

EINZELHANDELS- UND STÄDTEBAULICHES ENTWICKLUNGSKONZEPT für die Stadt Munster



Einzelhandels- und städtebauliches Entwicklungskonzept für die Stadt Munster

Im Auftrag der Stadt Munster

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

**Stefan Kruse
Christina Nitz**

Markt 5 44137 Dortmund

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

Juli 2017

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

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

Inhalt

1	Anlass und Ziel des Einzelhandelskonzeptes.....	7
2	Untersuchungsaufbau	9
3	Methodische Vorgehensweise.....	11
3.1	Angebotsanalyse	11
3.2	Nachfrageanalyse	19
3.3	Städtebauliche Analyse.....	20
4	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	22
4.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	22
4.2	Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels	24
4.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	26
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....	30
5.1	Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern.....	30
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes.....	34
5.3	Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte	38
5.3.1	Innenstadt Munster	38
5.3.2	Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße	42
5.3.3	Stadtteil Breloh	44
5.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in der Stadt Munster.....	45
5.5	Fazit der aktuellen Angebots- und Nachfrageanalyse	49
6	Entwicklungsspielräume des Munsteraner Einzelhandels	51
7	Einzelhandelskonzept für die Stadt Munster	59
7.1	Räumliches Entwicklungsleitbild	59
7.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung.....	61
7.3	Räumliches Standortstrukturmodell.....	65
7.4	Zentraler Versorgungsbereich.....	68
7.4.1	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt	70
7.4.2	Der Hauptgeschäftsbereich „zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“ Munster	71
7.4.3	Handlungsempfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich	74
7.4.4	Empfehlungen zur städtebaulichen Aufwertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.....	77

7.5	Definition von Sonderstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglicher Weiterentwicklung.....	82
7.6	Identifizierung und Definition (solitärer) Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung.....	83
7.7	Munsteraner Sortimentsliste.....	85
7.7.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	85
7.7.2	Herleitung der Munsteraner Sortimentsliste	88
8	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Münster.....	94
9	Verzeichnisse	103
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	106

1 Anlass und Ziel des Einzelhandelskonzeptes

Die Stadt Munster sieht sich wie viele Mittelzentren einem erheblichen Wettbewerbsdruck im Einzelhandelsbereich ausgesetzt, dies trifft vor allem auf die Innenstädte zu. Hierfür sorgen zum einen die starken Ober- und Mittelzentren in der Region wie Hamburg, Hannover, Bremen, Celle und Soltau. Zum anderen sind einige strukturelle Situationen innerhalb der Stadt festzustellen, die zu einem unausgewogenen Verhältnis des Einzelhandelsbesatzes an nicht integrierten Standorten zur Innenstadt sowie einer wenig kompakten Ausdehnung des zentralen Geschäftsbereiches beigetragen haben. Hinzu kommt das im Vergleich zu anderen Kommunen eher schwache Kaufkraftniveau der Bevölkerung der Stadt. Die zentrale Achse der Innenstadt, die Wilhelm-Bockelmann-Straße, hat in der Folge an Anziehungskraft verloren und in der ehemals durchgängigen Hauptgeschäftsstraße ist teilweise der Trend Richtung Leerstand und Wohnnutzung in den Erdgeschosslagen zu erkennen. Die Entwicklung stellt die Stadtplanung vor große Herausforderungen, galt doch der Einzelhandel über Jahrzehnte als die Leitfunktion in der Innenstadt. Die Notwendigkeit zur Neuausrichtung des Zentrums wird neben den dargestellten „stadtinternen Gründen“ auch aus veränderten gesellschaftlichen bzw. wirtschaftlichen Rahmenbedingungen gespeist. Dazu zählen insbesondere die Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur, sich wandelnde Vorstellungen an Leben und Wohnen, Strukturveränderungen im Einzelhandel und die stetig steigende Anforderung und veränderte Verhaltensweise von Besuchern und Kunden an das Stadtzentrum.

Das Einzelhandels- und Städtebaukonzept stellt für die Stadt Munster eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Munster, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können. Darüber hinaus dient es der Stadtverwaltung und Politik als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen. Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar. In Verbindung mit städtebaulichen Aspekten, die zur Aufwertung der Innenstadt von Munster beitragen sollen, erlangt der Stadtkern zukünftig wieder an Bedeutung und Anziehungskraft.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandels- und Städtebaukonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Des Weiteren sind die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB) und Landesebene (Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017 am 17. Februar 2017 in Kraft getreten) mit neuen Zielen und Grundsätzen zum Erhalt der Versorgungsstrukturen und zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels zu beachten.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat die Verwaltung der Stadt Munster das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit der Erarbeitung eines Einzelhandels- und Städtebaukonzeptes für die Stadt Munster beauftragt.

Diese Untersuchung entwickelt – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betriebswirtschaftlicher Anforderungen - ein-

zelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und –grenzen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Münster im Allgemeinen und insbesondere in der Innenstadt im Speziellen. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt, wie die Sicherung und Stärkungen der Innenstadt von Münster und die Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum, eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll das Konzept auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler als auch auf privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Stadt Münster erhält mit diesem Einzelhandels- und Städtebaukonzept und dem „abschließenden“ Ratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandels- und Städtebaukonzeptes herbeizuführen und diese auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben¹. Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

¹ Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

2 Untersuchungsaufbau

Das vorliegende Einzelhandels- und städtebauliche Entwicklungskonzept umfasst zunächst eine Analyse der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie die Bewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Munster. Darauf aufbauend werden die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Zielsetzung, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) erarbeitet.

Dementsprechend umfasst die Erarbeitung des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster drei wesentliche, aufeinander aufbauende Bausteine:

- die Analyse des Status Quo basierend auf einer Einzelhandelsbestandserhebung und städtebaulichen Bewertung
- die Betrachtung von Entwicklungsspielräumen und die Formulierung von städtebaulichen Handlungsempfehlungen sowie
- das umsetzungsorientierte Konzept zur künftigen Steuerung des Einzelhandels in Munster.

Das „tatsächliche“ **Konzept** (vgl. Kapitel 7) stellt als eigenständiger Baustein insbesondere Strategien und Instrumente zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in Munster dar. Es basiert auf den Ergebnissen der Analyse und der Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung und beinhaltet die folgenden Steuerungsinstrumente:

- die übergeordneten Ziele der Einzelhandelsentwicklung,
- das Standortstrukturmodell,
- die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches,
- die Identifizierung und Sicherung der solitären Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorte,
- die Munsteraner Sortimentsliste sowie
- Ansiedlungsregeln (Grundsätze) zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Munster.

Prozessbegleitung

Die Erarbeitungs- und Umsetzungsprozesse zahlreicher Einzelhandelskonzepte haben gezeigt, dass die Akzeptanz eines Konzeptes nur dann gegeben ist, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch allen Akteursgruppen (insbesondere der Politik, der lokalen Kaufmannschaft und der Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns aufzuzeigen. Dementsprechend wurde von Seiten des Gutachters ein besonderer Wert auf die Vermittlung von Zwischen- und Endergebnissen gelegt. In diesem Sinne wurde der Erarbeitungsprozess des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster im Rahmen von zwei öffentlichen Veranstaltungen am 9. Januar und 30. Mai 2017 vorgestellt. Zu den Teilnehmern gehörten neben den Vertretern der Stadt Munster, den örtlichen politischen Vertretern und dem Gutachterbüro auch die Einzelhändler und interessierten Bürger.

Das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandels- und städtebauliche Entwicklungskonzept soll zukünftig eine politische Entscheidungsgrundlage darstellen, deren Anwendung beziehungsweise Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Munster abhängt. Ergänzend zu den öffentlichen Veranstaltungen wurden darüber hinaus am 17. August 2017 im Bauausschuss Stadt Munster die einzelnen Bausteine des Konzeptes präsentiert und diese mit den politischen Entscheidungsträgern diskutiert. Die Öffentlichkeit der Stadt Munster erhielt zudem nach der zweiten Öffentlichen Veranstaltung die Möglichkeit, Anregungen und Bedenken schriftlich einzureichen. Abschließend soll das Konzept im Rat der Stadt Munster vorgestellt und als „sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept“ im Sinne von § 1 (6) Nr. 11 BauGB beschlossen werden.

3 Methodische Vorgehensweise

Die Aufstellung des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Erarbeitung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Stadtgebiet.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Munster gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, sodass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild der Einkaufssituation in Munster ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

3.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation in Munster wurde im Oktober 2016 eine flächendeckende Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes in Munster durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebietes bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen dieser Erhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortiment aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Erhebung wurden die jeweils angebotenen Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen² der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – soweit zugelassen und möglich³ – erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

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

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen (insbesondere zur Übersichtlichkeit der Ergebnisse) den der nachfolgenden Tabelle zu entnehmenden 17 Warengruppen zugeordnet.

² Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z. B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

³ Wenn eine Erhebung mittels lasergestützter Flächenerfassungsgeräte nicht erlaubt wurde, ist die Verkaufsfläche abgeschritten bzw. geschätzt worden.

Tabelle 1: Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Munster

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe			
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u>	dazu zählen Feinkost, Fisch, Kaffee, Obst und Gemüse, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein, Sekt, Spirituosen
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u>	
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u>	
	Getränke	<u>Getränke</u>	inkl. Wein, Sekt, Spirituosen
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u>	inkl. Zimmergestecke, exkl. Topf- und Zimmerpflanzen
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen</u>	Topf- und Zimmerpflanzen sowie Blumentöpfe und Vasen für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel, lebende Tiere</u>	zoologische Gebrauchsartikel, Reinigungs-, Pflege- und Hygienemittel, Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien
	Heim- und Kleintierfutter	Heim- und Kleintierfutter	Tierfutter für Haustiere
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>pharmazeutische Artikel</u>	
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren/Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel/Parfümeriewaren</u>	inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher	<u>Bücher</u>	inkl. Antiquariat
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Büromaschinen</u>	zu Büromaschinen zählen Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner
	Zeitungen/Zeitschriften	<u>Zeitungen/Zeitschriften</u>	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe			
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u>	dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u>	dazu zählen Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u>	inkl. Schuhpflegemittel, exkl. Sportschuhe
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	<u>Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme</u>	
Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren</u>	Geschirr aus Porzellan, Steinzeug, Steinzeug und Glas, Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäsche-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
			ständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen</u>	Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u>	inkl. Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u>	inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler-, Jagdartikel und Waffen</u>	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u>	dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u>	inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte</u>	dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Reitsportartikel	<u>Reitsportartikel</u>	inkl. Reitsportbekleidung und Reitsportstiefel
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung/Sportschuhe</u>	
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u>	dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe			
Wohneinrichtung	Bettwaren	<u>Bettwaren</u>	umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daun- en, Matratzenschoner
	Matratzen	<u>Matratzen</u>	
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe</u>	dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), Zubehör für Gardinen und Dekostoffe, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>	
	Wohndekorationsartikel	<u>Kunstgewerbe/Bilder/Bilder- rahmen, Wohndekorationsar- tikel</u>	kunstgewerbliche Arti- kel/Erzeugnisse, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, De- korationsartikel, Ziergegen- stände, Kunstblumen
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u>	dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohn- möbel, Gartenmöbel (inkl. Polsterauflagen), Lattenrost
Elektro/Leuchten	Elektro Großgeräte	<u>Elektro Großgeräte</u>	dazu zählt weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u>	dazu zählen elektrische Kü- chen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toas- ter, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leucht- mittel</u>	Wohnraumleuchten wie Wand, Decken-, Stand- und Tisch- leuchten inkl. Zubehör
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zu- behör, Unterhaltungselektronik und Zubehör</u>	Musik- und Film-CDs/DVDs, Computer, Notebooks, Dru- cker, Scanner, Monitore, Tasta- turen, Mouse, Speichermedien (CD/ DVD-Rohlinge, USB- Sticks), Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software, Fotoapparate, Digi- talkameras und Fotozubehör, Telefone, Handys, Smartpho- nes, Faxgeräte und Zubehör, Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.
medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte, Optik/Augenoptik, Sanitätsartikel</u>	
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck	<u>Uhren/Schmuck</u>	
Baumarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u>	dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfasern-, Holz- spanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Iso- liermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäu- ne/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben/Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine/Kachelöfen, Rollläden/Markisen, Sanitärartikel, Tapeten,</u>	Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbe- läge (Auslegware) inkl. Reini- gungs- und Pflegemittel, Schrauben, Nägel, Metallbe- schläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel, elektrotechnisches Zubehör, Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherun- gen, elektr. Bauteile, elektr.

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
		<u>Installationsmaterial, Maschinen/Werkzeuge</u>	Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschränke, Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tape-ablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitten, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten, Sonnenschutz, Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen, Duschtrennungen, Kleister, Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkstatteinrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u>	inkl. Autokindersitze
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte, Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u>	Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Großspielgeräte für den Garten, Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u>	dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/ Blumen
Sonstiges	Aktionsartikel	<u>Aktionsartikel</u>	
	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>	
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>	

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Warengruppendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2017

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Munsteraner Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage der Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorge-

hensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erarbeitende „Munsteraner Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-) Lagen oder städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentraler (Versorgungs-) Bereich

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

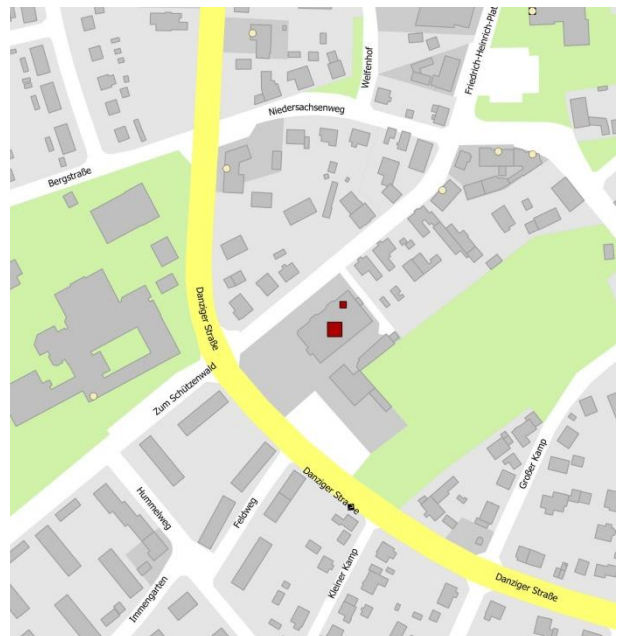
Beispiel: Innenstadt Munster



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der städtebaulich „integrierten Lagen“ existiert nicht. Im Sinne des Munsteraner Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde integriert sind und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie z. B. Bahn- gleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Beispiel: Lebensmittelanbieter am Schützenwald




Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht-integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und rein autokundenorientierte Standorte (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Kohlenbissener Grund



Quelle: eigene Zusammenstellung und Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

Umsatzberechnung

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

Definition „Nahversorgung“

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

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

Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden zahlreiche Sortimente der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (vgl. Tabelle 1). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzept wird **als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation** einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und

Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotsituation zu berücksichtigen sind. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppen-spezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Einzelhandelsbetriebe*, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Wohnquartier gewährleisten⁴ sollen.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadt-/Ortsteile oder -bereiche einnehmen. Insbesondere folgende Sortimente und Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnort- beziehungsweise wohnungsnahe Nahversorgung eingestuft werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine einer wohnort- bzw. wohnungsnahen (Grund-) Versorgung

„idealtypische“ Ausstattung ⁵ :	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel
	Bank(automat) Arzt, Friseur, Lotto
Mögliche Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

3.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Darstellung und Bewertung der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Munsteraner Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

⁴ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte fußläufige Distanz eruiert. Aufgrund der siedlungsräumlichen Struktur in Munster wird im Weiteren eine Distanz von ca. 800 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

⁵ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE). In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur sowie der räumlichen Verteilung insbesondere des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Stadtgebiet, können auch Bereiche mit einem nicht der „idealtypischen Ausstattung“ entsprechenden Angebot als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. Tabelle 1) angepasst werden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Bestimmung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Munsteraner Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Diese Erhebung wurde in enger Kooperation mit ausgewählten örtlichen Einzelhändlern in Munster durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im November 2016 in 22 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranchen und Größenordnungen im gesamten Stadtgebiet die Postleitzahlen der Wohnorte der jeweils zahlenden Kunden erfasst.

Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebietes der Stadt Munster eingeflossen ist.

Ergänzend dazu bilden Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

3.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Innenstadt und der Versorgungsstandorte im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt beziehungsweise eines Orts- bzw. Stadtteils sind für die Prosperität eines zentralen Bereiches neben dem Einzelhandelsprofil insbesondere auch städtebauliche Belange wie beispielsweise die räumliche Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die

wechselseitigen Beeinflussungen der Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁶
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen bzw. touristischen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil der Erarbeitung des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Münster. Sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte und insbesondere für die Innenstadt von Münster. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁷ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern, ein notwendiger Schritt ist, um eine belastbare Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Rechtsprechung zu bieten.

⁶ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- und Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

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

4 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden zunächst die allgemeinen standortrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt, die zur Einordnung der Stadt Munster hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation dienen. Diese Rahmenbedingungen wirken sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes aus (vgl. Kapitel 4.1). Anschließend werden die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen, und hier insbesondere das Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels (vgl. Kapitel 4.2) sowie die im Einzugsgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (vgl. Kapitel 4.3), ermittelt.

Insgesamt stellen die in diesem Untersuchungsschritt gewonnenen Erkenntnisse einen wichtigen Baustein zur Ermittlung möglicher quantitativer Entwicklungsspielräume in der Stadt dar.

4.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Munster erfolgt nachstehend eine Übersicht der Rahmenbedingungen in Bezug auf die Rolle der Stadt in der Region, ihre verkehrliche Anbindung an bzw. in das nähere Umland, die landesplanerische Versorgungsfunktion, die Siedlungsstruktur sowie die gesamtstädtische Einwohnerverteilung.

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

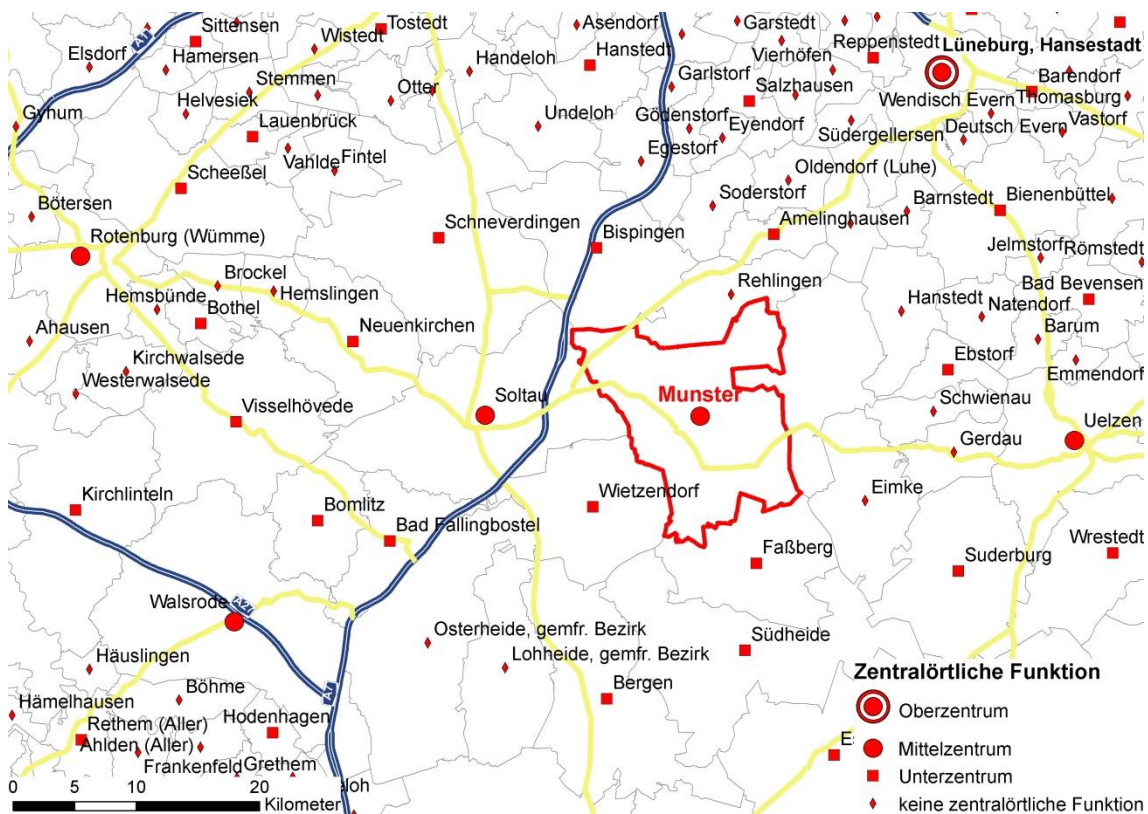
Die Stadt Munster ist Teil des Landkreises Heidekreis in Niedersachsen und ein wichtiger Bundeswehrstandort mit drei Kasernen und angrenzenden Truppenübungsplätzen. Sie ist mit rund 15.000 Einwohnern⁸, die sich auf sechs Ortsteile verteilen, eine mittelgroße Kommune im Heidekreis, die zwischen den Metropolregionen Hannover und Hamburg liegt. Die direkten Nachbarkommunen sind Soltau, Bispingen, Faßberg, Rehlingen, Wietzendorf und Wriedel.

Der Bahnhof im nördlichen Siedlungsbereich des Kernortes bindet die Stadt an das Schienennetz der Deutschen Bahn an. Die Strecke Bremen-Uelzen wird über den „erixx - Nahverkehr in Harz und Heide“ bedient. Die Anbindung an die übrigen Stadtteile erfolgt über Regionalbuslinien.

Mit dem Individualverkehr erreicht man Munster über die Bundesstraße B 209, die aus Lüneburg Richtung Südwesten führt. Die zentrale Verbindung erfolgt jedoch über die Bundesstraße 71, die unmittelbar an die Autobahn A 7 angeschlossen ist. Der Autobahnanschluss Soltau Ost befindet sich rund 10 km von Munster entfernt in Soltau.

Gemäß der landesplanerischen Einordnung ist der Stadt Munster die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Damit übernimmt die Stadt den Versorgungsauftrag für den gehobenen periodischen Bedarf der Bevölkerung, der neben verwaltungstechnischen und sozialen Aspekten der Gemeinde vor allem in der Bereitstellung von Einrichtungen und Angeboten, die eine mittelzentrale Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen im gesamten Stadtgebiet ermöglichen sollen (weiterführende Schulen, Krankenhäuser, vielseitige Einkaufsmöglichkeiten, etc.). Darüber hinaus sind Mittelzentren zugleich Arbeitsmarktzentrum für ihren Verflechtungsbereich.

⁸ Quelle: Stadt Munster, Stand November 2016

Karte 1: Lage im Raum

Quelle: eigene Darstellung; © OpenStreetMap

Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur

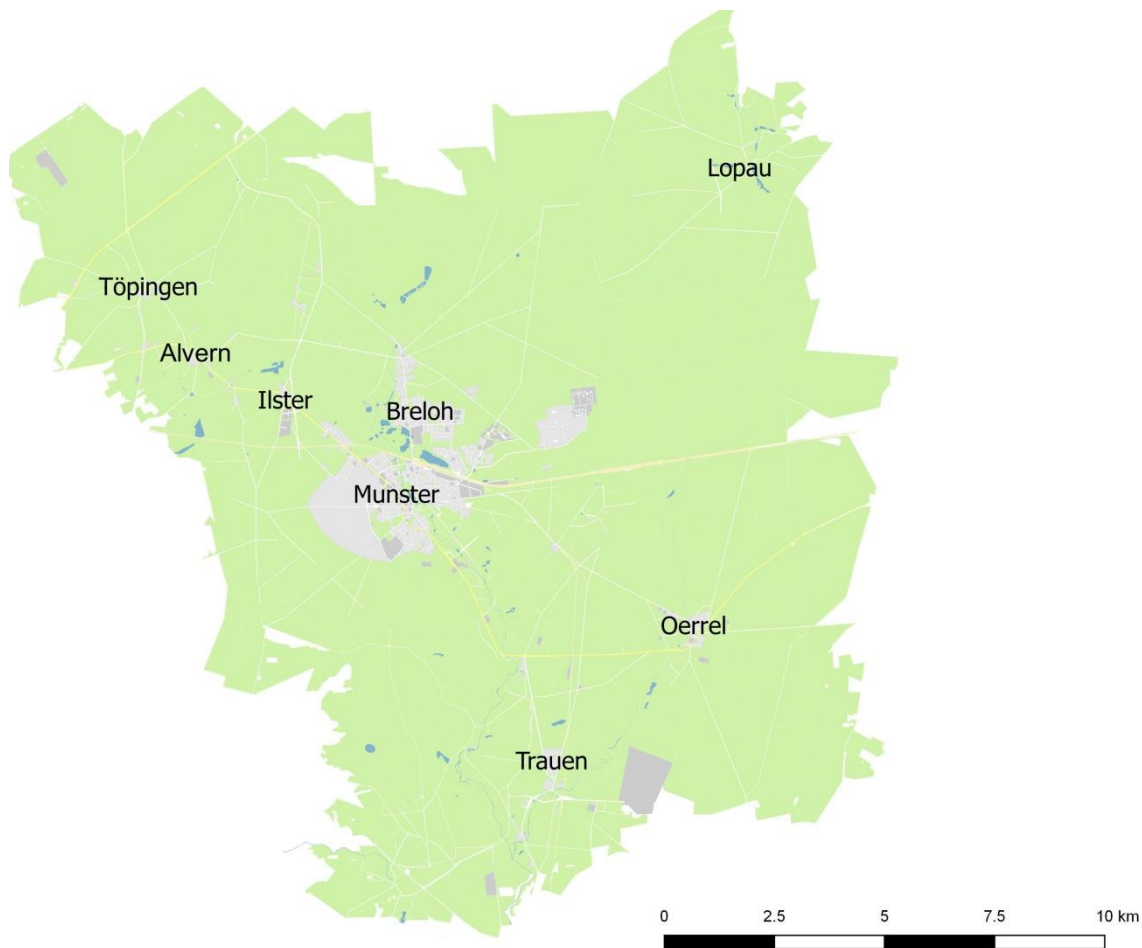
Insgesamt leben rund 15.000 Einwohner im Stadtgebiet von Munster. Im Kernort Munster leben derzeit rund 10.000 Einwohner, im nördlichen angrenzenden Stadtteil Breloh rund 3.000 Einwohner. Die Übrigen rund 2.000 Einwohner verteilen sich auf die weiteren sechs Stadt- bzw. Ortsteile. Einen wichtigen Anteil an der Bevölkerung übernimmt die Bundeswehr, rund 1.500 Personen zählen zu den Einwohnern der Stadt. Darüber hinaus leben rund 5.000 Soldaten temporär in Munster und rund 1.000 Personen sind jährlich als Lehrgangsteilnehmer in der Stadt.⁹


Der Kernort Munster zeichnet sich durch eine kompakte Siedlungsstruktur aus und verfügt über einen zentral gelegenen gewachsenen Stadtkern mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten, die von Wohngebieten umgeben sind. Im nördlichen Siedlungsbereich, rund 1,5 km vom Stadtkern entfernt, befindet sich das Gewerbegebiet bzw. der Sonderstandort Kohlenbissener Grund /Wagnerstraße, mit vorwiegend großflächigen Strukturen, die schwerpunktmäßig dem Einzelhandel zuzuordnen sind. Südlich und Östlich des Kernortes befinden sich die Kasernenstandorte mit den angrenzenden Truppenübungsplätzen.

Der Stadtteil Breloh besteht ausnahmslos aus Wohnsiedlungsbereichen, die durch Einfamilienhäuser geprägt sind. Der Ortsteil befindet sich nördlich der Bahnlinie. Die übrigen Ortsteile Alvern, Ilster, Lopau, Oerrel, Töpingen, Trauen sind in ihrer Siedlungsstruktur dörflich geprägt und befinden sich in abgesetzter Lage.

⁹ <http://www.munster.de/staticsite/staticsite.php?menuid=72&topmenu=44&keepmenu=inactive>; Stadt Munster: Standortfaktoren

Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Munster



Quelle: Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

4.2 Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels

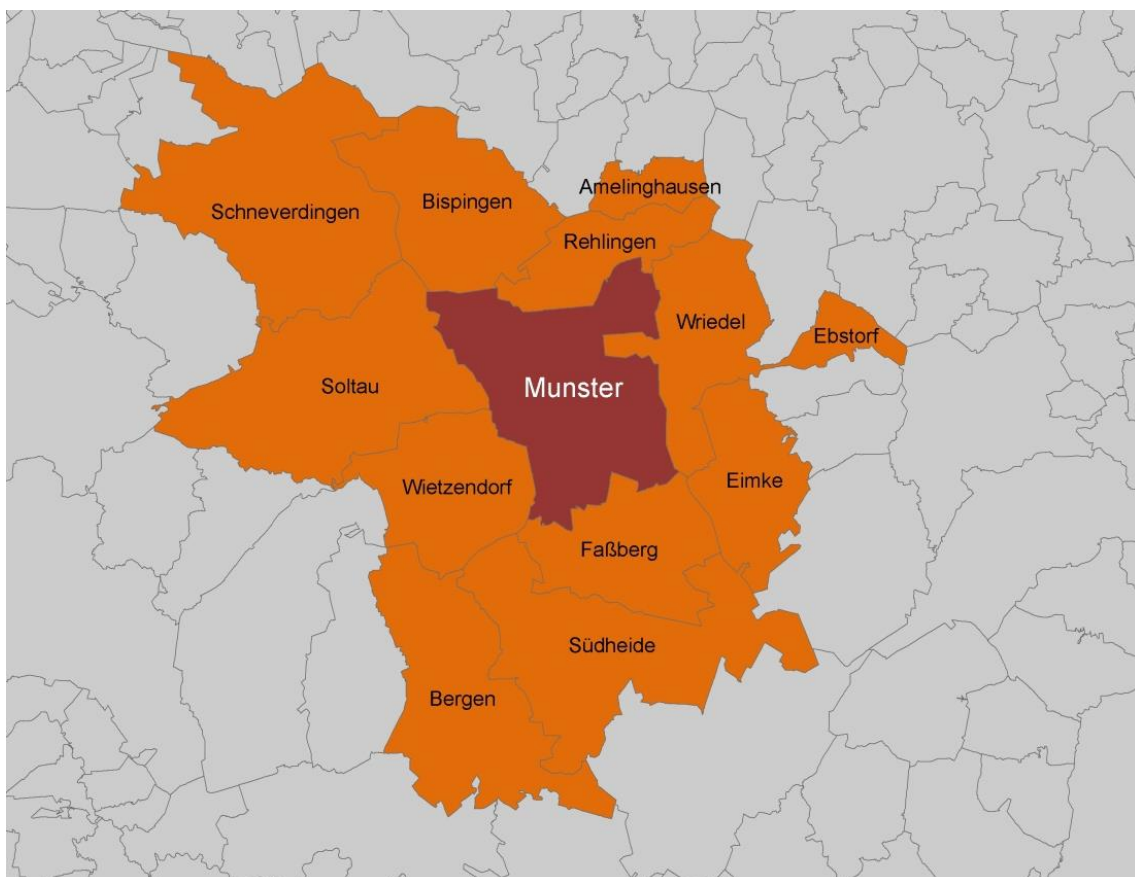
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelsstandorten in der Stadt und den Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Kommune als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Kernort bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Münster, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Zur **empirischen Bestimmung des Einzugsgebiets** wurde im November 2016 eine Kundenherkunftserhebung in teilnehmenden Munsteraner Einzelhandelsbe-

trieben durchgeführt (s. Kapitel 3.2). Die im Rahmen dieser Erhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen ($n = 5.900$) wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung des Standortes als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf dieser Grundlage sind Tendenzaussagen zum Verflechtungsbereich des Munsteraner Einzelhandels möglich.

Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes (vgl. dazu Karte 3) dient zum einen der Bewertung der derzeitigen **Ausstrahlungskraft des Einzelhandels** in Munster sowie zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des **externen Nachfragepotenzials**. Die Abgrenzung des Einzugsgebietes stützt sich dabei im Wesentlichen auf die zentralörtliche Gliederung des Raumes, die Lage der einzelnen zentralen Orte zueinander sowie die verkehrliche Erreichbarkeit der jeweiligen Ober-, Mittel- und Grundzentren. Der Abgrenzung liegt dabei die Prämisse zu Grunde, dass das einzelhandelsrelevante Angebot einer Stadt umso eher nachgefragt wird, je attraktiver und verkehrlich gut erreichbar es ist. Folglich nimmt die Bindung außerhalb Munsters lebender Einwohner an das in der Stadt lokalisierte Einzelhandelsangebot mit zunehmender Entfernung vom Stadtgebiet ab. Basierend auf diesen Überlegungen lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Munster wie folgt abgrenzen:

Karte 3: Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels

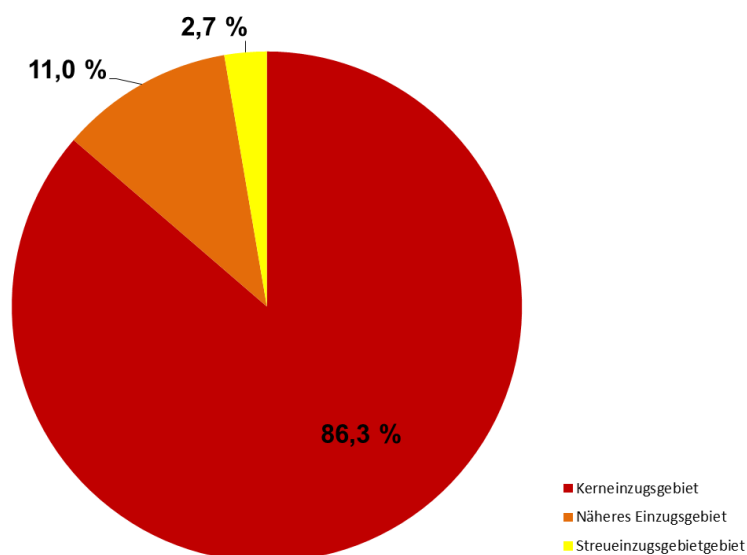


Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im November 2016, $n = 5.900$; © OpenStreetMap

Kerneinzugsgebiet

Die Stadt Munster wird mit einem gesamten Kundenpotenzial von knapp **15.000 Einwohnern** mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rd. **78 Mio. Euro** als Kerneinzugsgebiet definiert. Rund 86 % aller erfassten Kunden kamen aus der Stadt. Im Vergleich zu anderen Städten dieser Größenordnung und vergleichbarer regionaler Konkurrenzsituation entspricht dieser Kundenanteil dem zu erwartenden Anteil.

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Munsteraner Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im November 2016, n= 5.900

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Aus diesem Bereich stammen rund 11% der erfassten Kunden. Auch dies ist für ein Mittelzentrum durchaus angemessen. Das **Einzugsgebiet** umfasst die Kommunen Bispingen, Rehlingen, Wriedel, Eimke, Faßberg, Südheide, Bergen, Wietzendorf, Soltau und Schneverdingen. In diesem Gebiet leben aktuell rund **96.000 Einwohner**.

Streueinzugsgebiet

Als sogenannte *Streuumsätze* des Einzelhandels werden daneben „Zufallskäufe“ durch Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet. Abgesehen von dem in Munster vorhandenen Potenzial der Soldaten ist davon auszugehen, dass ein eher unwesentlicher Anteil des einzelhandelsrelevanten Umsatzes im Munsteraner Einzelhandel auf die Kaufkraft aus dem Streueinzugsgebiet entfällt. Der Anteil liegt bei knapp 3 %.

4.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand von Bevölkerungszahlen und einzelhan-

delsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Munster stellt sich für das Jahr 2016 wie folgt dar:

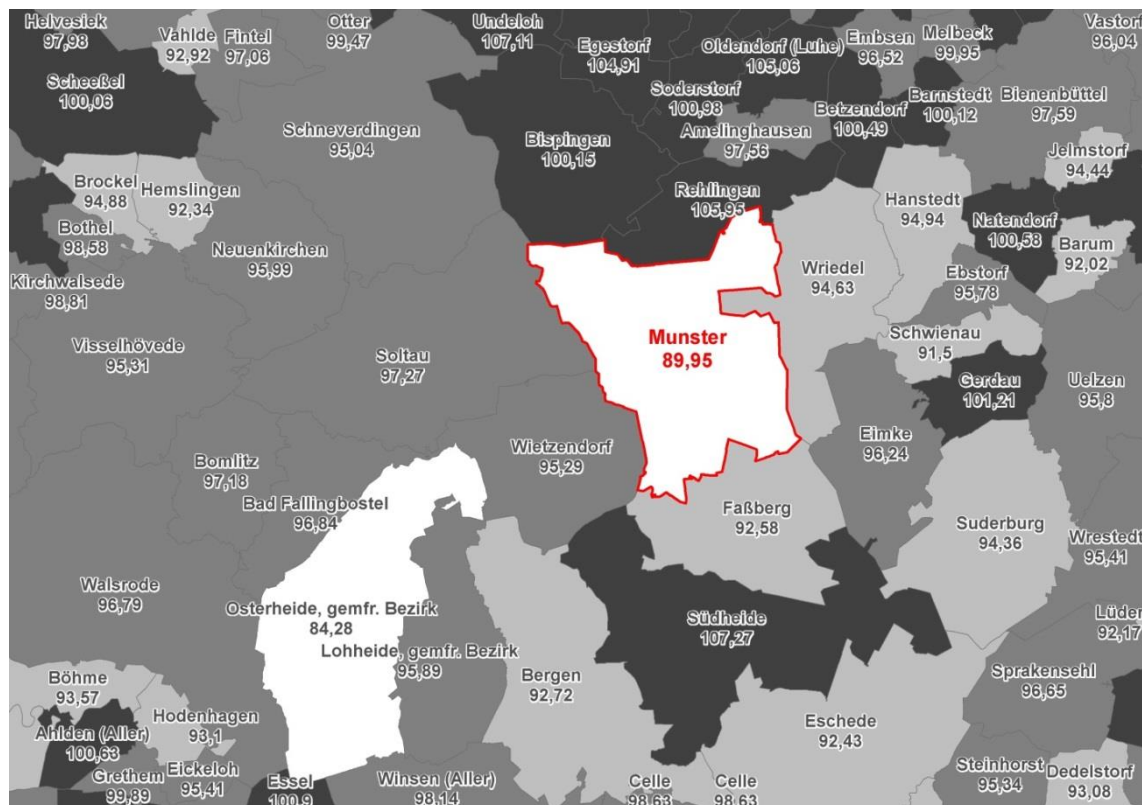
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Munster

Warengruppe	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Munsteraner Wohnbevölkerung	
	pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.131	32,0
Blumen (Indoor)/Zoo	106	1,6
Gesundheit und Körperpflege*	339	5,1
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher	155	2,3
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.732	41,0
Bekleidung	465	7,0
Schuhe / Lederwaren	126	1,9
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	61	0,9
Spielwaren / Hobbyartikel	1116	1,7
Sport und Freizeit	93	1,4
überwiegend mittelfristiger Bedarf	860	12,9
Wohneinrichtung	111	1,7
Möbel	265	4,0
Elektro / Leuchten	150	2,3
Elektronik / Multimedia	355	5,3
medizinische und orthopädische Artikel	70	1,1
Uhren / Schmuck	63	0,9
Baummarktsortiment	468	7,0
Gartenmarktsortimente	79	1,2
überwiegend langfristiger Bedarf	1.562	23,4
Kaufkraftpotenzial gesamt (inkl. „Sonstiges“)	5.183	77,7

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2016; * inkl. freiverkäuflichen Apothekenwaren

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rd. 78 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Munster zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Munster vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Munster** eine **einzelhandelsrelevante Kennziffer von 89,95**, das heißt, dass die Munsteraner Bevölkerung über ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2016



Quelle: IFH Retail Consultants Köln, 2016; © OpenStreetMap

In Abhängigkeit von der landesplanerischen Funktion, Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer¹⁰ von 89,95 bewegt sich Munster unter dem Durchschnitt der Nachbarkommunen.

Die nördlich an Munster grenzenden Kommunen und somit Teile der Region Lüneburg weisen aufgrund der stärkeren Wirtschaftsstruktur und der Nähe zur Metropolregion Hamburg, die u.a. mit vergleichsweise hohem Einkommensniveau etc. einhergeht, z. T. deutlich überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern auf.

Das **Kaufkraftpotenzial im oben definierten Einzugsgebiet** kann aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen sowie der bestehenden, sich zum Teil weiter verschärfenden Wettbewerbssituation nur in Teilen durch den Munsteraner Einzelhandel abgeschöpft werden. Mit steigender Entfernung zur Stadt (und zunehmender Nähe zu Konkurrenzstandorten) sinken diese Abschöpfungsquoten deutlich. Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsgebietes geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Munsteraner Einzelhandels ermittelten warengruppenspezifischen Zentralitätswerte (vgl. Kapitel 5.1).

¹⁰ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Das Institut IFH Retail Consultant Köln ermittelt den Anteil für unterschiedliche räumliche Einheiten in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.

Neben dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung steht dem Munsteraner Einzelhandel zusätzliche Kaufkraft durch die in Munster stationierten Soldaten zur Verfügung. Rund 5.000 Soldaten leben temporär in Munster und jährlich kommen rund 1.000 zusätzliche Lehrgangsteilnehmer in die Stadt. Aufgrund der Möglichkeit zur Verpflegung in den Kasernen und der starken Orientierung der Soldaten in die Heimatorte ist jedoch davon auszugehen, dass nur ein geringer Anteil des grundsätzlich zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzials auch tatsächlich im Munsteraner Einzelhandel ausgegeben wird. Daher spielt dieses Kaufkraftpotenzial bisher nur eine eher untergeordnete Rolle und wird auch nicht weiter konkretisiert.

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten Rahmenbedingungen werden im Folgenden das Standortprofil und die Einzelhandelsstruktur der Stadt Munster dargestellt. Im Rahmen des Standortprofils werden sowohl einzelhandelsrelevante als auch städtebauliche Gesichtspunkte betrachtet. Hierfür wird zunächst ein Betrachtungsbogen gespannt, der das gesamte Stadtgebiet umfasst, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie die Betrachtung der Grundversorgungssituation erfolgen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei der nachfolgenden Analyse um eine „Momentaufnahme“ des einzelhandelsrelevanten Angebotes zum Erhebungszeitpunkt handelt. Zu einem späteren Zeitpunkt erfolgte Betriebsschließungen oder betriebliche Veränderungen konnten nur bedingt berücksichtigt werden.

5.1 Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern

Der einzelhandelsrelevante Angebotsbestand in der Stadt Munster stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung (Oktober 2016) wie folgt dar:

- Die gesamtstädtische Verkaufsfläche von rund **30.200 m²** verteilt sich auf insgesamt **79 Einzelhandelsbetriebe**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt etwa **380 m²** und liegt damit weit über dem bundesdeutschen Schnitt von rd. 230 m².
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **2,0 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Mittel von rund 1,5 m² pro Einwohner. Auch der Vergleich zu anderen Kommunen vergleichbarer Größenordnung zeigt eine Abweichung vom Durchschnittswert. Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit rund 15.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 1,8 m² pro Einwohner.
- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte liegen in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen**, wie **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 8.000 m² Verkaufsfläche), **Gesundheit- und Körperpflegeartikel** (rd. 1.400 m² Verkaufsfläche), **Bekleidung** (rd. 2.300 m² Verkaufsfläche) sowie in den Warengruppen **Sport und Freizeit** (rd. 1.200 m² Verkaufsfläche) und **Baumarktsortimente** (rd. 7.000 m² Verkaufsfläche).

Angebotssituation nach Warengruppen

Differenziert nach Warengruppen stellt sich die gesamtstädtische Angebotssituation des Munsteraner Einzelhandels wie folgt dar:

Tabelle 5: Einzelhandelssituation in Munster nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	einwohnerbezo- gene Verkaufsflä- chenausstattung (in m ² /Kopf)
Nahrungs- und Genussmittel	8.050	26,7%	0,54
Blumen (Indoor)/Zoo	1.400	4,6%	0,09
Gesundheit und Körperpflege	1.400	4,6%	0,09
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	600	2,0%	0,04
überwiegend kurzfristiger Bedarf	11.450	37,9%	0,76
Bekleidung	2.250	7,5%	0,15
Schuhe/Lederwaren	900	3,0%	0,06
GPK/Haushaltswaren	850	2,8%	0,06
Spielwaren/Hobbyartikel	400	1,3%	0,02
Sport und Freizeit	1.150	3,8%	0,08
überwiegend mittelfristiger Bedarf	5.500	18,2%	0,36
Wohneinrichtung	1.000	3,3%	0,07
Möbel	450	1,5%	0,03
Elektro/Leuchten	300	1,0%	0,02
Elektronik/Multimedia	550	1,8%	0,04
medizinische und orthopädische Artikel	200	0,7%	0,01
Uhren/Schmuck	< 100	0,2%	0,00
Baumarktsortimente	6.950	23,0%	0,46
Gartenmarktsortimente	3.200	10,6%	0,21
überwiegend langfristiger Bedarf	12.750	42,2%	0,85
Gesamt	30.200	100,0%	2,01

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich); PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher;
GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Mit rd. **8.000 m²** Verkaufsfläche entfällt der größte Einzelhandelsanteil (27 %) der Gesamtverkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch einer der größten Anteile der Betriebe (30 Betriebe, zirka 38 %) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wesentliche Rolle spielen. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** von **0,54 m²/Einwohner** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Tabelle 5) liegt über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,40 m²/Einwohner. Dieser Wert unterstreicht zum einen die ausreichende **Angebotsausstattung** in dieser Warengruppe und belegt zum anderen die große Bedeutung dieser Warengruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben.
- Auch die Angebotsausstattungen in den **übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** sind, insbesondere im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung, als vergleichbar einzustufen. Dies gilt für die Warengruppen **Gesundheit und Körperpflege** (rund 1.400 m² Verkaufsfläche), Blumen (indoor)/Zoo (rund 1.400 m²) und auch für das Angebot von Papier/Zeitungen/Zeitschrift und Büchern mit rund 600 m².
- In Summe entfallen mit rund **11.500 m²** knapp 38 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie mit **41 Betrieben** rd. 52 % aller Einzelhandelsbetriebe auf **überwiegend dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnende Einzelhandelsangebote**.

Überwiegend mittelfristiger Bedarf

- In den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs konzentriert sich ein Verkaufsflächenangebot von rund **5.500 m²**, was einem Anteil von rund 18 % an der **gesamtstädtischen Verkaufsfläche** entspricht. Die Verkaufsfläche verteilt sich auf 17 Betriebe. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt bei 0,36 m²/Einwohner ist damit vergleichbar mit der Verkaufsflächenausstattung ähnlich großer Städte (0,36 m²/Einwohner¹¹). Mit den Warengruppen Bekleidung (rund 2.250 m²) und Sport und Freizeit (rund 1.150 m²) kristallisieren sich zwei quantitative Angebotsschwerpunkte heraus. Darüber hinaus sind die **Leitbranchen Schuhe/ Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren und Spielwaren/Hobbyartikel**, mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **1.850 m²** zentrenprägend.

Angebotssituation des überwiegend langfristigen Bedarfs

- Mit insgesamt rd. **12.750 m²** Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe einen Anteil von rd. 42 % am **gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot** ein. Die absolut größten warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rund 10.200 m²). Das Verkaufsflächenangebot des überwiegend langfristigen Bedarfs verteilt sich dabei auf insgesamt 21 Betriebe.
- Die **einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen** im langfristigen Bedarfsbereich weisen ein Spektrum zwischen 0,02 m²/Einwohner (**Elektro/Leuchten**) und 0,07 m²/Einwohner (**Wohneinrichtungsartikel**) auf. Mit Abstand die größte einwohner-

¹¹ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Städte und Gemeinden zwischen 8.000 – 15.000 Einwohnern.

bezogene Verkaufsflächenausstattung (0,67m²/Einwohner) errechnet sich für die Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente**, was in erster Linie auf den Flächenanspruch der einzelnen Produkte zurückzuführen ist.

Stellt man dieses warengruppenspezifisch differenzierte Verkaufsflächenangebot sowie die daraus ermittelbaren warengruppenspezifischen Umsätze des Munsteraner Einzelhandels der im Stadtgebiet lokalisierten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber (vgl. Tabelle 4 in Kapitel 4.3), so ergibt sich sowohl die gesamtstädtische als auch die nach Warengruppen differenzierte einzelhandelsspezifische Zentralität. Hierbei handelt es sich um eine Maßzahl, die den Kaufkraftzu- beziehungsweise -abfluss im Saldo darstellt und Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes zulässt.

Tabelle 6: Einzelhandelsspezifische Zentralität in Munster differenziert nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	8.050	38,3	32,0	1,20
Blumen (Indoor)/Zoo	1.400	2,2	1,6	1,36
Gesundheit und Körperpflege	1.400	7,8	5,1	1,54
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	600	2,6	2,3	1,13
überwiegend kurzfristiger Bedarf	11.450	51,0	41,0	1,24
Bekleidung	2.250	5,6	8,3	0,67
Schuhe/Lederwaren	900	2,7	1,9	1,44
GPK/Haushaltswaren	850	1,6	0,9	1,81
Spielwaren/Hobbyartikel	400	1,1	1,7	0,64
Sport und Freizeit	1.150	2,8	1,4	2,03
überwiegend mittelfristiger Bedarf	5.550	13,9	12,9	1,07
Wohneinrichtung	1.000	1,5	1,7	0,91
Möbel	450	0,4	4,0	0,09
Elektro/Leuchten	300	0,8	1,3	0,63
Elektronik/Multimedia	550	3,5	5,3	0,67
medizinische und orthopädische Artikel	200	1,6	1,1	1,43
Uhren/Schmuck	<100	0,6	0,9	0,67
Baumarktsortimente	6.950	8,4	7,0	1,20
Gartenmarktsortimente	3.200	2,7	1,2	2,25
überwiegend langfristiger Bedarf	12.750	19,5	23,4	0,83
Gesamt (inkl. sonstiges)	30.200	85,6	77,7	1,10

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich)

PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

- Dem in der Stadt Munster vorhandenen **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von rd. **78 Mio. Euro** für das Jahr 2016 steht ein **geschätztes Jahresumsatzvolumen** von rd. **86 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine Einzelhandelszentralität von **1,10** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt leicht über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Per Saldo erfüllt die Stadt damit (unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen) **die landesplanerische Versorgungsfunktion als Mittelzentrum**.
- Bei einem Großteil der Warengruppen des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs liegen Zentralitäten zum Teil deutlich über dem Wert von 1. Dazu zählen insbesondere die Leitbranchen **Nahrungs- und Genussmittel** (1,2), Blumen (indoor)/Zoo (1,36), **Gesundheit und Körperpflege** (1,54), **Schuhe/Lederwaren** (1,44), **Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren** (1,81) und **Sport und Freizeit** (2,03). Die Werte in diesen Warengruppen sind vergleichsweise gut und für ein Mittelzentrum angemessen.
- Dagegen liegen die Zentralitäten in den Leitbranchen **Bekleidung** (0,91), **Elektronik/Multimedia** (0,67) und **Uhren/Schmuck** (0,67) weit unter dem Wert von 1. Dies deutet auf Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Zentren und Standorte hin.

5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Die kleinräumige Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die **strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung** von grundlegender Bedeutung. Die nachfolgenden Analyseschritte geben daher einen dezidierten Überblick über die räumliche Verteilung des aktuellen Einzelhandelsangebotes im Munsteraner Stadtgebiet. Differenziert nach Ortsteilen stellt sich das derzeitige einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot in der Stadt Munster wie folgt dar:

Tabelle 7: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Munsteraner Ortsteile

Stadtteil	Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m ² , gerundet)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Munster (ca. 10.000 Einwohner)	72	26.800	88,7%	2,68
Breloh (ca. 3.000 Einwohner)	6	3.300	11,0%	1,1
Trauen (ca. 500 Einwohner)	1	100	0,3%	0,2
Alvern, Ilster, Oerrel, Töpingen (ca. 1.500 Einwohner)	-	-	-	-
Gesamt	79	30.200	100%	2,01

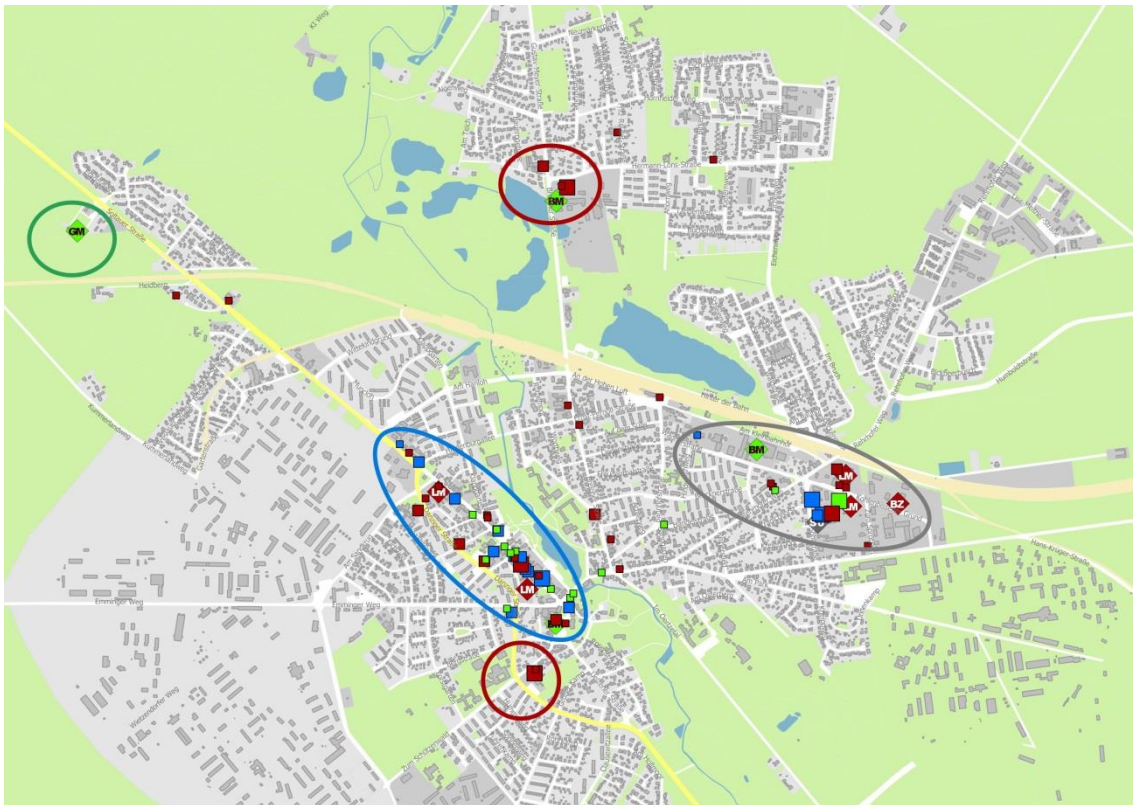
Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016, ohne Leerstände; eigene Darstellung; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

- Insgesamt ist eine räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots in **Munster** festzustellen. Mit rd. **26.800 m² Verkaufsfläche** befinden sich rd. 88 % des gesamtstädti-

schen Verkaufsflächenangebotes beziehungsweise mit **72 Betrieben** knapp 90 % aller Anbieter innerhalb des Kernortes.

- Die räumlich-funktionalen Schwerpunkte befinden sich am Sonderstandort Kohlenbissener Grund / Wagnerstraße und in der Munsteraner Innenstadt. In der Innenstadt befinden sich **42 Betriebe** mit einer Verkaufsfläche von knapp **8.300 m²** (rd. **27 % der Gesamtverkaufsfläche**). Das hier lokalisierte Angebot konzentriert sich im Wesentlichen entlang der Wilhelm-Bockelmann-Straße als Hauptgeschäftsstraße. Die Angebotsschwerpunkte im **kurzfristigen Bedarf** (rund 3.200 m² Verkaufsfläche) liegen insbesondere auf den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit- und Körperpflegeartikel** und im mittelfristigen Bedarf (rund 2.500 m² Verkaufsfläche) in den Warengruppen **Bekleidung, Schuhe, Spielwaren/Hobbyartikel**.
- Im Kernort Munster befinden sich zudem ein Standort mit einem Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf (rund 800 m² in Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) und ein weiterer mit einem Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe Gartenmarktsortiment (rund 1.500 m² Verkaufsfläche).
- Am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße sind 15 **Einzelhandelsbetriebe** ansässig. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **15.700 m²** befindet sich damit über 50 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche an diesem am nördlichen Siedlungsrand liegenden Standort. Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf den kurzfristigen Bedarf (5.760 m²) und langfristigen Bedarf (6.600 m²). Darüber hinaus befinden zusätzliche Angebotsschwerpunkte in den Leitbranchen Bekleidung (900 m² Verkaufsfläche), Schuhe/Lederwaren (400 m² Verkaufsfläche), Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren (600 m² Verkaufsfläche) und Sport und Freizeitartikel (900 m² Verkaufsfläche) am Standort.
- Im Ortsteil Breloh sind derzeit insgesamt sechs Einzelhandelsbetriebe ansässig, auf die eine Verkaufsfläche von rund 3.400 m² entfällt. Ein Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarf (rund 850 m² Verkaufsfläche), davon entfallen rund 700 m² auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Ein zweiter Schwerpunkt befindet sich im langfristigen Bedarf (rund 2.500 m² Verkaufsfläche) von denen rund 2.400 m² auf das Baumarktsortiment entfallen.
- Im Ortsteil Trauen ist ein Bekleidungsanbieter ansässig (rund 100 m² Verkaufsfläche). In den übrigen Ortschaften befinden sich keine Einzelhandelsbetriebe.

Karte 5: Einzelhandelsschwerpunkte in Munster

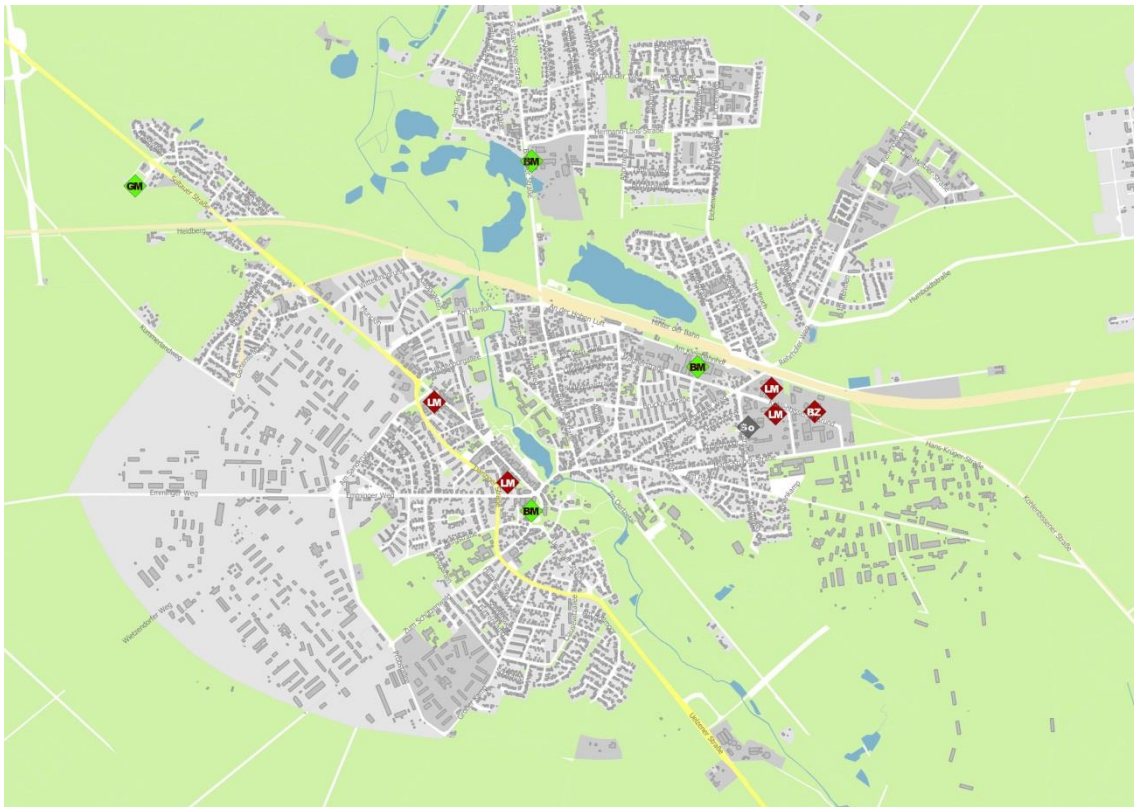



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) LGLN

Großflächiger Einzelhandel

- Aktuell bestehen in Munster **zehn großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **20.000 m²**. Der Anteil der Verkaufsfläche beträgt rund zwei Drittel an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Munster.
- Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen vier Lebensmittelanbieter (2 Lebensmitteldiscounter, ein Vollsortimenter und ein Verbrauchermarkt) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 6.100 m². In der Innenstadt befinden sich der Vollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter, die übrigen zwei sind am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße ansässig.
- Weitere drei großflächige Einzelhandelsbetriebe verfügen über das Kernsortiment Bau- marktartikel bzw. Sonderpostenmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 9.300 m². Davon befindet sich ein Anbieter in der Innenstadt und zwei am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße. Die zwei verbleibenden großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Gartenmarkt, die über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 4.500 m² verfügen, sind im westlichen Stadtgebiet und am Sonderstandort verortet.

Karte 6: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

Leerstehende Ladenlokale

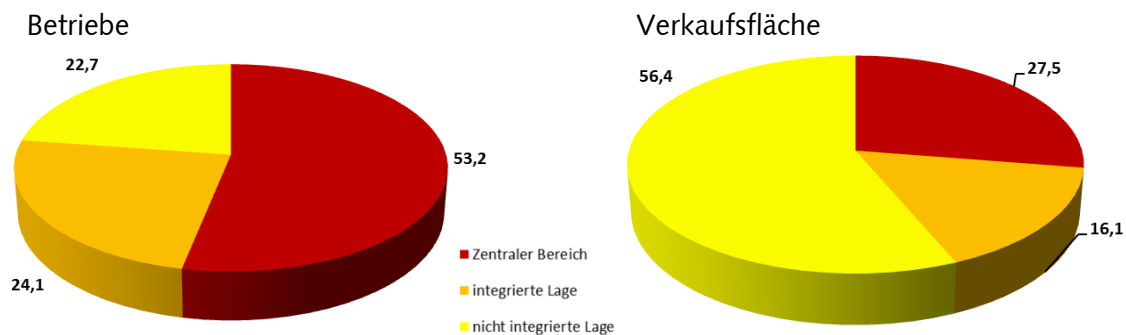
- Zum Erhebungszeitpunkt (Oktober 2016) können im gesamten Stadtgebiet insgesamt **23 leerstehende Ladenlokale** mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 2.400 m² identifiziert werden¹². Dies entspricht einer Leerstandsquote von **rund 22 % der Ladenlokale** und **rund 8,0 % der Verkaufsfläche**. Die Leerstände liegen schwerpunktmäßig im zentralen Innenstadtbereich des Kernortes Münster.

Angebotsituation nach Lagekategorien

Im Rahmen der Erhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu drei städtebaulichen Lagekategorien vorgenommen (vgl. Kapitel 3.1). Eine differenzierte räumliche Auswertung des einzelhandelsrelevanten Angebotes hinsichtlich dieser städtebaulichen Lagekategorien ergibt für den derzeitigen Einzelhandelsbestand in Münster folgendes Bild:

¹² Die tatsächlich leerstehende Verkaufsfläche kann abweichen, da einige Ladenlokale nicht einsehbar waren und demnach die Verkaufsflächen weder ausgemessen noch geschätzt werden konnten.

Abbildung 2: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche nach Lagen (in Prozent)



Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016; eigene Darstellung; gerundete Werte

- Im Munsteraner Stadtgebiet befindet sich **über die Hälfte der Betriebe (53 % beziehungsweise 42 Betriebe)** innerhalb der Munsteraner Innenstadt. Dies bedeutet, dass knapp ein Drittel der **gesamstädtischen Verkaufsfläche** (rund **28 %** beziehungsweise **8.300 m²**) hier lokalisiert ist.
- Zusammen mit den **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** sind **somit knapp 80 % der Betriebe in integrierten Lagen** zu finden. Jedoch entspricht dies lediglich 43 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet Munster. Dieses Bild zeigt, dass es der Stadt bisher nur teilweise gelungen ist – flächenintensive Betriebsformen in zentrale und damit integrierte Lagen zu lenken bzw. dort zu halten.
- Ergänzend zu den zuvor genannten Lagekategorien befindet sich über die Hälfte der einzelhandelsrelevanten Angebote der Stadt Munster in **städtebaulich nicht integrierten Lagen**. Dieses Einzelhandelsangebot vereint eine Gesamtverkaufsfläche von **rund 17.000 m²** (verteilt auf **18 Einzelhandelsbetriebe**). Der Fokus liegt dabei auf dem Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße. Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei diesen Angeboten um einen Großteil an zentrenrelevanten Sortimenten handelt sowie auch um nicht zentrenrelevante Sortimente, die in der Regel auch nicht im zentralen Versorgungsbereich zu finden sind.

5.3 Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte

Die Stadt Munster setzt sich aus acht Ortsteilen zusammen, dabei bilden der Kernort Munster und der Ortsteil Breloh den zentralen Siedlungsschwerpunkt im Stadtgebiet. Hier befindet sich auch der größte Bevölkerungsanteil mit rund 13.000 Einwohnern. Die übrigen 2.000 Einwohner wohnen in den verbleibenden Ortsteilen, die sich auf das Stadtgebiet verteilen und eher durch dörfliche Strukturen geprägt werden. Anhand der räumlich funktionalen Angebotsstruktur der Stadt Munster werden im Folgenden die in Kapitel 5.2 differenzierten Angebotsstandorte näher analysiert und unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten bewertet.

5.3.1 Innenstadt Munster

Der Hauptgeschäftsbereich befindet sich in der Innenstadt Munsters, er ist ein wichtiger siedlungsräumlicher, wirtschaftlicher und kultureller Mittelpunkt. Der multifunktionale Innenstadtbereich ist geprägt durch eine Mischung unterschiedlicher Nutzungen, neben Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten, befinden sich hier auch zentrale öffentliche Einrichtungen

wie das Rathaus, die Polizeiskommissariat und die Stadtbücherei. Die Funktionen werden sowohl durch Wohnnutzungen im Hauptgeschäftsbereich als auch in den angrenzenden Siedlungsbereichen ergänzt.

Die bauliche Substanz in der Innenstadt ist grundsätzlich in einem guten Erhaltungszustand, dies gilt insbesondere für den Bereich um den Friedrich-Heinrich-Platz und die Wilhelm-Bockelmann-Straße. Jedoch weisen einzelne Immobilien bauliche Mängel auf, die sich auch auf die Erdgeschosslagen auswirken. Den Mittelpunkt bildet der Marktplatz mit dem südlich angrenzenden Rathaus und dem nördlichen Eingang in den Grünbereich am Mühlenteich.

Fotos 1 und 2: Wilhelm-Bockelmann-Straße



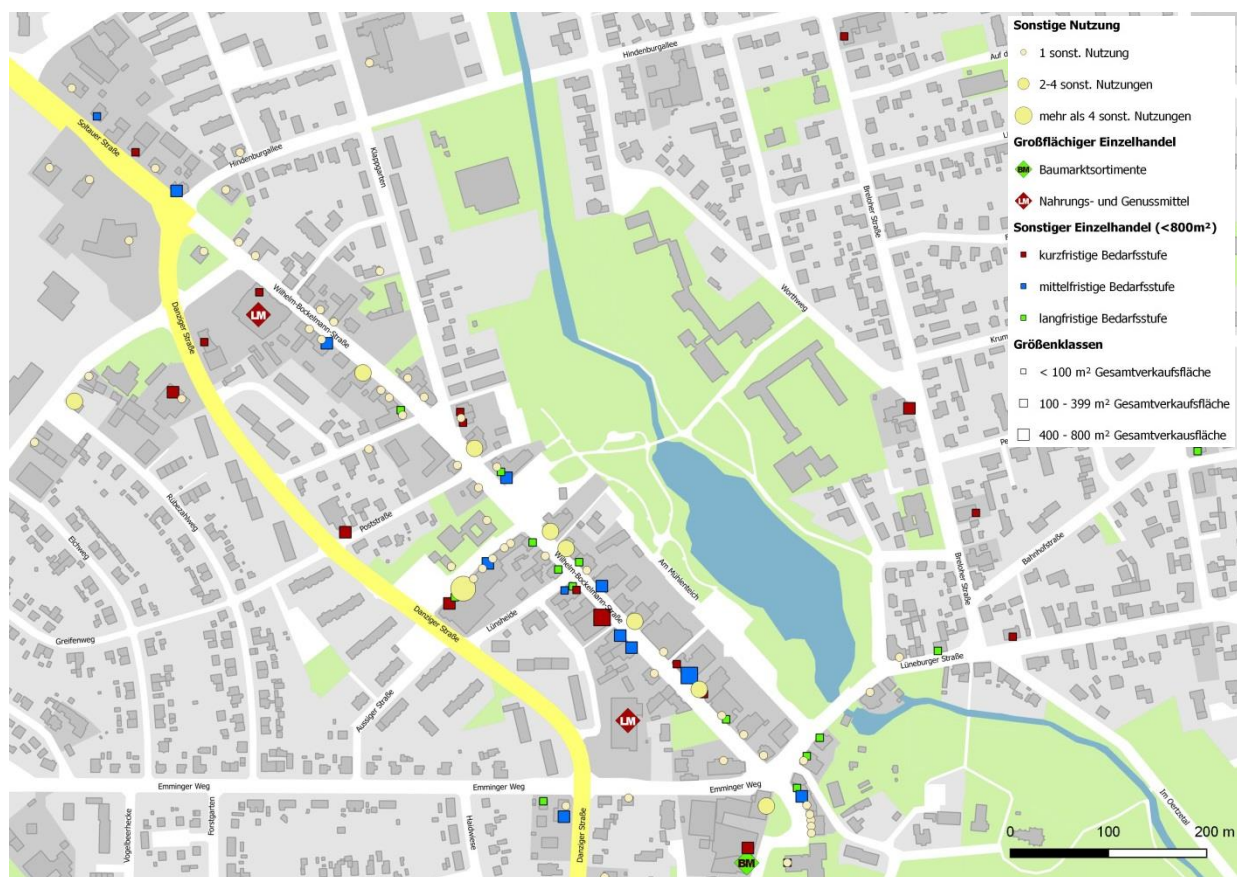
Quelle: Junker + Kruse

Die Danziger Straße stellt die Haupteerschließungsstraße für den motorisierten Individualverkehr (MIV) in der Munsteraner Innenstadt dar. Nahezu parallel dazu verläuft die Wilhelm-Bockelmann-Straße als zentrale Einkaufsstraße der Innenstadt. Die Wilhelm-Bockelmann-Straße ist für den MIV befahrbar, jedoch verkehrsberuhigt ausgebaut. Parkmöglichkeiten befinden sich im nördlichen Innenstadtbereich, am Rathaus und an der Aussiger Straße.

Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt der Innenstadt befindet sich in der Wilhelm-Bockelmann-Straße. Hier übernehmen der Edeka-Vollsortimenter im Norden und der Rossmann Drogeriemarkt in Verbindung mit dem Aldi-Lebensmitteldiscounter im südlichen Innenstadtbereich die Magnet- und Nahversorgungsfunktionen. An beiden Lebensmittelstandorten ist ein ausreichendes Stellplatzkontingent vorhanden. Zwischen diesen beiden Angebotsstandorten befinden sich vorwiegend kleinteilige und teilweise inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe. Im nördlichen Verlauf der Wilhelm-Bockelmann-Straße nimmt die Einzelhandelsdichte zunehmend ab. Ehemalige Einzelhandelsflächen werden durch Dienstleistungsanbieter nachgenutzt oder stehen leer.

Den städtebaulichen Mittelpunkt bildet der Markt mit dem Rathaus und dem Eingangsbereich zur Grünfläche am Mühlenteich. Der Platz wird insbesondere in den Sommermonaten durch gastronomische Angebote belebt und bietet dadurch ausreichend Verweilmöglichkeiten.

Karte 7: Hauptgeschäftsbereiche Innenstadt Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) LGLN

In Verlängerung der Wilhelm-Bockelmann-Straße über den Emminger Weg hinweg befindet sich der Friedrich-Heinrich-Platz mit der Stadtbücherei als wichtige öffentliche Einrichtung sowie vereinzelte Einzelhandelsangebote, die den Hauptgeschäftsbereich ergänzen. Der Emminger Weg hingegen stellt durch das zeitweise hohe Verkehrsaufkommen eine Barriere zwischen Wilhelm-Bockelmann-Straße und Friedrich-Heinrich-Platz dar.

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in der Innenstadt Münster

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche/Warengruppe (in %)	Betriebe (absolut)
Nahrungs- und Genussmittel	2.600	32,3	9
Blumen (Indoor)/Zoo	<100	5,7	-
Gesundheit und Körperpflege	700	50,0	3
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	300	5,0	4
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.700	32,3	16
Bekleidung	1.250	55,5	8
Schuhe/Lederwaren	500	55,5	3
GPK/Haushaltswaren	200	23,5	1
Spielwaren/Hobbyartikel	250	62,5	-
Sport und Freizeit	300	26,1	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.500	45,5	12
Wohneinrichtung	300	30,0	3
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	>50	3,3	-
Elektronik/Multimedia	350	63,6	6
medizinische und orthopädische Artikel	200	100	3
Uhren/Schmuck	<100	100	1
Baumarktsortimente	1.100	15,8	1
Gartenmarktsortimente	< 50	1,1	-
überwiegend langfristiger Bedarf	2.100	16,5	14
Gesamt (inkl. Sonstiges)	8.300	27,5	42

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Münster; Oktober 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich)

PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Lediglich ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Münster befindet sich in der Innenstadt. Diese rund 8.300 m² Verkaufsfläche verteilen sich auf 42 Betriebe, von denen zwei Betriebe großflächig sind. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt demnach bei rund 200 m²/Betrieb und unterstreicht die Kleinteiligkeit der Baustruktur in der Innenstadt. Der Hauptgeschäftsbereich hat bis heute in Teilen stark an Funktionsfähigkeit eingebüßt und kann nicht in allen Leitbranchen die ihm zugedachte Versorgungsfunktion übernehmen. Durch die Nachnutzung leergefallener Geschäfte durch Dienstleistungsangebote konnte zwar das optische Erscheinungsbild erhalten werden, jedoch sind dadurch auch wichtige Warengruppen und Angebotsstrukturen verloren gegangen.

5.3.2 Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße

Der Sonderstandort mit dem angrenzenden Gewerbegebiet Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße befindet sich am nördlichen Siedlungsrand. Im Norden wird der Standort durch die Bahnlinie und im Osten durch die Truppenübungsplätze der Bundeswehr sowie dem Panzermuseum begrenzt. Von der Innenstadt ist der Standort ca. 1,5 km entfernt. Die Lüneburger Straße bzw. der Rehrhofer Weg stellen die zentrale Verbindung zwischen Innenstadt und Sonderstandort dar. Erschlossen ist der Standort über die Wagnerstraße und den Kohlenbissener Grund sowie die Söhlstraße.

Die 18 ansässigen Einzelhandelsbetriebe vereinen rund 16.000 m² Verkaufsfläche. Den Angebotschwerpunkt stellen die Lebensmittelanbieter dar. Am Standort befinden sich ein Lebensmitteldiscounter, ein Lebensmittelverbrauchermarkt mit Getränkemarkt, ein weiterer Getränkemarkt und vier Anbieter des Lebensmittelhandwerks. Neben Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment befinden sich zwei Bekleidungsanbieter und ein Schuhmarkt am Standort. Ergänzt wird das Angebot durch ein Fahrradgeschäft, ein Möbelgeschäft sowie jeweils einen Bau- und Gartenmarkt. Fünf der Einzelhandelsbetriebe sind großflächig. Insgesamt stellt der Sonderstandort am Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße den flächenmäßigen Angebotschwerpunkt in der Stadt Munster dar. Knapp über 50 % der Gesamtverkaufsfläche befindet sich am Standort. Darüber hinaus entfaltet der Standort durch das Stellplatzangebot eine zusätzliche Anziehungskraft.

Karte 8: Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) LGLN

Fotos 3 und 4: Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße

Quelle: Junker + Kruse

Tabelle 9: Einzelhandelsbestand am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche/Warengruppe (in %)	Betriebe (absolut)
Nahrungs- und Genussmittel	3.900	48,4	8
Blumen (Indoor)/Zoo	1.160	82,9	2
Gesundheit und Körperpflege	500	35,7	-
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	200	33,3	-
überwiegend kurzfristiger Bedarf	5.760	50,3	10
Bekleidung	870	38,7	2
Schuhe/Lederwaren	380	42,2	1
GPK/Haushaltswaren	590	69,4	-
Spielwaren/Hobbyartikel	100	25,0	-
Sport und Freizeit	860	74,8	1
überwiegend mittelfristiger Bedarf	2.800	50,9	4
Wohneinrichtung	690	69,0	1
Möbel	470	100	1
Elektro/Leuchten	280	93,3	-
Elektronik/Multimedia	<100	16,4	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	<50	-	-
Baumarktsortimente	3.400	48,9	1
Gartenmarktsortimente	1.700	53,1	1
überwiegend langfristiger Bedarf	6.640	52,1	4
Gesamt (inkl. Sonstiges)	15.700	51,9	18

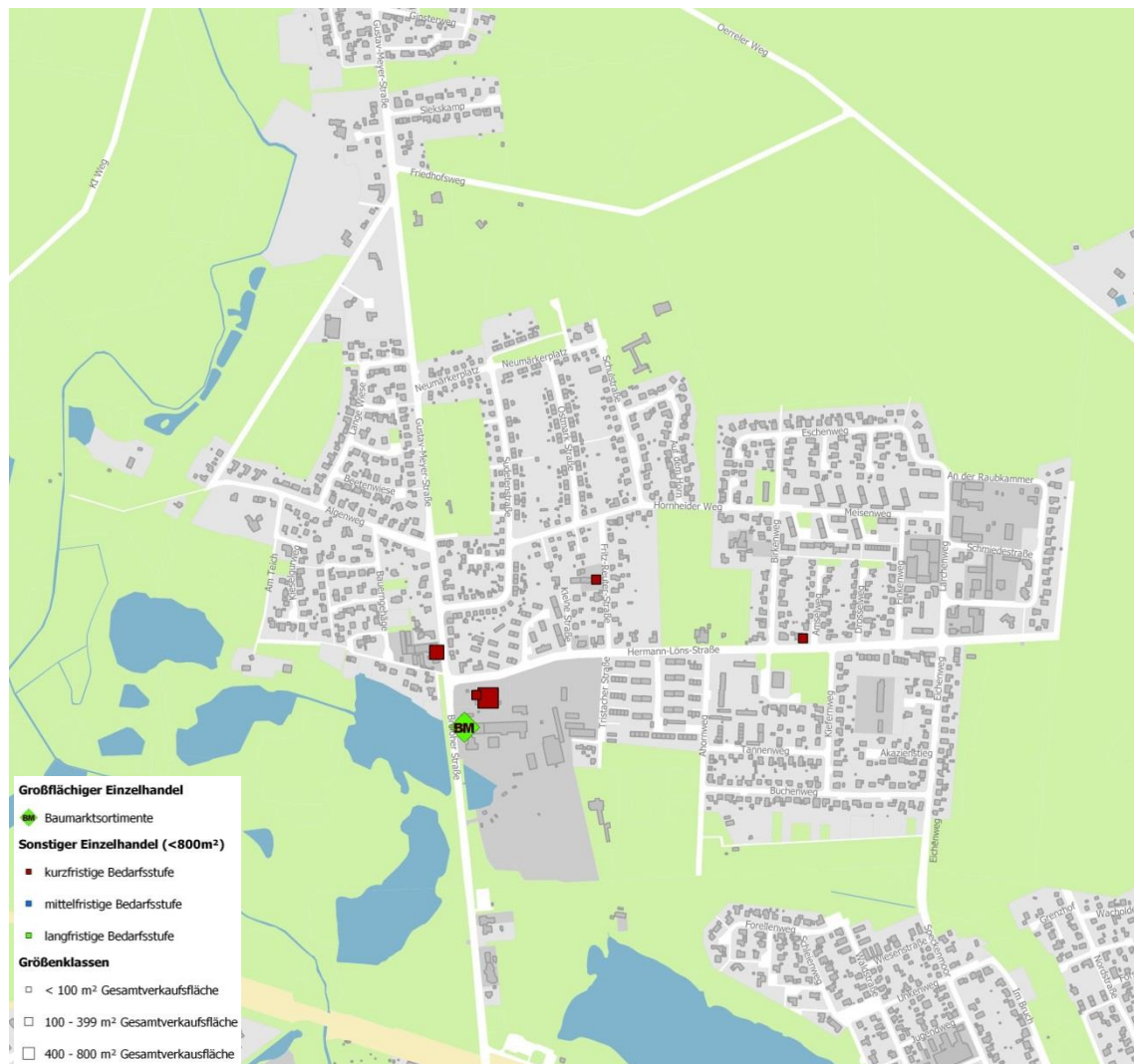
Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich)

PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

5.3.3 Stadtteil Breloh

Im Stadtteil Breloh sind insgesamt sechs Einzelhandelsbetriebe ansässig, von denen übernehmen zwei Betriebe eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die dort lebende Bevölkerung. Die Einzelhandelsbetriebe verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rund 3.350 m², das entspricht einem Anteil von ca. 11 % an der Gesamtverkaufsfläche. Durch den Lebensmitteldiscounter mit angeschlossenen Bäcker ist ein wichtiger solitärer Nahversorgungsstandort geschaffen worden, der die wohnungsnah Grundversorgung für Teile der Breloher Bevölkerung sichert. Darüber hinaus befindet sich im Stadtteil ein großflächiger Einzelhandelsanbieter mit Kernsortiment Baumarktartikel, der über eine Gesamtverkaufsfläche von 2.400 m² verfügt.

Karte 9: Stadtteil Breloh



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgin.de) LGLN

Neben diesen wenigen Anbietern ist der Stadtteil Breloh nahezu ausschließlich durch Wohnbebauung geprägt. Ein städtebaulich-funktionales Zentrum ist nicht ablesbar.

Tabelle 10: Einzelhandelsbestand in Breloh

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche/Warengruppe (in %)	Betriebe (absolut)
Nahrungs- und Genussmittel	680	8,4	4
Blumen (Indoor)/Zoo	<100	4,7	1
Gesundheit und Körperpflege	<100	5,0	-
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	<50	5,0	-
überwiegend kurzfristiger Bedarf	840	7,3	5
Bekleidung	<50	0,5	-
Schuhe/Lederwaren	-	-	-
GPK/Haushaltswaren	<50	2,4	-
Spielwaren/Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	<50	0,5	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	<50	0,6	-
Wohneinrichtung	<50	3,0	-
Möbel	-	-	-
Elektro/Leuchten	<50	1,7	-
Elektronik/Multimedia	<50	1,9	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	2.380	34,1	1
Gartenmarktsortimente	< 50	1,4	-
überwiegend langfristiger Bedarf	2.470	19,3	1
Gesamt (inkl. Sonstiges)	3.350	11,1	6

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Munster; Oktober 2016, eigene Berechnungen
(Abweichungen durch Rundungen möglich)

PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Insgesamt ist die Nahversorgungsfunktion für die Breloher Bevölkerung durch den Lebensmittel-discounter und die Betrieb des Lebensmittelhandwerks langfristig gesichert.

5.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in der Stadt Munster

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Stadt Munster eine aus **rein quantitativer Sicht** ausreichende Angebotsausstattung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Derzeit führen im Stadtgebiet **30 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **8.000 m² Ver-**

kaufsfäche auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund 27 % an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Munster entspricht.

Karte 10: Grundversorgung in der Stadt Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) LGLN

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,54 m²** pro Kopf und liegt damit im Mittel ähnlich großer Städte und leicht über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 0,4 m² pro Einwohner. Mit rund **35 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 40 % des Gesamtumsatzes des Munsteraner Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert von 1,2** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel ca. 20 % über dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Munster und damit knapp über dem Zielwert einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Bei der Betrachtung der Kennzahlen in den relevanten Ortsteilen der Stadt Munster wird deutlich, dass im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung zum Teil erhebliche Unterschiede, entsprechend der Einwohnergröße bzw. der vorhandenen Mantelbevölkerung, bestehen.

Tabelle 11: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in Ortsteilen der Stadt Munster

Ortsteil	Einwohner 2015 (absolut)	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächenaus- stattung NuG (in m ² je Einwohner)
Munster	10.000	26	7.380	0,73
Breloh	3.000	4	670	0,22
übrige Ortschaften	2.000	-	-	-
Gesamt	15.000	30	8.050	0,54

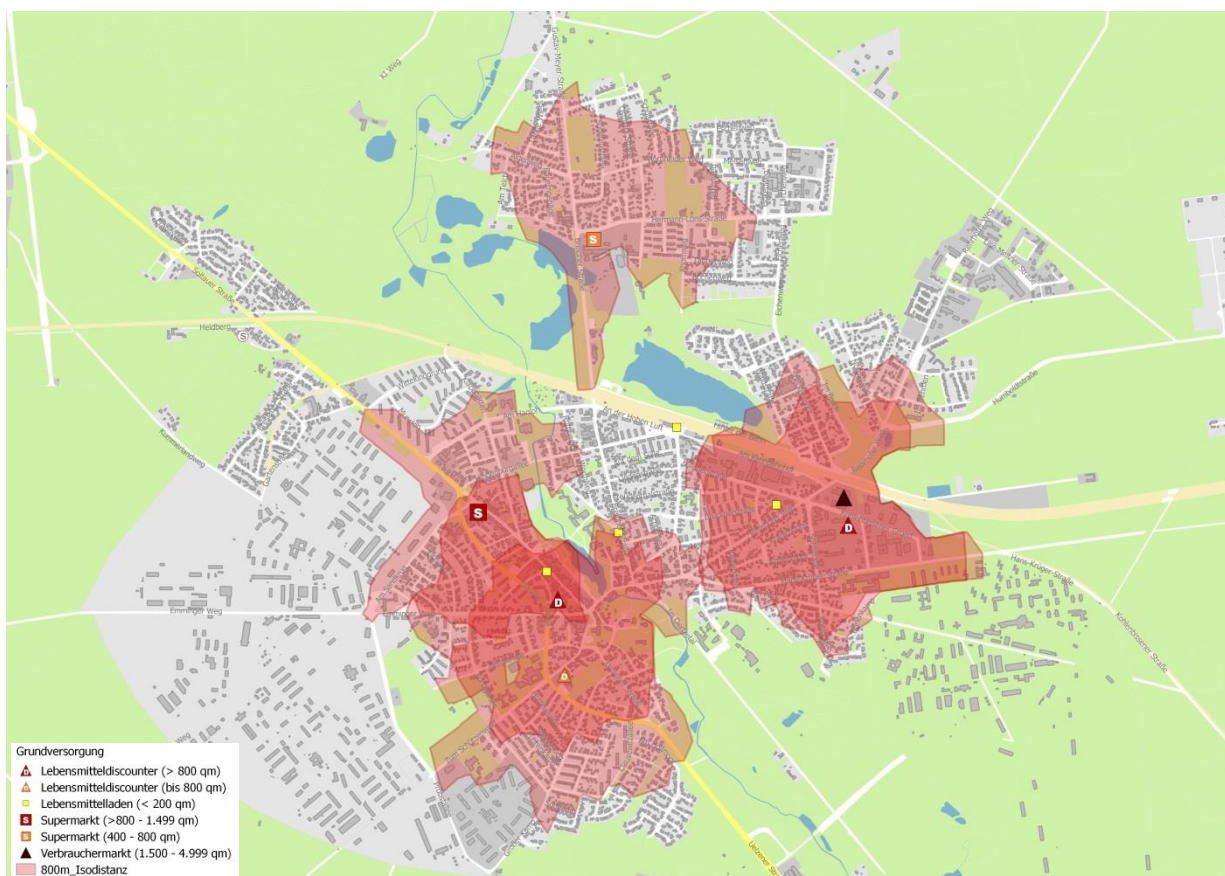
Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung, Oktober 2016


- Im Kernort Munster liegt die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bei 0,73 m² pro Einwohner. Diese sehr gute Verkaufsflächenausstattung entspricht insgesamt der Versorgungsfunktion des Kernortes Munster für die gesamte Bevölkerung im Stadtgebiet. Dies gilt besonders für die Ortsteile Alvern, Ilster, Lopau, Oerrel, Töpingen und Trauen, in denen aufgrund der geringeren Bevölkerungsdichte kein adäquates Lebensmittelangebot vorgehalten werden kann.
- Im Ortsteil Breloh liegt die Verkaufsflächenausstattung bei einem Wert von 0,22 m² pro Einwohner. Dies ist auf den örtlichen Lebensmitteldiscounter netto und die Anbieter des Lebensmittelhandwerks zurückzuführen.
- In den übrigen Ortsteilen gibt es keine nennenswerten Anbieter, die eine ausreichende Versorgungsfunktion für die Bevölkerung übernehmen können.

Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine ausreichende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt mit Blick auf heutige Markteintrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Und diese Voraussetzung ist in den genannten Ortsteilen nicht gegeben.

Die qualitative Angebotsmischung in Munster, bestehend aus einem Verbrauchermarkt, einem Lebensmittelsupermarkt, vier Lebensmitteldiscountern und zahlreichen Anbietern des Lebensmittelhandwerks sowie vier Getränkemärkten, ist grundsätzlich als positiv zu bewerten. Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebotes eine wichtige Rolle. Im folgenden Schritt wird daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln auch räumlich differenziert betrachtet. Als Bewertungsmaßstab können die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In Karte 11 werden alle größeren Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet Munster mit einer Fußwegedistanz von 800 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von bis zu 10 min. Dauer entspricht.

Karte 11: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Munster mit 800 m Fußwegedistanzen



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der sechs strukturprägenden Anbieter in Munster verdeutlichen eine Konzentration in der Innenstadt, am Sonderstandort Kohlenbissener Grund und im Ortsteil Breloh. Die Lage der Lebensmittelanbieter hat für Munster Vorteile, aber auch deutliche Nachteile. Die Anbieter in der Innenstadt sind Magnet- und Frequenzbringer insgesamt und auch „Lebensnerv“ für die übrigen Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungsangebote im Hauptgeschäftsbereich. Zudem stellen sie wichtige Eckpfeiler des Hauptgeschäftsbereiches dar. Die Konzentration der Anbieter am Sonderstandort Kohlenbissener Grund, der schwerpunktmäßig PKW-Kunden orientiert ist, führt jedoch auch dazu, dass Teilbereiche des Kernortes fußläufig nicht versorgt sind. Der Lebensmitteldiscounter im südlichen Stadtgebiet wiederum trägt zur wohnungsnahen und fußläufigen Nahversorgung bei.

Im Stadtteil Breloh stellt der Lebensmittelanbieter mit Bäckerei an der Breloher Straße den einzigen Anbieter dar und übernimmt damit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung in Breloh. Die Lage am Siedlungsrand führt jedoch auch dazu, dass nordöstliche Wohnsiedlungsbereiche (im Hinblick auf die fußläufige Erreichbarkeit) nicht angebunden sind. Aufgrund des eingeschränkten Kaufkraftpotenzials ist jedoch die Ansiedlung eines weiteren strukturprägenden Lebensmittelanbieters aus ökonomischer Sicht nicht möglich bzw. aus betriebswirtschaftlicher Sicht sehr unwahrscheinlich. Zudem können aufgrund der geringen Entfernung des Stadtteils zur Innenstadt auch die dort ansässigen Betriebe eine gewisse Versorgungsfunktion übernehmen.

5.5 Fazit der aktuellen Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit insgesamt 79 Einzelhandelsbetrieben, die rund 30.000 m² Gesamtverkaufsfläche bereitstellen, präsentiert sich die Stadt Munster derzeit mit einer ausreichenden quantitativen Angebotsausstattung für ein Mittelzentrum. Umgerechnet auf die rund 15.000 Einwohner ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung von rund 2,01 m² je Einwohner, die jedoch sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m²/Einwohner) als auch im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion¹³ (1,8 m²/Einwohner) einen überdurchschnittlichen Wert darstellt.
- Es sind Angebote aus nahezu allen Warengruppen vorhanden, insgesamt zeigen sich jedoch auch einige Angebotslücken. Eine unterdurchschnittliche Angebotsausstattung, die auf einen gewissen Entwicklungsspielraum hindeutet, zeigt sich vor allem in den Warengruppen Elektronik/Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel und Uhren/Schmuck.
- Mit einer Kaufkraftkennziffer von 89,95 verfügt die Bevölkerung der **Stadt Munster** über ein weit unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau**. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Munster umfasst rund 78 Mio. Euro. Dem gegenüber steht ein jährlicher Umsatz von rund 85,6 Mio. Euro im Munsteraner Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine Zentralitätskennziffer von rund 1,1 ergibt. Per Saldo sind demnach leichte Kaufkraftzuflüsse in umliegenden Städte und Gemeinden nachweisbar, was auch der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum grundsätzlich entspricht.
- Das Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels erstreckt sich neben dem eigenen Stadtgebiet vor allem auf die unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen. Im Rahmen einer Kundenherkunftserhebung, die durch die örtlichen Einzelhändler unterstützt wurde, wurde ein Anteil auswärtiger Kunden von knapp 14 % ermittelt. Demnach stammen 86 % der Kunden aus Munster selbst.
- Bedeutendster Angebotsschwerpunkt in der Stadt Munster ist neben dem Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt der Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße. Der Hauptgeschäftsbereich präsentiert sich mit einer gewachsenen städtebaulichen Struktur und einer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungseinrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver Standort und verläuft zwischen Wilhelm-Bockelmann-Straße bis zum Friedrich-Heinrich-Platz. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um einen Standort mit Angebotsschwerpunkten im kurzfristigen Bedarf und hier vor allem in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie- und Körperpflegeartikel. Darüber hinaus besteht die Betriebsstruktur weitestgehend aus kleineren, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben aber auch discountorientierten Angebotsformaten insbesondere im Bekleidungsbereich.
- Der Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße wird vorwiegend durch großformatige Einzelhandelsbetriebe und Fachmärkte geprägt. Insgesamt befinden sich an diesem im nördlichen Stadtgebiet liegenden Standort rund 50 % der gesamten Verkaufsfläche Munsters. Angebotsschwerpunkt ist neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten der langfristige Angebotsbereich der Warengruppen Baumarkt- und Gartenmarktsortiment. Ergänzend dazu

¹³ Junker + Kruse Datenbank – eigene Erhebungen in Mittelzentren mit einer Einwohnerzahl von 10.000 – 25.000 im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

befinden sich auch Fachmarktangebote der Warengruppe Bekleidung und Schuhe/Lederwaren am Standort. Darüber hinaus stehen zahlreiche Gewerbeflächen leer. Städtebaulich wird der Standort durch die Erschließungsstraßen Wagnerstraße und Kohlenbissener Grund und Söhlstraße geprägt. Östlich angrenzend befinden sich Teile der Truppenübungsplätze der Bundeswehr sowie das Panzermuseum.

- In Breloh existiert ein Nahversorgungsstandort am südlichen Siedlungsrand, der die Nahversorgung der im Ortsteil lebenden Bevölkerung sicherstellt. Darüber hinaus befindet sich in unmittelbarer Nähe ein Betrieb mit dem Kernsortiment Baummarktartikel und Bauelemente. Die übrigen Stadtteile bzw. Ortschaften verfügen über keine eigenständige Nahversorgung.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Munsteraner Einzelhandel mit Blick auf die landesplanerische Versorgungsfunktion als Mittelzentrum eine durchaus befriedigende Angebotsausstattung aufweist. Gleichwohl existieren Angebotsdefizite, vor allem in den so genannten Leitsortimenten wie z. B. Elektronik und Multimedia, Uhren und Schmuck sowie medizinische und orthopädische Artikel, in denen Verbesserungsbedarf besteht. Darüber hinaus bestehen insbesondere in den Leitbranchen Erfordernisse zur qualitativen Verbesserung des Angebotes. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist festzustellen, dass der Hauptgeschäftsbereich nicht den quantitativen Angebotsschwerpunkt darstellt, sondern dieser am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße liegt.

6 Entwicklungsspielräume des Munsteraner Einzelhandels

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont 2030) des Einzelhandels in der Stadt Munster erfolgen. Für die Stadt als Träger der Planungshoheit können diese Aussagen als **Orientierungsrahmen** zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In der Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Munster fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse erstellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der warengruppenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten sind Bestandteil der Ermittlung künftiger Entwicklungsspielräume.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern/ Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität¹⁴ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig mindestens wieder mit leicht steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die Stadt Munster von einer konstanten Entwicklung der Flächenproduktivitäten ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Munster

Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen für den Heidekreis und die Stadt Munster basieren auf den Daten des Landesbetriebs für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen¹⁵. Die Prognose für den Heidekreis (- 8%) und die Stadt Munster (bis zu -12 %) für die nächsten Jahre sieht demnach eine **rückläufige Bevölkerungsentwicklung** bis 2030. Ausgehend von dem Basisjahr 2011 (15.923) geht der Landesbetrieb von einer Einwohnerzahl bis 2030 von 14.012 aus.

Folglich wird sich auch das dem Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial in den nächsten Jahren sukzessive leicht verringern. Allein durch die prognostizierte Einwohnerabnahme in Munster ist – unter der Annahme eines konstanten Kaufkraftniveaus – mit einer **absoluten Kaufkraftabnahme von bis zu 8 Mio. Euro** zu rechnen.

¹⁴ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche

¹⁵ Quelle: <http://www.lskn.niedersachsen.de/startseite/> und Stadtregion Büro für Raumanalysen und Beratung: Konversion und Regionalentwicklung in den Landkreisen Celle und Heidekreis - Demographische Entwicklung; Hannover Dezember 2012

Kaufkraftpotenzial durch Soldaten und Lehrgangsteilnehmer

Zu den Einwohnern in Munster kommen jährlich rund 5.000 Soldaten die temporär in der Stadt leben und rund 1.000 Lehrgangsteilnehmer. Durch diesen Personenkreis steht dem Munsteraner Einzelhandel ein erweitertes Kaufkraftpotenzial zur Verfügung, die Nachfrage nach Angeboten betrifft jedoch zu nur bestimmte Warengruppen. Bei der Berechnung der zusätzlichen Kaufkraft durch Soldaten und Lehrgangsteilnehmer sind folgende Annahmen mit in die Berechnung eingegangen:

- Pro Jahr kommen etwa 6.000 Soldaten und Lehrgangsteilnehmer nach Munster.
- Die durchschnittlichen Ausgaben betragen etwa 15 Euro pro Tag, so dass hier insgesamt ein zusätzliches, jedoch geringes, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 0,1 Mio. Euro pro Jahr nach Munster fließt.

Zusätzliche Kaufkraft: Besucher des Deutschen Panzermuseums

Der Munsteraner Einzelhandel profitiert zudem in Teilbereichen von der touristischen Ausrichtung der Stadt, wobei hier insbesondere das Deutsche Panzermuseum eine Rolle spielt. Zur Abschätzung der Bedeutung des Tourismusaufkommens für den Einzelhandel wurden insbesondere sekundärstatistische Quellen (Besucherzahlen) herangezogen. Durch Tagesgäste steht dem Munsteraner Einzelhandel ein zusätzliches Kaufkraftpotenzial zur Verfügung. Allerdings ist in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass diese zusätzliche Nachfrage nach Angeboten Schwankungen unterliegt und nur bestimmte Warengruppen betrifft.

Bei der Berechnung der zusätzlichen Kaufkraft durch Touristen und Besucher sind folgende Annahmen mit in die Berechnung eingegangen:

- Pro Jahr kommen etwa 115.000 Besucher¹⁶ des Deutschen Panzermuseums nach Munster.
- Die durchschnittlichen Ausgaben von Tagesgästen im Einzelhandel betragen etwa 15 Euro¹⁷ pro Tag, so dass hier insgesamt ein zusätzliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 1,7 Mio. Euro pro Jahr nach Munster fließt.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der warengruppenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

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

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

¹⁶ Harrer, Bernhard; Scherr, Silvia für den dwif e.V.: Tagesreisen der Deutschen, München 2013.

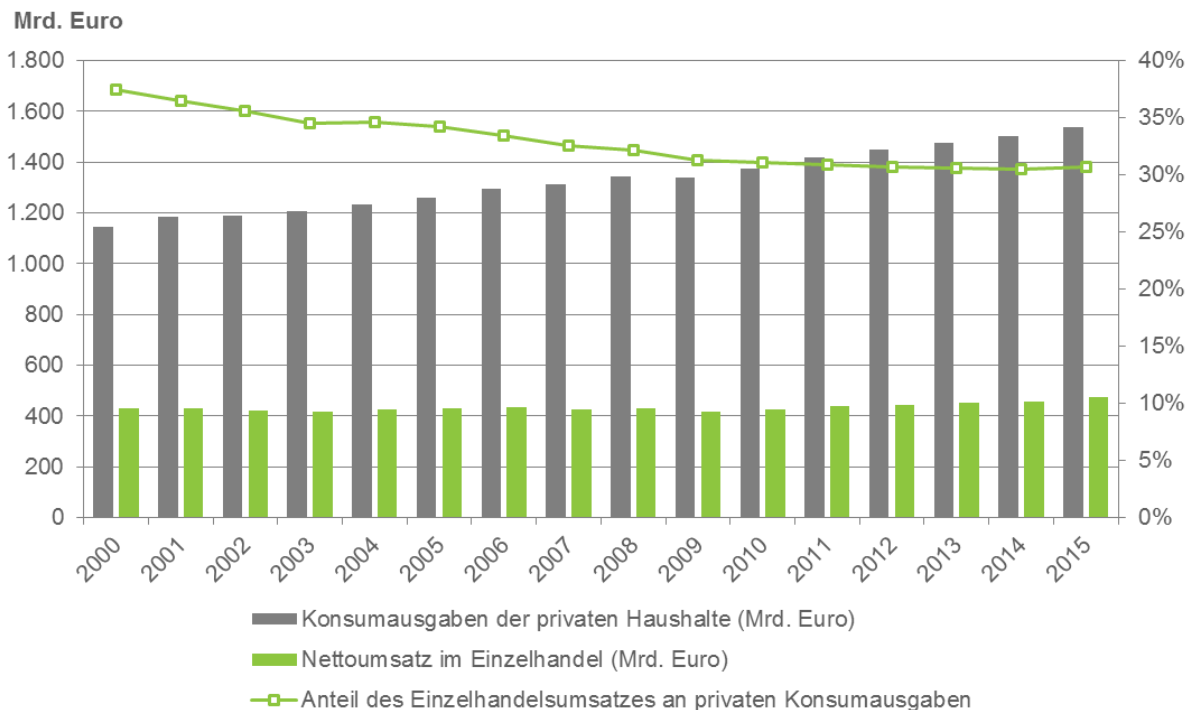
¹⁷ Die Angabe bezieht sich ausschließlich auf die Ausgaben im Einzelhandel. Ausgaben für gastronomische Angebote (8,40 Euro) und Freizeit/Unterhaltung (3,40 Euro) werden hier nicht berücksichtigt. Vgl. auch Harrer, Bernhard; Scherr, Silvia für den dwif e.V.: Tagesreisen der Deutschen, München 2013. S.92.

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 13 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen¹⁸.

Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend¹⁹.

In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 % und +2 % weitestgehend stagniert (2015: rd. 430 Mrd. Euro)²⁰.

Abbildung 3: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de)

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass zwar insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²¹ Kaufkraft zu rechnen ist, jedoch müssen **spezifische Entwicklungen** in

¹⁸ EHI Retail Institut 2015; Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de); Handelsjournal et. Al. (Hrsg.) (2008-2011); Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2010), zitiert nach www.handelsdaten.de

¹⁹ ebenda

²⁰ ebenda

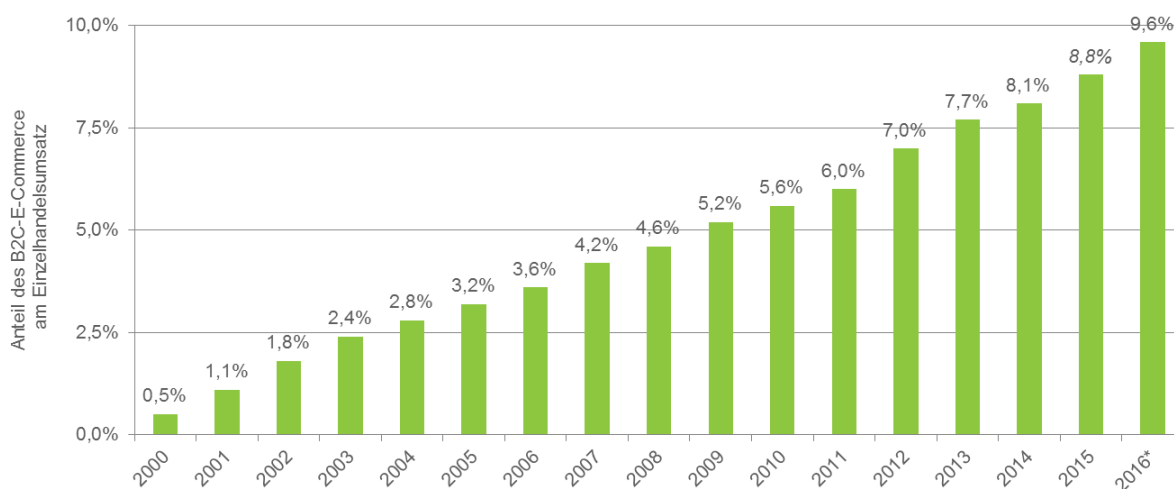
²¹ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, das heißt es muss eine Prognose erfolgen, die veränderte Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce (=Onlinehandel)²² in Deutschland

Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce. Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 42 Mrd. Euro im Jahr 2015. Für das Jahr 2016 wird eine weitere Zunahme auf rund 46 Mrd. prognostiziert²³. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,5 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **10 %** im Jahr 2015 (vgl. nachfolgende Abbildung).

Abbildung 4: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; *Prognose

Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 04. Februar 2016)

Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versand-

²² „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. EDI ist der elektronische Datenaustausch in strukturierter Form (zum Beispiel auf Basis des Standards EDI FACT) zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen über so genannte Standleitungen, bei denen der Datenaustausch beispielsweise über Telefonleitungen erfolgt.“

Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de, zuletzt zugegriffen am 04.02.2016)

²³ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro), Zugriff unter www.handelsdaten.de im Februar 2016

handel Deutschland wurden im Jahr 2014 rund 55 % des im interaktiven Handel²⁴ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet²⁵. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Online-Handels²⁶, aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 13 % von 109 Mio. m² im Jahr 2000 auf knapp 123,1 Mio. m² im Jahr 2014 angestiegen²⁷.

Es sind jedoch nicht die reinen Online-Händler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**²⁸ an Bedeutung. Während vormals reine Online-Händler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Zalando), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch oder Retoure vor Ort.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten Multi-Channel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erzielte Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept²⁹.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Um sich weiterhin im Wettbewerb um den Kunden behaupten zu können, gilt es vor allem, auch zukünftig

²⁴ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen

²⁵ vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zuletzt zugegriffen im Dezember 2015)

²⁶ ebenda

²⁷ vgl. EHI Retail Institute Köln 2016. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 04. Februar 2016)

²⁸ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

²⁹ vgl. EHI Retail Institute Köln 2015. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de

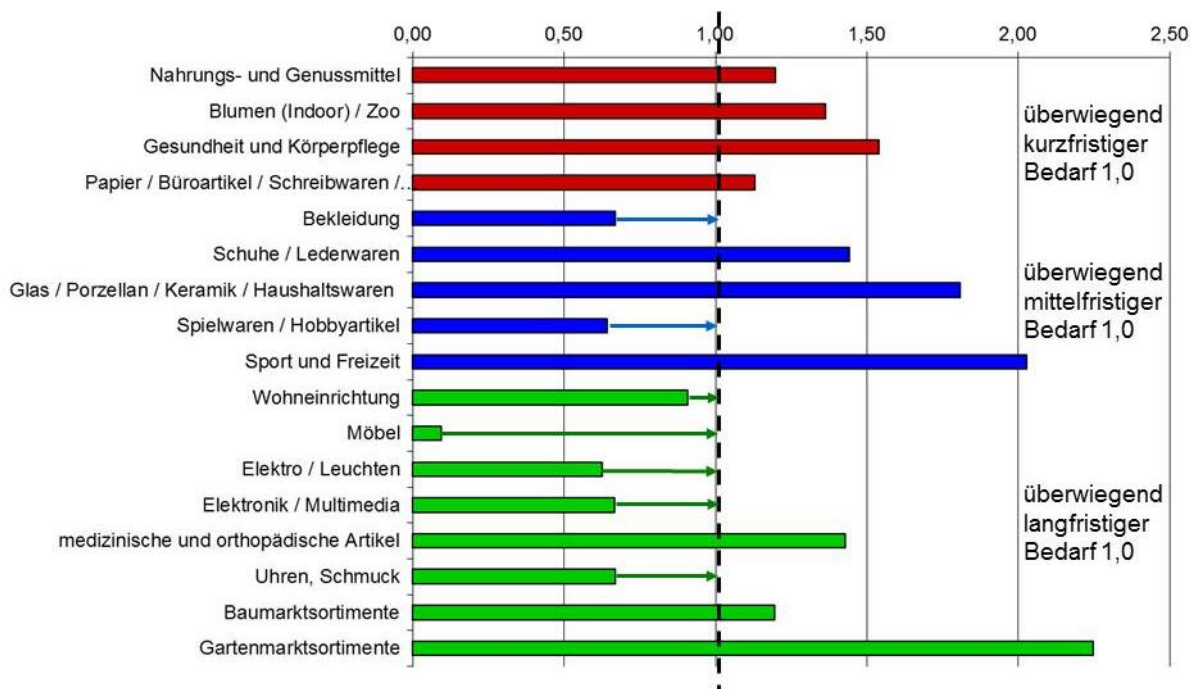
die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes in die städtischen Zentren, sogenannte kompakte Strukturen zu erhalten bzw. zu entwickeln.

Zentralitäten für das Jahr 2030

Die perspektivische Zentralität für die Stadt Munster definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der **raumordnerischen Versorgungsfunktion** der Stadt Munster als Mittelzentrum im Heidekreis, der **regionalen Wettbewerbssituation** sowie der **lokalen Bevölkerungsentwicklung**. Entsprechend ist im Zuge der landesplanerischen Versorgungsaufgabe in erster Linie von einer auf das eigene Stadtgebiet begrenzten zentralörtlichen Versorgungsfunktion auszugehen.

Unter Berücksichtigung dieser Überlegungen sowie unter Einbeziehung der vorangestellten Parameter ergeben sich für die Stadt Munster bis zum Jahr 2030 folgende Zielzentralitäten.

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs wird eine Zentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird bis auf die Warengruppe Papier/Büroartikel/Schreibwaren erreicht und sogar überschritten. In dieser Warengruppe sind aus quantitativer Sicht leichte Arrondierungsspielräume erkennbar. In allen Warengruppen bestehen darüber hinaus strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen Aspekten und insbesondere mit Blick auf die Lage der Angebotsstandorte.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich werden ebenfalls Zentralitäten von bis zu 1,0 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt widerspiegeln. Dieser Wert wird in den Warengruppe Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik und Sport und Freizeit erreicht. In den übrigen Warengruppen Bekleidung und Spielwaren/Hobbyartikel ergeben sich demnach quantitative Entwicklungsspielräume. Darüber hinaus ist neben dem qualitativen Aspekt bei zukünftigen Entwicklungen vor allem der städtebaulich wünschenswerte Standort der Anbieter zu betrachten.
- Im langfristigen Bedarfsbereich werden über alle Warengruppen ebenfalls Zentralitäten von bis zu 1,0 angenommen. Dieser Wert wird aktuell lediglich von den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel, Bau- und Gartenmarktsortiment erreicht bzw. überschritten.

Abbildung 5: Zentralitäten des Einzelhandels in Munster als rein qualitative Orientierungshilfe

Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Münster

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich für die Stadt Münster aus rein quantitativer Sicht in einigen Branchen absatzwirtschaftlich Verkaufsflächenpotenziale. Aufgrund der regionalen Konkurrenzsituation zu starken Mittelzentren in der Region und unter Berücksichtigung des zunehmenden Onlinehandels insbesondere in Sortimentsbereichen wie Bücher, Bekleidung, Spielwaren und Elektronik sind diese Spielräume in Münster jedoch begrenzt. Realistisch besteht eher ein Veränderungspotenzial für bestehende Anbieter als ein Neuansiedlungspotenzial. Zukünftig sollte der Fokus auf der Verlagerung von Anbietern mit innenstadtrelevanten Sortimenten in den Hauptgeschäftsbereich Münster gelegt werden. Auch potenzielle Ansiedlungsvorhaben sind zukünftig vorrangig im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt zu realisieren. Zur Stärkung der Versorgungsfunktion der Bevölkerung sind dabei auch folgende Aspekte zu beachten:

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

Vor allem sind einer „zügellosten“ Ausweitung von Verkaufsflächen Grenzen zu setzen, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maß und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, kann dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der Munsteraner Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzeinbußen bzw. auch zu Marktverdrängungsprozessen ansässiger Betriebe führen. Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten, insbesondere in der Innenstadt Münsters, können dagegen zur Verbesserung und Stärkung des Einzelhandelsangebotes beitragen. Die Tatsache, dass dies ggf. zu Lasten weniger geeigneter Standorte (wie z. B. dem Sonderstandort Koh-

lenbissener Grund/Wagnerstraße) im Stadtgebiet geschieht, sollte / kann dabei bewusst in Kauf genommen werden. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die Ziele des Munsteraner Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (vgl. dazu Kapitel 7) abgewogen werden. Für bisher nicht in der Stadt vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus auch dann Entwicklungsspielräume abzeichnen, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und an sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum besteht.

7 Einzelhandelskonzept für die Stadt Munster

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation in Munster (vgl. Kapitel 3 und 4) und die daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich Entwicklungsspielräume nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotsituation ergeben.

Dabei sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte kritisch zu bewerten, wenn diese nicht dem zentralen Versorgungsbereich Munster i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- oder Ergänzungsstandorten zugeordnet sind.

Das Einzelhandels- und städtebauliche Entwicklungskonzept für die Stadt Munster umfasst dementsprechend die nachfolgenden konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 7.1)
- Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mit Entwicklungszielen und Empfehlungen zur städtebaulichen Aufwertung (vgl. Kapitel 7.4.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglicher Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.5)
- Identifizierung und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.6)
- Munsteraner Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.7)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 8)

7.1 Räumliches Entwicklungsleitbild

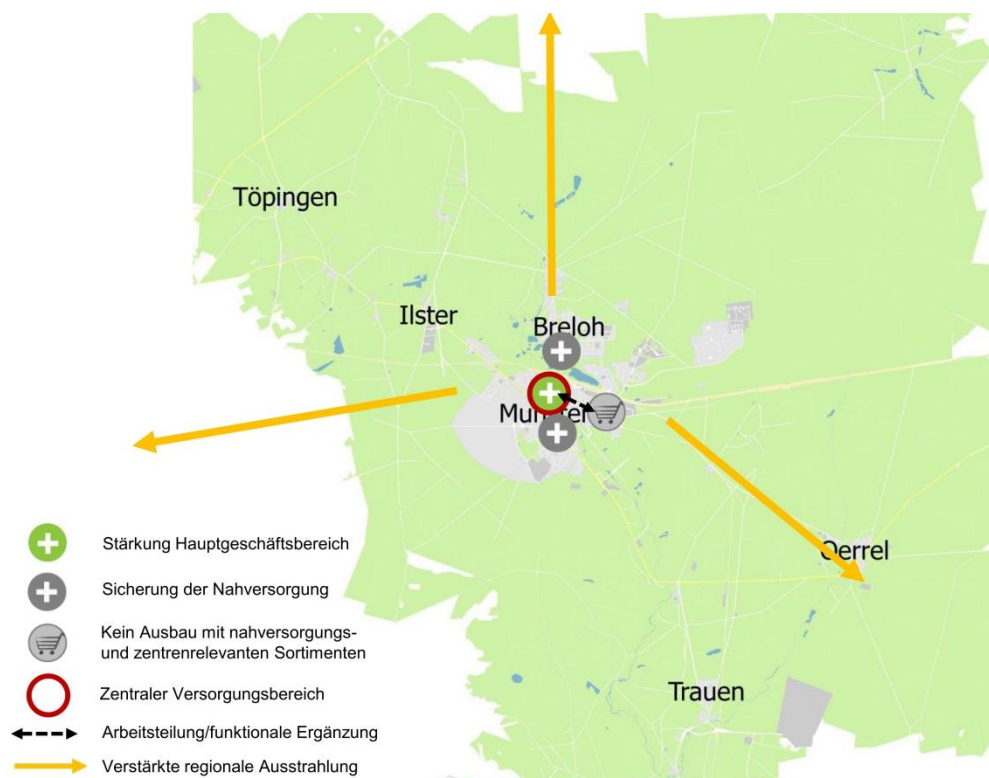
Bei zukünftigen Entwicklungen gilt es verstärkt auf eine klare räumliche Angebotsstruktur mit der Konzentration auf die Munsteraner Innenstadt zu achten und diese zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist vor allem eine weitere Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den Hauptgeschäftsbereich und die Nahversorgungsstandorte zu legen.

Grundlage für die Umsetzung ist das Leitbild der „räumlichen-funktionalen-Gliederung“ für die Stadt Munster, das auf einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung setzt.

Der Einzelhandel soll demnach in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelschwerpunkte im Munsteraner Stadtgebiet konzentriert werden. Eine stringente Steuerung seitens

der Stadt innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht somit zukünftig die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild für die Stadt Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de)

Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch die Zielvorgaben der Stadt Munster werden Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch im Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt, unterstützt. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandortes Munsters können – durch das Zusammenwirken von Entwicklungsleitbild und Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukünftigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

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

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

7.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Wie bereits vorstehend erläutert leiten sich die übergeordneten zukünftigen Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandelsentwicklung in Munster aus der spezifischen Situation der Gesamtstadt, den allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z. B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation; Berücksichtigung der Einzelhandelsstruktur) ab. Hierzu werden im vorliegenden Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzept Ziele und Empfehlungen formuliert.

Das übergeordnete Handlungsziel ist die Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt Munster als Mittelzentrum, einhergehend mit dem Erhalt eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebotes. Dabei wird die **Attraktivität eines Einkaufsstandortes** u. a. bestimmt durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche) und seiner strukturellen Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenzuordnungen) sowie der Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch das Miteinander dieser Komponenten kann es auch zukünftig gelingen, den Einzelhandelsstandort Munster attraktiv zu gestalten und langfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang auch die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten** in Form eines Zielsystems für die funktionale Entwicklung der Stadt Munster.

Ausbau und Sicherung der landesplanerischen Funktion der Stadt Munster als Mittelzentrum im Heidekreis

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Mittelzentrum übernimmt die Stadt Munster somit den Versorgungsauftrag für den gehobenen periodischen Bedarf der Bevölkerung, der neben veraltungstechnischen und sozialen Aspekten der Stadt vor allem in der Bereitstellung von Einrichtungen und Angeboten besteht. Damit verbunden sind Angebote wie z. B. weiterführende Schulen, Krankenhäuser, vielseitige Einkaufsmöglichkeiten. Darüber hinaus hat Munster als Mittelzentrum zugleich eine wichtige Funktion als Arbeitsmarktzentrum für den Verflechtungsbereich.

Insbesondere der Versorgungsaufgabe mit vielfältigen Einkaufsmöglichkeiten wird Munster heute nicht vollumfänglich gerecht. Dabei müssen potenzielle Einzelhandelsentwicklungen insbesondere im gesamtstädtischen Kontext stehen. Den Entwicklungsrahmen gibt auf Landesebene das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen³⁰ vor. Demnach ist das übergeordnete Ziel in der Stadt Munster die Stärkung und vor allem die Sicherung der Funktion als Mittelzentrum und die damit einhergehende Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes.

³⁰ Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) mit der Änderung der LROP-Verordnung vom 17. Februar 2017

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Hauptgeschäftsbereiches in der Munsteraner Innenstadt

Der gewachsene Hauptgeschäftsbereich in der Munsteraner Innenstadt stellt den siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten aber nicht den quantitativ bedeutendsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt dar. Als zukünftiger (einziger) zentraler Versorgungsbereich der Stadt ist er zudem ein besonders schützenswerter Bereich der Innenstadt. Im Vergleich zu anderen, teilweise quantitativ bedeutsameren Einzelhandelsstandorten, zeichnet sich der Hauptgeschäftsbereich insbesondere durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleister, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung und Erholungseinrichtungen etc.) aus.

Die Einzelhandelsentwicklungen der vergangenen Jahre haben den Hauptgeschäftsbereich – bezogen auf die Einzelhandelsfunktion – weder quantitativ noch qualitativ gestärkt. Dies ist vor allem auf die Ansiedlung und Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment und typischen Leitsortimenten am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße zurückzuführen.

Zukünftig muss der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (der klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment) ausschließlich auf den Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt Munster gelenkt werden. Dieser genießt zukünftig als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt. Alle anderen Standorte haben sich vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen. Darüber hinaus sind weitere Qualifizierungen des Angebotes durch Ergänzungen der Sortimentsstruktur und Betriebsformen- bzw. -größen anzustreben. Die Ansiedlung weiterer Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten kann zur Verbesserung des Angebotes und zur Attraktivitätssteigerung im Hauptgeschäftsbereich als zentralen Versorgungsbereich Innenstadt beitragen. Auch die Verlagerung einzelner Betriebe vom Standort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße sollte verstärkt in solche Überlegungen einbezogen werden.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet

In der Stadt Munster soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht bzw. erhalten werden. Ein wichtiger Bestandteil des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster ist deshalb ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot, ergänzt durch soziale und kommunikative Aspekte. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie), dies spiegelt sich auch im zentralen Bereich der Innenstadt wider. Oft stehen diesen planerisch wie gesamtwirtschaftspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³¹ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsbereiche und Wohnbereiche mit geringem Einwohnerpotenzial wie in den Ortsteilen Alvern, Ilster, Oerrel, Töpingen und Trauen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich wie funktional abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im gesamten Munsteraner Stadtgebiet zu schaffen bzw. diese zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es deshalb sein, die vorhandene Nahversorgung zu erhalten und soweit möglich qualitativ zu verbessern und zu stärken.

³¹ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines Warensortiments haben Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsbiet benötigen.

Sicherung und Stärkung einer räumlich- funktional gegliederten Versorgungsstruktur

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziellen negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konkurrenzsituation zwischen der Innenstadt und dem Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße.

Eine zukünftige unkontrollierte Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der Innenstadt wie es der Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße darstellt, kann zu einer fortlaufenden Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt führen und weitere städtebauliche Fehlentwicklungen nach sich ziehen.

Für eine langfristige und erfolgreiche Stadtentwicklung in Munster im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem Hauptgeschäftsbereich Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich und den Nahversorgungsstandorten auf der einen sowie den Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden muss.

Zentrenverträgliche Entwicklung des Sonderstandortes Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe

Der Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße, der sich in rund 1,5 km Entfernung von der Innenstadt am nördlichen Siedlungsrand befindetet, stellt derzeit den größten Wettbewerbsstandort dar, in Teilen stellt er jedoch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in der Stadt dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung ist der Standort auch weiterhin in Teilbereichen als zentrenverträglicher Sonderstandort zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe³² angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlung, Erweiterung oder Umnutzung bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb des Kernortes sind jeweils die Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten städtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. Das bedeutet keine Neuansiedlungen und Erweiterungen von vorhandenen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten über den genehmigten Bestand hinaus. Im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sollte insbesondere das Ziel verfolgt werden derartige Nutzungen zurückzuführen.

³² Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Innenstadt Munsters bzw. an den Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße zu lenken.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Bau- und Planungsrechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den ausgewiesenen Gewerbegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Zukünftig sind dementsprechend Teilbereiche des Standortes Kohlenbissener Grund im Sinne ihrer ursprünglichen Funktion und Aufgabe als Gewerbegebiet zu entwickeln und Einzelhandelsvorhaben konsequent auszuschließen.

Stärkung des Tourismusbereiches – Ausbau des Angebotes im gemeinschaftlichen Interesse

Der Wettbewerb zwischen Gemeinden ähnlicher Größenordnung und Versorgungsfunktion hat zugenommen. Vergleichbares gilt für die Stadt Munster und die Städte und Gemeinden in der Region. Damit sich Munster zukünftig noch besser profilieren und von den regionalen Konkurrenzstädten abheben kann, ist eine Attraktivitätssteigerung über das Einzelhandelsangebot hinaus notwendig. Dazu zählen sowohl städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen in der Innenstadt als auch die Stärkung der touristischen Möglichkeiten zur Profilierung. Das Deutsche Panzermuseum bietet heute bereits einen zentralen Besuchsmagneten, der jährlich rund 100.000 Tagesgäste anzieht. Durch die Lage außerhalb der Innenstadt kann dieses Besucher- und Kaufkraftpotenzial nur in Teilen zur Stärkung der Innenstadt beitragen. Synergieeffekte und eine bessere städtebauliche Anbindung sind erforderlich, um dem innerstädtischen Einzelhandel die zusätzliche Kaufkraft zuzuführen. Zudem werden Entwicklungspotenziale vor allem im Ausbau der Angebote gesehen, die im gemeinschaftlichen und privaten Interesse angesiedelt sind, wie z. B. die Optimierung der Sortimentbereiche, spezialisierte gastronomische Angebote, die einen Kopplungseffekt generieren können.

Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzuesiedelnden Einzelhandel

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

Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung und Verhinderung konterkarierender Planungen

Eine räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor dem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzli-

chen Einzelhandelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch unerwünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Munster (vgl. Kapitel 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der Innenstadt, der Nahversorgungsstandorte und des bestehenden Sonderstandortes. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umsetzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann (wie am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße geschehen). Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

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

7.3 Räumliches Standortstrukturmodell

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Munster sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Munsteraner Stadtgebiet unter **städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Strukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das weiterentwickelte Standortstrukturmodell haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Abbildung 6: Standortstrukturmodell für die Stadt Munster



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt Munster“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische Versorgungsbedeutung,
- Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituation,
- Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Munsteraner Innenstadt** mit seinem Hauptgeschäftsbereich wird als zentraler Versorgungsbereich mit gesamtstädtischer Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die städtebauliche Qualität und funktionalen Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³³ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

³³ „Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgegrenzte Bereiche einer Kommune, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Kommune zukommt. Ein Versorgungsbereich setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Kommune – gegebenenfalls auch nur eines Teil des Stadtgebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...] Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend könne als zentrale Versorgungsbereiche angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. V. 11.12.2006 – 7 A 964/05). Vgl. hierzu ergänzend Ausführungen Kapitel 7

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als (solitäre) Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgungsfunktion der Munsteraner Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt Munsters geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Munster sind derzeit folgende Angebotsstandorte als Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Nahversorgungsstandort „Am Schützenwald“ im Kernort Munster
- Nahversorgungsstandort „Breloher Straße“ im Ortsteil Breloh

Sonderstandorte

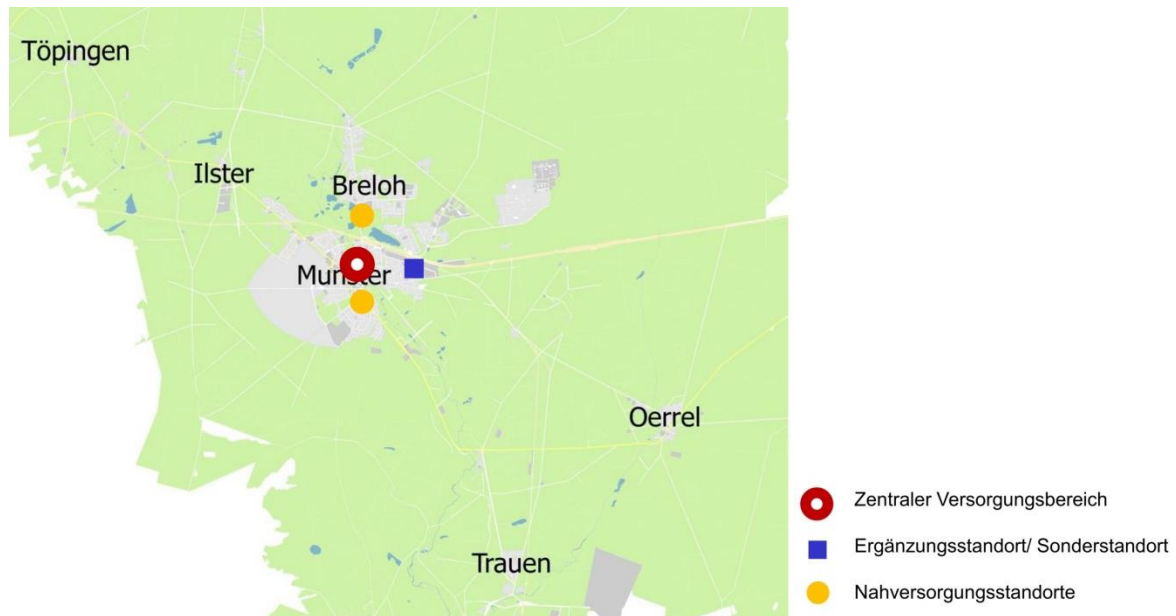
Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:


- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet/ Versorgungsbedeutung
- Angebotsschwerpunkt in bestimmten Warengruppen, Verkaufsflächenschwerpunkt im nicht zentrenrelevanten Einzelhandel,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaften,
- i. d. R. keine Ergänzungsangebote (Dienstleistung und Gewerbe).

Entsprechend der vorangestellten Kriterien wird der Standort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße als Sonderstandort eingeordnet. Dieser Standort befindet sich im nördlichen Siedlungsgebiet des Kernortes Munster und dient als Standort für im Schwerpunkt klein- und großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel sowie Gewerbebetrieben im klassischen Sinne. Zukünftig erfordert die städtebauliche Zielsetzung der Stadt Munster eine Sortimentsanpassung. Dementsprechend sind potenzielle Angebotsausweitungen an diesem Standort mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklungen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt restriktiv zu behandeln. Eine Umwandlung dieser Betriebe auf nicht-zentrenrelevante Kernsortimente hingegen ist ebenso im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes denkbar wie eine Neuansiedlung solcher Betriebe.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche im Stadtgebiet Munster stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur im Stadtgebiet Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

7.4 Zentraler Versorgungsbereich

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches für die Stadt Münster erfolgt unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven und dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Münster dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist ein räumlich abgegrenzter Bereich einer Stadt zu verstehen, dem aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁴ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus auch mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentrum). Auch Grund- und Nahversorgungszentren können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und /oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs, versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.³⁵ Im Stadtgebiet Münster lässt sich lediglich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt abgrenzen.

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

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur³⁶ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen)
- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. diesem Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel für diese Standorte ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch Erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.³⁷

³⁴ Vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

³⁵ Vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

³⁶ vgl. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn 2007

³⁷ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

7.4.1 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

Im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster ist der **zentrale Versorgungsbereich** als jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dieses Kriterium erfüllt als einziger Bereich der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt.

Wichtige Abgrenzungskriterien des „zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt“ sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen Aspekten** auch **städtebauliche Kriterien** zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

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

Städtebauliche Kriterien

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

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

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

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

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des „zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt“ einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte (Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte) insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Münster dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Munsteraner Sortimentsliste; siehe Kapitel 7.7) unabdingbar.

7.4.2 Der Hauptgeschäftsbereich „zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“ Münster

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt in Münster umfasst den Stadtkern Münster und beginnt im Nordwesten im Übergangsbereich von der Soltauer Straße in die Wilhelm-Bockelmann-Straße. Die Wilhelm-Bockelmann-Straße stellt in Gänze die Hauptgeschäftsstraße des zentralen Bereiches dar. Die östliche Grenze des zentralen Bereiches bildet die Verlängerung der Wilhelm-Bockelmann-Straße zum Friedrich-Heinrich Platz, über den Emminger Weg hinaus. Die nördliche Grenze bildet der Grünbereich Am Mühlenteich und die Danziger Straße, die zentrale Haupteinschließung der Innenstadt definiert die südliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.

Die Wilhelm-Bockelmann-Straße übernimmt in der Innenstadt die Funktion der Hauptgeschäftsstraße. Sie ist in voller Länge als verkehrsberuhigter Bereich ausgebaut. Ungefähr in der Mitte weitet sich der Straßenraum und bildet den zentralen Marktplatz mit großzügigen Freibereichen und einem Brunnen als Mittelpunkt. Der Straßenabschnitt Richtung Südosten ist geprägt durch eine Vielzahl an kleinen und mittleren Einzelhandelsbetrieben, zum Teil noch inhabergeführt. Hier bilden die Drogeriemarkt Rossmann, NKD, der Bekleidungsanbieter KiK und der zwischen Wilhelm-Bockelmann-Straße und Emminger Weg liegende Lebensmitteldiscounter Aldi die zentralen Magnetbetriebe. Neben der Einzelhandelsfunktion ergänzen auch immer mehr Dienstleistungsangebote diesen Teilbereich.

Die Verlängerung der Wilhelm-Bockelmann-Straße über den Emminger Weg hinaus stellt der Friedrich-Heinrich-Platz dar. Neben der Stadtbücherei befinden sich in diesem Bereich kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie ein großflächiger Betrieb mit dem Kernsortiment Baummarktartikel bzw. Sonderpostenartikel. In unmittelbarer Nähe am Emminger Weg steht heute eine große Geschäftsfläche leer.

Im nördlichen Abschnitt der Wilhelm-Bockelmann-Straße befinden sich nur noch vereinzelt Einzelhandelsbetriebe. Neben dem Textildiscounter Tedi am Marktplatz existiert am nördlichen Ende der Straße der Lebensmittelvollsortimenter Edeka mit einer integrierten Bäckerei. Darüber hinaus beherbergt dieser Teil der Wilhelm-Bockelmann-Straße überwiegend Dienstleistungsangebote, die als Nachnutzung von ehemaligen Einzelhandelsflächen fungieren. Leerstehende Ladenlokale wurden durch diese Entwicklung reduziert, prägen aber weiterhin das Bild.

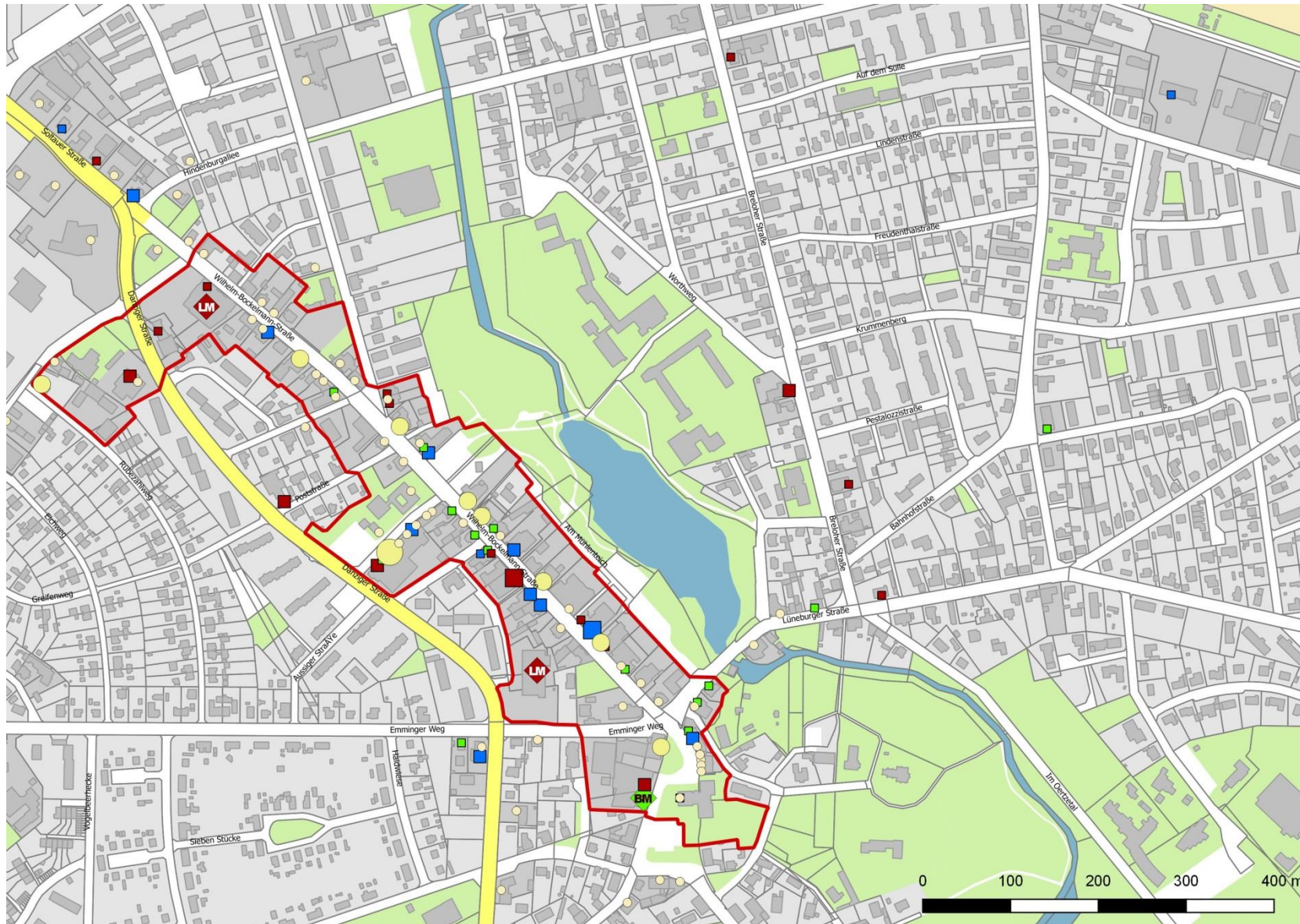
Den Mittelpunkt der Innenstadt bildet der Marktplatz, an dem sich auf der einen Seite das Rathaus und auf der gegenüberliegenden der Eingang zur wichtigen innerstädtischen Grünfläche


„Am Mühlenteich“ liegt. Darüber hinaus ist der Marktplatz Treffpunkt mit gastronomischen Angeboten. Die Aufenthaltsqualität und Verweildauer wird durch die in den Sommermonaten vorhandene Außengastronomie bestimmt. Abgehend vom Marktplatz befindet sich die einzige Seitenstraße, die durch Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt ist. Zwischen dem Vestherrnweg und der Lönshede wurde ein ehemaliger Kaufhausstandort abgerissen und durch einen Neubau des Bürgerhauses ersetzt. Ergänzt wird die öffentliche Einrichtung durch einen Mix aus kleinteiligen Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten in den Erdgeschosslagen.

Neben dem aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsbestand befinden sich im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auch Entwicklungsbereiche. Diese definieren sich derzeit weniger über vorhandene Freiflächen, sondern über leerstehende Erdgeschossflächen bzw. Immobilien und befinden sich schwerpunktmäßig in der Wilhelm-Bockelmann-Straße. Die städtebaulichen Zielvorstellungen des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sollen dabei helfen Investitionen in den zentralen Bereich zu lenken, um diese Immobilien und Flächen wieder in Wert zu setzen und neue frequenzbringende Nutzung zu etablieren.

Darüber hinaus steht mittelfristig auch die ehemalige Polizei an der Straße Am Sandkrug/Danziger Straße als Entwicklungsfläche für größere Einzelhandelsvorhaben zur Verfügung. Die alte Polizei steht leer und der Standort wird heute nicht mehr aktiv genutzt. Der Entwicklungsbereich befindet sich in unmittelbarer Nähe zum heutigen Innenstadteingang und zu einem der Nahversorgungsbetriebe des Hauptgeschäftsbereiches. Eine zukünftige Nutzung durch Einzelhandelsbetreiber bietet die Chance, große Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt anzusiedeln, um dadurch die Versorgungsfunktion der Innenstadt zu stärken. Zwingend erforderlich für die Nutzung der Fläche sind die städtebauliche Qualität des Vorhabens und die fußläufige Anbindung an die Wilhelm-Bockelmann-Straße. Dies beinhaltet neben der baulichen Orientierung zur Danziger Straße auch die Möglichkeit zur Querung der Danziger Straße mit Blick auf Barrierefreiheit und einer möglichst hohen Aufenthaltsqualität für Fußgänger und Fahrradfahrer.

Karte 14: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgin.de) 

7.4.3 Handlungsempfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich

Konzentration der Einzelhandelsnutzungen und Stärkung der Versorgungsfunktion

Fehlende Einzelhandelsdichten und solitäre Einzelhandelslagen schwächen derzeit den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Munster als wettbewerbsfähigen Einzelhandelsstandort. Wie in Teilbereichen sichtbar ist, wurde das Ziel (auch großflächige) Einzelhandelsnutzungen in der Innenstadt zu konzentrieren (Aldi) in den vergangenen Jahren verfolgt. Leer gefallene Einzelhandelsflächen – auch in Abschnitten der Hauptgeschäftsstraße - konnten vorrangig in Dienstleistungsangebote umgenutzt werden. Aber auch die Umnutzung in Wohnraum wird in vielen Bereichen diskutiert. Durch den Neubau des Bürgerhauses mit einem Mix aus Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten in unmittelbarer Nähe zum Marktplatz sind städtebauliche Strukturen geschaffen worden, durch die auch die Innenstadt an Angebotsqualität gewonnen hat. Dennoch scheint es zukünftig erforderlich weitere Einzelhandelsangebote in der Innenstadt anzusiedeln, um den Hauptgeschäftsbereich gegenüber innerkommunalen Wettbewerbsstandorten weiter zu stärken. Entsprechende Entwicklungsflächen stehen sowohl in der Wilhelm-Bockelmann-Straße als auch im Bereich der Danziger Straße/Am Sandkrug zu Verfügung.

Aktiver Umgang mit Flächenpotenzialen notwendig

Im Rahmen eines Flächenmanagements lassen sich sowohl vorhandene Leerstände, die z. B. durch Umverlagerungen entstanden sind, als auch absehbare Potenzialflächen, die durch Geschäftsveränderungen entstehen werden, in einen Vermarktungsprozess einbinden. Um dies zu ermöglichen und zeitnah zu erkennen, ist jedoch ein funktionierendes Frühwarnsystem bei Verlagerungen oder auch Geschäftsaufgaben notwendig. Voraussetzung hierfür ist ein regelmäßiger und offener Austausch der örtlichen Akteure über Entwicklungsperspektiven. In der Regel bieten sich hierzu Werbegemeinschaften oder Interessengemeinschaften an, die durch die Stadt Munster und regionale Institutionen wie Einzelhandelsverband und Industrie- und Handelskammer Unterstützung finden. Im Rahmen eines solchen Flächenmanagements lassen sich dann entsprechende Handlungsmöglichkeiten formulieren und aktiv umsetzen.

Nachnutzungen der Erdgeschosslagen steuern

Die Nachnutzung von Erdgeschossflächen in der Wilhelm-Bockelmann-Straße konnte in den vergangenen Jahren durch adäquate Dienstleistungen gewährleistet werden. Aufgrund baulicher und privatwirtschaftlicher Gegebenheiten ist dies jedoch nicht in allen zur Verfügung stehen Immobilien der Fall. Die erhöhte Nachfrage nach Wohnraum in der Innenstadt hat einen Umnutzungsdruck von Immobilieneigentümern zur Folge. Für wenig frequentierte Lagen und Nebenlagen in der Innenstadt ist Wohnraum eine sinnvolle Nachnutzung. In den Haupteinkaufslagen sollten jedoch auch zukünftig verstärkt Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen etabliert werden, um die Attraktivität des Standortes weiterhin zu erhalten.

Erhöhung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und Qualifizierung der Stadteingänge

Die städtebauliche Gestaltung des öffentlichen Raumes ist auch für die Einzelhandelsnutzungen und Gastronomieanbieter von Bedeutung. Grundsätzlich trägt die Gestaltung des öffentlichen Raumes in Munster zu einer positiven Einkaufsstimmung bei. Dennoch erscheint es sinnvoll die

Verweildauer der Besucher und Kunden weiter zu erhöhen. Kleine Veränderungen am Markt und die Aufwertung der Außengastronomie zielen bereits in diese Richtung. Die Stadteingänge bieten zudem Entwicklungspotenzial, da der Besucher nicht wahrnimmt, dass er sich in der Innenstadt befindet. Aufwertungsmaßnahmen bieten auch an diesen so wichtigen Bereichen die Möglichkeit die Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Zudem vermitteln zentrale Verbindungswege für Fußgänger (z. B. von der Wilhelm-Bockelmann-Straße zum Lebensmitteldiscounter Aldi) wenig Wohlfühl-atmosphäre. Auch die Stadtmöblierung ist in die Jahre gekommen. Möglichkeiten zum Verweilen, Abstellplätze für Fahrräder oder Spielgeräte für Kinder schaffen Aufenthaltsbereiche, die zu einem positiven Image der Innenstadt beitragen können.

Stärkung und Profilierung der Gastronomie- und Übernachtungsangebote

Für die Atmosphäre und Ausstrahlungskraft in der Innenstadt spielen Gastronomiebetriebe und kulturelle Einrichtungen eine besondere Rolle, sie bieten die Grundlage für einen multifunktionalen Charakter in Munster. In diesem Zusammenhang ist ein attraktives Angebot ein wichtiger Faktor zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Stärkung des Kopplungseffektes zwischen Einkaufen und Verweilen. Gastronomiebetriebe mit Außenflächen, Cafés sowie Restaurants tragen so zur Belebung der Innenstadt bei. Die bestehenden Gastronomiebetriebe sind in ihrer Struktur zu erhalten und durch Qualitätsverbesserungen zu stärken. Vergleichbares gilt für Übernachtungsangebote. Nach einer Überprüfung der Angebotsqualität sind in einem zweiten Schritt auch potenzielle Entwicklungsbedarfe in diesem Sektor zu ermitteln.

Außendarstellung und Image

Neben dem öffentlichen Raum sind auch die Fassaden und Schaufenster oft Bereiche, die eine Aufwertung und Gestaltung benötigen. Die Qualität der Außendarstellung korreliert beim Käufer mit der Qualität des Warenangebotes und ist ein wichtiges Entscheidungskriterium für den Besuch eines Geschäftes. Darüber hinaus spielen auch der stetig steigende Freizeit- und Erlebniswert eine wichtige Rolle. In diesem Zusammenhang werden Image und Identität eines Standortes bzw. Geschäftes immer wichtiger für den Einkauf. Über die Außendarstellung wie z. B. Werbeanlage, Schaufenster und Eingangsbereich kann dem Besucher ein positiver Eindruck vermittelt werden, der im besten Fall den Einkauf und dessen Wiederholung beeinflusst.

Verknüpfung des Hauptgeschäftsbereiches mit dem Grünbereich Am Mühlenteich herausstellen

Der Grünbereich „Am Mühlenteich“ stellt einen attraktiven innerstädtischen Aufenthalts- und Zeitbereich dar, der zudem Platz für Kunst- und Kulturausstellungen bietet. Die unmittelbare Nähe zum Markt und zum Hauptgeschäftsbereich bietet die Chance, die Verweildauer und Aufenthaltsqualität noch stärker in den Fokus zu rücken. Die Aufwertung der Eingangssituation bzw. die Verbindung zum Marktplatz schafft eine verbesserte städtebauliche Qualität, die eine Profilierung der Innenstadt als multifunktionaler Standort ermöglicht.

Touristische Angebote weiterentwickeln und für die Innenstadtentwicklung nutzen

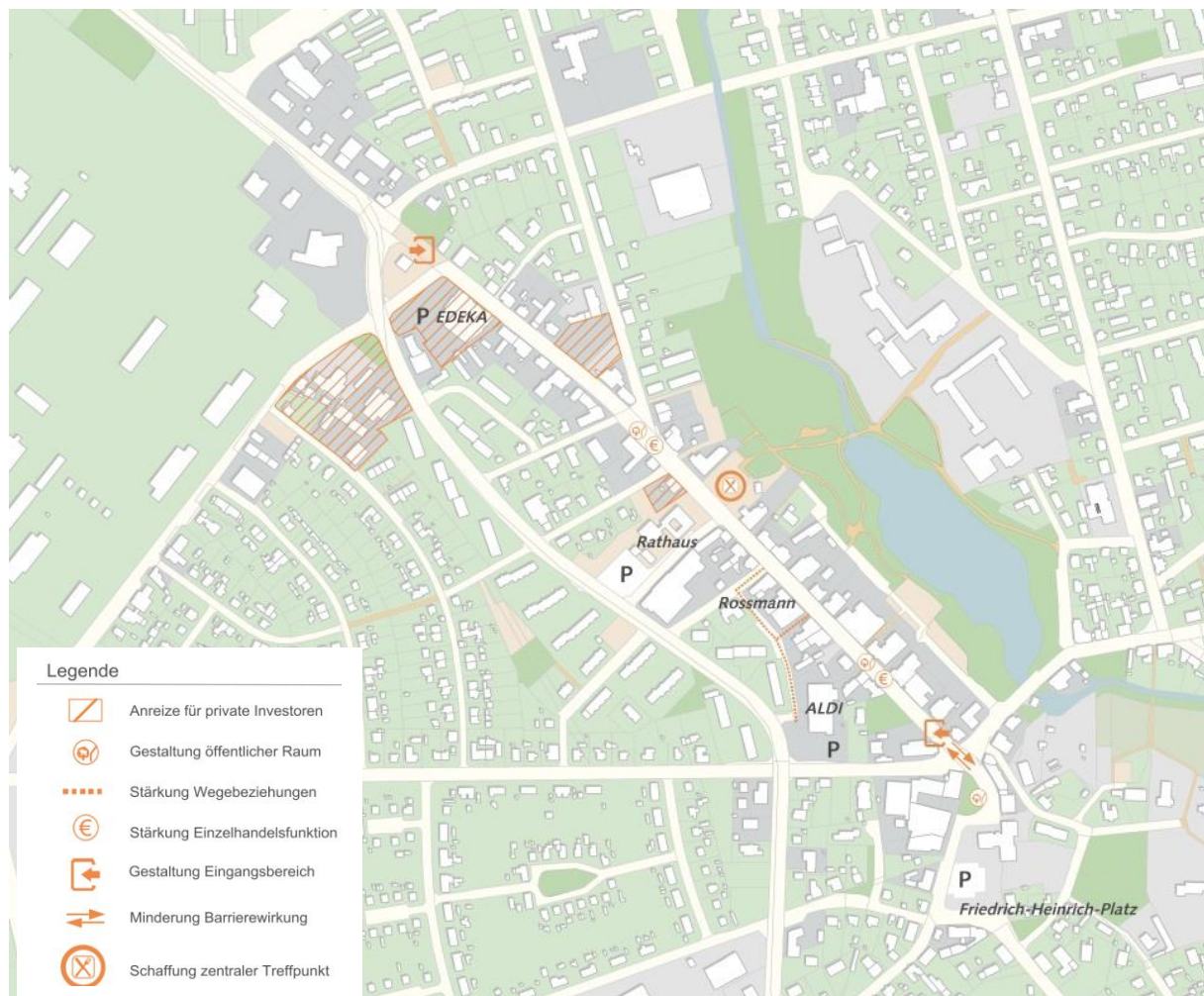
Das Deutsche Panzermuseum zieht jährlich zahlreiche Besucher und Tagestouristen nach Munster, sie stellen aber ein bisher nur wenig ausgeschöpftes Kaufkraftpotenzial dar. Dabei geht es nicht um den Versorgungseinkauf sondern eher um den Erlebniseinkauf und die Verweildauer. Die Ausdifferenzierung des Angebotes im Einzelhandelsbereich aber auch gastronomische Ange-

bote sollten daher zukünftig stärker im Fokus stehen. In diesem Zusammenhang bieten vor allem so genannte Manufakturprodukte (regionale Handwerksprodukte) und ortstypische Souvenirangebote ein großes Entwicklungspotenzial. Um die Besucher in die Innenstadt zu lenken sind Leitelemente- oder Beschilderungen erforderlich sowie die Entwicklung von Kopplungseffekten zwischen dem Museumsbesuch und dem Einkauf in der Innenstadt.

7.4.4 Empfehlungen zur städtebaulichen Aufwertung des zentralen Versorgungsreiches Innenstadt

Im Rahmen der städtebaulichen Einordnung wurden sowohl Stärken als auch Schwächen im Stadtgebiet Munster lokalisiert. Prägend für die Stadt Munster sind von der Bundeswehr militärisch genutzte Flächen, die nahezu das gesamte Stadtgebiet umschließen. Lediglich im Norden bildet die Bahnlinie (Bremen-Uelzen/„erixx - Nahverkehr in Harz und Heide“) eine städtebauliche Zäsur. Die Innenstadt selbst besteht vorwiegend aus kleinteiligen Baustrukturen, die ihren Ausgangspunkt an einem großzügigen und ansprechenden innerstädtischen Platz haben, der wiederum den zentralen Eingang zum Grünbereich „Am Mühlenteich“ darstellt. Ein Großteil der Wegeverbindungen ist attraktiv gestaltet und bietet eine gute fußläufige Erreichbarkeit. Die Entfernung zwischen Edeka und Friedrich-Heinrich-Platz beträgt rund 900 m.

Abbildung 7: Empfehlungen für städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen in der Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de)

Auf halber Strecke bildet der Marktplatz mit dem angrenzenden Rathaus einen großzügigen Aufenthaltsbereich. Unklare Wegeverbindungen befinden sich zwischen der Wilhelm-Bockelmann-Straße als Haupteinkaufsstraße und dem Lebensmitteldiscounter Aldi am Emminger Weg. Darüber hinaus stellt der Emminger Weg eine städtebauliche Barriere zwischen Wilhelm-Bockelmann-

Straße und Friedrich-Heinrich-Platz dar. Auch Nutzungsdefizite werden in der Innenstadt sichtbar. Die Wilhelm-Bockelmann-Straße als Haupteinkaufstraße leidet insbesondere im nordwestlichen Teil an leerstehenden Geschosslagen. Diese Lücken im Geschäftsbesatz wurden teilweise durch Dienstleistungsnutzungen belegt, die jedoch nicht in einem ausreichenden Maß zu einer Attraktivitätssteigerung und Frequenzerhöhung beitragen konnten. Aus dieser groben Einschätzung ergeben sich für die Innenstadt jedoch auch konkrete städtebauliche Chancen, die Innenstadt in ihrer Attraktivität zu stärken und durch Aufwertung von Teilbereichen die Aufenthaltsqualität langfristig zu erhöhen.

Gestaltung der Eingangsbereiche und Minderung der Barrierewirkung

Innenstadteingänge stellen bedeutende Räume einer Stadt dar. Sie repräsentieren die Innenstadt ein Stück weit und stehen für den ersten Eindruck. Die Gestaltung der Eingangsbereiche an den beiden Endpunkten der Wilhelm-Bockelmann-Straße stellt einen wichtigen Baustein in der Profilierung der Innenstadt Musters dar. Heute sind die Bereiche zum verkehrsberuhigten Bereich durch Mauern und Säulen gekennzeichnet. Diese vermitteln dem Besucher derzeit nicht, dass er sich in der Innenstadt befindet. An dieser Stelle wird empfohlen die bauliche Situation zu öffnen und den Weg zu verbreitern, um somit dem Kunden und Besucher eine Anlass zum Weitergehen zu geben. Daneben können durch markierende Gestaltungselemente wie z. B. Bepflanzungen oder Beleuchtung, die Innenstadteingänge inszeniert werden.

Fotos 5 und 6: Eingangsbereich Munster und Beispiel aus der Stadt Quickborn



Quelle: Junker + Kruse

Im Bereich des Emminger Weges besteht zudem die Notwendigkeit die Durchlässigkeit zwischen Wilhelm-Bockelmann-Straße und Friedrich-Heinrich-Platz zu verbessern. Der temporär stark befahrene Emminger Weg stellt für Fußgänger und Radfahrer eine Barriere dar. Optisch wurde die Pflasterung des verkehrsberuhigten Bereiches in die Straße integriert, jedoch stellt diese heute nicht die gewünschte Leitwirkung dar. Der Einsatz von Lichtinszenierungen oder alternativen Leitelementen bis hin zur Gleichberechtigung von Verkehrsteilnehmern (shared space) in diesem Bereich bietet eine Grundlage, um über die Verkehrs- und Verbindungssituation erneut nachzudenken.

Aufwertung von Wegeverbindungen

Eine Aufwertung der Verbindung zwischen Wilhelm-Bockelmann-Straße und dem Lebensmittel-discounter am Emminger Weg bezieht sich vorrangig auf die fußläufige Erreichbarkeit. Heute ist

der Lebensmitteldiscounter vorrangig autokundenorientiert. Der Eingangsbereich des Discounters ist der Innenstadt abgewandt. Jedoch bietet die Nähe und die vorhandene fußläufige Anbindung an die Wilhelm-Bockelmann-Straße die Chance für weitere Synergien in der Innenstadt. Die räumliche Verbindung zur Wilhelm-Bockelmann-Straße kann z. B. durch kleinere straßenbegleitende Bäume oder andere Grünelemente optisch unterstützt werden. Andere Leitelemente wie Beleuchtung oder Pflasterungen können dazu beitragen, dass die Frequenzen des Lebensmittelanbieters auch in die Hauptgeschäftsstraße ausstrahlen.

Fotos 7 und 8: Wegeverbindung und Aufwertungsbeispiel



Quelle: Junker + Kruse

Erhöhung der Verweildauer und Gestaltung und Aufwertung im öffentlichen Raum

Der öffentliche Raum wird heute durch eine verkehrsberuhigte Gestaltung geprägt. Die Klinkerpflasterung ist in einem guten Erhaltungszustand. Die Möblierung im öffentlichen Raum ist jedoch in die Jahre gekommen und vermittelt heute ein eher verstaubtes Image. Ansprechende Spielgeräte, Bänke und Sitzmöglichkeiten bieten die Chance Aufenthaltsräume in der Innenstadt bereitzustellen.

Fotos 9 und 10: Öffentlicher Raum heute und Aufwertungsbeispiel



Quelle: Junker + Kruse

Neben dem öffentlichen Raum bedarf es auch Aufwertungen im privaten Bereich. Der Marktplatz mit den vorhandenen Gastronomieanbietern vermittelt bereits heute Gastlichkeit. Zukünftig kann der Markt der zentrale Treffpunkt und Ausgangspunkt für Bewohner und Besucher werden. Dabei spielt die Außendarstellung der Gastronomie eine besondere Rolle um die Verweildauer in der Innenstadt zu erhöhen.

Fotos 11 und 12: Marktplatz in Munster und Marktplatz als Treffpunkt in Kalkar




Quelle: Junker + Kruse

Verknüpfung des Museums mit der Innenstadt

Das Deutsche Panzermuseum stellt ein einzigartiges Besuchsformat dar und findet nichts Vergleichbares in der Region. Jährlich besuchen rund 100.000 Besucher das Museum. Durch die Lage des Museums im nördlichen Stadtgebiet bieten sich heute kaum Synergieeffekte für die Innenstadt.

Abbildung 8: Lage der Innenstadt und des Deutschen Panzermuseums im Stadtgebiet



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) 

Der Weg von der Innenstadt zum Museum ist für PKW-Nutzer beschildert, jedoch bieten sich kaum Anreize für die Museumsbesucher die Innenstadt aufzusuchen. Eine Verknüpfung des Museumsbesuchs mit einem Besuch der Innenstadt wird empfohlen. Auch die Beschilderung durch ergänzende Hinweistafeln oder Informationsstelen bietet die Chance die Besucher vom Gewerbegebiet in die Innenstadt zu leiten.

Fotos 13 und 14: Beispiele zur Verknüpfung von Museum mit der Innenstadt



Quelle: Junker + Kruse

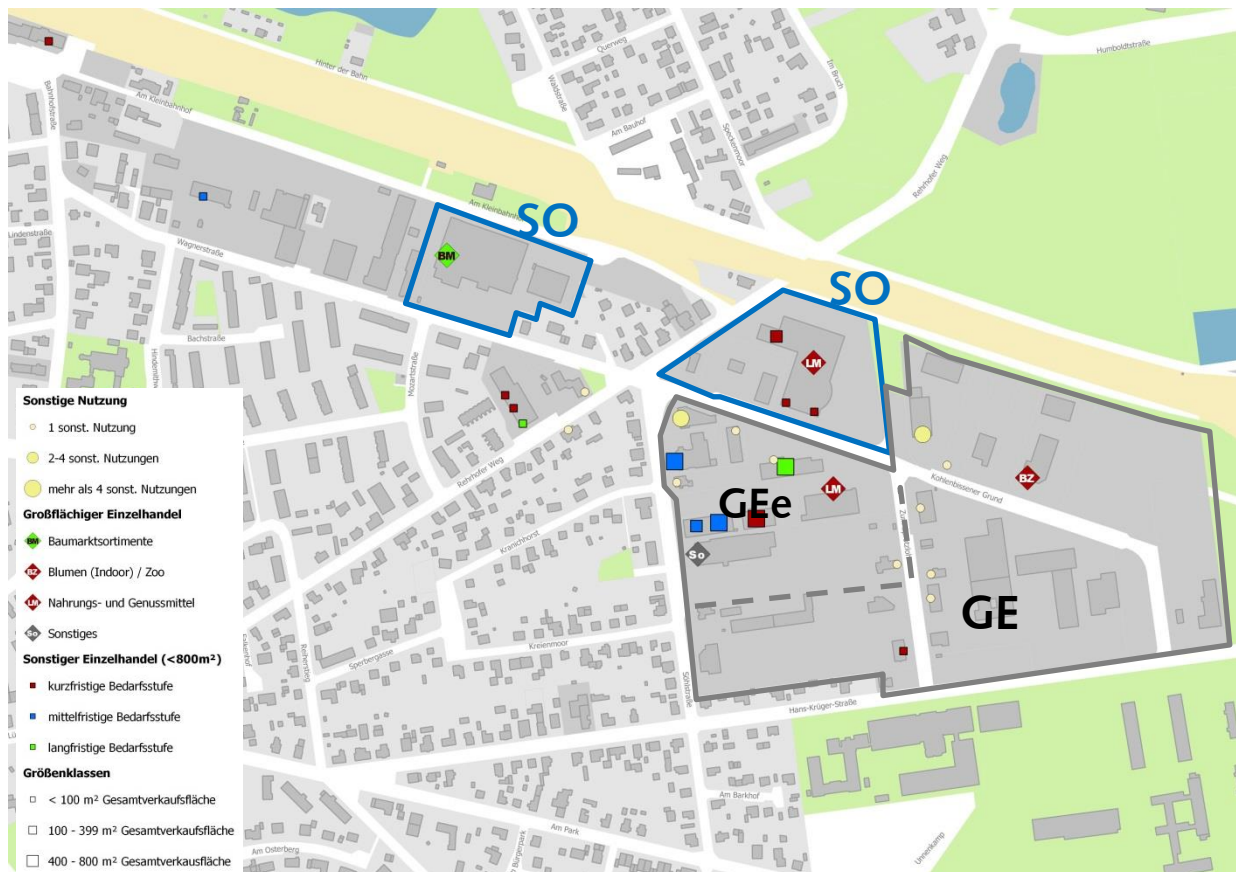
Anreize für private Investitionen

In begrenztem Umfang besteht in der Innenstadt ein Potenzial an privaten Flächen zur Ergänzung des Handelsbestands. Es handelt sich hierbei zum einen um das Grundstück des ehemaligen Postgebäudes. Aufgrund der Nähe zum Marktplatz als Mittelpunkt der Innenstadt bietet sich hier auch eine gastronomische Nutzung an. Eine weitere Potenzialfläche zur Nachverdichtung ist das freie Grundstück neben der neuen Polizeiwache. Hier würde sich ggf. auch eine Wohnnutzung anbieten. Im Hinblick auf eine potenzielle Verlagerung des Edeka-Marktes bietet auch die aktuelle Fläche des Lebensmittelmarktes, als nördlicher Auftakt der Innenstadt, ein Flächenpotenzial.

7.5 Definition von Sonderstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglicher Weiterentwicklung

Neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt lässt sich im Stadtgebiet Munster ein Sonderstandort als Ergänzungsstandort zur Innenstadt definieren. Der Standort befindet sich unmittelbar südlich der Bahnlinie am nördlichen Siedlungsrand Munsters mit einer direkten Anbindung an die Truppenübungsplätze der Bundeswehr. Der gesamte Standort besteht aus einem Sondergebiet Einzelhandel am Kohlenbissener Grund mit einem Famila Verbrauchermarkt, einem Gewerbegebiet (Bebauungsplan Nr. 24 Gewerbegebiet Söhlstraße) mit starker Einzelhandelsprägung (Lidl, Dänisches Bettenlager, Getränkemarkt, Bekleidungs- und Schuhfachmarkt, Fahrradfachmarkt sowie einem Sonderpostenmarkt) zwischen Söhlstraße und östlichem Grünbereich (Truppenübungsplatz). Westlich der Rehrhofer Straße an der Wagnerstraße schließt das Sondergebiet „Wagnerstraße“ Bebauungsplan Nr. 36 an. Dieser Standort wird durch einen Baumarkt genutzt.

Karte 15: Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße in Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de) LGLN

Eine zentrenverträgliche Weiterentwicklung des Standortes Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße ist im Sinne dieses Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes langfristig anzustreben. Dazu wurde im Jahr 2014 das Sondergebiet Einzelhandel am Kohlenbissener Grund festgesetzt. Dies ermöglicht dem bestehenden Verbrauchermarkt eine potenzielle Umstrukturierung und maßvolle Erweiterung des periodischen Bedarfs. Auch der Standort Wagnerstraße ist im Flächennutzungsplan durch eine Sondergebietsfestsetzung gesichert.

Um das Gewerbegebiet Söhlstraße zukünftig wieder für Gewerbeentwicklungen zu sichern, sind Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben über den Bestand hinaus konsequent zu vermeiden. Hierzu hat der Rat der Stadt Munster bereits am 26.04.2004 die 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 24 beschlossen. Dementsprechend sind Einzelhandelsbetriebe in beiden Teilbereichen (GE GEe) nicht zulässig.

7.6 Identifizierung und Definition (solitärer) Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung

Gesamtstädtisch übernehmen der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt und der Sonderstandort Kohlenbissener Grund eine zentrale Versorgungsfunktion für die in Munster lebende Bevölkerung. Mit Blick auf die wohnungsnahe und möglichst fußläufige Grundversorgung lassen sich zwei weitere Standortbereiche definieren, die im östlichen Innenstadtbereich Munsters und im Ortsteil Breloh die Grundversorgung der Bevölkerung sicherstellen.

Nahversorgungsstandort „Am Schützenwald“ in Munster

Der Standort „Am Schützenwald“ befindet sich im östlichen Innenstadtbereich und setzt sich aus einem Lebensmitteldiscounter und einer angegliederten Bäckerei zusammen. Der Standort verfügt heute über rund 850 m² Verkaufsfläche und übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für die im Umfeld lebende Bevölkerung. Zur Sicherung des Nahversorgungsstandortes ist eine maßvolle Erweiterung der Verkaufsfläche möglich. Hierzu ist bereits von Seiten der Stadt Munster eine Änderung des Bebauungsplanes geplant.

Karte 16: Nahversorgungsstandort „Am Schützenwald“ in Munster



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de)

Nahversorgungsstandort im Ortsteil Breloh

Im Stadtteil Breloh befindet sich ein Lebensmittel-discounter mit Bäckerei an der Breloher Straße. Diese beiden Betriebe übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen für die in Breloh lebende Bevölkerung. Wie bereits in Kapitel 5.4 beschrieben ist die Erreichbarkeit (800 m Distanz) des Standortes für nahezu den gesamten Wohnsiedlungsbereich gegeben. Auch hier wäre eine maßvolle Erweiterung des vorhandenen Betriebes im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes möglich, ggf. ist dann aber auch das Planungsrecht anzupassen.

Karte 17: Nahversorgungsstandort im Ortsteil Breloh



Quelle: Eigene Darstellung; Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen Vermessungs- und Katasterverwaltung, © Jahr 2016; (www.lgln.de)

7.7 Munsteraner Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und der Definition der Sonderstandorte sowie der solitären Nahversorgungsstandorte stellt vor allem die „Munsteraner Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet Münster dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten notwendig.

Grundsätzlich orientiert sich die Munsteraner Sortimentsliste an den aktuellen Einschätzungen und Festlegungen. Die Bewertung einzelner Sortimente trägt insbesondere der aktuellen Angebotssituation im Stadtgebiet sowie den zukünftigen Entwicklungsabsichten von Planung und Politik wie den landesplanerischen Zielvorgaben des Landes-Raumordnungsprogramms (LOPR) als Raumordnungsplan für das Land Niedersachsen (die geänderte Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO) ist am 17. Februar 2017 in Kraft getreten) ebenso Rechnung.

7.7.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt³⁸. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z.B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden³⁹. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von >800 m²⁴⁰, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

³⁸ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

³⁹ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁴⁰ vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

Zur Steuerung des Einzelhandels sollte daher eine ortsspezifische Sortimentsliste vereinbart werden, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen** in Münster, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁴¹. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem **zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante** und **nicht-zentrenrelevante Sortimente**⁴² zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage im Stadtgebiet, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen (wie der Munsteraner Innenstadt) am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit beziehungsweise Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen beziehungsweise Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt von Münster zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen beziehungsweise täglichen Bedarfsdeckung. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein (wie im östlichen Stadtgebiet Münster und im Ortsteil Breloh). Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauN-VO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Ange-

⁴¹ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁴² Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Waren verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas/Porzellan/Keramik im Möbelhaus).

sichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann.

Tabelle 12: Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

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

Quelle: eigene Darstellung

Landesplanerische Vorgaben in Niedersachsen

Im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen wird zwar grundsätzlich zwischen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten unterschieden, eine definierte Liste an Leitsortimenten im Sinne der Landesplanung existiert dennoch nicht. In der Regel gelten jedoch generell folgende Sortimente als zentrenrelevant:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke
- Drogerieartikel, Kosmetika und Haushaltswaren
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation

- Kunst, Antiquitäten
- Baby- und Kinderartikel, Spielwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sportartikel
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren, Foto/Film, Optik
- Uhren, Schmuck, Musikinstrumente
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Teppiche (ohne Teppichböden), Blumen, Campingartikel, Fahrräder und Fahrradzubehör
- Tiernahrung und Zoobedarf
- Lampen / Leuchten

In der kommunalen Praxis ergeben sich zu einzelnen Sortimenten Zuordnungsfragen, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Im Rahmen der Erstellung der Munsteraner Sortimentsliste wurden dementsprechend die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Munster näher betrachtet.

7.7.2 Herleitung der Munsteraner Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁴³ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht-integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes - wie dieses Konzept für die Stadt Munster - notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete

⁴³ vgl. Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rn. 530

Ausgestaltung der stadtspezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

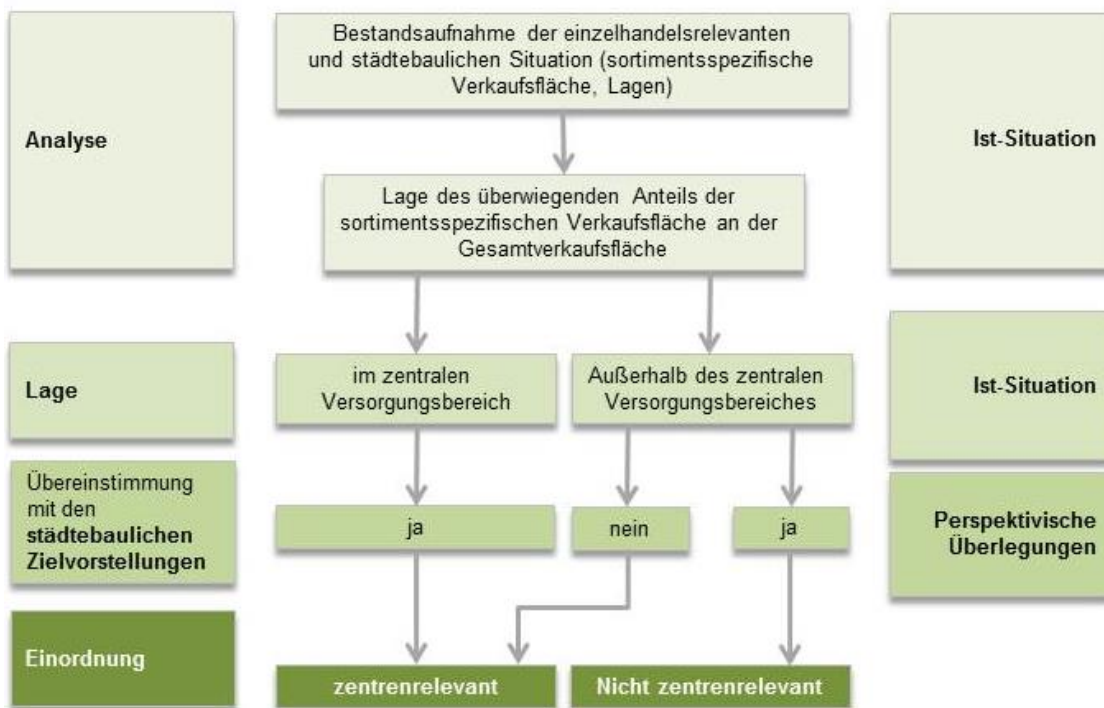
Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote im Stadtgebiet Munster selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Munster.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Munster verortet ist, es aber für die Attraktivität und Lebendigkeit der Munsteraner Innenstadt besonders wichtig ist, kann die Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Umsetzung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente im Stadtgebiet Munster:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in Munster ansässigen Einzelhandelsangebotes sowie unter Berücksichtigung der bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung (Oktober 2016) bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb beziehungsweise außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches

Innenstadt Munster aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Stadtstrukturen – ergibt sich die im Folgenden dargestellte Munsteraner Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 13: Munsteraner Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Back- und Konditorwaren Blumen/Schnittblumen Drogeriewaren Fleischwaren Getränke ² Nahrungs- und Genussmittel ³ Parfümerie- und Kosmetikartikel Pharmazeutische Artikel ¹ Reformwaren Zeitungen / Zeitschriften
Bekleidung Bettwaren ⁴ Bücher Elektrokleingeräte Elektronik / Multimedia ⁶ Glas, Porzellan, Keramik ⁸ / Haushaltswaren ⁹ Handarbeitswaren / Kurzwaren Heimtextilien Heim- und Kleintierfutter Hobbyartikel ¹¹ Lederwaren / Taschen / Koffer	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel medizinische und orthopädische Artikel Musikinstrumente Papier /Büro / Schreibwaren Schuhe Spielwaren Sportartikel ¹⁰ Sportbekleidung Sportschuhe Uhren / Schmuck Vasen Wohneinrichtungsartikel
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Anglerartikel und Waffen ¹² Bauelemente ¹³ baumarktspezifisches Sortiment Campingartikel ¹⁴ Elektrogroßgeräte Fahrräder und technisches Zubehör Gartenmöbel Gartenartikel und –geräte ⁷ Kfz ¹⁵ -, Caravan ¹⁶ - und Motorradzubehör Kinderwagen	Matratzen ⁵ Möbel ¹⁷ Pflanzen und Samen Reitsportartikel Sportgroßartikel Teppiche Topfpflanzen, Blumentöpfe zoologische Artikel
<p><i>Erläuterungen zur Sortimentsliste:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. nur freiverkäufliche Pharmazeutika 2. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen 3. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren 4. Bettwaren (Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner) 5. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien); 6. Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Foto, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör 7. Gartenartikel und –geräte, beinhaltet auch Pflanzgefäße (Terrakotta) und Gartenhäuser 	

8. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
9. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
10. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
11. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
12. ohne Schuhe und Bekleidung
13. inkl. Holz
14. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke; (ohne Wohnwagenzubehör, Bekleidung und Schuhe)
15. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
16. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
17. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel

Die vorliegende Munsteraner Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Munster. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches an den vorgesehen Standorten liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortiment, die nahezu alle zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt angeboten werden.

In Bezug auf die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich ein nicht ganz so erfreuliches Bild: Zahlreiche Sortimente (beispielsweise die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung und Haushaltswaren), die unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten in den zentralen Bereich gehören, sind in Munster schwerpunktmäßig am Standort Kohlenbissener Grund zu finden.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die konkrete Einstufung einzelner Sortimente wie folgt näher erläutern:

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

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

Die Verteilung dieser Verkaufsflächen im Einzelhandelsbestand zeigt, dass Warensortimente mehr als 55 % der Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches haben. Dies sind insbesondere Sortimente wie Nahrungs- und Genussmittel, Back- und Konditorwaren, Fleischwa-

ren, Getränke und Schnittblumen. Darüber hinaus fehlen Betriebe mit stadtkernbedeutsamen Nutzungen und Funktionen wie z. B. Parfümerie/ Kosmetik und Reformwaren gänzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Im Bestand findet sich im nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** rund 70 % der Verkaufsfläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches, an zwei Nahversorgungsstandorten und am Sonderstandort Kohlenbissener Grund. Nicht nur im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches, sondern vor allem auch unter dem Gesichtspunkt des Erhalts der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, das Nahrungs- und Genussmittelangebot (inklusive Getränke) zukünftig im zentralen Versorgungsbereich sowie an städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten zu stärken und dementsprechend das Sortiment als nahversorgungsrelevant einzustufen. Eine weitere Verdichtung/Ausdehnung des Lebensmittelangebotes an sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Lagen im Stadtgebiet ist dagegen, im Sinne des Schutzes sowie dem Aufbau eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes, zu verhindern.

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

2. Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich des Einzelhandelsbestandes nicht zentrenrelevant sind – der Anteil der sortimentsspezifischen Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist > 55% – aber in der Munsteraner Sortimentsliste aufgrund stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen als zentrenrelevant eingestuft werden.

Aufgrund der bisherigen Planungs- und Ansiedlungspraxis in der Stadt Munster besitzen erfreulicherweise viele der unter Bezug auf die städtebaulichen Zielvorstellungen als zentrenrelevant einzustufenden Sortimente einen Verkaufsflächenschwerpunkt im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Die oftmals strittige Bewertung und schwierige Einstufung aller Sortimente, die sich in der Warengruppe **Elektronik/Multimedia** zusammenfassen lassen⁴⁴, zeigt sich nicht in Munster. Mit einem sortimentsspezifischen Verkaufsflächenanteil von rund 68 % befinden sich knapp zwei Drittel des sortimentsspezifischen Angebotes im zentralen Versorgungsbereich, was jedoch nicht über eine relativ geringe Angebotsausstattung in dieser Warengruppe hinwegtäuschen soll. Insbesondere die Angebote in der Warengruppe **Elektronik/Multimedia** übernehmen häufig eine wichtige frequenzerzeugende Magnetfunktion. Diese Magnetfunktion gilt es auch für die Zukunft zu erhalten und zu fördern, so dass – mit Ausnahme des Sortiments Elektrogroßgeräte⁴⁵ – alle der Warengruppe Elektronik/Multimedia zuzurechnenden Sortimente als **zentrenrelevant** eingestuft werden.

Lediglich in den Warensortimenten **Glas/Porzellan/Keramik und Haushaltswaren, Hobbywaren, Elektrokleinwaren, Heimtextilien, Papier/Büro/ Bücher und Heimtier- und Kleintierfutter** befinden sich die Angebotsschwerpunkte flächenmäßig außerhalb des zentralen Versorgungs-

⁴⁴ Hierzu zählen Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör sowie Unterhaltungselektronik und Zubehör

⁴⁵ Elektrogroßgeräte werden unter Berücksichtigung der Aspekte „Transportfähigkeit“ und „Flächenanspruch“ als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

bereiches. Des Weiteren sind die Wohndekorationsartikel heute flächenmäßig kaum in der Innenstadt vertreten. Grundsätzlich werden aber auch diese Sortimente / Warengruppen als zentrenrelevant eingestuft, da sie zur Vielfalt in der Munsteraner Innenstadt als zentraler Versorgungsbe- reich beitragen und damit auch langfristig die Attraktivität und Ausstrahlungskraft des Einzelhan- delsangebots im Ganzen gewährleisten können.

8 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Munster

Im Rahmen dieses Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes bilden stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für das Stadtgebiet Munster (vgl. Kapitel 7.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Munster abgeleitet werden.

Diese als Steuerungsempfehlungen formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben in Munster hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser ganzheitlichen Betrachtungsweise ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestandes außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Munster berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen werden unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung weiterentwickelt, so dass diese Grundsätze auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Empfehlungen ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Empfehlungen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung in Munster dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Empfehlungen betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** im Stadtgebiet Munster bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Ansiedlungsregel 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – auch zur wohnortnahen Grundversorgung an städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen und nur dann außerhalb der Innenstadt möglich sein, wenn sie vorwiegend der Versorgung der jeweiligen Stadtteile dienen und darüber hinaus an städtebaulich integrierten Standorten oder dafür vorgesehenen Nahversorgungsstandorten liegen.

Einzelhandelsbetriebe können somit außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in städtebaulich integrierten Lagen oder dafür vorgesehenen Nahversorgungsstandorten (z. B. in Mischgebieten und allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie...

- der Nahversorgung dienen d. h., die sortimentspezifische Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet dabei nicht überschreitet,
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 800 m-Distanz).

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen. Da die Nahversorgung in Münster jedoch nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich (wie z. B. der Standort „Am Schützenwald“ in Münster und an der Breloher Straße im Stadtteil Breloh). Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In städtebaulich integrierten Lagen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichst verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zu **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort die sortimentspezifische Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung dabei nicht überschreitet.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung (zu berücksichtigen ist auch die perspektivische Entwicklung von Wohnsiedlungs- und Baulandausweisungen) geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie z. B. Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben versorgen soll:

In Munster können die Anbieter des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nicht in Gänze die Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet gewährleisten. Deshalb sind unter den oben genannten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte wie der Standort „Am Schützenwald“ erforderlich. In Breloh übernimmt der Nahversorgungsstandort an der Breloher Straße die Versorgung für den Stadtteil.

Eine über den Bestand hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an dafür vorgesehenen städtebaulich integrierten Standorten ist in jedem Fall möglich. Für die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage ist jedoch eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich. Innerhalb von Gewerbegebieten sind diese Entwicklungen zukünftig (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete wieder herzustellen.

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Münster möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Munsteraner Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Grundsatz 1) müssen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Münster liegen.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen. In den Stadtteilen sind nicht großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausnahmsweise möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet (Stadtteil/Wohngebiet) dienen.

Ausnahme 1: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt können kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten, Mischgebieten oder Dorfgebieten im Stadtgebiet Münster gemäß den Vorgaben der Baunutzungsverordnung zugelassen werden, wenn sie nachweislich der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen und an städtebaulich integrierten Standorten liegen. Bezogen auf die Struktur in Münster kann es sich hierbei allerdings nur um sehr kleinteilige Betriebe handeln, die beispielsweise eine Verkaufsfläche von 200 m² deutlich unterschreiten.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder an **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme 2: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in den GE-Gebieten Söhlstraße/Wagnerstraße) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind und die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Münster mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptgeschäftszentrum zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb des Stadtgebietes Münsters attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen demnach zukünftig in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Münster gelenkt werden, um den Standort in seiner Versorgungs-

bedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss daher in Anbetracht der Funktion als Hauptzentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich als „Innenstadt und Hauptgeschäftsbereich Munster“ liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können auch in den Stadtteilen realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens sowie der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich gewährleistet ist und sie ausschließlich der Versorgung der jeweiligen Stadtteile dienen.

Eine räumliche Lenkung von Einzelhandelsbetrieben innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung, ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei der Neuansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen folgende Kriterien überprüft werden:

- Die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie z. B. Dienstleistungen, Gastronomie und Wohnen) im Sinne einer multifunktionalen Ausrichtung der Innenstadt in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Munster umfasst auch kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich. Daher impliziert der Grundsatz einen konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionalität des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches erfordert es, auch kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglichst in den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Abs. 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, Elektronik und Multimedia) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von rund 500 m² erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu den jeweiligen sortimentspezifischen Angeboten im zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Um dies zu verhindern, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel an

Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer- auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Munster weist ebenso wie zahlreiche andere Kommunen z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Geschäfte den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Munster entspricht. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- und Nahbereich dieser Geschäfte dienen.

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁴⁶ im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Munsteraner Sortimentsliste sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und vorrangig am dafür vorgesehenen Vorrangstandort/Sonderstandort (Kohlenbissener Grund und Wagnerstraße) angesiedelt werden. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Munsteraner Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden können.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf den definierten **Vorrangstandort/Sonderstandort** Kohlenbissener Grund und Wagnerstraße zu konzentrieren.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes für die Stadt Munster sollte demnach vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an den bestehenden Standort Kohlenbissener Grund und Wagnerstraße geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen, sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung zu beschränken, so dass negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vermieden werden. Dabei dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten, wobei weiterführende Beschränkungen für Einzelsortimente i.d.R. sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Dabei ist ebenfalls zu beachten, dass zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment ein funktionaler Zusammenhang bestehen muss.

Erläuterungen:

Als Vorhabenstandort für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment definiert das Einzelhandels- und städtebauliche

⁴⁶ Es wird darauf hingewiesen, dass Empfehlung 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft. Sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung stellen keine Ermächtigungsgrundlage zur Steuerung des kleinflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels bereit. So kann – per Definition – ein kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Entwicklungskonzept den Sonderstandort Kohlenbissener Grund und Wagnerstraße. Insbesondere unter Berücksichtigung der kommunalen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägungen an diesen Standorten ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment empfehlenswert. Darüber hinaus können derzeitige Einzelhandelsbetriebe auch in der Innenstadt realisiert werden, soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (z. B. in Möbel- oder Baumärkten) Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandels- und städtebauliche Entwicklungskonzept für die Stadt Munster eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als maximal 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der Angebotsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsflächen nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden können. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall überprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der ergänzenden Sonderstandorte an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsfähige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder eine Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Einzelhandelsbetriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzeptes bewertet werden.

Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine erste Bewertung von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und städtebaulichen Entwicklungskonzept und der dort formulierten Standorthierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Grundsätzen ermöglicht. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste Grobbewertung ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.

Tabelle 14: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 1)	Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 3)
Hauptgeschäftsbereich Innenstadt	ja	ja	ja ¹
solitäre Nahversorgungsstandorte „Am Schützenwald“ und „Breloher Straße“	ja (in Anhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung und Nahversorgungsfunktion)	nein	nein
Sonderstandort Kohlenbissener Grund /Wagnerstraße	nein	nein	ja ^{1, 2}
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI- WA-Gebiete	ja (Einzelfallprüfung, Voraussetzungen städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit)	nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Einzelfallprüfung (insbesondere in MI/WA/ §34-Gebieten): Versorgungsfunktion für den Nahbereich, Zentrenverträglichkeit)	nein

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Munster sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches ggf. weiter beschränkt sein kann / sollte.

Quelle: eigene Darstellung

9 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Zusammensetzung der Kundenherkunft des Munsteraner Einzelhandels	26
Abbildung 2:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche nach Lagen (in Prozent)	38
Abbildung 3:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	53
Abbildung 4:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)	54
Abbildung 5:	Zentralitäten des Einzelhandels in Munster als rein qualitative Orientierungshilfe.....	57
Abbildung 6:	Standortstrukturmodell für die Stadt Munster	66
Abbildung 7:	Empfehlungen für städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen in der Innenstadt.....	77
Abbildung 8:	Lage der Innenstadt und des Deutschen Panzermuseums im Stadtgebiet.....	80
Abbildung 9:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	89

Karten

Karte 1:	Lage im Raum	23
Karte 2:	Siedlungsstruktur der Stadt Munster	24
Karte 3:	Einzugsgebiet des Munsteraner Einzelhandels	25
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2016	28
Karte 5:	Einzelhandelsschwerpunkte in Munster	36
Karte 6:	Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter ..	37
Karte 7:	Hauptgeschäftsbereiche Innenstadt Munster.....	40
Karte 8:	Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße	42
Karte 9:	Stadtteil Breloh	44
Karte 10:	Grundversorgung in der Stadt Munster	46
Karte 11:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Munster mit 800 m Fußwegedistanzen.....	48
Karte 12:	Räumliches Entwicklungsleitbild für die Stadt Munster	60
Karte 13:	Perspektivische Standortstruktur im Stadtgebiet Munster	68

Karte 14:	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in Munster.....	73
Karte 15:	Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße in Munster	82
Karte 16:	Nahversorgungsstandort „Am Schützenwald“ in Munster.....	83
Karte 17:	Nahversorgungsstandort im Ortsteil Breloh	84

Tabellen

Tabelle 1:	Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Munster	13
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	17
Tabelle 3:	Angebotsbausteine einer wohnort- bzw. wohnungsnahen (Grund-) Versorgung	19
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Munster	27
Tabelle 5:	Einzelhandelssituation in Munster nach Warengruppen	31
Tabelle 6:	Einzelhandelsspezifische Zentralität in Munster differenziert nach Warengruppen.....	33
Tabelle 7:	Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Munsteraner Ortsteile.....	34
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand in der Innenstadt Munster	41
Tabelle 9:	Einzelhandelsbestand am Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße	43
Tabelle 10:	Einzelhandelsbestand in Breloh	45
Tabelle 11:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in Ortsteilen der Stadt Munster	47
Tabelle 12:	Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	87
Tabelle 13:	Munsteraner Sortimentsliste	90
Tabelle 14:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	102

Fotos

Fotos 1 und 2:	Wilhelm-Bockelmann-Straße.....	39
Fotos 3 und 4:	Sonderstandort Kohlenbissener Grund/Wagnerstraße	43
Fotos 5 und 6:	Eingangsbereich Munster und Beispiel aus der Stadt Quickborn ..	78
Fotos 7 und 8:	Wegeverbindung und Aufwertungsbeispiel.....	79
Fotos 9 und 10:	Öffentlicher Raum heute und Aufwertungsbeispiel	79

Fotos 11 und 12: Marktplatz in Munster und Marktplatz als Treffpunkt in
Kalkar..... 80

Fotos 13 und 14: Beispiele zur Verknüpfung von Museum mit der Innenstadt 81

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (IFH Retail Consultants Köln) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und i.d.R. in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf- Einzelhandelsrelevanten- Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) oder der IFH Retail Consultants Köln - ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von

	<p>100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.</p>
Fachmarkt	<p>Einzelhandelsbetrieb, i.d.R. ab 400 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).</p>
GPK	<p>Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.</p>
Großflächiger Einzelhandel	<p>Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, wenn von ihnen negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können (1.200 m² Geschossfläche als widerlegbare Vermutungsgrenze). Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.</p>
Kaufkraftabfluss	<p>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.</p>
Kaufkraftbindung	<p>Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.</p>
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	<p>Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.</p>
Kernsortiment / Randsortiment	<p>Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kern-</p>

sortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.

Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z.B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000-3.000 Artikel) im Vergleich zu z.B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutenden Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant (sein).
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i.d.R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird i.d.R. durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i.d.R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimen-

	<p>ten (z.B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i.d.R. nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i.d.R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z.B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil) / Standort häufig in Stadtrandlagen, weitläufige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort	<p>Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
Sortimentsliste (ortsspezifische)	<p>Eine ortsspezifische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenbildende Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortsspezifischen Sortimentsliste sind zudem auch Vorgaben der Landesebene (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient</p>

zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

Supermarkt
(= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevanten Randsortimenten.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

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

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf.

vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schau- fenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorüberge- hend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstat-
tung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (ge- samtstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die je- weilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitati- ver Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jewei- ligen Untersuchungsgebietes.

Zentraler Versorgungs-
bereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (i. S. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumord- nungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

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

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungs- plan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Mul- tifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Di- mensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante
Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u.a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).