der letzten Jahre profitieren können. Dies liegt vor allem an den deutlich gestiegenen Ausgabenpositionen für bspw. Versicherung, Miete, Heizkosten, Benzin, etc. Vor allem die beiden letzten Positionen sorgen für eine deutliche Umschichtung beim

privaten Verbrauch. Trotzdem steigen die Einzelhandelsausgaben moderat. Nicht nur im Lebensmittelbereich, also bei der Nahversorgung, ist festzustellen, **dass kleine Betriebstypen** zugunsten großflächiger oft discountorientierter Konzepte verschwinden und **gleichzeitig deren Ein- und Anbindung an Innenstädte aufgrund der Flächenanforderungen fast unmöglich wird.**





C Online-Handel und Effekte auf die Stadtentwicklung

Der Online-Handel wächst weiter. Nach HDE-Prognose liegt der Gesamtumsatz 2017 bei 48,9 Mrd. Euro, ein Plus von 10,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In einigen Kategorien (z.B. Unterhaltungselektronik, Bücher) ist die Wachstumsdynamik geringer geworden, in anderen Warengruppen (z.B. Heimwerkerbedarf, Möbel und Einrichtung, Periodischer Bedarf) beginnt das Wachstum gerade erst (HDE 2018). Wie auch immer die Entwicklung verlaufen mag: Die Händler müssen die Kunden dort „abholen“, wo sie gerade einkaufen wollen: egal, ob beim Einkaufsbummel in der Innenstadt, mit dem Tablet-PC auf der Couch oder per Smartphone (vgl. Deutsche Post DHL 2014; HDE 2013; Roland Berger/ECE 2013).

Abbildung 4 Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)

Treiber	Gegenkräfte
Verbesserung und Optimierung der Webseiten (v.a. mobiler Zugriff)	Stellenwert des „haptischen“ Einkaufserlebnisses, Gemeinschaftserlebnis
Besserer Lieferservice	Bereits erreichte Marktanteile und die Schwierigkeit neue Zuwächse zu „kaufen“
Erlerntes und akzeptiertes Kaufverhalten für immer breitere Käuferschichten	Verminderung des Preisvorteils (online) durch Maßnahmen der Hersteller
Immer bessere Online-Sortimente und Preise	Stärkung des Multichannels und Käuferakzeptanz nützt dem stationären Handel
Optimierter Netzausbau (WLAN-Verfügbarkeit und Zugriffsgeschwindigkeiten)	Teile des Konsums sind für den Onlinehandel nur sehr schwer zu erreichen
Online-Beratungsfeatures	Optimierung im stationären Handel
Spracherkennung und optimierte Bestelloptionen	Profitabilitätsvorteile bestehender stationärer Händler

² „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) Bezeichnet Konsumgüter, die besonders häufig gekauft und in der Regel täglich benötigt werden (zum Beispiel Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte).

Besonderer Fokus ist auf folgende Sortimente zu legen:

- Fashion und Accessoires, wegen der hohen Bedeutung dieser Sortimente für die Innenstadt; ferner wegen der Umsatzbedeutung für Shoppingcenter;
- Lebensmittel, aufgrund der Gesamtbedeutung für den Einzelhandel (Anteil am Gesamtumsatz);
- Elektronik, wegen der Bedeutung für Fachmarktzentren sowie teilweise auch Shoppingcenter;
- Wohnen und Einrichten, wegen der Bedeutung insbesondere für Großflächen (z.B. Wohnkaufhäuser) in Stadtrandlagen die zur Gesamtzentralität von Städten maßgeblich beitragen.

Auch bei einem abgeschwächten Wachstum des Online-Handels wird der stationäre Handel insgesamt Umsatzeinbußen erleiden. Je nach Branche werden diese mehr oder weniger stark ausfallen. Prognosen für den umsatzstärksten Einzelhandelsbereich, Lebensmittel bzw. erweitert „Fast Moving Consumer Goods“², sind mit besonders hohen Unsicherheiten verbunden (s.o.). Käme es hier zu einer stark zunehmenden Online-Nachfrage, so hätte das relativ große Auswirkungen auf den Einzelhandel insgesamt sowie auf die Innenstadt- und Nahversorgungsstandorte – und zwar in Form von Standortschließungen.

Branche	Veränderung Online in Mrd.€	Veränderung Offline in Mrd. €
Fashion & Accessoires	1,152	-0,537
CE/Elektro	1,157	-0,970
Heimwerken & Garten	0,252	-0,176
Wohnen & Einrichten	0,412	-0,755
Freizeit & Hobby	0,598	-0,092
FMCG	0,539	5,000

Quelle: HDE Online-Monitor, 2018





Die Betriebe sind dieser Entwicklung jedoch nicht völlig ausgeliefert. Sie haben Möglichkeiten, um auf den skizzierten Umsatzdruck zu reagieren. Diese bestehen beispielsweise in verbessertem Marketing, Kostenreduktionen (etwa im Personalbereich), verbesserter Warenbeschaffung und dadurch Margengewinnen oder im Erschließen von Umsatzchancen im Online-Bereich – etwa im Rahmen von Multichannel-Strategien. Allerdings erfordert gerade Letzteres wie weiter oben ausgeführt hohe Investitionen, die viele Betriebe angesichts des Margendrucks nicht (mehr) leisten können. Ferner besteht für stationäre Betriebe die Möglichkeit, mehr Ware auf weniger Fläche zu verkaufen, und zwar durch die Teildigitalisierung von Sortimenten. Es ist aber noch nicht absehbar, ob dies in größerem Umfang von Konsumenten akzeptiert wird. Allerdings deutet sich in Pilotprojekten an, dass solche Virtualisierungsansätze Chancen bieten. Die Auswirkung wäre eine veränderte Nachfrage nach gegebenenfalls vergleichsweise kleineren Handelsflächen.

Abbildung 5 Marktanteilsprognose Online-Handel nach Branchen

	2013 (IfH)	2020 basierend auf IfH	2025 Prognose BBE/ elaboratum
Fashion & Accessoires	18%	32%	37%
Schmuck und Uhren	10%	19%	23%
Elektro	19%	31%	37%
Heimwerken/Garten	3%	8%	12%
Wohnen und Einrichten	8%	15%	19%
Büro und Schreibwaren	18%	32%	40%
Freizeit und Hobby	18%	32%	38%
Fast Moving Consumer Goods	1%	3%	7%
Gesundheit und Wellness	9%	14%	15%

Quelle: BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017 – Entwicklung des Online-Handels bis 2025

Der Online-Handel manifestiert sich im Raum lediglich durch Rechenzentren, die Büros der Verwaltung, durch Warenlager (Logistik) und durch verschiedene Ausprägungen von Abholeinrichtungen (Abholstationen im Sinne von Automaten oder mit Personal). Ob und in welcher Ausgestaltung Abholeinrichtungen des Online-Handels als Einzelhandel (Verkaufsfläche) oder als sonstiger Gewerbebetrieb einzustufen sind, ist bislang nicht abschließend rechtlich geklärt. Unabhängig hiervon greift § 11 Abs. 3 BauNVO allerdings regelmäßig nicht, da es sich um nicht großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche handelt.

Logistikeinrichtungen können als Lagerhäuser oder Lagerflächen, aber auch als sonstige Gewerbebetriebe eingestuft werden. Soweit sie – auch unter Berücksichtigung der von ihnen ausgehenden Störungen – gebietsverträglich sind, können sie in fast allen Baugebieten zumindest als Ausnahme zugelassen werden. Elemente des Logistiksystems wie Abholstationen können also selbst in allgemeinen Wohngebieten (WA) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die dadurch ausgelöste Verkehrsentwicklung gebietsverträglich ist.

Eine Ausschlussplanung, wie sie zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche für den stationären Einzelhandel gebräuchlich und bewährt ist, scheidet gegenüber Vertriebsanlagen im Online-Handel aus. Die üblichen zur Begründung entsprechender Planungen heranzuziehenden Auswirkungsanalysen untersuchen Umsatzumlenkungen eines konkreten Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens des Einzelhandels auf den bestehenden Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen. Diese Analysen greifen beim Online-Handel nicht, da die Wirkung auf einen konkreten zentralen Versorgungsbereich unspezifisch ist. Lediglich über Begleiteffekte können Einrichtungen des Online-Handels vor Ort (gebietsbezogen) mit Verweis auf andere städtebauliche Gründe (Verkehrserzeugung, Immissionschutz, Erhaltung des Gebietscharakters) ausgeschlossen werden.



Abbildung 6 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel

	Innenstadt-relevanz	Anteil Fläche	Gefährdung
Lebensmittel und Reformwaren	Gering	8,6%	Gering
Gesundheit und Körperpflege	Hoch	6,7%	Gering
Bekleidung und Wäsche	Hoch	35,0%	Hoch
Schuhe und Lederwaren	Hoch	2,8%	Hoch
Elektro, EDV, Foto	Hoch	7,0%	Hoch
Sport, Spiel, Hobby	Mittel	4,9%	Hoch
Haushalt, GPK	Hoch	11,6%	Gering
Bücher, Schreibwaren	Hoch	4,3%	Hoch
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	Gering	1,4%	Mittel
Möbel, Teppiche, Heimtextilien	Mittel	17,3%	Mittel

Quelle: BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017 – Entwicklung des Online-Handels bis 2025 aus Schulz 2016, Berechnungen auf Datenbasis von Bayerische Staatsregierung 2013; CIMA 2011: 8 ff.; Destatis 2015c.

Es besteht inzwischen weitgehend Einigkeit, dass der Online-Handel nicht der Auslöser der Probleme des stationären Handels in Städten und Gemeinden ist, dass er jedoch Trends und Entwicklungen beschleunigt. Die Unterschiede zwischen starken und schwachen Betriebskonzepten sowie zwischen starken und schwachen Städten treten deutlicher zutage und verstärken sich immer mehr.

Städte und Gemeinden sind aktiv, um die Rahmenbedingungen für attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren weiter positiv zu gestalten. Die dabei verwendeten Handlungsansätze reichen von der Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzepts über eine Vielzahl von Marketingaktivitäten bis hin zur Unterstützung alternativer Shop-Konzepte. Eine Mehrzahl der Ansätze setzt dabei auf Kooperation zwischen den für Innenstadt-/Stadtentwicklung relevanten Akteuren, bezieht also auch die Einzelhändler, Immobilieneigentümer und andere ein.

Auch der stationäre Handel reagiert inzwischen verstärkt auf die Entwicklungen im Online-Handel und versucht, die dort wahrzunehmenden Potenziale aktiv zu nutzen: Diskussionen und bereits umgesetzte Beispiele in den Bereichen Multi-channel, Cross- und Omni-Channel (kanalübergreifende Angebote) zeigen dies.

Neben einem Online-Shop bzw. Cross-Channel-Ansatz und Lieferdiensten bieten sich dem stationären Handel weitere Möglichkeiten, die Bequemlichkeit des Einkaufs für den Kunden zu erhöhen. Ein wesentliches Kriterium bei allen Maßnahmen sind einfache Regelungen, wie z.B. einheitliche Öffnungszeiten aller Händler eines Standortes, ein gemeinsames WLAN-Angebot am Standort (im Gegensatz zu einem fragmentierten WLAN-Service) oder die Erhöhung der Warenverfügbarkeit durch die Nutzung von Automaten außerhalb der Geschäftszeiten. Ferner verfügt der stationäre Einzelhandel über die Möglichkeit, dem Kunden großzügige Umtauschregelungen anzubieten, um im Sinne der Risikoreduktion mit dem Online-Handel gleichzuziehen. Sinnvoll ist es dabei, wenn die Mitglieder der Werbegemeinschaft einheitliche Regelungen anbieten und kommunizieren.

Neben oder außerhalb von Stadtmarketing gibt es weitere wichtige Instrumente der Kommunikation. Zu diesen gehören interne und offene Arbeitskreise und/oder Runde Tische mit den betroffenen Akteuren. So lässt sich eine „Kultur der Kommunikation“ zwischen den Handelnden schaffen. Dies bedeutet, ein offenes Ohr zu haben für die Belange der Betroffenen, aber auch offensiv auf diese zuzugehen und offen über Grenzen und Möglichkeiten sowie die zukünftige Rollenverteilung zu diskutieren. Dadurch können neue Formen der Kooperation – z.B. Business Improvement Districts (BID) oder Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) – angestoßen oder (kleinere) Projekte auf den Weg gebracht werden.

Um langfristig eine hohe Kaufkraftbindung an zentralen Standorten zu sichern, ist der Handel sowohl auf funktionsfähige räumliche und architektonische Strukturen als auch auf attraktive und belebte Innenstädte und Stadtteilzentren angewiesen. Städte sehen in der Aufwertung des öffentlichen Raumes einen Vorteil für den stationären Handel. Stadtmarketing, Business Improvement Districts (BID) und Immobilien-Standortgemeinschaften (ISG) unterstützen dies.



C.1 Regionale Einordnung

C.1.1 Der Standort Bottrop

Bottrop ist eine Stadt des Ruhrgebietes und so eingebunden in die verdichtungs-räumlichen Strukturen der Metropolregion Rhein-Ruhr mit rund 10 Mio. Einwohnern und einer räumlichen Ausdehnung von rund 120 km. Als polyzentrischer Verdichtungsraum besteht die Metropolregion aus den Teilräumen der Rheinschiene und des Ruhrgebietes. Bottrop liegt zentral im Ruhrgebiet und ist als kreisfreie Großstadt in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen.

Das Oberzentrum Essen grenzt unmittelbar südlich an. Im Osten liegt die Stadt Gladbeck (Mittelzentrum), im Norden grenzt das Mittelzentrum Dorsten an das Stadtgebiet von Bottrop. Oberhausen ist ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft und grenzt im Westen an das Stadtgebiet von Bottrop. Dinslaken (Mittelzentrum) und Hünxe (Grundzentrum) vervollständigen die Auflistung der unmittelbaren Nachbarstädte. Sie liegen im Nordwesten Bottrops.

Die regionale Wettbewerbssituation ist geprägt durch die attraktiven und quantitativ bedeutenden Einzelhandelsangebote der Oberzentren Essen und Duisburg. Das Mittelzentrum Oberhausen, hier vor allem das Shopping-Center Centro (Luftlinie knapp zwei km Distanz zur Stadtgrenze Bottrop), und die Mittelzentren Gelsenkirchen, Gladbeck sowie Dorsten mit zum Teil regional bedeutsamen Einzelhandelsangeboten stellen ebenfalls wirksame Konkurrenz für den Bottroper Einzelhandel dar.

Im Stadtgebiet von Bottrop verlaufen drei Bundesautobahnen. Die A 31 führt ab hier in Richtung Norden und endet in Emden (gen. Ostfriesenspieß). Die A 42 als regionale Verbindung verläuft von Kamp-Lintfort nach Dortmund (gen. Emscher-schnellweg). Die A 2 beginnt in Oberhausen und führt über Hannover bis zum Berliner Ring. A 2 und A 42 stellen wichtige Ost-West-Achsen im Ruhrgebiet dar. Auch die Bundesstraßen B 224 und B 225 sind als wichtige regionale Verbindungen einzustufen.

Abbildung 7 Regionale Einordnung der Stadt Bottrop



Quelle: eigene Darstellung

Die Anbindung an den ÖPNV im Ruhrgebiet ist über ein dichtes Linienbusnetz und S-Bahn und RE-Verbindungen am Hauptbahnhof Bottrop gewährleistet. Die Fernverbindungen der ICE und EC-Linien der Deutschen Bahn sind in Oberhausen und Essen schnell erreichbar.



C.1.2 Trends in der Raumentwicklung

Die durch die Bundesregierung im Bundesraumordnungsbericht aufgezeigten Trends im Zuge der wirtschaftlichen und demografischen Entwicklung zeigen für die Stadt Bottrop eine leichte Schrumpfung in Bezug auf Bevölkerung und Beschäftigung. Da Städte diesen allgemeinen Trends i.d.R. jedoch besser widerstehen können als kleine Gemeinden im ländlichen Raum bedeutet das folglich aber auch, dass die zukünftige Tragfähigkeit der bestehenden und geplanten Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich gewährleistet ist.

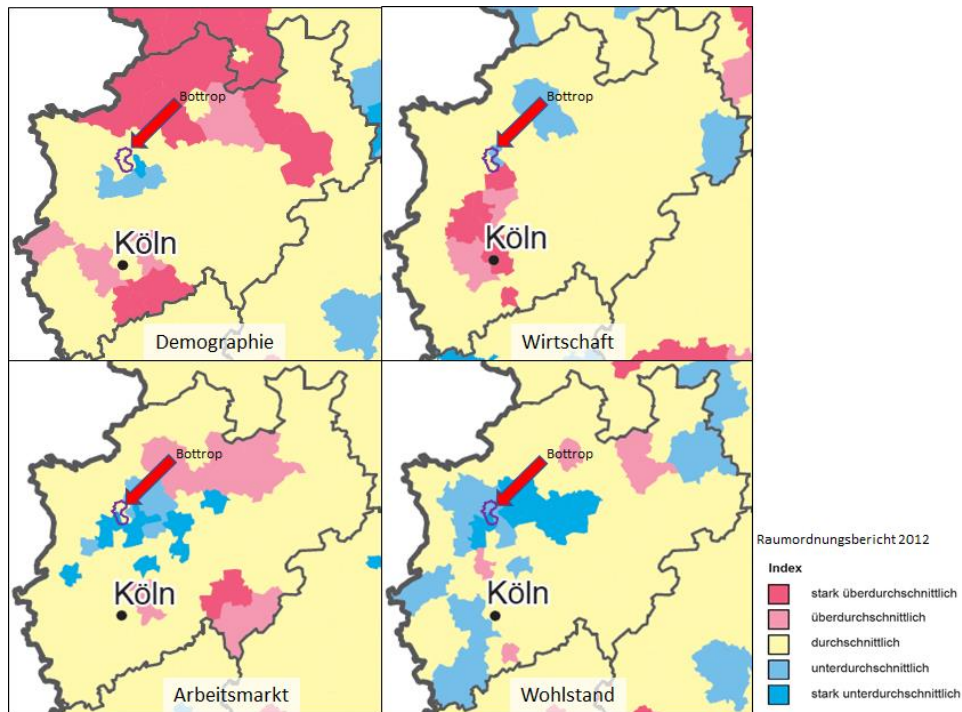
Der Raumordnungsbericht 2012 erarbeitet Indices zum Vergleich der regionalen Lebensverhältnisse in Deutschland und deckt erhebliche räumliche Disparitäten auf. Sie zeigen sich in einem deutlichen Nord-Süd-Gefälle in Bezug auf die Dimensionen Wohlstand und Arbeitsmarkt und eine über alle Dimensionen betreffendes Ost-West-Gefälle hinausgehende starke Divergenz zwischen Ost und West in den Dimensionen Demographie und Wirtschaft.

In Nordrhein-Westfalen sind die Disparitäten bezüglich der Arbeitsmarktentwicklung, der Entwicklung des Wohlstandes, der Demographie und der Wirtschaft nicht ganz so ausgeprägt. Allerdings schneidet der Norden in der demographischen Dimension deutlich besser ab als der Rest Nordrhein-Westfalens. Der Wirtschaftsindex in der Rheinschiene ist überdurchschnittlich, Wohlstandinseln werden im nördlichen Westfalen und im Siegerland ausgemacht, Arbeitsmarktschwächen im Ruhrgebiet und der Eifel.





Abbildung 8 Dimensionen regionaler Lebensverhältnisse



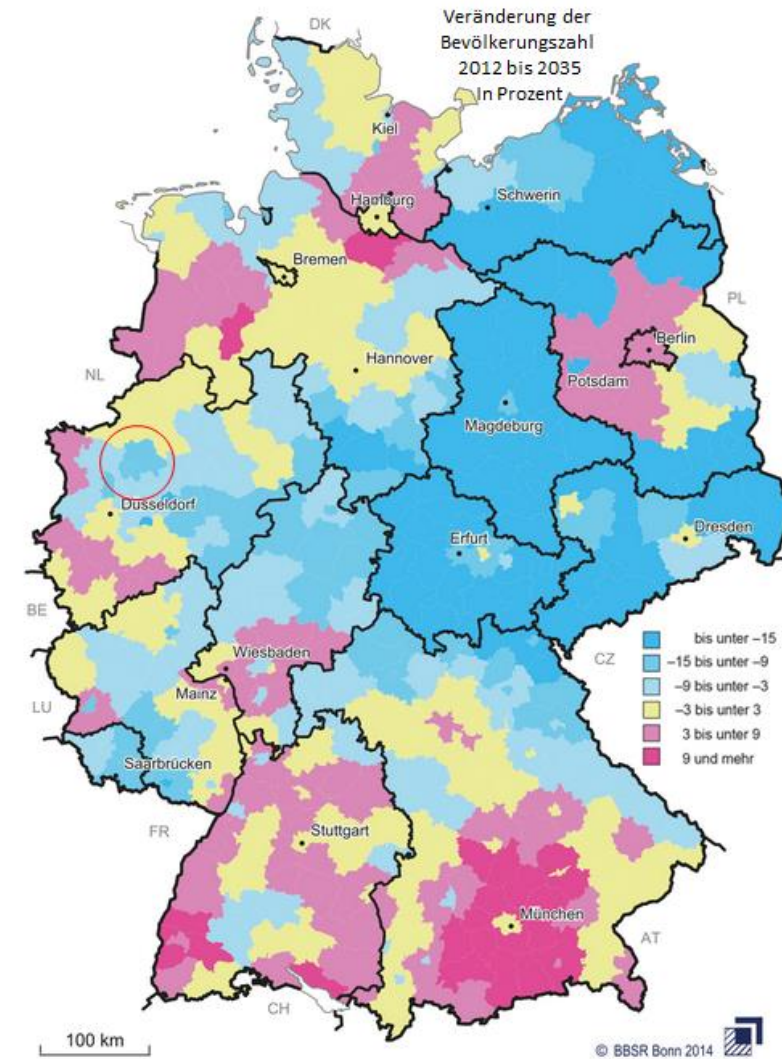
Quelle: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Raumordnungsbericht 2011, Seite 21, Bonn 2012

Die Stadt Bottrop liegt in allen betrachteten Dimensionen eher in durchschnittlichen bis unterdurchschnittlichen Gebieten. Demographie und Arbeitsmarkt werden eher durchschnittlich, Wirtschaft und Wohlstand eher unterdurchschnittlich bewertet.

C.1.3 Demographische Entwicklung in der Region

Das Ruhrgebiet gehört zu den Regionen, in denen ein deutlicher Rückgang der Bevölkerung in Zukunft zu erwarten ist. Ein Rückgang zwischen -9 und -15% wird

Abbildung 9 Bevölkerungsentwicklung der Kreise

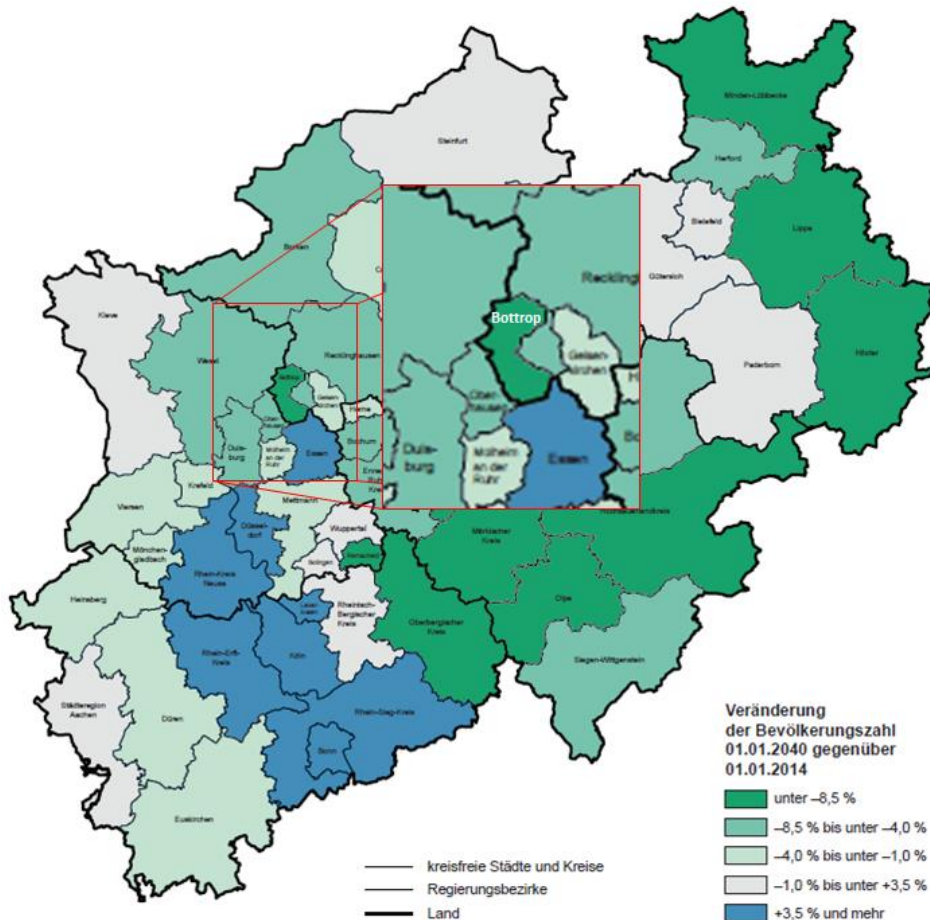


Quelle: BBSR Bonn 2014



prognostiziert. Eine Konkretisierung dieser Entwicklung ergibt sich aus der Bevölkerungsprognose des Landes Nordrhein-Westfalen.

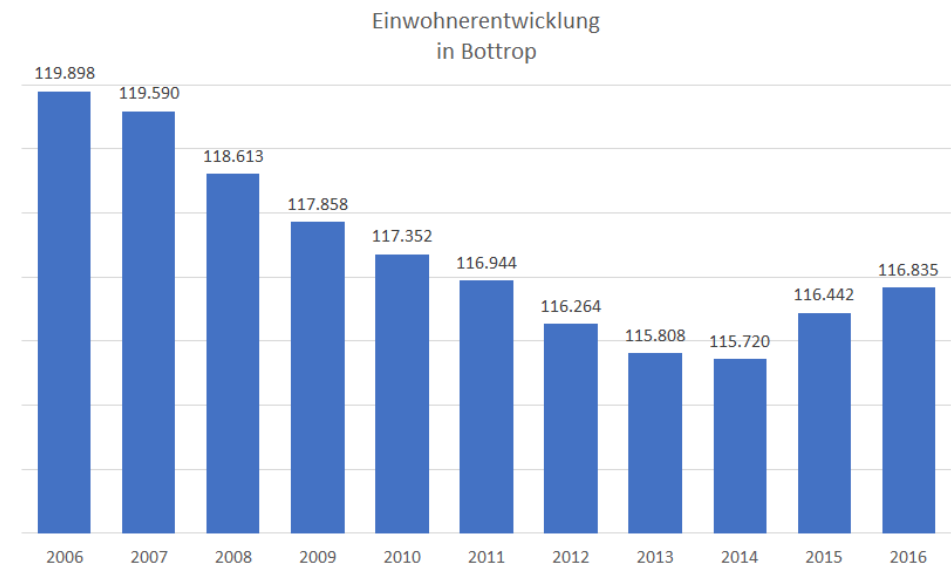
Abbildung 10 Bevölkerungsentwicklung NRW 2014 bis 2040



Quelle: IT.NRW, ©GeoBasis DE/BKG 2014

Hier wird für Bottrop ein Rückgang der Bevölkerungszahl von 2014 bis 2040 von 116.100 auf 105.900 Einwohner vorhergesagt. Dies entspricht einem Rückgang von -8,8% und ist somit aufgrund der aktuelleren Ausgangsbasis etwas günstiger als die Berechnungen des BBSR. Allerdings ist noch keine Trendumkehr aufgrund der aktuellen Bevölkerungsentwicklung für Bottrop auszumachen.

Abbildung 11 Einwohnerentwicklung in Bottrop 2006 bis 2016



Quelle: Stadt Bottrop, Amt für Informationsverarbeitung, Stadtprofil 2016, eigene Darstellung

In der Einwohnerentwicklung Bottrops ist in den letzten Jahren ab 2015 wieder eine wachsende Tendenz zu erkennen, die allerdings erst als Trendwende bezeichnet werden kann, wenn sie sich als nachhaltig erweist (mindestens fünf Jahre). Inwieweit sich diese positive Veränderung in den Prognosen der Bevölkerung widerspiegeln wird, ist derzeit noch nicht eindeutig zu klären.



C.1.4 Raumstrukturelle Einordnung Bottrops

Im Rahmen des Monitorings Daseinsvorsorge 2017 des Regionalverbandes Ruhrgebiet wurde eine raumstrukturelle Typisierung aller Kommunen vorgenommen. Danach zählt die Stadt Bottrop zur Kategorie der verdichteten Kommunen.

Abbildung 12 Raumstrukturtypen im Ruhrgebiet



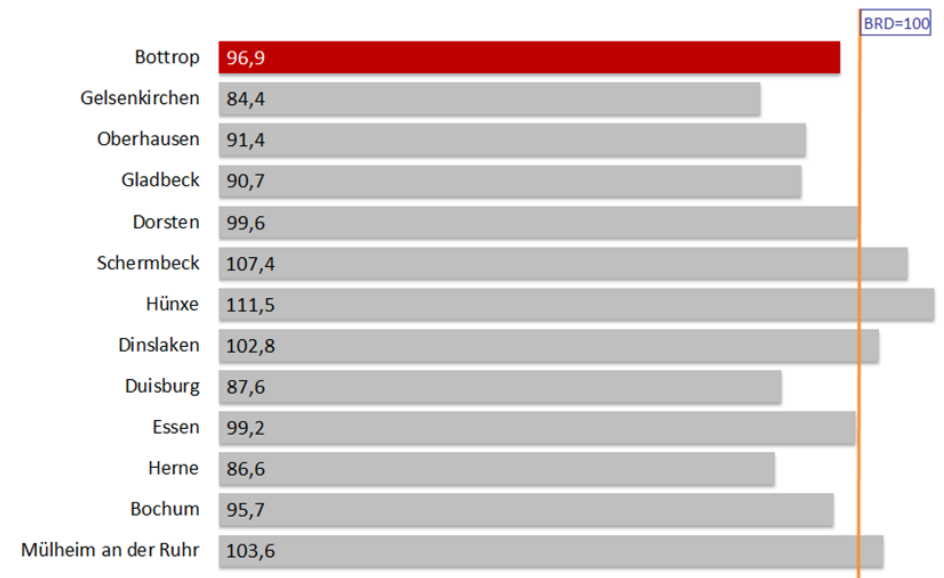
Quelle: Regionalverband Ruhr, ruhr FIS-Flächeninformationssystem Monitoring Daseinsvorsorge 2017, Seite 10

Folglich ist Bottrop mit Castrop-Rauxel, Kamen, Hamm, Waltrop, Schwerte, Ennepetal und Wetter vergleichbar. Unmittelbar benachbarte Raumstrukturen sind nach Süden eher höher verdichtet und nach Norden eher geringer verdichtet. Aufgrund der regionalen Siedlungsstrukturen verläuft die Grenze zwischen hochverdichteten und gering verdichteten Gebieten durch die Stadt Bottrop. Der Süden des Stadtgebietes (Alt-Bottrop) ist eher in die Kategorie hochverdichtet, der Norden (Kirchhellen) in die gering verdichtete Raumkategorie zu rechnen.

C.1.5 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Die Kaufkraftkennziffern geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbraucherfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Abbildung 13 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2018 im regionalen Vergleich (BRD=100)



Quelle: Michael Bauer Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert. Der deutschlandweite Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft,



ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.

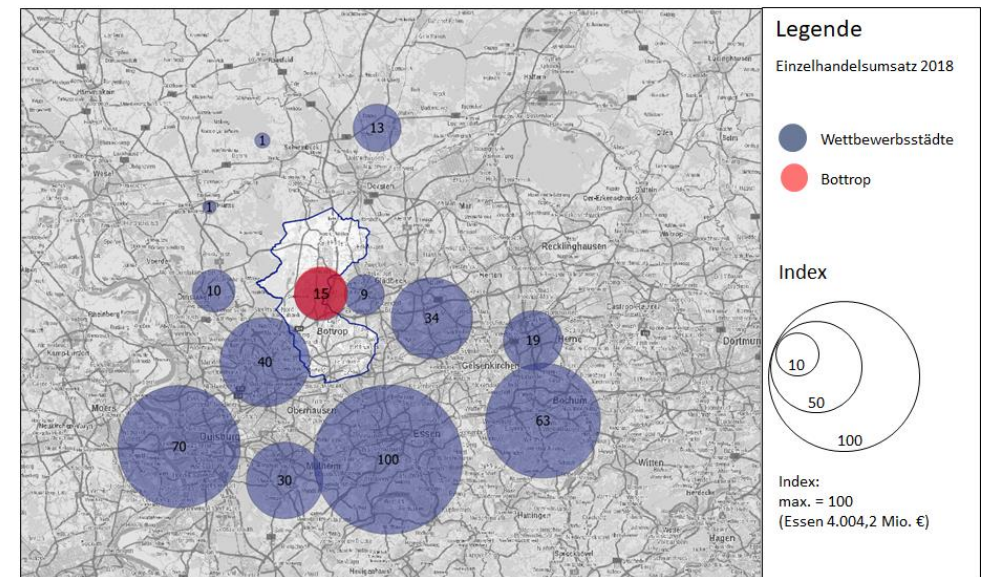
Danach herrschen leicht unterdurchschnittliche Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Für die Stadt Bottrop wurde ein Kaufkraftindex von 96,9 ermittelt. Damit liegt Bottrop etwas unter dem Bundesdurchschnitt, aber gehört zur besseren Hälfte der Städte in der Region. Keine Aussage kann allerdings über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels auf Grundlage dieser Daten gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um einen ersten regionalen Benchmark.

C.1.6 Wettbewerb und Entwicklung der Wettbewerbsposition

Ein Maß für die Einschätzung der Marktposition Bottrops in der Region ist der Einzelhandelsumsatz, der innerhalb eines Jahres in Bottrop erzielt wird. Die Umsatzkennziffer³ Bottrops erreicht im Vergleich zu den Städten in der Region ein eher geringes Niveau. Indiziert man die Stadt mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz auf 100 (Stadt Essen mit 4.004,2 Mio. €) so erreicht Bottrop 15 % davon. Duisburg erreicht 70% des Umsatzniveaus Essens, Bochum 63% und Oberhausen 40%. Es liegt auf der Hand, dass sich bei einer solchen Konzentration von Wettbewerb im unmittelbaren Umfeld die regionale Versorgungsbedeutung und die damit verbundene mittelzentrale Funktion Bottrops auf das Stadtgebiet beschränken muss.

³ Michael Bauer Research ermittelt die Umsatzkennziffer, also den Einzelhandelsumsatz als Pro-Kopf-Wert und Index im Vergleich zum Bundesdurchschnitt. Grundlage dafür ist die Ermittlung des absoluten Umsatzwertes für den Einzelhandel in Bottrop. Laut MBR beträgt der Einzelhandelsumsatz in Bottrop 2018 612,1 Mio. €. Dieser Wert ist bedeutend höher als die Umsatzwerte aus dem Einzelhandelskonzept 2012 mit 558,5 Mio. € und dem aktuell ermittelten Wert von 519,9 Mio. €. Die Differenzen ergeben sich aus methodischen Gründen. Diese können in der Abgrenzung zwischen Großhandel und Einzelhandel, der Definition bestimmter Einzelhandelsbranchen (z.B. Apothekenumsätze mit verschreibungspflichtigen Medikamentenumsätzen oder nicht) oder die Einberechnung bestimmter Einzelhandelsbranchen (z.B. Kfz-Handel, Mineralölhandel, Kfz-Teile, Krads, Akustiker,

Abbildung 14 Versorgungsbedeutung der Städte in der Region und Einordnung Bottrops



Quelle: Eigene Darstellung, Michael Bauer Research, Umsatzkennziffern 2018

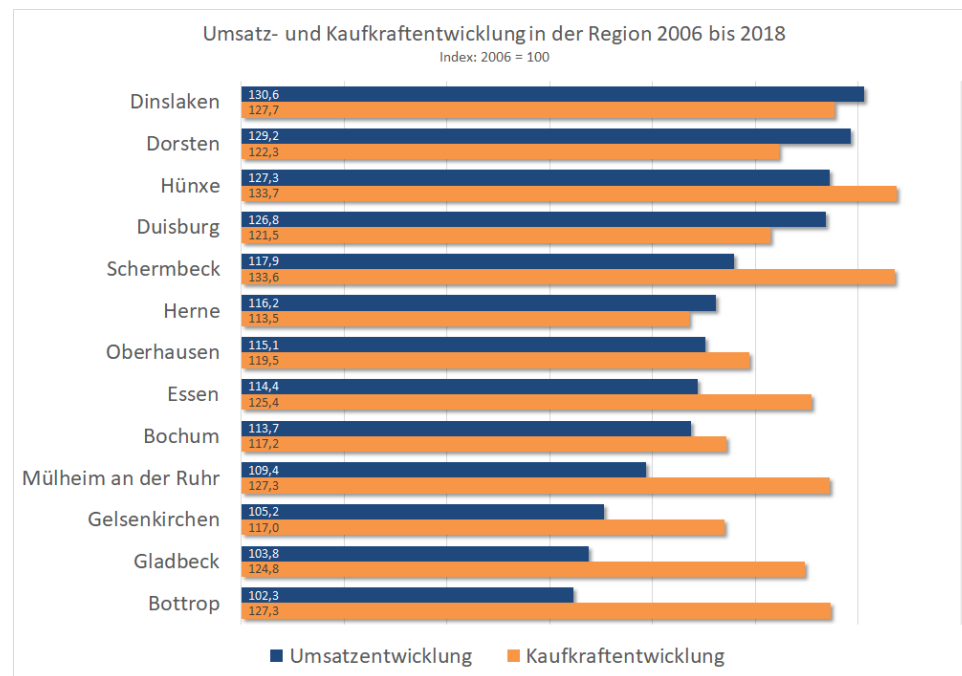
Es stellt sich die Frage, inwieweit der Einzelhandel von Bottrop sich in diesem starken regionalen Wettbewerbsumfeld behaupten kann. Die Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung Bottrops seit 2012 lässt eher negatives vermuten. Die aktuell positive Vermarktung der Karstadt Immobilie zeigt aber durchaus Entwicklungschancen auf.

etc.) liegen. Darüber hinaus verfügen die Institute, die Kaufkraft- und Umsatzkennziffern veröffentlichen, nicht über eine vollständige Bestandserhebung des Einzelhandels. Sie müssen stattdessen Probleme lösen, wie die regionale oder nationale Verteilung von Filialistenumsätzen auf die Einzelstandorte, die in der Statistik in der Regel nur am Ort der Konzernzentrale erfasst werden sowie weitere Regionalisierungen von aggregierten Daten vornehmen. Insofern sind Umsatzkennziffer und Umsätze im Einzelhandelskonzept nicht unmittelbar miteinander vergleichbar. Bei regionalen Vergleichen bieten sich die Umsatzkennziffern trotz ihrer methodischen Schwächen an, da die Städte der Region auf gleicher methodischer Datenbasis verglichen werden können.



Der regionale Vergleich von Kaufkraft- und Umsatzentwicklung in den Städten lässt Rückschlüsse zu, inwieweit zuwachsende oder schrumpfende Marktpotenziale genutzt bzw. verkraftet werden konnten. Dazu wurde ein längerfristiger Vergleich der Kaufkraft- und Umsatzentwicklung in den Städten der Region angestellt. Eine Indizierung von absoluter einzelhandelsrelevanter Kaufkraft und dem Einzelhandelsumsatz auf das Jahr 2006 (2006=100) ermöglicht den Vergleich des Zeitverlaufs zwischen den Städten der Region.

Abbildung 15 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung in den Städten der Region



Quelle: eigene Darstellung, Michael Bauer Research, Umsatz- und Kaufkraftkennziffern 2006 und 2018

Die Darstellung in Abbildung 15 ist nach der Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes sortiert. Danach erzielte der Einzelhandel der Stadt Bottrop die geringsten

Umsatzzuwächse seit 2006 in der Region. Es handelt sich um insgesamt 2,3% in 12 Jahren. Das ist, preisbereinigt, ein erheblicher Umsatzverlust⁴. Diese Entwicklung betrifft auch die meisten anderen Städte der Region. Kleinere Städte am nördlichen, weniger verdichteten Rand des Ruhrgebietes wie Dinslaken, Hünxe, Schermbeck und Dorsten sowie Duisburg erzielten die höchsten Umsatzsteigerungen.

Hier sind die absoluten Größenordnungen maßgeblich. Auch wenn beispielsweise Essen nur einen Platz im unteren Mittelfeld der Vergleichsstädte erreicht, beträgt die absolute Steigerung gut 500 Mio. €. Duisburg erreicht sogar beinahe 600 Mio. €. Das Wachstum der großen Städte (Bochum, Essen, Duisburg und Oberhausen) summiert sich in zwölf Jahren seit 2006 auf insgesamt 1.611,3 Mio. €. Im Vergleich wirkt der Zuwachs der kleineren Städte des nördlichen Ruhrgebietes (Dinslaken, Hünxe, Schermbeck, Dorsten) mit rund 230 Mio. € eher bescheiden.

Der Vergleich der Kaufkraftentwicklung zeigt ein anderes Bild. Hier liegt Bottrop im vorderen Feld der Vergleichsstädte. Das macht die realen Umsatzverluste Bottrops noch problematischer. Denn der Einzelhandel Bottrops war nicht in der Lage, den Vorteil des örtlichen Kaufkraftzuwachses zu nutzen. Hier sind sicherlich die Einflüsse des stark steigenden Online-Handels im Vergleichszeitraum zu berücksichtigen. Der relative Umsatzanteil des Online-Handels hat sich seit 2006 bis ins Jahr 2017 von 6% auf 12% verdoppelt. Das Problem hat der Einzelhandel in den anderen Städten der Region allerdings auch. Städte wie Dinslaken, Dorsten, Duisburg, Herne, Oberhausen und Bochum zeigen, dass ein spürbarer Umsatzzuwachs auch trotz Online-Handels und regionaler Konkurrenz möglich ist.

Trotz regional überdurchschnittlicher Kaufkraftzuwächse in den letzten 12 Jahren verliert die Stadt Bottrop real an Einzelhandelsumsatz. Es besteht die Gefahr, den Anschluss an die regionale Entwicklung zu verlieren.

Eine vergleichbare Schlussfolgerung ist auch für die Städte Gladbeck und Mülheim an der Ruhr zu ziehen.

⁴ Angesichts der positiven Entwicklung bezüglich der zum Zeitpunkt der Erhebungen noch leerstehenden Karstadt-Immobilie in der Bottroper Innenstadt, ist die Situation aktuell positiver als die Zahlen zeigen. Trotzdem

bedeutet dies noch keine Trendumkehr und erlaubt noch keine positivere Interpretation der regionalen Einordnung Bottrops.



D Einzugsbereich und Marktpotenziale

D.1 Bottroper Einzugsgebiet

Aus der beschriebenen regionalen Verteilung der Versorgungsstrukturen und Potenziale und der aktuell gemessenen Versorgungsbedeutung des Einzelhandels in der Stadt Bottrop ist davon auszugehen, dass die regionale Ausstrahlung Bottrops als Einzelhandelsstandort gering ist. Schon im Einzelhandelskonzept 2012 wurde von einem Einzugsbereich ausgegangen, der sich auf das Stadtgebiet beschränkt. Angesichts der eher sinkenden Versorgungsbedeutung Bottrops seit 2012 hat sich an dieser Einstufung der regionalen Einflüsse nichts verbessert. Angesichts der negativen Zentralitätsquoten sowohl im aperiodischen als auch im periodischen Bedarfssegment wird die Nachfrage im Stadtgebiet nicht gedeckt. Der Einzelhandel in Bottrop ist weit davon entfernt, eine regionale Bedeutung zu erreichen, hat er doch zu großen Teilen nicht einmal eine gesamtstädtische.

Es bleibt zu berücksichtigen, dass einige Anbieter wie beispielsweise Möbel Ostermann, als naheliegendes Beispiel, durchaus in der Lage sind, am Standort Bottrop regionale Einzugsbereiche zu erschließen. Hier sind auch andere große oder spezialisierte Betriebe zu nennen. Auch Betriebe in Stadtgrenzlage binden Kaufkraft von außerhalb des Stadtgebietes. In der Summe reicht dies jedoch nicht aus, für die gesamte Stadt Bottrop einen Einzugsbereich über das Stadtgebiet hinaus festzusetzen.

D.2 Kaufkraftanalyse Bottrop

Die verfügbaren Marktpotenziale sind quantitativer Ausdruck des Nachfragevolumens im Stadtgebiet. Es handelt sich um die monetären Mittel, die der Bevölkerung Bottrops im Jahr 2018 für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

⁵ Umsatzsteuerstatistik, Verbraucherpreisindices, VGR des Bundes, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe

⁶ EHI, BBE, Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V., Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V., Bundesverband Parfümerien e.V., Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V., Verband Deutscher Drogisten e.V., Bundesverband für den gedeckten Tisch, Hausrat und Wohnkultur e.V., Bundesverband Bürowirtschaft, Bundesverband des Deutschen Schuheinzelhandels e.V., Verband Deutscher Sportfachhandel e.V., Bundesverband der Campingwirtschaft in Deutschland e.V., Zentralverband der Augenoptiker, Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Bundesverband

Damit ist nichts über die Kaufkraftbindung gesagt. Regelmäßig aufgesuchte Einkaufsziele bestimmen die Kaufkraftbindung und ergeben letztlich die Kaufkraftströme zwischen Wohnorten der Bevölkerung und den Einkaufszielen, die im Falle von Bottrop zu einem großen Ausmaß außerhalb des Stadtgebietes liegen.

D.2.1 Marktpotenzial

Grundlage der Berechnung der Marktpotenziale sind zum einen die Bevölkerungsgröße und zum anderen die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel. Während die Einwohnerzahlen von der örtlichen amtlichen Statistik ermittelt werden, basiert die Bestimmung der Pro-Kopf-Werte für die Einzelhandelsausgaben auf bundesweiten Wirtschaftsstatistiken, die zum Teil aus der amtlichen Statistik⁵ und darüber hinaus aus Veröffentlichungen diverser Branchenverbände und Institute des Einzelhandels⁶ stammen.

Danach betragen die durchschnittlichen jährlichen Ausgaben im Einzelhandel 6.657 € pro Kopf der Bevölkerung. Auf den periodischen Bedarf entfallen mit 3.385 € pro Kopf knapp 51% aller Einzelhandelsausgaben. Die Potenziale für die Nahversorgung binden somit ungefähr die Hälfte des verfügbaren Ausgabenpotenzials für den Einzelhandel.

Im aperiodischen Bedarfsbereich entfällt auf den persönlichen Bedarf, der für die Innenstadt bedeutend ist, mit 909 € pro Kopf der Bevölkerung ein Anteil von rund 14% der Gesamtausgaben im Einzelhandel. Baumarktartikel und Einrichtungsbedarf binden dagegen Ausgaben von 1.137 € pro Kopf, was einem Anteil an den Gesamtausgaben von 17% entspricht.

Technik des Einzelhandels e.V., Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V., Bundesverband Schmuck und Uhren e.V., Bundesverband der Juweliere, Schmuck- und Uhrenfachgeschäfte e.V., Gesamtverband Autoteile e.V., Bundesverband Deutscher Heimwerker-, Bau-, und Gartenmärkte e.V., Zweirad Industrieverband e.V., Bundesverband Farben- und Tapeten e.V., Bundesverband des Deutschen Möbel-, Küchen- und Einrichtungsfachhandel e.V., Industrieverband Heimtierbedarf e.V., Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e.V., Bundesverband des Spielwarenhandels e.V.





Tabelle 1 Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt)

Bedarfsgruppe	Pro-Kopf-Ausgaben in €
Nahrungs- und Genussmittel	2.672
Gesundheits- und Körperpflege	580
übriger periodischer Bedarf	133
Summe Periodischer Bedarf	3.385
Bekleidung, Lederwaren	640
Schuhe	160
Uhren, Schmuck, Optik	109
Zwischensumme Persönlicher Bedarf	909
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	114
Elektrowaren	602
Bücher, Schreibwaren	120
Möbel und Einrichtungsbedarf	614
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	523
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	390
Zwischensumme übriger aperiodischer Bedarf	2.363
Summe aperiodischer Bedarf	3.272
Gesamtsumme	6.657

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB Research 2018

⁷ Eine Abweichung der Pro-Kopf Werte aufgrund unterschiedlicher Berechnungsmethodik zwischen CIMA und Markt und Standort scheidet aus. Im Jahr 2011 hat Markt und Standort einen Pro-Kopf-Ausgabenwert von 5.550 € Pro-Kopf verwendet.

⁸ Im Vergleich zum Landesbetrieb.IT ergibt sich für diesen Stand eine Differenz mit der städtischen Statistik. Der Wert des Landesbtriebs.IT für den 31.12.2016 liegt bei 117.409 Einwohnern und somit um 574 höher als bei

Die für Bottrop verwendeten Pro-Kopf-Werte liegen, entsprechend dem festgestellten Kaufkraftindex von 96,9, um 3,1% unterhalb des Bundesniveaus. Somit liegt der durchschnittliche Ausgabenbetrag pro Jahr und Kopf bei 6.451 €.

Im Vergleich zum Jahr 2012 ist der absolute Betrag der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf deutlich gestiegen. Für das Jahr 2011 betrug laut CIMA der Pro-Kopf Ausgabenwert für den Einzelhandel 5.506 €. Dies entspricht einer Steigerung in sechs Jahren bis 2018 von rund 20%⁷. Für das Stadtgebiet von Bottrop fällt die Steigerung nicht ganz so deutlich aus. Hier lag der Wert 2011 bei 5.484 € pro Kopf, so dass die Zuwachsrate für Bottrop bei rund 18% liegt. Der Grund für diese schlechtere Entwicklung im Vergleich zum Bundesdurchschnitt ist der Rückgang des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex von 99,6 in 2011 auf 96,9 im Jahr 2018.

D.2.2 Kaufkraft im Stadtgebiet

Die verfügbare Kaufkraft im Stadtgebiet ergibt sich schließlich aus der Verrechnung der mit dem Kaufkraftindex gewichteten Pro-Kopf-Werte mit der aktuellen Einwohnerzahl.

Ausgehend von einer Einwohnerzahl von 116.835⁸ ergibt sich ein Ausgabenpotenzial von insgesamt 753,7 Mio. €. Bottrop erlebt einen Einwohnerzuwachs, der seit drei Jahren anhält. Im Vergleich zu 2011 (117.595 Einwohner nach Angaben der CIMA) liegt die Einwohnerzahl aktuell jedoch um 760 Einwohner niedriger als 2011. Zusammen mit dem niedrigeren Kaufkraftindex des Jahres 2018 führt dies zu einer Steigerung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials in Bottrop um immerhin 16,8% in den verbliebenen 6 Jahren. Im Vergleich zu der Entwicklung der bundesweiten Pro-Kopf-Werten von 20% seit 2011 fällt die Steigerung

der städtischen Statistik. Für den 31.12.2017 liegt auf Landesebene bereits ein Wert vor. Der liegt bei 117.364 und somit auf nahezu gleichem Niveau wie 2016. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wird auf Wunsch des Auftraggebers die Einwohnerzahl der städtischen Statistik verwendet.





des Kaufkraftpotenzials lokal etwas niedriger aus, in der Region in vielen Städten allerdings noch negativer.

Tabelle 2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Sortimentsgruppen in der Stadt Bottrop

Sortimentsgruppe	Ausgabenpotenzial 2018 in €
Nahrungs- und Genussmittel	302,5
Gesundheits- und Körperpflege	65,7
übriger periodischer Bedarf	15,1
Summe Periodischer Bedarf	383,2
Bekleidung, Lederwaren	72,5
Schuhe	18,1
Uhren, Schmuck, Optik	12,3
Zwischensumme Persönlicher Bedarf	102,9
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	12,9
Elektrowaren	68,2
Bücher, Schreibwaren	13,6
Möbel und Einrichtungsbedarf	69,5
Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf	59,2
Hobby-, Sport- und Freizeitartikel	44,2
Zwischensumme übriger aperiodischer Bedarf	267,5
Summe aperiodischer Bedarf	370,4
Gesamtsumme	753,7

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, diverse Verbände, Destatis, MB Research 2018

Die ortsspezifischen Kaufkraftpotenziale für die Stadt Bottrop erreichen in der Summe einen Wert von 753,7 Mio. € für das Jahr 2018. Das ist im Vergleich zum Jahr 2011 (CIMA Gutachten 2012) mit einem Wert von 644,9 Mio. € eine spürbare Steigerung von p.a. 108,8 Mio. € (16,8%). Auf die einzelnen Sortimentsgruppen heruntergebrochen ergibt sich ein Ausgabenschwerpunkt im periodischen Segment mit insgesamt 383,2 Mio. € Kaufkraft pro Jahr. Der aperiodische Bedarfsbereich erreicht ein Ausgabenvolumen von 370,4 Mio. €.



E Analyse des Einzelhandelsbestandes und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Bottrop

Auf der Grundlage der Erhebungen der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe aus dem Jahr 2011 (CIMA) wurde im April bis Juni 2018 der Datenbestand durch Begehung aktualisiert. Zusätzlich zu den Erhebungen 2011 wurde die Erfassung der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen auf die Obergeschosse ausgedehnt.

E.1 Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben

E.1.1 Einzelhandel 2018 in Bottrop

Im gesamten Stadtgebiet von Bottrop ergibt sich insgesamt eine Verkaufsflächen-summe im Einzelhandel von 172.560 qm. Die Verkaufsflächen konzentrieren sich zum einen auf den periodischen Bedarfsbereich mit 48.520 qm (27% der Gesamtverkaufsfläche) und zum anderen auf den Möbel- und Baumarktsektor mit insgesamt 86.100 qm (50% der Gesamtverkaufsfläche). Während der periodische Bedarf zur Bewältigung seiner Versorgungsaufgabe aktuell 267 Betriebe benötigt, sind im gesamten aperiodischen Bedarfsbereich nur 253 Betriebe ansässig.

Auf die innenstadttypischen Sortimente des persönlichen Bedarfs entfallen 16.115 qm Verkaufsfläche, wobei der Einzelhandel mit Bekleidung, Lederwaren 11.405 qm davon belegt. 104 Betriebe bieten Sortimente des persönlichen Bedarfs in Bottrop an.

Tabelle 3 Verkaufsflächen des Einzelhandels 2018 in Bottrop

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand	
	2018	
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm
Lebensmittel	191	39.400
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	37	7.170
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	39	1.950
Periodischer Bedarf	267	48.520
Bekleidung	56	11.405
Schuhe	13	3.165
Uhren, Schmuck, Optik	35	1.545
Persönlicher Bedarf	104	16.115
Haushaltswaren, GPK	18	9.100
Elektrowaren	28	5.270
Bücher, Schreibwaren	10	2.545
Möbel und Einrichtungsbedarf	34	55.915
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	34	30.185
Spiel, Sport, Hobby	25	4.910
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	149	107.925
Aperiodischer Bedarf	253	124.040
Einzelhandel	520	172.560

Quelle: Eigene Erhebung

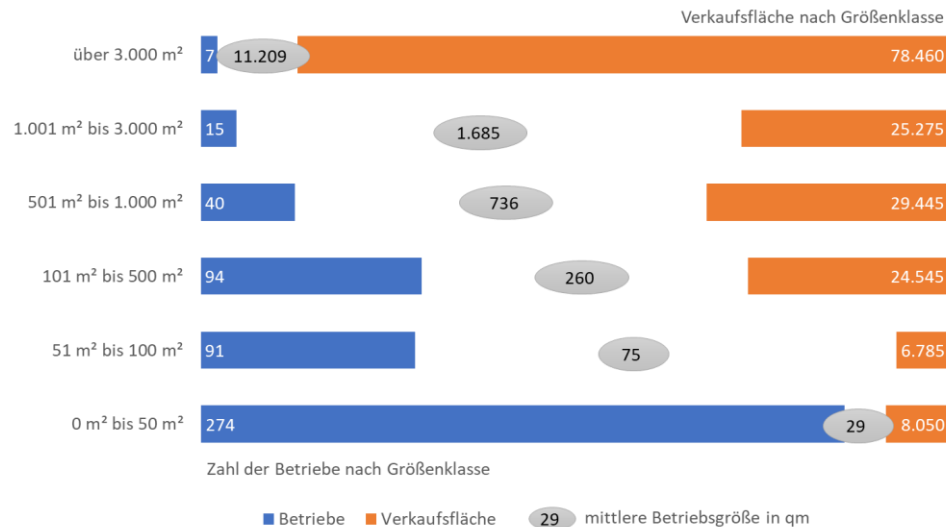
Der größte Teil der Betriebe (71%) ist kleiner als 100 qm. Der Anteil der Kleinstbetriebe unterhalb von 30 qm liegt bei 35%. Auf 9% der Verkaufsfläche (14.835 qm) entfallen damit 365 Betriebe im Stadtgebiet. Dagegen konzentrieren sich auf die 4% der Betriebe mit Verkaufsflächen von mehr 1.000 qm 60% der gesamten





Verkaufsfläche (103.735 qm). Die mittlere Betriebsgröße in Bottrop beträgt über alle Betriebe 331 qm.

Abbildung 16 Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Bezogen auf die Lebensmittelbetriebe erreicht die mittlere Betriebsgröße einen Wert von 217 qm. Ohne Berücksichtigung der Kleinstbetriebe (bis 30 qm) und der größeren Lebensmittelbetriebe (mehr als 1.000 qm) liegt der durchschnittliche „Bottroper Laden“⁹ im Sinne des Convenience Stores bzw. Nachbarschaftsladens für die kleinflächige Nahversorgung bei einer gerundeten Größenordnung von 350 qm Verkaufsfläche.

⁹ Der Begriff des Convenience Stores oder Nachbarschaftsladens ist mittlerweile in der Rechtsprechung als Anlagentypus weitgehend anerkannt (vergl. BVerwG ZfBR 2009, 1102, BVerwG, ZfBR 2005, 185, VGH Kassel, Urteil vom 8.6.2004 – 3 N 1239/03). Er kann zur Festsetzung von Verkaufsflächenobergrenzen verwendet werden, die

Abbildung 17 Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet nach Standortlagen

Name	Funktionale Einstufung 2012	Bestand abs in qm
Altstadt	ZVB Innenstadt	31.000
Boy	ZVB Nebenzentrum	3.640
Eigen	ZVB Nebenzentrum	3.235
Fuhlenbrock	ZVB Nebenzentrum	3.655
Kirchhellen	ZVB Nebenzentrum	8.485
Südring	ZVB Nahversorgungszentrum	5.110
Osterfelder Str.	ZVB Nahversorgungszentrum	1.035
Batenbrock-Nord	ZVB Nahversorgungszentrum	2.670
Stadtwald	ZVB Nahversorgungszentrum	1.440
SO-Prosper	Sonderstandort	8.700
SO-Ostermann	Sonderstandort	49.500
Batenbrock-Süd	Integrierte solitäre Nahversorgungslage	1.670
Scharnhölzstraße	Integrierte solitäre Nahversorgungslage	670
Grafenwald	Integrierte solitäre Nahversorgungslage	460
Solitärlagen	Ohne Einstufung	51.290
Bottrop Gesamt		172.560

Quelle: Einstufung CIMA 2012, eigene Erhebung 2018

unterhalb der Großflächigkeitsgrenze liegen. Sollte jedoch, soll er rechtssicher umgesetzt werden, stets mit größter Sorgfalt und Begründung verwendet werden. Es ist jedenfalls eine Einzelfallbetrachtung erforderlich.





Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt zum einen mit 31.000 qm in der Innenstadt von Bottrop und zum anderen an den beiden Sonderstandorten Möbel Ostermann und Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße mit insgesamt 58.200 qm Verkaufsfläche.

Tabelle 4 Verkaufsflächen nach Sortimenten in den Solitärlagen Bottrops

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand	
	2018	
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm
Lebensmittel	89	12.140
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	7	745
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	15	845
Periodischer Bedarf	111	13.730
Bekleidung	7	595
Schuhe	2	350
Uhren, Schmuck, Optik	1	60
Persönlicher Bedarf	10	1.005
Haushaltswaren, GPK	5	1.850
Elektrowaren	7	1.370
Bücher, Schreibwaren	2	685
Möbel und Einrichtungsbedarf	14	11.905
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	21	18.870
Spiel, Sport, Hobby	11	1.875
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	60	36.555
Aperiodischer Bedarf	70	37.560
Einzelhandel	181	51.290

Quelle. Eigene Erhebung, Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Die solitären Einzelhandelsstandorte in Streulagen, verteilt über das Stadtgebiet, die keine städtebaulich funktionale Einstufung erhalten haben, machen in der Summe 51.290 qm Verkaufsfläche aus. Der größte Teil der Verkaufsflächen in Solitärlagen finden sich in den Sortimentsgruppen Möbel und Bau- und Gartenbedarf. Mit insgesamt 13.730 qm liegen rund 28% der Verkaufsflächen mit Nahversorgungs Sortiment außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

Die ausgewiesenen Nebenzentren weisen, mit Ausnahme von Kirchhellen, Verkaufsflächen von rund 3.500 qm auf. Kirchhellen als größtes Nebenzentrum verfügt über 8.485 qm Verkaufsfläche. Mit Ausnahme des Nahversorgungszentrum Südring, das immerhin 5.110 qm Verkaufsfläche bietet, erreichen die übrigen Nahversorgungszentren eher kleine Größenordnungen.



Abbildung 18 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop Gesamt

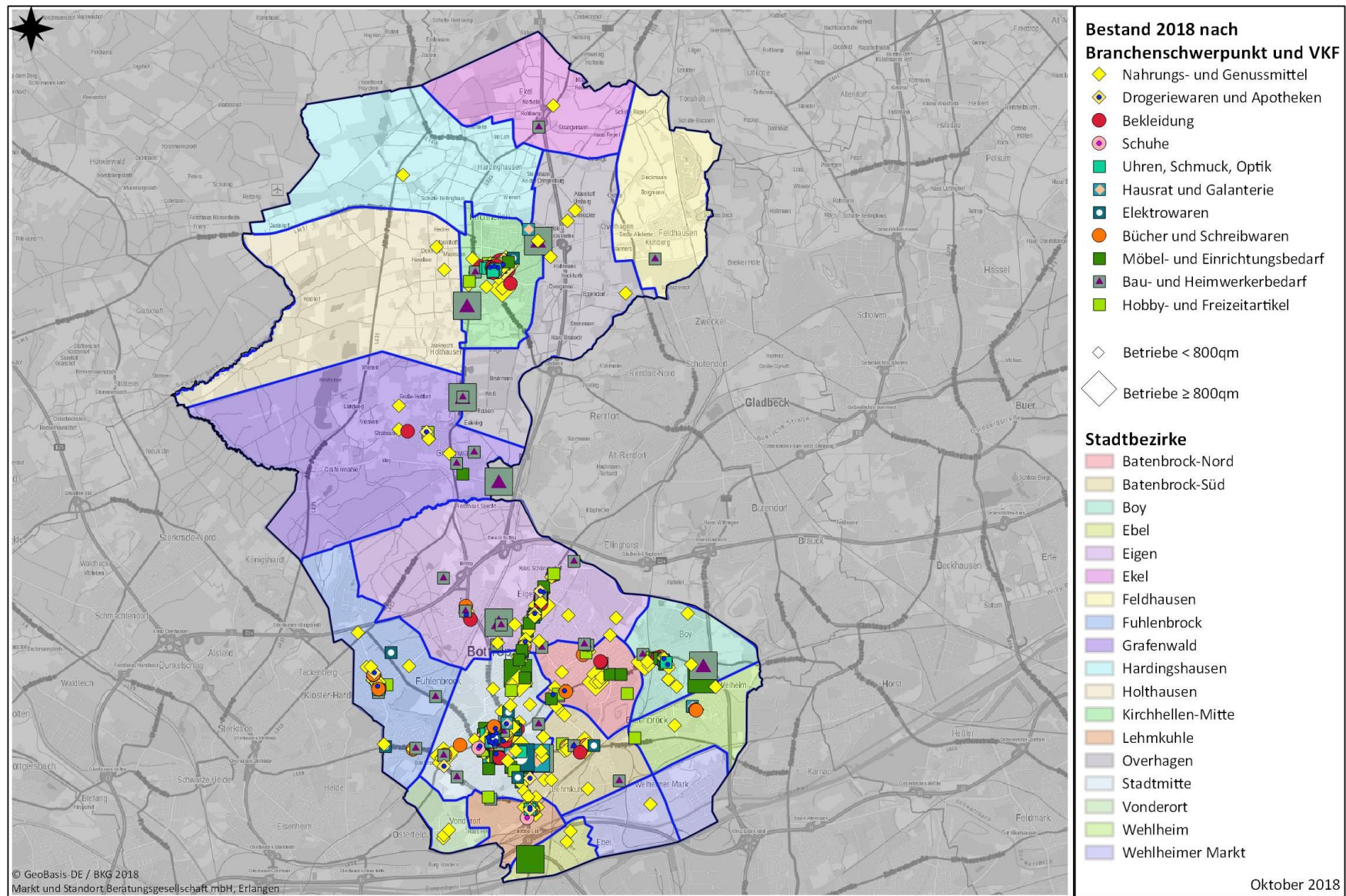
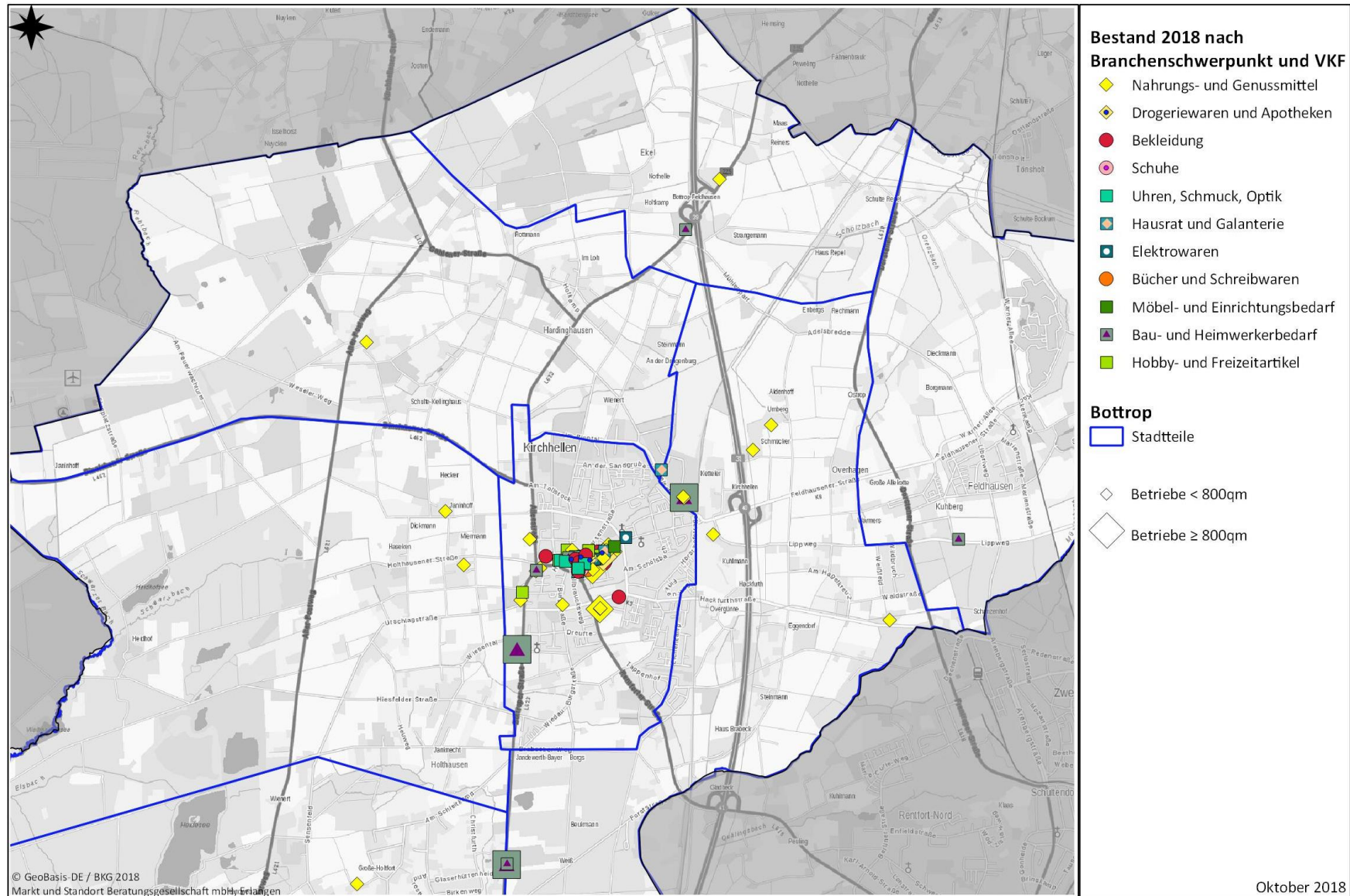




Abbildung 19 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Nord

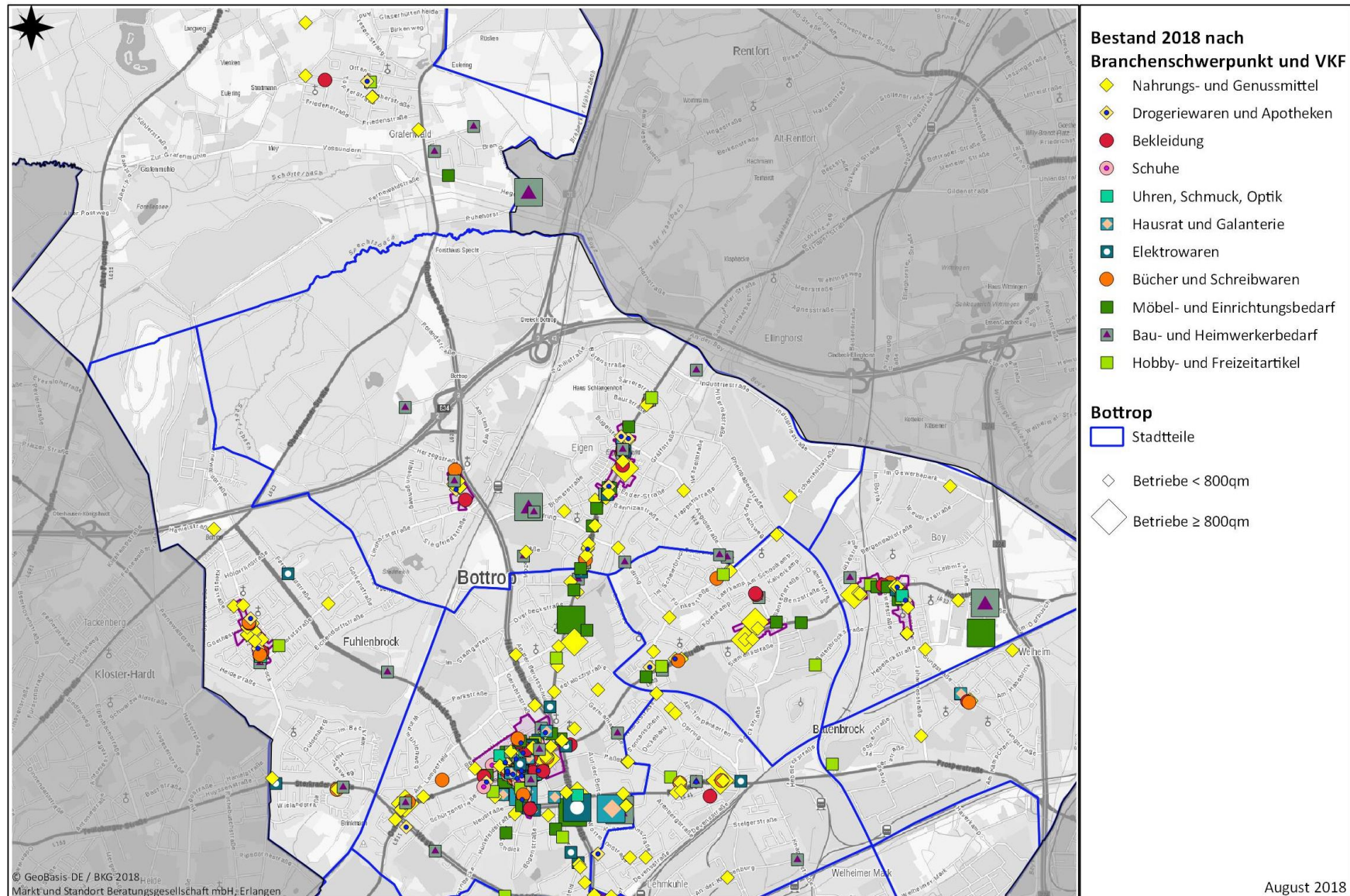


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





Abbildung 20 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Mitte

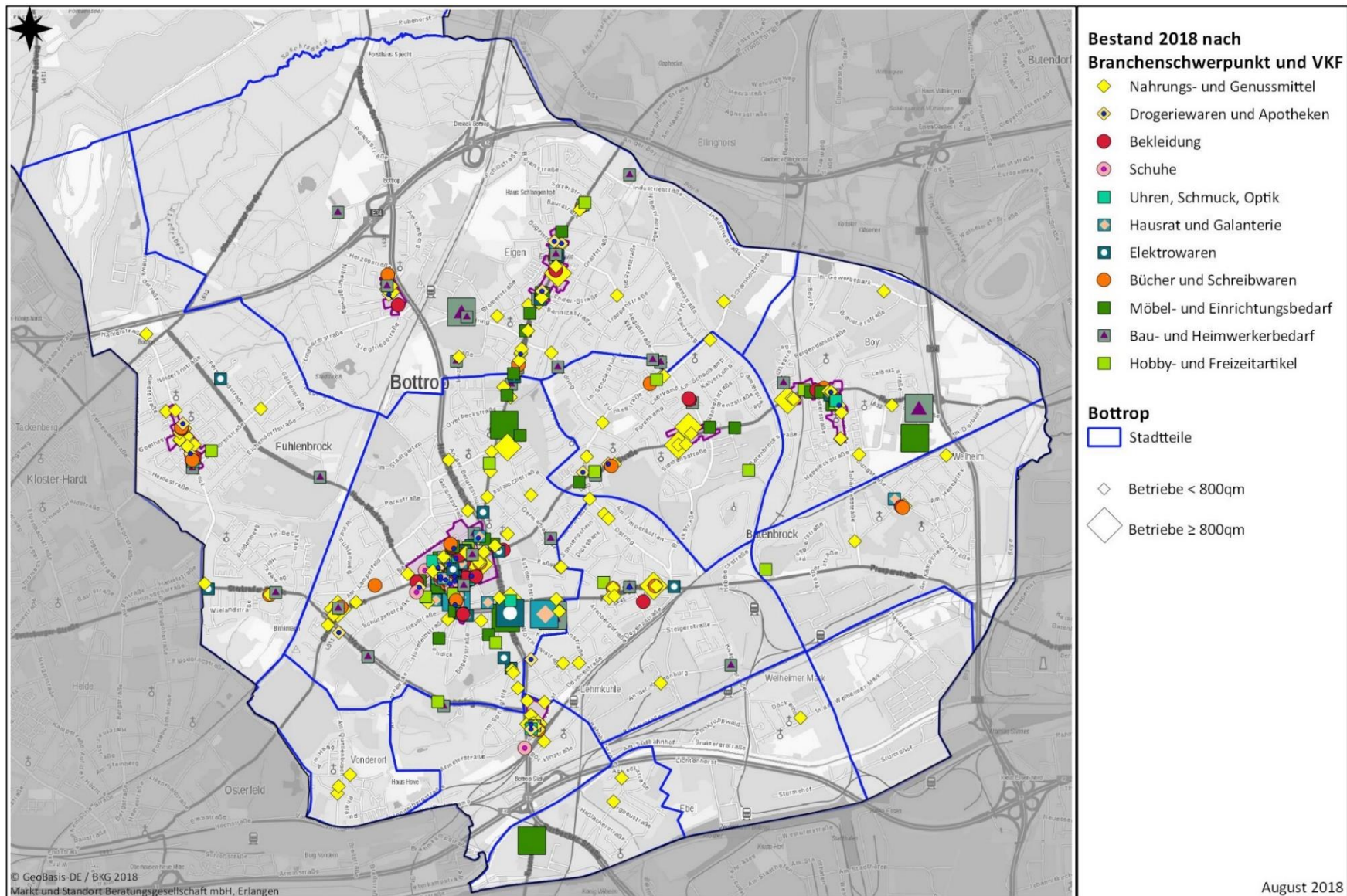


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





Abbildung 21 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Süd



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





E.1.2 Dienstleistungsbetriebe 2018 in den zentralen Versorgungsbereichen in Bottrop

Tabelle 5 Branchensystematik der Dienstleistungsbetriebe

NR	Branchengruppe	NR	Branchenuntergruppe
1	Gastronomie, Hotellerie	1.1	Restaurant, Café, Eisdiele, Gaststätte, etc.
		1.2	Hotel, Gasthof, etc.
2	Gesundheitswesen	2.1	Arzt-, Zahnarztpraxis
		2.2	Krankengymnastikpraxis, Physiotherapeut, Heilpraktiker, etc.
		2.3	Tierarztpraxen
3	Dienstleistungshandwerk	3.1	Friseur, Kosmetikstudio, Nagelstudio, etc.
		3.2	Schuh- und Schlüsselservice
		3.3	Chemische Reinigung, Waschsalon
		3.4	Copy Shop
		3.5	Bestattungsinstitut
4	Kultur, Freizeit, Bildung und Unterhaltung	4.1	Lotto/Toto, Wettbüro
		4.2	CD-/ Video-Verleih
		4.3	Spielhalle, Billardcenter, Internet-, Telefoncafé
		4.4	Reisebüro
		4.5	Bräunungsstudio
		4.6	Fitnesscenter
		4.7	Kino, Theater, Galerie, Museum, kulturelle Einrichtungen
		4.8	Fahrschule, etc.
		4.9	Tanzschule, Volkshochschule, etc.
5	Finanzdienstleistungen	5.1	Bank- bzw. Sparkassenfiliale, Geldwechsel
		5.2	Anwaltspraxis, Notar
		5.3	Steuerberater, Wirtschaftsprüfer
		5.4	Versicherungs- und Maklerbüro
		5.5	Postfiliale, -agentur
		5.6	Architekt, Ingenieur, Immobilien-, Gebäudemanagement
6	Öffentl. Verwaltung	6.1	Kommunalverwaltung
7	Sonstige Dienstleister	7.1	Wirtschaftsverband, Arbeitgeberverband, sonst. Berufsg.
		7.2	Kirchliche Vereinigung, Politische Partei
		7.3	Arbeitnehmervereinigung, Verbraucherorganisation, etc.
		7.4	Autovermietung
		7.5	Handwerker, Coaching, Selbstständige
		7.6	Personaldienstleister
8	Sonstige Büroflächen	8.1	Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den OG

Die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe beschränkt sich auf die zentralen Versorgungsbereiche in Definition und Abgrenzung des Einzelhandelskonzepts 2012. In Ergänzung zur Erhebung 2012 wurden die Dienstleistungsnutzungen der Obergeschosse zusätzlich miterfasst. Die gezeigte Branchendefinition wurde für die Zuordnung der einzelnen Betriebstypen verwendet.

Insgesamt wurden 845 Dienstleistungsbetriebe erfasst. Mehr als die Hälfte der erfassten Betriebe befindet sich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (470 Betriebe, davon 29 aktuelle Leerstände). Mit 121 Dienstleistungsbetrieben folgt das Nebenzentrum Kirchhellen an zweiter Stelle.

Die größten Konzentrationen an Ärzten und medizinischen Einrichtungen findet sich wiederum in der Innenstadt von Bottrop und innerhalb der Innenstadt wiederum in der Hochstraße (Gesundheitsmeile) und hier vor allem in den Obergeschossen.

Ähnliches gilt für die Gastronomiebranche. 53 der 98 erfassten Betriebe finden sich in der Innenstadt von Bottrop. Auch hier ist eine Konzentration entlang der Gladbecker Straße (Gastronomiemeile) zu finden.

Betriebe mit Finanzdienstleistungen, Kultur, Freizeit und Bildungseinrichtungen sowie Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung sind nahezu ausschließlich, mit Ausnahme einzelner Betriebe in den übrigen zentralen Versorgungsbereichen, in der Bottroper Innenstadt ansässig. Auch hat sich eine Konzentration der öffentlichen Verwaltung im Bereich des Ernst-Wilczok-Platzes, Droste-Hülshoff-Platzes sowie der Böckenhoffstraße entwickelt.

Die weiteste Verbreitung in allen zentralen Versorgungsbereichen finden Ärzte und Gesundheitseinrichtungen, Gastronomiebetriebe sowie Friseure. Alle anderen Einrichtungen konzentrieren sich schwerpunktmäßig auf die Innenstadt und das Nebenzentrum Kirchhellen.

Die Verteilung bzw. Konzentration von Dienstleistungsbetrieben ist ein wesentliches Kriterium für die Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Die kartographische Darstellung der Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt macht deren Bedeutung deutlich.

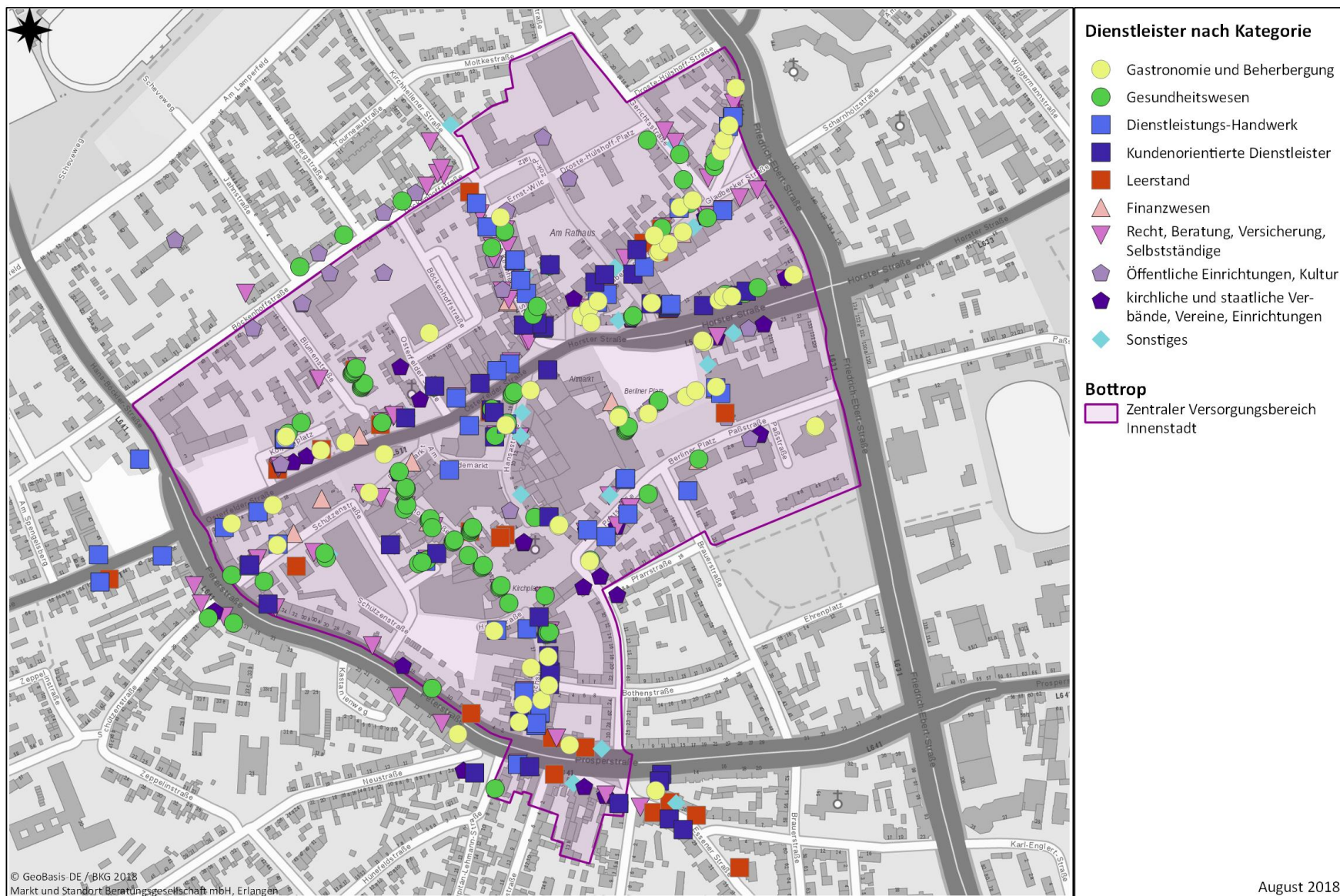


Tabelle 6 Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen nach Branchen

Nr.	Branchenbezeichnung	ZVB Alt-stadt	ZVB Boy	ZVB Ei-gen	ZVB Fuhlen-brock	ZVB Kirch-hellen	ZVB Süd-ring	ZVB Osterfelder Straße	ZVB Batenbrock Nord	ZVB Stadt-wald	Gesamt
11	Restaurant, Café, Eisdiele, Gaststätte, etc.	53	14	6	5	11	2	1	1	5	98
12	Hotel, Gasthof, etc.	2	1	0	0	0	1	0	0	0	4
21	Arzt-, Zahnarztpraxis	69	10	4	4	17	10	1	0	5	120
22	Krankengymnastikpraxis, Physiotherapeut, Heilpraktiker, etc	31	9	5	6	20	3	2	1	5	82
23	Tierarztpraxen	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
31	Friseur, Kosmetikstudio, Nagelstudio, etc.	41	5	5	5	10	0	1	0	2	69
33	Chemische Reinigung, Waschsalon	7	2	1	3	2	0	1	0	1	17
34	Copy Shop	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
35	Bestattungsinstitut	1	0	1	2	0	0	0	0	0	4
41	Lotto/Toto, Wettbüro	3	2	1	1	0	0	0	1	0	8
42	CD-/ Video-Verleih	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
43	Spielhalle, Billardcenter, Internet-, Telefoncafé	15	2	0	1	0	0	0	1	0	19
44	Reisebüro	11	0	0	0	3	0	0	0	0	14
45	Bräunungsstudio	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
46	Fitnesscenter	4	0	0	1	1	1	0	1	1	9
47	Kino, Theater, Galerie, Museum, kulturelle Einrichtungen	7	0	0	0	1	0	0	0	0	8
48	Fahrschule, etc.	2	1	0	2	1	0	1	0	0	7
49	Tanzschule, Volkshochschule, etc.	6	0	0	0	2	0	0	0	0	8
51	Bank- bzw. Sparkassenfiliale, Geldwechsel	10	2	2	2	6	1	0	0	2	25
52	Anwaltspraxis, Notar	25	1	1	1	5	0	0	0	0	33
53	Steuerberater, Wirtschaftsprüfer	16	2	0	0	5	1	0	0	0	24
54	Versicherungs- und Maklerbüro	22	3	1	2	4	0	1	1	1	35
55	Postfiliale, -agentur	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
56	Architekt, Ingenieur, Immobilien-, Gebäudemanagement	17	2	1	1	8	0	1	0	0	30
61	Kommunalverwaltung	18	0	0	0	0	0	0	0	2	20
71	Wirtschaftsverband, Arbeitgeberverband, sonst. Berufsorganisationen.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
72	Kirchliche Vereinigung, Politische Partei	25	1	1	0	2	0	0	1	0	30
73	Arbeitnehmervereinigung, Verbraucherorganisation, etc.	7	0	0	0	0	0	0	0	0	7
74	Autovermietung	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75	Handwerker, Coaching, Selbstständige	10	0	0	3	13	0	1	0	4	31
76	Personaldienstleister	9	0	0	0	0	0	0	0	0	9
81	Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den OG	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
9	Leerstand und Sonstiges	53	16	4	1	8	5	1	7	2	105
	Summe	470	73	41	41	121	24	11	14	30	825



Abbildung 22 Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt von Böttingen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung 2018

August 2018





E.2 Die Entwicklung des Bottroper Einzelhandels seit 2011

Heute verfügt der Bottroper Einzelhandel über knapp 7.000 qm weniger als bei der Erhebung zum Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA).

Tabelle 7 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand			
	2011	2018	Veränderung	
Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in v.H.
Lebensmittel	42.075	39.400	-2.675	-6,4%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	8.605	7.170	-1.435	-16,7%
Übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	2.090	1.950	-140	-6,7%
Periodischer Bedarf	52.770	48.520	-4.250	-8,1%
Bekleidung	17.380	11.405	-5.975	-34,4%
Schuhe	3.105	3.165	60	1,9%
Uhren, Schmuck, Optik	1.850	1.545	-305	-16,5%
Persönlicher Bedarf	22.335	16.115	-6.220	-27,8%
Haushaltswaren, GPK	7.470	9.100	1.630	21,8%
Elektrowaren	6.795	5.270	-1.525	-22,4%
Bücher, Schreibwaren	3.255	2.545	-710	-21,8%
Möbel und Einrichtungsbedarf.	48.630	55.915	7.285	15,0%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	31.830	30.185	-1.645	-5,2%
Spiel, Sport, Hobby	6.115	4.910	-1.205	-19,7%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	104.095	107.925	3.830	3,7%
Aperiodischer Bedarf	126.430	124.040	-2.390	-1,9%
Einzelhandel	179.200	172.560	-6.640	-3,7%

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen 2018

Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe sinkt auf 520 Betriebe, dies sind 148 Betriebe weniger als 2011. Das bedeutet, dass nahezu jeder fünfte Einzelhandelsbetrieb in Bottrop seit 2012 geschlossen hat bzw. umgewandelt wurde in andere Nutzungen. Im Schnitt verfügten die verlorenen Betriebe über eine durchschnittliche Verkaufsfläche von unter 50 qm.

Tabelle 8 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018 (Betriebe)

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand		Veränderung	
	2011	2018	2011 bis 2018	
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Anzahl Betriebe	Betriebe abs.	Betriebe in v.H.
Lebensmittel	252	191	-61	-24,2%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	56	37	-19	-33,9%
Übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	52	39	-13	-25,0%
Periodischer Bedarf	360	267	-93	-25,8%
Bekleidung	72	56	-16	-22,2%
Schuhe	14	13	-1	-7,1%
Uhren, Schmuck, Optik	37	35	-2	-5,4%
Persönlicher Bedarf	123	104	-19	-15,4%
Haushaltswaren, GPK	24	18	-6	-25,0%
Elektrowaren	44	28	-16	-36,4%
Bücher, Schreibwaren	18	10	-8	-44,4%
Möbel und Einrichtungsbedarf.	38	34	-4	-10,5%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	27	34	7	25,9%
Spiel, Sport, Hobby	34	25	-9	-26,5%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	185	149	-36	-19,5%
Aperiodischer Bedarf	308	253	-55	-17,9%
Einzelhandel	668	520	-148	-22,2%

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen 2018





Auf die Bedarfsgruppen gesehen, verliert der Einzelhandel in Bottrop im periodischen Bedarf seit 2011 4.250 qm Verkaufsfläche. Dies entspricht einem Flächenverlust von gut 8%. Der größte Teil der Verkaufsfläche geht im Segment Gesundheits- und Körperpflegebedarf verloren. Hier geht relativ gesehen doppelt so viel Verkaufsfläche verloren (17%) wie im periodischen Bedarf insgesamt. Es handelt sich um einen Verlust von insgesamt 1.435 qm Verkaufsfläche. Die Zahl der Betriebe ging in diesem Segment um mehr als ein Drittel zurück. Hier fallen vor allem Apotheken auf. Waren 2011 noch 28 Apotheken ansässig, sind es bis heute nur noch 21. Demnach hat jede vierte Apotheke (25%) in Bottrop (7 Apotheken) im Analysezeitraum geschlossen. Ein weiterer Effekt zeigt sich in der Schließung bzw. Umwandlung der im Jahr 2011 noch zehn Schlecker-Standorte.

Seit 2011 sind 2.675 qm Lebensmittelflächen abgängig (-6%). Gleichzeitig haben 61 von damals 252 Betrieben (25%) mit Lebensmittelangeboten geschlossen. Neben den EDEKA-Schließungen in den zentralen Versorgungsbereichen Eigen und Kirchhellen haben vor allem viele kleine Betriebe bzw. Kleinstanbieter geschlossen.

Der Einzelhandel im aperiodischen Bedarfssegment hat in der Summe 3.830 qm Verkaufsfläche gewonnen. Dieser Zuwachs ist auf die Entwicklung in zwei Sortimentssegmenten zurückzuführen. Der Zuwachs im Möbelsegment geht auf eine Erweiterung bei Möbel Ostermann zurück. Es handelt sich um eine Teilerweiterung der im Rahmen des zugehörigen Bebauungsplanverfahrens genehmigten Erweiterungsfläche. Darüber hinaus ist Verkaufsfläche im Segment Hausrat, Glas Porzellan stark angestiegen (+1.630 qm), was insbesondere auf die Ansiedlung von Woolworth und dem Actionmarkt in der Innenstadt zurückzuführen ist.

Erhebliche Verkaufsflächenverluste sind im Bekleidungssegment zu beobachten. Hier verlor der Einzelhandel in Bottrop 5.975 qm und 16 Betriebe. Das sind 34% der Verkaufsfläche und 22% der Betriebe. In erster Linie ist hier die Schließung der Karstadt-Filiale in der Innenstadt ursächlich. Nach der Wiedereröffnung und kurzer Zeit später erneuter Schließung des Kaufhaus Moses, verbleibt auf dieser Fläche noch Schuh Ostermann und ein attraktives Hotel. Dadurch ergibt sich insgesamt ein Flächenverlust von 6.640 qm und ein Verlust von 148 Betrieben.

Tabelle 9 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand		Veränderung	
	2011	2018	2011 bis 2018	
Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in qm	VKF abs.	VKF v.H.
Lebensmittel	42.075	39.400	-2.675	-6,4%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	8.605	7.170	-1.435	-16,7%
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	2.090	1.950	-140	-6,7%
Periodischer Bedarf	52.770	48.520	-4.250	-8,1%
Bekleidung	17.380	11.405	-5.975	-34,4%
Schuhe	3.105	3.165	60	1,9%
Uhren, Schmuck, Optik	1.850	1.545	-305	-16,5%
Persönlicher Bedarf	22.335	16.115	-6.220	-27,8%
Haushaltswaren, GPK	7.470	9.100	1.630	21,8%
Elektrowaren	6.795	5.270	-1.525	-22,4%
Bücher, Schreibwaren	3.255	2.545	-710	-21,8%
Möbel und Einrichtungsbedarf	48.630	55.915	7.285	15,0%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	31.830	30.185	-1.645	-5,2%
Spiel, Sport, Hobby	6.115	4.910	-1.205	-19,7%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	104.095	107.925	3.830	3,7%
Aperiodischer Bedarf	126.430	124.040	2.390	1,9%
Einzelhandel	179.200	172.560	-6.640	-3,7%

Quelle: CIMA 2011, eigene Erhebungen 2018



Tabelle 10 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018 (Umsatz)

Einzelhandelsbranchen	2011	2018	Veränderung 2011 bis 2018	
Sortimentsgruppe	Umsätze in Mio. €	Umsätze in Mio. €	Umsatz abs.	Umsatz in v.H.
Lebensmittel	213,6	205,6	-8,0	-3,8%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	65,2	54,5	-10,8	-16,5%
Übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	7,7	6,9	-0,8	-9,9%
Periodischer Bedarf	286,5	267	-19,5	-6,8%
Bekleidung	46	32,4	-13,6	-29,5%
Schuhe	11	9,4	-1,6	-14,4%
Uhren, Schmuck, Optik	10,1	8,6	-1,5	-14,6%
Persönlicher Bedarf	67,1	50,5	-16,6	-24,8%
Haushaltswaren, GPK	14,3	20	5,7	39,6%
Elektrowaren	30,1	19,6	-10,5	-34,8%
Bücher, Schreibwaren	9,7	9,1	-0,6	-6,0%
Möbel und Einrichtungsbedarf	71,9	85,5	13,6	18,9%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	62,3	55,8	-6,5	-10,4%
Spiel, Sport, Hobby	16,6	13,6	-3,0	-18,1%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	204,9	203,6	-1,3	-0,6%
Aperiodischer Bedarf	272	254,1	-17,9	-6,6%
Einzelhandel	558,5	521,1	-37,4	-6,7%

Quelle: CIMA 2012, eigene Erhebungen und Berechnungen

¹⁰ Im Gegensatz zur hier bezeichneten Zentralitätsquote wird in den einschlägigen Veröffentlichungen von MB-Research oder GfK der Begriff „Zentralitätsindex“ verwendet. Es besteht ein Definitionsunterschied, der sich in der Art der Berechnung widerspiegelt. Die hier verwendete Zentralitätsquote verrechnet die absoluten Werte der Kaufkraft und des Umsatzes vor Ort miteinander. Diese Division ergibt, multipliziert mit 100, die Zentralitätsquote. Der Zentralitätsindex wird durch die Division der Kaufkraftkennziffer mit der Umsatzkennziffer ermittelt. Hier werden keine absoluten, sondern relative Werte miteinander dividiert. Implizit ist hier immer der Pro-Kopf-Wert der jeweiligen Gemeinde für Umsatz und Kaufkraft im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels in Bottrop korrespondiert weitgehend mit der Verkaufsflächenentwicklung. Allerdings gehen die Umsätze um insgesamt 6,7% zurück, während die Verkaufsflächen um 3,7% rückläufig sind. Diese Differenz ergibt sich aus den unterschiedlichen Raumleistungen in den einzelnen Bedarfsgruppen.

E.3 Kaufkraftbindung

Das Ausmaß der Bindung der vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ist ein statistisches Maß für die quantitative Versorgung der Bottroper Bevölkerung mit Einzelhandelswaren.

Durch die Verrechnung von einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzialen und Einzelhandelsumsätzen ergibt sich die Zentralitätsquote. Diese zeigt das Verhältnis von örtlicher Kaufkraft zu Umsatz und erreicht den Wert von 100, wenn sich im Stadtgebiet Umsatz und Kaufkraft im Gleichgewicht befinden. In diesem Fall wird unterstellt, dass der örtliche Einzelhandel die eigene Bevölkerung vollständig versorgen könnte.

In der Realität ist dies in der Regel nicht der Fall, weil Einkaufsströme an der Stadtgrenze nicht aufgehalten werden, sondern Kaufkraftabflüsse und Kaufkraftzuflüsse stattfinden. Insofern ist die Zentralitätsquote¹⁰ ein bilanzierter Wert, der Zu- und Abflüsse einrechnet. Das führt in Bottrop beispielsweise zu bedeutenden Kaufkraftzuflüssen im Möbelsegment und trotzdem in der Gesamtbetrachtung zu einem negativen Zentralitätswert über alle Sortimentsgruppen.

Ein weiterer Einflussfaktor ist der Versand- und Online-Handel, der in den Ausgabenpotenzialen enthalten ist. Die verfügbare einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird demnach nicht nur im stationären Einzelhandel ausgegeben. Derzeit

berücksichtigt. So ergibt sich für Bottrop, wenn die Werte von MB-Research verwendet werden, im Falle der Zentralitätsquote ein Wert von **77,8** (612,33 Mio. € Umsatz / 786,86 Mio. € Kaufkraft). Für den Zentralitätsindex wird die Umsatzkennziffer von 85,3 durch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 96,9 dividiert, was einen Zentralitätsindex von **88,1** ergibt. Gemessen wird eigentlich nicht die Zentralität, sondern das Verhältnis zwischen Kaufkraft und Umsatz auf Bundesebene im Vergleich zum Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft.



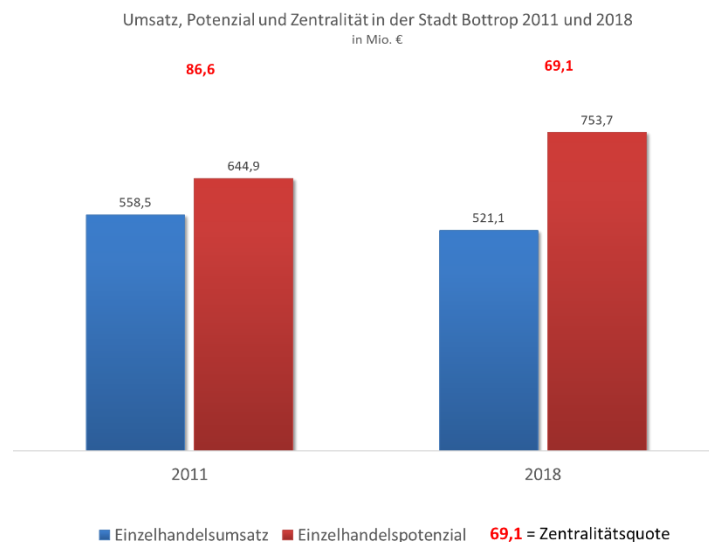


entfallen bundesweit rund 12% der Einzelhandelsausgaben auf den Versand- und Online-Handel mit steigender Tendenz. Diese stehen dem stationären Einzelhandel rechnerisch nicht zur Verfügung, so dass eine Zentralitätsquote von 100 im Grunde nur einer Kaufkraftbindung von 88% des örtlichen Kaufkraftpotenzials entspricht.

E.3.1 Zentralitätswerte in der Stadt Bottrop

Für die Stadt Bottrop wurde im Jahr 2011 eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftsumme von 644,9 Mio. € ermittelt. Dem gegenüber steht ein Umsatz in 2011 von 558,5 Mio. €. Das ergibt für das Jahr 2011 eine Zentralitätsquote von 86,6 für die Gesamtstadt und über alle Bedarfsgruppen (CIMA 2012).

Abbildung 23 Zentralitätsquote Bottrop 2011 und 2018 (Gesamt)



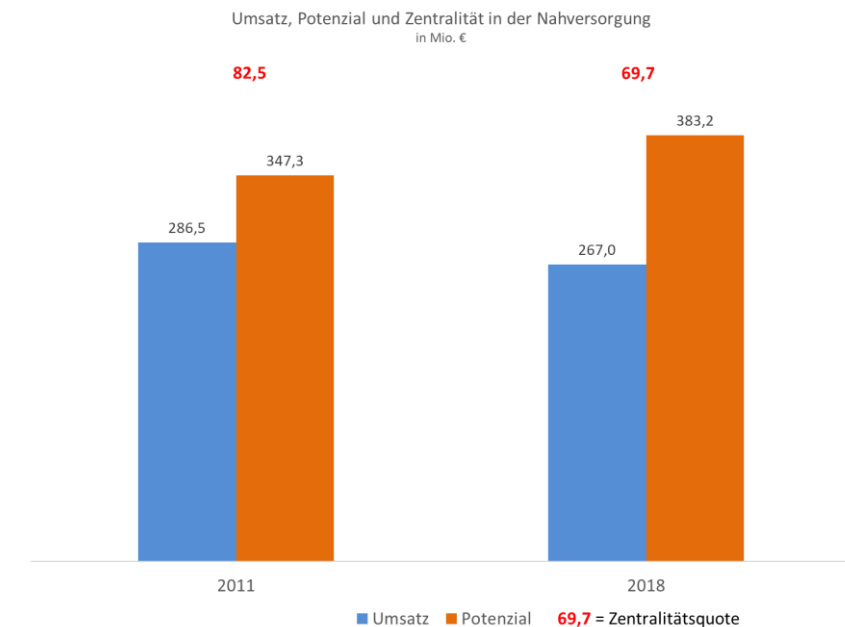
Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen und Berechnungen

2018 liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Bottrop mit 753,7 Mio. € um knapp 17% höher. Gleichzeitig ist der Einzelhandelsumsatz von 558,5 auf 521,1 Mio. € um rund 7% zurückgegangen.

Die Zentralitätsquote sinkt im Jahr 2018 von 86,6 im Jahr 2011 auf 69,1. Die Fähigkeit des Bottroper Einzelhandels, die örtliche Kaufkraft in der Stadt zu halten, ist demnach noch weiter zurückgegangen.

Die Zentralitätsquoten schwanken in den einzelnen Sortimentsgruppen stark und zeigen so die Angebotsstärke in den einzelnen Branchen an.

Abbildung 24 Zentralitätsquote Bottrop 2011 und 2018 (Nahversorgung)



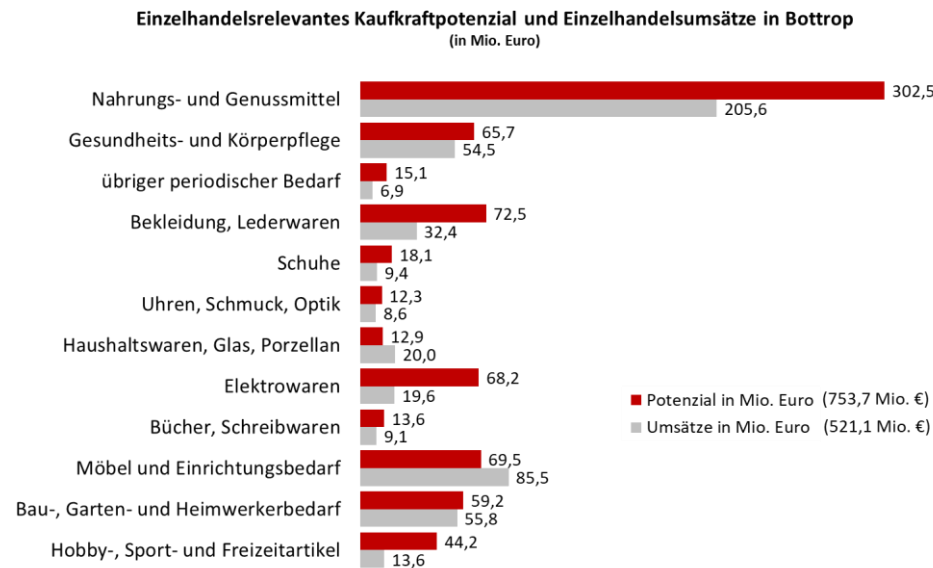
Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen und Berechnungen

Bezogen auf die Nahversorgungssituation in Bottrop ist die Entwicklung der Zentralität auf vergleichbarem Niveau wie im gesamten Einzelhandel. Allerdings liegt die Zentralitätsquote für die Nahversorgung mit 69,7 leicht höher als für den gesamten Einzelhandel. Die Kaufkraftbindung in der Nahversorgung ist kritischer zu bewerten als für die aperiodischen Bedarfsgruppen.





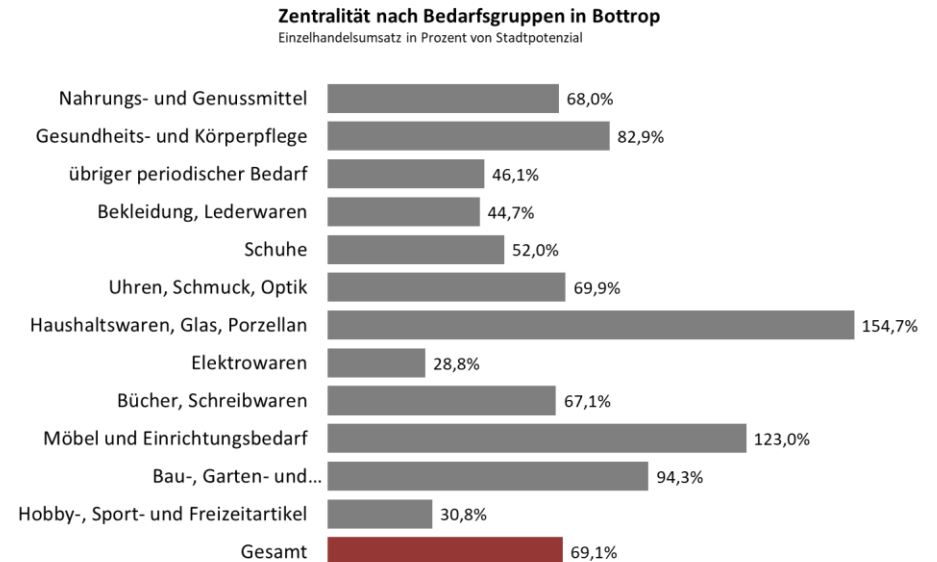
Abbildung 25 Kaufkraft und Umsatz in den Sortimentsgruppen



Quelle: eigene Darstellung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Gegenüberstellung von einzelhandelsrelevantem Umsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in den Sortimentsgruppen zeigt das jeweilige Ausmaß der Kaufkraftbindung an. Auch der Beitrag einzelner Sortimentsgruppen zur Zentralität der Stadt Bottrop wird deutlich. Kleine Sortimentsgruppen wie Schuhe, Uhren, Schmuck, Optik, Hausrat oder Bücher und Schreibwaren können nicht viel beitragen zur Gesamtzentralität, sind allerdings für die Angebotsstruktur einer Innenstadt unverzichtbar. Die größten Sortimentsgruppen tragen prinzipiell am meisten zur Zentralität der Stadt bei. Es handelt sich in erster Linie um Lebensmittel und dann mit Abstand um Gesundheits- und Körperpflege, Bekleidung, Elektrowaren sowie die Möbel- und Baumarktbranche.

Abbildung 26 Zentralitätsquoten in den Sortimentsgruppen



Quelle: eigene Darstellung, eigene Erhebungen und Berechnungen

Die sortimentsspezifischen Zentralitätsquoten zeigen eine große Streuung. Kleinste Werte, wie 28,8% bei Elektrowaren oder Quoten, die Kaufkraftzuflüsse signalisieren (wie 154,7 bei Haushaltswaren, Glas, Porzellan oder 123,0 bei Möbeln und Einrichtungsbedarf) müssen in Bezug auf den daraus abzuleitenden Handlungsbedarf gewertet werden.

E.4 Raum und Flächenbedarf

Durch die zunehmende Überalterung, aber auch durch den erwarteten Rückgang der Bevölkerung, müssen sich Planung und Politik auf veränderte Rahmenbedingungen hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung einstellen. Dies bedeutet eine bipolare Entwicklung auch für die Stadt Bottrop.



Tabelle 11 Bipolare Entwicklung der Verbraucheransprüche

Junge Bevölkerung und Familien	Senioren
gute Qualität	mehr Qualität
Discountangebote	mehr Beratung
angepasste Sortimente (z.B. Baby- und Kinderbedarf)	angepasste Sortimentsstrukturen (z.B. Sanitätsfachgeschäfte)
attraktive Flächen	Übersichtlichkeit im Laden (verbunden mit bspw. breiten Gängen)
gutes Parkplatzangebot	Lieferservice
gute Erreichbarkeit	gut erreichbare Standorte

Die Ansprüche an die Versorgung sind in Abhängigkeit von der Lebensphase, den Lebensumständen oder auch nur dem Lebensalter differenziert zu sehen. Die folgenden Fakten beeinflussen dabei das Konsumentenverhalten sowie das Innovations- und Investitionsverhalten des Handels erheblich:

- Angebotsstrukturen (Entfaltung)
- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse
- Polarisierung der Nachfragepräferenzen
- weiteres Aufklaffen der Schere zwischen Verkaufsfläche und Flächenproduktivität
- starke Betriebsformendynamik
- Fortsetzen des Flächenwachstums, wenn auch gedämpft

Speziell die Einzelhandelsunternehmen arbeiten ständig daran, sich durch innovative und zukunftsgerichtete Konzepte auf veränderte Rahmenbedingungen einzustellen und den Spagat zwischen den unterschiedlichen Verbraucherbedürfnissen in ihrem Angebot abzubilden.

Modernes Ambiente und maßgeschneiderte Sortimentskonzepte benötigen deutlich mehr Raum als oft in unflexiblen planerischen Konzepten und Programmen vorgesehen wird. Durch vorsorgliche Bauleitplanung kann dieser Aspekt aktiv unterstützt werden.

Die Prognose eines Flächenbedarfes für die nächsten Jahre, im Sinne einer begrenzenden Entwicklung für den Einzelhandel in Bottrop, ist angesichts der niedrigen Zentralitätsquoten, aber auch durch die im konzeptionellen Teil ohnehin schon vorgesehenen räumlichen Entwicklungsbeschränkungen, nicht zielführend. Es ist zudem kaum abzuschätzen, welche Entscheidungen in den Zentralen der Einzelhandelsunternehmen Bottrop betreffend gefällt werden. Zudem ist der künftige Flächenbedarf von neuen Betriebskonzepten, die sich aus den sich ändernden Ansprüchen der Verbraucher ergeben oder die aus den veränderten Bedingungen durch den wachsenden Online-Handel entstehen, kaum seriös berechenbar¹¹.

Flächenwachstum wird ohnehin eingeschränkt durch die begrenzende Wirkung endlicher und räumlich zugeordneter Einzelhandelspotenziale. Die regionale Wettbewerbssituation und deren Entwicklung sind hier ebenso wirksam wie die Entwicklung und Verwendungsmöglichkeiten örtlicher Flächenpotenziale.

Trotz dieser Einschränkungen bezüglich der Prognosefähigkeit zukünftiger Ansiedlungen und Entwicklungen sind aus der Beurteilung der Versorgungsqualität und auch der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes konzeptionelle Vorgaben zu entwickeln. Dies betrifft in erster Linie die Frage der Nahversorgung und deren Qualität und räumliche Verteilung. Vieles lässt sich aus den sortimentspezifischen Zentralitätsquoten ableiten, weiteres aus der Beurteilung des Modernisierungsbedarfs und zusätzliches aus räumlichen Versorgungslücken. Aus

¹¹ Die Causa IKEA macht am ehesten deutlich wie schnell und letztlich unvorhersehbar sich die Flächennachfrage in einer Stadt entwickeln bzw. verändern kann.



dem formulierten Ziel, ein wohnungsnahes und qualitatives Nahversorgungssystem schaffen und sichern zu wollen, ergibt sich auch die Notwendigkeit, die Zentralitätsquote im Nahversorgungssegment auf das Niveau der Selbstversorgung (100) zu bringen.

Für die innerstädtisch gewünschten¹² Entwicklungen sind entsprechende Spielräume bei der aperiodischen Kaufkraftbindung zwingend zu nutzen. Das gilt auch für den Sortimentsbereich Möbel und Einrichtungsbedarf. Hier besteht für Möbel Ostermann die baurechtlich bereits abgesicherte Möglichkeit der Flächenexpansion um weitere 6.000 qm Möbelfläche. Auch im Baumarktsegment erscheint die Angebotsstruktur verbesserungswürdig¹³.

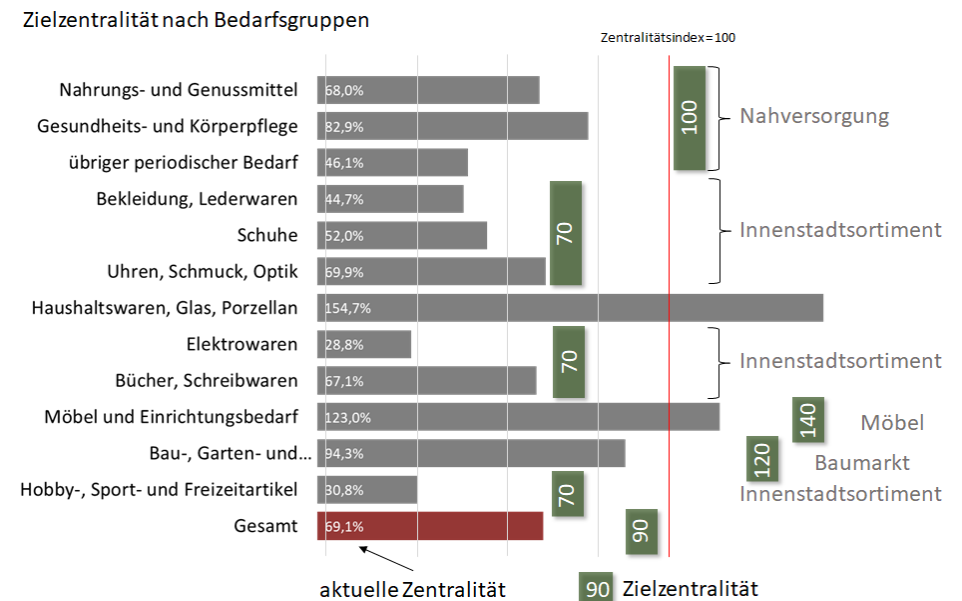
Aufgrund der sehr geringen Kaufkraftbindung ist auch ein Bedarf an Verkaufsflächen im Elektrosegment in Bottrop nicht von der Hand zu weisen. Hier wäre ein großflächiger Elektrofachmarkt in der Innenstadt zielführend¹⁴.

In den innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen von Bekleidung und Schuhe, Uhren, Schmuck, Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Sportartikel und einiges mehr ist im kleinteiligen und mittelgroßen Bereich Verkaufsflächenbedarf anzumelden, der sich alleine schon aus den Vermietungsaktivitäten im Hansa-Center und den Flächenpotenzialen in der Karstadt-Immobilie ergeben dürfte. Aus diesen Überlegungen ergeben sich Zielzentralitäten, die Ausdruck der branchenspezifischen Entwicklungsziele der Stadt Bottrop sind.

Die mittelzentrale Funktion Bottrops weiterzuentwickeln wird als Kernziel formuliert. Das bedeutet angesichts des starken regionalen Wettbewerbs nicht zwangsläufig, dass eine positive Kaufkraftbilanz aus dem Umland erreicht werden könnte. Die Stärkung der mittelzentralen Funktion muss nicht notwendig

einhergehen mit einer hohen Zentralitätsquote. Die Innenstadt und die vorhandenen anziehungskräftigen Standorte im Stadtgebiet (z.B. die Sonderstandorte Möbel Ostermann oder Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße) oder einzelne große Gartencenter im nördlichen Stadtgebiet können durchaus eine Strahlkraft über das Stadtgebiet hinaus entfalten. Diese regionale Ausstrahlung wird in näherer Zukunft gewiss nicht so stark sein können, dass die massiven Kaufkraftabflüsse in das Oberzentrum Essen oder nach Oberhausen (Centro) spürbar abgebaut werden könnten.

Abbildung 27 Zielzentralitäten in den Bedarfsgruppen Bottrop



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen

Aufgrund der ausgeführten Überlegungen ist eine Zentralitätsquote für die gesamte Stadt für die Zukunft um die 90 realistisch. Sie kommt schon zustande,

¹² Gewünscht ist die Revitalisierung des Hansa-Centers

¹³ Einem zwar starken Gartencenterangebot steht ein eher unzureichendes Baumarktangebot gegenüber.

¹⁴ Optimaler Standort wäre eine Fläche im Hansa-Center



wenn die Nahversorgung im Stadtgebiet funktionsgerecht ausgebaut und modernisiert wird, das Hansa-Center erfolgreich revitalisiert wird, sowie die bereits gegebenen baurechtlichen Zusagen¹⁵ eingelöst werden.

Deswegen ist, trotz der erreichbaren Steigerung der Zentralitätsquote von 69,1 auf 90 für die Gesamtstadt, keine Abkehr von den im Einzelhandelskonzept 2012 formulierten Zielen mäßigen Wachstums¹⁶ zu sehen. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt bekanntlich nicht den 2012 erwarteten Zuwachs der Zentralität auf 90 bis 92, sondern einen spürbaren Rückgang von 87 in 2012 auf 69,1 in 2018.

Insofern ist ein Gegensteuern, besonders in der Nahversorgung, dringend erforderlich. Die Funktionsfähigkeit der Neben- und Nahversorgungszentren muss erhalten und die Versorgungsqualität im Stadtgebiet flächendeckend auf ein modernes Niveau gebracht werden.

Die Innenstadt benötigt, trotz des im Großen und Ganzen guten Marktauftrittes, Entwicklungsschübe, die durch die erwartete Revitalisierung des Hansa-Centers auch realistisch zu erwarten sind. Die Ausstattung mit attraktiven Markenshops muss darüber hinaus verbessert werden. Auch hier liegt eine große Hoffnung auf dem Hansa-Center.

Für den periodischen Bedarf ist angesichts der Zielsetzung, die Nahversorgung wohnungsnah und möglichst fußläufig zu gestalten, eine hohe Kaufkraftbindung vor Ort zwingend. Die Festlegung einer Zielzentralität von 100 für die Nahversorgung entspricht genau diesem Ziel und ist für die Sicherung der wohnungsnahen Versorgung und der Modernisierung des bestehenden Nahversorgung unverzichtbar. Der erhebliche Nachholbedarf sowohl in Bezug auf die Quantität als auch auf die Qualität des Angebotes im periodischen Bedarfssegment ist im Rahmen der Analyse ausreichend belegt.

Für die typischen Innenstadtsortimente, Bekleidung, Schuhe, Uhren, Schmuck, Optik wird eine Zielzentralität von 70 festgelegt. Angesichts der regionalen Wettbewerbssituation sind höhere Zentralitätsquoten kaum erreichbar. Trotzdem sind

angesichts der Flächenpotenziale in der Innenstadt (Hansa Center und Karstadt-Immobilie) Spielräume für die Entwicklung dieser Sortimentsgruppe in der Innenstadt zu bewahren. Die Zielzentralität von 70 im Bereich des persönlichen Bedarfs setzt einen Entwicklungsrahmen für die Vermietung der derzeit freien Flächen in der Innenstadt. Ein Verzicht auf diese Zielzentralität würde den derzeitigen Bemühungen um die zu entwickelnden Innenstadtimmobilien die Grundlage entziehen.

Ähnliches gilt für das Elektrosortiment und für die Hobby- und Freizeitartikel. Im Sortimentsbereich Bücher und Schreibwaren ist der gewünschte Zentralitätsgrad bereits erreicht.

Eine Vervollständigung des Baumarktsortimentes ist, da es sich um nicht-zentrenrelevante Kernsortimente handelt, auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche realisierbar. Hier wäre durchaus eine Zentralität von 120 erreichbar. Zielsetzung ist es, für die Verbraucher in Bottrop ein vielfältiges und umfassendes Angebot im Bau- und Gartensektor vorzuhalten.

Die Zielzentralität im Möbelsektor ist durch das bereits vorhandene Baurecht abgedeckt.

¹⁵ Bebauungsplanänderung Möbel Ostermann

¹⁶ Im Einzelhandelskonzept 2012 wurde eine Zielzentralität von 90 bis 92 als adäquat eingeschätzt.



F Nahversorgung in Bottrop

F.1 Bewertung der aktuellen Nahversorgungssituation

Wesentliche Grundlage für die Bewertung der Nahversorgung in Bezug auf Quantität und Qualität des Angebotes sind für den ersten Aspekt die Bestandserhebung und Potenzialberechnungen im Zusammenhang mit der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsangebote. Für die Bewertung der Qualitätsaspekte ist die Kenntnis der Verbraucherbedürfnisse und des Verbraucherverhaltens entscheidend. Eine Trennung städtebaulicher Aspekte und absatzwirtschaftlicher Aspekte ergibt sich zwar zwangsläufig im Rahmen der Anwendung des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung. Sie sollte jedoch in Analyse und in der Konzeptionsentwicklung vermieden werden.¹⁷

Eine ausschließliche Begrenzung auf die räumliche Abdeckung der Nahversorgungsangebote ist nicht ausreichend für eine vollständige Bewertung der Nahversorgungsqualität in Bottrop. Die Sicherung einer fußläufigen Erreichbarkeit von Nahversorgungsangeboten für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung ist ein zentrales Ziel dieses Einzelhandelskonzeptes. Allerdings muss diese räumliche Analyse verbunden werden mit einer qualitativen Bewertung. Die Nahversorgungssituation für einen Verbraucher ist erst dann als gut zu bewerten, wenn in annehmbarer Entfernung die Vielfalt des Nahversorgungsangebotes erreichbar ist. Vor diesem Hintergrund sichert die Ausweisung von Neben- und Nahversorgungszentren eine Angebotsvielfalt, die mit solitären Standorten nicht zu erzielen ist. Zentrale Standorte können Vielfalt bieten und sind in der Regel gut erreichbar. Deshalb ist zur Sicherung des Nahversorgungszieles die Ausstattung der zentralen Versorgungsbereiche mit einem möglichst vollständigen Nahversorgungsangebot, natürlich in Abhängigkeit von den örtlichen Potenzialen, anzustreben. Solitäre Nahversorgungsstandorte können dieses zentrale Versorgungsnetz unter-

stützen, sollen aber die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht beeinträchtigen.

Die folgende Bewertung der örtlichen Nahversorgungssituation kombiniert die räumliche Abdeckung der unterschiedlichen Betriebstypen der Nahversorgung miteinander.

Zunächst werden über eine Nearest-Neighbour-Analyse die Distanzen von den Wohnorten zu den Nahversorgungsangeboten gemessen¹⁸. Diese Nahversorgungsangebote werden differenziert nach Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger), Lebensmitteldiscountern sowie Lebensmittelvollsortimentern (Supermärkte, Biomärkte). **Die Distanzmessung erfolgt von jedem Wohnhaus in Bottrop zum nächstgelegenen Nahversorgungstypus.**

Für diese unterschiedlichen Angebotsformen werden jeweils die Distanzen zwischen Wohnstandorten und Angebotsstandorten gemessen und kartographisch dargestellt. Mit Hilfe dieser Karten wird die Versorgungssituation für alle Wohnstandorte in Bottrop bildlich sichtbar.

Für die Bewertung der Qualität der Nahversorgung ist letztlich eine Kombination dieser betriebstypenspezifischen Analysen notwendig. Gut versorgt sind die Verbraucher, die in kurzer Distanz alle betrachteten Betriebsformen erreichen können.

In der zusammenfassenden Karte zur Nahversorgungsqualität werden somit qualitative Mängel nicht nur aufgrund der quantitativen Existenz, sondern auch in ihrer räumlichen Zuordnung deutlich.

Abzuleiten ist aus dieser Analyse der Bedarf an zusätzlicher Ausstattung für die zentralen Versorgungsbereiche sowie an weiteren solitären Versorgungsstandorten für die Versorgung von peripheren Wohnlagen im Stadtgebiet.

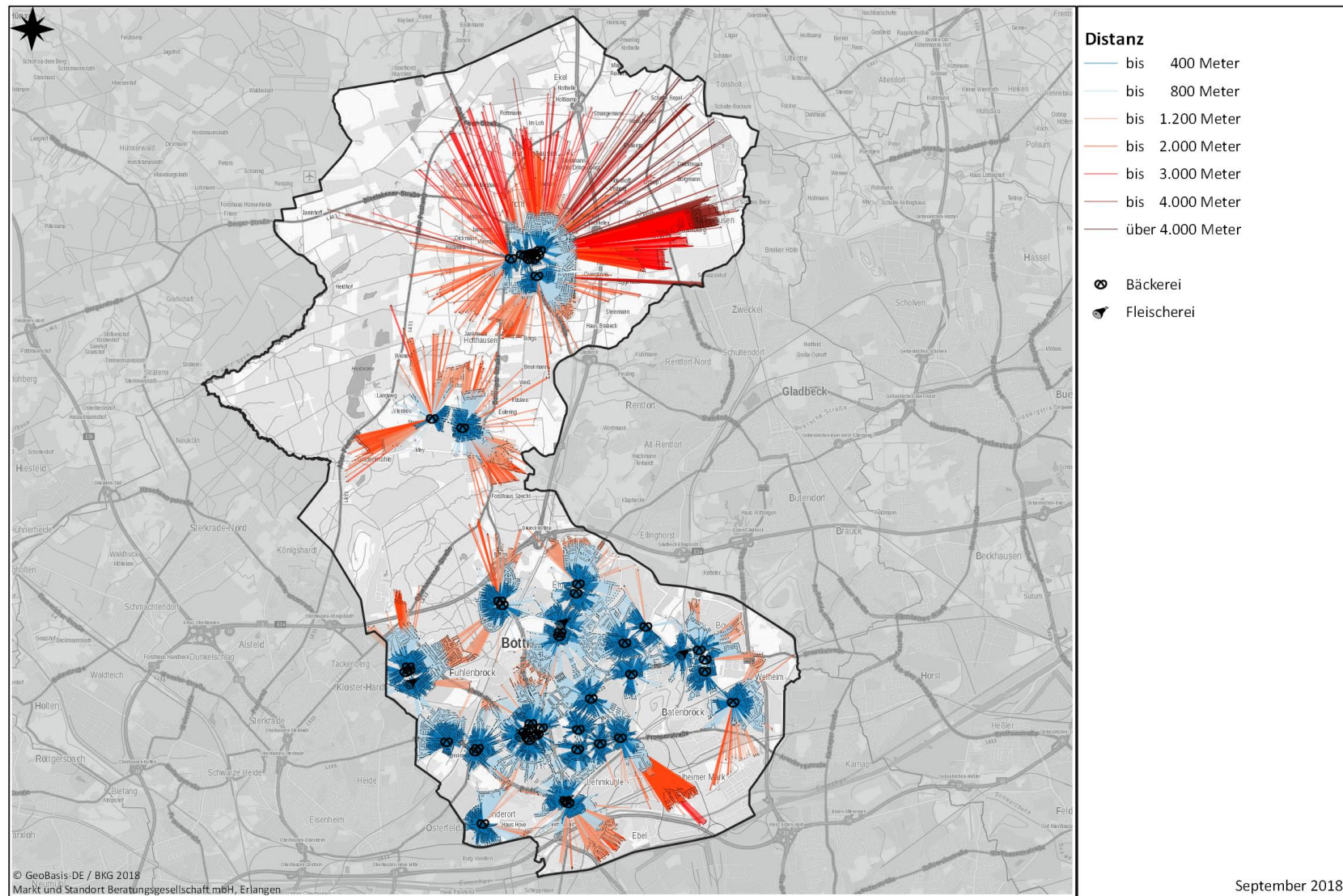
¹⁷ Potenziale und Bestandsdaten sowie die Grundlagen des Verbraucherverhaltens wurden in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben. Sie sind die Grundlage für die folgenden Analysen und Bewertungen der Nahversorgungssituation.

¹⁸ Die Distanzmessung erfolgt über Luftliniendistanzen, die in der Regel größere Entfernungen ergibt, als dies bei der Verwendung der tatsächlichen Distanzen im Verkehrsnetz der Fall ist. Im Einzelfall könnten extreme Abweichungen zwischen Luftlinie und echter Distanz auftreten. Dies ist allerdings nur in sehr ausgedünnten Verkehrs-

netzen oder bei topographischen Barrieren, wie Flussläufen, Bergen und Schluchten oder anderen Hindernissen der Fall. Topographische Hindernisse im genannten Sinne sind in Bottrop kaum maßgeblich. Im Verdichtungsraum ist das Verkehrsnetz extrem dicht. Das trifft selbst noch für den Norden des Stadtgebietes Bottrops zu. Insofern ist eine Differenz zwischen Luftlinie und Echtdistanz zwar gegeben, aber zum einen ist sie nicht sehr groß und zum anderen weist sie nur geringe Schwankungen im Stadtgebiet auf.



Abbildung 28 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Gesamtstadt

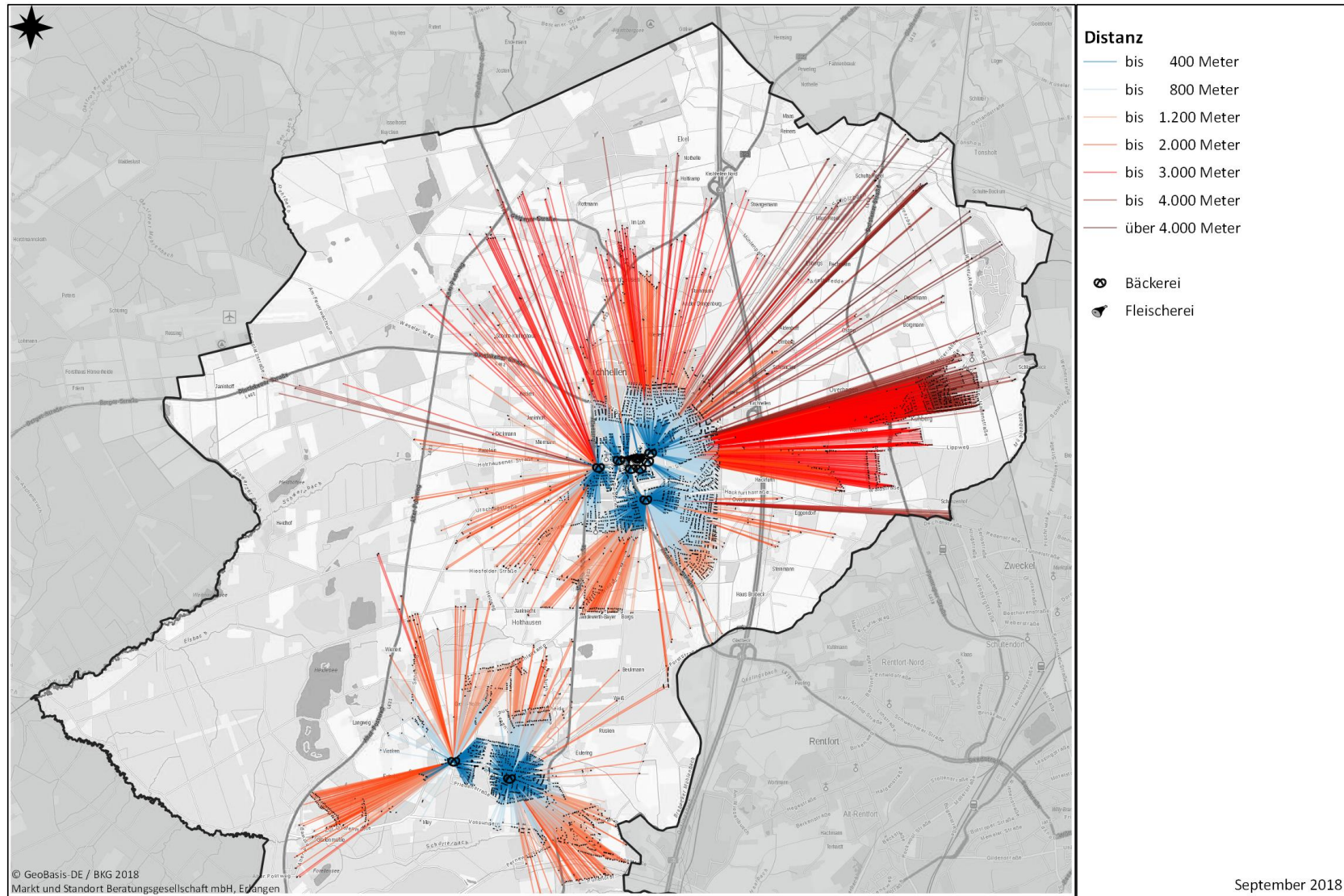


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 29 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Bottrop-Nord



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 30 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Bottrop-Süd

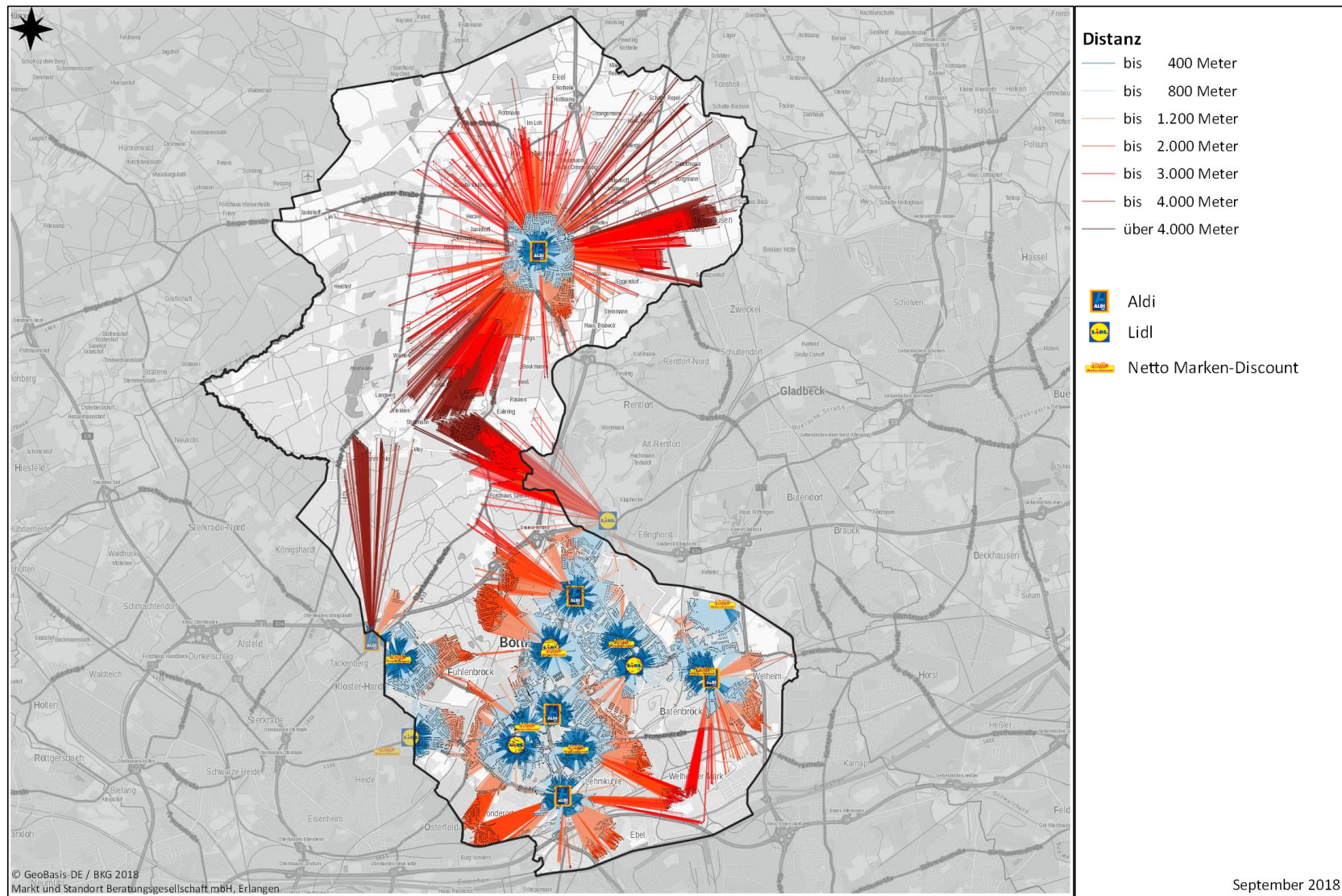


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 31 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Gesamtstadt

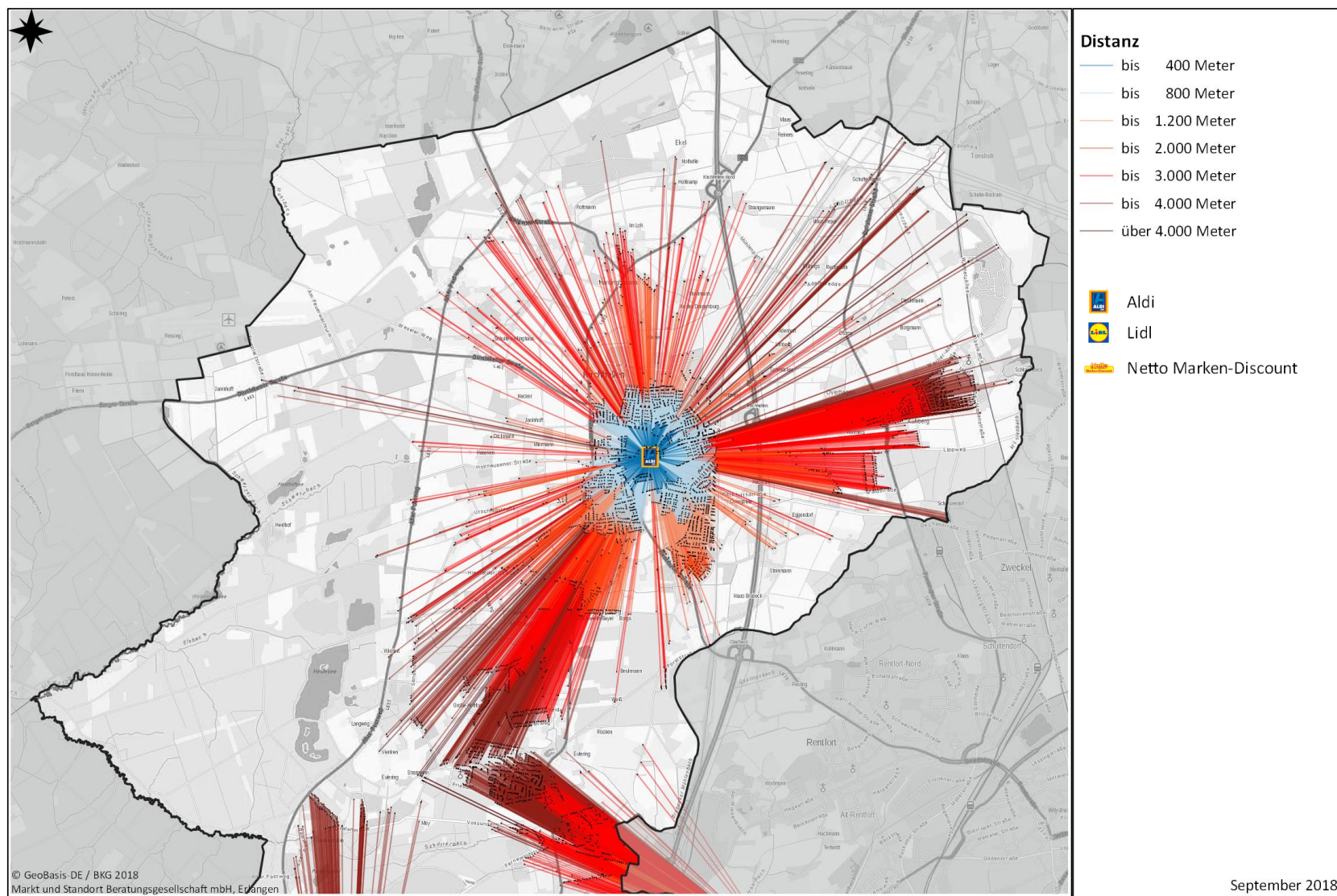


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 32 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Bottrop-Nord



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 33 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Bottrop-Süd

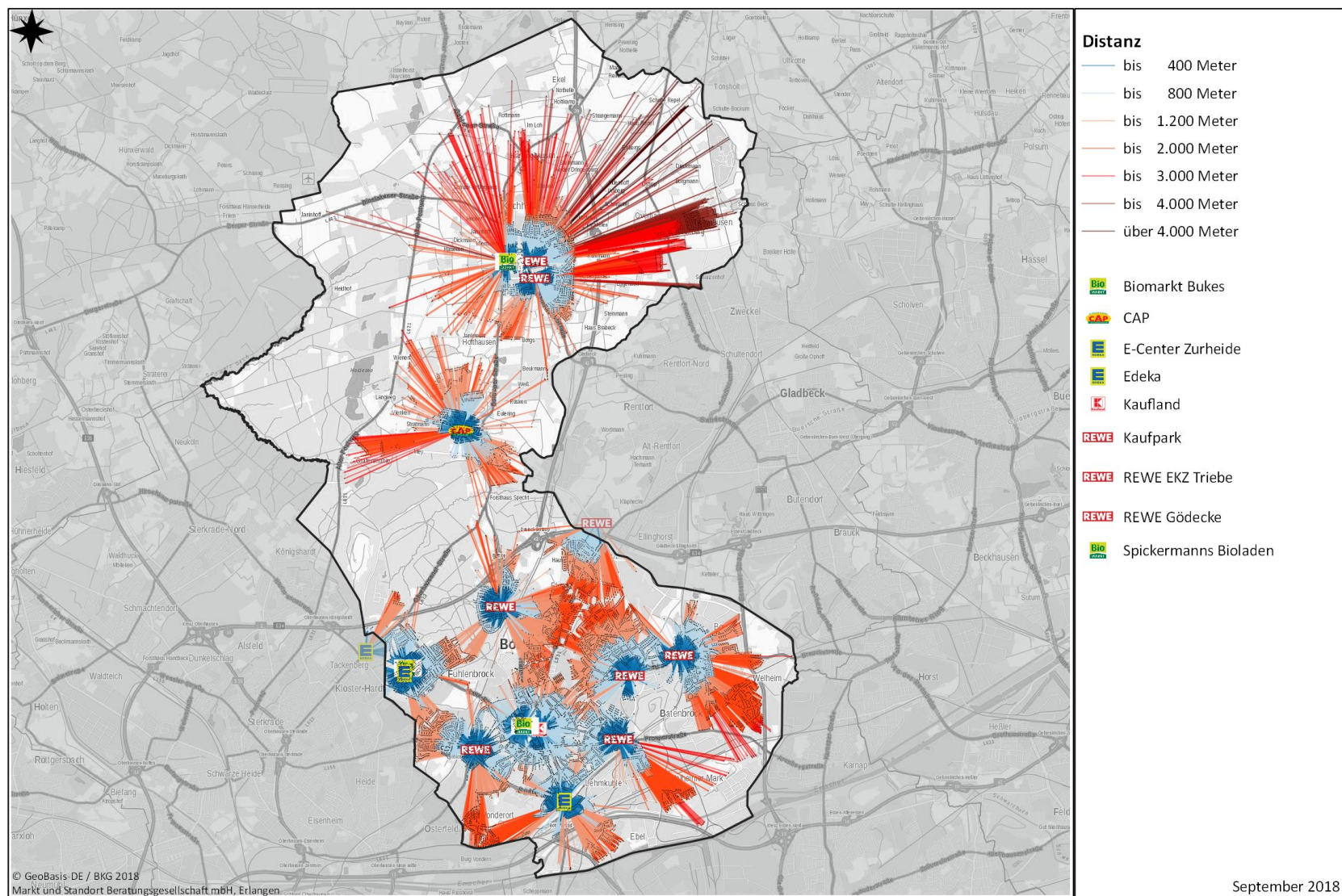


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 34 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Gesamtstadt

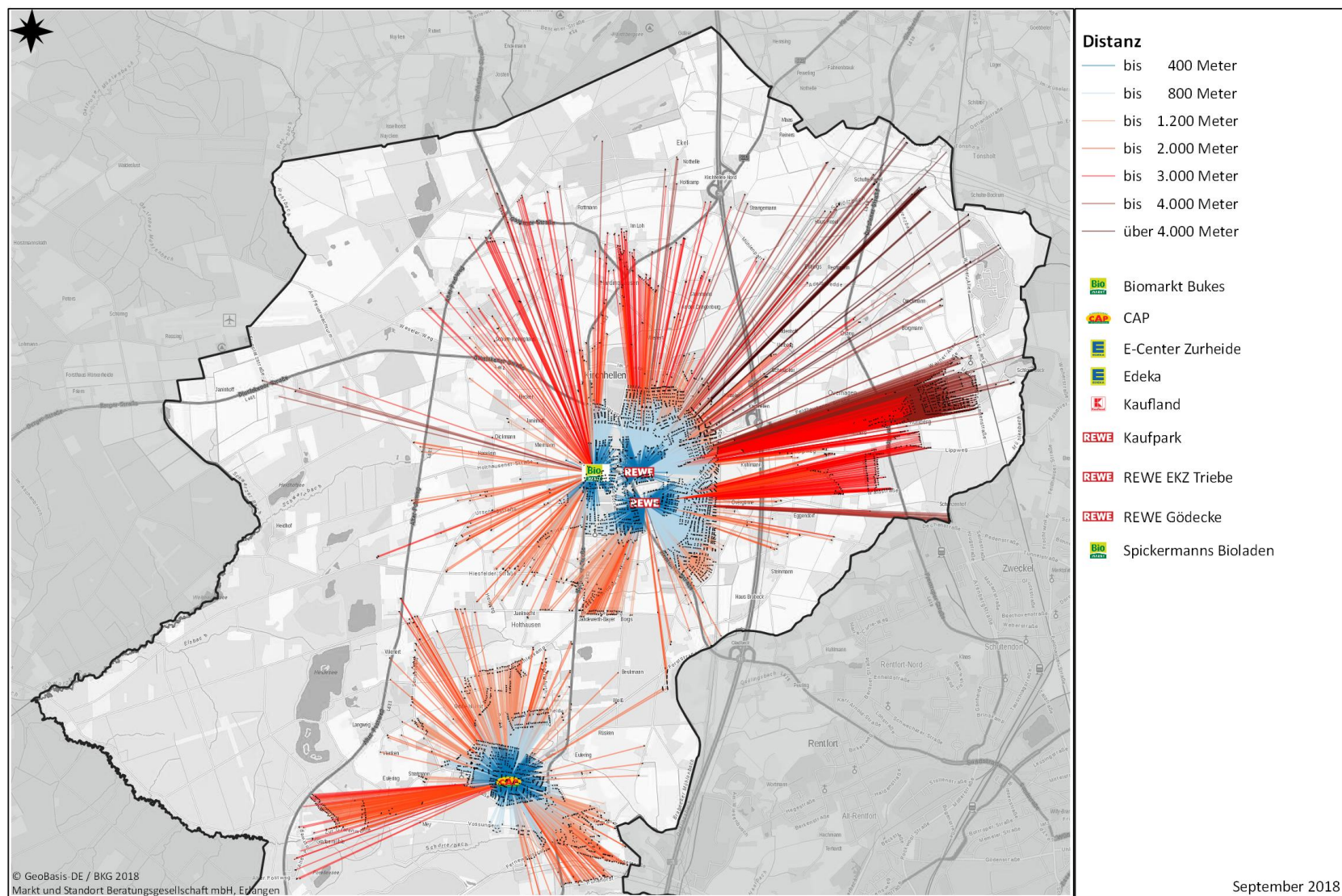


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 35 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Bottrop-Nord

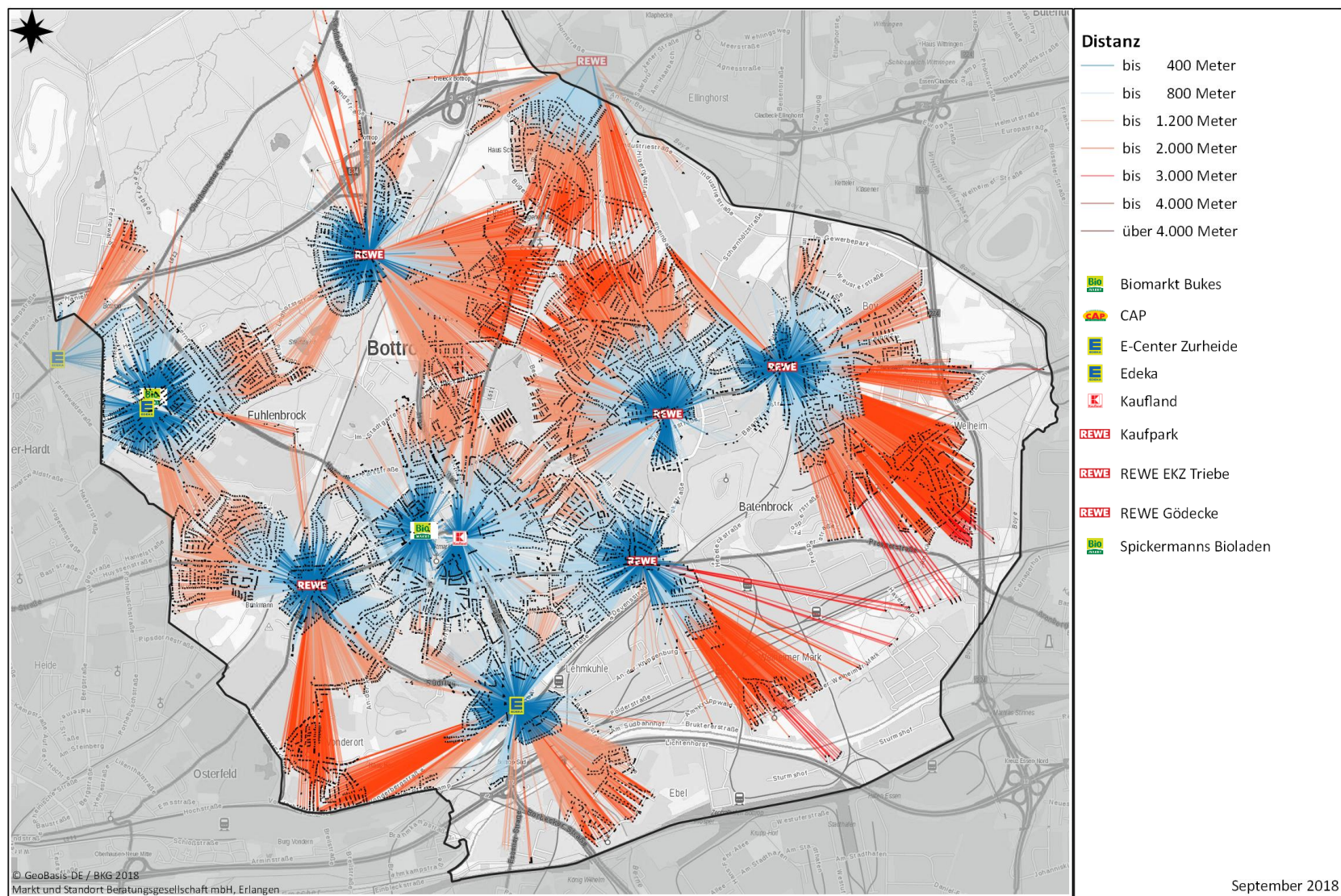


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 36 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Bottrop-Süd

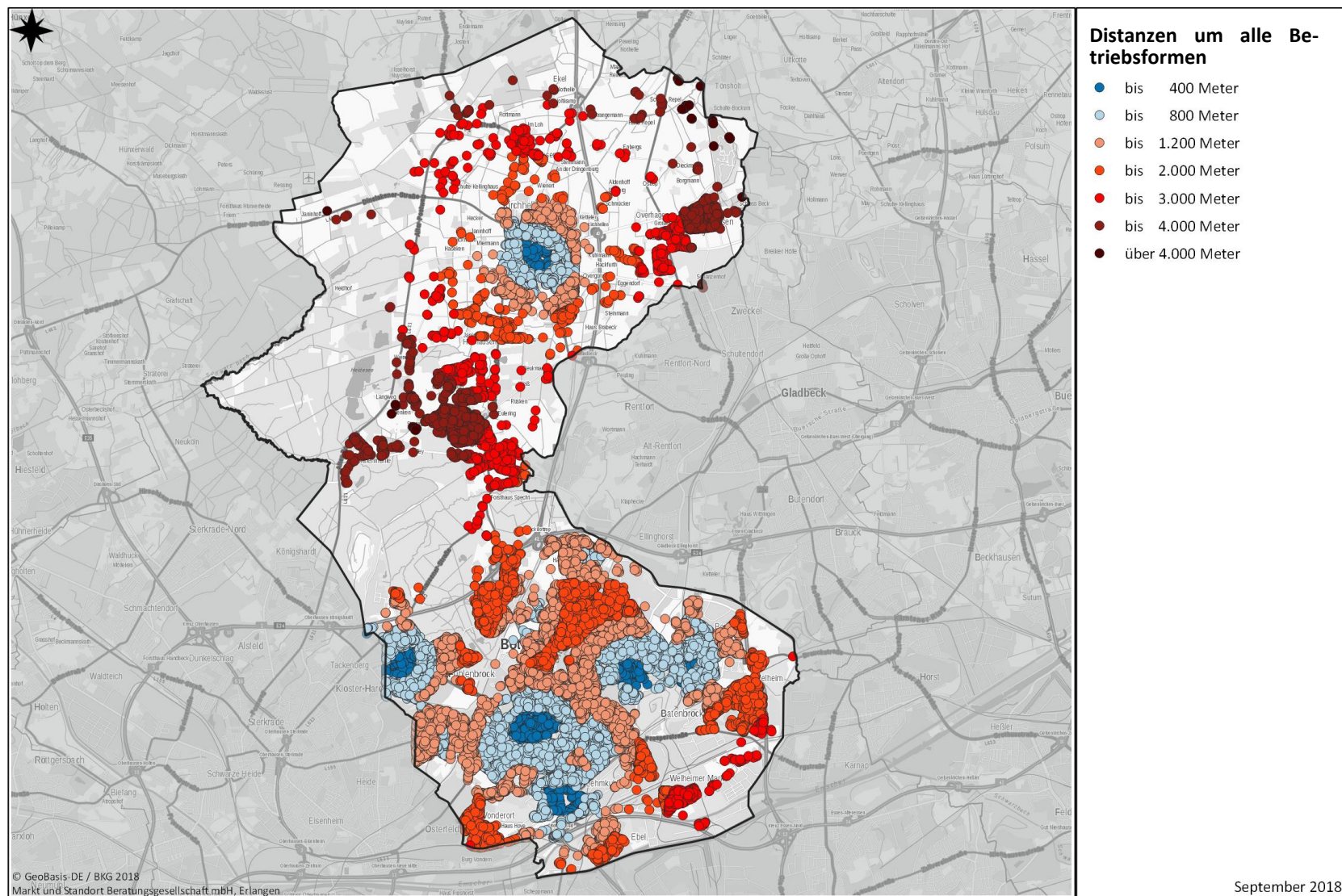


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 37 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Gesamtstadt

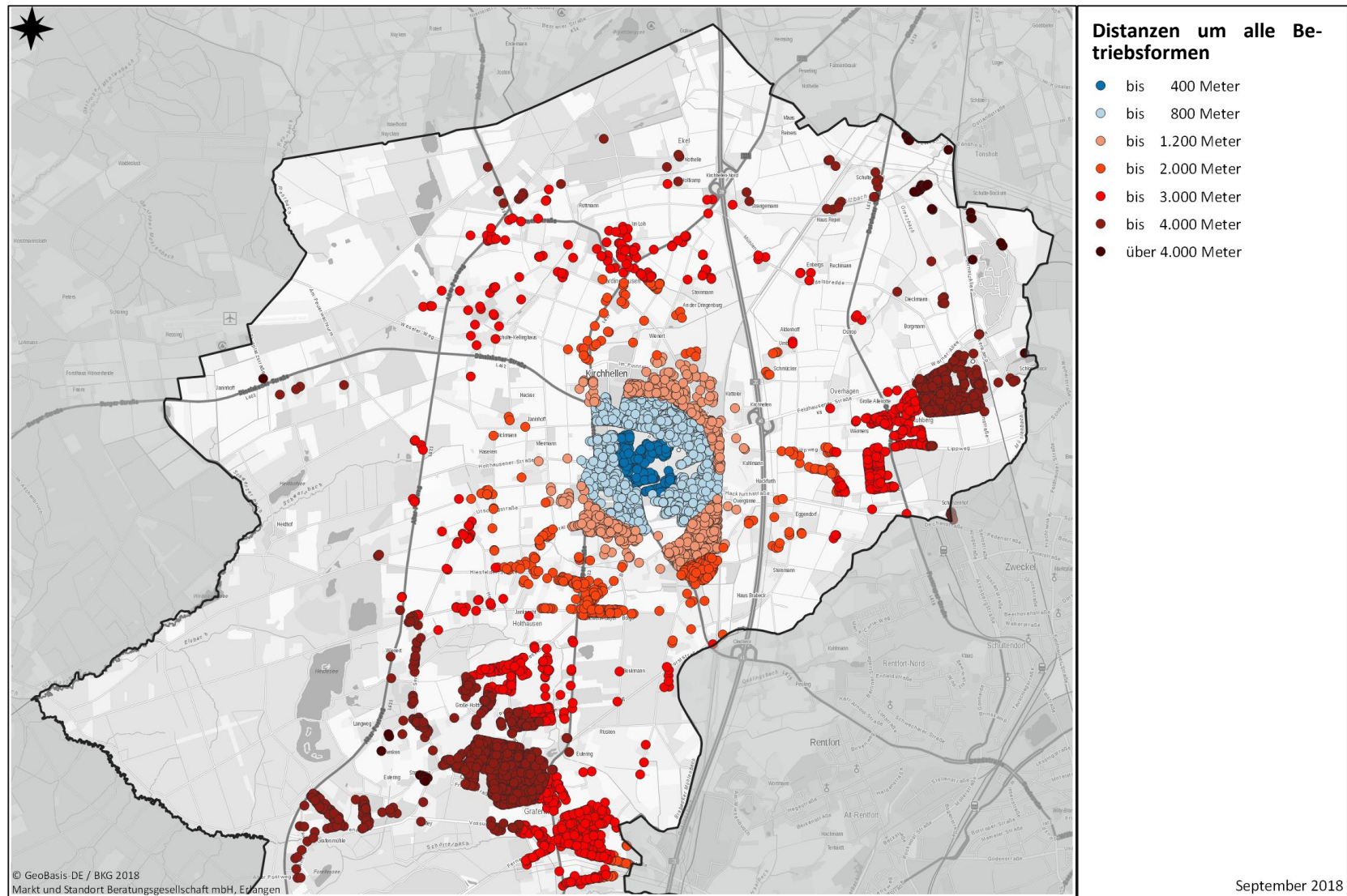


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 38 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Bottrop-Nord

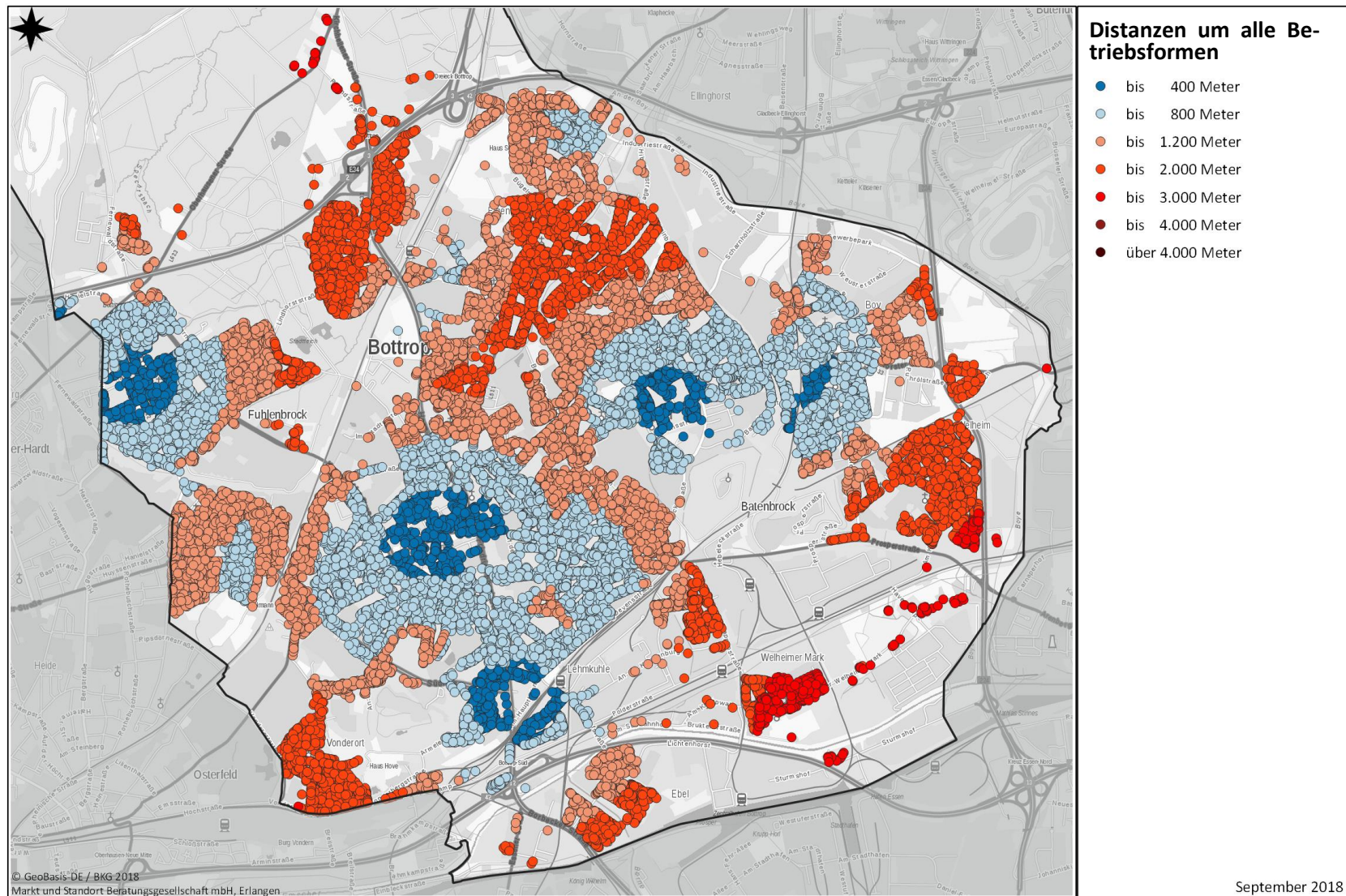


Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





Abbildung 39 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Bottrop-Süd



Quelle: eigene Darstellung, Erhebungen und Berechnungen





F.2 Gebiete mit Handlungsbedarf für die Nahversorgung in Bottrop

Aus den Abbildungen zur Distanzanalyse lassen sich in der Zusammenfassung die Problemgebiete der Nahversorgung herausarbeiten.

F.2.1 Unvollständige Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen

Der erste Aspekt ergibt sich durch Unterversorgungssituationen, die durch unvollständige Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen entstehen. Gleichzeitig können umliegende Solitärstandorte die Bewertung verbessern, weil sie quasi als „Ersatz“ für ein fehlendes Angebot im zentralen Versorgungsbereich einspringen. Dies ist eine konzeptionell widersprüchliche Entwicklung, die aufgrund des Bestandsschutzes seine nicht abwendbaren Wirkungen entfaltet. Betroffen von einer solchen Situation ist beispielsweise der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, in dem ein unzureichendes Lebensmitteldiscounterangebot (ein kleiner Netto) durch die unmittelbar benachbarten Standorte von Aldi in der Horster Straße und Lidl in Peterstraße ausgeglichen wird.

Das Nebenzentrum Eigen gehört in die Kategorie der unvollständig ausgestatteten zentralen Versorgungsbereiche, in dem ein Vollsortimenter fehlt. Auch das Nahversorgungszentrum Stadtwald, in dem kein Discounterangebot ansässig ist, ist hier zu nennen. Das Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße¹⁹ ist betroffen, weil neben dem Rewe Standort kein weiteres großflächiges Angebot vorhanden ist. Hier wird allerdings durch die Nähe zum Solitärstandort Lidl, Peterstraße die Versorgungsproblematik abgemildert.

Tabelle 12 Zentrale Versorgungsbereiche mit fehlenden Betriebsformen

Zentraler Versorgungsbereich	Fehlender Betriebstyp
Eigen	Lebensmittelvollsortimenter
Stadtwald	Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt
Fuhlenbrock	Drogeriemarkt
Batenbrock-Nord	Drogeriemarkt

¹⁹ Wobei hier ohnehin die Einstufung zum Nahversorgungszentrum im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2012 aufgehoben wird, weil es nur die definitorischen Voraussetzungen für einen solitären Nahversorgungsstandort

Die offensichtlichen Angebotsmängel sind im Falle einer Realisierungsplanung im Einzelfall auf ihre passende Dimensionierung und die zu erwartenden städtebaulichen Wirkungen zu untersuchen. Baurechtliche Voraussetzungen sind, unabhängig von den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes, zu beachten bzw. zu schaffen.

Darüber hinaus enthebt diese Tabelle nicht von der Aufgabe, weitere individuelle Vervollständigungen der zentralen Versorgungsbereiche mit Nahversorgungsangeboten zu prüfen und deren Realisierung zu befördern. Letztlich sind die zentralen Versorgungsbereiche die „Wunschstandorte“ für solche, auch großflächigen, Entwicklungen in der Nahversorgung.

F.2.2 Fehlende Nahversorgungsangebote

Der zweite Aspekt stellt das völlige Fehlen von adäquaten Nahversorgungseinrichtungen dar. Das ist für die Gebiete Vonderort, Welheimer Mark, Welheim, Grafenwald und Kuhberg/Feldhausen der Fall. Einige der Gebiete verfügen nicht über ein ausreichendes Marktpotenzial für eine großflächige Versorgung (Vonderort, Welheimer Mark, Kuhberg/Feldhausen). Hier sind kleinteilige Versorgungsansätze (vom Bauernladen zum CAP-Markt) erforderlich, die teilweise schon ansässig sind. Für das Gebiet Grafenwald allerdings ist der ansässige CAP-Markt als einziger größerer Versorger nicht ausreichend.

Tabelle 13 Gebiete ohne oder unzureichender fußläufiger Nahversorgung

Gebiete/Stadtteile	Einwohner im fußläufigen Umfeld	Empfehlung
Vonderort	3.000	Unzureichendes Potenzial für solitären Standort, Kleinalternativen prüfen
Welheimer Mark	1.300	Unzureichendes Potenzial für solitären Standort, Kleinalternativen prüfen
Welheim	4.600	Ausreichendes Potenzial für Solitärstandort, Standortmöglichkeiten prüfen
Kuhberg/Feldhausen	2.000	Unzureichendes Potenzial für solitären Standort, Kleinalternativen prüfen
Grafenwald	5.000	Ausreichendes Potenzial für Solitärstandort, Standortmöglichkeiten prüfen

erfüllt und eine Entwicklung hin zum Status Nahversorgungszentrum aufgrund fehlender und nicht beizubringender Flächenpotenziale nicht möglich ist.





F.2.3 Modernisierungsbedarf der Nahversorgungsangebote

Der dritte Aspekt einer problematischen Versorgung stellt die Leistungsfähigkeit der ansässigen Versorger dar. Diese ist in der kombinierten Distanz und Betriebsformenanalyse nicht enthalten, gehört allerdings zum Gesamtbild dazu.

In den Kapiteln F2 bis F4 wird die jeweilige absatzwirtschaftliche und städtebauliche Situation analysiert und der entsprechende Handlungsbedarf (auch Modernisierungsbedarf) erläutert.

Tabelle 14 Nahversorgungsbetriebe mit Modernisierungsbedarf in Bottrop

Betrieb	Lage	Lageeinstufung	Empfehlung
Edeka	NZ Fuhlenbrock	ZV	Erweiterung erforderlich
Rewe	Osterfelder Straße	SNaB	Erweiterung und Standortoptimierung erforderlich
Rewe Kaufpark	NVZ Stadtwald	ZV	Erweiterung und Standortoptimierung erforderlich
Rewe	NVZ Batenbrock-Nord	ZV	Standortoptimierung, evtl. Erweiterung
Rewe	Batenbrock-Süd	SNaB	Standortaufwertung
Netto	Gladbecker Str.	SNpB	Standortaufwertung, Erweiterung nicht möglich
Netto	Johannesstr.	SNpB	Erweiterung nicht möglich
Aldi	Gungstraße	SNpB	Erweiterung nicht möglich
Aldi	NVZ Süd/Bahnhof	ZV	Erweiterung bei Bedarf
Lidl	Peterstr.	SNpB	Erweiterung nicht möglich
Aldi	Horster Str.	SNpB	Erweiterung nicht möglich
Rewe	NZ Kirchhellen.	ZV	Erweiterung bei Bedarf
Rewe	NZ Boy	ZV	Erweiterung bei Bedarf

ZV = zentraler Versorgungsbereich,

SNaB = Solitärere Nahversorgungstandort mit aktivem Bestandsschutz,

SNpB = Solitärere Nahversorgungstandort mit passivem Bestandsschutz





G Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bottrop

G.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum)

Die Innenstadt Bottrops ist das unangefochtene Zentrum für Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote im Stadtgebiet. Hier ist die stärkste Konzentration von publikumswirksamen Betrieben, die alle Bedarfsstufen mit Gütern und Dienstleistungen bietet. Die Dichte und Vielfalt des Angebotes, sowohl in Bezug auf die Sortimente und Dienstleistungen als auch im Hinblick auf die Betriebsgrößenstrukturen und Absatzformen, erzeugt Agglomerationsvorteile, die kein anderer Standort im Stadtgebiet bieten kann.

G.1.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt nach den beschriebenen Kriterien (vergl. Kapitel I.3.1). Maßgeblich sind die Verteilung und Dichte des Betriebsbesatzes mit Einzelhandel und Dienstleistungen. Ausgangspunkt für die aktuelle Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ist die vorliegende Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA).

Zum Teil ergeben sich Grenzen durch topographische Gegebenheiten wie die vier-spurig ausgebauten Verkehrsachsen der Peterstraße/Prosperstraße im Westen und Süden sowie die Friedrich-Ebert-Straße im Osten. Aufgrund des fehlenden Geschäftsbesatzes sind die Baublöcke südlich der Pfarrstraße (einschließlich Verlängerung nach Osten bis zur Friedrich-Ebert-Straße) und östlich der Adolf-Kolping-Straße nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Die Verkehrsachse Horster Straße/Osterfelder Straße durchquert den zentralen Versorgungsbereich in Ost-West-Richtung. Der Bereich nördlich dieser Verkehrsachse gehört bis zum Verlauf der Böckenhoffstraße, Moltkestraße, wobei hier die Wohnhäuser des Baublocks, in dem sich Rathaus und Saalbau befinden, ausgeschlossen sind, sowie dem östlichen Teil der Droste-Hülshoff-Straße zum zentralen Versorgungsbereich. Straßenzüge mit dichtem Einzelhandelbesatz finden sich südlich der Osterfelder Straße in der Hochstraße, der Hansastrasse sowie im Bereich der

Poststraße und dem Kirchplatz. Der Berliner Platz, südlich des ZOB, ist durch das Geschäftsgebäude mit Kaufland und dem gegenüberliegenden derzeit noch geschlossenen Hansa-Center ein zentraler Platz, der seine volle Attraktivität aber erst nach Wiedereröffnung des Hansa-Centers erreichen wird.

Nördlich der Verkehrsachse Osterfelder Straße/Horster Straße finden sich insbesondere in der Kirchhellener Straße und der Gladbecker Straße dichter Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz.

Eine räumliche Nutzungsspezialisierung, die auch Merkmal zentraler Versorgungsbereiche ist, kann für die abgegrenzten Einkaufslagen (vergl. Kapitel G.1.1) bezüglich des Einkaufs, für den östlichen Abschnitt der Gladbecker Straße bis zur Friedrich-Ebert-Straße als Gastronomiemeile, für den gesamten Bereich um Rathaus und Saalbau als Verwaltungsquartier sowie für die Hochstraße mit ihrem dichten Besatz an Arztpraxen und medizinischen Dienstleistern in den Obergeschoss als Gesundheitsmeile identifiziert werden.

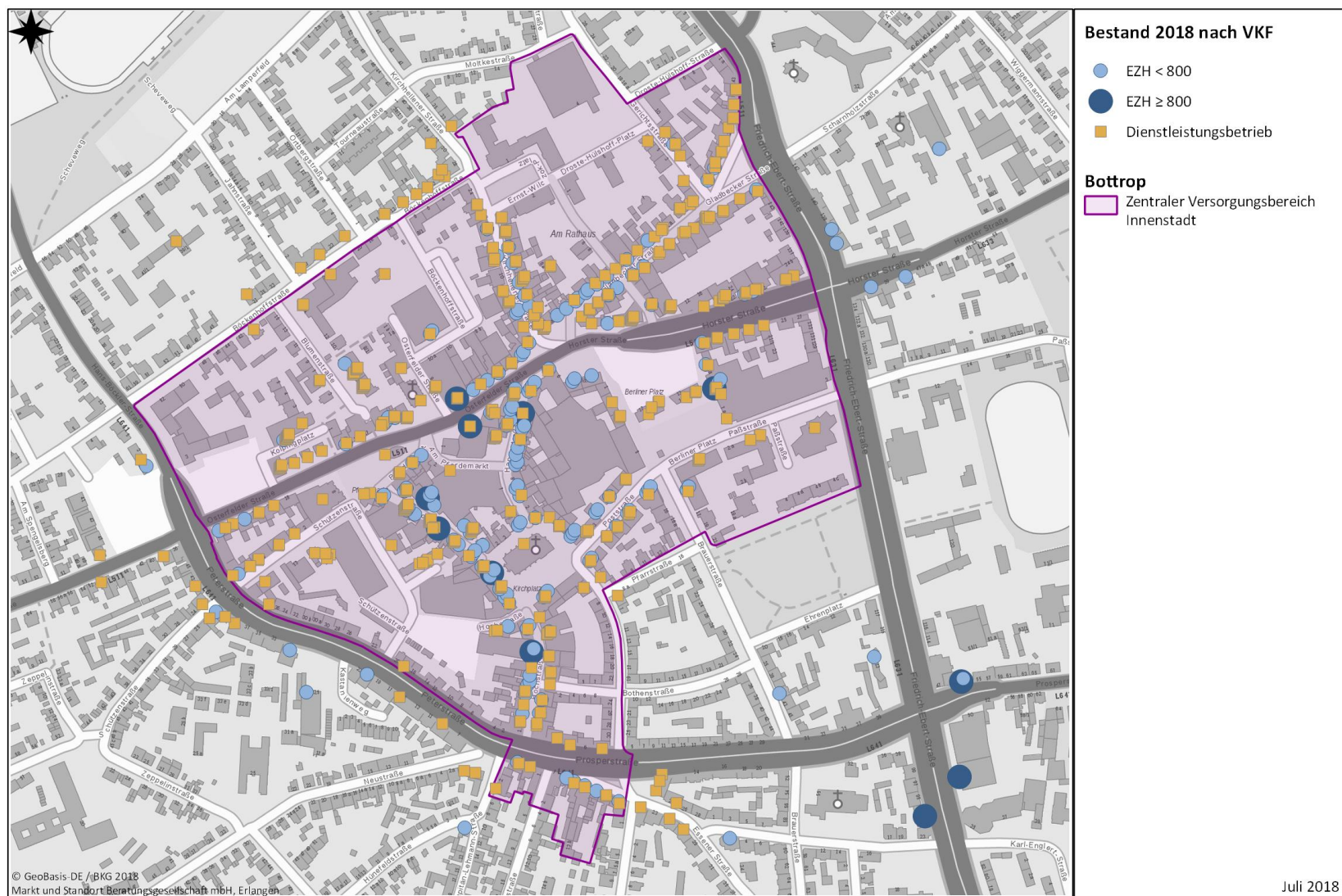
Die Besonderheit der Abgrenzung im Bereich der nördlichen Kapitän-Lehmann Straße, Bergstraße, Bogenstraße und des Abzweigs der Essener Straße von der Peterstraße, die 2012 aufgrund des dortigen räumlich konzentrierten Betriebsbesatzes südlich der Peterstraße abgegrenzt wurde, wurde aktuell beibehalten. Der Betriebsbesatz ist sowohl in Bezug auf Einzelhandels- als auch auf Dienstleistungsbetriebe noch dicht und hebt sich von den Lagen der südlichen Peterstraße deutlich ab.

Parkhäuser und sonstige zentrale Parkierungseinrichtungen und -standorte sind konzentriert innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt ansässig. Der zentrale ZOB am Berliner Platz erhöht die gute Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Die Trennwirkung der querenden Verkehrsachse Osterfelder Straße, Horster Straße kann nicht zu einer Veränderung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches führen. Zum einen sind ausreichende zentrale Einrichtungen nördlich dieser Achse ansässig und zum anderen ist die Trennwirkung dieser Achse durch die großzügigen Fußgängerübergänge in den Bereichen Pferdemarkt,



Abbildung 40 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





Mensing, Hansasträße/Kirchhellener Straße sowie Luise-Hensel-Straße und ZOB stark gemildert. Die fußläufigen Übergänge sind signalgeregelt und mit großzügigen Übergangszeiten für die Fußgänger ausgestattet.

G.1.2 Betriebsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

Im Rahmen der aktualisierten Erhebung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes wurden im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 158 Einzelhandelsbetriebe und 470 Dienstleistungsbetriebe erfasst.

Die Verkaufsfläche in der Innenstadt summiert auf 31.000 qm.

Tabelle 15 Dienstleistungsbetriebe im ZVB Innenstadt

Dienstleistungsbranche	Anzahl der Betriebe	Anteil im ZVB in v.H.	Anteil an allen ZVB in v.H.
Gastronomie, Hotellerie	55	11,7	53,9
Gesundheitswesen	100	21,3	49,3
Dienstleistungshandwerk	50	10,6	54,9
Kultur, Freizeit, Bildung und Unterhaltung	49	10,4	65,3
Finanzdienstleistungen	91	19,4	61,1
Öffentliche Verwaltung	18	3,8	90,0
Sonstige Dienstleister	52	11,1	66,7
Sonstige Büroflächen	2	0,4	100,0
Leerstände	24	5,1	53,3
Sonstige	29	6,2	48,3
Gesamt	470	100,0	57,0

Quelle: Eigene Erhebung

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind insgesamt 470 Dienstleistungsbetriebe ansässig. Der größte Anteil gehört mit 21,3% Anteil zum Gesundheitswesen. Dies sind auch 49,3% aller Betriebe des Gesundheitswesens, die in den zentralen Versorgungsbereichen Bottrops erfasst wurden.

Mit insgesamt 57% der Dienstleistungsbetriebe aller zentralen Versorgungsbereiche in Bottrop ist die Innenstadt mit großem Abstand der bedeutendste Standort für die publikumsorientierte Dienstleistungsbranche.

G.1.2.1 Verkaufsflächen, Umsätze und Entwicklung

Der Schwerpunkt des Angebotes liegt im persönlichen Bedarf und hier bei Bekleidungsangeboten. Aufgrund des großen Kaufland-Standortes am Berliner Platz und auch anderer Anbieter verfügt die Innenstadt über eine wesentliche Nahversorgungsfunktion.

Tabelle 16 Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Verkaufsflächen)

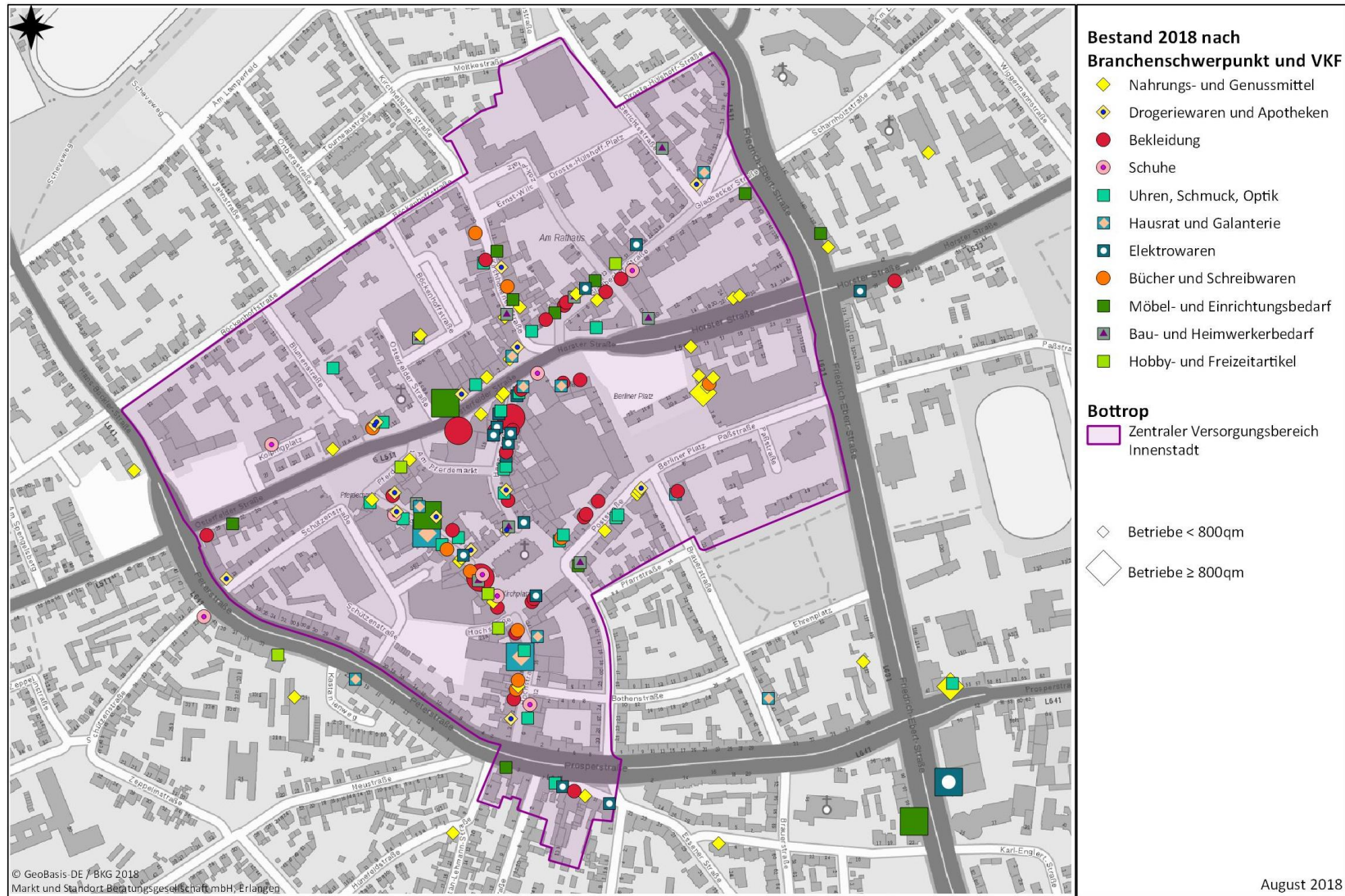
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm
Lebensmittel	28	7.035
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	15	2.785
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	9	400
Periodischer Bedarf	52	10.220
Bekleidung	30	8.195
Schuhe	8	2.475
Uhren, Schmuck, Optik	22	1.055
Persönlicher Bedarf	60	11.725
Haushaltswaren, GPK	8	2.125
Elektrowaren	14	720
Bücher, Schreibwaren	5	1.330
Möbel und Einrichtungsbedarf	10	2.990
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	5	780
Spiel, Sport, Hobby	4	1.110
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	46	9.055
Aperiodischer Bedarf	106	20.780
Einzelhandel	158	31.000

Quelle: eigene Erhebungen 2018





Abbildung 41 Einzelhandelsbestand Innenstadt nach Sortimenten



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung





Auch der übrige aperiodische Bedarf erreicht mit 9.055 qm Verkaufsfläche eine erhebliche Konzentration in der Innenstadt. Hier sind vorzugsweise die Verkaufsflächen mit Haushaltswaren, Glas und Porzellan sowie mit Einrichtungsbedarf zu nennen. Der Einzelhandel mit Elektrowaren ist in der Innenstadt unterbesetzt.

Tabelle 17 Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Umsätze)

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz 2018 in Mio. €
Lebensmittel	7.035	36,7
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	2.785	20,2
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	400	1,4
Periodischer Bedarf	10.220	58,3
Bekleidung	8.195	23,3
Schuhe	2.475	7,4
Uhren, Schmuck, Optik	1.055	5,9
Persönlicher Bedarf	11.725	36,5
Haushaltswaren, GPK	2.125	4,7
Elektrowaren	720	2,6
Bücher, Schreibwaren	1.330	4,8
Möbel und Einrichtungsbedarf	2.990	5,2
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	780	1,4
Spiel, Sport, Hobby	1.110	2,9
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	9.055	21,6
Aperiodischer Bedarf	20.780	58,1
Einzelhandel	31.000	116,4

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Der Einzelhandel der Innenstadt Bottrops erzielt einen Umsatz von 116,4 Mio. € im Jahr 2018. 58,3 Mio. € werden mit dem Verkauf von Sortimenten des periodischen Bedarfs erzielt. Dies sind 43% des gesamten Innenstadtumsatzes. Die Verkaufsflächenanteile des periodischen Bedarfs erreichen nur 27% der gesamten

Verkaufsfläche. Die Differenz zwischen dem Umsatzanteil und dem Verkaufsflächenanteil im periodischen Bedarf erklärt sich durch die hohen Flächenleistungen (5.704 € je qm), vor allem des Lebensmitteleinzelhandels, im Vergleich zum aperiodischen Bedarf (2.797 € je qm) in der Innenstadt.

Tabelle 18 Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 2011 bis 2018

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand		Veränderung	
	2011	2018	2011 bis 2018	
Sortimentsgruppe	Anzahl Be- triebe	Anzahl Betriebe	Be- triebe abs.	Betriebe in v.H.
Lebensmittel	30	28	-2	-6,7%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	23	15	-8	-34,8%
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	10	9	-1	-10,0%
Periodischer Bedarf	63	52	-11	-17,5%
Bekleidung	43	30	-13	-30,2%
Schuhe	8	8	0	0,0%
Uhren, Schmuck, Optik	22	22	0	0,0%
Persönlicher Bedarf	73	60	-13	-17,8%
Haushaltswaren, GPK	12	8	-4	-33,3%
Elektrowaren	18	14	-4	-22,2%
Bücher, Schreibwaren	6	5	-1	-16,7%
Möbel und Einrichtungsbedarf	8	10	2	25,0%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	6	5	-1	-16,7%
Spiel, Sport, Hobby	7	4	-3	-42,9%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	57	46	-11	-19,3%
Aperiodischer Bedarf	130	106	-24	-18,5%
Einzelhandel	193	158	-35	-18,1%

Quelle: eigene Erhebungen, CIMA (2012)



Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist in der Innenstadt von Bottrop seit 2011 (CIMA) deutlich zurückgegangen. Von 193 Betriebe ist sie auf 158 Betriebe gesunken. Dies sind 35 Betriebe bzw. 18,1% weniger als zum Ausgangszeitpunkt (2011).

Tabelle 19 Entwicklung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 2011 bis 2018

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand		Veränderung	
	2011	2018	2011 bis 2018	
Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche in qm	Verkaufsfläche in qm	VKF abs.	VKF v.H.
Lebensmittel	7.665	7.035	-630	-8,2%
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	3.260	2.785	-475	-14,6%
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	390	400	10	2,6%
Periodischer Bedarf	11.315	10.220	-1.095	-9,7%
Bekleidung	13.690	8.195	-5.495	-40,1%
Schuhe	2.415	2.475	60	2,5%
Uhren, Schmuck, Optik	1.270	1.005	-215	-16,9%
Persönlicher Bedarf	17.375	11.725	-5.650	32,5%
Haushaltswaren, GPK	2.365	2.125	-240	-10,1%
Elektrowaren	1.830	720	-1.110	-60,7%
Bücher, Schreibwaren	1.630	1.330	-300	-18,4%
Möbel und Einrichtungsbedarf	1.740	2.990	1.250	71,8%
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	925	780	-145	-15,7%
Spiel, Sport, Hobby	2.350	1.110	-1.240	-52,8%
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	10.840	9.055	-1.785	-16,5%
Aperiodischer Bedarf	28.215	20.780	-7.435	-26,4%
Einzelhandel	39.530	31.000	-8.530	-21,6%

Quelle: eigene Erhebungen

Es zeigt sich doch eine negative Entwicklung der Verkaufsfläche in der Innenstadt von Bottrop. Seit 2011 gehen 8.530 qm Verkaufsfläche verloren, das sind 21,6% der ursprünglichen Verkaufsfläche. Der Verlust entfällt auf den periodischen Bedarf, wo insgesamt 1.095 qm abgängig sind. Der aperiodische Bedarf verliert insgesamt 1.785 qm, wobei der größte Anteil auf die Sortimentsgruppe Elektrowaren entfällt (1.110 qm), die 2011 vor allem auf Karstadt entfielen. Auch im Segment Spiel, Sport, Hobby gehen 1.240 qm Verkaufsfläche verloren. Hier entfallen 620 qm Verkaufsfläche auf Sportartikel und 420 qm auf Spielwaren im ehemaligen Karstadt Warenhaus. Letztlich resultiert der verbleibende Verkaufsflächenverlust aus der Karstadt-Schließung.

G.1.2.2 City Monitor

Der City Monitor untersucht die qualitativen Strukturen des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt. Dazu wird anhand einer standardisierten Checkliste, die derjenigen des Einzelhandelskonzeptes 2012 angeglichen wurde, jeder Betrieb vor Ort qualitativ bewertet. Die Ergebnisse ermöglichen die Einordnung des Einzelhandelsangebotes nicht nur nach Betriebstyp, Sortiment und Größe sondern auch in qualitativer Hinsicht.

Die Definition und Beschreibung der einzelnen Qualitätskategorien können aus dem Einzelhandelskonzept 2012 (Seite 47f) entnommen werden. Wegen der Vergleichbarkeit der Ergebnisse wurden diese für die Bewertung 2018 übernommen.

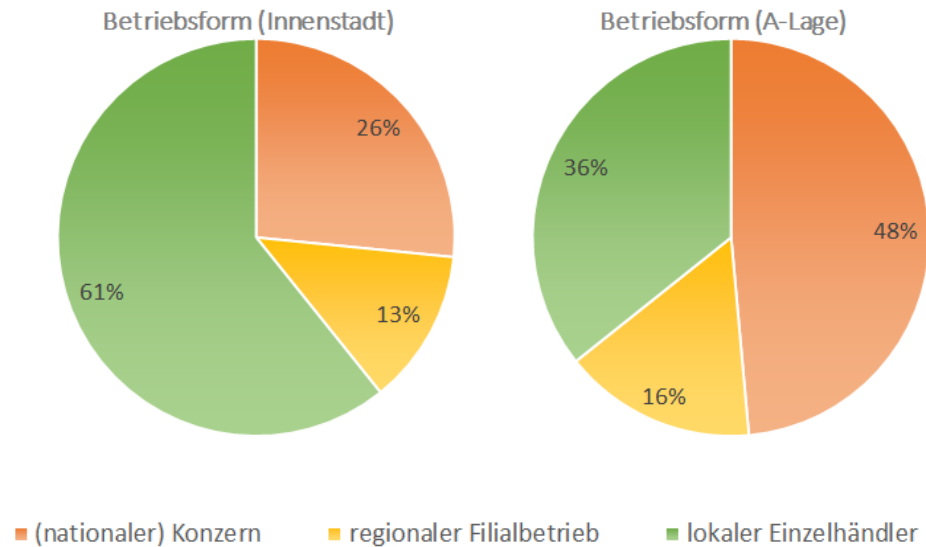
G.1.2.2.1 Betriebs- und Absatzformen

Betriebs- und Absatzformen bestimmen das Angebotsbild im zentralen Versorgungsbereich von Bottrop maßgeblich. Vorzugsweise der Filialisierungsgrad erlaubt Aussagen über die Attraktivität der Einkaufslage und die Anziehungskraft für die Verbraucher. Er ist auch Grundlage für die Analyse der Markenpräsenz in den Einkaufslagen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.





Abbildung 42 Betriebsformen in der Innenstadt und in der A-Lage



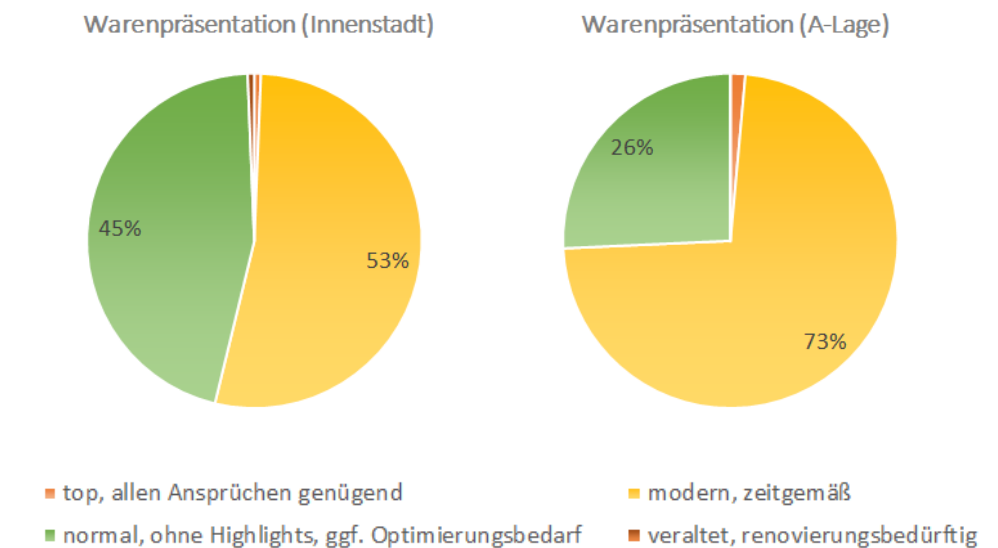
Der größte Teil der Einzelhändler im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind lokale Einzelhändler. Sie machen 61% aller Betriebe aus. 26% der ansässigen Betriebe gehören einem national tätigen Einzelhandelskonzern an (Filialisten) und weitere 13% wurden als regionale Filialisten eingestuft. Hier handelt es sich im Wesentlichen um Backverkaufsstellen, Metzgereifilialen oder Zweigstellen von Apotheken mit einem regional begrenzten Filialnetz.

Die Unterschiede zur A-Lage sind unverkennbar. In der A-Lage konzentrieren sich die nationalen und regionalen Filialisten. Nur 36% der Betriebe agieren als lokale Einzelhändler.

G.1.2.2.2 Ladeneinrichtung und Warenpräsentation

Die Selbstpräsentation der Einzelhandelsbetriebe ist weitgehend bodenständig. Exklusives, aber auch Veraltetes und nicht mehr Zeitgemäßes fehlt weitgehend in der Innenstadt von Bottrop. Die eine Hälfte der Betriebe zeigt sich in moderner und zeitgemäßer Aufmachung (53%), die andere Hälfte wird eine Bewertungsstufe tiefer als normal und ohne Highlights eingestuft. Die Selbstdarstellung der Innenstadtbetriebe hat somit eine nicht unerhebliche Tendenz zum eher Langweiligen, Durchschnittlichen und wenig Überraschenden.

Abbildung 43 Warenpräsentation und Ladengestaltung in der Innenstadt und in der A-Lage

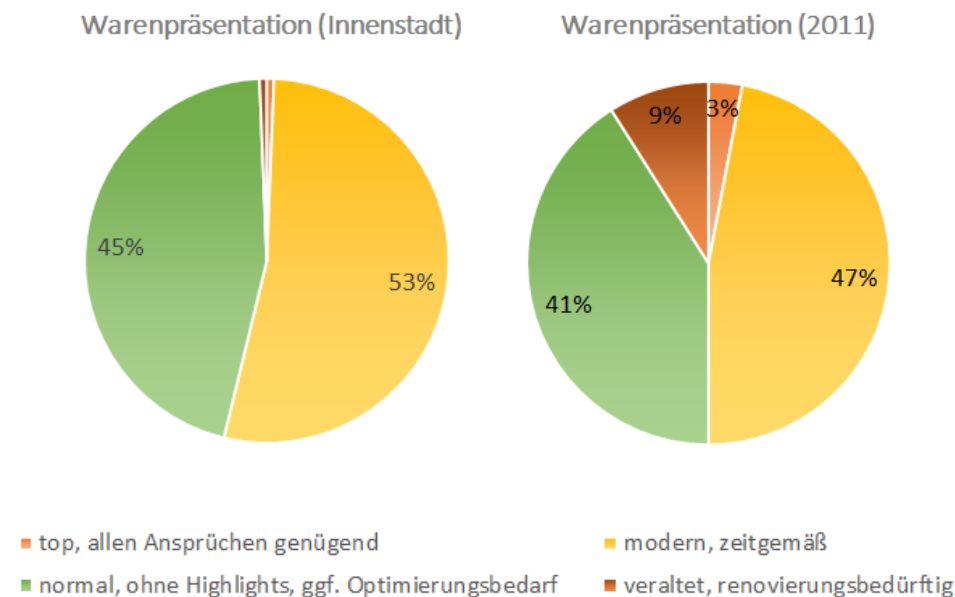


Für die A-Lage ergibt sich ein deutlich positiveres Bild. Hier entfallen immerhin 73% der Betriebe in die höhere Kategorie „modern, zeitgemäß“. Es ist demnach festzuhalten, dass sich die Highlights eher in der A-Lage als in den übrigen Lagen



der Innenstadt Bottrops finden. Ein Ergebnis, das man in dieser Verteilung, zieht man den Vergleich mit anderen Innenstädten, durchaus erwarten kann.

Abbildung 44 Warenpräsentation und Ladengestaltung in der Innenstadt 2011 und 2018



Quelle: eigene Erhebung und Darstellung, CIMA (2012)

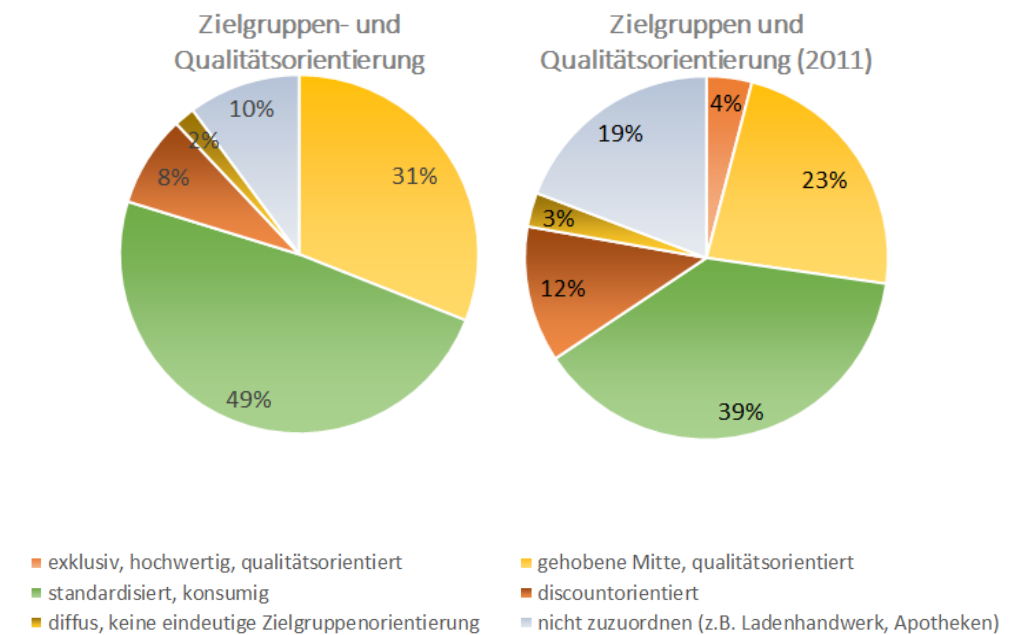
Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2011 ergeben sich hier nur geringe Unterschiede in der Verteilung der über- und unterdurchschnittlichen Bewertungskategorien. Der 2011 schon sehr geringe Teil der Top-Einstufung ist heute nicht mehr vorzufinden, allerdings auch die 9% veralteten und renovierungsbedürftigen Betriebe sind nicht mehr ansässig. Insofern hat sich in Bezug auf die Selbstdarstellung der Einzelhandelsbetriebe seit 2011 wenig verändert, nur die extrem bewerteten Betriebe sind abgängig. Es hat sich an den Einstufungen seit 2011

wenig verändert, was nicht bedeutet, dass in diesem Zeitraum nicht investiert wurde. In diesem Fall wäre der Anteil der veralteten bzw. renovierungsbedürftigen Betriebe noch gestiegen. Den Status Quo von 2011 zu erhalten, erfordert eben auch Investitionen des Einzelhandels.

G.1.2.2.3 Zielgruppen und Qualitätsorientierung

Der größte Teil der Betriebe in der Innenstadt konzentriert sich in Bezug auf die eigene Zielgruppe und Angebotsqualität auf die durchschnittlichen Kategorien wie „standardisiert, konsumig“ und „gehobene Mitte, qualitätsorientiert“.

Abbildung 45 Zielgruppen- und Qualitätsorientierung 2018 und 2011



Dieser „Durchschnittsblock“ ist von 62% in 2011 auf 80% in 2018 gestiegen. Exklusiv hochwertige Einstufungen kommen 2018 nicht mehr vor,



discountorientierte Betriebe sind leicht zurückgegangen. Der Anteil der nicht zu-
zuordnenden Betriebe ist 2018 um 9%-Punkte niedriger. Alles in allem deckt sich
das mit der Entwicklung der Warenpräsentation, die sich ebenfalls auf die middle-
Bewertungsstufen nivelliert hat.

G.1.2.2.4 Leerstände in Erdgeschosslagen in der Innenstadt (einzelhandelsrelevante Lagen)

Anzahl und Verteilung leerstehender Ladenlokale in der Innenstadt von Bottrop
geben wichtige Hinweise über den Entwicklungszustand und das funktionale Ge-
füge des zentralen Versorgungsbereiches. Die Präsenz von Leerständen bzw. die
Konzentration von Leerständen in bestimmten Lagen lässt Rückschlüsse auf funk-
tionale und strukturelle Probleme zu.

Eine eventuelle Vorschädigung der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen
Strukturen könnte in der Verteilung und dem Zustand der Leerstände erkannt
werden.

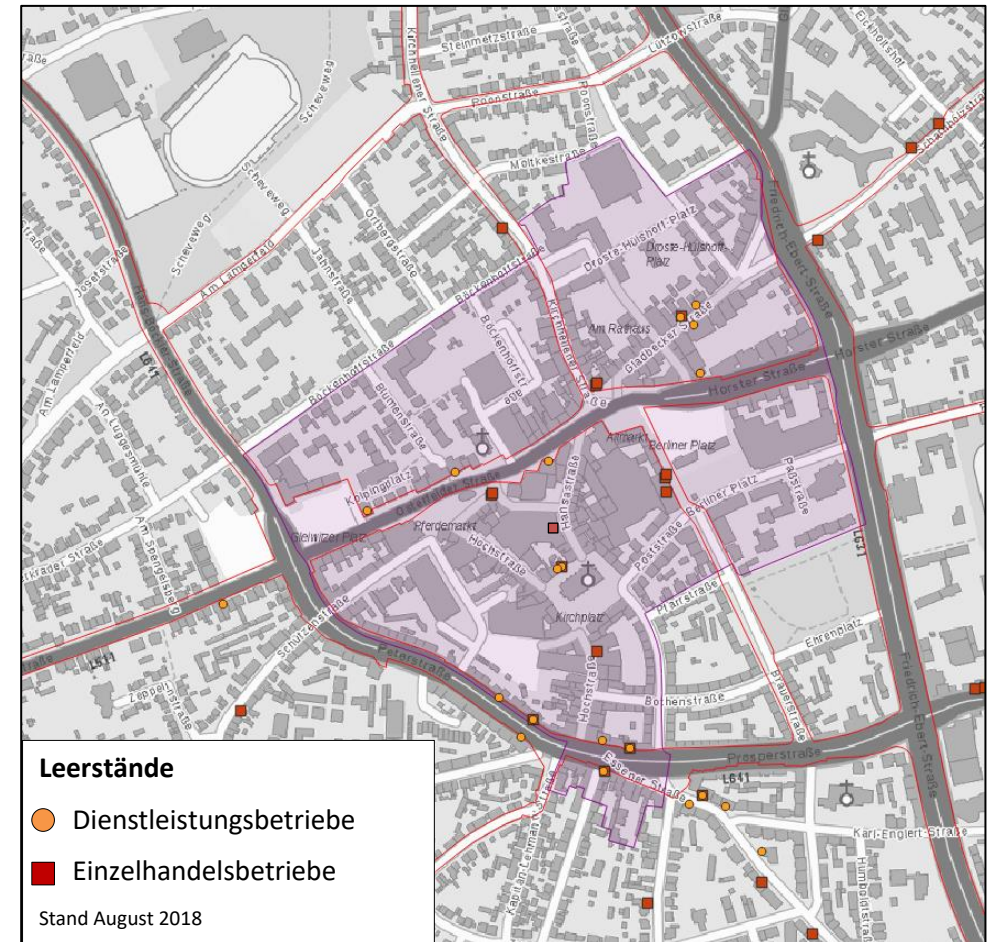
Auch die potenzielle Nutzbarkeit von Leerständen für eine Einzelhandels- oder
Dienstleistungsnutzung ist entscheidend für die Bewertung eines eventuell vor-
handenen Leerstandsproblems in der Innenstadt.

Ein wesentlicher Teil der Leerstände bezieht sich immer noch auf das Hansa-Cen-
ter. Hier ist eine Revitalisierung nach diversen Eigentümerwechseln wieder im
Gange. Ein weiterer großer Leerstand betrifft den Karstadt. Zwischenzeitlich war
hier das Kaufhaus Moses auf großer Fläche ansässig, hat den Betrieb aber nach
kurzer Zeit wieder aufgegeben. Diese Leerstände sind als objektbezogen zu cha-
rakterisieren. Ansonsten finden sich innerhalb der Top-Einkaufslagen nur wenige
aktuelle Leerstände.

Insgesamt wurden 13 Leerstände in der A-Lage erfasst, die dem Einzelhandel zu-
zuordnen sind. Die übrigen Leerstände finden sich nicht in der A-Lage und sind in
ihrer Anzahl so gering, dass sich daraus keine der oben beschriebenen Probleme
ableiten lassen. Kernproblem der Leerstände ist das Hansa-Center, das seit Jahren
leer steht und bereits verschiedene Anläufe von Revitalisierungsbemühungen

hinter sich hat. Die aktuellen Eigentümer befinden sich derzeit in Vermietungs-
verhandlungen. Ebenso ist die Nachnutzung des Karstadts weiterhin offen.

**Abbildung 46 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt
(Einzelhandel und Dienstleistungen)**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen



Leerstehende ehemalige Dienstleistungsbetriebe wurden im zentralen Versorgungsbereich ebenfalls erfasst. Es handelt sich um weitere 14 Betriebslokale, die keinen räumlichen Schwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich bilden.

In der Summe finden sich derzeit 27 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies ist im Verhältnis zur Gesamtzahl der Betriebe (158 Einzelhandels- und 470 Dienstleistungsbetriebe) eine geringe Zahl. Das Zahlenverhältnis zwischen aktiven Betrieben und Leerständen ist zwar unproblematisch, mit dem Hansa-Center und Karstadt hat die Innenstadt von Bottrop derzeit jedoch unbestreitbar ein ernstzunehmendes Leerstandsproblem.

G.1.2.2.5 Markenpräsenz in der Innenstadt von Bottrop

Die Präsenz von Marken macht eine Einkaufslage interessant und anziehungskräftig. Starke Marken haben eine große Werbekraft, die meist auch national angelegt ist. Marken haben die Kraft, Kunden in die Innenstadt zu ziehen, möglicherweise vom Internet fern zu halten und die Aufenthaltsdauer in der City zu verlängern. Durch die Messung der Markenpräsenz lassen sich somit wichtige Erkenntnisse über die aktuelle Attraktivität der Innenstadt und vor allem über Angebotslücken und Nachholbedarf gewinnen.

Die Darstellung der Markenpräsenz (Abbildung 47) enthält den Pool von Marken, der sich in den Cities von Großstädten üblicherweise findet. Die Positionierung dieser Marken erfolgt nach dem Alter der Zielgruppe und deren Preis- und Qualitätsniveau. Die Zuordnung zu bestimmten Altersgruppen ist bei vielen Marken relativ eindeutig, bei anderen Marken eher ambivalent. Hier wurde letztlich der Einschätzung des Projektleiters gefolgt.

Die Qualitätsstufen von discountorientiert bis exklusiv sind vergleichsweise eindeutig zu werten, so dass die folgende Portfoliodarstellung einen guten Überblick über die Verteilung des gesamten Markenpools auf die genannten Eigenschaften zeigt. Im Vergleich dazu die rot eingefärbten Marken, die in der Innenstadt von Bottrop präsent sind, und eine deutlich andere Zielgruppenverteilung zeigen.

Diese Betrachtung erfasst ausschließlich Markenshops, die als eigenständige Geschäftslokale in der Innenstadt ansässig sind. Shop-in-Shop-Systeme oder die Präsenz dieser Marken in Bekleidungskaufhäusern, Fachmärkten oder Kaufhäusern spielen in dieser Auswertung keine Rolle.

Die unterschiedliche Verteilung der grauen (Markengesamtheit) und roten Punkte (Marken in Bottrop) macht die bereits festgestellte Tendenz des Bottroper Einzelhandelsangebotes zum eher durchschnittlichen bis unterdurchschnittlichen Qualitäts- und Preisniveau deutlich.

Darüber hinaus ist die Markenpräsenz in der Innenstadt von Bottrop, Marken in Kauf- und Warenhäusern ausgeschlossen, als äußerst niedrig einzustufen. Zum Markenpool gehören derzeit 131 unterschiedliche Marken (graue Punkte). Von diesen 131 Marken sind in Bottrop derzeit 12 in Form von Markenshops ansässig. Das entspricht einer Quote von 9%.

Bottrop ist eine kleine Großstadt, so dass davon auszugehen ist, dass typische Metropolen-Marken grundsätzlich nicht in Städten dieser Größenordnung zu finden sind. Insbesondere die sehr exklusiven Marken wie z.B. Bulgari, Gucci, Armani, Burberrys, Louis Vuitton, D&G oder Bogner finden sich eher in Berlin, Hamburg, München oder Köln. Essen oder Dortmund sind nicht auszuschließen.

Die angespannte regionale Wettbewerbssituation, vor allem mit der Innenstadt von Essen und dem Centro in Oberhausen, macht sich hier deutlich bemerkbar. Insofern ist der geringe Markenbesatz in der Innenstadt von Bottrop nachvollziehbar.

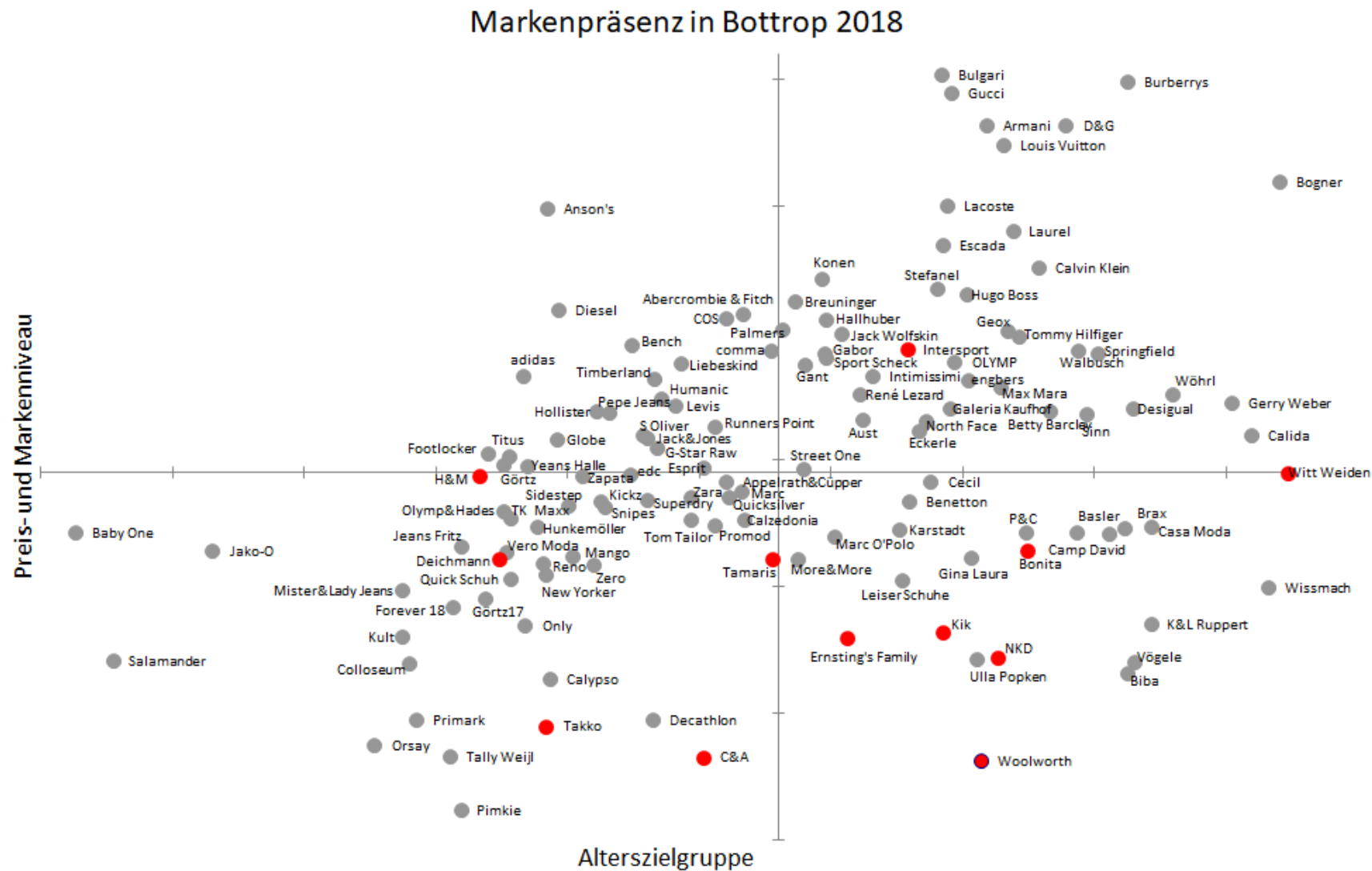
Trotzdem ist in dem gezeigten Markenpool ein Potenzial für die Innenstadt von Bottrop zu sehen. Man kann sich durchaus vorstellen, dass der ein oder andere dieser Markenshops, auch wenn sie im Centro in Oberhausen beispielsweise präsent sind, ebenso in einem gut gemachten Hansa-Center ihre Marktberechtigung hätten.

In der Gesamtbetrachtung der Markenpräsenz ist demnach eine Nachholbedarf für die Innenstadt von Bottrop festzustellen.





Abbildung 47 Markenpräsenz in der Innenstadt von Bottrop



Quelle: eigene Darstellung



G.1.3 Abgrenzung von Einkaufslagen in der Innenstadt

Eine Abgrenzung der Top-Einkaufslagen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches macht Sinn, weil entsprechende Straßenzüge mit starkem und lückenlosen Betriebsbesatz identifizierbar sind. Innerhalb dieser konzentrierten Einkaufslagen sind aufgrund

- der Nutzungsdurchmischung,
- der Branchenstruktur,
- der Betriebsgrößenstrukturen,
- der städtebaulichen Gestaltungsmerkmale und
- der beobachteten Passantenfrequenzen

weitere Differenzierungen möglich. Die Lagendifferenzierung wird abgestuft entsprechend der Ausprägung der genannten Merkmale.

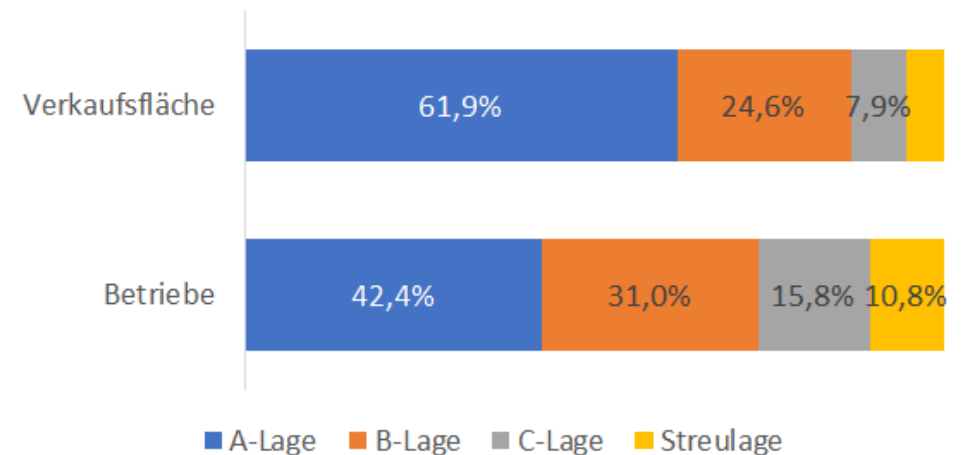
Danach repräsentiert die **A-Lage** die Haupteinkaufslage der Innenstadt von Bottrop. Hier sind die höchsten Passantenfrequenzen, der dichteste und lückenloseste Geschäftsbesatz, die meisten Magnetbetriebe und die attraktivsten städtebaulichen Rahmenbedingungen.

Die **B-Lagen** zeigen durchgängig eine geringere Frequenz, ab und zu Lücken im Geschäftsbesatz und einen höheren Dienstleistungs- und Gastronomieanteil. Hier sind weniger Magnetbetriebe ansässig, die städtebauliche Gestaltung ist in der Regel weniger aufwendig und es sind eher Spezialisten als Filialisten ansässig.

Die Randlagen der Einzelhandelsverdichtung werden als **C-Lagen** eingestuft. Deren Merkmal ist eine immer noch dichte Einzelhandels- und Dienstleistungskonzentration, die zu den Außenrändern des Haupteinkaufsbereiches schwächer wird.

Als **Haupteinkaufsbereich** wird die Summe der A-, B- und C-Lagen bezeichnet. Darüber hinaus werden die übrigen Gebiete des zentralen Versorgungsbereiches als **Streulagen** mit immer noch dichtem Betriebsbesatz, durchsetzt mit Wohn-, Gewerbe- und Büronutzung bezeichnet.

Abbildung 48 Anteil der Betriebe und Verkaufsflächen in den Einkaufslagen der Innenstadt Bottrops in %



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

A-Lage

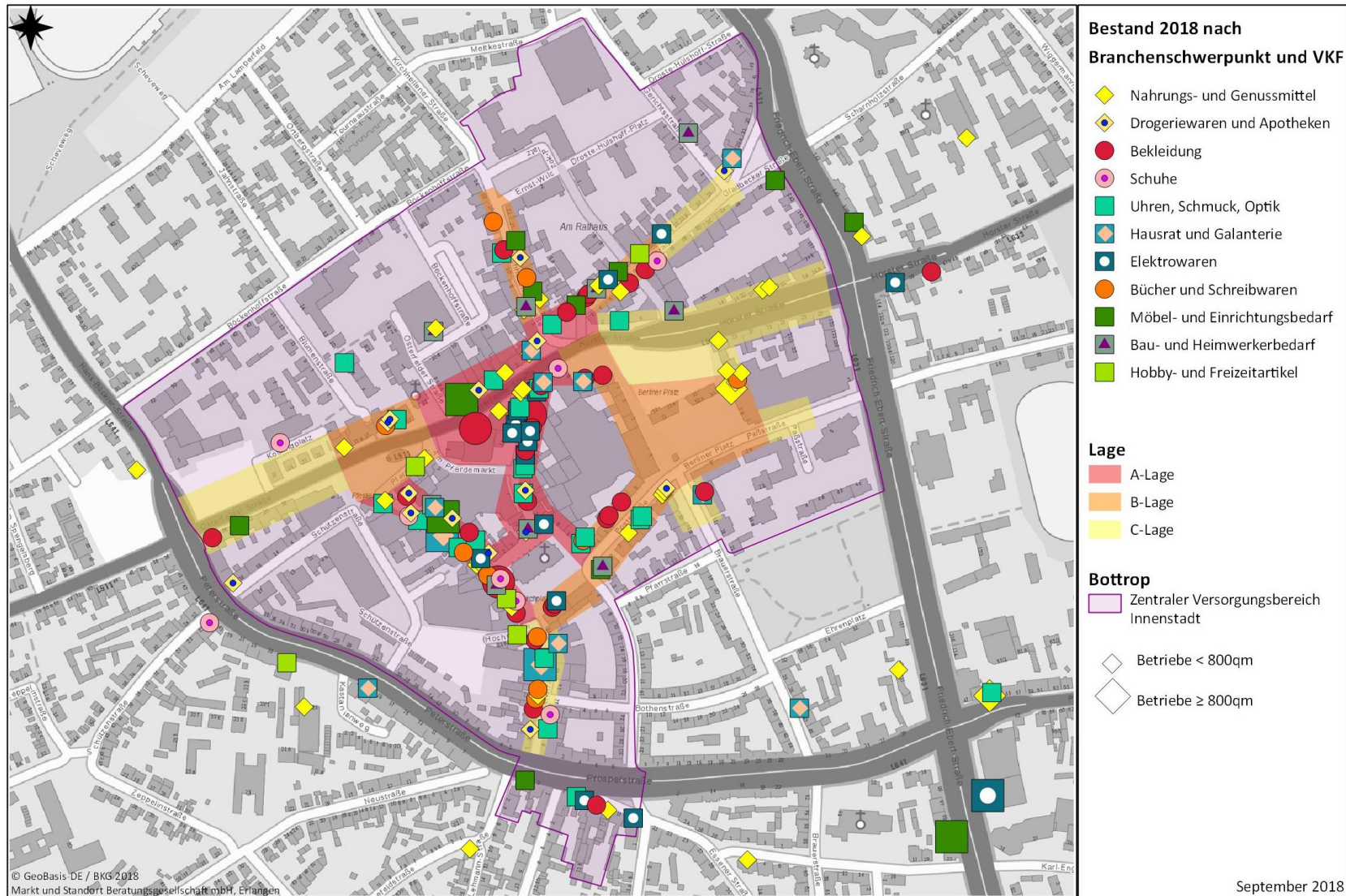
Die A-Lage umfasst den nördlichen Teil der Hochstraße, die Hansastraße und die Osterfelder Straße zwischen Altmarkt und Pferdemarkt.

Hier sind alle maßgeblichen Filialisten der Innenstadt ansässig. Große Magnetbetriebe wie das Bekleidungshaus Mensing, H&M, C&A, Deichmann, Tamaris und die Mayersche Buchhandlung. Zentral zwischen Hansastraße und Hochstraße liegt die ehemalige Karstadt-Immobilie.

Die Passantenfrequenzen sind hoch. Der Kirchplatz ist im nördlichen Bereich der A-Lage zugehörig, im südlichen Bereich der B-Lage, so dass er den Übergang zwischen A- und B-Lage darstellt. Trotzdem hat er durch den regelmäßigen Wochenmarkt eine besondere Anziehungskraft und Frequenz an den Markttagen.



Abbildung 49 Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen





In der A-Lage sind derzeit 70 Einzelhandelsbetriebe ansässig und sie belegen insgesamt 16.765 qm Verkaufsfläche. Das entspricht 44% der Betriebe und 54% der Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

B-Lage

Zur B-Lage sind die Poststraße östlich des Kirchplatzes, der südliche Berliner Platz, die Kirchhellener Straße sowie die westlich an den Altmarkt angrenzenden Abschnitte der Gladbecker Straße zu zählen. Hier sind insgesamt 49 Einzelhandelsbetriebe mit 9.205 qm Verkaufsfläche ansässig.

C-Lage

Die C-Lage stellt den Übergangsbereich zwischen den Hochfrequenzlagen und den Streulagen dar. Es handelt sich um den westlichen Abschnitt der Osterfelder Straße, den nördlichen Teil des Berliner Platzes und die östlich angrenzende Horster Straße. Hier sind 25 Einzelhandelsbetriebe ansässig, die 2.960 qm Verkaufsfläche auf sich vereinigen.

Die Abgrenzung der Einkaufslagen ist im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2012 nicht verändert worden. Verschiedene Änderungsoptionen, insbesondere die B-Lagen-Einstufung im Zusammenhang mit dem Hansa Center am westlichen Ende des Berliner Platzes in Richtung Altmarkt, wurden diskutiert. Eine Herabstufung zur C-Lage aufgrund der derzeit unattraktiven Fassade des Hansa-Centers und der geringen Passantenfrequenzen in diesem Bereich drängt sich im Grunde auf. Angesichts der Perspektiven durch die derzeitigen Vermietungsbemühungen sowie der angehenden Revitalisierung des Hansa-Centers fiel aufgrund der Entwicklungsperspektiven in diesem Straßenabschnitt die Entscheidung, die B-Lagen-Einstufung zu belassen.

G.1.4 Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen

Eine der Kernzielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bottrop ist die Stärkung, Entwicklung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Die Expansionsbemühungen der Einzelhandelskonzerne, der regiona-

len Filialisten und der Einzelbetriebe sollten sich, ob großflächig oder nicht, auf die Innenstadt konzentrieren. Hier ist die **Vielfalt** zu stärken und die **Innovation** und **Diversifikation** der Zielgruppenangebote zu fördern.

Konkret heißt dies für die Innenstadt von Bottrop, die aktuellen Probleme zu lösen. Mit der überraschenden Schließung des **Kaufhauses Moses** in der ehemaligen Karstadt-Immobilie ist ein Rückschritt erfolgt, und die Attraktivität der A-Lage gesunken. Mit rund 6.000 qm Bekleidung und Textilien sowie ergänzende Sortimente (Uhren, Schmuck, Lederwaren, Taschen, Heimtextilien und Haushaltswaren) auf weiteren 1.000 qm war die Nachnutzung sehr positiv und hat den Wegfall des Karstadt weitgehend kompensiert. Durch die Schließung fällt ein großer Teil der Verkaufsfläche wieder weg, was sich im Zeitvergleich negativ auswirkt.

Ein weiterer wichtiger Entwicklungsschritt ist die Revitalisierung des **Hansa-Centers**. Die Neueröffnung des Hansa-Centers wird auf der Homepage (Quelle: <http://www.hansa-center.de/>) für März 2020 angekündigt. Eine Mietfläche von rund 16.000 qm soll realisiert werden. Auf drei Ebenen sollen Verkaufsräume entstehen. Im Erdgeschoss sind vor allem Gastronomiebetriebe, im ersten Geschoss hauptsächlich Modegeschäfte und in der zweiten Etage ein Sport- und Elektronikmarkt geplant.

Diese Planungen harmonisieren mit den festgestellten Kaufkraftbindungsdefiziten und würden die Angebotsqualität und -vielfalt in der Innenstadt deutlich verbessern.

Die Steigerung der **Markenpräsenz** ergibt sich im Zuge der Revitalisierung des Hansa-Centers im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, sollte sich aber nicht darauf beschränken. Auch in anderen Shops der guten Einkaufslagen besteht künftig die Möglichkeit, attraktive Marken anzubieten.

Die **Lagenspezialisierung** (Gastronomiemeile, Gesundheitsmeile, Verwaltungsquartier etc.) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches trägt zur besseren Orientierung bei und fördert Synergieeffekte. Sie macht den zentralen Versorgungsbereich insgesamt attraktiv und unterstützt die Wirtschaftsförderung.





Die funktionale und räumliche **Verbindung der Innenstadtquartiere** nördlich und südlich der Osterfelder und Horster Straße ist durch die verschiedenen städtebaulichen Maßnahmen gelungen. Die Barrierewirkung der breiten Verkehrsachse ist minimiert. Der fußläufige Wechsel zwischen beiden Quartieren ist unproblematisch.

Der **Wochenmarkt** rund um den Kirchplatz ist attraktiv und fördert Frequenz und Kundenzahl in der Innenstadt. Der Wochenmarkt sollte weiterhin gefördert werden.

Die **Außengastronomie** in der Innenstadt speziell in den guten Lagen sollte noch weiter ausgebaut werden. Außengastronomie fördert das Wohlbefinden und damit die Aufenthaltsqualität der Innenstadtbesucher. Sowohl der Berliner Platz (Hansa-Center) als auch der Kirchplatz eignen sich hierfür besonders.

Flächenpotenziale innerhalb bzw. am Rande des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sind künftig verfügbar. Die Potenziale des Hansa-Zentrums sind bekannt. Grundsätzlich ist die Verfügbarkeit von Flächenpotenzialen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches positiv zu bewerten. In der jetzigen Entwicklungsphase der Innenstadt (Revitalisierung Hansa Center) sollten allerdings keine großen zusätzlichen Flächen auf den Markt gebracht werden. Dies würde zu einer verstärkten Wettbewerbssituation um Mietflächen in der Innenstadt führen und aktuelle Vermietungsbemühungen erheblich erschweren.

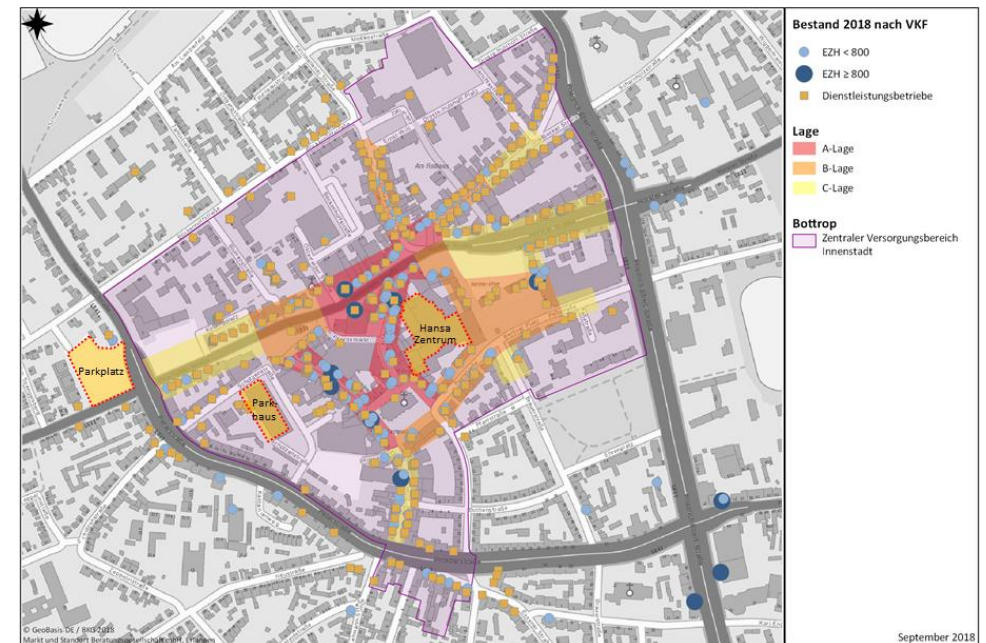
Zudem sind die Potenziale der Innenstadt Bottrops aufgrund der regionalen Wettbewerbssituation begrenzt, eine „echte“ Zentralität²⁰ ist kaum zu erreichen.

Deshalb sollten die gezeigten Flächenpotenziale auf dem Gelände des Parkhauses Schützenstraße sowie des Parkplatzes Osterfelder Straße/Peterstraße/Hans-Böckler-Straße, der allerdings außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt, derzeit nicht aktiviert werden für eine großflächige Einzelhandelsnutzung.

²⁰ Mit dem Begriff „echte Zentralität“ ist das Erreichen einer Zentralitätsquote von mehr als 100 für die gesamte Stadt Bottrop. Das würde voraussetzen, dass Bottrop einen eigenen Einzugsbereich jenseits der Stadtgrenzen erschließen und ausreichende Marktanteile dort erschließen müsste

Die notwendige Eignung der Flächen ist darüber hinaus in beiden Fällen nicht gegeben. Das Gelände des Parkhauses Schützenstraße ist abseits der Auflagen in einer „Hinterhofsituation“, die nur schwierig fußläufig für die Kundenströme erschlossen werden kann.

Abbildung 50 Flächenpotenziale in der Innenstadt von Bottrop



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Informationen der Stadtverwaltung Bottrop

Das zweite Grundstück liegt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und würde bei einer großflächigen innenstadtrelevanten Nutzung den zentralen Versorgungsbereich möglicherweise überdehnen und je nach Attraktivität der Einzelhandelsnutzung Passantenströme innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches senken.



Die Verwertung im Sinne eines Sonderstandortes durch großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten als Alternative zu einem innenstadtfernen Sonderstandort könnte sinnvoll sein. Dies böte die Chance, eventuelle Kopplungseffekte für die Innenstadt nutzen zu können. Allerdings wird derzeit kein Bedarf für entsprechende Ansiedlungen in Innenstadtnähe gesehen. Ein solitärer Nahversorgungsstandort macht, angesichts der unmittelbaren Nähe zum Kaufland-Standort, absatzwirtschaftlich und städtebaulich keinen Sinn. Ein weiterer Aspekt ist die eher geringe Größe des Grundstücks, die theoretisch infrage kommende Fachmarktnutzungen weitgehend ausschließt. Eine künftige Wohnnutzung auf diesem Gelände dagegen wäre sinnvoll und könnte innenstadtnahes Potenzial stärken.

G.2 Zentrale Versorgungsbereiche Nebenzentren

Grundlage der Gliederung ist die Ausgangseinstufung aus dem Einzelhandelskonzept 2012. Aus den jeweiligen Handlungsempfehlungen ergibt sich das neue Standortkonzept.

G.2.1 Nebenzentrum Boy

Das Nebenzentrum Boy ist das historisch gewachsene Zentrum des gleichnamigen Stadtteiles im Südosten des Stadtgebietes von Bottrop. Die städtebauliche Gestalt und Struktur zeigt, insbesondere mit dem zentralen Boyer Markt, die ehemalige Versorgungsbedeutung des Stadtteilzentrums.

Der Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsfähigkeit dieses Zentrums ist städtebauliches Ziel der Stadt Bottrop.

Tabelle 20 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Boy

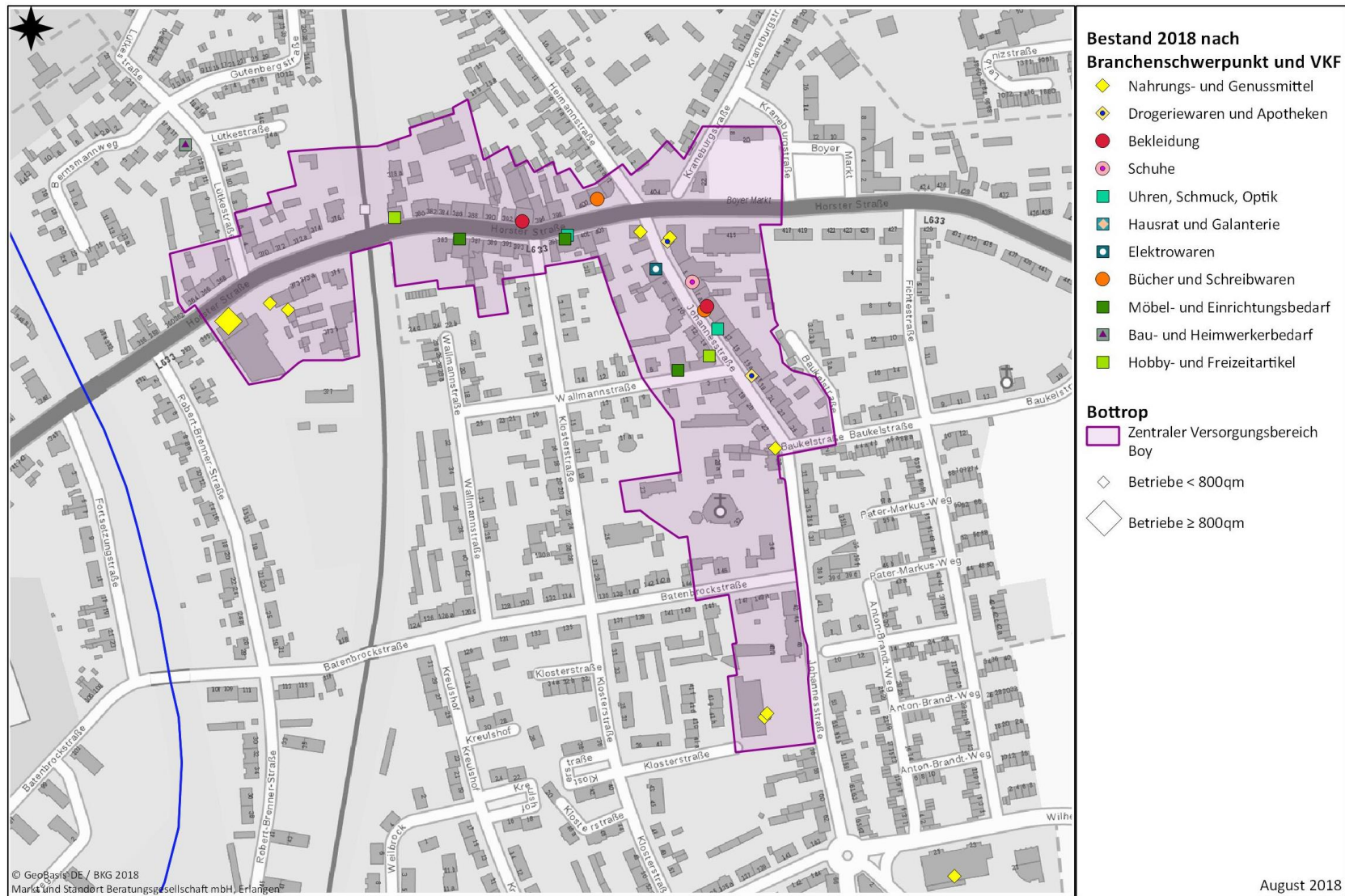
Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	10	2.425	8	1.910	-2	-515	-20,0	-21,2
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	3	380	2	240	-1	-140	-33,3	-36,8
Übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	2	75	1	40	-1	-35	-50,0	-46,7
Periodischer Bedarf	15	2.880	11	2.190	-4	-690	-26,7	-24,0
Bekleidung	3	515	2	445	-1	-70	-33,3	-13,6
Schuhe	1	30	1	30	0	0	0,0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik	2	75	2	55	0	-20	0,0	-26,7
Persönlicher Bedarf	6	620	5	530	-1	-90	-16,7	-14,5
Haushaltswaren, GPK	1	70	0	40	-1	-30	-100,0	-42,9
Elektrowaren	4	130	1	70	-3	-60	-75,0	-46,2
Bücher, Schreibwaren	0	50	1	75	1	25	100,0	50,0
Möbel und Einrichtungsbedarf	2	290	3	340	1	50	50,0	17,2
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	0	20	0	20	0	0	0,0	0,0
Spiel, Sport, Hobby	3	435	2	375	-1	-60	-33,3	-13,8
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	10	995	7	920	-3	-75	-30,0	-7,5
Aperiodischer Bedarf	16	1.615	12	1.450	-4	-165	-25,0	-10,2
Einzelhandel	31	4.495	23	3.640	-8	-855	-25,8	-19,0

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 51 Einzelhandelsbestand 2018 Nebenzentrum Boy

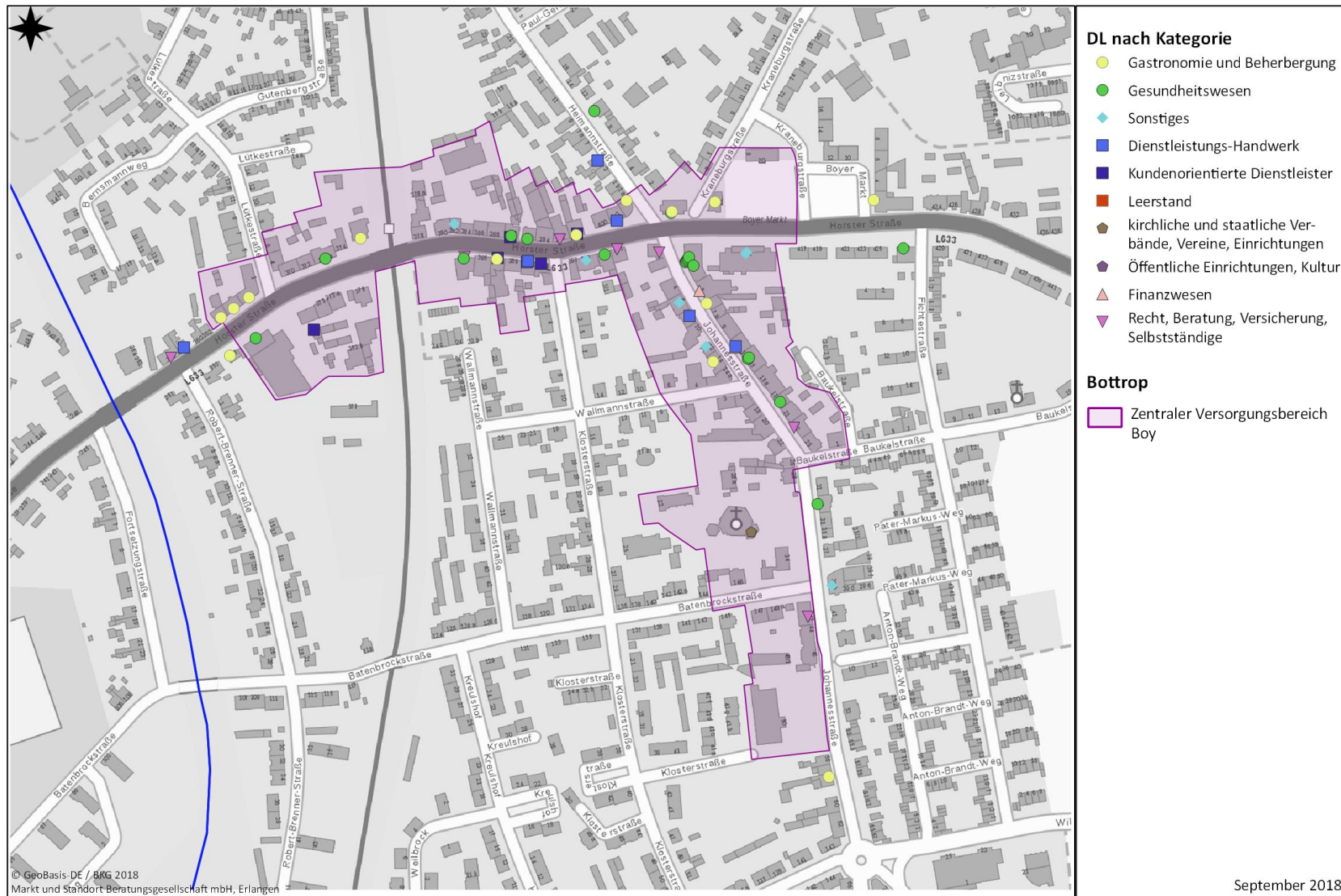


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 52 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Boy



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





G.2.1.1 Ausgangssituation

Status	Der ZVB Boy ist als Nebenzentrum eingestuft und erreicht in der formellen Hierarchie im Vergleich zur Innenstadt eine abgestufte Versorgungsbedeutung.
Versorgungsgebiet	Das Nebenzentrum Boy liegt im Südosten des Stadtgebietes und erreicht die statistischen Bezirke Boy und Welheim mit rund 15.000 Einwohnern.
Versorgungsaufgabe	Als Nebenzentrum hat der ZVB Boy lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Neben ergänzenden Angeboten des aperiodischen Bedarfsbereiches werden insbesondere Güter des täglichen Bedarfs vorgehalten. Der Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung. Das Niveau der aperiodischen Versorgung ist mehr discount- und preisorientiert.
Magnetbetriebe	Als Magnetbetrieb im Sinne der Großflächigkeit ist nur ein Rewe Supermarkt in großer Distanz zum Boyer Markt ansässig. Auch der Netto Standort in der Johannesstraße liegt innerhalb des ZVB peripher. Der Fahrradfachhandel Bomm Radsport erzeugt zumindest für bestimmte Zielgruppen eine Magnetwirkung. Größere Betriebe wie beispielsweise Kik können keine Magnetwirkung erzeugen.
Absatzwirtschaftliche Bewertung	Der Geschäftsbesatz ist mit rund 23 Betrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch die beiden großen Lebensmittelanbieter (Rewe und Netto), die zusammen mehr als 50% der Verkaufsfläche belegen. Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor sind mit 73 Betrieben deutlich mehr als Einzelhandelsbetriebe ansässig. Sie konzentrieren sich auf die Segmente Gastronomie, medizinische Versorgung und Dienstleistungshandwerk. Diese Angebotsergänzungen erzeugen Ansätze von Multifunktionalität, die für die Einstufung zu einem Nebenzentrum unverzichtbar sind.

Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Boy verfügt im Verhältnis zum Ausmaß des Geschäftsbesatzes über eine große Ausdehnung (ca. 900 m in der Länge), was dazu führt, dass der Betriebsbesatz sich insgesamt lückenhaft verteilt und sich Abschnitte relativ dichten Besatzes mit Abschnitten ohne absatzwirtschaftliche Bedeutung abwechseln. Die Lage der wichtigsten Magnetbetriebe ist peripher, was die Synergieeffekte für das Zentrum insgesamt mindert.

Die städtebauliche Gestaltung beschränkt sich auf den typischen Straßenraum mit Gehwegen, teilweise Parkstreifen und stark frequentierter Verkehrsfläche. Diesem Straßenraumtypus ist eine hohe Trennungswirkung zwischen den Straßenseiten eigen. Die Fußgängerfrequenz ist mäßig hoch und kann aufgrund der Magneten- und Betriebsverteilung auch nicht durchgängig hoch sein. Aufgrund dieser Nutzungsverteilung kann dem Boyer Marktplatz keine optimale zentrale Funktion für den ZVB zukommen. Immerhin sorgt der Wochenmarkt an zwei Tagen in der Woche (dienstags und freitags Vormittag) für eine begrenzte Frequenzwirkung. Nach Angaben der Stadt Bottrop sind dort regelmäßig rund 40 Händler aktiv.

Entwicklungstendenzen im ZVB Boy

Der Einzelhandelsbesatz im Nebenzentrum Boy hat sich negativ entwickelt. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist von 31 auf 23 Betriebe zurückgegangen (25,8%). Auch die Verkaufsfläche ist um 19% gesunken von 4.495 qm in 2011 auf 3.640 qm in 2018. Der größte Verkaufsflächenverlust zeigt sich im periodischen Bedarf. Hier gehen 515 qm Lebensmittelfläche und 140 qm mit Gesundheits- und Körperpflegeartikel verloren. Positive Verkaufsflächenentwicklungen sind weder im periodischen noch im aperiodischen Bedarf zu verzeichnen.

Der Rückgang des Einzelhandelsbesatzes ist verbunden mit einem Funktionsverlust des Nebenzentrums.



Abgrenzung des ZVB Boy

Die Abgrenzung des ZVB Boy ist bestimmt durch den Straßenverlauf der Horster Straße und dem nördlichen Teil der Johannesstraße.

Die Längenausdehnung ergibt sich aus dem Ziel, die beiden Magnetbetriebe Netto und Rewe als Bestandteile des ZVB einzubeziehen. Ebenso soll der Bereich Boyer Markt als städtebaulich historische Mitte des Stadtbezirks integriert werden. Aus diesen 2012 noch sinnvollen Vorgaben ergibt sich die Problematik des lückenhaften Betriebsbesatzes auf die gesamte Ausdehnung des ZVB.

Die Grenzen des ZVB werden im Westen durch den Rewe Standort, im Osten durch den Boyer Markt und im Süden durch den Netto-Standort bestimmt. Die Bahnbrücke, die eine städtebauliche Zäsur im Verlauf der Horster Straße darstellt, wird durch die Einbeziehung des Rewe Standortes überschritten.

Auch im südlichen Teil der Johannesstraße ist faktisch südlich der Baukelstraße kein relevanter Betriebsbesatz. Der Netto-Standort liegt von dort rund 200m in südlicher Richtung entfernt. Die trennende Wirkung des Kirchengeländes St. Johannes ist problematisch, weil hier nicht die Chance auf Verdichtung des Betriebsbesatzes besteht, was allerdings für die gegenüberliegende Straßenseite ebenso gilt. Geht man von der Passantenfrequenz aus, überwindet die Magnetwirkung des Lebensmittelmarktes Netto diese Distanz nicht, so dass eine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches auf Höhe des Netto-Markt-Geländes städtebaulich nicht mehr zu begründen ist²¹.

²¹ Im Gegensatz dazu stellt sich die Verteilung der Betriebe im ZVB Fuhlenbrock anders dar. Hier ist zum einen die Distanz zwischen dem Netto-Standort und dem Marktplatz geringer und zum anderen besteht aufgrund der Bebauungsstruktur die Möglichkeit, durch Betriebsansiedlungen die funktionale Anbindung zu stärken.

Die negative Verkaufsflächenentwicklung seit 2012 zeigt ebenso wie die geringen Passantenfrequenzen und der fehlende Geschäftsbesatz in der südlichen Johannesstraße, dass eine Einbeziehung von Netto in den zentralen Versorgungsbereich städtebaulich und auch absatzwirtschaftlich nicht zu rechtfertigen ist. Die Magnetwirkung des Netto Standortes bringt letztlich keine spürbaren Synergieeffekte für die anderen Betriebe im zentralen Versorgungsbereich.

Eine Verkürzung des zentralen Versorgungsbereiches in der Johannesstraße ab der Baukelstraße bietet sich an.

Der Abstand der Grenzen des ZVB von den Straßenzügen hängt im Wesentlichen von anliegenden Grundstückszuschnitten ab.

ZVB Boy lückenhafter Geschäftsbe- satz





ZVB Boy geringe Passanten- frequenzen in der Hors- ter Straße

Quelle: eigenes Foto, April 2018



Quelle: eigenes Foto, April 2018

G.2.1.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Boy für den Stadtteil soll erhalten bleiben. Die **traditionelle Orientierung** der dort wohnenden Bevölkerung auf das Zentrum soll genutzt und gefördert werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** für eine positive Entwicklung sollen verbessert werden. Das Nebenzentrum Boy soll die erlittenen Funktionsverluste der vergangenen Jahre wieder aufholen und sich nachhaltig zu einem **verbrauchernahen Versorgungszentrum für den periodischen aber auch den aperiodischen Bedarf** entwickeln. Das Nebenzentrum Boy wird in die **Zentrenkategorie C-Zentrum** eingestuft.

²² Hier wäre durchaus eine Verlagerung von Netto in der Johannesstraße oder Aldi in der Gungstraße an den Boyer Markt bedenkenenswert.

G.2.1.3 Handlungsempfehlungen

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Boy** aus dem Jahre 2012 wird überarbeitet. Um eine Konzentration der Entwicklung des Betriebsbesatzes zu fördern, wird das Gebiet des zentralen Versorgungsbereiches reduziert. Der funktional, absatzwirtschaftlich und städtebaulich abgehängte Teil der Johannesstraße südlich der Baukelstraße wird nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich angehören. Die städtebauliche Begründung für diese Maßnahme ergibt sich aus der Distanz zum zentralen Punkt des ZVB am Boyer Markt, dem kaum vorhandenen Geschäftsbesatz zwischen der südlichen Grenze des ZVB und der Baukelstraße sowie der auch perspektivisch nicht vorhandenen Flächenpotenziale in diesem Straßenabschnitt. Es besteht keine realistische Möglichkeit, die Anbindung des südlichen Bereiches der Johannesstraße an den Boyer Markt durch Verdichtung des Geschäftsbesatzes zu verbessern. Der Netto Standort in der Johannesstraße wird künftig, ebenso wie heute schon der benachbarte Aldi Standort (Fußweg 3 Minuten), nicht mehr innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Boy liegen und als integrierter solitärer Nahversorgungsstandort eingestuft werden.

Die **Nutzung der Flächenpotenziale am Boyer Markt** (östlich angrenzende Grundstücke) kann zur Verdichtung des Geschäftsbesatzes im ZVB führen. Hier wäre zur Ergänzung der Angebotsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches ein großflächiges Angebot (Lebensmitteldiscounter²², Drogeriemarkt) ergänzt um kleinflächige, vor allem auch aperiodischer Art, wünschenswert.

Erweiterungswünsche von Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Boy, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Boy müssen auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden²³.

²³ Siehe Handlungsgrundsätze B und D in denen der Umgang mit nahversorgungsrelevanten Betrieben beschrieben wird. Handlungsgrundsatz B behandelt die Neuansiedlungen und Grundsatz D den Umgang mit dem Bestandsschutz





Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** in den Hauptachsen (Horster Straße/Johannesstraße) und rund um den Boyer Markt sollte befördert werden.

Eine **städtebauliche Aufwertung** und die **Steigerung der Aufenthaltsqualität** um den **Boyer Markt** ist anzustreben.

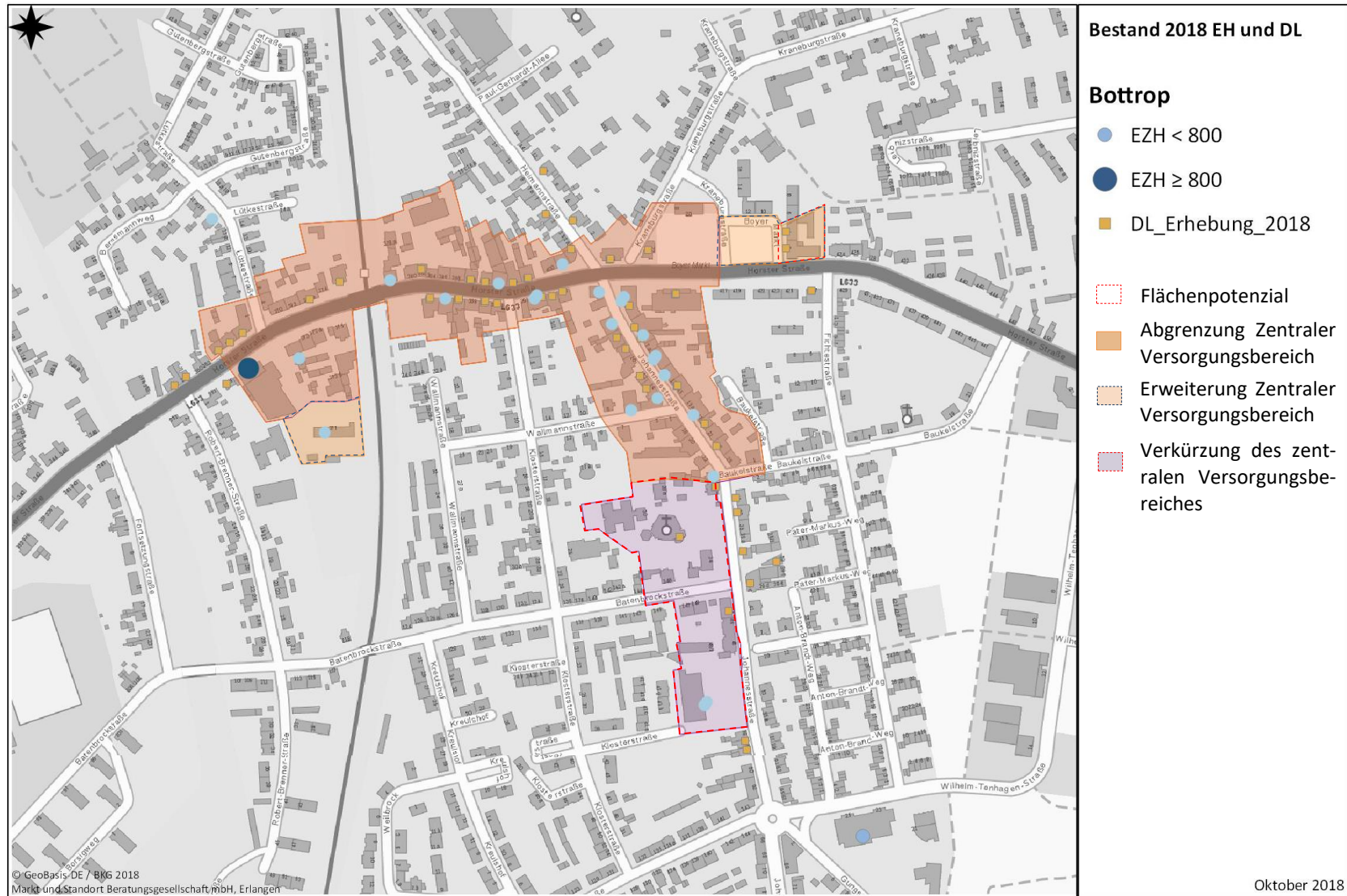
Der **Standort Netto, Johannesstraße** ist als **Solitärstandort** zu behandeln. Aufgrund seiner räumlichen Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Boy ist der Bestandsschutz für diesen Markt passiv auszulegen. Erweiterungsmöglichkeiten und Sortimentsveränderungen sind am bestehenden Standort nicht mehr möglich.

Angesichts der aufgezeigten Flächenpotenziale am Boyer Markt besteht die Möglichkeit, den derzeitigen Standort zu modernisieren, indem eine Verlagerung an den Boyer Markt ins Auge gefasst wird.





Abbildung 53 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Boy (C-Zentrum) 2018



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





G.2.2 Nebenzentrum Eigen

Das Nebenzentrum Eigen ist ein historisch gewachsenes Stadtteilzentrum, das in seiner städtebaulichen Gestalt die ursprüngliche Versorgungsbedeutung für den Stadtteil widerspiegelt.

Der Eigener Markt stellt den Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereiches dar.

Im Einzelhandelskonzept 2012 ist der zentrale Versorgungsbereich Eigen als Nebenzentrum eingestuft.

Die Angebotsstrukturen des Nebenzentrums haben sich seit 2011 negativ entwickelt. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist von 30 auf 20 um ein Drittel zurückgegangen. Die Verkaufsfläche hat sich von 3.475 qm auf 3.235 qm (- 6,9%) reduziert.

Während im aperiodischen Bedarfsbereich ein kleiner Verkaufsflächengewinn von 180 qm zu verzeichnen ist, sinkt die Verkaufsfläche im periodischen Bedarf um 420 qm. Dies entspricht einem Verkaufsflächenverlust von 20,9%. Dieser Verlust ist vor allem auf die Schließung von Edeka (700 qm in der Bügelstraße) zurückzuführen, die durch die Erweiterung von Aldi von 680 qm auf heute über 1.000 qm teilweise kompensiert wurde.

Die Leerstandsquote ist mit derzeit neun Leerständen problematisch hoch.

Tabelle 21 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Eigen

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	10	1.430	5	1.055	-5	-375	-50,0	-26,2
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	3	490	3	490	0	0	0,0	0,0
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	3	90	2	45	-1	-45	-33,3	-50,0
Periodischer Bedarf	16	2.010	10	1.590	-6	-420	-37,5	-20,9
Bekleidung	1	150	2	145	1	-5	100,0	-3,3
Schuhe	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik	1	45	0	0	-1	-45	-100,0	-100,0
Persönlicher Bedarf	2	195	2	145	0	-50	0,0	-25,6
Haushaltswaren, GPK	2	190	1	535	-1	345	-50,0	181,6
Elektrowaren	4	205	2	110	-2	-95	-50,0	-46,3
Bücher, Schreibwaren	1	70	0	65	-1	-5	-100,0	-7,1
Möbel und Einrichtungsbedarf	4	770	3	680	-1	-90	-25,0	-11,7
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	35	2	55	1	20	100,0	57,1
Spiel, Sport, Hobby	0	0	0	55	0	55	0,0	0,0
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	12	1.270	8	1.500	-4	230	-33,3	18,1
Aperiodischer Bedarf	14	1.465	10	1.645	-4	180	-28,6	12,3
Einzelhandel	30	3.475	20	3.235	-10	-240	-33,3	-6,9

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen



Abbildung 54 2018 Nebenzentrum Eigen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 55 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Eigen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





G.2.2.1 Ausgangssituation

Status	Der ZVB Eigen ist im Einzelhandelskonzept 2012 als Nebenzentrum eingestuft und in der formellen Zentrenhierarchie im Vergleich zur Innenstadt von abgestufter Versorgungsbedeutung.
Versorgungsgebiet	Das Nebenzentrum Eigen liegt im nördlichen Gebiet von Alt-Bottrop. Es versorgt vor allem den statistischen Bezirk Eigen mit rund 12.000 Einwohnern.
Versorgungsaufgabe	Als Nebenzentrum hat der ZVB Eigen lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Neben ergänzenden Angeboten des aperiodischen Bedarfsbereiches werden insbesondere Güter des täglichen Bedarfs vorgehalten. Der Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung. Das Niveau der aperiodischen Versorgung ist vor allem discount- und preisorientiert.
Magnetbetriebe	Mit Ausnahme des Aldi Marktes sind großflächige Betriebe im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO im ZVB Eigen nicht ansässig. Der Edeka-Markt in der Bügelstraße hat geschlossen, dort ist nun ein TEDI-Discountmarkt ansässig. Aldi an der Ecke Rippelbeckstraße/Gladbecker Straße erzeugt eine nennenswerte Anziehungskraft für den ZVB. Der Standort liegt vergleichsweise zentral innerhalb des ZVB.
Absatzwirtschaftliche Bewertung	Der Geschäftsbesatz ist mit rund 20 Betrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch einen großen Lebensmitteldiscounter (ALDI) sowie auf Höhe des Eigener Marktes durch einen Rossmann Drogeriemarkt sowie dem TEDI-Markt am ehemaligen Edeka-Standort. Der Anteil der Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten ist mit Aufgabe des Edeka Standortes gesunken. Damit ist das Nahversorgungsangebot lückenhaft, da ein Vollsortiment Angebot nicht mehr vorhanden ist.

Nicht nur kleinere Einzelhandelsbetriebe bieten häufiger Gebrauchsgüter an. Hier ist insbesondere eine größere Betriebs-einheit des Allerhand-Bottroper Warenhauses zu nennen.

Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor sind ebenfalls in mäßiger Dichte, mit 41 Betrieben aber stärker als der Einzelhandel, ansässig. Angebotsschwerpunkte sind die Gastronomie, die medizinische Versorgung und das Dienstleistungshandwerk (Friseur). Diese Angebotsergänzungen erzeugen Ansätze von Multifunktionalität, die für die Einstufung zu einem Nebenzentrum unverzichtbar sind.

Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Eigen verfügt im Verhältnis zur Größe des Geschäftsbesatzes über eine große Ausdehnung (ca. 700 m in der Länge), was dazu führt, dass der Betriebsbesatz insgesamt lückenhaft erscheint und sich Abschnitte relativ dichten Besatzes mit Abschnitten ohne absatzwirtschaftliche Bedeutung abwechseln.

Die Lage von Aldi ist vergleichsweise zentral, obwohl im Umfeld des Aldi Standortes der Betriebsbesatz eher gering ist. Tedi und Rossmann liegen am nördlichen Ende des ZVB Eigen im Umfeld des Eigener Marktes.

Die städtebauliche Gestaltung beschränkt sich auf den typischen Straßenraum mit Gehwegen, teilweise Parkstreifen und stark frequentierter Verkehrsfläche. Diesem Straßenraumtypus führt zu einer hohen Trennungswirkung zwischen den Straßenseiten.

Die Fußgängerfrequenz ist gering und konzentriert sich eher im Bereich des Eigener Marktes und den dort ansässigen größeren Einzelhandelsbetrieben. Der Wochenmarkt sorgt an jedem Freitagvormittag für eine begrenzte Frequenzwirkung. Nach Angaben der Stadt Bottrop sind dort regelmäßig rund 30 Händler aktiv.



**ZVB Eigen
lückenhafter
Geschäftsbe-
satz südlich
des ALDI
Standortes**



Quelle: eigenes Foto, April 2018

**ZVB Eigen
Eigener
Markt**



Quelle: eigenes Foto, April 2018

**Entwick-
lungstenden-
zen im ZVB
Eigen**

Die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes ist nicht nur quantitativ negativ. Für den periodischen Bedarf ist ein unzureichendes Angebot festzustellen. Der 2011 noch ansässige Vollsortimenter hat geschlossen. Ein Ersatz dafür ist nicht angesiedelt worden. So bewältigt ein Aldi Markt, ein Rossmann Drogeriemarkt und kleinere Anbieter die Nahversorgung im ZVB Eigen. Es ist im periodischen Bedarf ein Funktionsverlust des ZVB Eigen festzustellen. Die Versorgungsfunktion im aperiodischen Bedarf hat sich ebenfalls nicht merklich weiterentwickelt.

**Abgrenzung
des ZVB Ei-
gen**

Die Abgrenzung des ZVB Eigen verläuft entlang der Gladbecker Straße zwischen der Buchenstraße/Bannizastraße im Süden und fast bis zur Rheinbabenstraße im Norden. Der südliche Teil der Vienkenstraße mit dem dortigen Parkplatz ist Bestandteil des ZVB. Die Längenausdehnung ergibt sich im Wesentlichen aus der Dichte des Geschäfts- und Betriebsbesatzes. Dabei kann der Eigener Markt und dessen umgebende Bebauung als städtebauliche Zäsur im Norden gesehen werden, zumal nördlich kein Geschäftsbesatz mehr vorhanden ist.

Im Süden ergibt sich die Grenze des ZVB aus der deutlich nachlassenden Betriebsdichte südlich der Buchen-, Bannizastraße. Allerdings zeigt die Gladbecker Straße im weiteren südlichen Verlauf eine vergleichbare Geschäftsdichte wie innerhalb des ZVB. Hier fehlen Magnetbetriebe und die notwendige Dichte ergänzender Betriebe, so dass die hier getroffene Grenzziehung städtebaulich begründbar ist.

Ansonsten ist die Ausdehnung des ZVB in Ost-West-Richtung abhängig vom Verlauf der Grundstücksgrenzen. Teilweise werden, wie im Fall der Vienkenstraße, Parkplatzflächen einbezogen. Auch rückwärtige Grundstücke, wo sich möglicherweise Entwicklungspotenzial ergeben könnte, sind in den ZVB integriert worden. Im Vergleich zum Betriebsbesatz in Boy



(Johannesstraße) ist der Betriebsbesatz hier dichter und durchgängiger. Die Optionen zur Verbesserung des Betriebsbesatzes sind günstiger als in Boy.

G.2.2.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Eigen für den Stadtteil soll erhalten bleiben. Die **traditionelle Orientierung** der dort wohnenden Bevölkerung auf das Zentrum soll genutzt und gefördert werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** für eine positive Entwicklung sollen verbessert werden.

Das Nebenzentrum Eigen soll die erlittenen Funktionsverluste der vergangenen Jahre wieder aufholen und sich nachhaltig zu einem **verbrauchernahen Versorgungszentrum für den periodischen aber auch den aperiodischen Bedarf** entwickeln. Das Nebenzentrum Eigen wird in die **Zentrenkategorie C-Zentrum** eingestuft.

G.2.2.3 Handlungsempfehlungen

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Eigen** aus dem Jahre 2012 wird weitgehend beibehalten. Aufgrund derzeit absehbarer Flächenpotenziale nordwestlich des Eigener Marktes wird dort die Abgrenzung entsprechend erweitert.

Im Vergleich zu Boy bietet die Gladbecker Straße in ihrem Verlauf einen vergleichsweise durchgängigen Betriebsbesatz, der eine Beibehaltung der Abgrenzung, im Gegensatz zur extrem dünn besiedelten Johannesstraße, rechtfertigt.

Die **Nutzung der Flächenpotenziale am Eigener Markt** (nordwestlich angrenzende Grundstücke) soll zur Verdichtung des Geschäftsbesatzes im zentralen Versorgungsbereich genutzt werden. Hier wäre zur Ergänzung der Angebotsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches ein großflächiges Angebot (Lebensmittelvollsortimenter) ergänzt um kleinflächige, vor allem auch aperiodischer Art, wünschenswert.

Erweiterungswünsche von Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Eigen, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Eigen sollten auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden²⁴.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** in der Hauptachse (Gladbecker Straße) und rund um den Eigener Markt ist wünschenswert.

Eine **städtebauliche Aufwertung** und die **Steigerung der Aufenthaltsqualität** um den **Eigener Markt** und im Straßenverlauf der Gladbecker Straße ist anzustreben.

²⁴ Siehe Handlungsgrundsätze B und D in denen der Umgang mit nahversorgungsrelevanten Betrieben beschrieben wird. Handlungsgrundsatz B behandelt die Neuansiedlungen und Grundsatz D den Umgang mit dem Bestandsschutz



Abbildung 56 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Eigen (C-Zentrum) 2018



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





G.2.3 Nebenzentrum Fuhlenbrock

Das Nebenzentrum Fuhlenbrock ist, wie die anderen Nebenzentren Bottrops auch, ein gewachsenes Stadtteilzentrum für die umliegenden Stadtquartiere. Das auf einen engen räumlichen Bereich konzentrierte Angebot an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben und die städtebauliche Gestaltung, auch hier dominiert ein großer Marktplatz das Zentrum, lassen die frühere zentrale Funktion erahnen.

Ziel der Stadt Bottrop ist die Revitalisierung aller Stadtteilzentren und die Wiederherstellung der zentralen Versorgungsfunktion für die umliegenden Stadtteile.

Das Nebenzentrum Fuhlenbrock entwickelt sich seit 2011 ähnlich wie die Nebenzentren Boy und Eigen negativ. Die Einzelhandelsverkaufsfläche geht von 4.055 qm auf 3.655 qm zurück. Das ist ein Rückgang von knapp 10% der Verkaufsfläche. Die Zahl der Betriebe sinkt im gleichen Zeitraum um 20,7% von 29 auf 23 Betriebe.

Die Verkaufsflächenverluste verteilen sich auf alle Bedarfsstufen, wobei absolut gesehen der größte Verlust im periodischen Bedarfsbereich zu verzeichnen ist. Hier ist der Verlust des Schlecker Drogeriemarktes bis heute nicht kompensiert worden.

Tabelle 22 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Fuhlenbrock

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	13	2.320	12	2.300	-1	-20	-7,7	-0,9
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	5	430	2	185	-3	-245	-60,0	-57,0
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	2	100	1	100	-1	0	-50,0	0,0
Periodischer Bedarf	20	2.850	15	2.585	-5	-265	-25,0	-9,3
Bekleidung	3	610	2	560	-1	-50	-33,3	-8,2
Schuhe	1	80	0	0	-1	-80	-100,0	-100,0
Uhren, Schmuck, Optik	1	40	1	40	0	0	0,0	0,0
Persönlicher Bedarf	5	730	3	600	-2	-130	-40,0	-17,8
Haushaltswaren, GPK	0	60	1	120	1	60	0,0	100,0
Elektrowaren	1	30	1	10	0	-20	0,0	-66,7
Bücher, Schreibwaren	1	90	1	90	0	0	0,0	0,0
Möbel und Einrichtungsbedarf	0	50	0	50	0	0	0,0	0,0
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	200	2	200	1	0	100,0	0,0
Spiel, Sport, Hobby	1	45	0	0	-1	-45	-100,0	-100,0
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	4	475	5	470	1	-5	25,0	-1,1
Aperiodischer Bedarf	9	1.205	8	1.070	-1	-135	-11,1	-11,2
Einzelhandel	29	4.055	23	3.655	-6	-400	-20,7	-9,9

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 57 2018 Nebenzentrum Fuhlenbrock



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 58 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Fuhlenbrock



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





G.2.3.1 Gebietsbeschreibung

Status	Der ZVB Fuhlenbrock ist als Nebenzentrum eingestuft und im Vergleich zur Innenstadt mit abgestufter Versorgungsbedeutung.
Versorgungsgebiet	Das Nebenzentrum Fuhlenbrock liegt im südwestlichen Gebiet von Bottrop. Es versorgt in erster Linie die statistischen Bezirke Fuhlenbrock-Heide und Fuhlenbrock-Wald mit rund 13.600 Einwohnern.
Versorgungsaufgabe	Als Nebenzentrum hat der ZVB Fuhlenbrock lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Neben ergänzenden Angeboten des aperiodischen Bedarfsbereiches werden insbesondere Güter des täglichen Bedarfs vorgehalten. Der eindeutige Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung. Das Niveau der aperiodischen Versorgung ist eher discount- und preisorientiert.
Magnetbetriebe	Großflächige Betriebe im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO sind im ZVB Fuhlenbrock nicht ansässig. Der Edeka-Markt am Marktplatz erreicht ebenso wenig die Großflächigkeitsgrenze wie der Netto Discounter in der Schillerstraße, der Getränkemarkt Trink&Spar oder der Kik Bekleidungsdiscounter Im Fuhlenbrock.
Absatzwirtschaftliche Bewertung	Der Geschäftsbesatz ist mit 23 Betrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch die beiden größeren Lebensmittelanbieter. Ergänzend sind im Lebensmittel-sektor Bäcker, Metzger, Getränkemarkt und ein Bioladen ansässig. Kik steht für die Discountorientierung des Angebotes. Hinzu kommen kleinere Nonfoodanbieter, die das Sortiment, teilweise spezialisiert, ergänzen.

Städtebauliche Bewertung

Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor sind in 41 Betrieben ansässig. Angebotsschwerpunkte finden sich in der Gastronomie, der medizinischen Versorgung und dem Dienstleistungshandwerk. Diese Angebotsergänzungen erzeugen Ansätze von Multifunktionalität, die für die Einstufung zu einem Nebenzentrum unverzichtbar sind. Hier sind vor allem Fahrschule, Bankfilialen und gastronomische Anbieter aus dem Fastfood-Segment zu nennen.

Der ZVB Fuhlenbrock verfügt im Verhältnis zur Größe des Geschäftsbesatzes über eine mittlere Ausdehnung (ca. 600 m in der Länge), trotzdem erscheint der Betriebsbesatz insbesondere im nördlichen Bereich zwischen Marktplatz und Schillerstraße lückenhaft. Ein lückenloser Betriebsbesatz ist hier nicht auszumachen.

Die Lage von Edeka am Fuhlenbrocker Markt ist zentral. Die Lage des Marktplatzes mit dem Wochenmarkt (Donnerstagsvormittag) ist für den ZVB günstig. Nach Angaben der Stadt Bottrop sind dort regelmäßig rund 60 Händler aktiv. Die städtebauliche Gestaltung beschränkt sich auf den typischen Straßenraum mit Gehwegen, teilweise Parkstreifen und frequentierter Verkehrsfläche. Die Bebauungsstruktur wirkt ungeordnet und ist durch teilweise gewerblichen Charakter (Tankstelle) und sehr unterschiedliche Gebäudehöhen und -abmessungen geprägt.

Die Fußgängerfrequenz ist durchgängig gering. Der Fuhlenbrocker Markt wird außerhalb der Marktzeiten als Parkplatz genutzt.



ZVB Fuhlenbrock
Der Marktplatz mit dem Edeka Vollsortimenter



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Fuhlenbrock
nördlicher Abschnitt ohne Betriebsbesatz



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Fuhlenbrock
besser besetzter südlicher Teil des ZVB



Quelle: eigenes Foto, April 2018

Entwicklungstendenzen im ZVB Fuhlenbrock

Der Einzelhandelsbesatz im Nebenzentrum Fuhlenbrock ist rückläufig. Die 2012 erhoffte positive Entwicklung ist ausgeblieben. Die ungünstigen Angebotsstrukturen, insbesondere mit einem zu kleinen Vollsortimenter, haben sich seit 2012 nicht verbessert. Für den geschlossenen Drogeriemarkt Schlecker hat sich bislang kein Ersatz gefunden.

Abgrenzung des ZVB Fuhlenbrock

Die Abgrenzung des ZVB Fuhlenbrock verläuft entlang der Straße Im Fuhlenbrock. Die südliche Begrenzung ist durch den Kreuzungsbereich mit der Lindhorststraße gegeben, weiter südlich ist kein Betriebsbesatz mehr vorhanden.

Die Längenausdehnung wird bestimmt durch die Lage des Netto Lebensmitteldiscounters in der Schillerstraße. Um diesen Markt in den ZVB einzubeziehen, was aufgrund der wohl vorhandenen Synergiewirkungen mit den übrigen Betrieben



des ZVB sinnvoll ist, muss ein kurzer Straßenabschnitt ohne Geschäftsbesatz überwunden werden. Ohne diesen Netto Markt wäre die Begrenzung sicher nördlich des Marktplatzes abzuschließen.

Die Ausdehnung des ZVB in Ost-West-Richtung ist abhängig vom Verlauf der Grundstücksgrenzen. Die Parkplatzfläche hinter der westlichen Bebauung am Marktplatz wird einbezogen, weil die dortigen Flächenreserven für die weitere Entwicklung der Funktionsfähigkeit des ZVB wichtig sind.

Parkmöglichkeiten auf dem Fuhlenbrocker Markt müssen erhalten bleiben. Ähnliches gilt für die Parkmöglichkeiten im rückwärtigen Bereich des Kik und dem Parkplatz neben der Shell-Tankstelle.

G.2.3.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Fuhlenbrock für den Stadtteil soll erhalten bleiben. Die **traditionelle Orientierung** der dort wohnenden Bevölkerung auf das Zentrum soll genutzt und gefördert werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** für eine positive Entwicklung sollen verbessert werden.

Das Nebenzentrum Fuhlenbrock soll die erlittenen Funktionsverluste der vergangenen Jahre wieder aufholen und sich nachhaltig zu einem **verbrauchernahen Versorgungszentrum für den periodischen aber auch den aperiodischen Bedarf** entwickeln. Das Nebenzentrum Fuhlenbrock wird in die **Zentrenkategorie C-Zentrum** eingestuft.

²⁵ Siehe Handlungsgrundsätze B und D in denen der Umgang mit nahversorgungsrelevanten Betrieben beschrieben wird. Handlungsgrundsatz B behandelt die Neuansiedlungen und Grundsatz D den Umgang mit dem Bestandsschutz

G.2.3.3 Handlungsempfehlungen

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Fuhlenbrock** aus dem Jahre 2012 wird angepasst. Aufgrund derzeit absehbarer Flächenpotenziale im Rückraum des Edeka Marktes (Parkplatz) und südlich des Fuhlenbrocker Marktes sind ausreichend Potenzialflächen innerhalb des ZVB Fuhlenbrock verfügbar. Im Vergleich zum NZ Boy ist die Distanz zwischen Marktplatz und Netto geringer als in der Johannesstraße. Darüber hinaus gibt es in Fuhlenbrock die Chance einer Verdichtung des Besatzes, die in der Johannesstraße aufgrund der kirchlichen Nutzung ausgeschlossen ist.

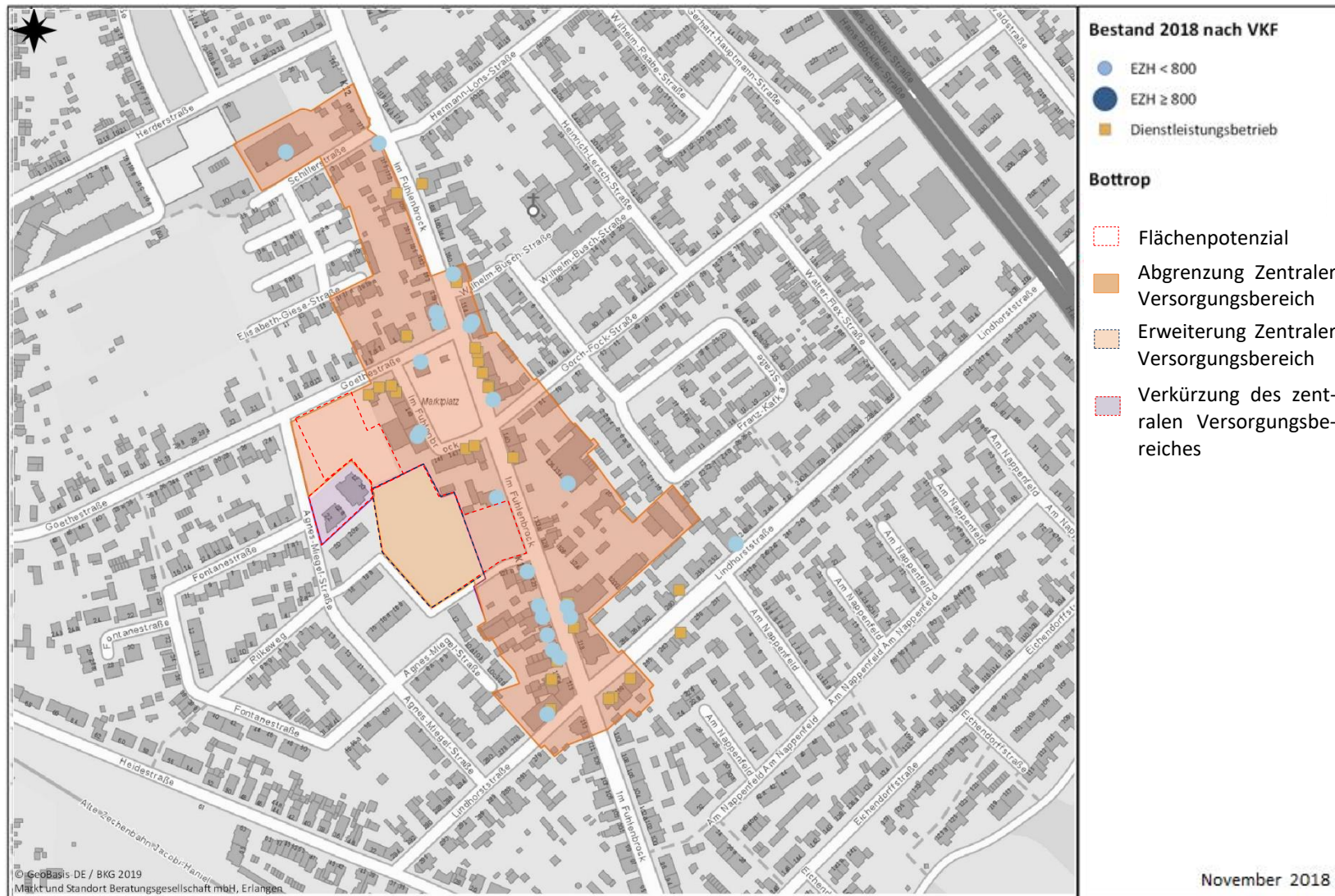
Durch die **Nutzung der Flächenpotenziale am Fuhlenbrocker Markt** (westlich im rückwärtigen Bereich des Edeka Standortes) sollte der einzige Vollsortimenter seine Verkaufsfläche angemessen erweitern können, um das Nahversorgungsangebot im ZVB Fuhlenbrock zu vervollständigen. Die Grundstücksfläche südlich des Fuhlenbrocker Marktes und auf der Westseite der Fuhlenbrocker Straße könnte beispielsweise für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes, als später Ersatz für die verlorenen Schlecker-Flächen, dienen. Sollte diese Fläche im vollen Umfang genutzt werden, müsste die ZVB-Abgrenzung angepasst werden.

Erweiterungswünsche von Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Fuhlenbrock, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Fuhlenbrock sollten auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden²⁵.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** insbesondere in Richtung des Netto Standortes sollte befördert werden. Eine **städtebauliche Aufwertung** und die **Steigerung der Aufenthaltsqualität** um den **Fuhlenbrocker Markt** und im Verlauf der Straße im Fuhlenbrock ist anzustreben.



Abbildung 59 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Fuhlenbrock (C-Zentrum) 2018



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung





G.2.4 Nebenzentrum Kirchhellen

Das Nebenzentrum Kirchhellen stellt den ehemaligen Ortskern der Altgemeinde Kirchhellen dar. Aufgrund dieser Historie und der etwas abgeschiedenen Lage im Stadtgebiet hat sich hier ein, im Vergleich zu übrigen Nebenzentren, starkes Versorgungszentrum entwickelt, das sich den ehemaligen Charakter des Ortszentrums weitgehend bewahrt hat. Es verfügt über ein vergleichsweise großes Versorgungsgebiet und entsprechend hohe Potenziale.

Für das nördliche Stadtgebiet übernimmt das Nebenzentrum Kirchhellen eine Versorgungsfunktion, die auch in Bezug auf den Dienstleistungsbesatz deutlich über die Nahversorgung hinausgeht.

So ist, abgesehen von dem Abgang von 9 Einzelhandelsbetrieben, die Verkaufsflächenentwicklung im zentralen Versorgungsbereich positiv. Das Nebenzentrum Kirchhellen verzeichnet seit 2011 einen Zuwachs an Verkaufsfläche von 1.080 qm (+14,6%). Der größte Teil davon (725 qm) entfällt auf den periodischen Bedarf und ist vor allem in der Ansiedlung des Rossmann Drogeriemarktes und der Erweiterung des Aldi-Marktes begründet. Die Verkaufsflächenentwicklung ist positiv, obwohl ein Edeka Markt geschlossen und durch einen Kik Bekleidungsdiscounter ersetzt wurde.

Tabelle 23 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Kirchhellen

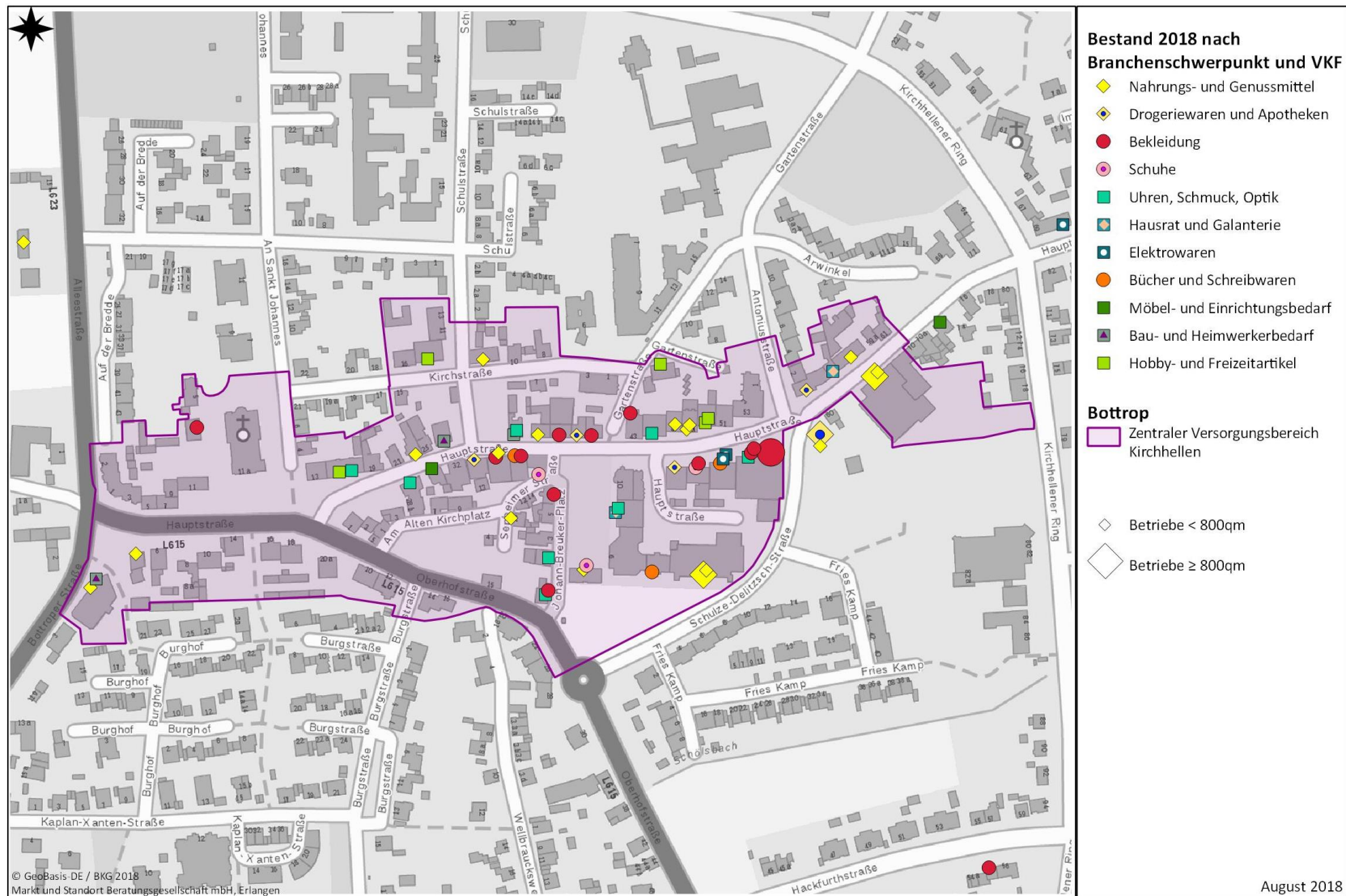
Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF in v.H.
Lebensmittel	21	3.490	16	3.675	-5	185	-23,8	5,3
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	4	580	5	1.195	1	615	25,0	106,0
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	5	250	4	175	-1	-75	-20,0	-30,0
Periodischer Bedarf	30	4.320	25	5.045	-5	725	-16,7	16,8
Bekleidung	11	1.015	12	975	1	-40	9,1	-3,9
Schuhe	2	150	3	230	1	80	50,0	53,3
Uhren, Schmuck, Optik	7	295	8	315	1	20	14,3	6,8
Persönlicher Bedarf	20	1.460	23	1.520	3	60	15,0	4,1
Haushaltswaren, GPK	3	325	2	470	-1	145	-33,3	44,6
Elektrowaren	3	270	2	190	-1	-80	-33,3	-29,6
Bücher, Schreibwaren	3	280	1	215	-2	-65	-66,7	-23,2
Möbel und Einrichtungsbedarf	4	240	1	150	-3	-90	-75,0	-37,5
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	30	2	365	1	335	100,0	1116,7
Spiel, Sport, Hobby	6	480	5	530	-1	50	-16,7	10,4
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	20	1.625	13	1.920	-7	295	-35,0	18,2
Aperiodischer Bedarf	40	3.085	36	3.440	-4	355	-10,0	11,5
Einzelhandel	70	7.405	61	8.485	-9	1.080	-12,9	14,6

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 60 2018 Nebenzentrum Kirchhellen

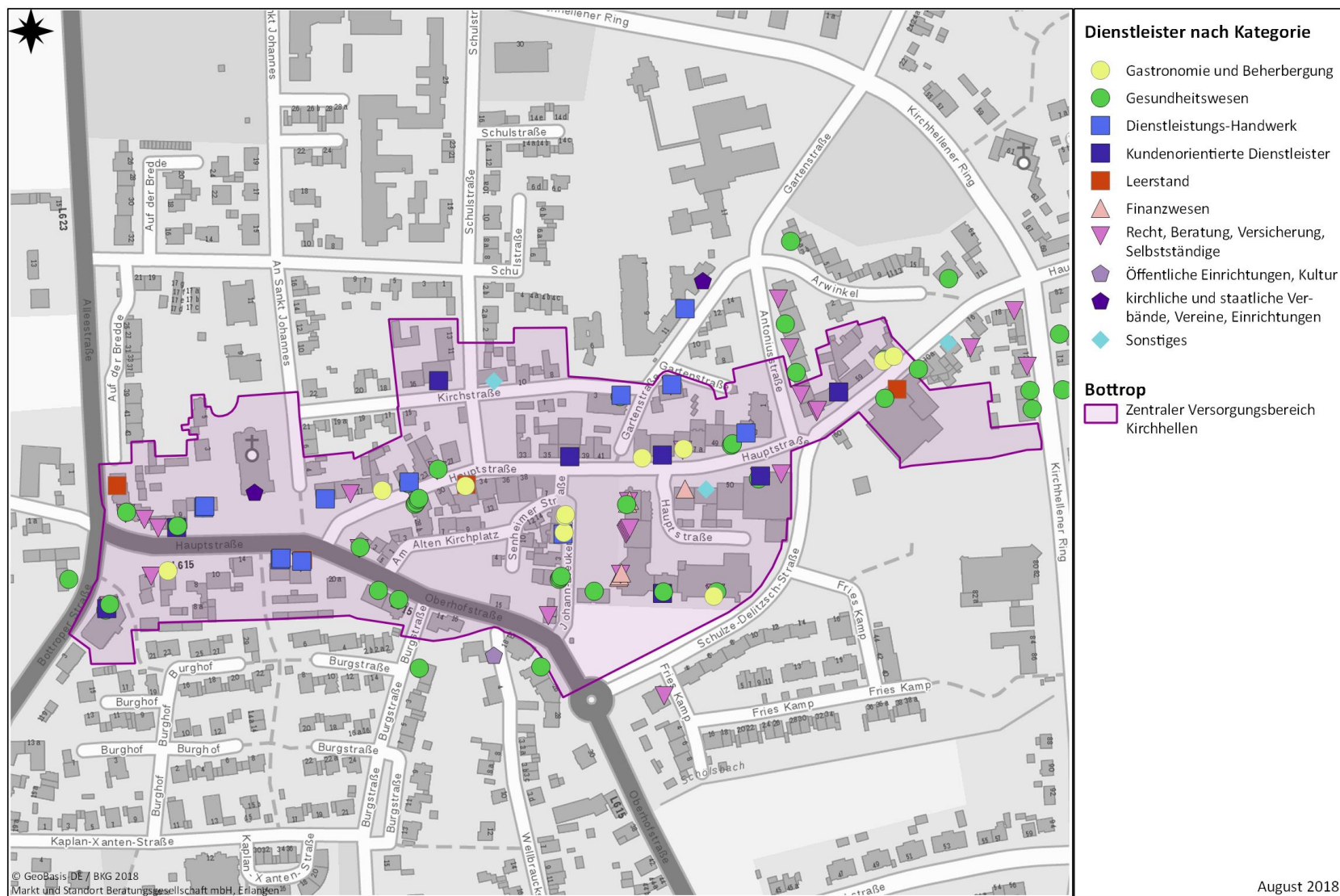


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 61 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Kirchhellen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





G.2.4.1 Gebietsbeschreibung

Status	Der ZVB Kirchhellen ist als Nebenzentrum eingestuft und im Vergleich zur Innenstadt von geringerer Versorgungsfunktion.
Versorgungsgebiet	Das Nebenzentrum Kirchhellen liegt im nördlichen Stadtgebiet von Bottrop. Es versorgt in erster Linie die statistischen Bezirke Kirchhellen-Nord-West, -Mitte und -Nord-Ost. Kirchhellen-Süd ist aufgrund der topografischen Trennung zu den Stadtbezirken Bottrop-Mitte und Bottrop-Süd ebenfalls zum Versorgungsbereich Kirchhellen zu rechnen. Bis 1976 war Kirchhellen eine eigenständige Gemeinde, was in den aktuellen Versorgungsstrukturen durchaus noch erkennbar ist. Rund 15.000 Einwohner leben im Versorgungsgebiet des ZVB Kirchhellen.
Versorgungsaufgabe	Als Nebenzentrum hat der ZVB Kirchhellen lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Neben ergänzenden Angeboten des aperiodischen Bedarfsbereiches werden insbesondere Güter des täglichen Bedarfs vorgehalten. Im ZVB Kirchhellen ist die Dominanz der Nahversorgung bei weitem nicht so ausgeprägt wie in den anderen deutlich kleineren Nebenzentren. Hier ist auch eine erhebliche Versorgungsfunktion im aperiodischen Bedarfsbereich zu erkennen.
Magnetbetriebe	Neben Rewe und Aldi, die beide eine leicht periphere Lage zur Hauptlage im ZVB Kirchhellen haben, ist ein Kik-Markt in den ehemaligen Geschäftsräumen von Edeka ansässig. Rewe liegt zwar im rückwärtigen Bereich an der Schulze-Delitzsch-Straße, ist aber über den Johann-Breuker-Platz auch direkt fußläufig von der Hauptstraße aus erreichbar. Als einziger Vollsortimenter ist Rewe für ein Zentrum dieser Funktion zu klein. Der Aldi-Markt liegt außerhalb des städtebaulich gestalteten Bereiches der Hauptstraße rund 150 m entfernt. Der neue Rossmann-

Absatzwirtschaftliche Bewertung

Standort entwickelt sich als Bindeglied zwischen zentralem Bereich und Aldi.

Der Geschäftsbesatz ist mit 61 Betrieben der dichteste der Nebenzentren in Bottrop. Die Mehrheit der Betriebe bietet aperiodischen Bedarf an, der sich zu einem großen Teil auf Bekleidung, Schuhe und Uhren, Schmuck konzentriert. Es sind bekannte und attraktive Filialisten ebenso vertreten wie leistungsfähige Fachhandelsbetriebe.

Im Gegensatz zu den drei anderen Nebenzentren ist die Ausrichtung keineswegs nur discount- oder preisorientiert, auch Waren aus dem mittleren und höheren Preissegment werden angeboten.

Die ergänzenden Anbieter, die hier in nennenswerter Anzahl auch in den Obergeschossen der besten Einkaufslage ansässig sind, tragen erheblich zur Angebotsqualität und Vielfalt bei. Mit insgesamt 212 Dienstleistungsbetrieben stellt der ZVB Kirchhellen den Standort mit der zweithöchsten Konzentration im Stadtgebiet von Bottrop. Die Versorgungsschwerpunkte liegen, wie in fast allen Zentren, bei der Gastronomie, der medizinischen Versorgung und dem Dienstleistungshandwerk. Darüber hinaus finden sich im ZVB Kirchhellen spezialisierte Anbieter, die teilweise auch die Obergeschosse nutzen. Alle Dienstleistungsbranchen sind hier vertreten, insbesondere die Gastronomie schafft auch Aufenthaltsqualität.

Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Kirchhellen verfügt im Verhältnis zur Größe des Geschäftsbesatzes über eine Ausdehnung von rund 650 m in der Länge. Vor allem in dem Abschnitt zwischen Oberhofstraße und Schulze-Delitzsch-Straße ist die Hauptstraße städtebaulich aufwendig gestaltet. Die rote Aufpflasterung schafft eine optisch angenehme Situation. Die Verkehrsberuhigung und die breiten Gehwege bewirken eine positive Aufenthaltsqualität.





Die Möblierung ist solide, gut platziert und wird auch intensiv genutzt. Der Geschäftsbesatz im Kernbereich ist lückenlos und erzeugt so die entsprechenden Passantenfrequenzen. Trotz des Autoverkehrs, der im Wesentlichen die straßenbegleitenden Stellflächen in der Hauptstraße nutzt, bewegen sich die Passanten sicher und in angenehmem Umfeld. Die Fußgängerfrequenz ist vergleichsweise hoch. Der Johann-Breuker-Platz wird als Grüner Markt genutzt. Donnerstagsvormittags bieten nach Angaben der Stadt rund 40 Händler ihre frischen Waren an. Die Parkmöglichkeiten im Umfeld der Hauptlage sind ausreichend dimensioniert. Auch im Straßenraum, direkt vor den Geschäften ist die Chance, einen Parkplatz zu finden, recht hoch. Insofern ist die städtebauliche Erreichbarkeit für den Individualverkehr ausgezeichnet. Auch die ÖPNV -Erschließung ist durch drei Haltepunkte im Umfeld des ZVB (St. Antonius-Hospital, Schulze-Delitzsch-Straße, An St. Johannes) sehr gut ausgebaut.

**ZVB Kirchhel-
len
Straßen-
gastronomie
erhöht die
Aufenthalts-
qualität er-
heblich**

Quelle: eigenes Foto, April 2018



Quelle: eigenes Foto, April 2018

**ZVB Kirchhel-
len
Der Bereich
um St. Jo-
hannes der
Täufer**



**ZVB Kirchhel-
len
Der städte-
baulich at-
traktiv ge-
staltete
Marktplatz**





ZVB Kirchhellen
Die Haupt-
straße (beste
Einkaufs-
lage)

Quelle: eigenes Foto, April 2018



Quelle: eigenes Foto, April 2018

Entwick-
lungstenden-
zen im ZVB
Kirchhellen

Die Entwicklung des Einzelhandels ist im Nebenzentrum durchaus positiv verlaufen. Insofern ist dieser Versorgungsstandort im Vergleich zur Innenstadt und auch der anderen Nebenzentren auf einem günstigeren Entwicklungspfad.

Abgrenzung
des ZVB
Kirchhellen

Die Abgrenzung des ZVB Kirchhellen umfasst den zentralen, aufgepflasterten Bereich von der St. Johannes Kirche bis zur Kreuzung Hauptstraße/ Schulze-Delitzsch-Straße. Sowohl im Osten als auch im Westen schließen sich Erweiterungsgebiete an. Neben dem Gelände der Kirchengemeinde St. Johannes der Täufer und die westlich angrenzenden Wohn- und Geschäftshäuser auf beiden Seiten der Oberhofstraße schließt sich im Osten der Teil der Hauptstraße an, der den Aldi Standort einschließt.

Im Süden begrenzt die Schulze-Delitzsch-Straße den ZVB östlich und westlich verläuft die südliche Begrenzung entlang der Oberhofstraße.

Die nördliche Abgrenzung ergibt sich aus den anliegenden Grundstückszuschnitten. Nur der Bereich der Schulstraße/ Kirchstraße sowie der südliche Teil der Gartenstraße sind noch integriert im ZVB.

Die in 2012 genannte Reservefläche an der Ecke Hauptstraße/Schulze-Delitzsch-Straße ist nun bebaut. Hier finden sich ein attraktiver Rossmann Drogeriemarkt, ein Bäcker mit Außengastronomie und Wohnungen. Dieser Neubau trägt erheblich und positiv zur besseren Anbindung des Aldi-Standortes an die zentrale Einkaufslage bei und hat somit erhebliche positive städtebauliche und absatzwirtschaftliche Effekte für den ZVB Kirchhellen.

G.2.4.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Kirchhellen für die erschlossenen Stadtteile soll erhalten und weiterentwickelt werden. Die **traditionelle Orientierung** der dort wohnenden Bevölkerung auf das Zentrum soll genutzt und gefördert werden. Die guten **städtebaulichen Voraussetzungen** für eine positive Entwicklung im zentralen Versorgungsbereich sind vorhanden. Die laufende Verbesserung und Modernisierung ist wichtig für die Weiterentwicklung des Zentrums.

Das Nebenzentrum Kirchhellen soll die gewonnene Versorgungsfunktion im Norden des Stadtgebietes weiter ausbauen, indem vor allem qualitative Verbesserungen des Einzelhandelsangebots vorangetrieben werden. Eine partielle Verdichtung des Geschäftsbesatzes wäre wünschenswert. Das Nebenzentrum Kirchhellen wird in die **Zentrenkategorie B-Zentrum** eingestuft.



G.2.4.3 Handlungsempfehlungen

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Kirchhellen** aus dem Jahre 2012 muss an die Entwicklung des Einzelhandelsbestandes angepasst werden. Der Bereich östlich der Schulze-Delitzsch-Straße zwischen Frieskamp und Hauptstraße muss in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** im Bereich des Johann-Breuker-Platzes sowie der westlichen Hauptstraße außerhalb des aufgepflasterten Bereiches wäre wünschenswert. Innerhalb des aufgepflasterten Bereiches sollte die Außen-gastronomie noch verstärkt werden, das hebt die Aufenthaltsqualität in Zentrum zusätzlich.

Erweiterungswünsche von Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Kirchhellen, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Vor allem die Erweiterungsoptionen des Rewe-Standortes sollten

geprüft werden. Die entlastende Funktion des zweiten Rewe (Kaufpark)-Marktes in der Rentforter Straße sollte nicht dazu führen, eventuelle Erweiterungen auf den Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu leiten. Entsprechend des Handlungsgrundsatzes D wäre hier ohnehin nur ein passiver Bestandschutz vorzusehen.

Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Kirchhellen sollten auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden²⁶.

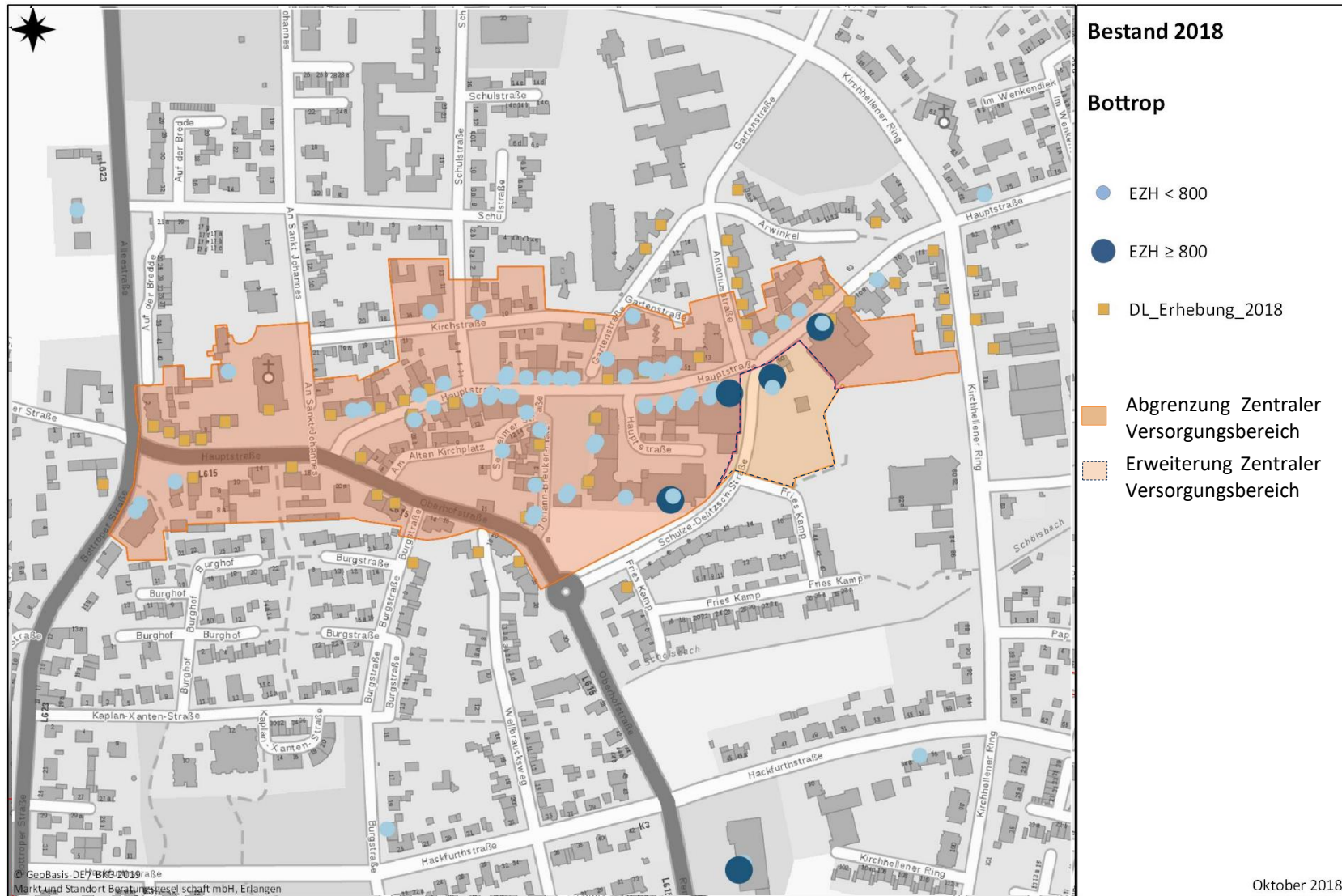
Der Erhalt des hohen Niveaus der **städtebaulichen Gestaltung** sollte sichergestellt werden.

²⁶ Siehe Handlungsgrundsätze B und D in denen der Umgang mit nahversorgungsrelevanten Betrieben beschrieben wird. Handlungsgrundsatz B behandelt die Neuansiedlungen und Grundsatz D den Umgang mit dem Bestandsschutz





Abbildung 62 Abgrenzung Nebenzentrum Kirchhellen (B-Zentrum) 2018





G.3 Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren

G.3.1 Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring

G.3.1.1 Gebietsbeschreibung

Status Der ZVB Bahnhof am Südring ist als Nahversorgungszentrum (NVZ) eingestuft und mit, im Vergleich zu den Nebenzentren, abgestufter Versorgungsbedeutung. Sie beschränkt sich im Wesentlichen auf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs.

Versorgungsgebiet Das Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring liegt im zentralen Süden des Stadtgebietes und bindet Potenziale aus den Stadtteilen Ebel/Welheimer Mark, Süd, Batenbrock-Süd und Süd-West. Hier leben rund 15.000 Einwohner.

Versorgungsaufgabe Als Nahversorgungszentrum hat der ZVB Bahnhof/Südring die Versorgung der unmittelbaren Umgebung mit Gütern des täglichen Bedarfs zu gewährleisten. Die fußläufige Versorgung spielt im Segment der Nahversorgung eine wesentliche Rolle. Wie die Beschreibung der räumlichen Reichweite nahelegt, ist die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Bahnhof/Südring nicht nur fußläufig ausgerichtet. Tatsächlich handelt es sich um einen ausgesprochen autoorientierten Standort, der aber eine wichtige Nahversorgungsfunktion im Süden Bottrops übernimmt.

Magnetbetriebe Magnetbetriebe sind die Lebensmittelanbieter Edeka, Aldi sowie der Drogeriemarkt DM. Während das Edeka eine für die Versorgungsfunktion des Standortes angemessene Größe aufweist, erscheint der Aldi mit nur rund 700 qm nicht mehr marktgerecht. Kleinere ergänzende Shops runden das Angebot ab. Ein großes Ärztehaus und ein Hotel steigern die Anziehungskraft des Standortes.

Tabelle 24 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Bahnhof/Südring

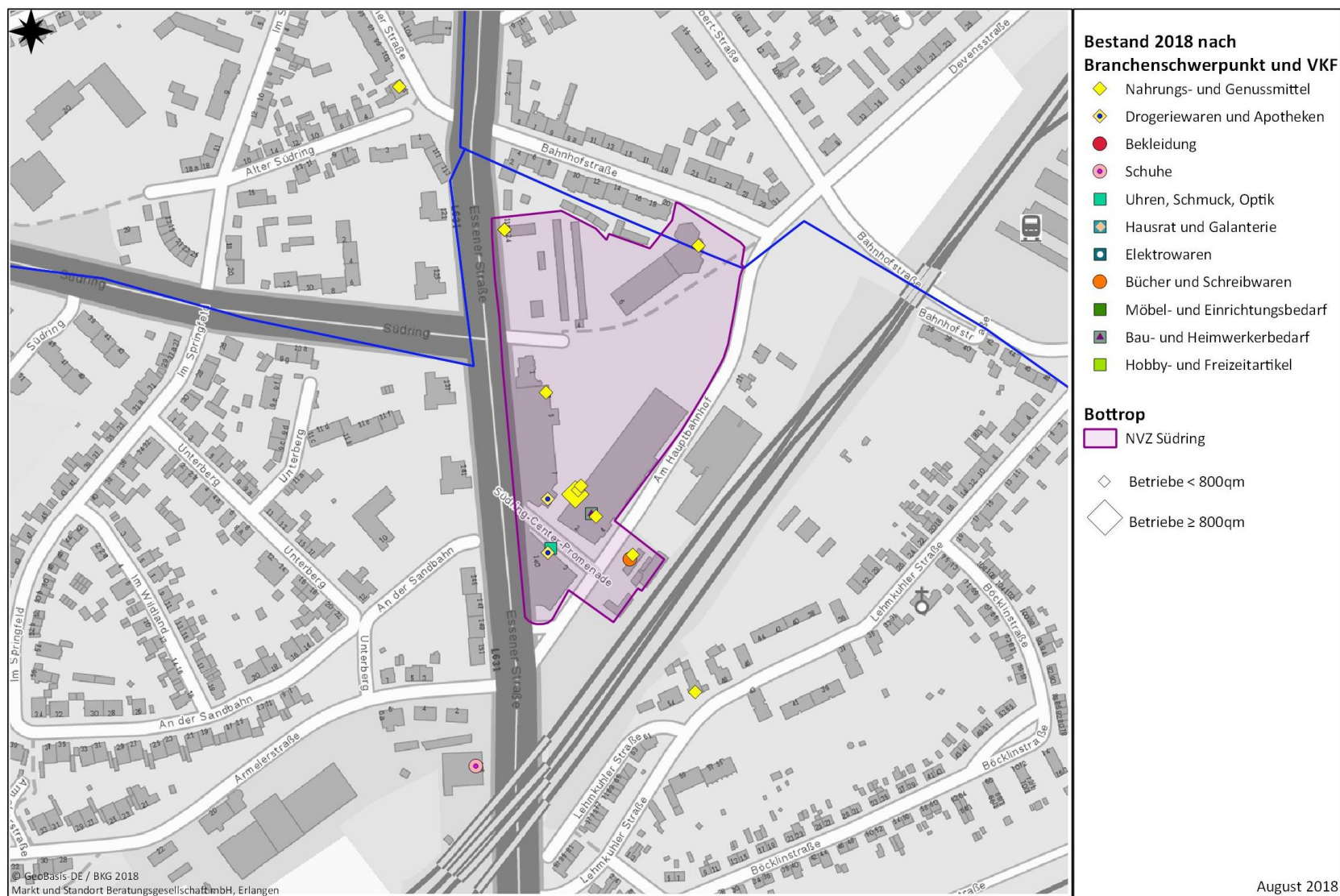
Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	7	3.350	8	4.055	1	705	14,3	21,0
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	2	780	2	780	0	0		
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	0	40	2	115	2	75		187,5
Periodischer Bedarf	9	4.170	12	4.950	3	780	33,3	18,7
Bekleidung	0	30	0	30	0	0		
Schuhe	0	0	0	0	0	0		
Uhren, Schmuck, Optik	1	20	1	20	0	0		
Persönlicher Bedarf	1	50	1	50	0	0		
Haushaltswaren, GPK	0	0	0	0	0	0		
Elektrowaren	0	30	0	30	0	0		
Bücher, Schreibwaren	1	40	0	40	-1	0	-100,0	
Möbel und Einrichtungsbedarf.	0	0	0	0	0	0		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	0	40	0	40	0	0		
Spiel, Sport, Hobby	0	0	0	0	0	0		
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	1	110	0	110	-1	0	-100,0	
Aperiodischer Bedarf	2	160	1	160	-1	0	-50,0	
Einzelhandel	11	4.330	13	5.110	2	780	18,2	18,0

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 63 2018 Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring

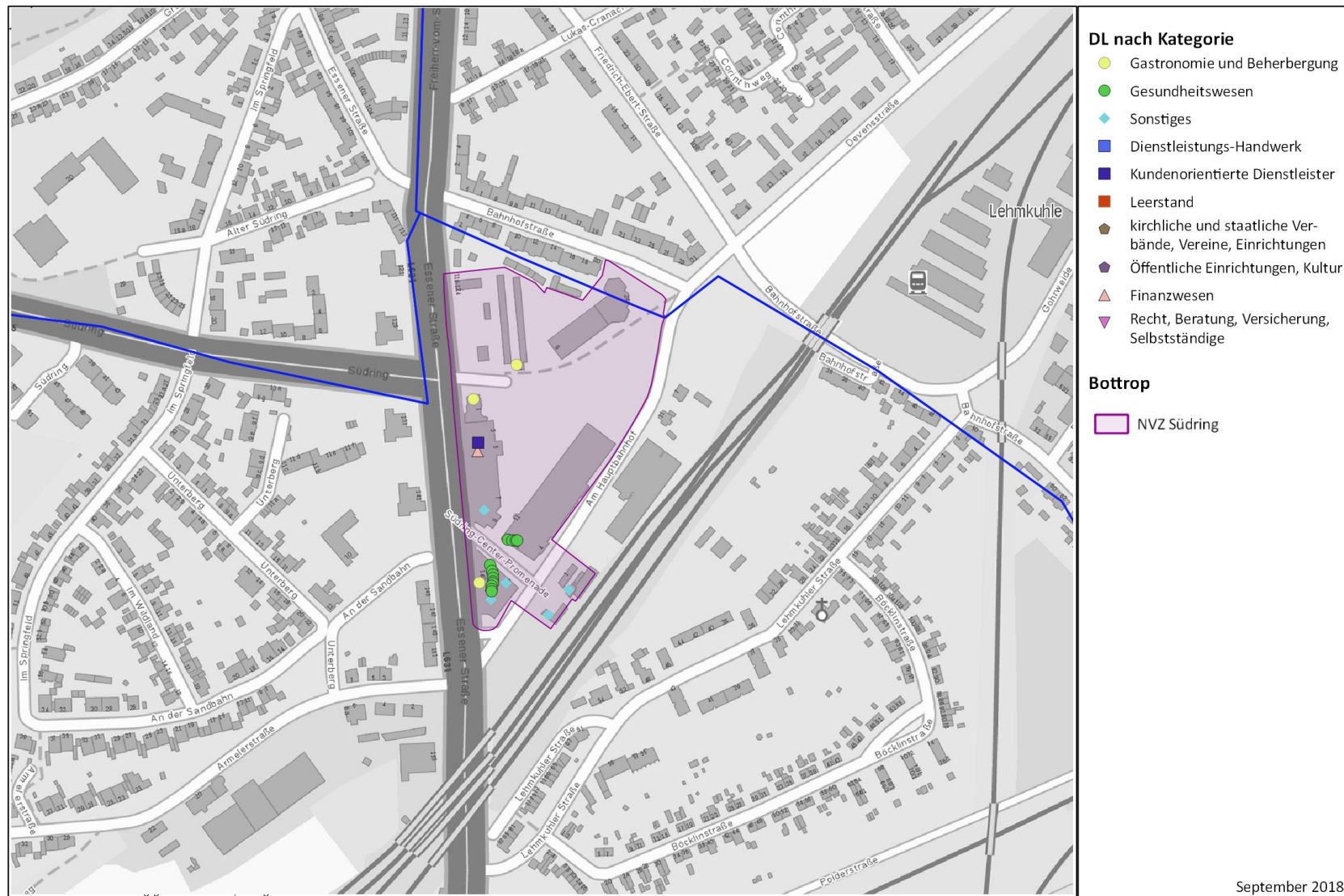


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 64 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)



Absatzwirtschaftliche Bewertung

Der Geschäftsbesatz ist mit 13 Betrieben einem guten Nahversorgungsstandort angemessen. Der Schwerpunkt des Verkaufsflächenangebotes von insgesamt 5.110 qm entfällt mit 4.950 qm auf den periodischen Bedarf. Bei den 160 qm aperiodisch belegter Verkaufsfläche handelt es sich um Randsortimente in den Lebensmittelmärkten und dem Drogeriemarkt.

Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor sind in höherer Zahl als Einzelhandelsbetriebe (24 Betriebe) ansässig. Der Schwerpunkt liegt mit 13 Betrieben in der medizinischen Versorgung.

Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Bahnhof/Südring ist kein gewachsenes Versorgungszentrum, sondern ein verkehrsgünstig gelegenes geplantes Nahversorgungszentrum. Es ist verkehrsorientiert im Hinblick auf den ÖPNV (Pendler) durch die Zuordnung zum Bottroper Hauptbahnhof, aber auch für den IV durch die günstige Lage am Südring.

Die Fußgängerfrequenz ist durchgängig gering. Die fußläufige Erreichbarkeit für die umliegende Bevölkerung ist gut. Die erforderlichen ampelgeregelten Fußgängerübergänge über die Essener Straße und den Südring, aber auch die fußläufige Durchlässigkeit des Bahnhofs, ermöglichen kurze Fußwege von den umliegenden Wohngebieten.

Trotzdem dürfte der Umsatzschwerpunkt des Nahversorgungszentrums eher beim autogestützten Kunden liegen. Die Verkaufsflächengröße und die daraus resultierende Reichweite ermöglichen ein modernes und umfassendes Angebot, allerdings unter Inkaufnahme eines, trotz der siedlungsintegrierten Lage nicht unbedeutenden Anteiles autogestützter Kunden.

ZVB Bahnhof Edeka als wichtigster Magnetbetrieb



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Bahnhof DM, der zweite Magnetbetrieb



Quelle: eigenes Foto, April 2018



ZVB Bahnhof Aldi als Dis- countergän- zung



Quelle: eigenes Foto, April 2018

Entwicklung im ZVB Bahnhof

Die Entwicklung des NVZ Bahnhof/Südring ist seit 2011 positiv. Die Zunahme der Lebensmittelverkaufsfläche geht auf die Eröffnung des Getränkemarktes in der Bahnhofstraße zurück.

Abgrenzung des ZVB Bahnhof

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums ist bestimmt durch den Verlauf der Essener Straße und durch die Bahnhofstraße im Norden, wobei die Wohnhauszeile nicht integriert ist. Östlich ist das NVZ begrenzt durch die Straße Am Hauptbahnhof. Der Hauptbahnhof mit den dort ansässigen Betrieben und der Übergang zu den Märkten (Südring-Center-Promenade) sind einbezogen in den ZVB. Die Veränderung der Abgrenzung ist aus städtebaulicher Sicht nicht erforderlich. Unmittelbar verfügbare Flächenpotenziale sind nicht vorhanden. Der Bedarf für größere Erweiterungen, mit Ausnahme des Aldi Marktes, werden derzeit eher nicht gesehen.

G.3.1.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Bahnhof/Südring für die Nahversorgung im zentralen südlichen Stadtgebiet soll erhalten und positiv entwickelt werden. Die **städtebaulichen Voraussetzungen** durch gute Erreichbarkeit für den gesamten Modal Split machen das Nahversorgungszentrum wertvoll für die Grundversorgung. Diese Verkehrsgunst soll erhalten bleiben.

Das Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring soll die Nahversorgungsfunktion im zentralen Süden des Stadtgebietes ausfüllen, indem neben der Quantität auch die Qualität des Angebots mindestens auf heutigem Niveau gehalten wird. Das Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring wird in die **Zentrenkategorie D-Zentrum** eingestuft.

G.3.1.3 Handlungsempfehlungen

Die **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Bahnhof/Südring** aus dem Jahre 2012 kann unverändert beibehalten werden.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** (Neuansiedlung) ist aus heutiger Sicht für großflächige Anbieter nicht erforderlich. Kleinflächige ergänzende Anbieter aus dem periodischen Bedarfssegment machen das Nahversorgungszentrum attraktiver und sollten im Rahmen der erschließbaren Flächenpotenziale durchaus die Möglichkeit zur Ansiedlung erhalten.

Erweiterungswünsche von ansässigen Betrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Bahnhof/Südring, auch bei Großflächigkeit, sollten befördert und positiv begleitet werden. Vor allem die mögliche Erweiterung von Aldi wäre durchaus positiv zu bewerten.

Großflächige Ansiedlungen oder Erweiterungen, insbesondere im Nahversorgungssektor, im **räumlichen Umfeld außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches** Bahnhof/Südring sollten entsprechend der Handlungsgrundsätze B und D auf ihre potenziell negativen Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich geprüft werden.



G.3.2 Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße

G.3.2.1 Gebietsbeschreibung

Status	Der ZVB Osterfelder Straße ist als Nahversorgungszentrum (NVZ) eingestuft und hat im Vergleich zu den Nebenzentren eine abgestufte Versorgungsbedeutung. Sie beschränkt sich im Wesentlichen auf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs.
Versorgungsgebiet	Das Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße liegt im südwestlichen Gebiet von Bottrop. Es versorgt in erster Linie die statistischen Bezirke Fuhlenbrock-Heide und Süd-West mit rund 11.000 Einwohnern.
Versorgungsaufgabe	Als Nahversorgungszentrum hat der ZVB Osterfelder Straße lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Die Funktion beschränkt sich auf die Nahversorgung. Kleinere Angebotsergänzungen aus dem aperiodischen Segment sind sinnvoll.
Magnetbetriebe	Das Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße beschränkt sich auf einen Vollsortimenter mit 900 qm (Rewe), ergänzt um kleinere Geschäfte (Zeitschriften, Bäcker, Obst, Gemüse).
Absatzwirtschaftliche Bewertung	Das Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße ist mit knapp 1.000 qm Verkaufsfläche um einiges zu klein, die zugeordneten städtischen Quartiere angemessen zu versorgen. Die Versorgung wird teilweise durch das nur rund 5 Minuten entfernte NVZ Bahnhof/Südring übernommen. Derzeit sind 6 Einzelhandelsbetriebe innerhalb der Abgrenzung ansässig. Auf der südlichen Seite des Westringes befindet sich noch ein Rewe Getränkemarkt, der allerdings aufgrund der Trennwirkung nicht in den ZVB einbezogen werden kann. Es sind 11 Dienstleistungsbetriebe ansässig. Ein Angebotsschwerpunkt ist nicht zu erkennen.

Tabelle 25 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Osterfelder Straße

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	4	840	4	840	0	0		
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	0	110	0	110	0	0		
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	3	70	2	45	-1	-25	-33,3	-35,7
Periodischer Bedarf	7	1.020	6	995	-1	-25	-14,3	-2,5
Bekleidung	0	0	0	0	0	0		
Schuhe	0	0	0	0	0	0		
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0	0		
Persönlicher Bedarf	0	0	0	0	0	0		
Haushaltswaren, GPK	0	20	0	20	0	0		
Elektrowaren	0	0	0	0	0	0		
Bücher, Schreibwaren	0	20	0	20	0	0		
Möbel und Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0	0		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	0	0	0	0	0	0		
Spiel, Sport, Hobby	0	0	0	0	0	0		
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	0	40	0	40	0	0		
Aperiodischer Bedarf	0	40	0	40	0	0		
Einzelhandel	7	1.060	6	1.035	-1	-25	-14,3	-2,4

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 65 2018 Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße

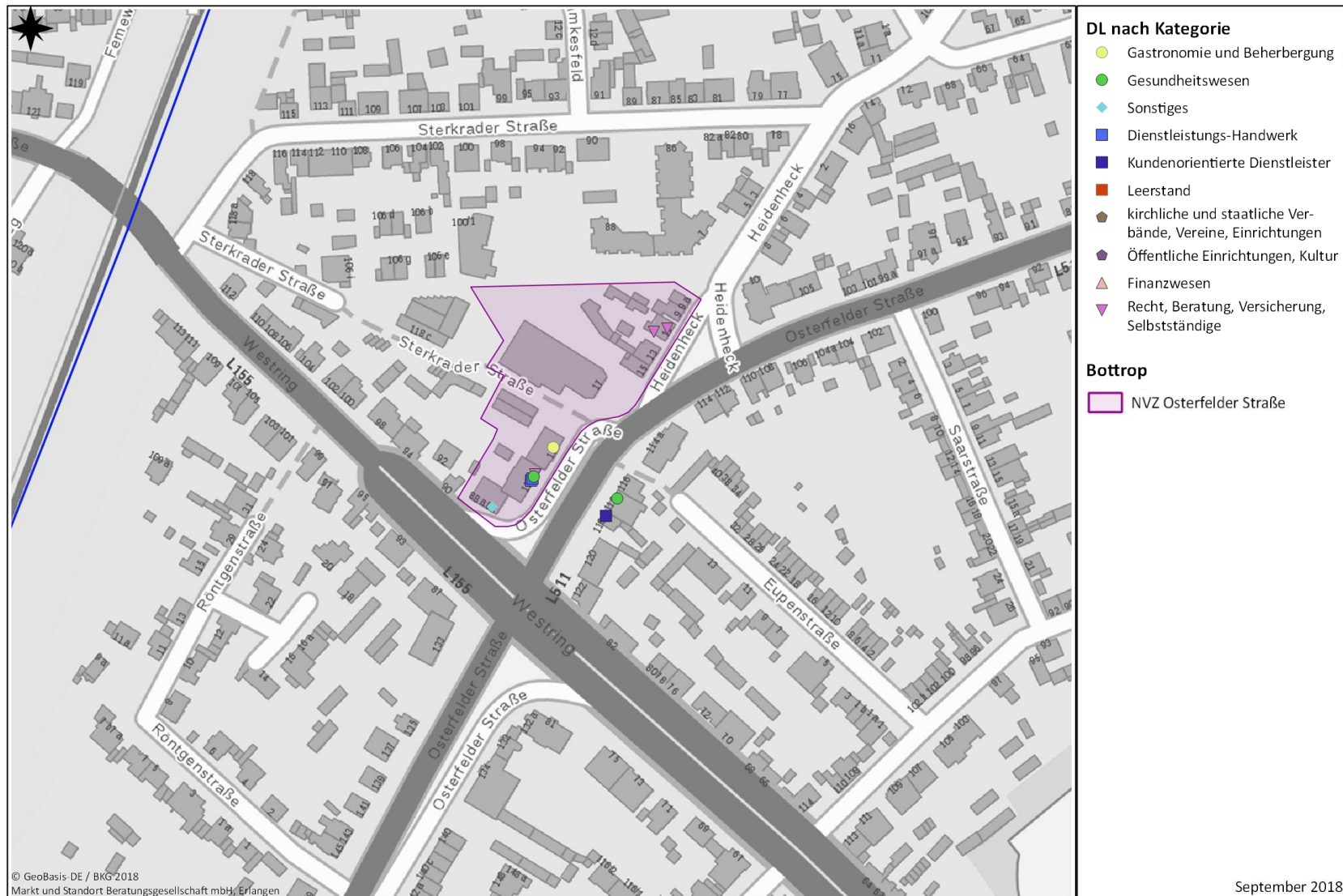


Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 66 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Osterfelder Straße ist räumlich sehr beengt, dafür aber mustergültig in umliegende Wohngebiete integriert, so dass der fußläufige Einkauf dort ermöglicht wird. Die Verkehrsanbindung für den Individualverkehr ist durch die Lage am stark frequentierten Westring ebenfalls günstig. Die Zugänglichkeit des Rewe-Grundstückes mit dem Pkw ist allerdings eingeschränkt, weil aus Süden kommend ein Linksabbiegen auf den Parkplatz nicht möglich ist. Der gesamte Zielverkehr, vom Westring kommend, ist demnach gezwungen, einen U-Turn in die Straße Heidenheck zu fahren.

Die Selbstpräsentation des Rewe Marktes ist eher als mäßig zu beurteilen.

ZVB Osterfelder Straße Rewe Kaufpark als einziger Magnet



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Osterfelder Straße ergänzender Geschäftsbesatz



Quelle: eigenes Foto, April 2018

Entwicklungstendenzen im ZVB Osterfelder Straße

Aufgrund der räumlichen Enge hat sich die Verkaufsflächen-summe seit 2011 nicht positiv entwickelt. Nahversorgungs-potenziale im Umfeld sind sicherlich ausreichend vorhanden. Aufgrund der geringen Flächenpotenziale ist jedoch keine positive Flächenentwicklung möglich.

Abgrenzung des ZVB Osterfelder Straße

Die Abgrenzung des ZVB Osterfelder Straße ist durch die Grundstücksgrenzen der mit Geschäften und Dienstleistungs-betrieben genutzten Gebäude bestimmt. Begrenzt wird der ZVB im Süden und Osten durch die Verläufe der Osterfelder Straße, Heidenheck und Westring. Ansonsten bestimmen die Nachbarnutzungen mit Wohnhäusern die Begrenzung. Eine Veränderung der Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept von 2012 ist nicht erforderlich.



G.3.2.2 Entwicklungsziele

Die **Zentrenfunktion** des zentralen Versorgungsbereiches Osterfelder Straße ist aufgrund des geringen Geschäftsbesatzes und der faktisch geringen räumlichen Ausstrahlung bei vergleichsweise großen Potenzialen im erreichbaren Umfeld nicht gegeben. Die Definitionsmerkmale eines zentralen Versorgungsbereiches verlangen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus und damit ein städtebauliches Gewicht, das sich gleichlaufend zur Größe der Standortgemeinde darstellt. Für eine Großstadt reicht ein großflächiger Markt mit weniger als 1.000 qm Verkaufsfläche nicht aus, eine zentrale Funktion zu begründen. Insofern ist eine Rückstufung des Nahversorgungszentrums Osterfelder Straße in die Kategorie des **integrierten Nahversorgungsstandortes** zu empfehlen.

G.3.2.3 Handlungsempfehlungen

Eine konkrete **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Osterfelder Straße** ist aufgrund der Rückstufung nicht mehr notwendig. Die Nutzung des geringen Flächenpotenzials von rund 600 qm Grundstücksfläche ist auch ohne Abgrenzung eines ZVB möglich.

Eine **Verdichtung des Betriebsbesatzes** (Neuansiedlung) ist aus heutiger Sicht am Standort nicht möglich.

Eine **Modernisierung** des vorhandenen Marktes wäre im Sinne der Verbraucher sinnvoll. Eine Erweiterung ist derzeit, obwohl sie aus Versorgungsgesichtspunkten notwendig wäre, aufgrund der fehlenden Flächenpotenziale nicht möglich.

Als integrierter solitärer Nahversorgungsstandort erfüllt der Standort Osterfelder Straße eine wichtige Nahversorgungsaufgabe für die umliegenden Quartiere. Insofern gilt für diesen Standort auch die städtebauliche Schutzfunktion des §11 Abs. 3 BauNVO. Für den Standort Osterfelder Straße ist die Gewährung eines aktiven Bestandsschutz möglich.

G.3.3 Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord

G.3.3.1 Gebietsbeschreibung

Status	Der ZVB Batenbrock-Nord ist als Nahversorgungszentrum (NVZ) eingestuft und im Vergleich zu den Nebenzentren von abgestufter Versorgungsbedeutung. Sie beschränkt sich auf die Versorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs.
Versorgungsgebiet	Das Nebenzentrum Batenbrock-Nord liegt zentral in Alt-Botrop. Es versorgt in erster Linie den statistischen Bezirk Batenbrock-Nord mit rund 7.000 Einwohnern.
Versorgungsaufgabe	Als Nahversorgungszentrum hat der ZVB Batenbrock-Nord lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Ergänzende Angebote des aperiodischen Bedarfsbereiches haben nur eine geringe Bedeutung und werden überwiegend als Randsortimente der großen Lebensmittelmärkte angeboten. Vor allem Güter des täglichen Bedarfs werden vorgehalten. Der eindeutige Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung.
Magnetbetriebe	Großflächige Betriebe im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO sind im ZVB Batenbrock-Nord mit Rewe und Lidl ansässig. Insgesamt finden sich 6 Betriebe innerhalb des ZVB. Die Lebensmittelverkaufsfläche erreicht eine Größenordnung 2.060 qm. Ein Drogeriemarkt ist nicht ansässig.
Absatzwirtschaftliche Bewertung	Der Geschäftsbesatz ist mit nur 6 Betrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch die beiden großflächigen Lebensmittelanbieter. Der aperiodische Bedarf ist dominiert durch einen Matratzenanbieter. Das Nahversorgungsangebot ist mit einem Vollsortimenter und einem Lebensmitteldiscounter positiv zu bewerten. Ein Drogeriemarkt oder ein Bio-Anbieter wären als Ergänzung noch wünschenswert.



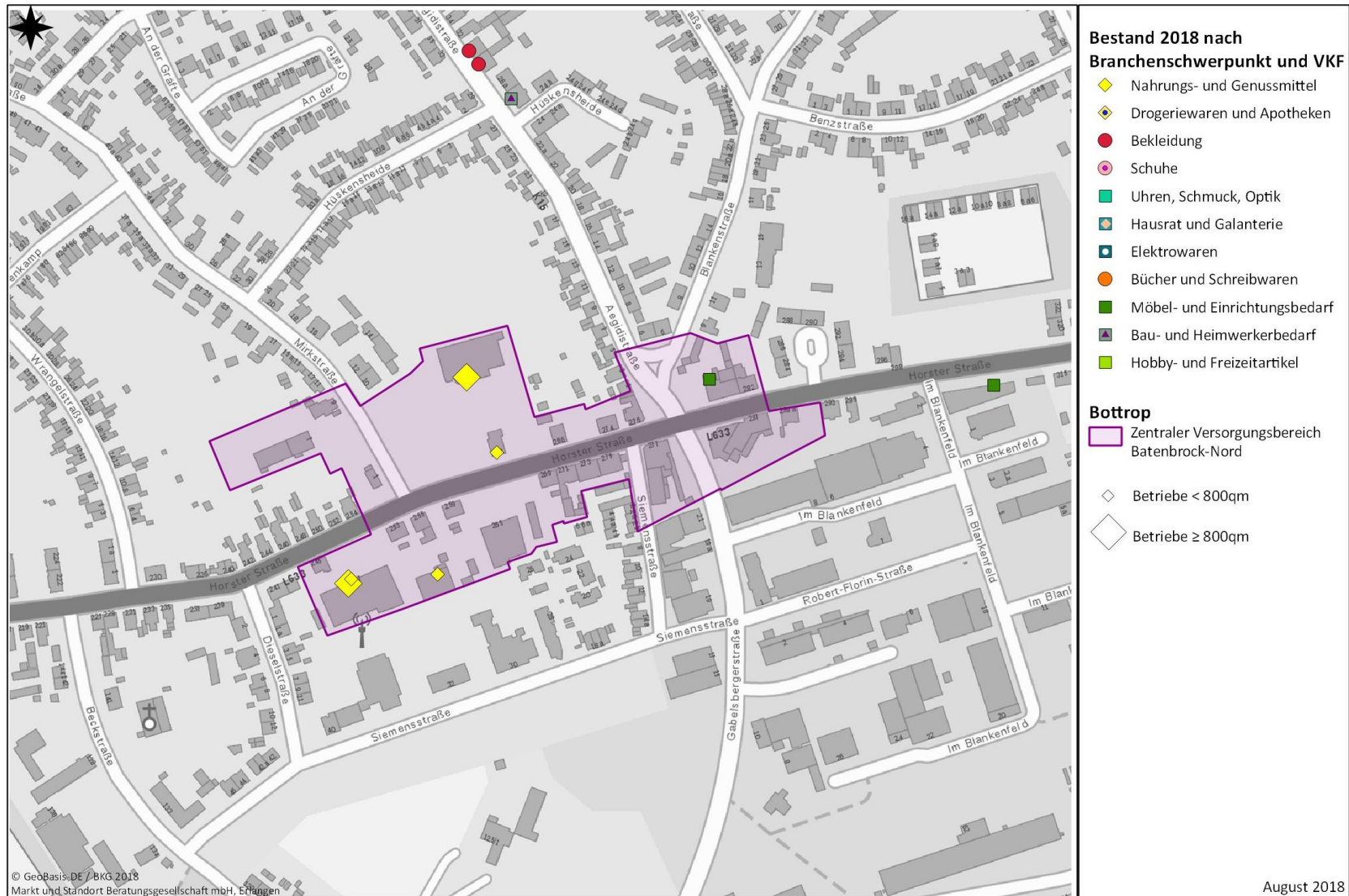
Tabelle 26 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Batenbrock-Nord

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	7	1.980	5	2.060	-2	80	-28,6	4,0
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	0	170	0	170	0	0		
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	0	70	0	20	0	-50		-71,4
Periodischer Bedarf	7	2.220	5	2.250	-2	30	-28,6	1,4
Bekleidung	0	20	0	20	0	0		
Schuhe	0	0	0	0	0	0		
Uhren, Schmuck, Optik	1	35	0	0	-1	-35	-100,0	-100,0
Persönlicher Bedarf	1	55	0	20	-1	-35	-100,0	-63,6
Haushaltswaren, GPK	0	40	0	40	0	0		
Elektrowaren	0	20	0	20	0	0		
Bücher, Schreibwaren	0	40	0	40	0	0		
Möbel und Einrichtungsbedarf	1	300	1	300	0	0		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	450	0	0	-1	-450	-100,0	-100,0
Spiel, Sport, Hobby	0	0	0	0	0	0		
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	2	850	1	400	-1	-450	-50,0	-52,9
Aperiodischer Bedarf	3	905	1	420	-2	-485	-66,7	-53,6
Einzelhandel	10	3.125	6	2.670	-4	-455	-40,0	-14,6

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen



Abbildung 67 2018 Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Abbildung 68 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)





Städtebauliche Bewertung

Der ZVB Batenbrock-Nord ist räumlich durchtrennt durch die stark frequentierte Horster Straße. Die Anordnung der Betriebe ist aus städtebaulicher und absatzwirtschaftlicher Sicht eher ungünstig. Neben der Trennung durch die Horster Straße führt auch die Lage der Tankstelle zu einer Barrierewirkung für eventuelle fußläufige Kundenströme zwischen den Märkten.

Das NVZ Batenbrock-Nord ist weder ein geplantes noch aus städtebaulicher Sicht historisch gewachsenes Zentrum. Der städtebauliche Wert ergibt sich aus seiner Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere.

Entwicklungstendenzen im ZVB Batenbrock-Nord

Die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes im ZVB Batenbrock-Nord ist in Bezug auf die Nahversorgungsfunktion stabil. Der bilanzierte Verkaufsflächenverlust von 450 qm im aperiodischen Bedarfsbereich hat seine Ursache in der Schließung des 2012 noch ansässigen BM Blumenmarktes (500 qm).

ZVB Batenbrock-Nord Die Horster Straße mit Lidl und Rewe



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Batenbrock-Horster Straße in Richtung Osten



Quelle: eigenes Foto, April 2018

Abgrenzung des ZVB Batenbrock-Nord

Die Abgrenzung des ZVB Batenbrock-Nord ergibt sich aus der räumlichen Verteilung des Betriebsbesatzes und den Grundstückszuschnitten. Er reicht östlich über die Aegidistraße hinaus und schließt die unmittelbar angrenzenden Gewerbegebäude bzw. Geschäftshäuser mit ein. Dort bestehen noch Flächenreserven zur Anmietung kleinerer bis mittelgroßer Flächen.

Die Flächenreserve für die Erweiterung des Lidl-Marktes erfordert eine leichte Anpassung der Abgrenzung.



G.3.3.2 Entwicklungsziele

Das Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord soll seine **Nahversorgungsfunktion** weiter entwickeln und für die Zukunft absichern.

Neuansiedlungen innerhalb des ZVB sind erwünscht, soweit sie eine Nahversorgungsfunktion erfüllen.

Betriebserweiterungen auch großflächiger Betriebe sind unter Berücksichtigung der städtebaulichen Verträglichkeit positiv zu begleiten.

Neuansiedlungen und Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe im **Umfeld des Nahversorgungszentrums** sind nach den Handlungsgrundsätzen B und D zu bewerten und auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen.

G.3.3.3 Handlungsempfehlungen

Eine Vervollständigung des Nahversorgungsangebotes im ZVB Batenbrock-Nord ist wünschenswert. Beispielsweise könnte ein zusätzliches Bio-Angebot oder auch ein Drogeriemarkt etabliert werden.

Städtebaulich sinnvoll wäre eine Neuordnung des nördlich der Horster Straße liegenden Bereiches mit Lidl und Tankstelle unter Einbeziehung der westlich angrenzenden Parkfläche.

Die derzeitige Erweiterung des Lidl Marktes ist für das Ziel der Sicherung der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums positiv zu werten.

Eine Anpassung der Abgrenzung erfolgt durch die Wegnahme des Grundstückes BM-Blumenmarkt..





G.3.4 Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen

G.3.4.1 Gebietsbeschreibung

Status Der ZVB Stadtwald/Kalter Eigen ist als Nahversorgungszentrum (NVZ) eingestuft und im Vergleich zu den Nebenzentren von abgestufter Versorgungsbedeutung. Es beschränkt sich im Wesentlichen auf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs.

Versorgungsgebiet Das Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen liegt im nördlich Bereich Alt-Bottrops. Es versorgt vor allem den statistischen Bezirk Stadtwald, zieht aber auch Kunden aus Nord-Ost, Eigen, und Fuhlenbrock-Wald an. Im Umfeld des Nahversorgungszentrums leben rund 6.000 Einwohner.

Versorgungsaufgabe Als Nahversorgungszentrum hat der ZVB Stadtwald/Kalter Eigen lokale Versorgungsaufgaben zu übernehmen. Ergänzende Angebote des aperiodischen Bedarfsbereiches haben nur eine geringe Bedeutung und werden überwiegend als Randsortimente der großen Lebensmittelmärkte angeboten. Vor allem Güter des täglichen Bedarfs werden vorgehalten. Der eindeutige Schwerpunkt der Versorgung liegt in der Nahversorgung.

Magnetbetriebe Großflächige Betriebe im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO sind im ZVB Stadtwald/Kalter Eigen nicht ansässig. Der Rewe Kaufpark liegt mit seiner Verkaufsflächengröße unterhalb der Großflächigkeitsgrenze von 800 qm. Nimmt man allerdings den angeschlossenen Getränkemarkt von 300 qm hinzu, ist in der Agglomeration die Großflächigkeit gegeben. Ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe befinden sich entlang der Kirchhellener Straße. Sie machen für den Standort, durch ihre begrenzte Erzeugung von Multifunktionalität, letztlich den Unterschied zwischen einem Nahversorgungszentrum und einem Nahversorgungsstandort aus.

Tabelle 27 Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Stadtwald/Kalter Eigen

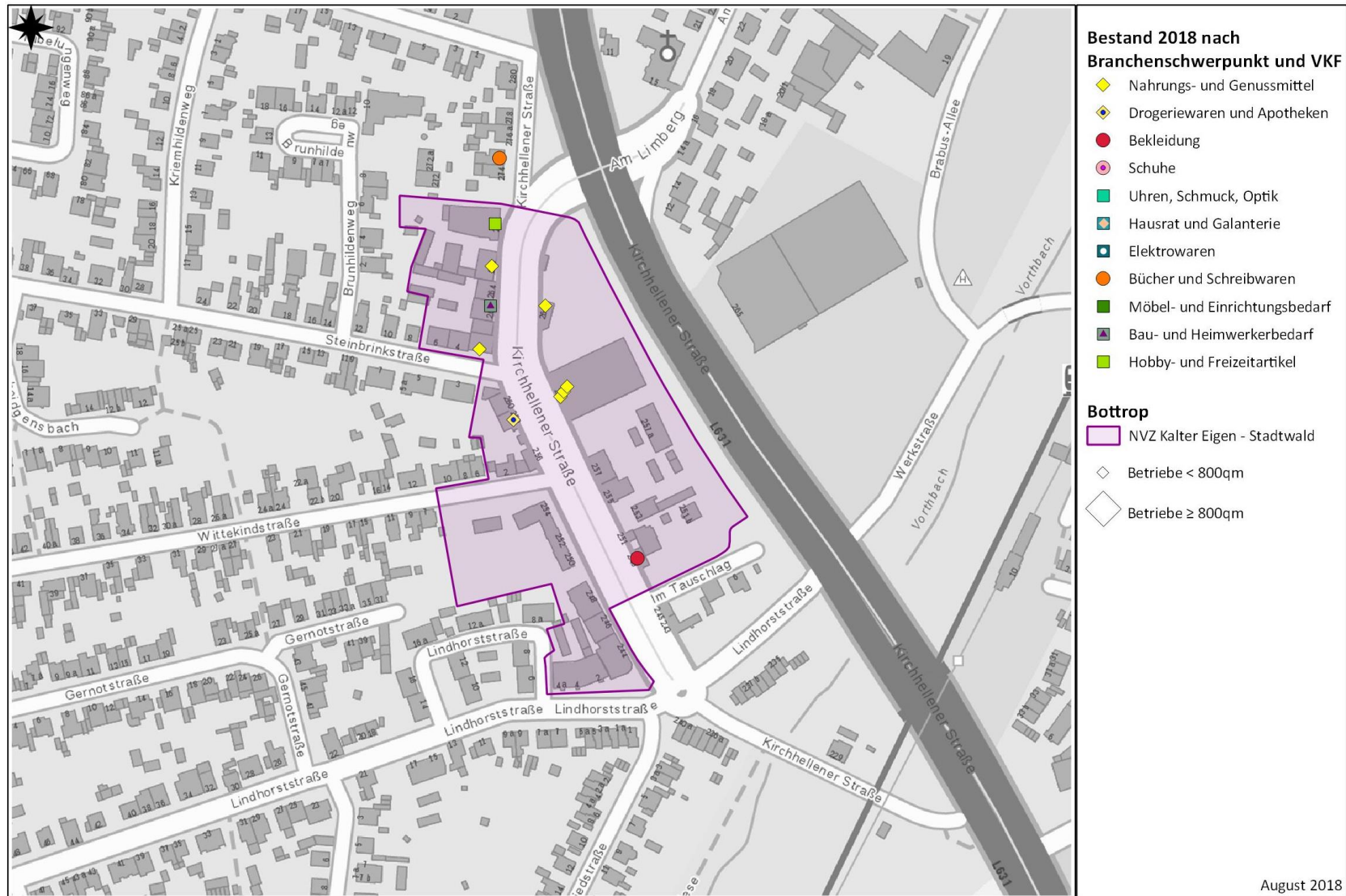
Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	6	1.085	6	1.045	0	-40		-3,7
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	2	410	1	110	-1	-300	-50,0	-73,2
übriger periodischer Bedarf Schnittblumen, Zeitschriften	1	50	1	55	0	5		10,0
Periodischer Bedarf	9	1.545	8	1.210	-1	-335	-11,1	-21,7
Bekleidung	1	60	1	40	0	-20		-33,3
Schuhe	0	0	0	0	0	0		
Uhren, Schmuck, Optik	0	0	0	0	0	0		
Persönlicher Bedarf	1	60	1	40	0	-20		-33,3
Haushaltswaren, GPK	0	20	0	20	0	0		
Elektrowaren	0	0	0	0	0	0		
Bücher, Schreibwaren	0	20	0	20	0	0		
Möbel und Einrichtungsbedarf	0	0	0	0	0	0		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	0	20	0	0	0	-20		-100,0
Spiel, Sport, Hobby	0	0	1	150	1	150		
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	0	60	1	190	1	130		216,7
Aperiodischer Bedarf	1	120	2	230	1	110	100,0	91,7
Einzelhandel	10	1.665	10	1.440	0	-225		-13,5

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen





Abbildung 70 2018 Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)



Abbildung 71 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung, Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2012 (CIMA)



Absatzwirtschaftliche Bewertung

Der Geschäftsbesatz ist mit 10 Einzelhandelsbetrieben nicht sonderlich dicht. Die Größenstruktur ist bestimmt durch den Vollsortimenter Rewe Kaufpark. Ergänzend sind im Nahversorgungssektor Bäcker, Lotto/Toto, Getränkemarkt und eine Apotheke ansässig.

Ergänzende aperiodische Angebote sind, mit Ausnahme von Rück Moto (Kfz-Teile) nicht vorhanden.

Ergänzende Angebote aus dem Dienstleistungssektor sind in deutlich höherer Zahl als Einzelhandelsbetriebe ansässig. 30 Dienstleistungsbetriebe bieten im Schwerpunkt Gastronomie (5) und medizinische Dienstleistungen (10) an. Die übrigen 15 verteilen sich über die Branchen. Die Dienstleistungsbranche trägt im Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen erheblich zur Versorgungsqualität und zur Zentrenfunktion bei.

Städtebauliche Bewertung

Das Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen ist ein natürlich gewachsenes kleines Zentrum, das angesichts des im Vergleich zu den Nebenzentren beschränkten Versorgungsgebietes über eine Nahversorgungsfunktion nie herauskam.

Es gibt zwar keinen Marktplatz, der parallel zur Durchgangstraße verlaufende Abschnitt der Kirchhellener Straße weist allerdings durch die Alleestruktur und sein Breite durchaus eine potenziell hohe Aufenthaltsqualität auf. Sie könnte durch kleinere städtebauliche Maßnahmen verbessert werden.

Der Bereich um Rewe Kaufpark und die Tankstelle ist städtebaulich ungeordnet und bedarf der Neuordnung. Insbesondere die Neuorganisation der Parkplätze und eine mögliche Verkaufsflächenenerweiterung oder -ergänzung wären für eine nachhaltige Entwicklung des NVZ notwendig. Damit besteht die Option zur Stärkung der Nahversorgungsfunktion.

ZVB Stadtwald/Kalter Eigen attraktive Kirchhellener Straße mit Rewe im Hintergrund



Quelle: eigenes Foto, April 2018

ZVB Stadtwald/Kalter Eigen geringer Geschäftsbesatz in der Kirchhellener Straße



Quelle: eigenes Foto, April 2018





Entwick- lungstenden- zen im ZVB Kalter Eigen

Die Entwicklung der Verkaufsfläche des Einzelhandelsbesatzes ist seit 2011, wie in beinahe allen zentralen Versorgungsbereichen Bottrops, negativ. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist zwar mit 10 Standorten stabil, die Verkaufsfläche ging trotzdem um 13,5% auf 1.440 qm zurück. Der Rückgang ist vor allem auf die Schließung des Schlecker Drogeriemarktes zurückzuführen. Der Ersatz dafür ist auf deutlich kleinerer Fläche ein Handel mit Kfz-Teilen, der naturgemäß nicht zur Verbesserung der Nahversorgung beitragen kann. So hat das Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen ausgerechnet im periodischen Bedarfssegment an Funktion verloren.

Abgrenzung des ZVB Kal- ter Eigen

Die Abgrenzung des ZVB Stadtwald/Kalter Eigen orientiert sich am Verlauf des Nebenastes der Kirchhellener Straße und umfasst die städtebaulich attraktiven Bereiche der breiteren, mit alten Bäumen bestandenen Straße und schließt neben den 10 Einzelhandelsbetrieben auch die Dienstleistungsbetriebe ein, die maßgeblich die Abgrenzung mitbestimmen.

Die Längenausdehnung orientiert sich am Betriebsbesatz in der Kirchhellener Straße, ausgehend von der nördlich gelegenen Tankstelle/Rewe-Kaufpark bis zur Lindhorststraße im Süden.

Die Ausdehnung des ZVB in Ost-West-Richtung ist abhängig vom Verlauf der Grundstücksgrenzen.

Eine Anpassung der Abgrenzung ist nicht erforderlich, weil sich zum einen keine Verschiebung der räumlichen Verteilung der Betriebe ergeben hat und zum anderen die verfügbaren Flächenpotenziale innerhalb der jetzigen Abgrenzung zu finden sind.

G.3.4.2 Entwicklungsziele

Das Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen soll seine **Nahversorgungsfunktion** weiterentwickeln und für die Zukunft absichern. So ist die Versorgung im Stadtbezirk Stadtwald, der eine siedlungsstrukturelle Randlage aufweist, zu sichern.

Neuansiedlungen innerhalb des ZVB sind erwünscht, soweit sie eine Nahversorgungsfunktion erfüllen und sich als tragfähig für das Versorgungsgebiet erweisen.

Betriebserweiterungen auch großflächiger Betriebe sind unter Berücksichtigung der städtebaulichen Verträglichkeit positiv zu begleiten.

Neuansiedlungen und Erweiterungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe im **Umfeld des Nahversorgungszentrums** sind nach den Handlungsgrundsätzen B und D zu bewerten und auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen.

G.3.4.3 Handlungsempfehlungen

Eine Vervollständigung des Nahversorgungsangebotes im ZVB Stadtwald/Kalter Eigen ist erforderlich. Eine Modernisierung des Rewe Kaufpark Standortes würde absatzwirtschaftlich und städtebaulich den meisten Sinn ergeben und sollte mit höchster Priorität verfolgt werden. Auch Ergänzungen mit einem Drogeriemarkt, wo nach der Schlecker-Schließung immer noch Ersatzbedarf vorhanden ist, oder einem Lebensmittel Discounter, dessen Tragfähigkeit allerdings noch nachgewiesen werden müsste, sind denkbare Optionen.

Sinnvoll wäre eine vollkommene Neugliederung der Nutzungen mit Tankstelle und Rewe-Kaufpark unter Einbeziehung der gezeigten Flächenreserven.

Eine Stärkung des Nahversorgungsangebotes ist erforderlich, um eine dauerhafte Funktionsfähigkeit des Standortes zu gewährleisten.



Abbildung 72 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen (D-Zentrum) 2018



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung



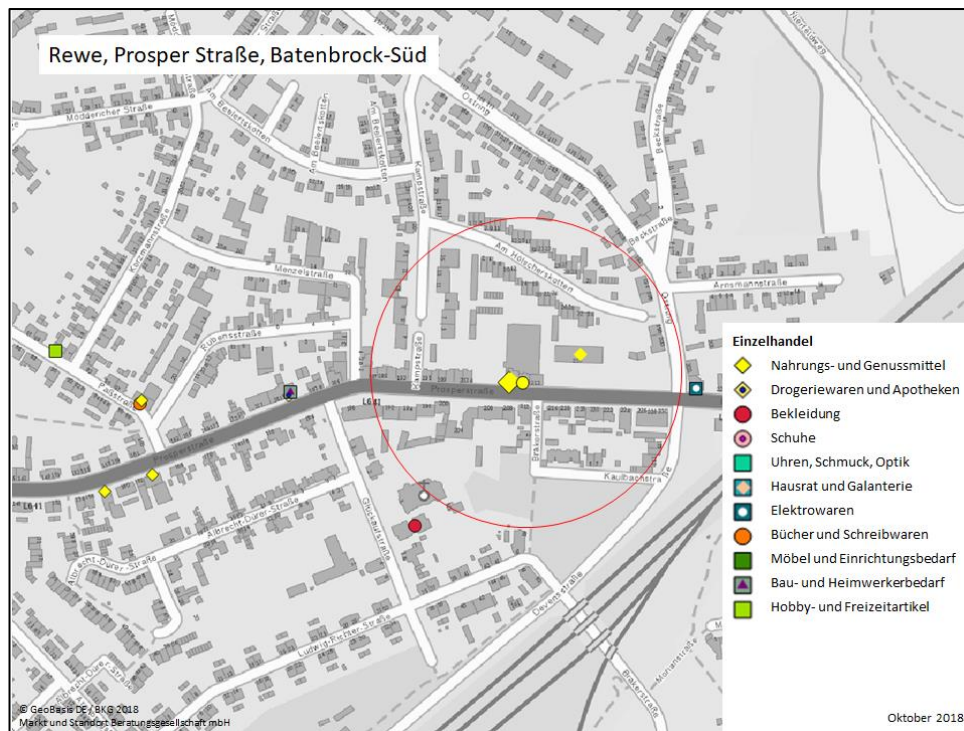


G.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte

G.4.1 REWE, Prosperstraße, Batenbrock-Süd

Lage im Stadtgebiet Der Standort Rewe, Batenbrock-Süd verfügt über eine zentrale Lage im verdichteten südlichen Stadtgebiet an der frequentierten Prosperstraße.

Abbildung 73 Solitärer Nahversorgungsstandort Rewe, Batenbrock-Süd



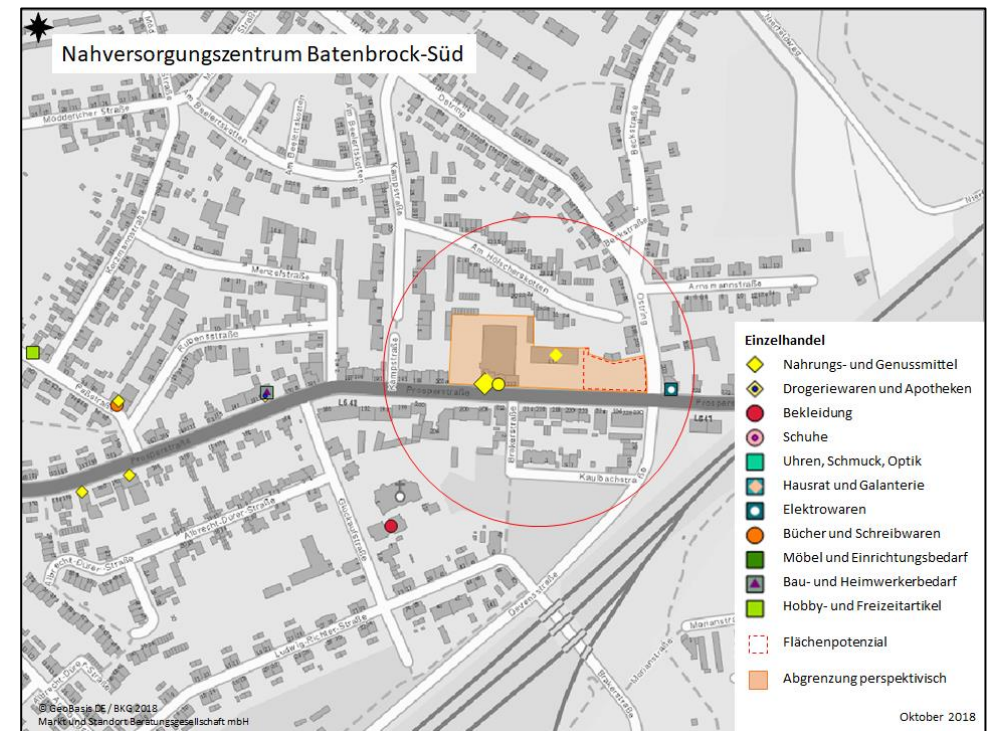
Bestand Insgesamt rund 1.700 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungs-sortimenten verteilen sich auf einen Rewe-Vollsortimenter,

einen Getränkemarkt sowie mehrere kleine Anbieter. Großflächigkeit im Sinne des §11 Abs.3 BauNVO ist gegeben.

Siedlungsintegration

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

Abbildung 74 Solitärer Nahversorgungsstandort Batenbrock-Süd, Flächenpotenzial



Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 10.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 30 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit



Entwicklungsoptionen

für rund 2.000 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben²⁷.

Aufgrund der verfügbaren Tragfähigkeit und der damit verbundenen Versorgungsaufgabe, der vorhandenen Flächenpotenziale und der größeren Distanz zu anderen zentralen Versorgungsbereichen könnte sich die **Ausweisung eines neuen zentralen Versorgungsbereiches mit der Funktion Nahversorgung** anbieten. Wenn sich die Verkaufsflächen- und Betriebstypenausstattung entsprechend verbessert, kann dieser Entwicklungsschritt vollzogen werden.

G.4.2 NETTO, Scharnhölzstraße, Batenbrock-Nord

Lage im Stadtgebiet

Der Standort verfügt über eine Lage im verdichteten südöstlichen Stadtgebiet.

Siedlungsin- tegration

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

Bestand

Insgesamt rund 600 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten verteilen sich auf einen Netto Lebensmitteldiscounter und kleine Fachgeschäfte bzw. Lebensmittelhandwerksbetriebe. Großflächigkeit im Sinne des §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 4.500 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 15 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 900 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

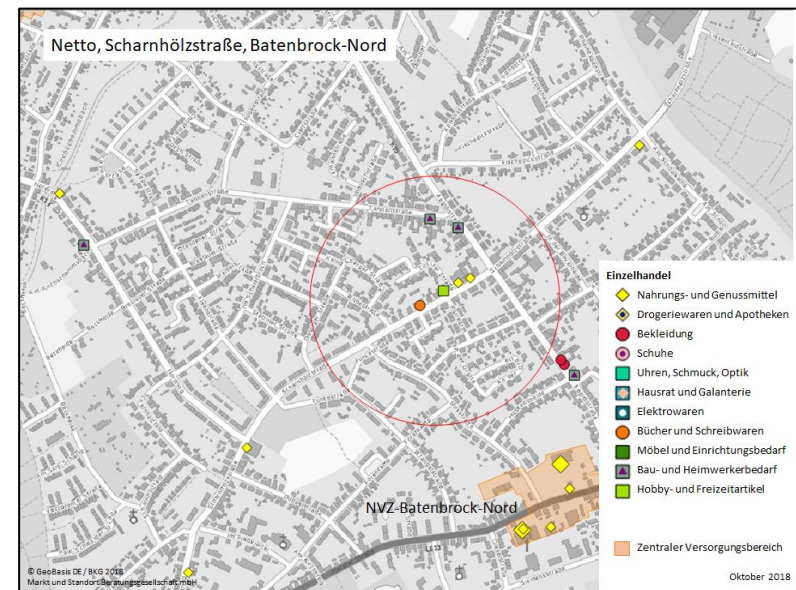
Entwicklungsoptionen

Aufgrund der räumlichen Nähe zu anderen zentralen Versorgungsbereichen - im fußläufigen Bereich liegen das Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord und das Nebenzentrum Boy - sowie der begrenzten Tragfähigkeit des Standortes sollte die Entwicklung auf den Bestandsschutz beschränkt bleiben.

Inwieweit der aktive oder passive Bestandsschutz zur Anwendung kommt, ist dem Handlungsgrundsatz D entsprechend nachzuprüfen.

Eine Einstufung des Standortes Scharnhölzstraße in die Kategorie „**passiver Bestandsschutz**“ ist zu empfehlen.

Abbildung 75 Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Scharnhölzstraße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

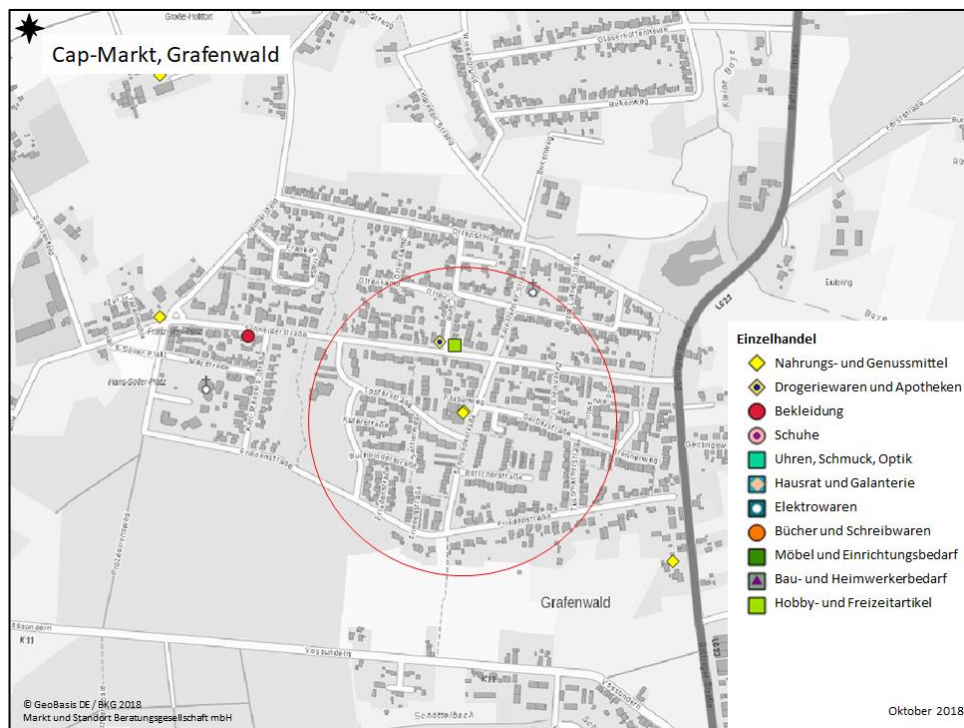
²⁷ Die Berechnung der Tragfähigkeit dient einer ersten und vorläufigen Einschätzung tragfähiger Verkaufsflächenordnungen am jeweiligen Standort. Die Distanzmessung geht vom jeweiligen Ortsmittelpunkt aus. Die Einwohnerzuordnung basiert auf den Baublockgruppen der Stadt Bottrop.



G.4.3 CAP Markt, Grafenwald

Lage im Stadtgebiet Der Standort verfügt über eine Lage im weniger verdichteten mittleren Stadtgebiet, an der Schnittstelle zwischen Alt-Bottrop und Kirchhellen.

Abbildung 76 Solitärer Nahversorgungsstandort CAP-Markt, Grafenwald



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

**Siedlungsin-
tegration** Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

Bestand Insgesamt rund 500 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungs-sortimenten verteilen sich auf einen CAP Lebensmittelmarkt

und einen Bäcker. Großflächigkeit im Sinne des §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 5.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 16 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 1.200 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen Aufgrund der siedlungsstrukturell eher isolierten Lage im Stadtgebiet ist die Existenz eines marktgerechten Nahversorgers für den Stadtteil wichtig. Die derzeitige Versorgung mit rund 450 qm CAP-Markt ist auf Dauer für das Versorgungsgebiet unzureichend, zumal das Vertriebskonzept des CAP-Marktes aufgrund der geringeren benötigten Raumleistungen eher für Regionen mit geringer Potenzialdichte geeignet ist.

Im Stadtteil Grafenwald ist eine vollständige Nahversorgung durch einen mittelgroßen Vollsortimenter durchaus tragfähig. Die Frage des optimalen Standortes wäre zu klären, da am derzeitigen Standort die notwendigen Voraussetzungen (ausreichende Verkaufsfläche, Stellplätze, etc.) nicht gegeben sind.

Ein Entwicklungsvorschlag wäre die Ansiedlung eines rund 1.200 qm Verkaufsfläche großen Vollsortimenters in Anbindung an den Siedlungsraum des Stadtteiles Grafenwald. Eine städtebauliche Prüfung im Zusammenhang mit den Handlungsgrundsätzen B und D sowie der städtebaulichen Auswirkungen nach §11 Abs.3 BauNVO ist erforderlich.

G.4.4 LIDL und Netto, Gladbecker Straße

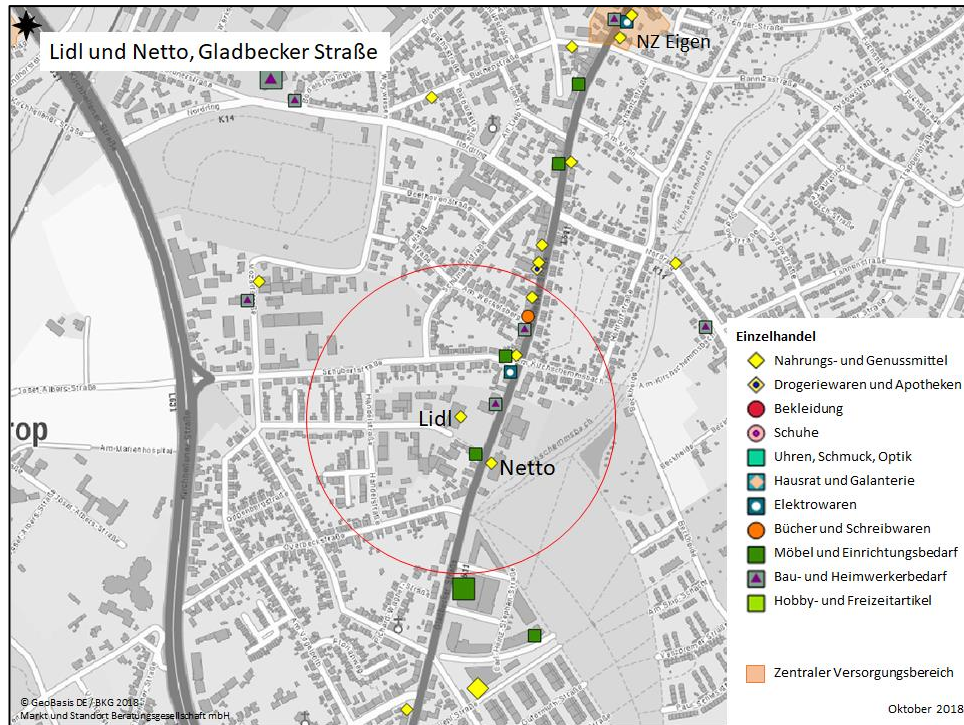
**Lage im Stadt-
gebiet** Der Standort verfügt über eine zentrale Lage im verdichteten südlichen Stadtgebiet. Die Gladbecker Straße weist in ihrem gesamten Verlauf straßenbegleitend eine hohe Einzelhandels-dichte auf. Die Standorte beider Märkte liegen nahezu gegen-





über ungefähr auf halber Strecke zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Eigen.

Abbildung 77 Solitäre Nahversorgungsstandorte Lidl, Netto, Gladbecker Str.



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Siedlungsintegration

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als weitgehend **wohnlagenintegriert** zu bewerten. Im unmittelbaren Umfeld beider Standorte ist die Nutzung zwar überwiegend gewerblich geprägt. In fußläufiger Distanz findet sich allerdings eine dichte Wohnbebauung.

Bestand

Insgesamt rund 1.300 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten verteilen sich auf die beiden Lebensmittel-

discounter Lidl und Netto. Es handelt sich um zwei Standorte diesseits und jenseits der Gladbecker Straße. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben. Von einem Agglomerationsstandort ist derzeit nicht auszugehen.

Tragfähigkeit

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 7.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 22 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 1.400 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen

Im Grunde sind die verfügbaren Potenziale im fußläufigen Umkreis des Standortes dieser beiden Lebensmitteldiscounter weitgehend ausgeschöpft. Somit ergibt sich aus der örtlichen Nachfrage **kein weiterer Entwicklungsbedarf** an diesem Standort.

Bei großräumiger Betrachtung fehlt zwar ein großflächiger Vollsortimenter, der allerdings aus konzeptioneller Sicht innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden sollte. Im Nebenzentrum Eigen sind darüber hinaus entsprechend nutzbare Flächenpotenziale ausgewiesen, so dass eine Ansiedlung dort vorgenommen werden soll. An diesem Standort muss deshalb die Entwicklung der Nahversorgung auf den Bestandsschutz beschränkt werden.

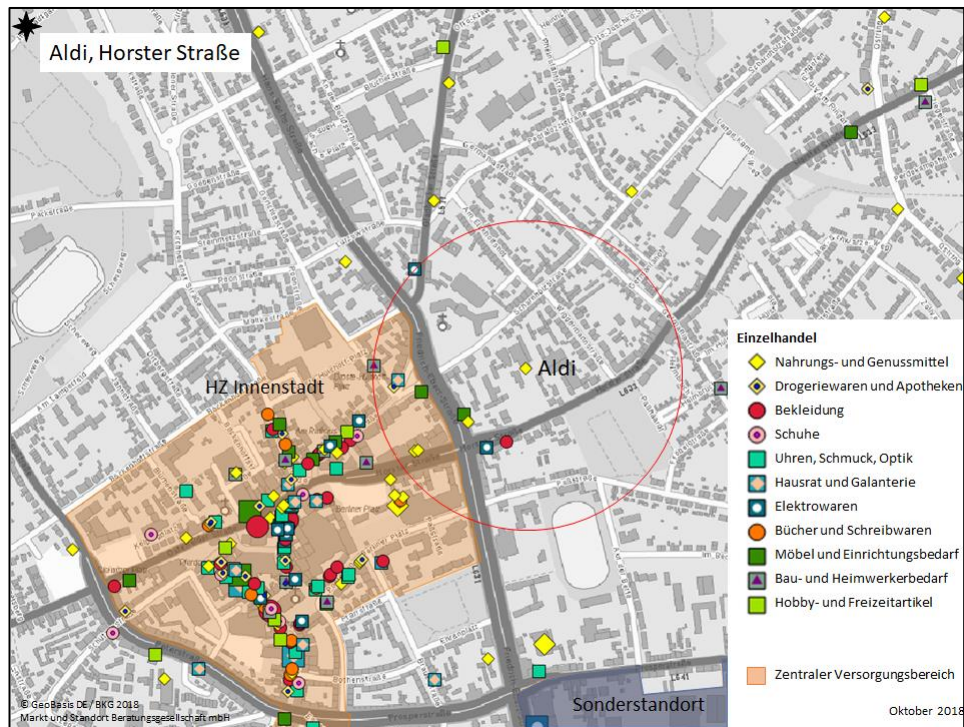
Entsprechend des Handlungsgrundsatzes D wäre für diesen Standortbereich aufgrund der fußläufigen Nähe zum Nebenzentrum Eigen ein passiver Bestandsschutz erforderlich. Diese wäre bei Bedarf am Einzelfall städtebaulich nach §11 Abs.3 BauNVO zu prüfen.



G.4.5 ALDI, Horster Straße

Lage im Stadtgebiet Der Standort verfügt über eine zentrale Lage in unmittelbarer Innenstadtnähe, aber außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt.

Abbildung 78 Solitärer Nahversorgungsstandort Aldi, Horster Str.



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

**Siedlungsin-
tegration** Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als weitgehend **wohnlagenintegriert** zu bewerten. Im unmittelbaren Umfeld des Standortes ist die Nutzung überwiegend

gewerblich geprägt. In fußläufiger Distanz findet sich jedoch eine dichte Wohnbebauung.

Bestand

Insgesamt rund 800 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Aldi Standort. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 18.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 57 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 3.600 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwick- lungsoptionen

Der Standort ist durch die Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nicht unproblematisch, da er Entwicklungschancen im Discountersegment für die Innenstadt möglicherweise verhindert. Andererseits sind entsprechende Entwicklungsflächen in der Innenstadt von Bottrop knapp, zumal ein großer Kaufland-Vollsortimenter dort bereits ansässig ist.

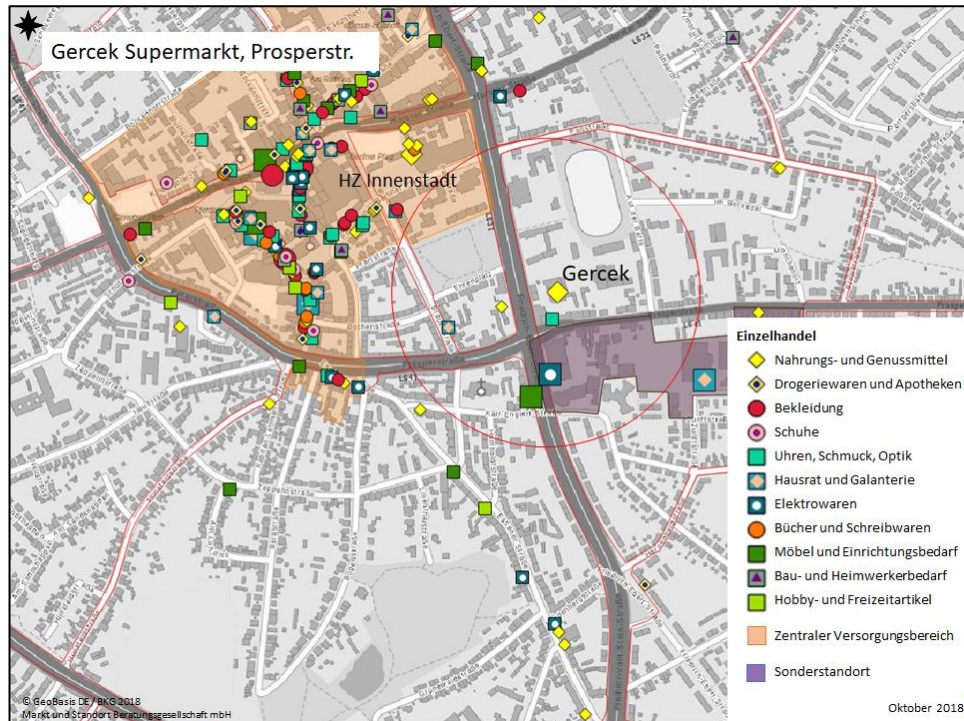
Ein Lebensmitteldiscounter könnte auch eine Vermietungsoption für das in der Revitalisierung befindliche Hansa Center sein. Insofern ist hier keine besondere Entwicklungsoption sinnvoll. Bestandsschutz ist gegeben. Der Bestandsschutz ist aufgrund der fußläufigen Distanz zum ZVB Innenstadt passiv zu gestalten.

G.4.6 Gercek Supermarkt, Prosperstraße

**Lage im Stadt-
gebiet** Der Standort verfügt über eine zentrale Lage in unmittelbarer Innenstadtnähe, aber außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt.



Abbildung 79 Solitärer Nahversorgungsstandort Gercek Supermarkt, Prosperstraße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Siedlungsintegration

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort nicht als **wohnlagenintegriert** zu bewerten. Im unmittelbaren Umfeld des Standortes ist die Nutzung überwiegend gewerblich bzw. durch großflächigen Einzelhandel (Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße) geprägt. In fußläufiger Distanz findet sich jedoch auch Wohnbebauung.

Bestand

Insgesamt rund 1.100 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Standort. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist gegeben.

Tragfähigkeit

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 12.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 39 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 2.500 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen

Der Standort ist aufgrund seiner Spezialisierung in dieser Lage weniger problematisch für die weitere Innenstadtentwicklung. Erweiterungsmöglichkeiten sind derzeit aufgrund der Gebäude- und Grundstückslage nicht gegeben. Inwieweit der Bestandsschutz aufgrund der fußläufigen Distanz zum ZVB Innenstadt passiv gestaltet werden soll, ist anhand des Handlungsgrundsatzes D (eher passiv) und im Bedarfsfall gutachterlich im Rahmen einer Einzelfallprüfung über eine Analyse der städtebaulichen Auswirkungen nach §11 Abs.3 BauNVO zu prüfen.

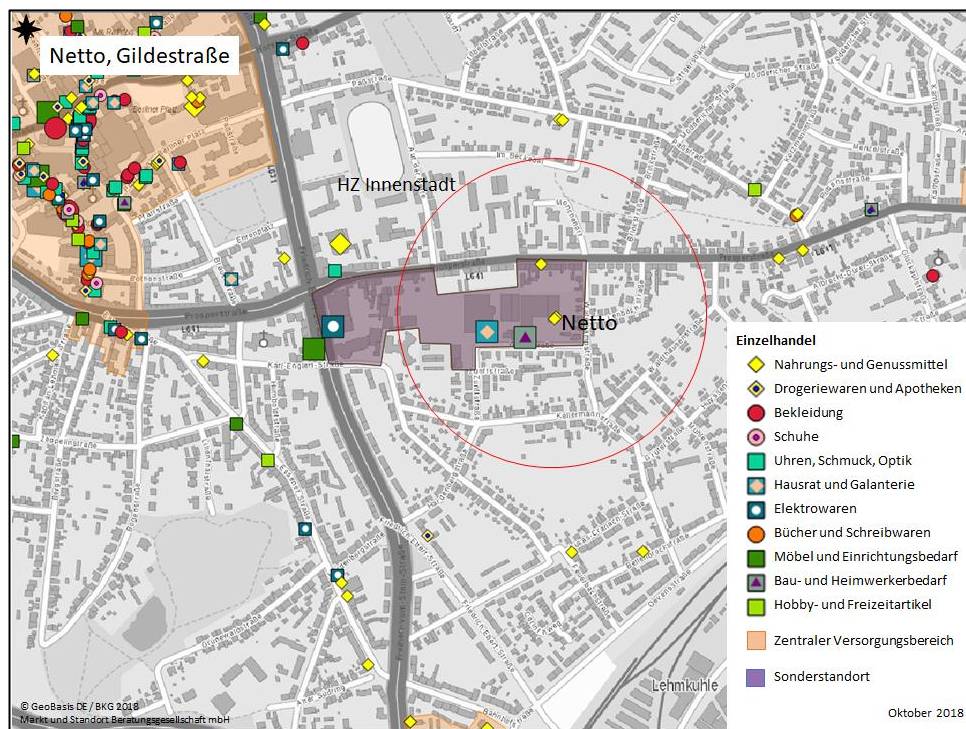
G.4.7 NETTO, Gildestraße

Lage im Stadtgebiet

Der Standort verfügt über eine zentrale Lage in Innstadtnähe, außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt, aber innerhalb des abgegrenzten Sonderstandortes Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße.



Abbildung 80 Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Gildestr.



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Siedlungsin- tegration

Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort grundsätzlich als **wohnlagenintegriert** zu bewerten. Im unmittelbaren Umfeld des Standortes ist die Nutzung überwiegend gewerblich und durch großflächigen Einzelhandel geprägt. In fußläufiger Distanz findet sich zwar eine dichte Wohnbebauung, die Lage im Bereich des Sonderstandortes Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße ist allerdings städtebaulich problematisch.

Bestand

Insgesamt rund 600 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungs-sortimenten bietet der Netto Standort mit Bäcker. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit

Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 12.000 Einwohner, was einem Nahversorgungs-potenzial von rund 39 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 2.500 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwick- lungsoptionen

Der Standort ist aufgrund seiner Lage innerhalb des Sonderstandortes Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße als nicht entwicklungsfähig einzustufen. Die Flächenpotenziale im Bereich des Sonderstandortes sind für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorgesehen. Die letzten verbliebenen Flächenreserven für solche Betriebstypen sind überwiegend hier vorzufinden.

Insofern ist eine Nahversorgung im Bereich des Sonderstandortes aus standortkonzeptioneller Sicht am falschen Platz. Der Netto Markt hat Bestandsschutz, der allerdings aufgrund der Ausweisung als Sonderstandort nur passiv sein kann.

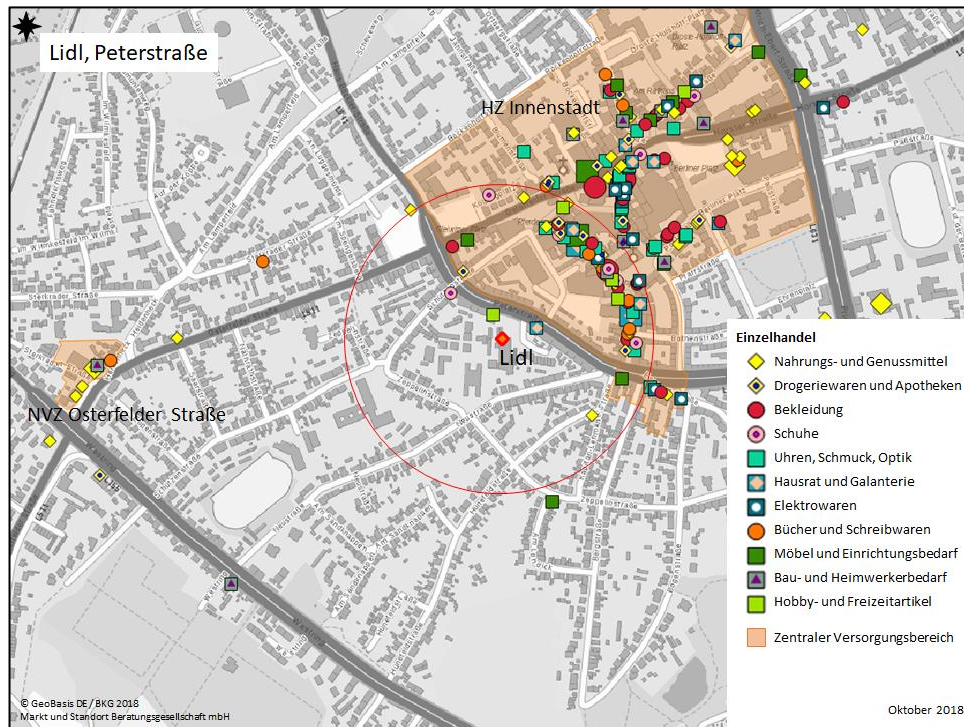
G.4.8 LIDL, Südwest, Peterstraße

Lage im Stadt- gebiet

Der Standort verfügt über eine zentrale Lage in unmittelbarer Innenstadt Nähe, aber außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt.



Abbildung 81 Solitärer Nahversorgungsstandort Lidl, Peterstr.



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

**Siedlungsin-
tegration** Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als weitgehend **wohnlagenintegriert** zu bewerten. In fußläufiger Distanz findet sich eine dichte Wohnbebauung.

Bestand Insgesamt rund 700 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Lidl Standort. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 14.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 43 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit

für rund 2.700 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwick- lungsoptionen

Der Standort ist durch die Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nicht unproblematisch, da er Entwicklungschancen im Discountersegment für die Innenstadt möglicherweise verhindert. Andererseits sind entsprechende Entwicklungsflächen in der Innenstadt von Bottrop knapp, zumal ein großer Kaufland-Vollsortimenter dort bereits ansässig ist.

Ein Lebensmitteldiscounter könnte auch eine Vermietungsoption für das in der Revitalisierung befindliche Hansa Center sein. Insofern ist hier eine besondere Entwicklungsoption nicht sinnvoll. Bestandsschutz ist gegeben. Der Bestandsschutz ist aufgrund der fußläufigen Distanz zum ZVB Innenstadt passiv zu gestalten.

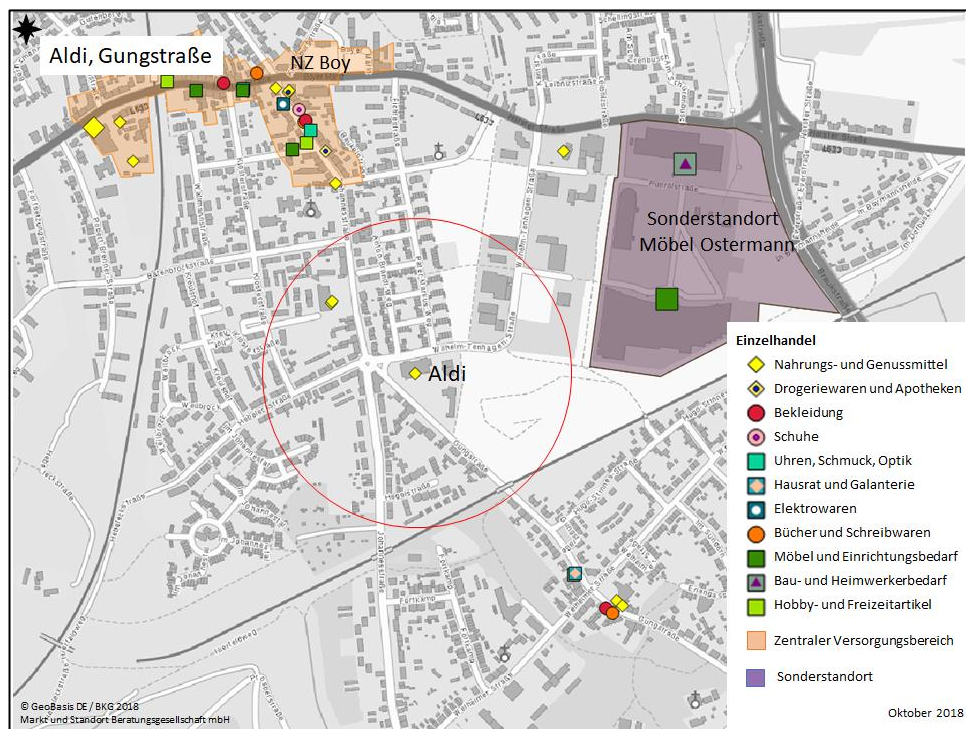
G.4.9 ALDI, Boy, Gungstraße

**Lage im Stadt-
gebiet** Der Standort verfügt über eine Lage im südöstlichen, stark verdichteten Stadtgebiet in der Nähe zum Nebenzentrum Boy und zum Sonderstandort Möbel Ostermann.

**Siedlungsin-
tegration** Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort als weitgehend **wohnlagenintegriert** zu bewerten. In fußläufiger Distanz findet sich Wohnbebauung.



Abbildung 82 Solitärer Nahversorgungsstandort Aldi, Gungstraße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Bestand Insgesamt rund 800 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Aldi Standort. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 6.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 19 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 1.200 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen

Aufgrund der fußläufigen Nähe zum zentralen Versorgungsbe- reich Boy sind die Entwicklungsmöglichkeiten am Standort von vornherein begrenzt. Auch die Potenziale im Nahbereich ge- ben nicht so viel her, dass eine deutliche Erweiterung der Ver- kaufsfläche aus städtebaulicher Sicht sinnvoll wäre.

Bestandsschutz besteht für diesen Standort, denn er sichert ei- nen wesentlichen Teil der Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete. Inwieweit der Bestandsschutz aufgrund der fuß- läufigen Distanz zum ZVB Boy passiv gestaltet werden soll, ist anhand des Handlungsgrundsatzes D (eher passiv) und im Be- darfsfall gutachterlich im Rahmen einer Einzelfallprüfung über eine Analyse der städtebaulichen Auswirkungen nach §11 Abs.3 BauNVO zu prüfen.

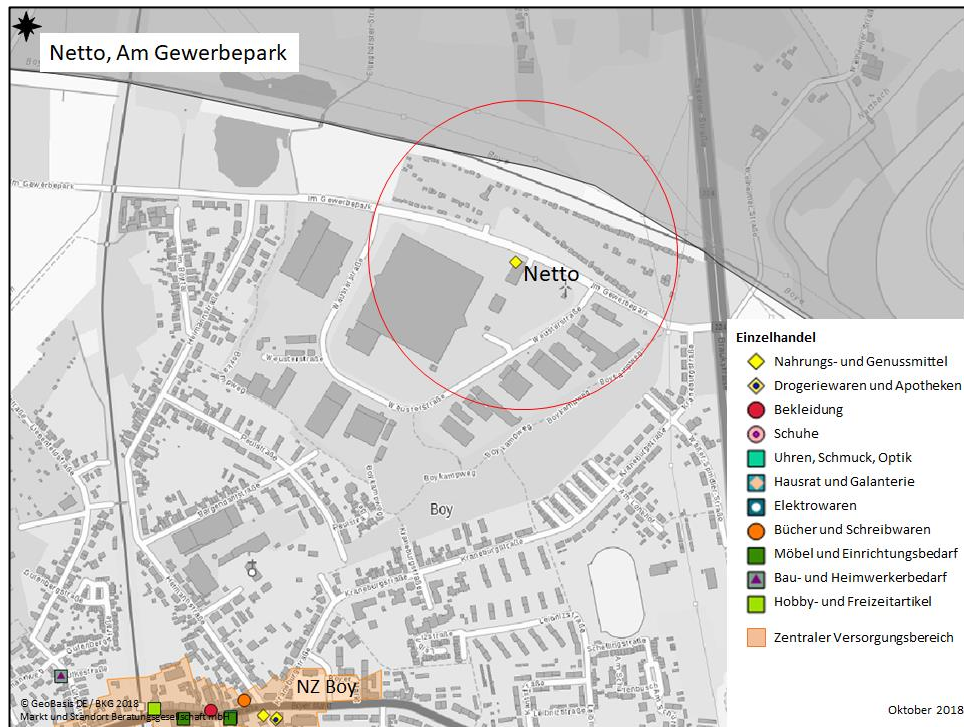
G.4.10 NETTO, Im Gewerbepark

Lage im Stadt- gebiet Der Standort verfügt über eine Lage im äußersten Osten, un- mittelbar an der Stadtgrenze zu Gladbeck.

Siedlungs- integration Aufgrund der umliegenden Siedlungsstruktur ist der Standort **nicht** als **wohnlagenintegriert** zu bewerten. In fußläufiger Dis- tanz findet sich eine ausgeprägte gewerbliche Nutzungsstruk- tur, die unter anderem auch durch das Zentrallager der Netto Marken-Discount AG & Co. KG bestimmt ist. Wohnsiedlungen sind in der fußläufigen Distanz nur wenige zu erreichen. Inso- fern erfüllt dieser Standort nicht die geforderte Nahversor- gungsfunktion für integrierte solitäre Nahversorgungsstan- dorte. Dieser Markt ist als Einrichtung zur Ausbildung von Ar- beitskräften errichtet worden, bindet jedoch - wie jeder an- dere Netto-Standort auch – örtliche Kaufkraft.



Abbildung 83 Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Am Gewerbepark



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Bestand Insgesamt rund 600 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Netto Standort. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist nicht gegeben.

Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 2.500 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 8 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 500 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen

Wegen der fehlenden Integration des Netto Standortes in ein wohngenutztes Umfeld sind entsprechend des Handlungsgrundsatzes D keine weiteren Entwicklungsoptionen gegeben. Der Standort besitzt Bestandsschutz, der im vorliegenden Fall aufgrund der fehlenden Wohnlagenintegration passiv ausgelegt werden müsste.

G.4.11 REWE KAUF PARK, Kirchhellen, Rentforter Straße

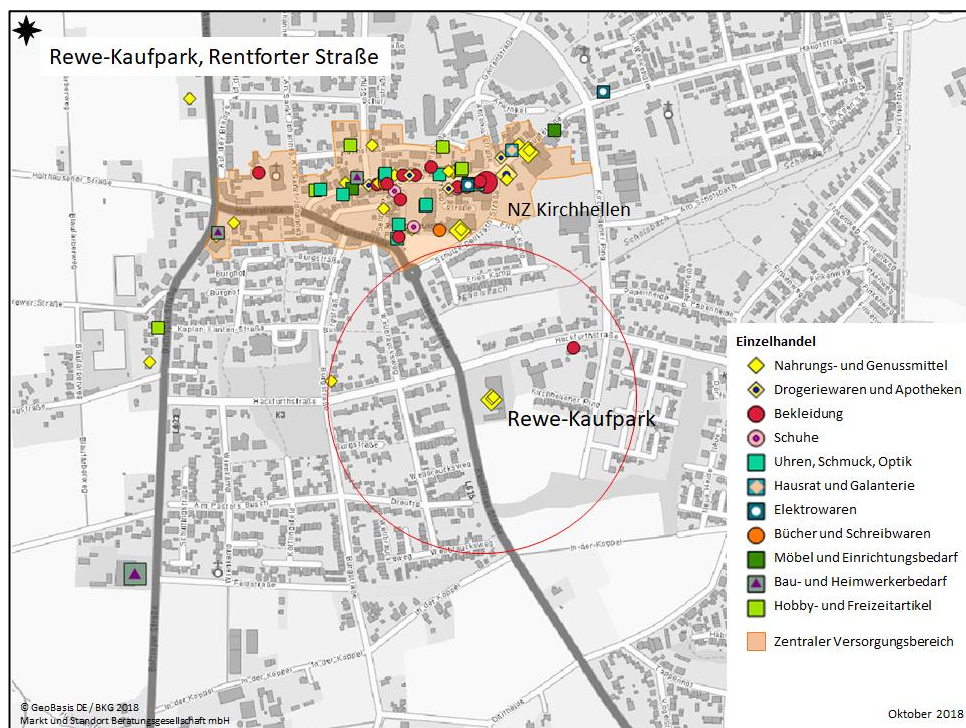
Lage im Stadtgebiet Der Standort verfügt über eine Lage im nördlichen Stadtgebiet Bottrops im südlichen Bereich des Siedlungsgebiets von Kirchhellen.

Siedlungsintegration Aufgrund der Lage innerhalb des Siedlungskerns von Kirchhellen ist dieser Standort als siedlungsintegriert einzustufen. Auch wenn in unmittelbarer Nachbarschaft eine Fläche nicht bebaut ist, ist doch in fußläufiger Distanz eine ausreichende Wohnnutzung festzustellen, den Standort auch als **wohnlagenintegriert** zu bewerten.

Bestand Insgesamt rund 1.700 qm Verkaufsfläche mit Nahversorgungssortimenten bietet der Standort Rentforter Straße. Neben einem Rewe Kaufpark und dem dazugehörigen Getränkemarkt ist noch eine Bäckereiverkaufsstelle ansässig. Großflächigkeit im Sinne §11 Abs.3 BauNVO ist gegeben.



Abbildung 84 Solitärer Nahversorgungsstandort Rewe-Kaufpark, Rentforter Straße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Tragfähigkeit Das erreichbare Einwohnerpotenzial im fußläufigen Umkreis beträgt rund 8.000 Einwohner, was einem Nahversorgungspotenzial von rund 25 Mio. € p.a. entspricht. Eine Tragfähigkeit für rund 1.600 qm Nahversorgungsverkaufsfläche wäre rechnerisch gegeben.

Entwicklungsoptionen Die rechnerisch mögliche Kaufkraftbindung ist durch die vorhandenen 1.700 qm Verkaufsfläche bereits ausgeschöpft, so dass hier eine weitere Zunahme der Verkaufsfläche die Trag-

fähigkeit des Standortes überschreiten würde. Somit liegt hier Bestandsschutz vor.

Aufgrund der räumlichen Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Kirchhellen verbietet sich ohnehin eine größere Erweiterung am Standort. Nach Handlungsgrundsatz D ist für den Standort Rentforter Straße ein passiver Bestandsschutz vorgesehen. Dies wäre allerdings im Bedarfsfall im Rahmen einer Einzelfalluntersuchung der städtebaulichen Auswirkungen zu entscheiden.

Grundsätzlich wären zusätzliche Lebensmittelverkaufsflächen besser innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Kirchhellen zu etablieren.

G.5 Sonderstandorte

Sonderstandorte dienen nicht der Nahversorgung und auch nicht zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Ihre Funktion beschränkt sich auf die Ergänzung des Angebotes in der Stadt Bottrop im Sinne einer Entlastung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere der Innenstadt. Hier können großflächige Einzelhandelsangebote betrieben werden, deren Betriebsformen aufgrund des hohen Raumbedarfes und der nahezu ausschließlichen Autoorientierung in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden können.

Wesentliche Voraussetzung für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in den ausgewiesenen Sonderstandorten ist die mangelnde Verfügbarkeit entsprechender Flächenpotenziale in den zentralen Versorgungsbereichen nach Maßgabe des Bottroper Standortkonzeptes. Darüber hinaus müssen die Kernsortimente des jeweiligen Betriebs in der Bottroper Liste als nicht-zentrenrelevant eingestuft sein. Im Kapitel I.3.3 sowie im Handlungsgrundsatz C werden die Grundlagen sowie Vorgehensweise erläutert.

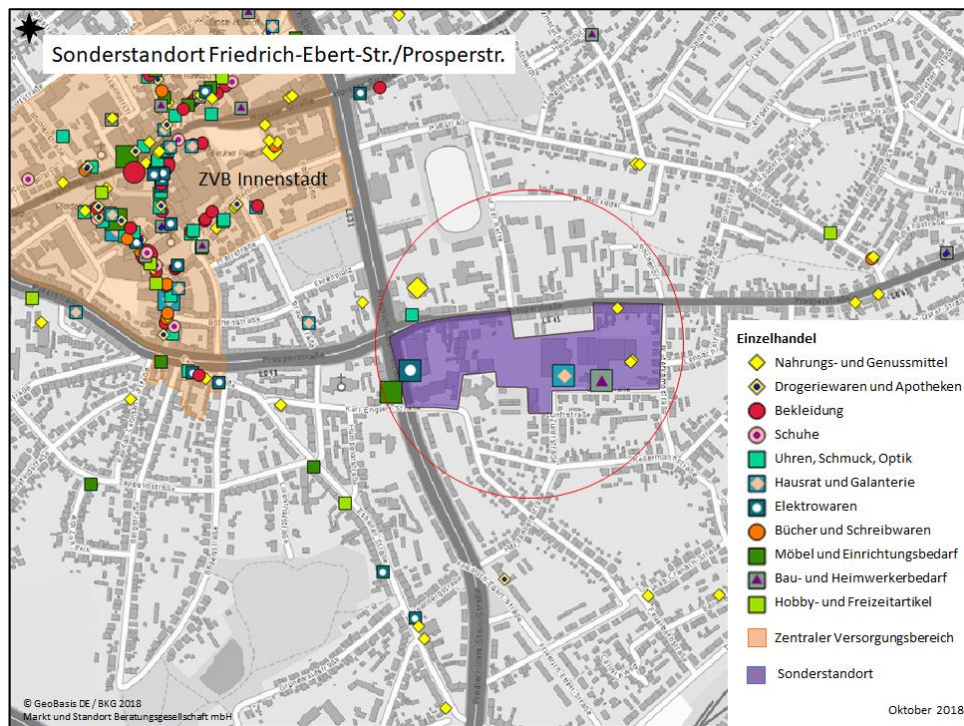


G.5.1 Fachmarkttagglomeration Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße

Lage im Stadtgebiet Der Standort verfügt über eine zentrale Lage in östlicher Nahbarschaft zum ZVB Innenstadt.

Siedlungsintegration Der Sonderstandort ist eingebunden in das Kernsiedlungsgebiet Bottrops und ist als integriert einzuordnen. Aufgrund der gewerblichen Struktur und der räumlichen Konzentration großflächigen Einzelhandels ist eine Wohnlagenintegration nicht festzustellen.

Abbildung 85 Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung

Tabelle 28 Einzelhandelsbestand Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe in v.H.	VKF v.H.
Lebensmittel	3	990	3	755	0	-235		-23,7
Gesundheits- und Körperpflegebedarf	0	190	0	190	0	0		
Periodischer Bedarf	3	1.180	3	945	0	-235		-19,9
Bekleidung	0	400	0	400	0	0		
Schuhe	0	80	0	80	0	0		
Persönlicher Bedarf	0	480	0	480	0	0		
Haushaltswaren, GPK	0	260	1	490	1	230		88,5
Elektrowaren	1	2.750	1	2.750	0	0		
Bücher, Schreibwaren	0	80	0	115	0	35		43,8
Möbel und Einrichtungsbedarf.	0	350	0	350	0	0		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	3.350	1	3.350	0	0		
Spiel, Sport, Hobby	0	220	0	220	0	0		
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	2	7.010	3	7.275	1	265	50,0	3,8
Aperiodischer Bedarf	2	7.490	3	7.755	1	265	50,0	3,5
Einzelhandel	5	8.670	6	8.700	1	30	20,0	0,3

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen

Der Bestand an Einzelhandelsverkaufsflächen am Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße liegt seit 2011 konstant bei rund 8.700 qm. Es haben sich zwar Betreiberwechsel



ergeben (z.B. Pro-Markt zu Medi-Max), die Branchenstruktur hat sich jedoch nicht maßgeblich verändert.

Entwick- lungsoptionen

Der Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße ist ein ursprünglich ungeordnet gewachsener Einzelhandelsstandort, der sich in einem Gewerbegebiet etabliert hat. Die derzeitige Mischung aus Gewerbe- und großflächigen Einzelhandelsbetrieben rührt aus dieser Entwicklung.

Offensichtliche Flächenpotenziale sind nicht vorhanden. Aufgrund von Nutzungsänderungen, Betriebsaufgaben oder -verlagerungen können sich jedoch noch Entwicklungsoptionen ergeben.

G.5.2 Fachmarktstandort Möbel Ostermann

Lage im Stadt- gebiet

Der Standort verfügt über eine Lage im östlichen Stadtgebiet von Bottrop im Stadtteil Boy. Er liegt in der Nähe des Nebenzentrums Boy und nicht weit von der Stadtgrenze zur Nachbarstadt Gladbeck entfernt.

Siedlungsin- tegration

Der Sonderstandort liegt am Siedlungsrand, ist jedoch als siedlungsintegriert einzustufen. Das unmittelbare Umfeld des Sonderstandortes ist gewerblich geprägt. In der näheren Umgebung (ca. 300 bis 400 m Umkreis) findet sich keine Wohnnutzung.

Gleichzeitig ist der Boyer Markt knapp 800 m von den Standorten Möbel Ostermann und Toom Bau- und Gartenmarkt entfernt. Insofern ist auch eine begrenzte Wohnlagenintegration nicht von der Hand zu weisen.

Trotzdem sind für die Nutzung des Sonderstandortes Nahversorgungsangebote ausgeschlossen. Angesichts der stark autoorientierten Einzelhandelsangeboten ist die Wohnlageninte-

gration keine zwingende Voraussetzung für die städtebauliche und absatzwirtschaftliche Funktionsfähigkeit des Standortes.

Abbildung 86 Sonderstandort Möbel Ostermann

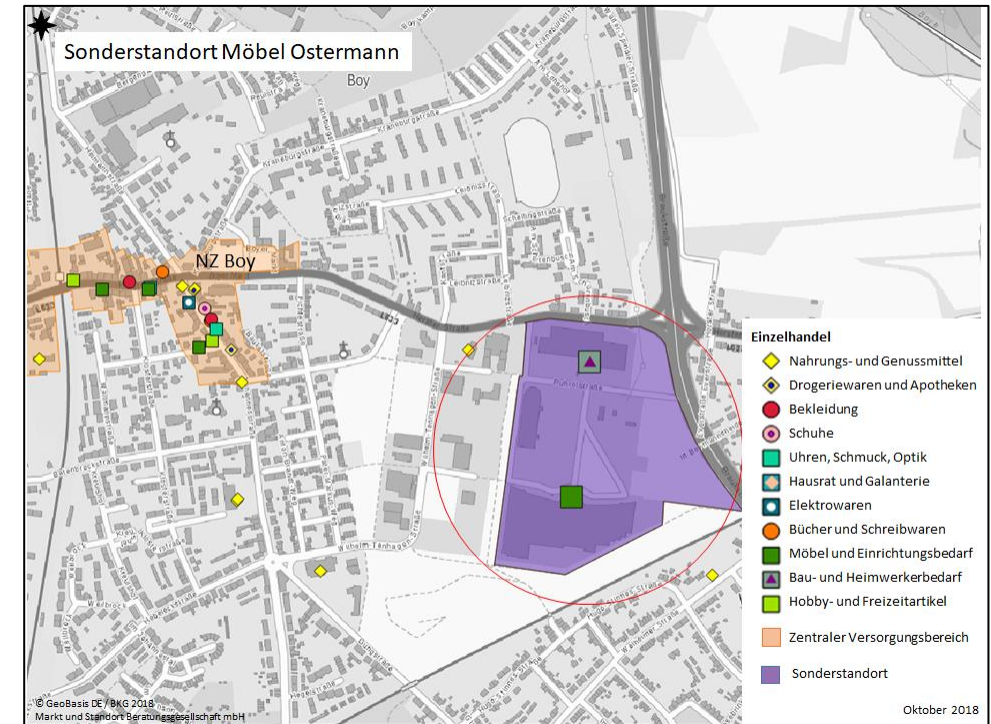




Tabelle 29 Einzelhandelsbestand Sonderstandort Möbel Ostermann

Einzelhandelsbranchen	Einzelhandelsbestand				Veränderung			
	2011		2018		2011 bis 2018			
Sortimentsgruppe	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Betriebe abs.	VKF abs.	Betriebe v.H.	VKF v.H.
Periodischer Bedarf	0	0	0	0	0	0		
Persönlicher Bedarf	0	0	0	0	0	0		
Haushaltswaren, GPK	0	1.800	0	3.350	0	1.550		86,1
Elektrowaren	0	0	0	0	0	0		
Bücher, Schreibwaren	0	0	0	0	0	0		
Möbel und Einrichtungsbedarf	1	32.380	1	38.730	0	6.350		19,6
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1	8.250	1	6.950	0	-1.300		-15,8
Spiel, Sport, Hobby	0	70	0	470	0	400		571,4
Sonstiger Aperiodischer Bedarf	2	42.500	2	49.500	0	7.000		16,5
Aperiodischer Bedarf	2	42.500	2	49.500	0	7.000		16,5
Einzelhandel	2	42.500	2	49.500	0	7.000		16,5

Quelle: CIMA 2012 und eigene Erhebungen

Der Bestand an Einzelhandelsverkaufsflächen am Sonderstandort Möbel Ostermann ist seit 2011 um 7.000 qm gestiegen. Im Rahmen eines Bebauungsplanverfahrens (2014) ist eine Verkaufsflächenenerweiterung auf insgesamt 45.000 qm genehmigt worden. Es sind nur 2 Betriebe (Möbel Ostermann und Toom) ansässig.

Entwicklungsoptionen

Erweiterungsoptionen sind durch die beschlossene Erweiterung von Möbel Ostermann vorhanden. Ein Teil dieser Optionen ist bereits realisiert. Weitere Flächenexpansionen (im bestehenden Gebäude) werden schrittweise realisiert.

Freie Grundstücksflächen sind innerhalb der Abgrenzungen vorhanden. Die Verfügbarkeit muss im Bedarfsfall geprüft werden.



H Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bottrop

Die Rechtsprechung setzt für die Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung mittlerweile die Existenz eines Einzelhandelskonzeptes für eine Stadt voraus. Im Einzelhandelskonzept werden die Ziele der zukünftigen Entwicklung des Einzelhandels festgelegt. Diese beinhalten die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die Definition eines Nahversorgungsnetzes und die Ausweisung von Sonderstandorten (Standortkonzept) sowie die Definition einer ortsspezifischen Sortimentsliste zur Festlegung der ortsspezifischen Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten (Sortimentskonzept).

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Bottrop verfolgt grundlegende Leitlinien, die die

- **Sicherung der mittelzentralen Funktion Bottrops** sowie die
- **Sicherung und Stärkung der räumlichen und funktionalen Gliederung des Versorgungssystems** mit
- **einer funktional arbeitsteiligen und polyzentrischen Struktur der Einzelhandelsstandorte**

umfassen. Damit wird das konzeptionelle Leitbild aus dem Jahr 2012 weiterentwickelt.

H.1 Leitbild und übergeordnete Ziele

Das Leitbild und die übergeordneten Ziele basieren auf einer räumlich differenzierten Angebotsstruktur mit der Konzentration auf bestehende Standortbereiche, wobei der Fokus auf der Entwicklung der Innenstadt und der anderen zentralen Versorgungsbereiche liegen soll. Folgende Leitsätze bilden die übergeordnete Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ab:

²⁸ Eine Versorgungsfunktion ist als „zentral“ einzustufen, wenn sie über die örtlichen Strukturen hinauswirkt und eine Bedeutung für ein größeres Gebiet entwickelt. Im Falle eines Mittelzentrums wäre nach Definition eine Versorgungsfunktion über die Stadtgrenzen hinaus zu erwarten. Diese ist im Falle Bottrops aufgrund der Angebotsstrukturen in den Nachbargemeinden nicht zu erreichen. Einzelne Standorte, Branchen oder Betriebe in

- Sicherung und Weiterentwicklung der **mittelzentralen Versorgungsfunktion**
- Sicherung und Stärkung einer flächendeckenden Versorgung in einem **hierarchisch gegliederten Standortnetz** mit:
 - funktionsfähigen **zentralen Versorgungsbereichen**,
 - **einem wohnungsnahen und qualitativen Nahversorgungssystem** sowie
 - **Sonderstandorten** für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

H.1.1 Sicherung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion

Die Landesplanung weist Bottrop die Funktion eines Mittelzentrums zu. Die faktische Versorgungsfunktion beschränkt sich aktuell weitgehend auf das eigene Stadtgebiet. Die Erschließung eines über das Stadtgebiet hinausgehenden Einzugsbereiches für den Bottroper Einzelhandel in seiner Gesamtheit ist aufgrund der verdichteten Siedlungsstruktur und ausgeprägten Wettbewerbssituation in der Region nicht realistisch²⁸. Die Folge ist eine geringe Zentralitätsquote.

Die Zielsetzung der Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion ist für Bottrop wichtig, weil der in den vergangenen Jahren zu beobachtende Prozess des **Bedeutungsverlustes Bottrops in der regionalen Versorgungsstruktur unterbrochen und möglichst wieder umgekehrt** werden soll. Die Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion bedeutet somit nicht, einen Kaufkraftbindungsüberschuss über alle Bedarfsgruppen erreichen zu wollen, sondern für einzelne Bedarfsgruppen verbesserte Kaufkraftbindungsquoten zu erzielen und damit den negativen Entwicklungstrend der letzten Jahre aufzuhalten.

Bottrop können jedoch durchaus Umsätze aus dem Umland binden. Die Zentralitätsquote zeigt letztlich nur eine Bilanz der Kaufkraftzu- und -abflüsse aller Betriebe und Branchen in Bottrop.





H.1.2 Sicherung und Stärkung des hierarchisch gegliederten Standortnetzes

Die dezentrale, polyzentrische Versorgungsstruktur im Stadtgebiet soll auf allen Bedarfsstufen gesichert und weiterentwickelt werden.

Innenstadtentwicklung hat Priorität

Der Fokus der Einzelhandelsentwicklung liegt auf der Innenstadt. Diese genießt die erste Priorität innerhalb der Bottroper Standortstruktur bei der Ansiedlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Die Stärkung des Einzelhandelsangebotes und der Multifunktionalität soll sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentrieren. Der großflächige Einzelhandel sollte sich weitgehend auf die Innenstadt fokussieren. Innerhalb der Innenstadt sollen, neben den Top-Einkaufslagen, die spezialisierten Funktionen von Teilbereichen weiter herausgearbeitet und gestärkt werden (z.B. Gesundheitsmeile, Gastronomie-meile, Verwaltungszentrum).

Nebenzentren sichern die Stadtteilversorgung auch mit mittelfristigem Bedarf

Die Stadtteilzentren sollen als Nebenzentren die stadtteilbezogene Versorgung der Bevölkerung im kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfssegment sicherstellen. Rückgrat der Versorgungsfunktion ist eine gute und vielfältige Ausstattung mit Nahversorgungsangeboten. Ergänzende mittel- und teilweise auch langfristige Sortimente sind wünschenswert. Sie sollen möglichst nicht großflächig sein und die zentrale Versorgungsfunktion der Innenstadt nicht beeinträchtigen. Die Dimensionierung neuer Anbieter soll sich an dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der jeweiligen Einzugsbereiche orientieren.

Nahversorgung qualitativ und quantitativ verbessern

Die Nahversorgung soll verbrauchernah weiterentwickelt werden. Ein weitgehend an der Bevölkerungsverteilung angelehntes Versorgungsnetz, mit den zentralen Versorgungsbereichen der Nebenzentren und der Nahversorgungszentren als Rückgrat, soll gesichert und gestärkt werden. Solitäre Nahversorgungsstandorte in integrierter Lage ergänzen das Standortnetz der zentralen Versorgungs-

bereiche und verdichten das wohnungsnah Versorgungsnetz. Die qualitativen Nahversorgungsstrukturen sollen sich an den Bedürfnissen der Bevölkerung ausrichten. Die Vielfalt an Betriebstypen und Absatzformen ist sicherzustellen.

Die Dimensionierung neuer Märkte soll sich an dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der jeweiligen Einzugsbereiche orientieren. Neue solitäre Nahversorgungsstandorte sollen die wohnungsnah Versorgung verbessern helfen, aber nur dann realisiert werden, wenn sie die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsperspektiven der angrenzenden zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährden oder einschränken. Hier sind jeweils einzelfallorientierte Nachweise der Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept sowie der städtebaulichen Verträglichkeit erforderlich.

Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel

Grundsätzlich soll die Neuansiedlung, Erweiterung, Verlagerung oder Umnutzung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment räumlich gesteuert werden. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll sich generell auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt orientieren. Als ergänzende Standortmöglichkeit sind im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung darüber hinaus Sonderstandorte ausgewiesen, die großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten alternativ zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt aufnehmen sollen. Betriebe mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen nicht an den Sonderstandorten angesiedelt werden. Bereits ansässige zentren- oder nahversorgungsrelevante Betriebe genießen Bestandsschutz.

Sicherung von Gewerbe- und Industriegebieten

Entsprechend ihrer städtebaulichen Zielsetzung sollen GE- und GI-Gebiete Gewerbe – und Industriebetriebe aufnehmen. Da Einzelhandelsbetriebe im bauplanungsrechtlichen Sinne auch als Gewerbebetriebe gelten, ist hier zur Sicherung der gewerblichen Nutzung im Sinne von Produktion, Großhandel und Dienstleistungen eine Beschränkung für großflächigen Einzelhandel vorzusehen. Diese kann nur über die Bauleitplanung erreicht werden. Vorhandene Bebauungspläne mit



GE- und GI-Ausweisungen sollten in diesem Sinne geprüft und bei Bedarf angepasst werden. Die größte Rechtssicherheit bietet der vollständige Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in GE- und GI-Bereichen.

Annexhandel für den Verkauf selbst hergestellter oder bearbeiteter Produkte ist möglich, sofern ein funktionaler und räumlicher Zusammenhang mit einem im Gewerbe-, Industriegebiet ansässigen Produktionsbetrieb besteht. Die Verkaufsfläche des Annexhandels muss der Betriebsfläche des produzierenden Betriebs untergeordnet sein und soll die Grenze der Großflächigkeit (§11 Abs. 3 BauNVO) nicht überschreiten.

Sortimentskonzept

Die Bottroper Sortimentsliste ist eine wichtige Grundlage für die Umsetzung des Standortkonzeptes, indem die räumliche Verteilung von zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geregelt wird. Die Bottroper Sortimentsliste ordnet die einzelnen Einzelhandelssortimentsgruppen nach ihrer Zentrenrelevanz ein, indem neben den Vorgaben des LEP NRW²⁹ vor allem die örtlichen Besonderheiten der Angebotsstrukturen eingearbeitet werden.

Die Bottroper Liste aus dem Einzelhandelskonzept 2012 wird auf ihre Aktualität hin überarbeitet. Darüber hinaus wird sie auf ihre Deckung mit den Vorgaben des LEP NRW geprüft.

²⁹ Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen





I Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel

I.1 Allgemeine absatzwirtschaftliche Grundlagen

I.1.1 Nahversorgung

In der Nahversorgung müssen sich die Städte den allgemeinen Trends und Anforderungen der Bürger stellen. Jede Stadt muss unter Marktgesichtspunkten Erweiterungsoptionen für bestehende integrierte Standorte einplanen und mittels fachlich und politisch begründeter Konzepte die Einzelhandelsentwicklung steuern und stärken.

Abbildung 87 Vielfalt der Nahversorgung

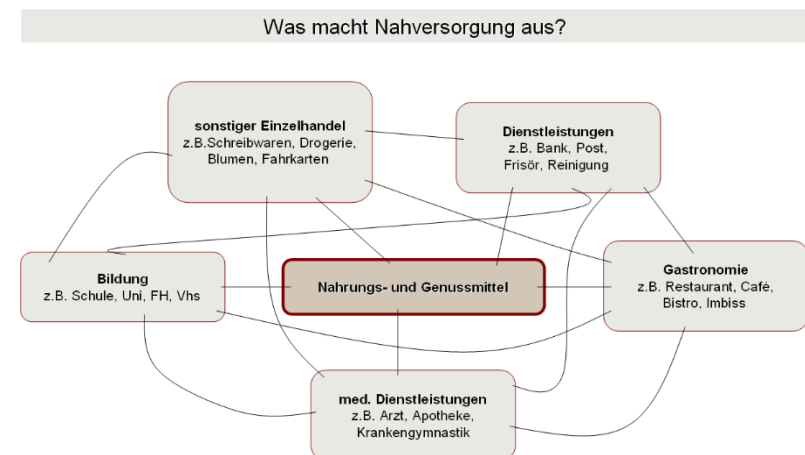


Quelle: eigene Darstellung, Fotos: Creative Commons-Lizenzen

Durch die konsequente Ausweisung von Nahversorgungszentren im Zusammenklang mit solitären verbrauchernahen Nahversorgungsstandorten kann die Stadt Bottrop diesen Trend steuern. Die Erfüllung der Nahversorgungsaufgabe besteht nicht nur in der Bereitstellung jeweils eines Nahversorgungsstandortes innerhalb der fußläufigen Entfernung. Aus den oft verwendeten „Kreiskarten“, die in NRW Radien von 700 m - 1.000 m um die bestehenden Nahversorgungsstandorte abbilden, kann bei flächenmäßiger Abdeckung des Stadtgebietes durch solche Distanzkreisflächen keineswegs abgelesen werden, dass die Nahversorgung ausreichend und die Bürger der Stadt zufriedenstellend versorgt seien.

Konsumentenbefragungen ergeben regelmäßig, dass Verbraucher im Durchschnitt bis zu sieben verschiedene Ziele zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs aufsuchen. Es geht demnach nicht nur um Quantität und Qualität der Versorgungsstandorte, sondern insbesondere auch um Angebotsvielfalt, die für alle erreichbar sein sollte. Danach ist die Erreichbarkeit zu staffeln nach der erwarteten Häufigkeit der Einkäufe. Ein Feinkostgeschäft kann einen höheren Distanzüberwindungsaufwand aufweisen als beispielsweise ein Bäcker. Dies ist aber noch nicht alles. Nahversorgung geht über die reine Lebensmittelversorgung hinaus.

Abbildung 88 Zusammenhänge bei der Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung



Zu einer funktionalen Nahversorgung gehört mehr als der Lebensmitteleinzelhandel. Ergänzende Handelsflächen in den Sortimenten Drogeriewaren, Schreibwaren oder Schnittblumen vervollständigen gute Versorgungsstandorte und steigern deren Attraktivität. Ebenso wichtig sind Grunddienstleister wie Banken, Post, Friseur oder Reinigungs.

Auch medizinische Dienstleister in Form von z.B. niedergelassenen Ärzten runden das Angebot und die funktionalen Strukturen ab. Apotheken ergänzen das gesundheitsspezifische Angebot. Gastronomische Einrichtungen vervollständigen kleine und mittlere Nahversorgungsstandorte.

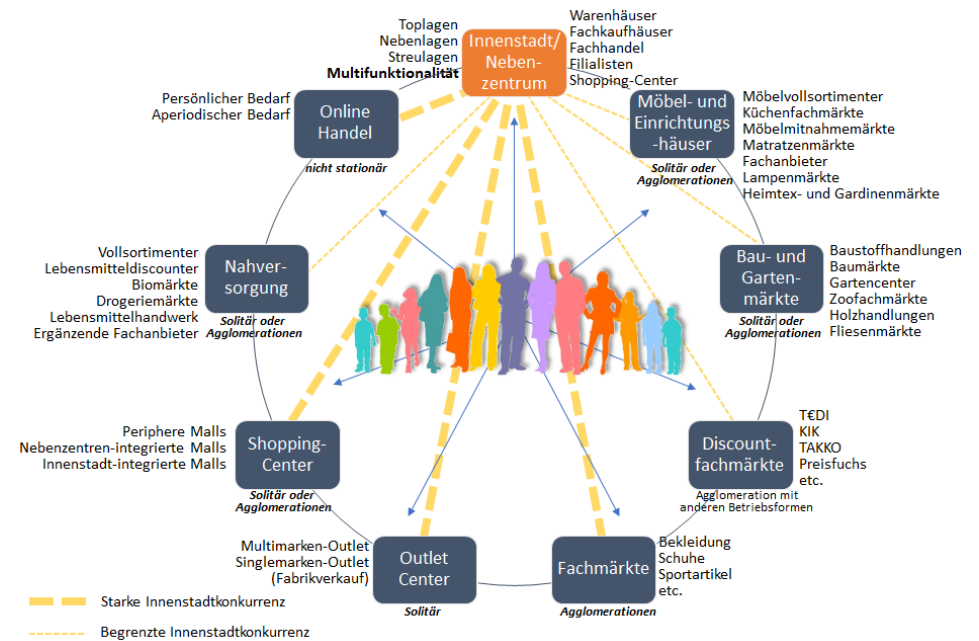
I.1.2 Aperiodische Versorgung

Die aperiodische Versorgung in Innenstädten, Shopping-Centern, Fachmärkten an Ergänzungs- oder Solitärstandorten, aber auch im Online- und Versandhandel machen rund 50% des gesamten Einzelhandelsvolumens aus. Auch hier hat der Verbraucher die Wahl zwischen einer Vielzahl von Standorttypen, Betriebsformen, Agglomerationssystemen und zielgruppenspezifischen Angeboten.

Die Ansprüche und Bedürfnisse des Verbrauchers, die nicht einfach in System-schubladen zu differenzieren und zu klassifizieren sind, bestimmen die Nachfragestrukturen. Das Stichwort lautet „hybrider Verbraucher“, der, unabhängig von seiner soziodemographischen, wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Einordnung, sozusagen unkonventionell einkauft³⁰. Die Bedürfnisse des Verbrauchers hängen mit den jeweiligen Lebensumständen, Lebensphasen oder individuell bedingten Notwendigkeiten zusammen. Diese Hybridität führt zum Treueverlust des Kunden zu angestammten Versorgungsmustern. Die feste Bindung an Marken und Geschäfte geht verloren und der ständige Wechsel zwischen Angebotskategorien (z.B. vom Luxus nach Discount und umgekehrt) wird Standard.

³⁰ Hier wird häufig das Bild der im Pelzmantel gekleideten vermögenden Dame gezeichnet, die die Sonderangebote bei Aldi wahrnimmt.

Abbildung 89 Konkurrenz und Arbeitsteilung im aperiodischen Bedarfssegment des Einzelhandels im städtischen Standortsystem



Quelle: eigene Darstellung, Die verwendeten Grafiken sind lizenziert gemäß CC BY-SA

Dies macht die Einschätzung bzw. Prognose von Verbraucherverhalten kompliziert. Statistisch signifikante Aussagen sind schwierig zu treffen und immer mit Unschärfen behaftet. Trotzdem ist eine Kategorisierung der Einzelhandelsangebote nach deren Standortanforderungen, Dimensionierungen und Sortimentsstrukturen hilfreich, die im örtlichen Versorgungssystem bestehenden Aufgabenteilungen und Konkurrenzen zu beschreiben und in die Einzelhandelskonzeption für die Stadt Bottrop einfließen zu lassen.



Während die Kategorisierung für die Nahversorgung diverse Dimensionen aufweist, hat sie im aperiodischen Bedarfssegment schon Züge von Komplexität. Die grafische Zusammenstellung in Abbildung 89 zeigt eine Übersicht über die Angebotsstrukturen im aperiodischen Bedarfssystem (nachrichtlich ergänzt um Nahversorgung) und versucht eine aus Verbrauchersicht verständliche Systematisierung.

Die Eigenheiten und Standortanforderungen der unterschiedlichen Angebotsformen ergeben verstärkte Agglomerationstendenzen. Zwar versuchen grundsätzlich alle Betriebsformen des Einzelhandels und der publikumsorientierten Dienstleistungen Synergien aus Agglomerationsvorteilen zu nutzen, allerdings hängt das Ausmaß des Agglomerationsbedürfnisses von der eigenen Fähigkeit ab, ausreichende Kundenfrequenzen zu erzeugen.

Die Stärke des Wettbewerbs zwischen zentralen Versorgungsbereichen, wie der Innenstadt oder Nebenzentren, und anderen Betriebsformen des aperiodischen Bedarfs hängt in erster Linie von dem Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen ab.

Starke Überschneidungen in den innenstadtprägenden Sortimenten³¹ können erhebliche Wettbewerbswirkungen nicht-integrierter bzw. an Sonderstandorten ansässiger großflächiger Betriebsformen auf die zentralen Versorgungsbereiche auslösen.

Im Falle von innerstädtischen „Nebensortimenten“ oder von vollkommen fehlenden Sortimentsüberschneidungen sind die Konkurrenzwirkungen niedrig. Eine weitere Differenzierung der Wettbewerbswirkungen ergibt sich aus der Systemgleichheit der Betriebsformen. Discountsortimente konkurrieren eher mit anderen Discountsortimenten als mit hochpreisigen Sortimentsklassen. Dies gilt sowohl für periodischen als auch für den aperiodischen Bedarf.

³¹ Das Thema „innenstadtprägende Sortimente“ führt häufig zu Diskussionen in Bezug auf die Schutzfunktion zentraler Versorgungsbereiche. Kategorische Auffassungen gehen davon aus, dass grundsätzlich alle aperiodischen Sortimente als innenstadtprägend einzuordnen sind und prinzipiell nur in Innenstädten anzubieten sind, selbst wenn sie für die Innenstädte quantitativ unbedeutend sind. Die Begründung hierfür ist die Erhaltung der Angebotsvielfalt in den Innenstädten. Diese Auffassung widerspricht der Angebotsrealität in den Städten, da eigentlich große Teile der städtischen Einzelhandelslandschaft als illegal und nur ausnahmsweise geduldet

1.2 Rahmenvorgaben des LEP NRW

Das Unterkapitel 6.5 des LEP NRW legt innerhalb des Kapitels 6 „Siedlungsraum“ den landesplanerischen Umgang mit dem großflächigen Einzelhandel fest:

Ziele und Grundsätze

6.5-1. Ziel (Siedlungsintegration)

Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel (raumordnerisches Integrationsgebot)

Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

dargestellt und festgesetzt werden.

klassifiziert werden müssten. Als innerstädtische Kernangebote können zum Beispiel Bekleidung, Schuhe, Uhren und Schmuck, Elektroartikel, oder Schreibwaren und Bücher eingestuft werden. Heimtextilien, Lampen und Leuchten, Bau- und Gartenartikel, Möbel, Zooartikel oder vergleichbare sind als Nebensortimente der Innenstadt bzw. als gar nicht innenstadtauglich einzuordnen. Einen vergleichbaren Weg geht der LEP NRW, der einen Kern zentrenrelevanter Sortimente festsetzt und ergänzende zentrenrelevante Sortimente durch die Gemeinden nach ortsspezifischen Kriterien definieren lässt.



Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 (siehe Seite 148) und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

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

6.5-3 Ziel

Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz (Kongruenz)

Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung

ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel (Integration)

Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz (Integration)

Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel (Bestandsschutz)

Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die





zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

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

6.5-8 Ziel (Agglomerationsverbot)

Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz

Regionale Einzelhandelskonzepte

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

6.5-10 Ziel

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des §11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von §12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Als **Anlage 1** ist die Liste zentrenrelevanter Sortimente hinzugefügt:

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

und

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

Die aufgeführte Sortimentsliste ist als fester verbindlicher Kern zentrenrelevanter Sortimente zu verstehen. Diese Sortimentsgruppen gelten grundsätzlich in jeder Gemeinde Nordrhein-Westfalens als zentrenrelevant.



Der Bezug zu kommunalen Einzelhandelskonzepten wird durch den Hinweis auf zentrale Versorgungsbereiche hergestellt. Die Planung (neue ZVB) und Abgrenzung (nach tatsächlichen Gegebenheiten) von zentralen Versorgungsbereichen ist im Rahmen der Aufstellung von kommunalen Einzelhandelskonzepten durchzuführen.

I.3 Standortkonzept für die Stadt Bottrop

I.3.1 Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen

Zentrale Versorgungsbereiche sind Orte, mit deren Erscheinungsbild und Funktion Städte und Gemeinden identifiziert werden, die gewissermaßen ihr Aushängeschild und städtebaulicher Brennpunkt sind. Als Wirtschaftszentren sind zentrale Versorgungsbereiche von großer Bedeutung für die Städte. Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist daher ein Kernelement einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Stadtentwicklung für Bürger, Verbraucher und Wirtschaft.

I.3.1.1 Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche im Stadtgebiet, die aufgrund der Konzentration vielfältiger Nutzungen von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und oft auch öffentlicher Einrichtungen eine Anziehungskraft über die unmittelbare Umgebung hinaus entwickeln. Innenstädte sind in der Regel als zentral einzustufen, weil sie als funktionale Einheit mit einer vielfältigen Angebotsdichte und guter Erreichbarkeit nicht nur der Versorgung des unmittelbaren Umfeldes dienen, sondern auch größere Einzugsbereiche, oft über das Stadtgebiet hinaus, erschließen.

Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.³² Neben Einzelhandelsbetrieben sollte der Versorgungsbereich in aller Regel auch Dienstleistungsbetriebe verschiedener Art aufweisen. Letztere sind nicht nur unschädlich, sondern in der Regel sogar erforderlich für das Vorliegen eines Versorgungsbereiches. Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben (BTDrucksache 15/ 2250 S. 54). Es ist nicht erforderlich, dass Einzelhandelsnutzungen stets unmittelbar aneinandergrenzen, also gleichsam als eine räumlich-funktionale Einheit erscheinen. In den Versorgungsbereichen können vielmehr durchaus bauliche Nutzungen vielfältiger Art eingestreut sein, die mit der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen nichts zu tun haben.³³

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche unterliegt somit sowohl funktionalen (Angebotsdichte, Frequenzen, Multifunktionalität) als auch städtebaulichen Kriterien (siedlungsräumliche Integration, Baustruktur, Verkehr, öffentlicher Raum).

Abbildung 90 Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Einzelhandelsbesatz Dichte	Multifunktionalität	Erreichbarkeit und Parken
Städtebauliche Einheit	Agglomeration unter- schiedlicher Anbieter	Einzelhandelsbesatz Vielfalt
Aufenthaltsqualität	Zentrenrelevanz des Angebotes	Ergänzungsfunktion Dienstleistung, Gastronomie
sich ergänzende Betriebs- typen und -formen	Einzelhandelsbesatz Konzentration	Fußläufigkeit

Quelle: eigener Entwurf 2018

³² vgl. BVerwG – Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

³³ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, S.80 (145,146)



1.3.1.2 Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen

Durch die Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereiches ist ein städtebaulicher Schutz aller dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe möglich. Um eine Schutzfunktion gegenüber den bestehenden Betrieben auch für Ansiedlungen innerhalb des Versorgungsbereiches zu erzielen, ist eine stringente Anpassung der Bauleitplanung notwendig.

Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung von Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

Grundsätzlich ist zu unterscheiden zwischen städtebaulicher Schutzwirkung und dem nicht legalen Wettbewerbsschutz.

Abbildung 91 Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht

§11 Abs. 3 BauNVO	Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Nahversorgungszentren, Nahversorgungsstandorte)	Stichwort Großflächigkeit
§2 Abs. 2 BauGB	Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche	Stichwort Nachbargemeinden
§34 Abs. 3 BauGB	Schutzwirkung für alle faktischen zentralen Versorgungsbereiche	Stichwort Schädliche Auswirkungen
§9 Abs. 2a BauGB	Schutzwirkung für zentrale Versorgungsbereiche	Stichwort Rückgriff auf §34 BauGB
§30 BauGB	Be-/ Überplante Gebiete mit klarer Festsetzung (gültiger Bebauungsplan)	Stichwort Ausweisung von B-Plänen

Quelle: eigener Entwurf 2018

Die städtebaulichen Schutzwirkungen ergeben sich aus den verschiedenen gesetzlichen Regelungen des BauGB und der BauNVO.

1.3.2 Abgleich mit dem bestehenden Zentrenkonzept (CIMA)

1.3.2.1 Das ursprüngliche Standortkonzept

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Bottrop aus dem Jahr 2012 hat ein Standortkonzept ausgearbeitet, das bis heute verbindlicher Bestandteil der konzeptionellen Planung der Stadt Bottrop ist. Dieses Standortkonzept beinhaltet zum einen eine Zentrenhierarchie und zum anderen die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. Auf Grundlage der erarbeiteten Hierarchie wurde die Versorgungsfunktion der unterschiedlichen Hierarchiestufen festgelegt.

Dieses Standortkonzept wird als Vorgabe für die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes verwendet und an die aktuellen Gegebenheiten und eventuell veränderte Zielsetzungen der Stadt Bottrop angepasst.

Die damals verwendete Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche wurde abgeleitet aus dem BauGB und dem durch den aktuellen LEP abgelösten LEPro, insbesondere aus dem §24a.

Die 2012 verwendete planungsrechtliche Verankerung kann nicht mehr herangezogen werden, da der zitierte §24a LEPro nicht mehr rechtskräftig ist und der aktuelle LEP NRW das LEPro ersetzt hat.

Aus dem LEP NRW lässt sich allerdings ein ähnlicher planungsrechtlicher Bezug herleiten: „Zentrale Versorgungsbereiche sind danach räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte sind, in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. (...) Versorgungsbereiche sind jedoch nicht nur dann "zentral", wenn sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung der gemeindeweiten bzw. übergemeindlichen Versorgung dienen, sondern auch Bereiche für die Grund- oder Nahversorgung können zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. §34 Abs. 3 BauGB sein (OVG NRW, Ur. v. 11.12.2006, 7 A 964.05 = BauR 2007, 845).“ (LEP NRW; Seite 56).



Insofern kann auf die seit 2012 bestehende Zentrenhierarchie, soweit sie die zentralen Versorgungsbereiche betrifft, auch mit Blick auf den neuen LEP NRW grundsätzlich zurückgegriffen werden.

Über die Ausweisung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche hinaus wurden im Bereich der Nahversorgung weitere Standorttypen entwickelt. Es handelt sich zum einen um „Ergänzende Nahversorgungslagen in integrierter Lage“ und zum anderen um „Ergänzungsstandorte im Sinne der stadtteilbezogenen Nahversorgung“. Hinzu kommen noch „Solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierten Lagen“. Folgende Definitionen und Überlegungen wurden 2012 angeführt:

„Ergänzende Nahversorgungslagen in integrierter Lage sind Standortbereiche, die einen Lebensmitteldiscounter oder einen Frischemarkt mit einem kleinteiligen Ergänzungsangebot mit Gütern des täglichen Bedarfs bereitstellen.

Ergänzungsstandorte im Sinne der stadtteilbezogenen Nahversorgung sind Nahversorgungsstandorte in integrierter Wohngebietslage.

Solitäre Nahversorgungsstandort in nicht-integrierter Lage sind Standorte eines Lebensmitteldiscounters oder Frischemarktes ohne einen direkten Wohngebietsbezug.“ (CIMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bottrop, 2012, Seite 76)

Diese Differenzierung der Nahversorgungsstandorte lässt sich planungsrechtlich nicht unmittelbar ableiten, hat aber die städtebaulichen Realitäten in angemessener Weise abgebildet, so dass auf dieser Grundlage Entscheidungen in Bezug auf die Auslegung beispielsweise des Bestandsschutzes ermöglicht werden. Die landesplanerische Relevanz ergibt sich aus Ziel 6.5-7 „Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ und den Ausnahmen des Zieles 6.5-2 in Bezug auf großflächige, nahversorgungsrelevante Kernsortimente. Dementsprechend kann auch diese Systematik im Grunde für die Aktualisierung beibehalten werden. Aufgrund der beobachteten Entwicklungen seit 2012 wird sie allerdings angepasst werden müssen.

Der Umgang mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist aus dem

aktuellen LEP NRW abzuleiten. Hier sind insbesondere die Ziele und Grundsätze 6.5-1, 6.5-3, 6.5-4 bis 6.5-7 maßgeblich. Eine Ausweisung von Sonderstandorten in kommunalen Einzelhandelskonzepten ist nicht explizit erwähnt. Die Begriffe „Sonderstandort“ oder „Ergänzungsstandort“ werden im LEP NRW nicht verwendet. Der Begriff „Sonderstandort“ ergibt sich allerdings aus dem Einzelhandelserslass NRW. Im Kapitel 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ wird die Ausweisung von Sonderstandorten im Zusammenhang mit großflächigem Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten beschrieben.

Im LEP NRW ist in diesem Zusammenhang grundsätzlich nur von Sondergebieten im Sinne des §11 Abs. 3 der BauNVO die Rede.

Für die Aktualisierung sollte die Begrifflichkeit Sonderstandorte aus dem Einzelhandelskonzept 2012 für großflächige Einzelhandelsstandorte mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment beibehalten werden. Die bauleitplanerische Umsetzung ist ohnehin schon im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO erfolgt oder wird entsprechend erfolgen.

I.3.3 Standorthierarchie und Versorgungsfunktionen

Aus der aktuellen Standortstruktur, der Analyse von Angebot und Nachfrage im Stadtgebiet sowie den Festlegungen aus dem Einzelhandelskonzept 2012 werden die Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet unter städtebaulichen und funktionalen Aspekten in ein hierarchisches Standortsystem eingestuft.

Entscheidend für die Einstufung in die Standortgliederung sind die derzeitigen Ausprägungen des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sowie die städtebaulichen Rahmenbedingungen. Städtebauliche Entwicklungsziele zum Schutz und zur Stärkung der Versorgungsfunktion für den jeweiligen Standortbereich sind ebenfalls maßgeblich für die Einstufung. Die erreichbaren Potenziale, die sich aufgrund der örtlichen Erreichbarkeiten und der Erschließungsqualität (fußläufig, Fahrrad, ÖPNV, motorisiert), der umliegenden Siedlungsstrukturen und der wettbewerblichen Strukturen im Einzelhandel ergeben, bestimmen letztlich die



möglichen Größenordnungen. Dabei soll eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung sichergestellt werden.

Zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Nebenzentren, Nahversorgungszentren) genießen den städtebaulichen Schutz nach BauNVO, BauGB sowie besonderen Schutz durch die Landes- und Regionalplanung.

Solitäre Nahversorgungsstandorte, sofern sie als **siedlungsintegriert** und **funktional verträglich** eingestuft sind, genießen in der Regel einen erweiterten, aktiven Bestandsschutz und einen im Vergleich zu den zentralen Versorgungsbereichen eingeschränkten städtebaulichen Schutz. Zum Beispiel ist im Rahmen von Verträglichkeitsstudien die Bedeutung der Nahversorgungsfunktion dieser Standortkategorie grundsätzlich zu würdigen.

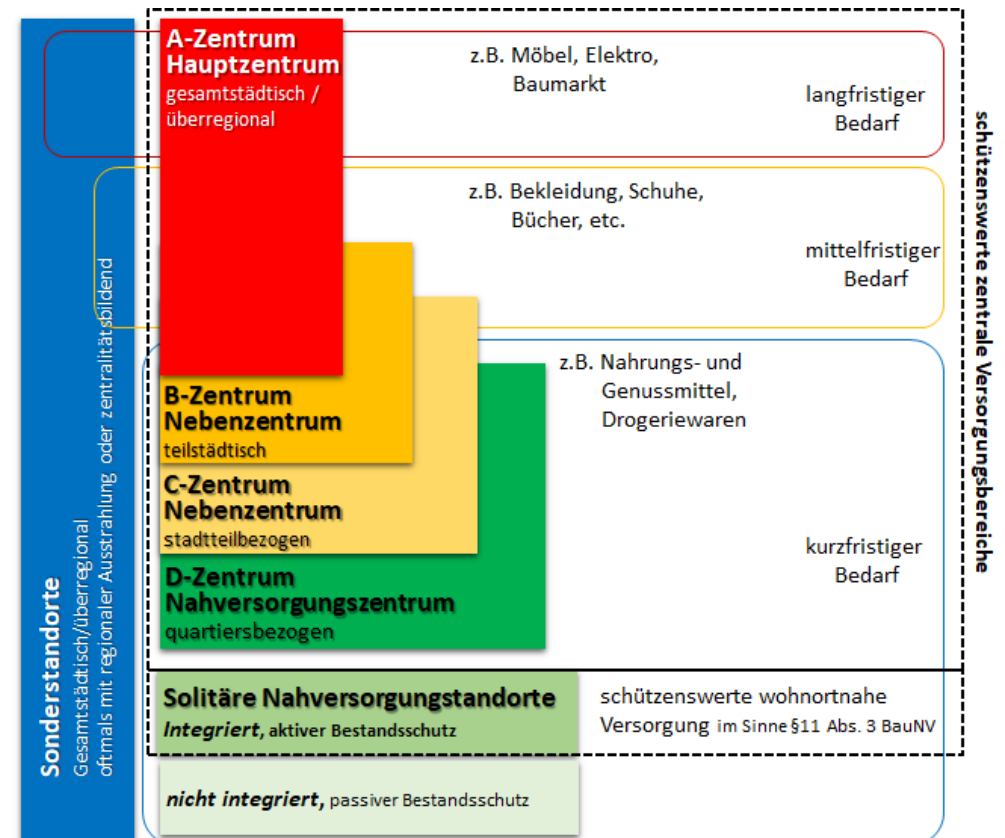
Nicht integrierte Solitärstandorte für die Nahversorgung genießen ebenfalls Bestandsschutz, der in der Regel allerdings beschränkt ist auf das aktuell genehmigte Maß und die Art der Nutzung. So ist der Erhalt gewährleistet, eine Erweiterung oder Nutzungsänderung (Sortimente) wäre nicht möglich. Aufgrund der fehlenden wohnungsnahen Grundversorgungsfunktion ist ein städtebaulich bedingter Schutz nicht vorgesehen.

Sonderstandorte dienen als Ergänzungsstandorte der Unterbringung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Damit sind Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgeschlossen. Die Notwendigkeit der Ergänzungsfunktion dieser Standortkategorie ergibt sich aus den geringen Flächenpotenzialen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ein besonderer städtebaulicher Schutz ist für diese Standortkategorie gesetzlich nicht vorgesehen.

Somit ergeben sich die folgenden Standortkategorien für das Standortkonzept.

Im Vergleich zur Zentrenhierarchie 2012 kommt eine Zentrenkategorie hinzu. Die Nebenzentren werden wegen ihrer unterschiedlichen Versorgungsfunktion differenziert.

Abbildung 92 Standortstruktursystem für die Stadt Bottrop (Zielsetzung)



Quelle: eigene Darstellung



Tabelle 30 Standortkategorien und deren Versorgungsfunktion

Planungsrechtliche Standort-einstufung	Standorttypus und Hierarchiestufe	Versorgungsbezug
Zentrale Versorgungsbereiche	Innenstadt (A-Zentrum)	Regional, gesamtstädtisch
	Nebenzentrum (B-Zentrum)	teilstädtisch
	Nebenzentrum (C-Zentrum)	stadtteilbezogen
	Nahversorgungszentrum (D-Zentrum)	quartiersbezogen
Nahversorgungsstandorte	Solitäre integrierte Nahversorgungsstandorte	quartiersbezogen
Sonderstandorte	Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel	regional, gesamtstädtisch
Streulagen	Sonstige Bestandsstandorte	funktionsabhängig

I.3.3.1 Grundlagen für die Definition der Zentren in Bottrop

Standorte des großflächigen Einzelhandels dürfen nur in den regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen festgesetzt werden (entspricht Ziel 6.5-1 des LEP NRW).

Aufgrund der oben angeführten städtebaulichen Strukturen sowie des Grundpotenzials im Stadtgebiet wird eine differenzierte Zentrenstruktur aufgezeigt.

Funktionale Kriterien:

- Agglomeration verschiedener Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung)
- sich ergänzende Betriebstypen und -formen
- Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Anbieter
- Handelsdichte, -konzentration, -vielfalt
- Ergänzende Angebote in Dienstleistung und Gastronomie

Städtebauliche Kriterien:

- Städtebauliche Einheit des Zentrums
- Erkennbare Gestaltung (Zuordnung des öffentlichen Raumes, Gebäudeanordnung etc.)
- Fußläufige Anbindung einzelner Betriebe und Bereiche
- Barrieren (z.B. Straßen, Gebäuderiegel, Topographie)
- Aufenthaltsqualität

I.3.3.2 Systematisierung der Einzelhandelsstandorte in Bottrop

Der **zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt (A-Zentrum)“** soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die für die Versorgung von Gesamtstadt und Region von Bedeutung sind. Neben Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße sind auch Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen bestimmend für die Einordnung. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind. Eine Vielzahl von Magnetbetrieben, aber auch eine differenzierte Fachhandels- und Markenvielfalt wird erwartet. Die Innenstadt (A-Zentrum) ist der wichtigste zentrale Versorgungsbereich im Stadtgebiet von Bottrop.

Der **zentrale Versorgungsbereich „Nebenzentrum (B-Zentrum)“** versorgt ein größeres, stadtteilbezogenes Versorgungsgebiet und verfügt, neben einem dichten und differenzierten Einzelhandelsbesatz, auch im mittel- und langfristigen Bedarfssegment über eine Vielzahl ergänzender Dienstleistungsfunktionen. Ein B-Zentrum besitzt städtebauliche Qualität in Bezug auf die Gestaltung der Einkaufsstraßen, der Verkehrserschließung, der Parkplätze, der Aufenthaltsqualitäten und der baulichen Gestalt (mindestens rund 8.000 qm Verkaufsfläche und 15.000 Einwohner im Versorgungsbereich).

Der **Zentrale Versorgungsbereich „Nebenzentrum (C-Zentrum)“** beschreibt historisch gewachsene, mit zentrenbildenden städtebaulichen Merkmalen ausgestattete Agglomerationen von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomie-



betrieben. Die Betriebe sind entsprechend der dominierenden siedlungsstrukturellen Standortstrukturen in Bottrop straßenbegleitend angeordnet. Städtebaulich dominierend sind jeweils die groß dimensionierten Marktplätze. Im Vergleich zum B-Zentrum sind die C-Zentren von städtebaulich deutlich geringerer Qualität und der Betriebsbesatz ist weniger differenziert. Nahversorgungssortimente dominieren, ergänzt um mittelfristige Sortimentsbereiche (mindestens rund 3.000 bis 4.000 qm Verkaufsfläche und rund 8.000 bis 10.000 Einwohner im Versorgungsbereich).

Der **zentrale Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum (D-Zentren)“** dient der quartiers- maximal stadtteilbezogenen Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete. Sie liegen integriert und bieten ein vollständiges Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebsformen und Betriebsgrößen des Einzelhandels. Ergänzende Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe sind vorhanden. Sie sind in ihrer räumlichen Ausdehnung begrenzt und sind fußläufig gut erreichbar. In geringem Maße werden ergänzende Sortimente des aperiodischen Bedarfs angeboten (mindestens rund 2.000 bis 3.000 qm Verkaufsfläche und rund 5.000 Einwohner im Versorgungsbereich).

Die Differenzierung der Nahversorgungsbereiche unterhalb der Ebene der Nahversorgungszentren wird im Vergleich zur ursprünglichen Einstufung nur noch in zwei Kategorien erfolgen, nachdem 2012 neben den

- „ergänzenden Nahversorgungslagen in integrierter Lage“,
- „Ergänzungsstandorte im Sinne der stadtteilbezogenen Nahversorgung“
- „Solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierter Lage“

unterschieden wurden. Die 2012 erwartete Entwicklungsperspektive für die Kategorie der „ergänzenden Nahversorgungslagen in integrierter Lage“, für die quasi der Aufstieg in die Standortkategorie der Nahversorgungszentren erwartet wurde, hat sich in keinem Fall bestätigt. Nach aktueller Einschätzung der Versorgungsfunktionen ist eine Zusammenfassung der beiden Kategorien „ergänzende Nahversorgungslagen in integrierter Lage“ und „Ergänzungsstandorte im Sinne der stadtteilbezogenen Nahversorgung“ zu den integrierten „Solitären Nahversorgungsstandorten“ sinnvoll.

Die **Solitären Nahversorgungsstandorte** verteilen sich, historisch gewachsen, über das gesamte Stadtgebiet. Sie übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion und ermöglichen, sozusagen als „Brückenstandorte“ zwischen den zentralen Versorgungsbereichen eine Netzverdichtung, die die Möglichkeit des fußläufigen Einkaufs verbessert. Es handelt sich in der Regel um einzelne, oft großflächige, Lebensmittelmärkte, selten ergänzt um kleinere Betriebe des periodischen oder aperiodischen Bedarfs. Auch der ein oder andere Dienstleistungsbetrieb kann das Angebot an den solitären Standorten ergänzen. Eine wesentliche Unterscheidung der solitären Nahversorgungsstandorte ergibt sich aus dem Grad der Siedlungsintegration der jeweiligen Standorte. Die Unterscheidung zwischen integriertem und nicht-integriertem Standort sowie des funktionalen Einflusses auf zentrale Versorgungsbereiche begründet letztlich die Vorgehensweise in Bezug auf den Bestandsschutz (mindestens rund 800 qm Verkaufsfläche).

Sonderstandorte stellen Agglomerationen großflächiger Einzelhandelsbetriebe dar, die oft eine überörtliche bzw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen. Sie sind als Ergänzungsstandorte für zentrale Versorgungsbereiche zu sehen, die großflächige Einzelhandelsbetriebe aufnehmen können, die in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden oder funktional nicht integrierbar sind. Beschränkt sind die in Sonderstandorten anzusiedelnden Betriebe auf nicht-zentrenrelevante Kernsortimente, wobei die erste Priorität der Ansiedlung auch dieser Betriebe innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Betriebe mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten innerhalb von Sonderstandorten besitzen passiven Bestandsschutz und somit keine Erweiterungsoptionen mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Zentrenrelevante Randsortimente in großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind möglich, müssen aber einen funktionalen und absatzwirtschaftlichen Bezug zum jeweiligen Kernsortiment haben und sie sollten im Verhältnis zum Kernsortiment beschränkt werden (§11 Abs. 3 BauNVO), um negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu vermeiden bzw. die Entwicklung durch Stärkung nicht maßgeblich einzuschränken.



I.3.4 Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Bottrop

Entwickelt aus dem Einzelhandelskonzept 2012, der Aktualisierung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbestände und der Berücksichtigung der neuen landesplanerischen Vorgaben ergibt sich folgende Standortsystematik für Bottrop.

Danach genießen die zentralen Versorgungsbereiche in allen verwendeten Varianten den vollen städtebaulichen Schutz, der durch die Bottroper Sortimentsliste konkretisiert wird. Für alle anderen Standorte gilt der besondere städtebauliche Schutz der zentralen Versorgungsbereiche nicht. Dies gilt insbesondere für die Sonderstandorte. Folgende Zuordnungen der Standorte in die Standortkategorien werden festgelegt:

- **Innenstadt (A-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt von Bottrop“
- **Nebenzentrum (B-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Kirchhellen“
- **Nebenzentrum (C-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Boy“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Eigen“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Fuhlenbrock“
- **Nahversorgungszentrum (D-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Bahnhof/Südring“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Batenbrock-Nord“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Stadtwald/Kalter Eigen“
 - potenziell: Zentraler Versorgungsbereich „Batenbrock-Süd“

• Solitäre Nahversorgungsstandorte

- | | |
|----------------------------------|---|
| ○ Osterfelder Str. | Integriert, aktiver Bestandsschutz |
| ○ Batenbrock-Süd | Integriert, aktiver Bestandsschutz |
| ○ Scharnhölzstr. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Grafenwald | Integriert, aktiver Bestandsschutz |
| ○ Lidl und Netto Gladbecker Str. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Aldi, Horster Str. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Aldi, Gungstr. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Lidl Peterstraße | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Gercek, Prosperstr. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Rewe-Kaufpark, Rentforter Str. | Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Netto, Im Gewerbepark | Nicht-Integriert, passiver Bestandsschutz |
| ○ Netto Gildestr. | Nicht-Integriert, passiver Bestandsschutz |

• Sonderstandorte

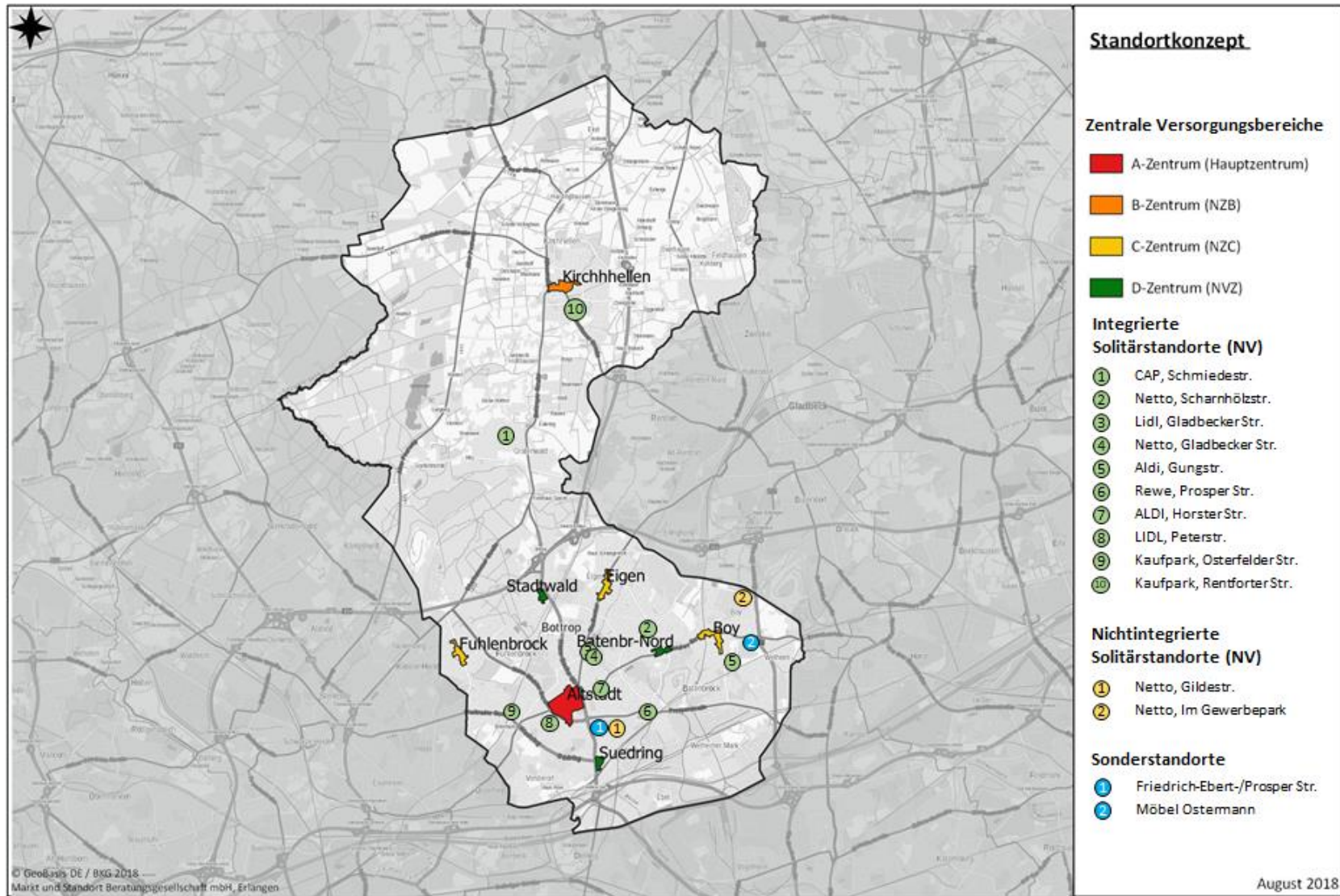
- Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße
- Möbel Ostermann

Die nahversorgungsorientierten Solitärstandorte genießen zumindest in Bezug auf ihre Nahversorgungsfunktion einen begrenzten Schutzstatus, indem bei Neuansiedlungen auch hier die städtebaulichen Wirkungen auf die jeweilige Nahversorgungsfunktion zu prüfen wäre. Auszunehmen von dieser Einschränkung sind nur die nicht-integrierten Nahversorgungsstandorte.

Abgesehen von den Sonderstandorten, die sich im Rahmen der Ziele und Grundsätze des LEP NRW weiterentwickeln können (bis hin zu Neuansiedlungen), gilt für die Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausschließlich Bestandsschutz.



Abbildung 93 Standortkonzept Bottrop 2018



Quelle: Eigene Darstellung



I.4 Sortimentkonzept für die Stadt Bottrop

Die Definition einer speziell für den Einzelhandel in der Stadt Bottrop aufgestellten, zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsliste ist wichtiger Bestandteil der vorliegenden Entwicklungskonzeption für die Stadt. Grundlage ist die aktuelle sortimentsscharfe Erhebung aller Betriebe im Stadtgebiet.

Ausgangspunkt der „Bottroper Liste“ sind die Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, die lokalen Gegebenheiten und die bereits dargestellten Entwicklungspotenziale des Einzelhandels. Entscheidend bei der Festlegung der Sortimentsliste sind die erhobenen Sortimente innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Treten hier einzelne Sortimente nicht mehr oder nur noch in Teilsortimenten innerhalb von Fachgeschäften auf, so sinkt deren Zentrenrelevanz. Ebenso als Bewertungskriterium fließt die Gewichtung der Ansiedlungsperspektiven einzelner Warengruppen für Innenstadtlagen ein. Hier wurde im Besonderen nach marktüblichen Standortpräferenzen die Marktfähigkeit von bestimmten Betriebstypen und Flächenverfügbarkeiten bewertet. **Die Bottroper Sortimentsliste von 2012 ist als Ausgangspunkt der Aktualisierung zu sehen.**

I.4.1 Definition der Zentrenrelevanz

Generell ist festzuhalten, dass großflächig angebotene zentrenrelevante Sortimente nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig sind. Großflächige Ansiedlungsausschlüsse betreffen somit die zentrenrelevanten sowie die nahversorgungsrelevanten Sortimente außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Gleichzeitig sind nach Möglichkeit großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit Priorität in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere A-Zentrum) oder den ausgewiesenen Sonderstandorten anzusiedeln. In der Bottroper Liste werden drei Sortimentskategorien verwendet.

Die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** gehören zum periodischen Bedarf, der regelmäßig und häufig (täglich bis wöchentlich) befriedigt wird. Es handelt sich um die Deckung der Grundbedürfnisse der Verbraucher (Lebensmittel, Drogeriewaren, etc.).

Nahversorgungsrelevante Sortimente sind auch als zentrenrelevant eingestuft.

Zentrenrelevante Sortimente sind leicht zu transportieren, werden in zentralen Lagen angeboten, sind oft qualitativ und preislich hochwertig, sind oft spezialisiert und benötigen eine hochfrequente Umgebung. Sie brauchen die Agglomeration und sind in der Regel beratungsintensiv. Sie gehören der aperiodischen Bedarfsgruppe an.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente werden in der Regel großflächig angeboten und sind schon wegen des Flächenbedarfs ihrer spezifischen Absatzformen selten in zentralen Versorgungsbereichen untergebracht. Ihr Transport ist meist aufwendig und sie werden meist an nicht-integrierten, verkehrlich gut erreichbaren Standorten angeboten. Sie gehören der aperiodischen Bedarfsgruppe an.

Die **Zentrenrelevanz von Sortimenten**, also die Trennung in zentrenrelevant und nicht-zentrenrelevant, wird durch folgende Kriterien bestimmt:

- *Verteilung der Sortimente in Stadtgebiet*
Wo liegen die räumlichen Angebotsschwerpunkte?
- *Bedeutung der Zentrenstrukturen*
Wie groß ist die Bedeutung der Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen?
- *Betriebsformenkonzepte*
Ist die Eignung von Betriebsformenkonzepten für zentrale Versorgungsbereiche gegeben?
- *Frequenzerzeugung*
Wie hoch ist die Abhängigkeit der Sortimente von einem stark frequentierten Umfeld?
- *Wertigkeit, Qualität, Preisniveau*
Sind die Sortimente geprägt durch hohe Qualität und Preise oder sind sie discountorientiert und niedrigpreisig?
- *Agglomerationsabhängigkeit*
Sind die sortimentspezifischen Betriebstypen abhängig von der Nachbarschaft zu anderen Betrieben?



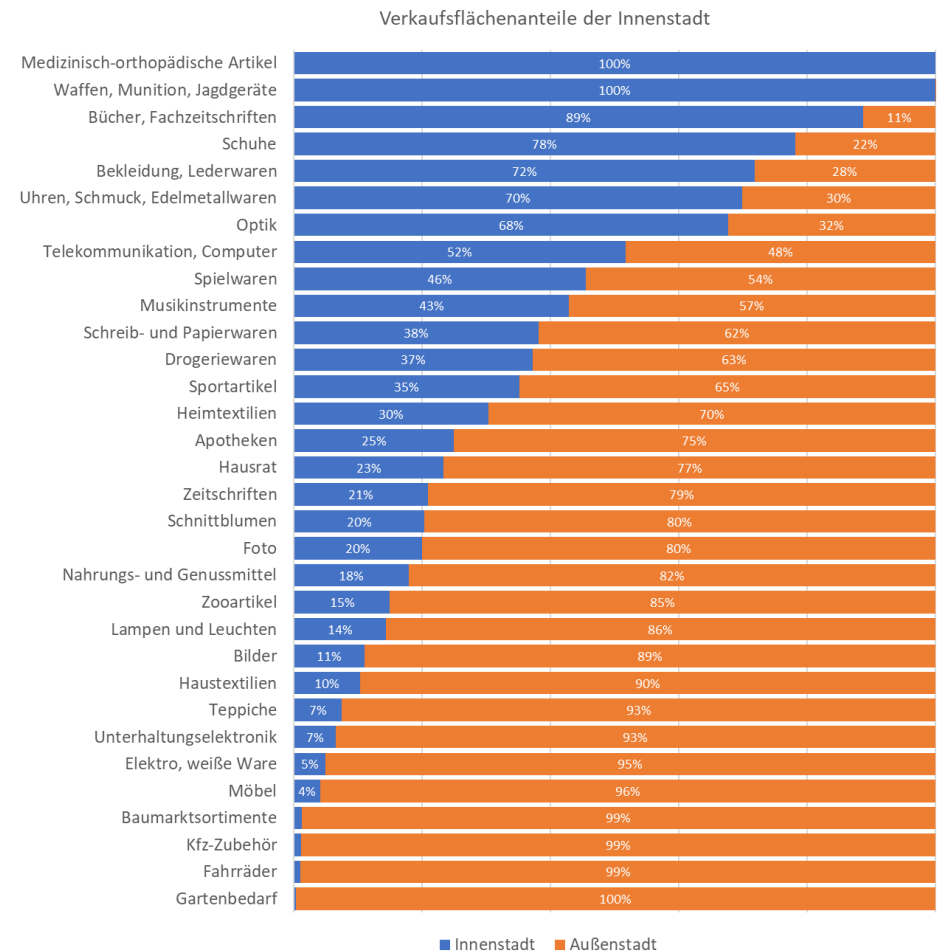
- **Transport**
Können Sortimente gut transportiert werden oder sind Transportmittel erforderlich?
- **Spezialisierungsgrad**
Werden Sortimente hoch spezialisiert in großer Sortimentstiefe angeboten?
- **Beratungs- und Personalintensität**
Sind die Sortimente beratungs- und damit personalintensiv?
- **Standortkosten**
Sind die sortimentspezifischen Betriebskonzepte von geringen Standortkosten abhängig?

Darüber hinaus entsteht die Zentrenrelevanz von Sortimenten durch Präsenz in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch durch ihre potenzielle Bedeutung für die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Auch das Verbraucherverhalten ist für die Einstufung maßgeblich. Wo werden bestimmte Sortimente erwartet bzw. von Verbrauchern überwiegend gekauft? Daraus ergeben sich im Wesentlichen auch die Standortpräferenzen der unterschiedlichen Betriebsformen.

1.4.2 Verteilung der Sortimente auf die Gebietskategorien in Bottrop

Die folgende Abbildung zeigt die aktuelle Verteilung der Sortimente in Bottrop auf die Innenstadt und das übrige Stadtgebiet. Es zeigt sich die Dominanz der Verkaufsflächen auf die Gebiete außerhalb der Innenstadt. Es gibt tatsächlich nur acht Sortimentsgruppen, die mehr Verkaufsflächen in der Innenstadt als außerhalb der Innenstadt aufweisen. Wie im Jahr 2012 auch sind die „Leitsortimente“ der Innenstädte, wie Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Uhren, Schmuck oder Bücher gleichwohl überwiegend in der Innenstadt ansässig.

Abbildung 94 Verteilung der Verkaufsflächen nach Innen- und Außenstadt

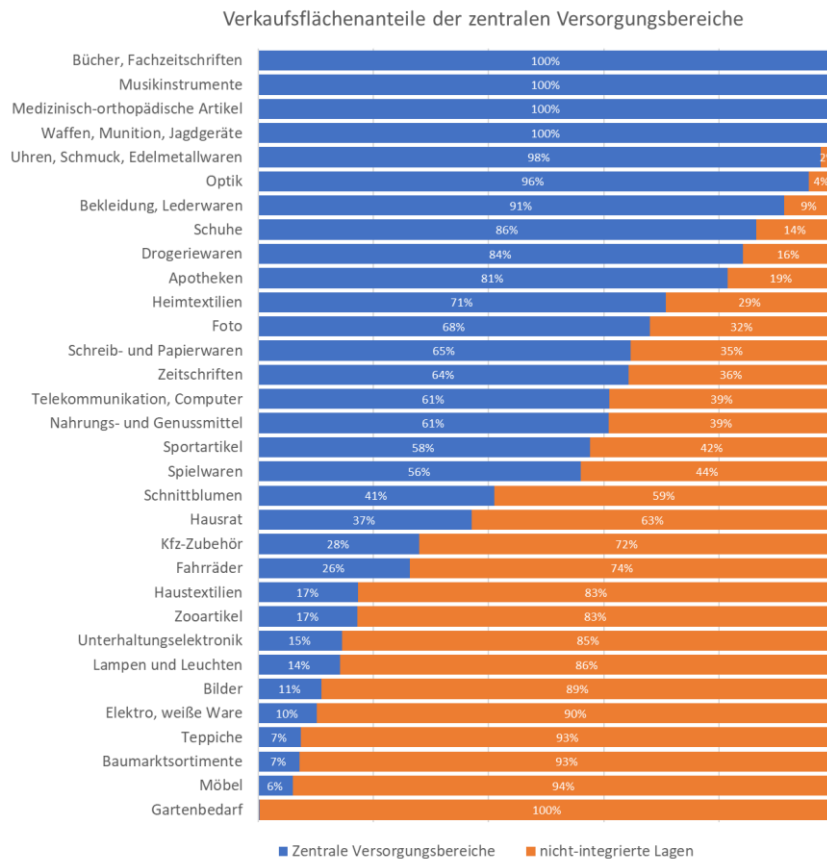


Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen 2018

Bezieht man die Verteilung der Sortimentsgruppen auf die Standortkategorien im Stadtgebiet nicht nur auf die Innenstadt, sondern auf alle zentralen Versorgungsbereiche, ergibt sich folgendes Bild.



Abbildung 95 Verteilung der Verkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen und außerhalb



Quelle: eigene Darstellung und Erhebungen 2018

Die überwiegende Mehrzahl der Sortimentsgruppen sind mehrheitlich innerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt. Hier sind neben den typisch innerstadtrelevanten auch die nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen wie

Lebensmittel, Drogeriewaren, Apothekensortimente, Zeitschriften oder Schreib- und Papierwaren zu finden.

Es sind allerdings ausgewählte innerstadtrelevante Sortimente überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche anzutreffen. Hier handelt es sich im Wesentlichen um das Elektrosortiment, wo wichtige Perspektiven für die Innenstadtentwicklung gesehen werden, sowie die typischen Randsortimente von Einrichtungshäusern oder Bau- und Gartenmärkten, wie Haustextilien, Hausrat, Zooartikel, Teppiche, Bilder, Lampen und Leuchten.

Der LEP NRW legt in seiner Anlage 1 eine Liste mit innerstädtischen Kernsortimenten als zentrenrelevant fest, die verbindlich in allen Städten und Gemeinden Nordrhein-Westfalens gelten muss. Über diesen Kern hinaus können die Städte und Gemeinden zusätzliche Sortimentsgruppen als zentrenrelevant festlegen. Bezüglich der Zentrenrelevanz können sie jedoch nicht hinter diese verbindliche Liste zurückfallen (vergl. Kapitel I.4.5).

I.4.3 Einstufung der Zentrenrelevanz in den Nachbarstädten

Die Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der benachbarten Städte geben Auskunft über deren Festlegungen. Sie sind nicht maßgeblich für die Einstufungen in Bottrop, zeigen jedoch zum Beispiel potenzielle Wettbewerbsvorteile für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in den Nachbarstädten auf.

Die Einzelhandelskonzepte der Städte Dinslaken, Dorsten, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Gladbeck, Hünxe und Oberhausen wurden mit der Sortimentsliste Bottrops aus dem Jahr 2012 verglichen.



Abbildung 96 Vergleich der Zentrenrelevanz von Sortimenten in den umliegenden Städten

BS	Branche	Bottrop	Dinslaken	Dorsten	Duisburg	Essen	Gelsenkirchen	Gladbeck	Hünxe	Oberhausen
100	Nahrungs- und Genussmittel	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
211	Drogeriewaren (kurzfristig)	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
212	Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
213	Parfümerien	zr	zr	zr	nr	nr	zr	zr	nr	nr
220	Apotheken	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
230	Medizinisch-orthopädische Artikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
310	Damenbekleidung	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
320	Herrenbekleidung	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
330	Kinderbekleidung	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
340	Lederwaren, Taschenwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
351	Kürschnerwaren, Kopfbedeckungen, Kurzwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
352	Übrige Textilien (Meterware)	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
400	Schuhe	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
510	Uhren, Schmuck, Edelmetallwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
520	Optik	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
610	Hausrat	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
620	Galanteriewaren, Geschenkartikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
710	Elektro, weiße Ware	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
720	Unterhaltungselektronik	zr	zr	zr	zr	zr	zr	nr	zr	zr
730	Foto	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
740	Telekommunikation, Computer	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
810	Schreib- und Papierwaren	zr	zr	zr	zr	nr	zr	zr	zr	zr
820	Bücher, Fachzeitschriften	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
830	Zeitungen, Unterhaltungszeitschriften	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
840	Büromaschinen, Organisationsmittel	zr	nzt	nzt	zr	nr	zr	zr	zr	zr
910	Möbel, Korb-, Kork- und Flechtwaren	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
920	Teppiche, Läufer, Kelims	zr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
931	Gardinen, Dekostoffe, Bettwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	nr	zr	nr
940	Lampen und Leuchten	nzt	nzt	nzt	zr	nzt	nzt	nr	zr	nzt
950	Bilder, Rahmen, Kunst	zr	zr	nr	zr	zr	zr	nr	zr	zr
960	Antiquitäten, Kunstgewerbe	zr	zr	nr	zr	zr	zr	nr	zr	zr
932	Haus- und Tischwäsche	zr	zr	zr	zr	zr	zr	nr	zr	zr
1011	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren, elektrotechn. Erz.	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1012	Schrauben, Kleisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1060	Bodenbeläge	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1020	Tapeten, Wand- und Deckenbeläge, Lacke, Farben	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1030	Schnittblumen	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
1040	Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Dünger	nzt	nzt	nzt	nzt	nr	nzt	nzt	nzt	zr
1050	Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1110	Sportartikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
1120	Spielwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
1130	Musikinstrumente	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
1140	Fahrräder	nzt	nzt	nzt	zr	zr	nzt	nzt	zr	nzt
1150	Kfz-Zubehör	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt	nzt
1160	Waffen, Munition, Jagdgeräte	zr	nr	nr	zr	zr	zr	nr	zr	nr
1170	Sammlerbriefmarken	zr	zr	nr	nr	nr	nr	nr	nr	nr
1180	Sport- und Freizeitboote, Fitnessgeräte, Drachen	nzt	nzt	nzt	nzt	zr	nzt	nzt	zr	nzt

Quelle. Einschlägige Einzelhandelskonzepte, zr=zentrenrelevant, nr=nahversorgungsrelevant, nzt=nicht-zentrenrelevant, rot=Abweichung von der Einstufung in Bottrop

Es ist offensichtlich, dass in den meisten Fällen Übereinstimmung in den Einstufungen der Sortimente herrscht. Eine maßgebliche Abweichung von der Einstufung in Bottrop ist bei der Beurteilung der Sortimentsgruppe Teppiche, Läufer, Kelims zu erkennen. Abweichungen bei der Beurteilung von typischen Randsortimenten der Einrichtungshäuser oder Bau- und Gartenmärkte finden sich in großem Maße zwischen Bottrop und Gladbeck (Teppiche, Bilder, Rahmen, Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Haus- und Tischwäsche sowie Gardinen, Dekostoffe und Bettwaren). Ähnliches ist im Vergleich zu Bottrop in den Sortimentsgruppen Bilder, Rahmen, Kunst und Antiquitäten, Kunstgewerbe für die Stadt Dorsten zu konstatieren.

1.4.4 Bottroper Liste

Die aktuelle Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente weicht in keinem Fall von der Sortimentsliste aus dem Jahr 2012 ab. Nach eingehender Prüfung und trotz erheblicher Veränderungen in den Angebotsstrukturen ergibt sich keine Notwendigkeit, die Sortimentsliste von 2012 anzupassen.

Hinweis: alle kursiv geschriebenen Sortimente sind im LEP NRW als zentrenrelevant eingestuft.

Als **nahversorgungsrelevant** sind folgende **Sortimentsgruppen** einzustufen:

- *Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren*
- *Drogeriewaren, Apotheken*
- *Zeitungen und Zeitschriften*
- *Schnittblumen*

Als **zentrenrelevant** sind folgende **Sortimentsgruppen** einzustufen:

- *Gesundheits- und Körperpflegeartikel*
 - *Parfümeriewaren*
 - *Orthopädische und medizinische Waren*



- *Bekleidung, Lederwaren, Schuhe*
 - *Bekleidung und Bekleidungszubehör (Damen-, Herren-, Kinder- und Säuglingsbekleidung)*
 - *Kürschner-, Leder- und Täschnerwaren*
 - *Kurzwaren, Meterware*
 - *Schuhe*
- *Uhren und Schmuck*
- *Haushaltswaren, Glas, Porzellan*
 - *Haushaltsgegenstände*
 - *Keramische Erzeugnisse*
 - *Glaswaren*
 - *Bestecke*
- *Elektrowaren*
 - *Unterhaltungselektronik, Computer, Software*
 - *Datenverarbeitungsgeräte*
 - *Telekommunikationsgeräte*
 - *Foto- und optische Erzeugnisse*
- *Bücher, Schreibwaren*
 - *Schreib- und Papierwaren*
 - *Bücher, Fachzeitschriften*
 - *Antiquariate*
- *Einrichtungsbedarf*
 - *Haushaltstextilien*
 - *Heimtextilien*
 - *Teppiche*
 - *Antiquitäten, antike Teppiche*
- *Hobby- und Freizeitartikel*
 - *Sportartikel*
 - *Spielwaren, Kleinkind- und Babyspielzeug*
 - *Musikinstrumente und Zubehör*
 - *Handelswaffen, Munition, Jagd, Angelgeräte*

Als nicht-zentrenrelevante Sortimente werden folgende Sortimentsgruppen eingestuft:

- *Elektrowaren*
 - *Elektrische Hausgeräte (Raumheizgeräte, Elektroöfen, Kühl-, Gefrierschränke und -truhen, Wasch-, Trocken-, Bügel-, Geschirrspülgeräte, Staubsauger, etc.), „Weiße Ware“*
- *Möbel und Einrichtungsgegenstände*
 - *Möbel*
 - *Büromöbel*
 - *Küchen*
 - *Beleuchtungsartikel*
- *Bau- und Heimwerkerbedarf*
 - *Bodenbeläge*
 - *Tapeten*
 - *Farben, Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren*
 - *Baustoffe, Baumarktartikel*
 - *Gartenartikel (Blumen, Pflanzen, Sämereien, Düngemittel)*
 - *Zoologischer Bedarf, einschließlich lebender Tiere*
- *Hobby- und Freizeitartikel*
 - *Campingartikel*
 - *Sportgroßgeräte*
 - *Fahrräder und -zubehör*
 - *Kfz- und Krad Zubehör*
 - *Kindersitze, Kinderwagen*

Eine Übersicht mit den zugehörigen Systematiknummern der WZ 03 (Klassifikation der Wirtschaftszweige findet sich im Anhang.



I.4.5 Abgleich mit der Anlage 1 des LEP NRW

Die Auflistung der zentrenrelevanten Sortimente in der Anlage 1 des LEP NRW ist als Mindestumfang zentrenrelevanter Sortimente in den kommunalen Einzelhandelskonzepten zu verstehen. Die Erfüllung dieser Mindestanforderung wird im Folgenden dargelegt.

Tabelle 31 Abgleich der Bottroper Sortimentsliste mit den Vorgaben des LEP NRW

LEP NRW		Bottroper Liste	
Zentrenrelevante Sortimentsgruppe	Einstufung	Zentrenrelevante Sortimentsgruppe	Einstufung
Papier/Bürobedarf/Schreibwaren	zr	Bücher, Schreibwaren • Schreib- und Papierwaren	zr
Bücher	zr	Bücher, Schreibwaren • Bücher	zr
Bekleidung, Wäsche	zr	Bekleidung, Lederwaren, Schuhe • Bekleidung und Bekleidungszubehör (Damen-, Herren-, Kinder- und Säuglingsbekleidung) • Kurzwaren, Meterware	zr
Schuhe, Lederwaren	zr	Bekleidung, Lederwaren, Schuhe • Schuhe • Kürschner-, Leder- und Täschnerwaren	zr
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel	zr	Gesundheits- und Körperpflegeartikel • Orthopädische und medizinische Waren	zr

LEP NRW		Bottroper Liste	
Zentrenrelevante Sortimentsgruppe	Einstufung	Zentrenrelevante Sortimentsgruppe	Einstufung
Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik	zr	Haushaltswaren, Glas, Porzellan • Haushaltsgegenstände • Keramische Erzeugnisse • Glaswaren • Bestecke	zr
Spielwaren	zr	Hobby- und Freizeitartikel • Spielwaren	zr
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel	zr	Bekleidung, Lederwaren, Schuhe • Sportbekleidung (impl.) • Sportschuhe (impl.) Hobby- und Freizeitartikel • Sportartikel	zr
Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)	zr	Elektrowaren • Unterhaltungselektronik, Computer, Software • Datenverarbeitungsgeräte • Telekommunikationsgeräte • Foto- und optische Erzeugnisse	zr
Uhren, Schmuck	zr	Uhren und Schmuck	zr
Nahrungs- und Genussmittel	zr/nr	Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren	zr/nr
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	zr/nr	Gesundheits- und Körperpflegeartikel • Drogeriewaren, Apotheken	zr/nr

Anmerkung: zr = zentrenrelevant, nr = nahversorgungsrelevant, impl. = implizit in der Sortimentsgruppe Bekleidung bzw. Schuhe enthalten



Damit sind die Mindestanforderungen des LEP NRW an die Einstufung der Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten in der Bottroper Liste erfüllt.

Über die Vorgaben des LEP NRW hinaus sind folgende Sortimentsgruppen in Bottrop als zentrenrelevant definiert:

Als **nahversorgungsrelevant** werden folgende **Sortimentsgruppen** über die Vorgaben des LEP NRW hinaus eingestuft:

- Zeitungen und Zeitschriften
- Schnittblumen

Als **zentrenrelevant** werden folgende **Sortimentsgruppen** über die Vorgaben des LEP NRW hinaus eingestuft:

- Bücher, Schreibwaren
 - Fachzeitschriften
 - Antiquariate
- Einrichtungsbedarf
 - Haushaltstextilien
 - Heimtextilien
 - Teppiche
 - Antiquitäten, antike Teppiche
- Hobby- und Freizeitartikel
 - Musikinstrumente und Zubehör
 - Handelswaffen, Munition, Jagd, Angelgeräte

I.5 Handlungsgrundsätze im Umgang mit großflächigem Einzelhandel

Die folgenden Handlungsgrundsätze sollen helfen, mit künftigen Veränderungswünschen von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet umzugehen. Dabei geht es

um die mögliche Entwicklung neuer Standorte für den Einzelhandel ebenso wie um die Beurteilung von Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben. Die Handlungsgrundsätze sollen die Stadt Bottrop unterstützen, Vorhaben des Einzelhandels einfach auf ihre voraussichtliche Verträglichkeit mit dem Einzelhandelskonzept zu prüfen. Diese Prüfung ersetzt nicht die notwendigen bauleitplanerischen Festsetzungen und Abwägungen, nicht die üblichen Genehmigungsverfahren und nicht die immer notwendigen gutachterlichen Einzelfallprüfungen.

Die Handlungsgrundsätze orientieren sich an den unterschiedlichen Versorgungsfunktionen der zentralen Versorgungsbereiche und den Bedarfsstufen der Einzelhandelssortimente. Daraus ergeben sich Handlungsgrundsätze für Einzelhandelsbetriebe mit

- zentrenrelevanten Kernsortimenten,
- Nahversorgungssortimenten,
- Nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.

Ergänzend wird der Umgang mit dem Bestandsschutz von Einzelhandelsbetrieben beschrieben.

Handlungsgrundsatz A

„Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten“

Die Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente, Bottroper Liste) sollen sich auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche beschränken.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben i.S.v. §11 Abs.3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (außer Nahversorgungssortimente, siehe gesonderten Handlungsgrundsatz) außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen sind nicht möglich.



Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von §11 Abs.3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen primär und ohne Einschränkung im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum)** ansässig sein.

Im **zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum (B-Zentrum) Kirchhellen** sollen ebenfalls großflächige Einzelhandelsbetriebe im o.g. Sinne möglich sein. Sie sollen der Versorgung der Bevölkerung im spezifischen Versorgungsgebiet dienen. Die Größe dieser Betriebe soll durch die verfügbaren Marktpotenziale im Versorgungsgebiet begrenzt werden. Entsprechende Einzelfallprüfungen sind im Ansiedlungsfall notwendig.

Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Großflächigkeitsschwelle mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen grundsätzlich in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden. Ein Ausschluss zentrenrelevanter Betriebe an nicht siedlungsintegrierten Standorten muss durch die entsprechende Gestaltung der Bauleitplanung im Stadtgebiet geregelt werden. Insbesondere der Ausschluss in ausgewiesenen Gewerbe- und Industriegebieten sollte flächendeckend geregelt sein.

Die **zentralen Versorgungsbereiche Nebenzentren (C-Zentren) Boy, Eigen und Fuhlenbrock** sollen Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfs mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unterhalb der Großflächigkeitsgrenze i.S.v. §11 Abs.3 BauNVO aufnehmen können. Sie sollen der stadtteilbezogenen Versorgung dienen und werden durch die von dort aus erreichten Marktpotenziale beschränkt.

Die **zentralen Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren (D-Zentren) Batenbrock-Nord, Bahnhof/Südring und Stadtwald/Kalter Eigen** sollen Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfs mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unterhalb der Großflächigkeitsgrenze i.S. v. §11 Abs.3 BauNVO aufnehmen können. Deren Größe ist beschränkt durch die Nahversorgungsfunktion und dem damit verbundenen quartiersbezogenen Versorgungsgebiet. Außerdem sollen sie nur eine untergeordnete, ergänzende Versorgungsaufgabe zur Nahversorgungsfunktion übernehmen.

In den ausgewiesenen **Sonderstandorten Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße sowie Möbel Ostermann** sollen Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgeschlossen sein.

Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** genießen Bestandsschutz. Der individuelle Umgang mit dem Bestandsschutz ist abhängig von der Einstufung des Standortes in Bezug auf seine Siedlungsintegration und seine funktionale Wirkung auf umliegende zentrale Versorgungsbereiche. Im Falle von Erweiterungen und anderen nutzungsbezogenen Veränderungen sind Einzelfallentscheidungen erforderlich.

Handlungsgrundsatz B

„Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten“

Die Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Bottroper Liste) sollen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche beschränkt werden. Für die Stärkung und Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung können sie auch an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, wenn sie sich funktional in das Nahversorgungsnetz eingliedern.

Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen **grundsätzlich innerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (A-, B-, C-, und D-Zentren)** erfolgen. Die Verkaufsflächengröße soll der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches und den im jeweiligen Einzugsgebiet verfügbaren Potenzialen entsprechen. Die entsprechende Größenordnung ist bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen auf der Grundlage von Einzelfallprüfungen städtebaulich verträglich festzulegen.



Standorte von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind ausnahmsweise auch **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** möglich, wenn sie dazu beitragen, die wohnungsnahe Grundversorgung im Stadtgebiet von Bottrop zu verbessern und eine räumliche Versorgungslücke zu schließen.

Dazu müssen diese Standorte folgende Bedingungen erfüllen:

- Der Standort muss städtebaulich in Wohnsiedlungsgebieten **integriert** sein.
- Der Standort soll in **fußläufiger Distanz** möglichst viele Verbraucher erreichen können.
- Der Standort soll überwiegend **der Nahversorgung dienen**.
- Der Standort soll **keine negativen städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche** verursachen.

Zur Prüfung dieser Standortvoraussetzungen ist eine gutachterliche Einzelfallprüfung erforderlich. Insbesondere der Nachweis der Nahversorgungsfunktion, der Wohnsiedlungsintegration und der Verträglichkeit für die zentralen Versorgungsbereiche ist zu erbringen.

Für die erste Einschätzung eines Nahversorgungsstandortes vor dem Hintergrund des Einzelhandelskonzeptes gibt es Orientierungswerte, die Hinweise über eine **sinnvolle Abschöpfungsquote der Kaufkraft im Nahbereich** geben.

Die Kaufkraftabschöpfung eines neuen Nahversorgungsstandortes³⁴ sollte im Wesentlichen im Nahbereich erfolgen. Die Wettbewerbs- und Siedlungsstrukturen im Stadtgebiet von Bottrop unterscheiden sich stark, können sie doch von ländlich (im nördlichen Stadtgebiet) bis hoch verdichtet (im südlichen Stadtgebiet) charakterisiert werden. Vor diesem Hintergrund würde die Verwendung einer

³⁴ Der Einzelhandelserlass NRW beinhaltet einen Vorschlag zur Bemessung der Kaufkraftabschöpfung. Ein neuer Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb dient danach der verbrauchernahen Versorgung, „wenn -von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen- der voraussichtliche Gesamtumsatz des geplanten Supermarktes 35% der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt“ (Einzelhandelserlass NRW, Seite 21). Der Nahbereich kann variieren und laut Einzelhandelserlass zwischen 700 und 1.000 m liegen.

pauschalen Abschöpfungsquote bzw. einer einheitlichen Abgrenzung des Nahbereiches, wie sie der Einzelhandelserlass NRW vorschlägt, den potenziell sehr unterschiedlichen Standortbedingungen im Stadtgebiet nicht gerecht.

Dies trifft auch für die **kleinräumige Wettbewerbssituation** zu, die, je nach potenziellem Standort, sehr unterschiedlich sein kann. Auch die niedrige Kaufkraftbindungsquote für Nahversorgungssortimente im gesamten Stadtgebiet unterstreicht die durchgängig eher geringe Wettbewerbsstärke in Bottrop.

Kaufkraftabschöpfungsquoten zur Bemessung der Nahversorgungsfunktion von Einzelhandelsbetrieben können somit, je nach Einzelfall, zwischen 35% und 45% liegen.

Der **jeweilige Nahbereich** dürfte wegen dieser stark variierenden Standortgegebenheiten nach gutachterlicher Einschätzung in Bottrop zwischen 700 m (südliches Stadtgebiet) und 1.000 m (nördliches Stadtgebiet) liegen.

Die **funktionale Einordnung in das Nahversorgungsnetz** (Entfernung zu zentralen Versorgungsbereichen) ist ein weiterer wesentlicher Aspekt der Sicherung einer verbrauchernahen Nahversorgung. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche könnten, schöpften sie Potenzial aus deren fußläufigen Einzugsbereichen, die Nahpotenziale der Anbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einschränken und deren Versorgungsfunktion maßgeblich beeinträchtigen. Deshalb sollte sich das fußläufige Einzugsgebiet des Vorhabens außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der fußläufige Einzugsbereich des zentralen Versorgungsbereiches³⁵ nicht überschneiden³⁶. Größere Nahversorgungsbetriebe verfügen, über das fußläufige Versorgungsgebiet hinaus, in der Regel über einen Einzugsbereich, der durch Fahrradfahrer, Autofahrer und Nutzer des ÖPNV

³⁵ Die Distanzmessung des fußläufigen Nahbereiches für einen zentralen Versorgungsbereich sollte von den dort ansässigen großflächigen Nahversorgungsbetrieben ausgehen.

³⁶ Die Überschneidung der Nahbereiche von Vorhaben und zentralem Versorgungsbereich sollte nicht mehr als 50% der unterstellten fußläufigen Distanz betragen. Bei einer unterstellten fußläufigen Distanz von beispielsweise 800 m für den Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches müsste der Überschneidungsbereich schon rund 400 m in den Nahbereich des zentralen Versorgungsbereiches hineinreichen.



erschlossen wird. Insofern sollen nur die fußläufigen Kernzonen der Vorhabens- oder Bestandsstandorte überschneidungsfrei bleiben. Überschneidungen in den weiteren Zonen des Einzugsbereiches dienen dem Wettbewerb und nutzen dem Verbraucher.

Tabelle 32 Ansiedlungsmöglichkeiten von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

Einordnung Kriterium	Ansiedlung möglich	Ansiedlung nicht möglich
Standortintegration	Integrierte Lage	Nicht-integrierte Lage
Nahversorgungsfunktion	Hält die jeweilige Kaufkraftbindungsquote im Nahbereich ein	Überschreitet die jeweilige Kaufkraftbindungsquote im Nahbereich
Funktionale Einordnung im Nahversorgungsnetz	Keine Überschneidung des eigenen Nahbereiches mit den Nahbereichen zentraler Versorgungsbereiche	Überschneidung des eigenen Nahbereiches mit den Nahbereichen zentraler Versorgungsbereiche

Alle drei herangezogenen Bewertungskriterien müssen erfüllt sein, um eine Ansiedlung grundsätzlich zu ermöglichen.

Die Überschneidungsfreiheit der Kernzonen (fußläufige Versorgungsgebiete) der Einzugsbereiche hat auch Konsequenzen für den Umgang mit bestehenden Nahversorgungsbetrieben. Die Qualität des Bestandsschutzes ansässiger Nahversorgungsbetriebe hängt somit zum einen von der Siedlungsintegration des Standortes, von der Nahversorgungsfunktion und zum anderen von der Lage zu den zentralen Versorgungsbereichen ab.

Handlungsgrundsatz C

„Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten“

Großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.v. §11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (Bottroper Liste) sollen in zentralen Versorgungsbereichen ansässig sein. Darüber hinaus sind Sonderstandorte für die Aufnahme solcher Einzelhandelsbetriebe vorgesehen. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollen die zentrenrelevanten Randsortimente begrenzt werden.

Die ausgewiesenen Sonderstandorte „Möbel Ostermann“ und „Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße“ dienen der Entlastung der zentralen Versorgungsbereiche, indem großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, die aufgrund ihrer typischen Betriebskonzepte nicht mit den städtebaulichen Möglichkeiten und Konzepten der zentralen Versorgungsbereiche vereinbar sind, dort ansässig sein können.

Die Sonderstandorte sind vorrangig für die Aufnahme großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment vorgesehen.

Die zentrenrelevanten Randsortimente werden i.S.v. §11 Abs.3 BauNVO je Betrieb begrenzt. Ein inhaltlicher Bezug der Randsortimente zum Kernsortiment ist Voraussetzung für die Zulässigkeit der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Größe der Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Randsortimenten ist je Betrieb auf 10% der Gesamtverkaufsfläche beschränkt. Randsortimentsflächen sollen durch mehr als nur ein Sortiment belegt werden. Sie darf 800 qm nicht überschreiten. Bei größeren absoluten Verkaufsflächengrößen mit zentrenrelevanten Randsortimenten ist, in Anlehnung an den LEP-NRW, ein Einzelfallnachweis der städtebaulichen Verträglichkeit bis zu einer Größe von maximal 2.500 qm erforderlich.

Grundsätzlich ist bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten eine gutachterliche Einzelfallprüfung,





insbesondere zur Bestimmung der Dimensionierung der Kernsortimente, aber vor allem der Festlegung der städtebaulich verträglichen Größenordnung zentrenrelevante Randsortimente durchzuführen.

Handlungsgrundsatz D

„Umgang mit dem Bestandsschutz von Einzelhandelsbetrieben“

Grundsätzlich genießen genehmigte Einzelhandelsbetriebe auch außerhalb ausgewiesener Standortbereiche Bestandsschutz. Abhängig von der Standortlage soll die Stadt Böttrop den Umfang des Bestandsschutzes entsprechend der jeweiligen städtebaulichen Beurteilung festlegen.

Alle Einzelhandelsbetriebe **innerhalb zentraler Versorgungsbereiche** genießen unbeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten. Sortimentsveränderungen, Erweiterungen und Standortverlagerungen im Rahmen der Vorgaben für jede Gebietskategorie sind möglich.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.v. §11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und Standorten innerhalb der **ausgewiesenen Sonderstandorte** genießen eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf die Größe und Art ihrer zentrenrelevanten Randsortimente. Die Beschränkung von 10% der Gesamtverkaufsfläche, mit entsprechend festgelegter maximaler absoluter Obergrenze, darf nicht überschritten werden. Ein inhaltlicher Bezug der Randsortimente zu den Kernsortimenten muss gewahrt bleiben.

Einzelhandelsbetriebe außerhalb der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Die Regelungen zum Umfang des Bestandsschutzes hängen von folgenden Faktoren ab:

- Standortintegration
- Funktionale Einordnung in das Versorgungsnetz (Standortlage zu zentralen Versorgungsbereichen)
- Versorgungsfunktion

Es sind zwei Arten des Bestandsschutzes zu unterscheiden. Der **aktive Bestandsschutz** erlaubt wettbewerbsbedingte Anpassungen von Verkaufsflächengrößen und Sortimenten, soweit der ursprüngliche Charakter und die Versorgungsaufgabe des Einzelhandelsbetriebes beibehalten bleibt. Im Falle von Agglomerationen sind Neuansiedlungen zur Ergänzung des Standortangebotes nicht durch den aktiven Bestandsschutz gedeckt. Hier ist die städtebauliche Überprüfung im Rahmen einer Neuansiedlungsprüfung vorzunehmen.

Im Gegensatz dazu sind beim **passiven Bestandsschutz** Veränderungen über die vorliegenden bau- und nutzungsrechtlichen Genehmigungen hinaus nicht möglich.

Folgende Matrix zur Einordnung der Entscheidungsfälle zeigt den vorgesehenen Umgang mit dem Bestandsschutz bei Einzelhandelsbetrieben.

Tabelle 33 Bestandsschutz bei Betrieben mit Nahversorgungssortiment

Kriterium \ Einordnung	Aktiver Bestandsschutz	Passiver Bestandsschutz
Standortintegration	Integrierte Lage	Nicht-integrierte Lage
Einordnung in das Nahversorgungsnetz	Außerhalb der Überschneidung mit dem Kerneinzugsbereich zentraler Versorgungsbereiche	Innerhalb der Überschneidung mit dem Kerneinzugsbereich zentraler Versorgungsbereiche
Nahversorgungsfunktion	Kaufkraftbindungsquote im Nahbereich wird eingehalten	Kaufkraftbindungsquote im Nahbereich wird überschritten

Alle drei herangezogenen Bewertungskriterien müssen erfüllt sein, um die Einstufung in den aktiven Bestandsschutz zu erhalten.



Für die Bewertung des Bestandsschutzes ist zu unterscheiden zwischen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Einstufung soll sowohl für großflächige Einzelhandelsbetriebe i.S.v. §11 Abs. 3 BauNVO als auch für Einzelhandelsbetriebe unterhalb der Maßgeblichkeitsschwelle erfolgen³⁷.

Die Einordnung der jeweiligen Standorte nach den drei Kriterien „Standortintegration“, „Einordnung in das Nahversorgungsnetz“ und „Nahversorgungsfunktion“ ist entsprechend der Rahmenbedingungen am Standort (Verdichtung, Wettbewerb etc.) vorzunehmen. Für die derzeit existierenden Standorte wurde eine Einordnung vorgenommen, so dass für jeden Standort die Einordnung zur Bestandsschutzkategorie vorliegt und eine entsprechende städtebauliche Begründung dazu ausgearbeitet wurde.

Tabelle 34 Bestandsschutz bei Betrieben mit zentrenrelevantem Sortiment

Einordnung Kriterium	Aktiver Bestandsschutz möglich	Passiver Bestandsschutz möglich
	Integrierte Lage	Nicht-integrierte Lage
Standortintegration		
Einordnung in das Versorgungsnetz	Außerhalb der Überschneidung mit dem Kerneinzugsbereich zentraler Versorgungsbereiche	Innerhalb der Überschneidung mit dem Kerneinzugsbereich zentraler Versorgungsbereiche

Beide herangezogenen Bewertungskriterien müssen erfüllt sein, um die Einstufung in den aktiven Bestandsschutz zu erhalten.

Für Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (außer nahversorgungsrelevanten Sortimenten) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt die Zuordnung zu einem Bestandsschutzmodell anhand von zwei Kriterien (Stand-

ortintegration und Standortlage zum zentralen Versorgungsbereich). Eine Erweiterung ist nur bei gleichzeitiger Reduzierung des zentrenrelevanten Anteils möglich.

Für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an Solitärstandorten ist eine Erweiterung zentrenrelevanter Randsortimente über die Randsortimentsregelung nach Handlungsgrundsatz C nicht möglich.

I.6 Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Bottrop sollte vom Bottroper Stadtrat als Planungsgrundlage im Sinne eines Entwicklungskonzeptes gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden.

I.7 Planungserfordernis

Die Durchsetzung der konzeptionellen Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes erfordert eine flächendeckende Anpassung der Bauleitplanung mit dem Ziel, aus städtebaulicher Sicht unerwünschte großflächige Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der vorgeschlagenen Standortbereiche zu lenken.

Entsprechend der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes erfordern städtebaulich sinnvolle großflächige Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben eine städtebauliche Prüfung der zu erwartenden Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstandorte in Bezug auf die Vorgaben des §11 Abs. 3 BauNVO oder §34 Abs. 3 BauGB sowie der konzeptionellen Übereinstimmung mit den Handlungsgrundsätzen des Einzelhandelskonzeptes.

³⁷ Laut Einzelhandelerlass NRW (Seite 21) liegt die Darlegungslast für maßgebliche Auswirkungen nach §11 Abs.3 BauNVO unterhalb des Schwellenwertes der Regelvermutung bei der Genehmigungsbehörde. Oberhalb der Regelvermutungsgrenze liegt sie beim Antragsteller.



J Kurzfassung

J.1 Ausgangslage

Die Stadt Bottrop liegt zentral im Ruhrgebiet. Das Stadtgebiet ist im Süden hochverdichtet, im Norden eher ländlich strukturiert. Die Region ist sowohl in demographischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht eher von durchschnittlichen bis unterdurchschnittlichen Entwicklungen geprägt.

Bottrop ist Mittelzentrum, erreicht aber keine mittelzentrale Versorgungsbedeutung im Einzelhandel, weil die benachbarten Großstädte (Essen, Duisburg) und Einkaufszentren (CENTRO Oberhausen) eine starke Anziehungskraft besitzen und erhebliche Kaufkraftanteile aus Bottrop abziehen. Das führt zu einer vergleichsweise niedrigen Zentralität und eine auf regionaler Ebene eher geringen Versorgungsbedeutung. Trotzdem bietet die Versorgung der eigenen Bevölkerung ein ausreichend großes Marktpotenzial für eine vielschichtige, attraktive und moderne Handelslandschaft, zumal der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex der Stadt Bottrop bei weitem nicht der niedrigste in der Region ist.

Die Abgrenzung eines Einzugsbereiches, der über die Stadtgrenzen hinausgeht, erübrigt sich daher. Trotzdem sind einige spezialisierte oder auch sehr große (Ostermann) Anbieter im Stadtgebiet, die in nennenswertem Umfang Kunden von außerhalb der Stadt Bottrop binden.

J.2 Vergangene Entwicklung

Im regionalen Vergleich hat Bottrop in den letzten Jahren das Entwicklungstempo vieler Kommunen der Region nicht mitgehen können. Vergleicht man die Entwicklung der Umsatzkennziffern der Städte und Gemeinden in der Region in den letzten 12 Jahren, so weist Bottrop hinter Gladbeck und Gelsenkirchen die schlechteste Umsatzentwicklung auf. Gleichzeitig liegt Bottrop in Bezug auf die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im vorderen Feld der Vergleichsstädte und konnte also von den überdurchschnittlichen Kaufkraftzuwächsen nicht

profitieren. Das macht die negative Entwicklung der Einzelhandelsumsätze umso schlimmer.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist seit 2011 um 16,8% angestiegen und liegt aktuell für die Einwohner der Stadt Bottrop jährlich bei 753,7 Mio. €. Somit stehen heute 108,8 Mio. € jährlich mehr zur Verfügung als zum Zeitpunkt des letzten Einzelhandelskonzeptes (2012).

Das Einzelhandelsangebot im Stadtgebiet von Bottrop ist seit 2011 zurückgegangen. Zum Erhebungsstichtag lag der Rückgang der Verkaufsflächen bei 3,9% (rund 7.000 qm). Dabei sind prozentual die größten Verkaufsflächenverluste im periodischen Bedarf (-8,1%) und im persönlichen Bedarf (-29,6%) zu verzeichnen. Zwischenzeitlich hatte von Herbst 2018 bis Frühjahr 2019 das Kaufhaus Moses in der Karstadt-Immobilie eröffnet, was die Gesamtbilanz deutlich aufbesserte (-0,2%) und auch die Verkaufsflächenverluste im persönlichen Bedarf (-0,1%) günstiger dargestellt hatte. Dies ist im Gutachten wieder korrigiert worden. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe entwickelt sich seit 2011 negativ. Seit 2011 hat Bottrop 147 vor allem kleine Einzelhandelsbetriebe verloren, was einer Verlustquote von 22% entspricht.

J.3 Entwicklungsbedarf

Die Schere zwischen verfügbarer Einzelhandelskaufkraft und erzieltm Einzelhandelsumsatz hat sich seit 2011 geöffnet. Während die Zentralitätsquote für Bottrop im Jahr 2011 noch bei 86,6 liegt, sankt sie bis zum Jahr 2018 auf 71,6. Für die Nahversorgung ging die Zentralitätsquote von 86,6 in 2011 auf 69,1 in 2018 zurück. Diese insgesamt negative Entwicklung steht zum einen für den zunehmenden Bedeutungsverlust Bottrops in der Region in Bezug auf die Einzelhandelsversorgung. Gleichzeitig hat sie spürbare Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere im Nahversorgungsbereich.

Aus der Beurteilung der Versorgungsqualität und der Bewertung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes sind konzeptionelle Vorgaben zu





entwickeln. Sie betreffen in erster Linie die Innenstadtentwicklung sowie die Positionierung und Stärkung der Nahversorgung in Bottrop.

Die Innenstadt benötigt, trotz des im Großen und Ganzen guten Marktauftrittes, Entwicklungsschübe, die durch die erwartete Revitalisierung des Hansa-Centers auch realistisch zu erwarten sind. Jedoch bleibt die Zukunft der Karstadt-Immobilie ungewiss. Die Ausstattung mit attraktiven Markenshops muss darüber hinaus verbessert werden. Auch hier liegt eine große Hoffnung auf dem Hansa-Center.

Ferner ist ein Gegensteuern, besonders in der Nahversorgung, dringend erforderlich. Die Funktionsfähigkeit der Neben- und Nahversorgungszentren muss erhalten und die Versorgungsqualität im Stadtgebiet flächendeckend auf ein modernes Niveau gebracht werden.

J.4 Leitbild des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Bottrop verfolgt die folgenden grundlegende Leitlinien:

- **Sicherung der mittelzentralen Funktion Bottrops,**
- **Sicherung und Stärkung der räumlichen und funktionalen Gliederung des Versorgungssystems,**
- **eine funktional arbeitsteilige und polyzentrische Struktur der Einzelhandelsstandorte**

Damit wird das konzeptionelle Leitbild aus dem Jahr 2012 weiterentwickelt.

J.5 Standortkonzept

Entwickelt aus dem Einzelhandelskonzept 2012, der Aktualisierung der Einzelhandels- und Dienstleistungsbestände und der Berücksichtigung der neuen landesplanerischen Vorgaben ergibt sich folgende Standortsystematik für die Stadt Bottrop.

Danach genießen die zentralen Versorgungsbereiche in allen verwendeten Varianten den vollen städtebaulichen Schutz, der durch die Bottroper Sortimentsliste

konkretisiert wird. Für alle anderen Standorte gilt der besondere städtebauliche Schutz der zentralen Versorgungsbereiche nicht. Dies gilt insbesondere für die Sonderstandorte. Folgende Zuordnungen der Standorte in die Standortkategorien werden festgelegt:

- **Innenstadt (A-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Innenstadt von Bottrop“
- **Nebenzentrum (B-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Kirchhellen“
- **Nebenzentrum (C-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Boy“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Eigen“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Fuhlenbrock“
- **Nahversorgungszentrum (D-Zentrum)**
 - Zentraler Versorgungsbereich „Bahnhof/Südring“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Batenbrock-Nord“
 - Zentraler Versorgungsbereich „Stadtwald/Kalter Eigen“
 - potenziell: Zentraler Versorgungsbereich „Batenbrock-Süd“



- **Solitäre Nahversorgungsstandorte**

- Osterfelder Str. Integriert, aktiver Bestandsschutz
- Batenbrock-Süd Integriert, aktiver Bestandsschutz
- Grafenwald Integriert, aktiver Bestandsschutz
- Scharnhölzstr. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Lidl und Netto Gladbecker Str. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Aldi, Horster Str. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Aldi, Gungstr. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Lidl, Peterstraße Integriert, passiver Bestandsschutz
- Gercek, Prosperstr. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Rewe-Kaufpark, Rentforter Str.. Integriert, passiver Bestandsschutz
- Netto, Im Gewerbepark Nicht-Integriert, passiver Bestandsschutz
- Netto Gildestr. Nicht-Integriert, passiver Bestandsschutz

- **Sonderstandorte**

- Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße
- Möbel Ostermann

J.6 Handlungsgrundsätze

Handlungsgrundsätze helfen für jede Einzelfallentscheidung, eine erste Einschätzung zu bekommen.

- Handlungsgrundsatz A **„Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten“**
 - nur in zentralen Versorgungsbereichen (A-, B-, C-Zentren)
 - erste Priorität Innenstadt (A-Zentrum)

- Handlungsgrundsatz B **„Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten“**
 - nur in zentralen Versorgungsbereichen (D-Zentren)
 - an integrierten solitären Nahversorgungsstandorten mit funktionaler Integration in das Nahversorgungsnetz
- Handlungsgrundsatz C **„Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten“**
 - in der Innenstadt oder an Sonderstandorten
 - zentrenrelevante Randsortimente begrenzt
- Handlungsgrundsatz D **„Umgang mit dem Bestandsschutz von Einzelhandelsbetrieben“**
 - aktiver Bestandsschutz an wohnsiedlungsintegrierten Standorten
 - Nahversorgungsfunktion
 - funktionale Integration in das Nahversorgungsnetz

Das Einzelhandelskonzept ist vom Rat der Stadt Bottrop als Planungsgrundlage im Sinne eines Entwicklungskonzeptes gemäß §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu beschließen.





K	Anhang	
K.1	Ausführliche Verzeichnisse	
K.1.1	Inhaltsverzeichnis	
A	Vorbemerkung	7
A.1	Aufgabenstellung	7
A.2	Auftrag	7
A.3	Untersuchungsmethode	8
A.4	Verwendete Datengrundlagen	9
B	Entwicklungstrends und Standortraum	10
B.1	Überregionale Entwicklungstrends	10
B.2	Der Einzelhandel in Deutschland	11
B.2.1	Allgemeine Entwicklungen	11
B.2.2	Periodischer Bedarf	12
B.2.3	Aperiodischer Bedarf	12
B.2.1	Online-Handel und Effekte auf die Stadtentwicklung	14
B.3	Regionale Einordnung	17
B.3.1	Der Standort Bottrop	17
B.3.2	Trends in der Raumentwicklung	18
B.3.3	Demographische Entwicklung in der Region	19
B.3.4	Raumstrukturelle Einordnung Bottrops	21
B.3.5	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	21
B.3.6	Wettbewerb und Entwicklung der Wettbewerbsposition	22
C	Einzugsbereich und Marktpotenziale	24
C.1	Bottroper Einzugsgebiet	24
C.2	Kaufkraftanalyse Bottrop	24
C.2.1	Marktpotenzial	24
C.2.2	Kaufkraft im Stadtgebiet	25
D	Analyse des Einzelhandelsbestandes und einzelhandelsrelevanter Aspekte in Bottrop	27
D.1	Die lageräumliche Verteilung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben	27
D.1.1	Einzelhandel 2018 in Bottrop	27
D.1.2	Dienstleistungsbetriebe 2018 in den zentralen Versorgungsbereichen in Bottrop	34
D.2	Die Entwicklung des Bottroper Einzelhandels seit 2011	37
D.3	Kaufkraftbindung	39
D.3.1	Zentralitätswerte in der Stadt Bottrop	40
D.4	Raum und Flächenbedarf	41
E	Nahversorgung in Bottrop	45
E.1	Bewertung der aktuellen Nahversorgungssituation	45
E.2	Gebiete mit Handlungsbedarf für die Nahversorgung in Bottrop	58
E.2.1	Unvollständige Nahversorgungsangebote in den zentralen Versorgungsbereichen	58
E.2.2	Fehlende Nahversorgungsangebote	58
E.2.3	Modernisierungsbedarf der Nahversorgungsangebote	59
F	Zentrale Versorgungsbereiche und Einzelhandelsstandorte in der Stadt Bottrop	60
F.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (A-Zentrum)	60
F.1.1	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	60
F.1.2	Betriebsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	62
F.1.2.1	Verkaufsflächen, Umsätze und Entwicklung	62
F.1.2.2	City Monitor	65
F.1.2.2.1	Betriebs- und Absatzformen	65
F.1.2.2.2	Ladeneinrichtung und Warenpräsentation	66
F.1.2.2.3	Zielgruppen und Qualitätsorientierung	67
F.1.2.2.4	Leerstände in Erdgeschosslagen in der Innenstadt (einzelhandelsrelevante Lagen)	68
F.1.2.2.5	Markenpräsenz in der Innenstadt von Bottrop	69
F.1.3	Abgrenzung von Einkaufslagen in der Innenstadt	71
F.1.4	Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen	73
F.2	Zentrale Versorgungsbereiche Nebenzentren	75
F.2.1	Nebenzentrum Boy	75



F.2.1.1	Ausgangssituation	78	F.4.3	CAP MARKT, Grafenwald	129
F.2.1.2	Entwicklungsziele	80	F.4.4	LIDL und Netto, Gladbecker Straße	129
F.2.1.3	Handlungsempfehlungen	80	F.4.5	ALDI, Horster Straße	131
F.2.2	Nebenzentrum Eigen	83	F.4.6	Gercek Supermarkt, Prosperstraße	131
F.2.2.1	Ausgangssituation	86	F.4.7	NETTO, Gildestraße	132
F.2.2.2	Entwicklungsziele	88	F.4.8	LIDL, Südwest, Peterstraße	133
F.2.2.3	Handlungsempfehlungen	88	F.4.9	ALDI, Boy, Gungstraße	134
F.2.3	Nebenzentrum Fuhlenbrock	90	F.4.10	NETTO, Im Gewerbepark	135
F.2.3.1	Gebietsbeschreibung	93	F.4.11	REWE KAUF PARK, Kirchhellen, Rentforter Straße	136
F.2.3.2	Entwicklungsziele	95	F.5 Sonderstandorte	137	
F.2.3.3	Handlungsempfehlungen	95	F.5.1	Fachmarkttagglomeration Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße	138
F.2.4	Nebenzentrum Kirchhellen	97	F.5.2	Fachmarktstandort Möbel Ostermann	139
F.2.4.1	Gebietsbeschreibung	100	G Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bottrop	141	
F.2.4.2	Entwicklungsziele	102	G.1 Leitbild und übergeordnete Ziele	141	
F.2.4.3	Handlungsempfehlungen	103	G.1.1	Sicherung und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion	141
F.3 Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren	105		G.1.2	Sicherung und Stärkung des hierarchisch gegliederten Standortnetzes	142
F.3.1	Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring	105	H Entwicklungs- und Zentrenkonzept für den Einzelhandel	144	
F.3.1.1	Gebietsbeschreibung	105	H.1 Allgemeine absatzwirtschaftliche Grundlagen	144	
F.3.1.2	Entwicklungsziele	109	H.1.1	Nahversorgung	144
F.3.1.3	Handlungsempfehlungen	109	H.1.2	Aperiodische Versorgung	145
F.3.2	Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße	110	H.2 Rahmenvorgaben des LEP NRW	146	
F.3.2.1	Gebietsbeschreibung	110	H.3 Standortkonzept für die Stadt Bottrop	149	
F.3.2.2	Entwicklungsziele	114	H.3.1	Praktische Bedeutung von Zentralen Versorgungsbereichen	149
F.3.2.3	Handlungsempfehlungen	114	H.3.1.1	Definition und Festlegung Zentraler Versorgungsbereiche	149
F.3.3	Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord	114	H.3.1.2	Schutz- und Entwicklungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen	150
F.3.3.1	Gebietsbeschreibung	114	H.3.2	Abgleich mit dem bestehenden Zentrenkonzept (CIMA)	150
F.3.3.2	Entwicklungsziele	119	H.3.2.1	Das ursprüngliche Standortkonzept	150
F.3.3.3	Handlungsempfehlungen	119	H.3.3	Standorthierarchie und Versorgungsfunktionen	151
F.3.4	Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen	121	H.3.3.1	Grundlagen für die Definition der Zentren in Bottrop	153
F.3.4.1	Gebietsbeschreibung	121	H.3.3.2	Systematisierung der Einzelhandelsstandorte in Bottrop	153
F.3.4.2	Entwicklungsziele	125	H.3.4	Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte in Bottrop	155
F.3.4.3	Handlungsempfehlungen	125			
F.4 Solitäre Nahversorgungsstandorte	127				
F.4.1	REWE, Prosperstraße, Batenbrock-Süd	127			
F.4.2	NETTO, Scharnhölzstraße, Batenbrock-Nord	128			





H.4 Sortimentskonzept für die Stadt Bottrop	157	J.3.6 Zentrenpass NVZ Batenbrock-Nord (D-Zentrum)	209
H.4.1 Definition der Zentrenrelevanz	157	J.3.7 Zentrenpass NVZ Stadtwald/Kalter Eigen (D-Zentrum)	213
H.4.2 Verteilung der Sortimente auf die Gebietskategorien in Bottrop	158	J.4 Absatzformen – Definitionen	217
H.4.3 Einstufung der Zentrenrelevanz in den Nachbarstädten	159	J.5 Markt und Standort Warengruppensystematik 2018	220
H.4.4 Bottroper Liste	160		
H.4.5 Abgleich mit der Anlage 1 des LEP NRW	162		
H.5 Handlungsgrundsätze im Umgang mit großflächigem Einzelhandel	163		
H.6 Beschlussfassung des Einzelhandelskonzeptes	168		
H.7 Planungserfordernis	168		
I Kurzfassung	169		
I.1 Ausgangslage	169		
I.2 Vergangene Entwicklung	169		
I.3 Entwicklungsbedarf	169		
I.4 Leitbild des Einzelhandelskonzeptes	170		
I.5 Standortkonzept	170		
I.6 Handlungsgrundsätze	171		
J Anhang	172		
J.1 Ausführliche Verzeichnisse	172		
J.1.1 Inhaltsverzeichnis	172		
J.1.2 Abbildungsverzeichnis	175		
J.1.3 Tabellenverzeichnis	178		
J.2 Bottroper Sortimentsliste	179		
J.2.1 Nahversorgungsrelevante Sortimente	179		
J.2.2 Zentrenrelevante Sortimente	180		
J.2.3 Nicht-zentrenrelevante Sortimente	182		
J.3 Zentrenpässe	183		
J.3.1 Zentrenpass ZVB Innenstadt (A-Zentrum)	183		
J.3.2 Zentrenpass NZ Kirchhellen (B-Zentrum)	189		
J.3.3 Zentrenpass NZ Boy (C-Zentrum)	193		
J.3.4 Zentrenpass NZ Fuhlenbrock (C-Zentrum)	201		
J.3.5 Zentrenpass Bahnhof/Südring (D-Zentrum)	205		



K.1.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Methodischer Ablauf des Einzelhandelskonzeptes	8	Abbildung 21 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Süd	33
Abbildung 2 Wirkungsgefüge am Standort Bottrop	11	Abbildung 22 Dienstleistungsbetriebe in der Innenstadt von Bottrop	36
Abbildung 3 Ausgewählte Trends im Einzelhandel	12	Abbildung 23 Zentralitätsquote Bottrop 2011 und 2018 (Gesamt)	40
Abbildung 4 Treiber und Gegenkräfte bei der Online-Entwicklung (Auswahl)	14	Abbildung 24 Zentralitätsquote Bottrop 2011 und 2018 (Nahversorgung)	40
Abbildung 5 Marktanteilsprognose Online-Handel nach Branchen	15	Abbildung 25 Kaufkraft und Umsatz in den Sortimentsgruppen	41
Abbildung 6 Gefährdungspotenzial für Branchen durch den Online-Handel	16	Abbildung 26 Zentralitätsquoten in den Sortimentsgruppen	41
Abbildung 7 Regionale Einordnung der Stadt Bottrop	17	Abbildung 27 Zielzentralitäten in den Bedarfsgruppen Bottrop	43
Abbildung 8 Dimensionen regionaler Lebensverhältnisse	19	Abbildung 28 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Gesamtstadt	46
Abbildung 9 Bevölkerungsentwicklung der Kreise	19	Abbildung 29 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Bottrop-Nord	47
Abbildung 10 Bevölkerungsentwicklung NRW 2014 bis 2040	20	Abbildung 30 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelhandwerk Bottrop-Süd	48
Abbildung 11 Einwohnerentwicklung in Bottrop 2006 bis 2016	20	Abbildung 31 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Gesamtstadt	49
Abbildung 12 Raumstrukturtypen im Ruhrgebiet	21	Abbildung 32 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Bottrop-Nord	50
Abbildung 13 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2018 im regionalen Vergleich (BRD=100)	21	Abbildung 33 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmitteldiscounter Bottrop-Süd	51
Abbildung 14 Versorgungsbedeutung der Städte in der Region und Einordnung Bottrops	22	Abbildung 34 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Gesamtstadt	52
Abbildung 15 Umsatz- und Kaufkraftentwicklung in den Städten der Region	23	Abbildung 35 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Bottrop-Nord	53
Abbildung 16 Betriebsgrößenstruktur der Einzelhandelsbetriebe	28		
Abbildung 17 Verkaufsflächenverteilung im Stadtgebiet nach Standortlagen	28		
Abbildung 18 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop Gesamt	30		
Abbildung 19 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Nord	31		
Abbildung 20 Einzelhandelsbestand im Stadtgebiet von Bottrop-Mitte	32		





Abbildung 36 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Lebensmittelvollsortimenter Bottrop-Süd	54	Abbildung 52 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Boy	77
Abbildung 37 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Gesamtstadt	55	Abbildung 53 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Boy (C-Zentrum) 2018	82
Abbildung 38 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Bottrop-Nord	56	Abbildung 54 2018 Nebenzentrum Eigen	84
Abbildung 39 Analyse Nahversorgungsqualität (Distanz Wohngebäude zu Angebotsstandorten), Alle Betriebsformen Bottrop-Süd	57	Abbildung 55 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Eigen	85
Abbildung 40 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	61	Abbildung 56 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Eigen (C-Zentrum) 2018	89
Abbildung 41 Einzelhandelsbestand Innenstadt nach Sortimenten	63	Abbildung 57 2018 Nebenzentrum Fuhlenbrock	91
Abbildung 42 Betriebsformen in der Innenstadt und in der A-Lage	66	Abbildung 58 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Fuhlenbrock	92
Abbildung 43 Warenpräsentation und Ladengestaltung in der Innenstadt und in der A-Lage	66	Abbildung 59 Abgrenzung und Flächenpotenziale Nebenzentrum Fuhlenbrock (C-Zentrum) 2018	96
Abbildung 44 Warenpräsentation und Ladengestaltung in der Innenstadt 2011 und 2018	67	Abbildung 60 2018 Nebenzentrum Kirchhellen	98
Abbildung 45 Zielgruppen- und Qualitätsorientierung 2018 und 2011	67	Abbildung 61 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nebenzentrum Kirchhellen	99
Abbildung 46 Leerstände im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Einzelhandel und Dienstleistungen)	68	Abbildung 62 Abgrenzung Nebenzentrum Kirchhellen (B-Zentrum) 2018	104
Abbildung 47 Markenpräsenz in der Innenstadt von Bottrop	70	Abbildung 63 2018 Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring	106
Abbildung 48 Anteil der Betriebe und Verkaufsflächen in den Einkaufslagen der Innenstadt Bottrops in %	71	Abbildung 64 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Bahnhof/Südring	107
Abbildung 49 Einkaufslagen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	72	Abbildung 65 2018 Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße	111
Abbildung 50 Flächenpotenziale in der Innenstadt von Bottrop	74	Abbildung 66 Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Osterfelder Straße	112
Abbildung 51 Einzelhandelsbestand 2018 Nebenzentrum Boy	76	Abbildung 67 2018 Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord	116





Abbildung 68	Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord	117	Abbildung 86	Sonderstandort Möbel Ostermann	139
Abbildung 69	Abgrenzung und Flächenpotenziale Nahversorgungszentrum Batenbrock-Nord (D-Zentrum) 2018	120	Abbildung 87	Vielfalt der Nahversorgung	144
Abbildung 70	2018 Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen	122	Abbildung 88	Zusammenhänge bei der Nahversorgung	144
Abbildung 71	Ergänzende Nutzungen (Dienstleistungsbestand 2018) Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen	123	Abbildung 89	Konkurrenz und Arbeitsteilung im aperiodischen Bedarfssegment des Einzelhandels im städtischen Standortsystem	145
Abbildung 72	Abgrenzung und Flächenpotenziale Nahversorgungszentrum Stadtwald/Kalter Eigen (D-Zentrum) 2018	126	Abbildung 90	Kriterien zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen	149
Abbildung 73	Solitärer Nahversorgungsstandort Rewe, Batenbrock-Süd	127	Abbildung 91	Schutzfunktion durch Zentrenkonzept und Baurecht	150
Abbildung 74	Solitärer Nahversorgungsstandort Batenbrock-Süd, Flächenpotenzial	127	Abbildung 92	Standortstruktursystem für die Stadt Bottrop (Zielsetzung)	152
Abbildung 75	Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Scharnhölzstraße	128	Abbildung 93	Standortkonzept Bottrop 2018	156
Abbildung 76	Solitärer Nahversorgungsstandort CAP-Markt, Grafenwald	129	Abbildung 94	Verteilung der Verkaufsflächen nach Innen- und Außenstadt	158
Abbildung 77	Solitäre Nahversorgungsstandorte Lidl, Netto, Gladbecker Str.	130	Abbildung 95	Verteilung der Verkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen und außerhalb	159
Abbildung 78	Solitärer Nahversorgungsstandort Aldi, Horster Str.	131	Abbildung 96	Vergleich der Zentrenrelevanz von Sortimenten in den umliegenden Städten	160
Abbildung 79	Solitärer Nahversorgungsstandort Gercek Supermarkt, Prosperstraße	132			
Abbildung 80	Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Gildestr.	133			
Abbildung 81	Solitärer Nahversorgungsstandort Lidl, Peterstr.	134			
Abbildung 82	Solitärer Nahversorgungsstandort Aldi, Gungstraße	135			
Abbildung 83	Solitärer Nahversorgungsstandort Netto, Am Gewerbepark	136			
Abbildung 84	Solitärer Nahversorgungsstandort Rewe-Kaufpark, Rentforter Straße	137			
Abbildung 85	Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße	138			





K.1.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Mittlere Ausgaben im Einzelhandel (nach Sortimentsgruppen) in € pro Kopf und Jahr (Bundesdurchschnitt)	25
Tabelle 2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Sortimentsgruppen in der Stadt Bottrop	26
Tabelle 3	Verkaufsflächen des Einzelhandels 2018 in Bottrop	27
Tabelle 4	Verkaufsflächen nach Sortimenten in den Solitärlagen Bottrops	29
Tabelle 5	Branchensystematik der Dienstleistungsbetriebe	34
Tabelle 6	Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen nach Branchen	35
Tabelle 7	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018	37
Tabelle 8	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018 (Betriebe)	37
Tabelle 9	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018	38
Tabelle 10	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes 2011 bis 2018 (Umsatz)	39
Tabelle 11	Bipolare Entwicklung der Verbraucheransprüche	42
Tabelle 12	Zentrale Versorgungsbereiche mit fehlenden Betriebsformen	58
Tabelle 13	Gebiete ohne oder unzureichender fußläufiger Nahversorgung	58
Tabelle 14	Nahversorgungsbetriebe mit Modernisierungsbedarf in Bottrop	59
Tabelle 15	Dienstleistungsbetriebe im ZVB Innenstadt	62
Tabelle 16	Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Verkaufsflächen)	62
Tabelle 17	Einzelhandelsbesatz im zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt (Umsätze)	64

Tabelle 18	Entwicklung der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 2011 bis 2018	64
Tabelle 19	Entwicklung der Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 2011 bis 2018	65
Tabelle 20	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Boy	75
Tabelle 21	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Eigen	83
Tabelle 22	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Fuhlenbrock	90
Tabelle 23	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NZ Kirchhellen	97
Tabelle 24	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Bahnhof/Südring	105
Tabelle 25	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Osterfelder Straße	110
Tabelle 26	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Batenbrock-Nord	115
Tabelle 27	Einzelhandelsbestand 2011 und 2018 NVZ Stadtwald/Kalter Eigen	121
Tabelle 28	Einzelhandelsbestand Sonderstandort Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße	138
Tabelle 29	Einzelhandelsbestand Sonderstandort Möbel Ostermann	140
Tabelle 30	Standortkategorien und deren Versorgungsfunktion	153
Tabelle 31	Abgleich der Bottroper Sortimentsliste mit den Vorgaben des LEP NRW	162
Tabelle 32	Ansiedlungsmöglichkeiten von Betrieben mit nahversorgungrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche	166
Tabelle 33	Bestandsschutz bei Betrieben mit Nahversorgungssortiment	167
Tabelle 34	Bestandsschutz bei Betrieben mit zentrenrelevantem Sortiment	168





K.2 Bottroper Sortimentsliste

K.2.1 Nahversorgungsrelevante Sortimente

Systematik Markt und Standort	Nahversorgungsrelevante Sortimente (gleichzeitig auch zentrenrelevant)	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	WZ 2008 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	zulässig in
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	52.1	47.2	ZVB
	(Nahrungsmittel (52.11.1), Getränke (52.25), Tabakwaren (52.26.0), Obst (52.21.0), Kartoffeln (52.21.0), Gemüse (52.21.0), Fleisch (52.22.0), Fleischwaren (52.22.0), Geflügel (52.22.0), Wild (52.22.0), Fisch (52.23.0), Meeresfrüchte (52.23.0), Fischerzeugnisse (52.23.0), Backwaren (52.24.1), Süßwaren (52.24.2), Wein (52.25.1), Sekt (52.25.1), Spirituosen (52.25.1), sonstige Getränke (52.25.2), Reformwaren (52.27.1))	52.2		
Gesundheits- und Körperpflege	Drogeriewaren (52.33.2) und Apotheken (52.31.0)	52.31	47.73	ZVB
		52.33.2	47.75	
Bücher, Schreibwaren	Zeitungen und Zeitschriften	52.47.3	47.62	ZVB
	Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (52.47.3)			
Bau- und Heimwerkerbedarf	Schnittblumen und Blumenbindereierzeugnisse (52.49.1)	52.49.1	-	ZVB

Zulässig in:

ZVB

A-Zentrum (Innenstadt)

B-Zentrum (Nebenzentrum Kirchhellen)

C-Zentrum (Nebenzentren Boy, Eigen, Fuhlenbrock)

D-Zentrum (Nahversorgungszentren Süd, Stadtwald, Batenbrock-Nord)

Zusätzlich an Solitären Nahversorgungsstandorten



K.2.2 Zentrenrelevante Sortimente

Systematik Markt und Standort	Zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	WZ 2008 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	zulässig in
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	Parfümerieartikel (52.33.1)	52.33.1	47.75	ZVB
	Orthopädische und medizinische Waren (52.32.0)	52.32.0	47.74	ZVB
Bekleidung, Lederwaren	Bekleidung und Bekleidungszubehör, Herrenbekleidung (52.42.2), Damenbekleidung (52.42.3), Kinder- und Säuglingsbekleidung (52.42.4), Bekleidung ohne ausgeprägten Schwerpunkt (52.42.1)	52.42	47.71	ZVB
	Kürschnerwaren (52.42.5)	52.42.5	-	ZVB
	Leder- und Täschnerwaren (52.43.2)	52.43.2	47.72.2	ZVB
	Kurzwaren (52.41.2), Schneidereibedarf (52.41.2), Handarbeiten (52.41.2), Meterware für Bekleidung und Wäsche (52.41.2)	52.41.2	-	ZVB
Schuhe	Schuhe (52.43.1)	52.43.1	47.72.1	ZVB
Uhren, Schmuck, Optik	Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (52.48.5), Augenoptiker (52.49.3),	52.49.4	47.77	ZVB
		52.48.5	47.78.1	
Haushaltswaren, Glas, Porzellan	Haushaltsgegenstände (52.44.3), keramische Erzeugnisse (52.44.4), Glaswaren (52.44.4)	52.44.3	47.59.9	ZVB
		52.44.4	47.59.1	
Elektrowaren	Unterhaltungselektronik und Zubehör (52.54.2) sowie Computer, Computerteilen, peripheren Einheiten und Software einschließlich Geräten und Einrichtungen für die automatische Datenverarbeitung, Assembling von Computern (52.49.5) und Telekommunikationsendgeräten und Mobiltelefonen (52.49.6) Optik und fotooptische Erzeugnisse einschließlich Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, fototechnisches und -chemisches Material, Entwickler, Fixiersalz, Filme, Blitzgeräte, Belichtungsmesser, Blenden, Verschlüsse, feinmechanische und optische Erzeugnisse, Mikroskope, Lupen, Ferngläser, Fernrohre, Thermometer, Barometer (52.49.4)	52.45.2	47.4	ZVB
		52.49.5	47.54	
		52.49.6	47.78.2	

Zulässig in:

ZVB

A-Zentrum (Innenstadt)

B-Zentrum (Nebenzentrum Kirchhellen)

C-Zentrum (Nebenzentren Boy, Eigen, Fuhlenbrock)

D-Zentrum (Nahversorgungszentren Süd, Stadtwald, Batenbrock-Nord)





Systematik Markt und Standort	Zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	WZ 2008 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	zulässig in
Bücher, Schreibwaren	Schreib- und Papierwaren	52.47.1	47.62.2	ZVB
	Schreib- und Papierwaren (52.47.1), Schul- und Büroartikel (52.47.1), Malbedarf, Zeichengeräte, Unterrichts- und Künstlerfarben, Landkarten, Globen, Formulare (52.47.1)			
	Antiquariate (52.50.2)	52.50.2	47.79.2	ZVB
	Bücher, Fachzeitschriften auch in Form von elektronischen Publikationen (52.47.2)	52.47.2	47.61	ZVB
Möbel und Einrichtungsbedarf	Haushaltstextilien (52.41.1), Bettwaren (52.41.1), Schlaf-, Reise, Steppdecken (52.41.1), Ober- und Unterbetten (52.41.1), Kopfkissen (52.41.1), Matratzen (52.41.1), Haus- und Tischwäsche (52.41.1), Hand-, Bade-, Geschirr- und Gläsertücher (52.41.1), Badezimmereinrichtungen aus Frottiergewebe (52.41.1), Tischdecken und -tücher (52.41.1), Servietten (52.41.1), Bettwäsche (52.41.1), Bettfedern und Daunen (52.41.1)	52.41.1	47.51	ZVB
	Heimtextilien einschließlich Gardinen, Dekorationsstoff, Möbelstoffe, Vorhänge, Diwandecken, Gobelins, Stuhl- und Sesselaufgaben, sonstige Heimtextilien (52.44.7), Teppiche (52.48.1)	52.44.7	-	ZVB
	Antiquitäten und antike Teppiche (52.50.1)	52.50.1 52.50.2	47.79.1	ZVB
	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen, Geschenkartikel (52.48.2)	52.48.2	47.78.3	ZVB
Hobby- und Freizeitartikel	Sportartikel einschließlich Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe (52.49.8) ohne Campingartikel, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote (52.49.8)	52.49.8	47.64.2	ZVB
	Spielwaren einschließlich Kinderroller, Spielfahrräder, Puppen, Puppenwagen, Gesellschaftsspiele, Musikspielwaren, Fest- und Scherzartikel, Feuerwerksartikel, Bastelsätze zum Schmelzen, Brennen, Emaillieren, Batiken, Modellieren, Gießen u.ä. (52.48.6)	52.48.6	47.65	ZVB
	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte (52.49.9)	52.49.9	47.78.9	ZVB
	Musikinstrumente und Musikalien (52.54.3)	52.45.3	47.59.3	ZVB

Zulässig in:

ZVB

A-Zentrum (Innenstadt)

B-Zentrum (Nebenzentrum Kirchhellen)

C-Zentrum (Nebenzentren Boy, Eigen, Fuhlenbrock)

D-Zentrum (Nahversorgungszentren Süd, Stadtwald, Batenbrock-Nord)



K.2.3 Nicht-zentrenrelevante Sortimente

Systematik Markt und Standort	Nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ 2003 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	WZ 2008 Ziffer (und jeweils untergeordnete)	zulässig in
Elektrowaren	Elektrische Haushaltsgeräte einschließlich Raumheizgeräte, Elektroöfen und –herde, Kühl- und Gefrierschränke und –truhen u. ä., elektrische Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Staubsauger für den Haushalt, Näh- und Strickmaschinen (52.45.1)	52.45.1	47.54	ZVB und Sonderstandorte
Möbel und Einrichtungsbedarf	Möbel, Wohnmöbel (52.44.1), Büromöbel und Büroorganisation (52.49.9)	52.44.1	47.59.1	ZVB und Sonderstandorte
	Beleuchtungsartikel (52.44.2)	52.44.2	-	ZVB und Sonderstandorte
Bau- und Heimwerkerbedarf	Bau- und Heimwerkerbedarf (52.46.3), Saunas (52.46.3)	52.46.3	47.52	ZVB und Sonderstandorte
	Bodenbeläge einschließlich textilen Bodenbelag, nicht textilen Bodenbelägen, Linoleum	52.48.1	47.53	ZVB und Sonderstandorte
	Tapeten einschließlich Wand- und Deckenbelägen, Tapetenroh papier (52.48.1)	52.48.1		ZVB und Sonderstandorte
	Blumen, Pflanzen, Saatgut einschließlich Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Wurzelstöcke, Blumenerde, Blumentöpfe, Düngemittel, Zwiebeln und Knollen (52.49.1) mit Ausnahme von Schnittblumen und Blumenbindereierzeugnissen	52.49.1	47.76.1	ZVB und Sonderstandorte
	Anstrichmittel (52.46.2)	52.46.2	47.52.3	ZVB und Sonderstandorte
	Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (52.46.1), Rasenmäher (52.46.1)	52.46.1	47.52.1	ZVB und Sonderstandorte
	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere einschließlich Heim- und Kleintierfutter, zoologischen Gebrauchsartikeln, Reinigungs-, Pflege- und Hygienemitteln für Heim- und Kleintiere, Hunde, Katzen, Chinchilla und Angorakaninchen, Meerschweinchen, Hamster, Ziervögel, Tiere für Aquarien und Terrarien (52.49.2)	52.49.2	47.76.2	ZVB und Sonderstandorte
Hobby- und Freizeitartikel	Campingartikel ohne Campingmöbel einschließlich Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte, Sport- und Freizeitboote (52.49.8)	52.49.8	47.64.2	ZVB und Sonderstandorte
	Kfz- und Kradzubehör (50.40.3)	50.40.3	45.32	ZVB und Sonderstandorte
	Fahrräder, Fahrradteile und –zubehör, Kindersitze, Kinderwagen	52.49.7	47.64.1	ZVB und Sonderstandorte

Zulässig in:

ZVB

A-Zentrum (Innenstadt)

B-Zentrum (Nebenzentrum Kirchhellen)

C-Zentrum (Nebenzentren Boy, Eigen, Fuhlenbrock)

D-Zentrum (Nahversorgungszentren Süd, Stadtwald, Batenbrock-Nord)

Sonderstandorte

Friedrich-Ebert-Straße/Prosperstraße und Möbel Ostermann





K.3 Zentrenpässe

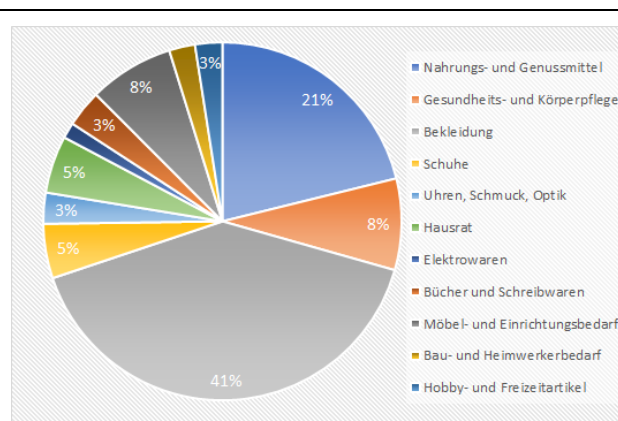
K.3.1 Zentrenpass ZVB Innenstadt (A-Zentrum)

Zentrenpass Innenstadt

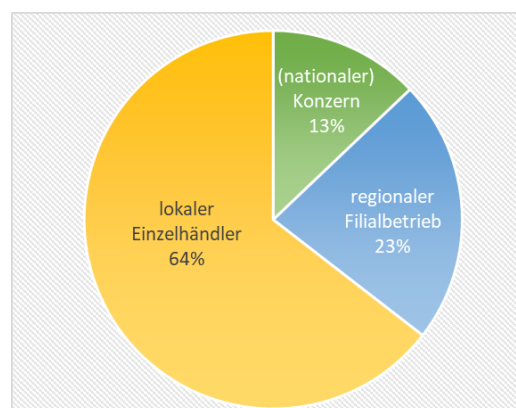
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	158	Anzahl der Dienstleister	470
Verkaufsfläche	37.350	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	40
Magnetbetriebe	Mensing, C&A, H&M, Schuh Klauser, Kaufland, dm, Rossmann, Home24, Dänisches Bettenlager, Woolworth, Action Markt,		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018

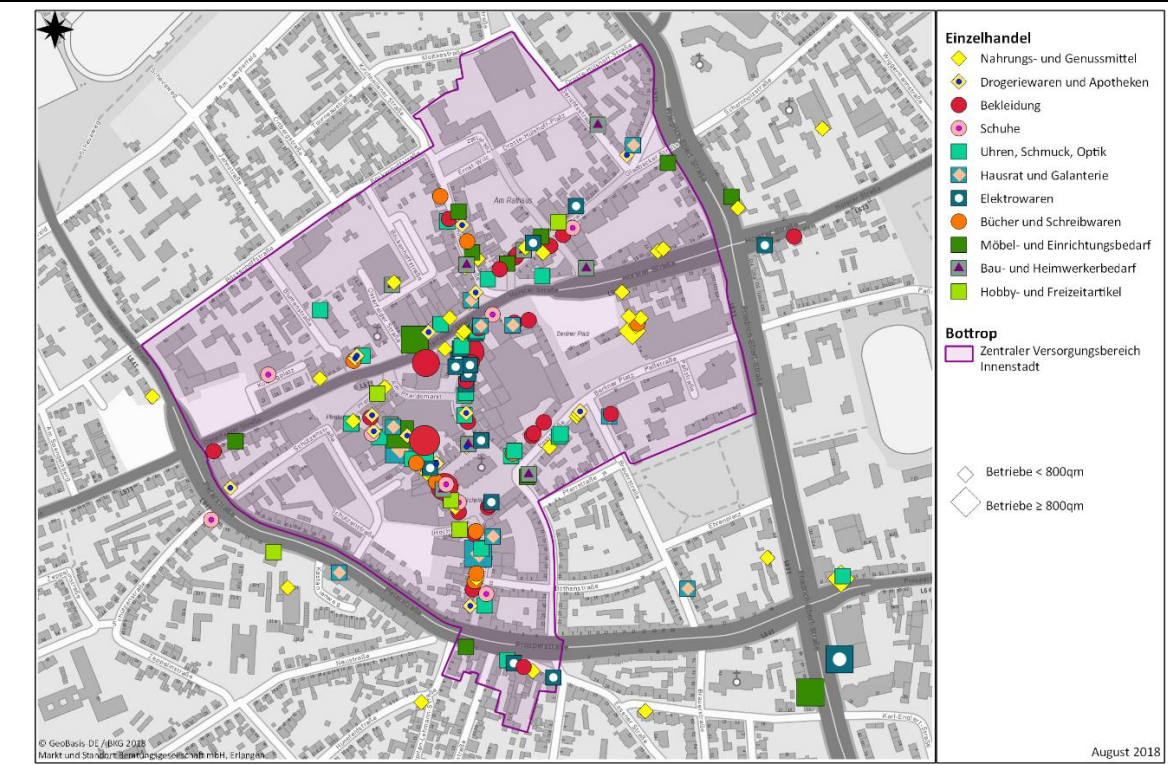




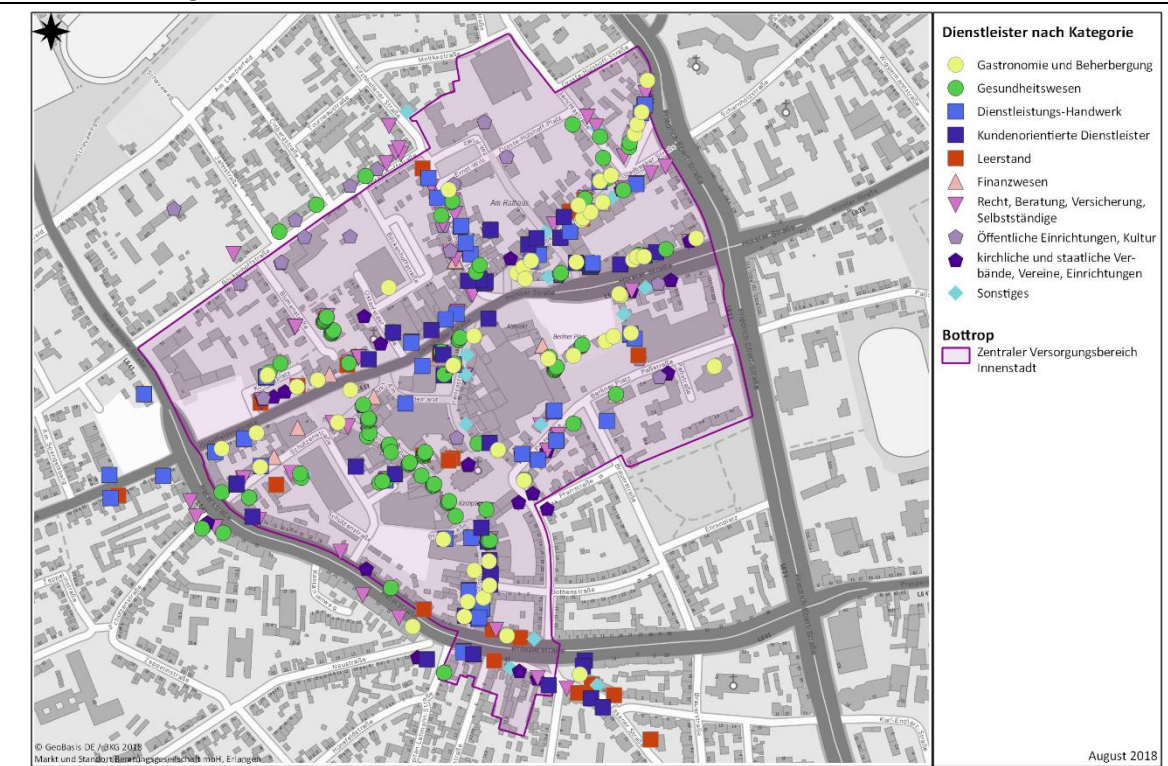
Zentrenpass Innenstadt

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)



Dienstleistungsbetriebe³⁹



³⁹ Aufgrund der Erhebung des Erd- und Obergeschosses, überlagern sich manche Punkte



Zentrenpass Innenstadt

bottrop

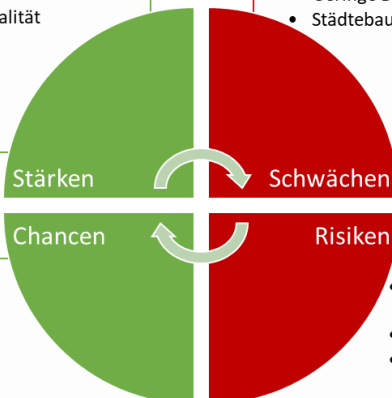
Leerstandssituation



SWOT-Analyse

- Vielfalt und Dichte des Angebotes
- Günstige Betriebsgrößenstruktur
- Diversifizierte Branchenstruktur
- Multifunktionalität (Gesundheitsmeile, Gastromeile, etc.)
- Mischung der Betriebsformen
- Gutes Verhältnis zwischen Preis und Qualität
- Großer Wochenmarkt (2 Tage)
- städtebaulich attraktiv
- hohe Aufenthaltsqualität
- gute Erreichbarkeit

- Großflächige Leerstände (Karstadt, Hansa Zentrum)
- Angebotslücken, z.B. Elektrowaren, Bekleidung
- Altersstruktur des Publikums (eher älter, Angebot für jüngere Kunden?)
- Geringe Diversifikation (Preis/Qualität)
- Städtebauliche Barriere Osterfelder Straße

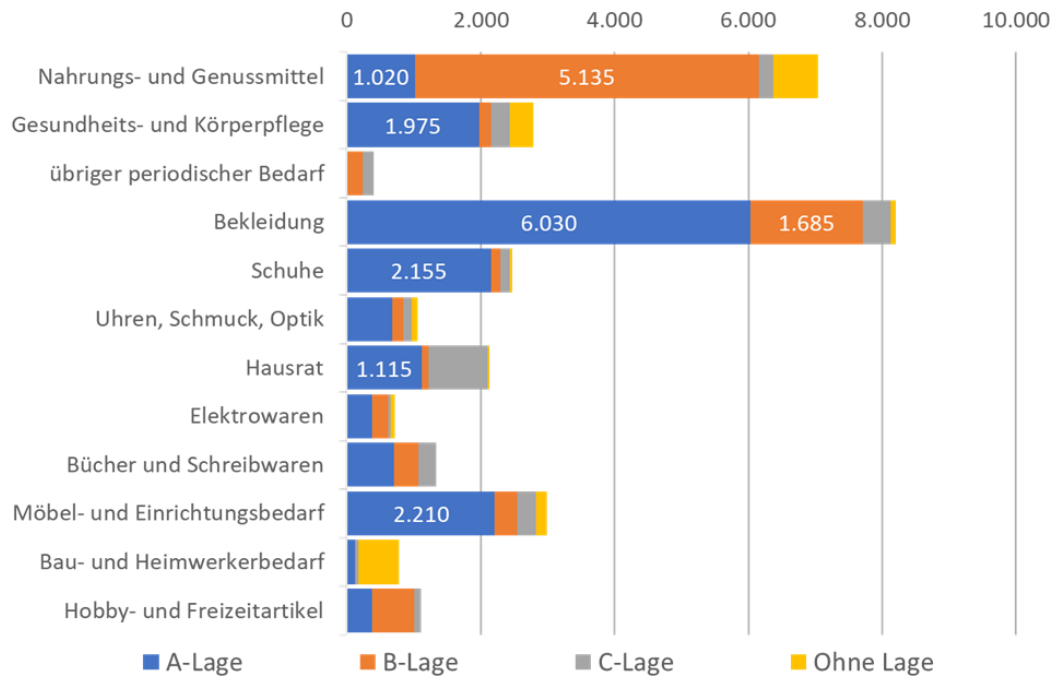


- Karstadt Revitalisierung mit Kaufhaus Moses und Hotel
- Hansa Zentrum Revitalisierung (abhängig vom Vermietungserfolg)
- Potenziale durch Kaufkraftückbindung

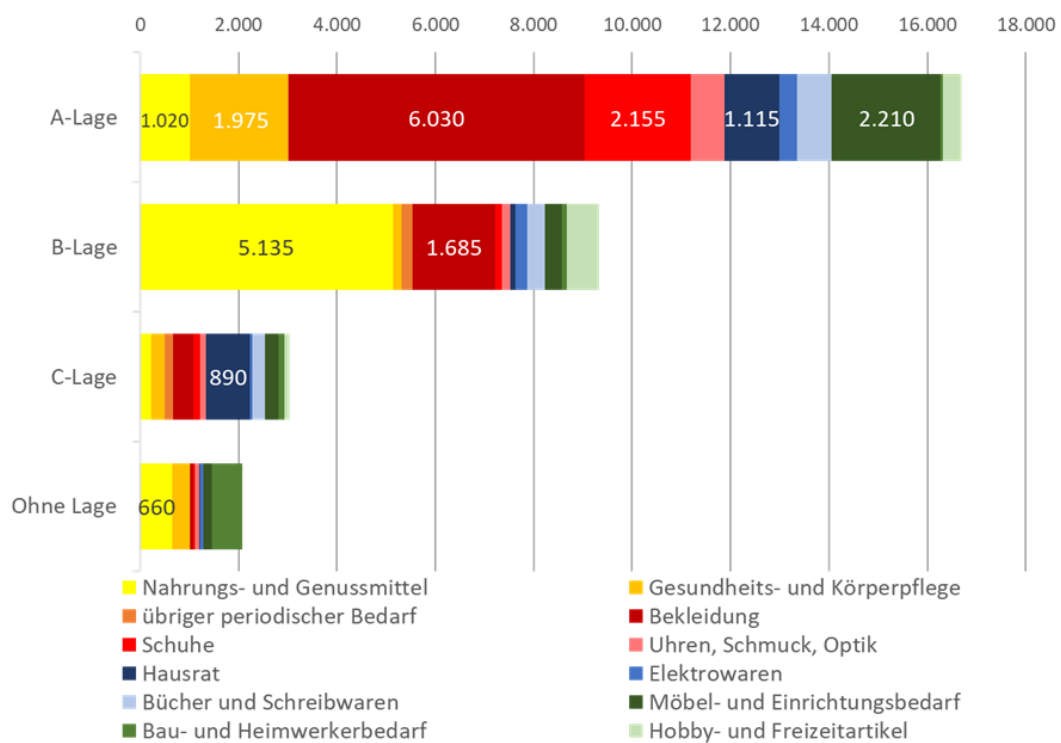
- Starker regionaler Wettbewerb (Oberhausen, Essen)
- Unsichere Entwicklung Hansa Zentrum
- Dauerhafte Funktionsfähigkeit der Karstadt Nachfolge
- Geringe regionale Ausstrahlung, kein Einzugs-bereich
- Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung negativ



Sortimente in qm Verkaufsfläche nach Lage



Sortimente in qm Verkaufsfläche nach Lage





Handlungsbedarf städtebaulich:

- Verstärkung, bzw. Sicherung der räumlichen Spezialisierung
 - Gastronomiemeile (Gladbecker Straße)
 - Gesundheitsmeile (Hochstraße)
 - Einkaufsmeilen (Hochstraße, Hansastrasse, Osterfelder Straße, Kirchplatz)
 - Verwaltungsquartier (Droste-Hülshoff-Platz, Ernst-Wilczok-Platz)
- Weitere Belebung Berliner Platz (Sicherung der B-Lagen-Einstufung, Frequenzerhöhung)
- Außengastronomie (z.B. Kirchplatz) fördern und qualitativ aufwerten

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

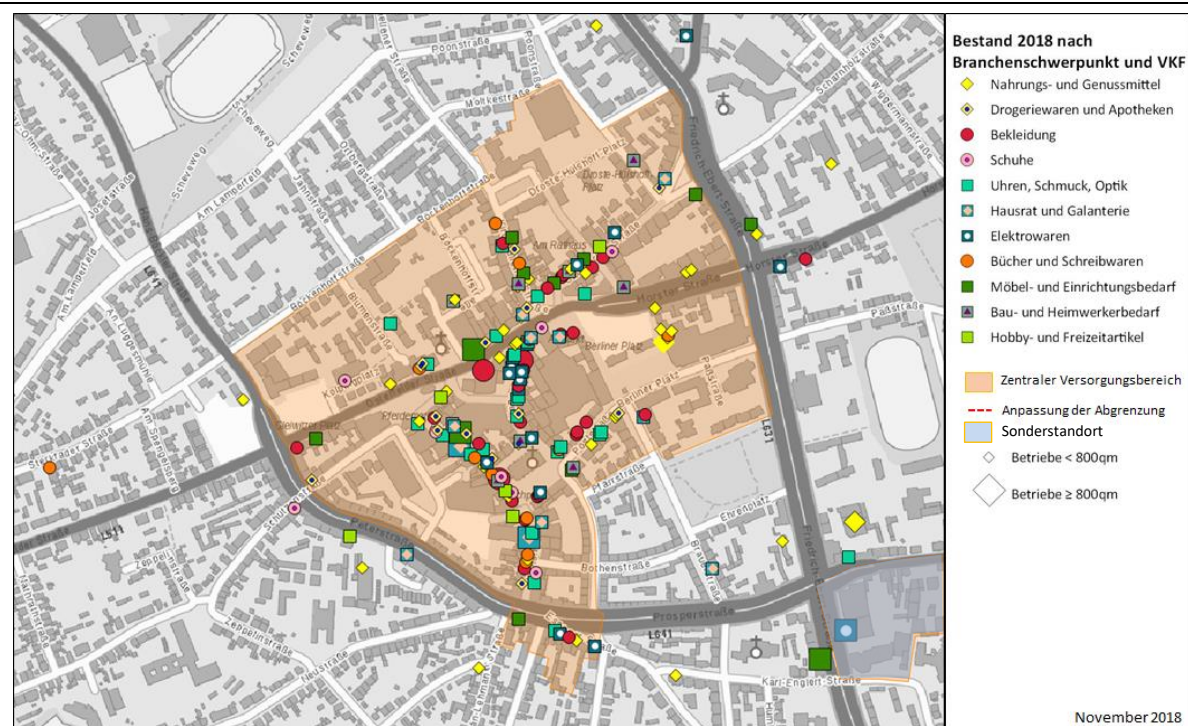
- Revitalisierung Karstadt (Nachnutzung des Kaufhaus Moses)
- Revitalisierung Hansa Center (läuft)
- Eventuell großflächiges Elektroangebot in die Innenstadt (Hansa Center?)
- Steigerung der Markenpräsenz
- Verbesserung der Diversifikation des Zielgruppenangebotes



Zentrenpass Innenstadt

bottrop

Abgrenzung ZVB 2018





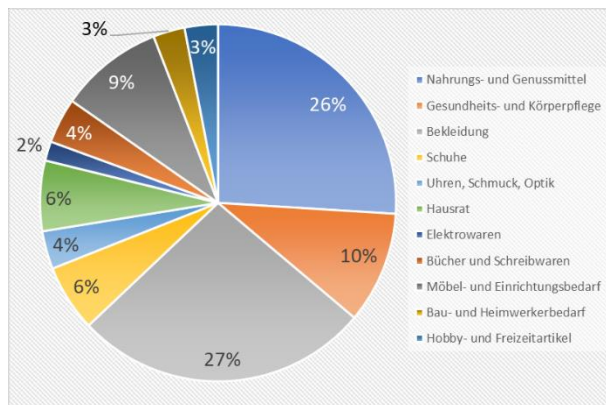
K.3.2 Zentrenpass NZ Kirchhellen (B-Zentrum)

Zentrenpass Kirchhellen

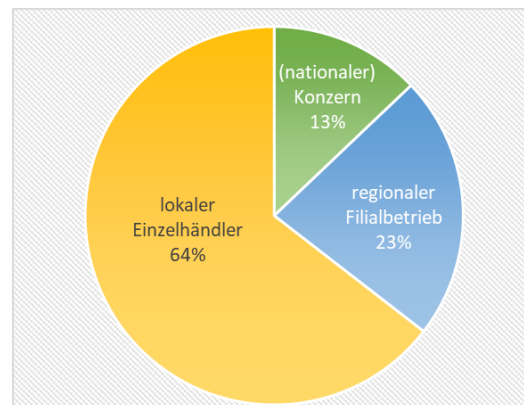
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	61	Anzahl der Dienstleister	98
Verkaufsfläche	8.485	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	10
Magnetbetriebe	Rewe, Aldi, Rossmann, Kik, Biomarkt Spickermann, Kodi, Timmerhaus, Parfümerie Pieper, Life & Style		



Quelle: Markt und Standort, 2018



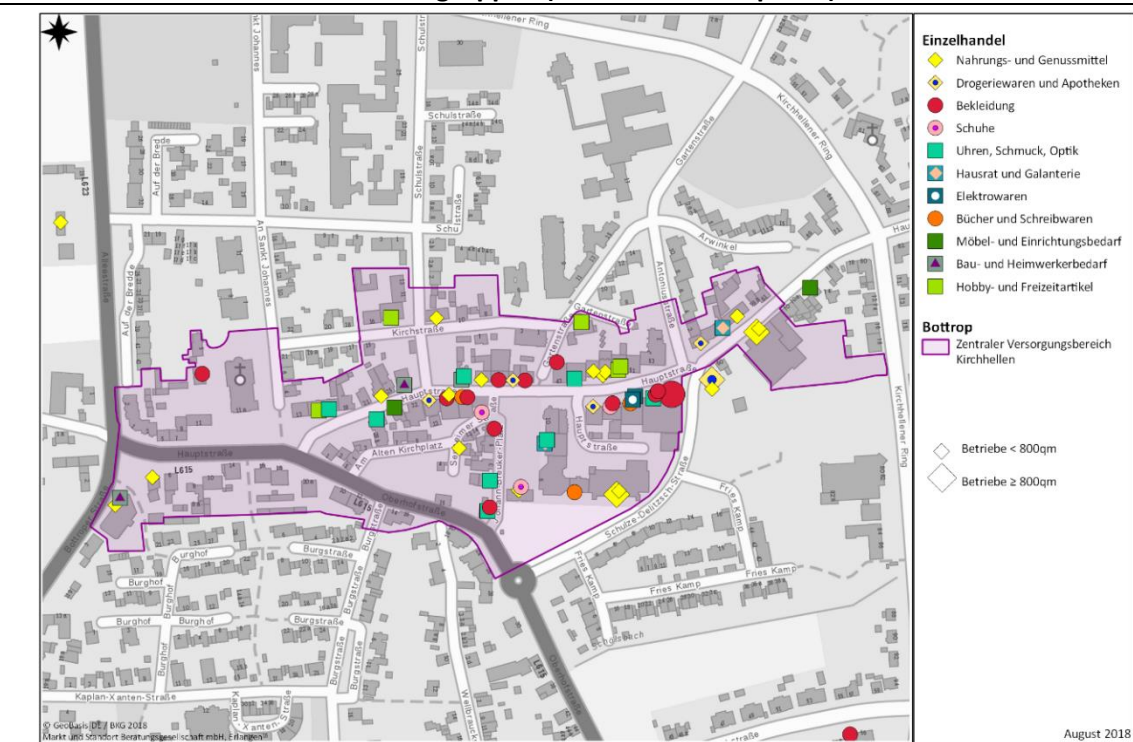
Quelle: Markt und Standort, 2018



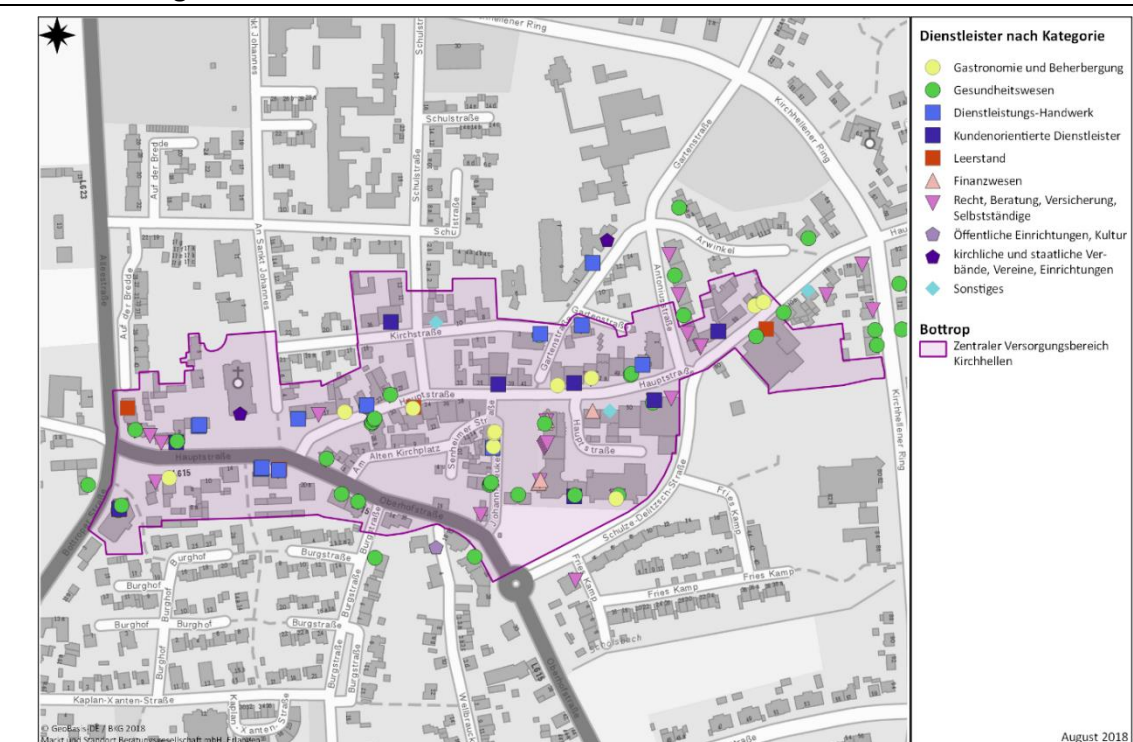
Zentrenpass Kirchhellen

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)

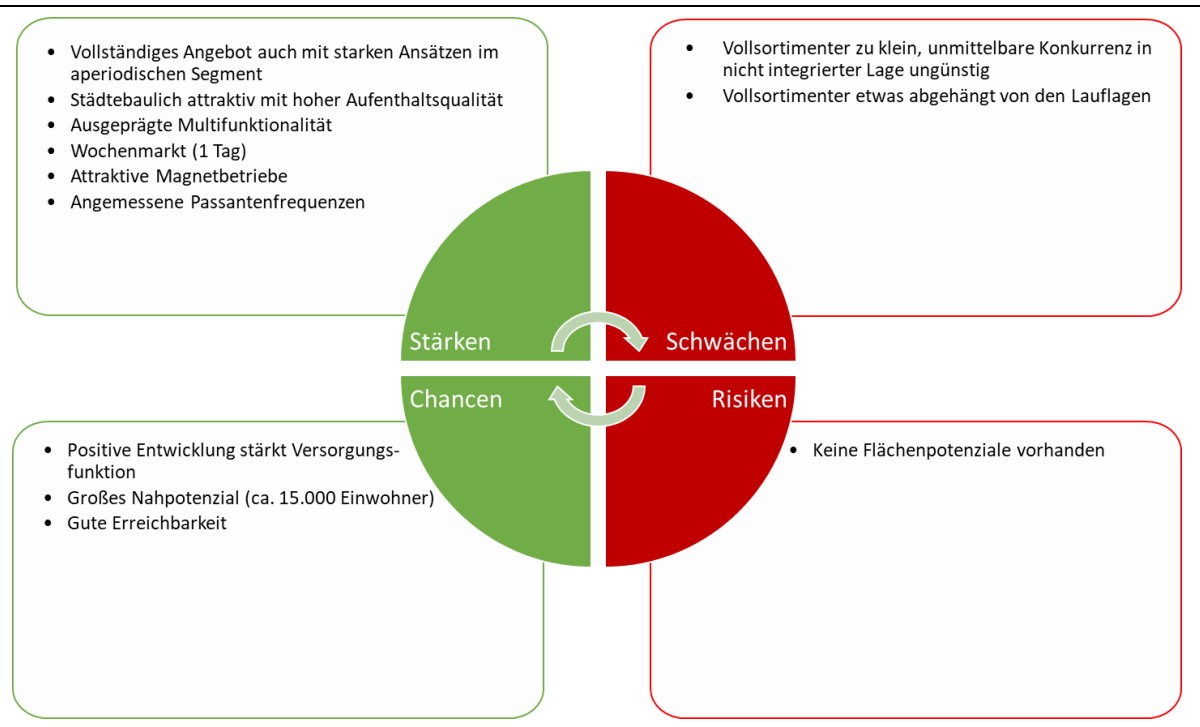


Dienstleistungsbetriebe





SWOT-Analyse



Handlungsbedarf städtebaulich:

- Außengastronomie fördern
- Aufenthaltsqualität noch weiter verbessern
- Anpassung der Abgrenzung durch das neue Geschäftshaus (Hauptstraße/Schulze-Delitzsch-Straße)

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

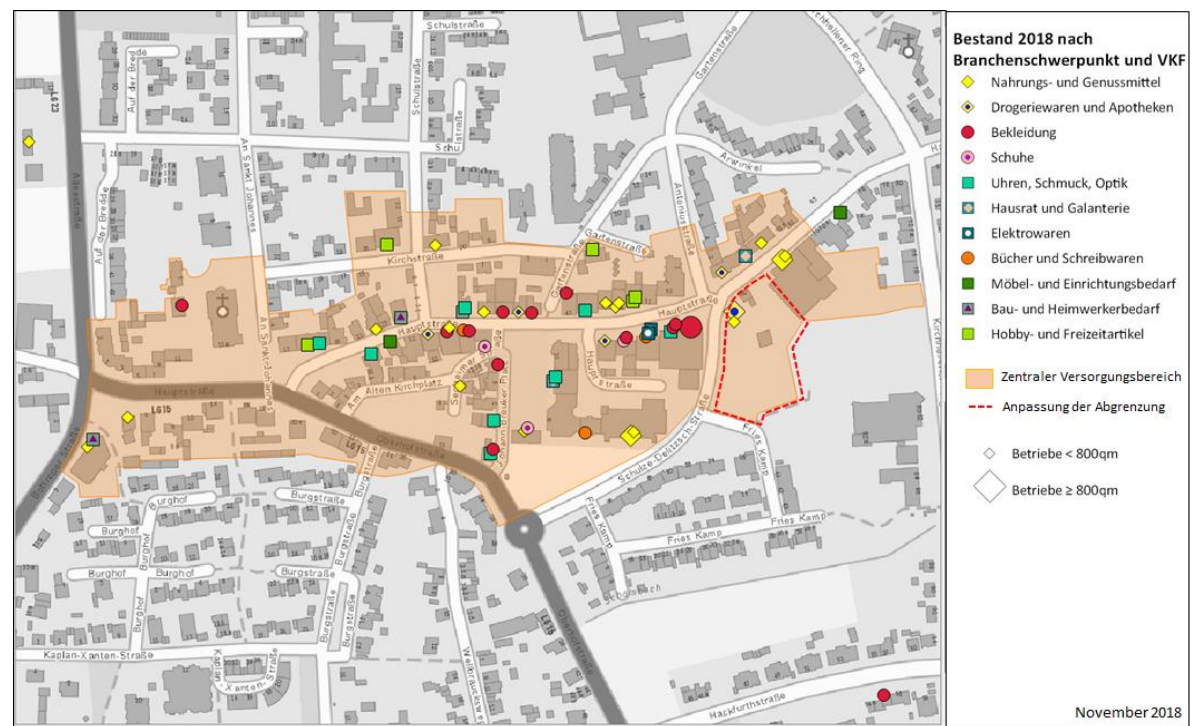
- Erweiterung des Vollsortimenters wäre günstig
- Ausweitung des mittelfristigen Angebotes



Zentrenpass Kirchhellen

bottrop

Abgrenzung des ZVB 2018





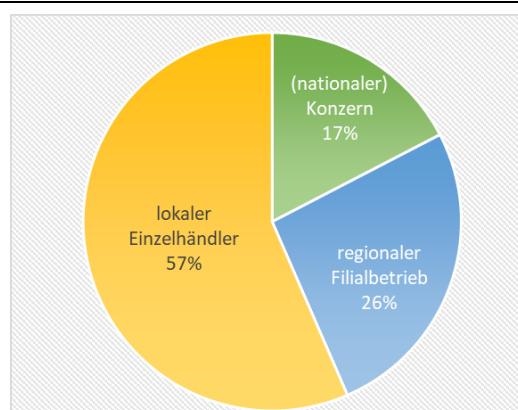
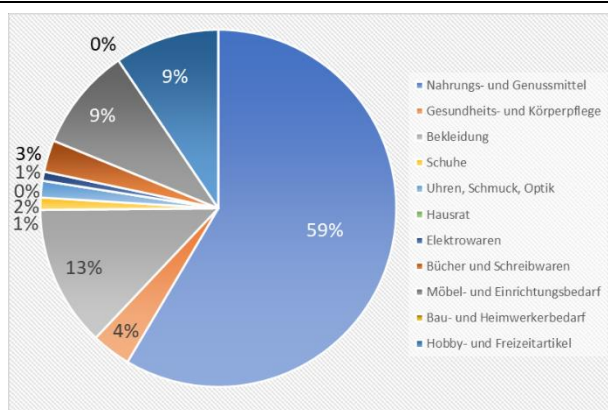
K.3.3 Zentrenpass NZ Boy (C-Zentrum)

Zentrenpass Boy

bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	13	Anzahl der Dienstleister	56
Verkaufsfläche	3.640	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	10
Magnetbetriebe	Rewe EKZ Triebe, Kik, Netto, Küchen und Design, Bomm Radsport		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018



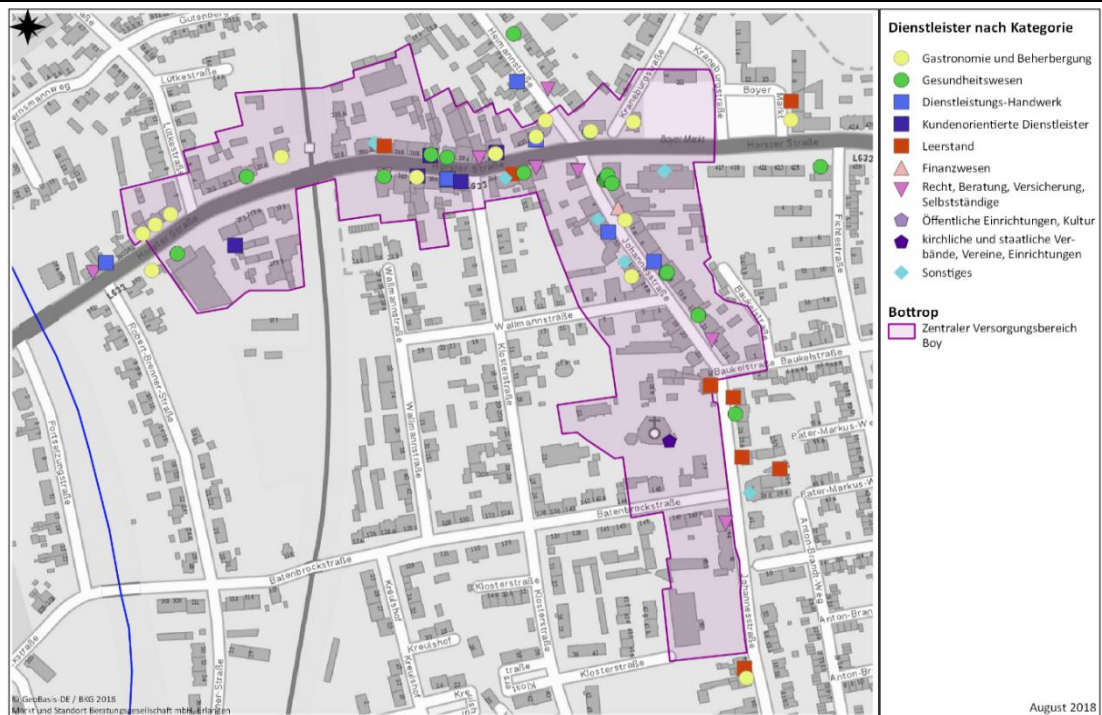
Zentrenpass Boy

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)

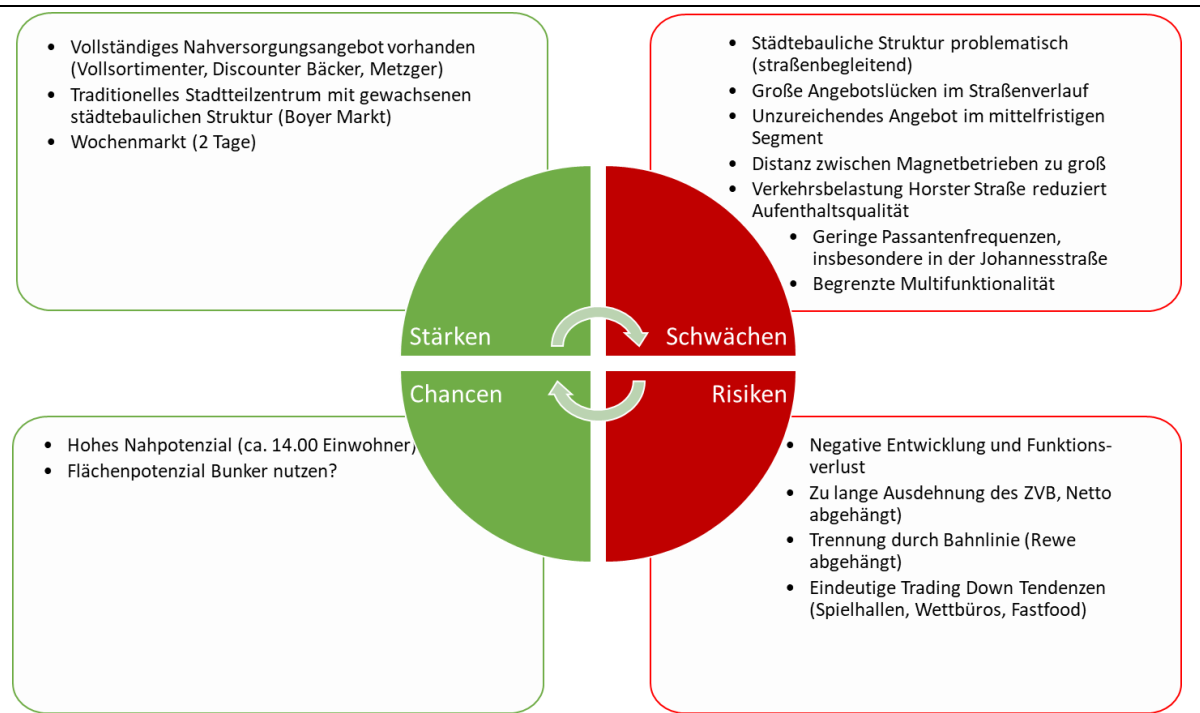


Dienstleistungsbetriebe





SWOT-Analyse



Handlungsbedarf städtebaulich:

- Räumliche Konzentration anstreben (Boyer Markt als Mittelpunkt)
- Flächenpotenziale aktivieren (z.B. Bunker)
- Aufenthaltsqualität verbessern
- Ausdehnung in der Johannesstraße nach Süden verkürzen (bis Baukelstraße)

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

- Modernisierung des Vollsortimenters
- Verstärkung der Nahversorgungsfunktion
- Verbesserung des mittelfristigen Angebotes



Abgrenzung des ZVB 2018



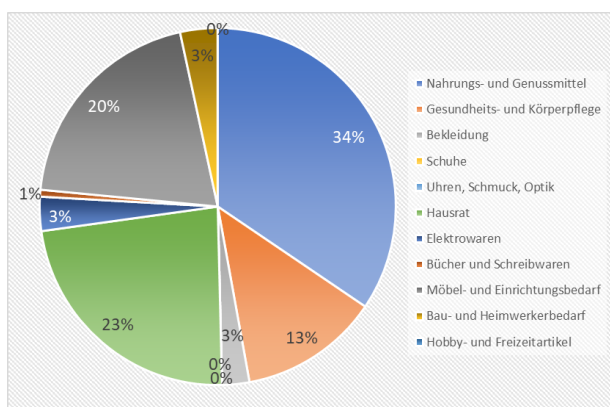


Zentrenpass Eigen

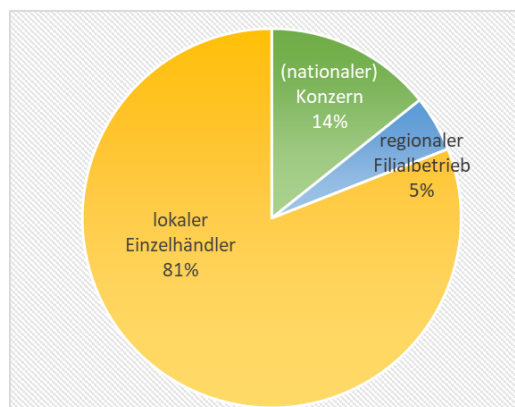
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	20	Anzahl der Dienstleister	35
Verkaufsfläche	3.235	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	9
Magnetbetriebe	Aldi, Tedi, Rossmann		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018





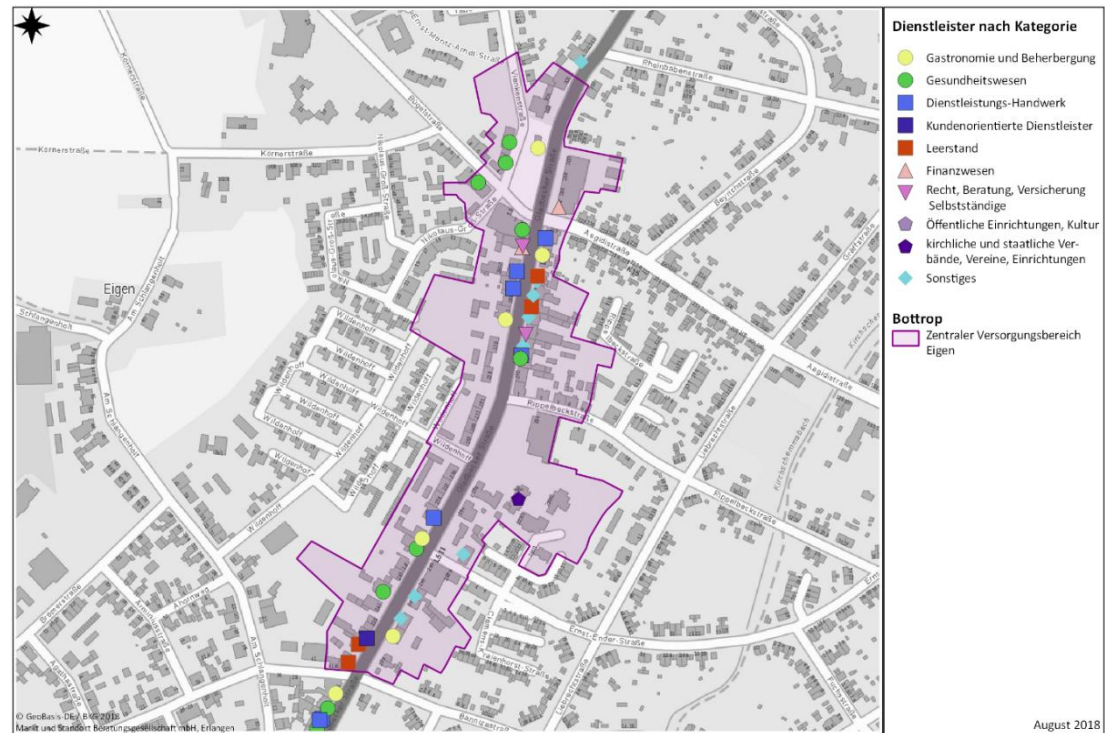
Zentrenpass Eigen

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)



Dienstleistungsbetriebe

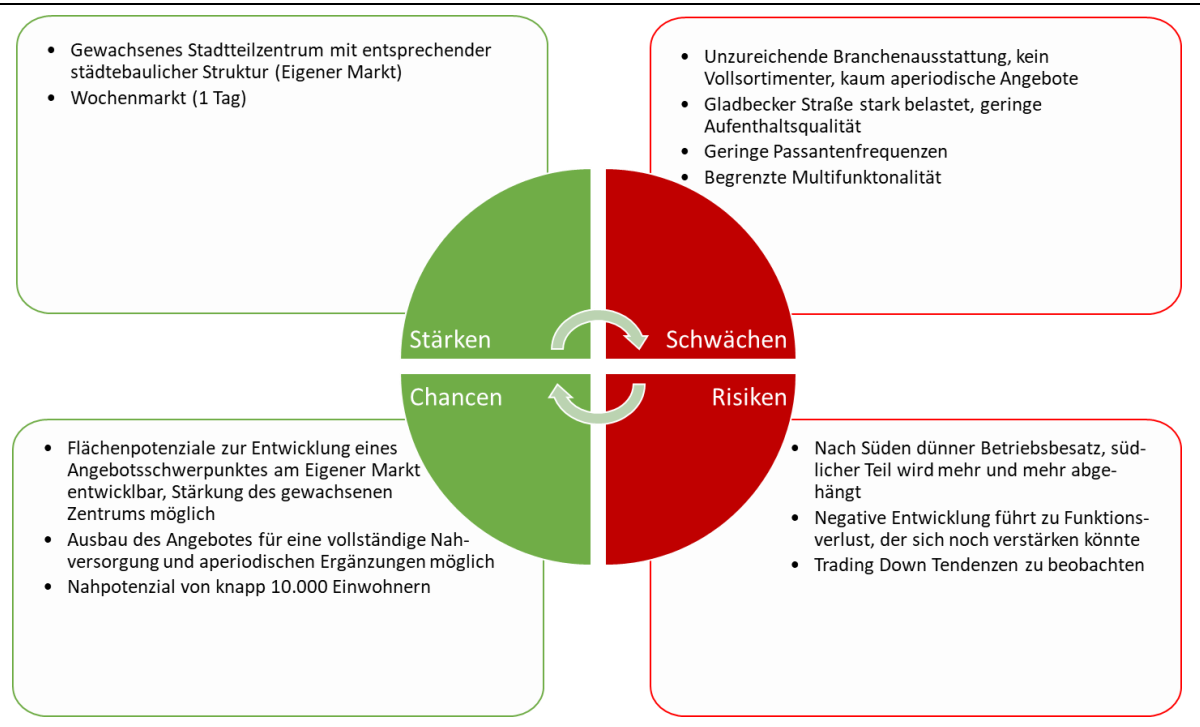




Zentrenpass Eigen

bottrop

SWOT-Analyse



Zentrenpass Eigen

bottrop

Handlungsbedarf städtebaulich:

- Räumliche Konzentration anstreben (Eigener Markt als Mittelpunkt)
- Flächenpotenziale aktivieren (wie gezeigt)
- Aufenthaltsqualität verbessern
- Ausdehnung in der Gladbecker Straße nach Süden verkürzen (bis Wildenhoff)

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

- Ansiedlung eines Vollsortimenters
- Verstärkung der Nahversorgungsfunktion
- Verbesserung des mittelfristigen Angebotes



Zentrenpass Eigen

bottrop

Abgrenzung des ZVB 2018





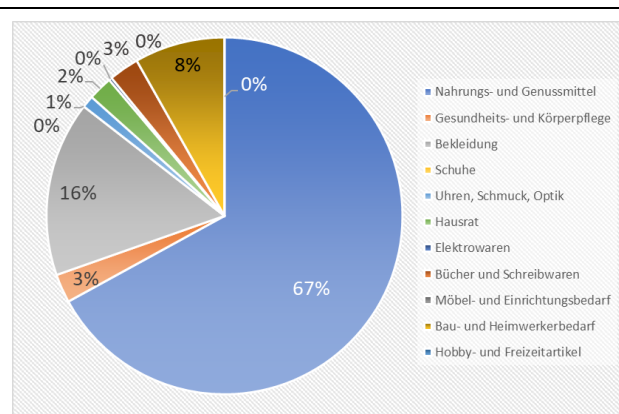
K.3.4 Zentrenpass NZ Fuhlenbrock (C-Zentrum)

Zentrenpass Fuhlenbrock

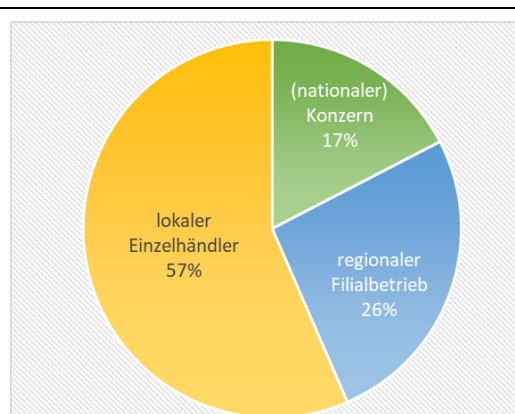
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	23	Anzahl der Dienstleister	41
Verkaufsfläche	3.655	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	3
Magnetbetriebe	Netto, Edeka, Trink & Spare, Kik		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018





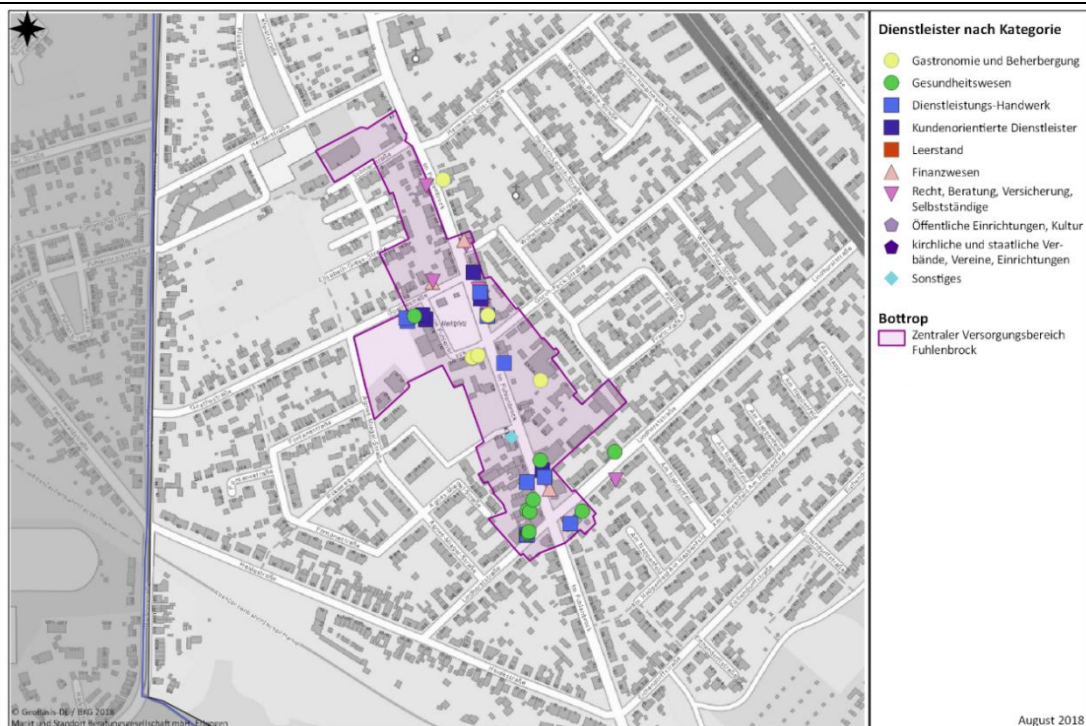
Zentrenpass Fuhlenbrock

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)

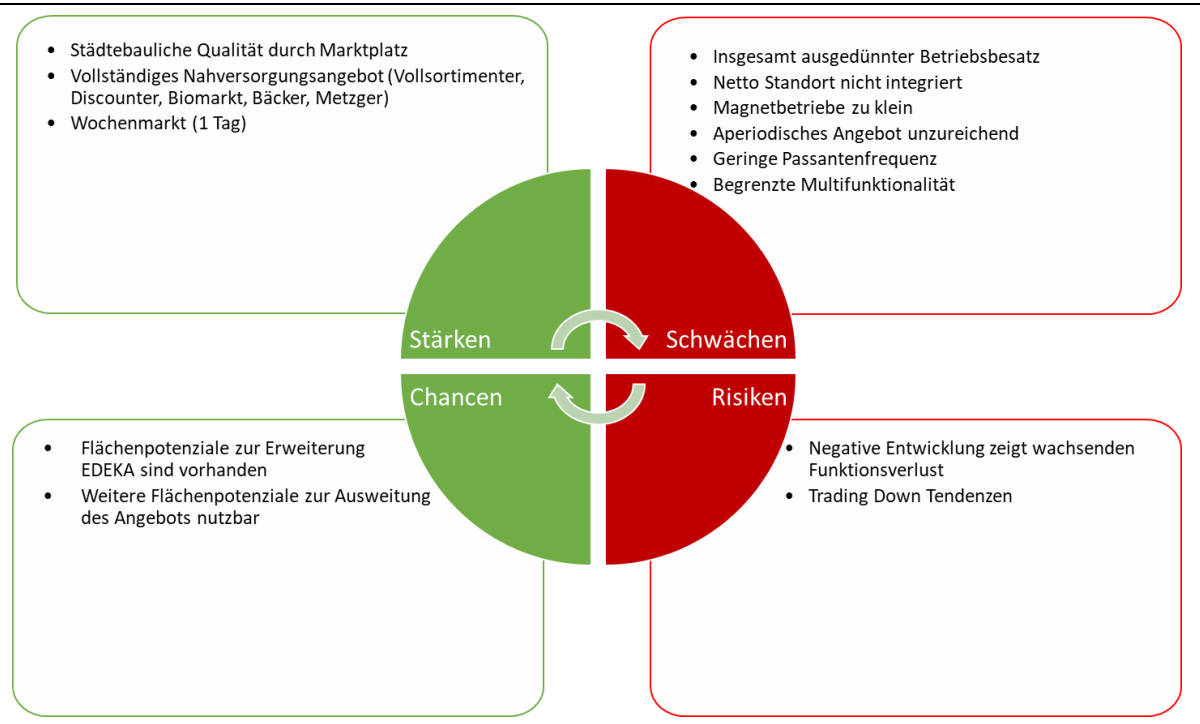


Dienstleistungsbetriebe





SWOT-Analyse



Handlungsbedarf städtebaulich:

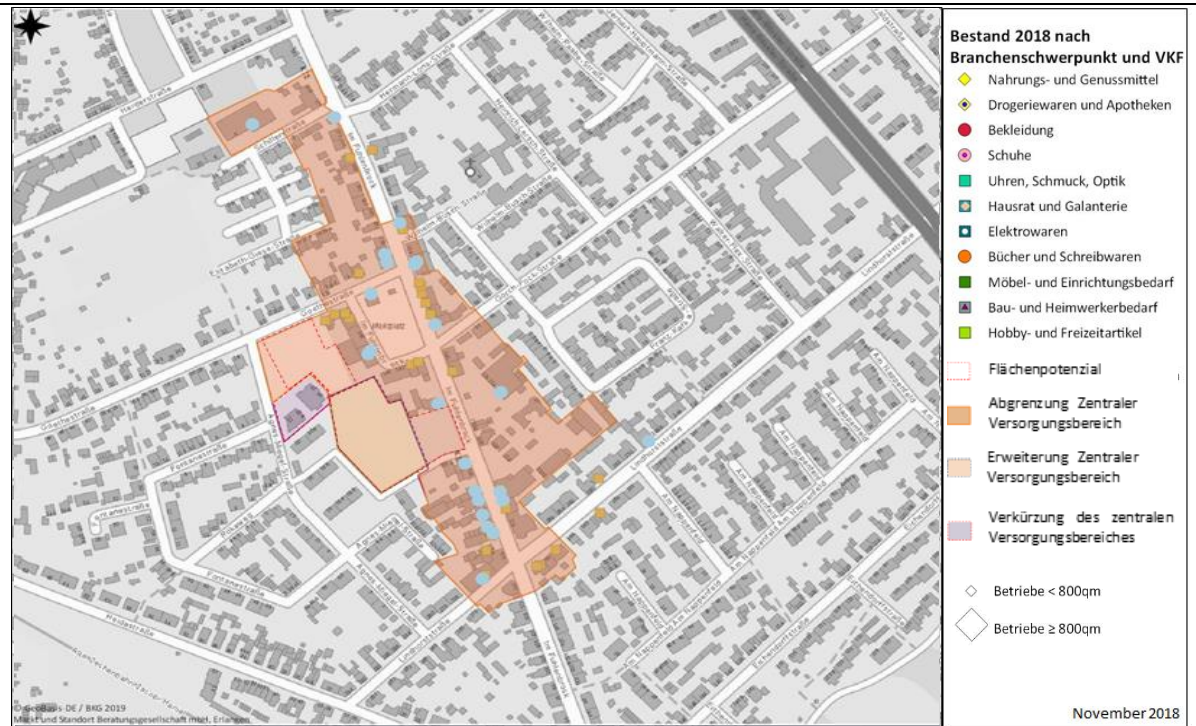
- Flächenpotenziale aktivieren (wie gezeigt)
- Aufenthaltsqualität verbessern

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

- Erweiterung eines Vollsortimenters
- Ansiedlung Drogeriemarkt
- Verstärkung der Nahversorgungsfunktion
- Verbesserung des mittelfristigen Angebotes



Abgrenzung des ZVB 2018





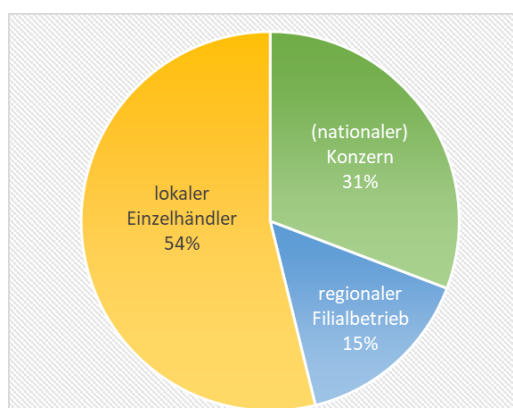
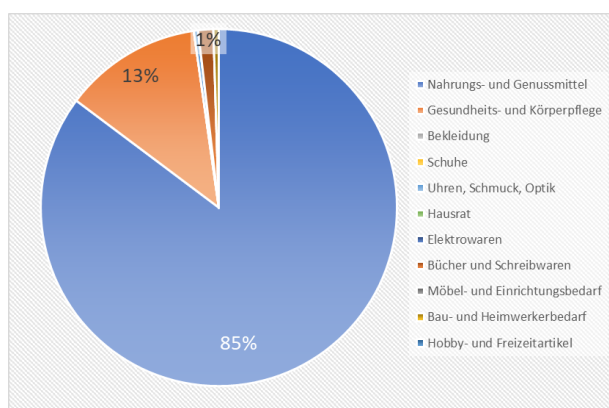
K.3.5 Zentrenpass Bahnhof/Südring (D-Zentrum)

Zentrenpass Bahnhof/Südring

bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	13	Anzahl der Dienstleister	24
Verkaufsfläche	5.110	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	0
Magnetbetriebe	E-Center Zurheide, Aldi, dm, Zurheide Getränke-Center		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018



Zentrenpass Bahnhof/Südring

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)



Dienstleistungsbetriebe





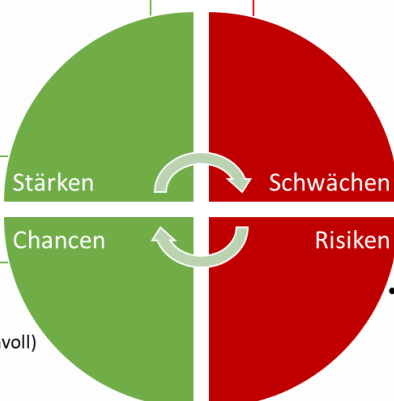
Zentrenpass Bahnhof/Südring

bottrop

SWOT-Analyse

- Vollständiger Nahversorgungsbesatz (Vollsortimenter, Discounter, Drogeriemarkt, Bäcker, Metzger)
- Vollsortimenter mit attraktiver Größe

- Eher verkehrsorientierter Standort mit geringer Integrationswirkung
- Aldi Discounter eher zu klein



- Großes Nahpotenzial
- Verkehrsgünstige Lage, gut erreichbar
- Angebotsausweitung (z.B. Biomarkt sinnvoll)

- Erweiterungsoptionen vorhanden?

Zentrenpass Bahnhof/Südring

bottrop

Handlungsbedarf städtebaulich:

- Stark autoorientierter mit begrenzter fußläufiger Erschließungswirkung

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

- Ist vollständig, eventuell Erweiterungsoption Aldi prüfen



Zentrenpass Bahnhof/Südring

bottrop

Abgrenzung ZVB 2018





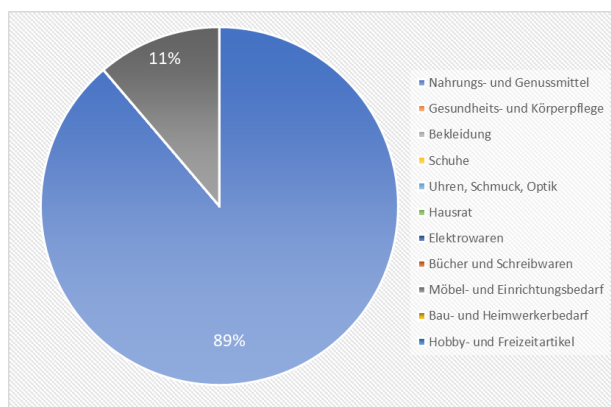
K.3.6 Zentrenpass NVZ Batenbrock-Nord (D-Zentrum)

Zentrenpass Batenbrock Nord

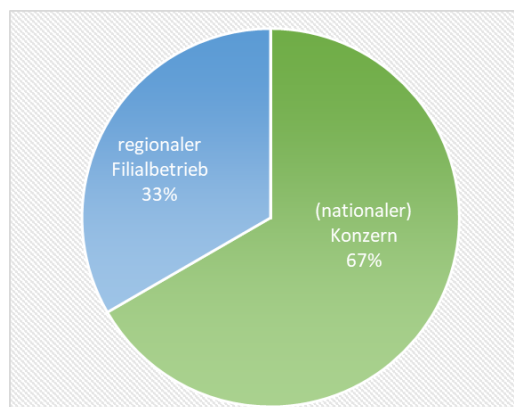
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	6	Anzahl der Dienstleister	12
Verkaufsfläche	2.670	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	6
Magnetbetriebe	Lidl, Trink & Spare, Rewe Gödecke, MFO Matratzen Markt		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018

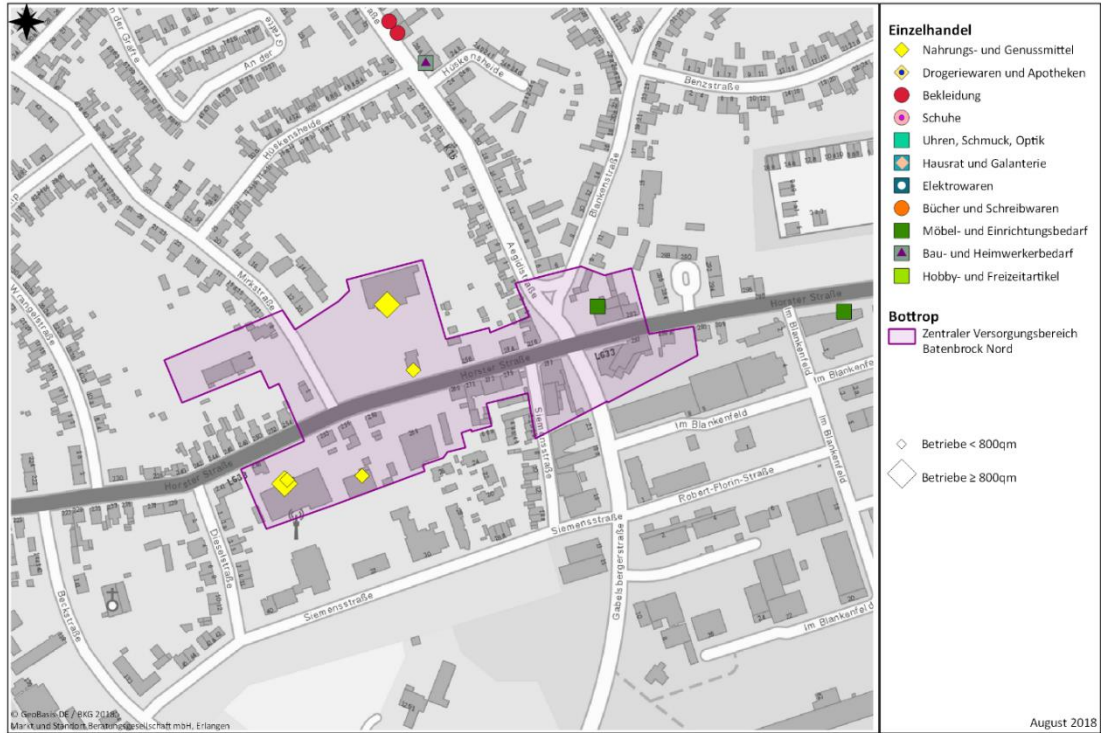




Zentrenpass Batenbrock Nord

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)



Dienstleistungsbetriebe

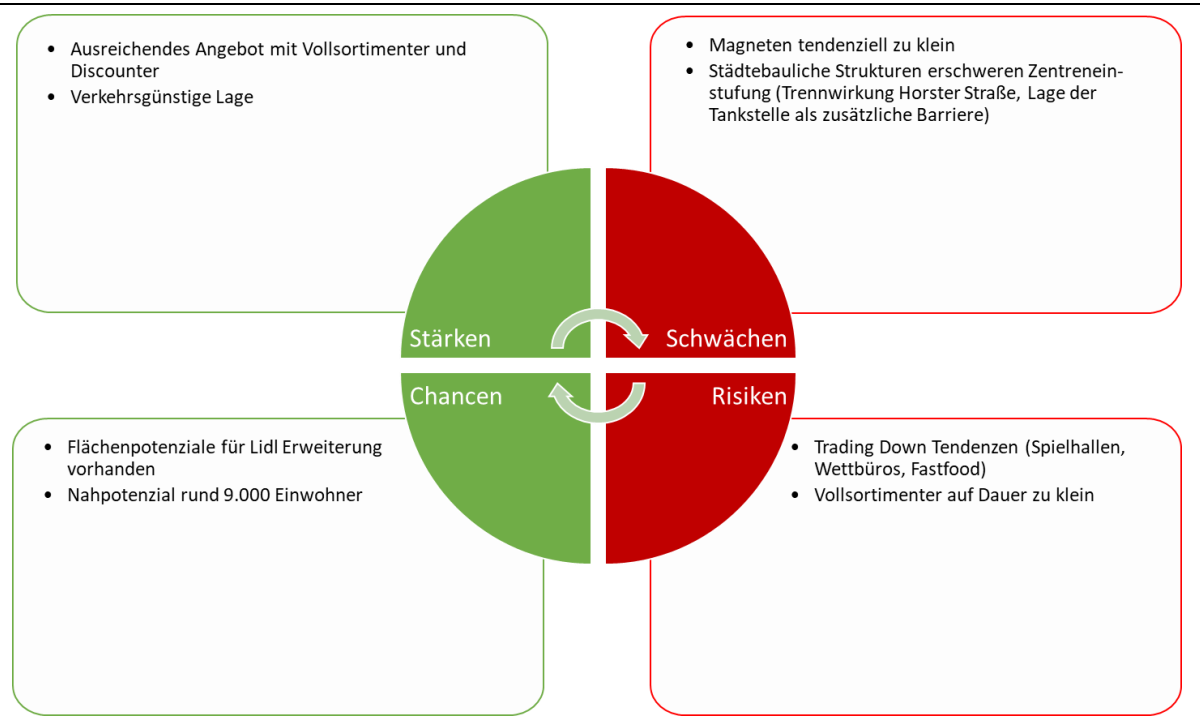




Zentrenpass Batenbrock Nord

bottrop

SWOT-Analyse



Zentrenpass Batenbrock Nord

bottrop

Handlungsbedarf städtebaulich:

- Vorhandene geringen Flächenpotenziale zur Optimierung des Lebensmitteldiscounters nutzen
- Zentrenstruktur ist nicht optimal (Lage der Magneten zueinander)

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

- Modernisierung des Vollsortimenters sinnvoll
- Erweiterung Lebensmitteldiscounter wünschenswert
- Stärkung des Nahversorgungsangebotes



Zentrenpass Batenbrock Nord

bottrop

Abgrenzung ZVB 2018





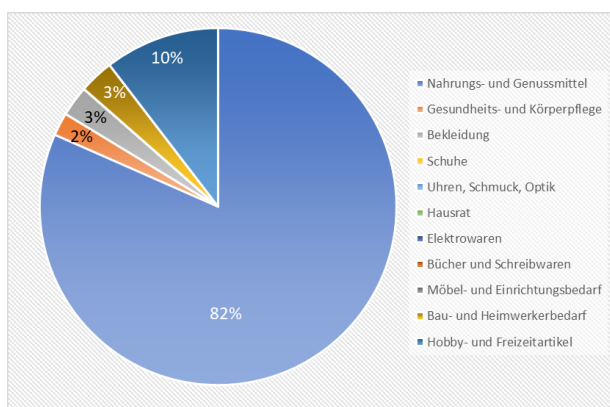
K.3.7 Zentrenpass NVZ Stadtwald/Kalter Eigen (D-Zentrum)

Zentrenpass Stadtwald/Kalter Eigen

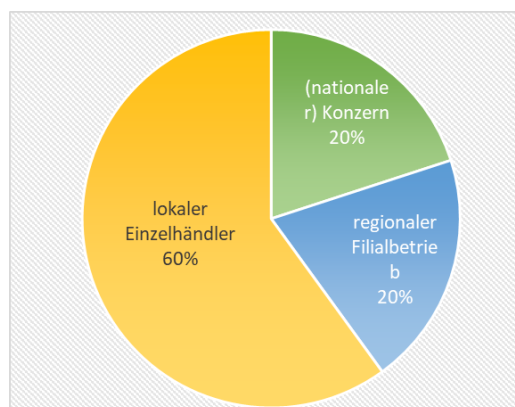
bottrop

Kerndaten

Anzahl der Betriebe	10	Anzahl der Dienstleister	10
Verkaufsfläche	1.440	Anzahl Leerstände (EZH/DL)	1
Magnetbetriebe	Kaufpark		



Quelle: Markt und Standort, 2018



Quelle: Markt und Standort, 2018

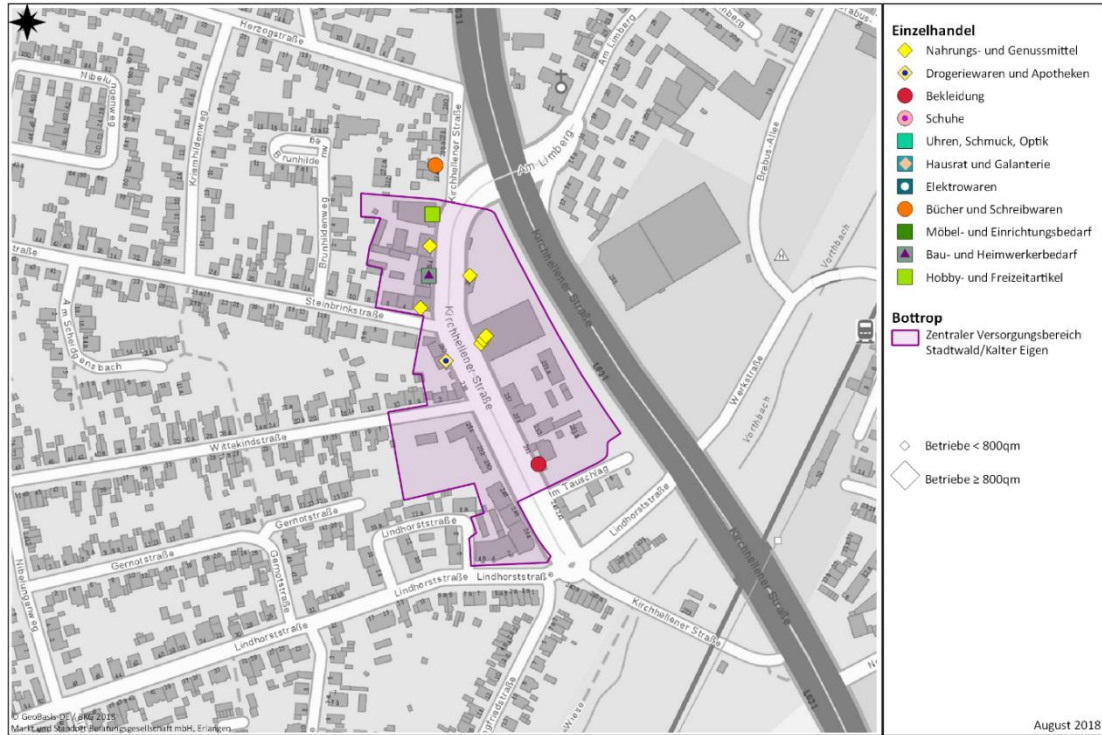




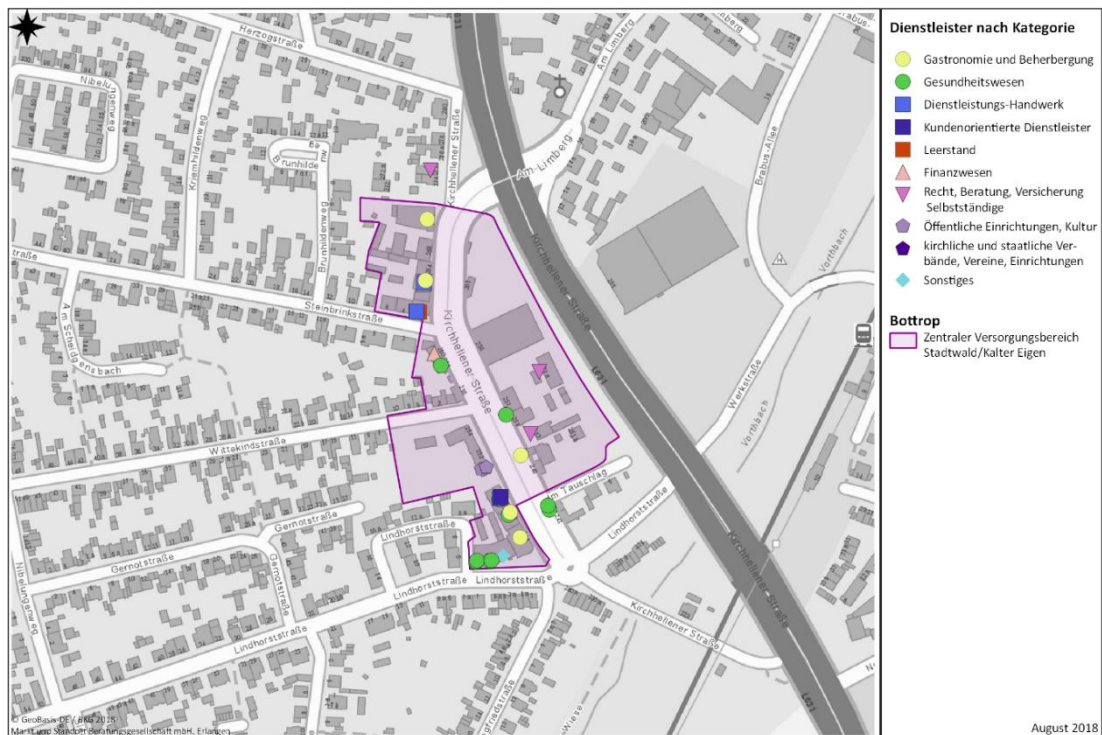
Zentrenpass Stadtwald/Kalter Eigen

bottrop

Einzelhandelsbetriebe nach Warengruppen (Branchenschwerpunkt)



Dienstleistungsbetriebe

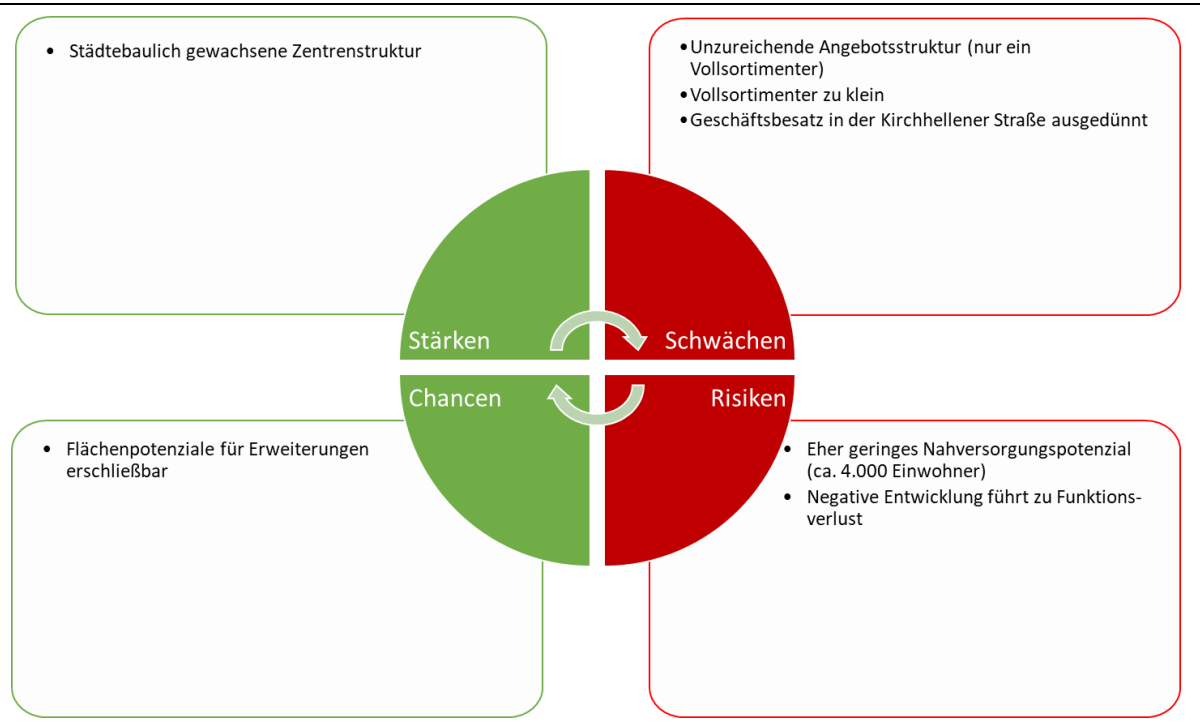




Zentrenpass Stadtwald/Kalter Eigen

bottrop

SWOT-Analyse



Zentrenpass Stadtwald/Kalter Eigen

bottrop

Handlungsbedarf städtebaulich:

- Flächenpotenziale, einschließlich der Tankstellenfläche zur Optimierung des Nahversorgungsangebotes nutzen
- Kleinteilige Nutzungen (v.a. Gastronomie und Dienstleistungen) in der Kirchhellener Straße stärken

Handlungsbedarf absatzwirtschaftlich:

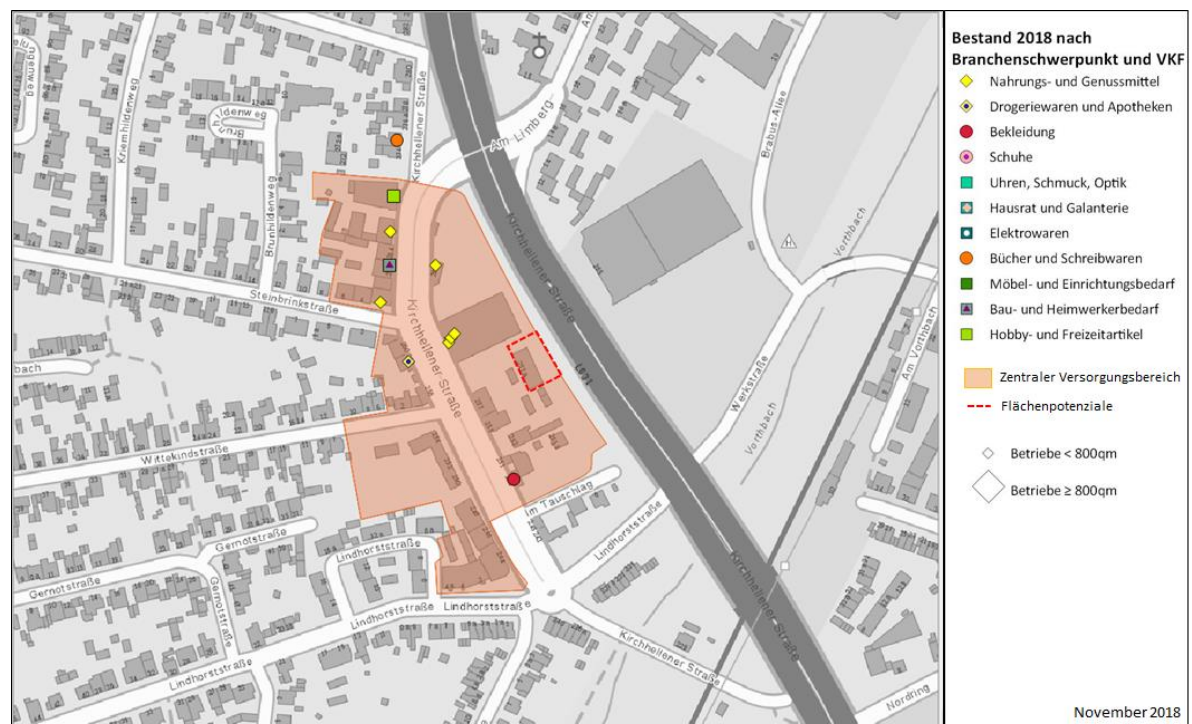
- Modernisierung des Vollsortimenters
- Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounter wünschenswert
- Stärkung des Nahversorgungsangebotes



Zentrenpass Stadtwald/Kalter Eigen

bottrop

Abgrenzung ZVB 2018





K.4 Absatzformen – Definitionen

Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1500 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 86 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 250 qm bis 1400 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umzuschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 90 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1500 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca.

3000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4000 qm (nach EHI Köln), von 5000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 2500 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1000 qm Verkaufsfläche.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum





Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.

Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1000-1500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2000-4000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbelfachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen Standflächen für die Ladeneinrichtung, Ausstellungsflächen sowie Freiflächen, Gänge und Treppen innerhalb des Verkaufsraumes.

Marktgebiet/Einzugsbereich

Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt

einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Penderverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlaugen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

Für die neuen Bundesländer werden Werte erzielt, die bei etwa 70-85 Prozent der Werte für die alten Bundesländer liegen.

Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raum-





leistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.

Raumleistung/Flächenproduktivität

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilskonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standort-metrisches Konzept).





K.5 Markt und Standort Warengruppensystematik 2018

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)
Pferdefleischerei
Bäckerei, Konditorei
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren
Reformwaren
Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier
Fisch, Fischerzeugnisse
Wild, Geflügel
Süßwaren
Kaffee, Tee, Kakao
Fleisch, Fleischwaren
Brot, Konditorwaren
Kartoffeln, Gemüse, Obst
Sonstige Nahrungsmittel
Wein, Spirituosen
Bier, alkoholfreie Getränke
Tabakwaren
(enthält Supermärkte, SB-Märkte, Kioske und SBW+VM aus Umlage)

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken
Medizinisch-Orthopädische Artikel
Parfümerien (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel u.a. über Umlage)
Drogerien (u.a. pharmazeutische u. chemikalische Erzeugnisse u.a. über Umlage)
Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten

3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung
Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung
Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge
Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)
Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör
Damenwäsche, Miederwaren
Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke
Kurzwaren, Schneidereibedarf
Handarbeiten, Handarbeitsbedarf
Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff
Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe
Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)
Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,
Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten, Möbel- und Grillgeräte für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)
Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)
Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut
Galanteriewaren, Geschenkartikel (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzenständer)
Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)
Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)
Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)
Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
Bücher, Fachzeitschriften
Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen
Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner,
Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)
Korb-, Kork- und Flechtwaren
Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren
Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)
Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien
Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins
Teppiche, Läufer, Kelims
Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen
Lampen, Leuchten
Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche

10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)
Schrauben, Kleineisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.
Tapeten, Wand- und Deckenbeläge
Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, o. Teppiche)
Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)
Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde
Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel
Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel,
technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien
Sammlerbriefmarken
Kfz-Zubehör (Autopflegemittel u.a. anteilig 25 %)
Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen
Waffen, Munition, Jagdgeräte
Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)
Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte,
Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten))

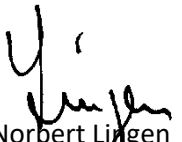




Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2, sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen (auch auszugsweise), Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Hugenottenplatz 1
91054 Erlangen

Erlangen, Juli 2019


Norbert Lingen
Geschäftsführer

