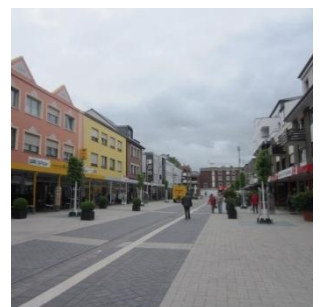
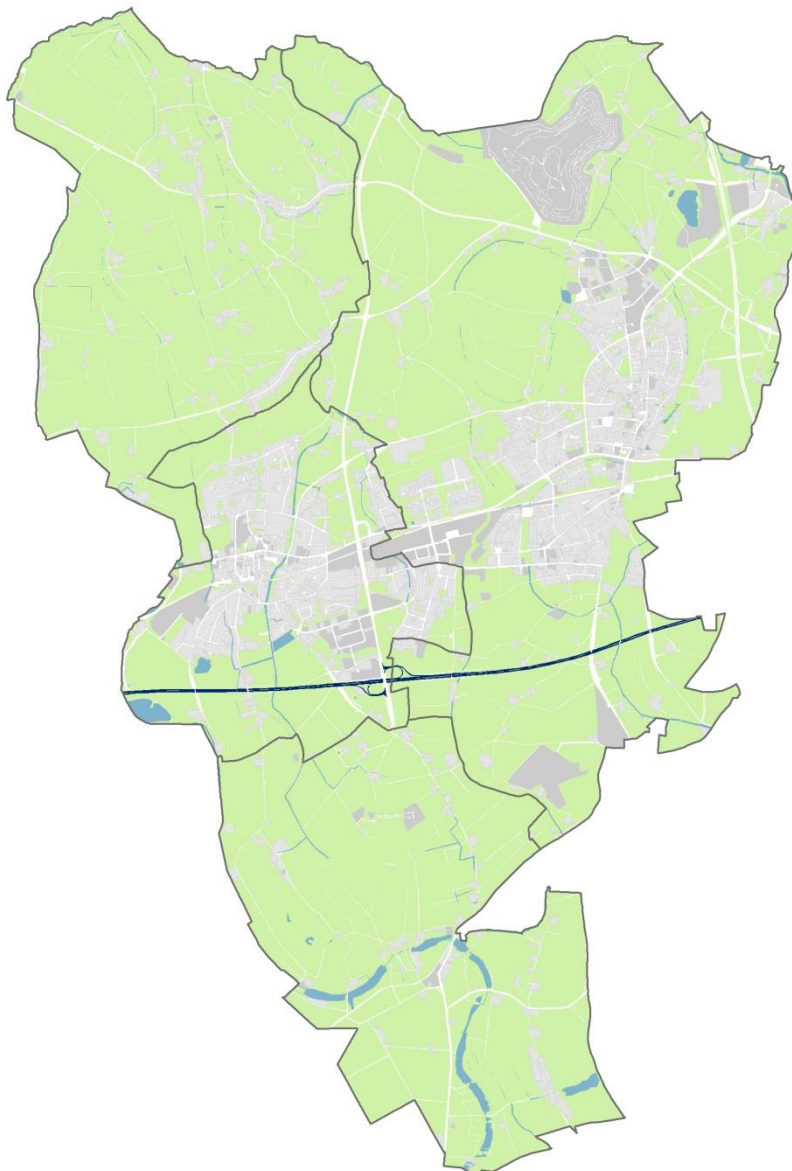


EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Neukirchen-Vluyn

ENTWURF



Dortmund, im Januar 2017

Einzelhandelskonzept für die Stadt Neukirchen-Vluyn

Im Auftrag der Stadt Neukirchen-Vluyn

ENTWURF

Corinna Breker
Gabriele Sobotka
Stefan Kruse

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Januar 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.

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	17
2.4	Prozessbegleitung	18
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	20
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	20
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn	23
3.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....	26
4	Aktuelle Angebotssituation in Neukirchen-Vluyn	28
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn	28
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn.....	32
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn	43
4.3.1	Der zentrale Bereich Neukirchen.....	43
4.3.2	Der zentrale Bereich Vluyn	47
4.3.3	Zentraler Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße	52
4.3.4	Gewerbegebiet Neukirchen Nord	54
4.3.5	Gewerbegebiet Vluyn Süd.....	55
4.3.6	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn	57
4.4	Wohnungsnaher Grundversorgung in Neukirchen-Vluyn	66
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	70
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn	74
6	Leitbild und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Neukirchen-Vluyn	84
6.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	84

6.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Neukirchen-Vluyn.....	87
6.3	Räumliches Standortstrukturmodell.....	92
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn.....	99
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	99
7.1.1	Das Hauptzentrum in Vluyn	102
7.1.2	Das Nebenzentrum in Neukirchen	105
7.2	Weitere Standorte zur Nahversorgung	108
7.3	Sonderstandorte des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn.....	116
8	Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste.....	118
9	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	127
Anhang	136
A1	Verzeichnisse.....	137
A2	Legende	139
A3	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	140

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Neukirchen-Vluyn verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Dr. Acocella erarbeitet und 2006 vom Rat der Stadt Neukirchen-Vluyn als „Einzelhandelsgutachten für die Stadt Neukirchen-Vluyn“ beschlossen wurde.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt 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 Neukirchen-Vluyn frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Neukirchen-Vluyn so 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.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Dieses ist mittlerweile rund zehn Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsbestandes im April des Jahres 2006 stattgefunden hat. Seitdem haben nicht nur Veränderungen in der Neukirchen-Vluyner Einzelhandelslandschaft stattgefunden, auch werden derzeit verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Neukirchen-Vluyner Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel – in Kraft getreten im Juli 2013 mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt.¹

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Neukirchen-Vluyn das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

¹ Zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Neukirchen-Vluyn, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche Neukirchen und Vluyn und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die neuerliche Fortschreibung des Konzeptes auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler als auch privater Seite weiterhin gewährleisten bzw. erhöhen. Die Stadt Neukirchen-Vluyn erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Stadtratsbeschluss 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 Einzelhandelskonzeptes herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² 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.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Neukirchen-Vluyn.

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2006 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

² Urteil des BVerwG vom 26.03.2009 – 4 C 2.07

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neukirchen-Vluyn stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- 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 Neukirchen-Vluyn 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 Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 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, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Neukirchen-Vluyn ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Mai 2016 eine flächendeckende **Vollerhebung des Neukirchen-Vluyn Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung und Befahrung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen. Während der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes fanden mit der Schließung des Supermarktes Edeka an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße (September 2016) sowie der Neueröffnung des Verbrauchermarktes Edeka an der Mozartstraße im Zentrum Neukirchen wichtige Entwicklun-

gen innerhalb der Neukirchen-Vluyn Einzelhandelslandschaft statt, die in den im Mai 2016 erhobenen Datensatz eingepflegt und damit im Konzept berücksichtigt wurden.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergerstützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen zu gewährleisten, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein / Sekt / Spirituosen
	Backwaren / Konditoreiwaren	<u>Backwaren / Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein/Sekt/Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, Zimmergestecke, <u>Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel) / <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
	Heim- und Kleintierfutter	<u>Tierfutter für Haustiere</u> in Lebensmittelmärkten, Bau- und Gartenmärkten, Fachmärkten
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>Freiverkäufliche Apothekenwaren</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</u> (inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel), <u>Kosmetikartikel / Parfümeriewaren</u>
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	<u>Papier / Büroartikel / Schreibwaren</u> auch <u>Büromaschinen</u> (Akttenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindeggeräte, 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> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	<u>Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme</u>
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	GPK / Haushaltswaren	<u>Glas / Porzellan / Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). <u>Haushaltswaren</u> (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.).
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel / Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmateriale, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Sport und Freizeit	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler- und Jagdartikel / 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, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Reitsportartikel	inkl. Reitsportbekleidung und Reitsportstiefel
Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> (inkl. Reitsportbekleidung) / <u>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		
Wohnrichtung	Bettwaren	umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner
	Matratzen	Lattenroste = Möbel
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), <u>Gardinen / Dekostoffe</u> einschließlich Zubehör, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>
	Wohndekorationsartikel	<u>Kunstgewerbe</u> (kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse) / <u>Bilder / Bilderrahmen</u> , sonstige <u>Wohnrichtungsartikel</u> (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen, Lattenroste
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	<u>Lampen / Leuchten / Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatro-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
		nen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).
Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte</u> , <u>Optik / Augenoptik</u> , <u>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, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge</u> (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), <u>Eisenwaren und Beschläge</u> (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), elektrotechnisches Zubehör und <u>Elektroinstallationsmaterial</u> (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschränke), <u>Farben / Lacke</u> (Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitte, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), <u>Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen</u> (inkl. Sonnenschutz), <u>Sanitärartikel</u> (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Bädewannen, Duschabtrennungen), <u>Tapeten</u> (auch Kleister), <u>Installationsmaterial</u> für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, <u>Maschinen / Werkzeuge</u> , <u>sonstige baumarktspezifische Artikel</u> (Werkstatteinrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter)
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</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, Spielgeräte für Garten und Spielplatz), <u>Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)</u> wie z.B. 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 für den Privatgebrauch
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen.
Sonstiges	Aktionswaren	<u>NUR</u> bei Lebensmitteldiscountern oder Tchibo
	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Neukirchen-Vluynner Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2006 dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe 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 Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs-)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes 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. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Zentraler Bereich Vluyn</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Neukirchen-Vluyner Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Neukirchen-Vluyn städtebaulich integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>	<p>Beispiel: Betriebe an der Falken- / Andreas-Bräm-Straße</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

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

Beispiel: Gewerbegebiet Neukirchen Nord

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

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

Definition „Nahversorgung“

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

Unter *Nahversorgung* wird 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 die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis – und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept – wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

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

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Neukirchen-Vluyn wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert. Dies entspricht einem ca. fünf Minuten langen Fußweg, der im Hinblick auf die Wegelänge zum Versorgungseinkauf eine weitgehende Akzeptanz erreicht hat.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Neukirchen-Vluyner Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

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. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht 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.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Neukirchen-Vluyn im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2006 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Und dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte³
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen

³ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder 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

- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neukirchen-Vluyn. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2006 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁴ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neukirchen-Vluyn wurde dementsprechend durch eine projektbegleitende Arbeitsgruppe begleitet, die wie folgt besetzt war:

- Herr Geilmann: Technischer Beigeordneter der Stadt Neukirchen-Vluyn
- Herr Pergens: Leiter der Wirtschaftsförderung der Stadt Neukirchen-Vluyn
- Herr Knoblach: Leiter des Planungs- und Bauordnungsamtes der Stadt Neukirchen-Vluyn

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

- Frau Tschöke: Planungs- und Bauordnungsamt
- Herr Nacke: CDU-Fraktion
- Herr Best: CDU-Fraktion
- Herr Gebuhr: Fraktion FDP / Piraten
- Herr Heber: SPD-Fraktion
- Frau Wilps: SPD-Fraktion
- Frau Bongert: Bündnis 90 / Die Grünen
- Frau Schablowski: Regionalverband Ruhr
- Herr Bommann: Einzelhandelsverband Niederrhein e. V.
- Herr Gerber: Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
- Herr Kruse: Büro Junker + Kruse
- Frau Sobotka: Büro Junker + Kruse
- Frau Breker: Büro Junker + Kruse

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 30. Mai 2016
- 2. Arbeitskreis: 22. September 2016
- 3. Arbeitskreis: 15. Dezember 2016

Den Teilnehmern der Arbeitskreise sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Neukirchen-Vluyn eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Neukirchen-Vluyn auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Konzeptes werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

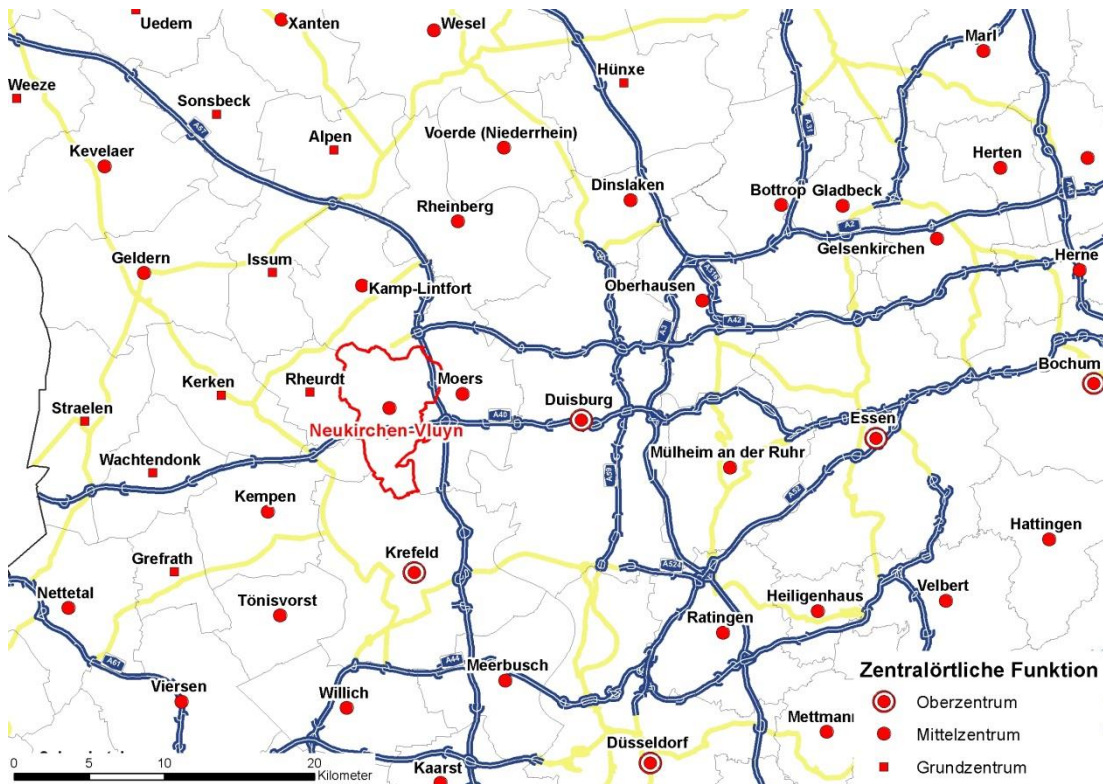
3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 27.580 Einwohner⁵ zählende Stadt Neukirchen-Vluyn liegt in Nordrhein-Westfalen (NRW), grenzt westlich an das Ruhrgebiet an und ist rund 25 km von der deutsch-niederländischen Grenze entfernt. Nach den Städten Moers (103.050), Dinslaken (67.130), Wesel (60.060), Kamp-Lintfort (37.180), Voerde (36.200) und Rheinberg (30.700) ist Neukirchen-Vluyn die siebtgrößte Stadt des rund 457.400 Einwohner⁶ zählenden Kreises Wesel und nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein. Somit soll Neukirchen-Vluyn eine entsprechende Versorgungsfunktion für angrenzende Grundzentren wie beispielsweise Rheurdt übernehmen.

⁵ Quelle: Stadt Neukirchen-Vluyn: Zahlen und Daten, Bevölkerung Neukirchen-Vluyn, Stand 31.12.2015, Bevölkerung mit Hauptwohnsitz

⁶ Quelle: Kreis Wesel: Bevölkerung auf Basis des Zensus 2011 zum Stand 30.06.2015

Karte 1: Lage der Stadt Neukirchen-Vluyn in der Region

Neben dem angrenzenden Grundzentrum Rheurdt sowie dem Mittelzentrum Kamp-Lintfort grenzen noch Moers und Kempen als weitere konkurrierende Mittelzentren in unmittelbarer Nähe an das Neukirchen-Vluyner Stadtgebiet an. Das nächstgelegene Oberzentrum ist direkt südlich angrenzend die Stadt Krefeld. Nur rund 20 km ist das Oberzentrum Duisburg – östlich der Stadt Neukirchen-Vluyn gelegen – entfernt.

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen der Stadt Neukirchen-Vluyn mit der Region werden durch eine sehr gute verkehrliche Anbindung für den motorisierten Individualverkehr begünstigt. In erster Linie bieten die durch das Stadtgebiet verlaufenden Bundesautobahnen A 40 mit der Anschlussstelle Neukirchen-Vluyn (Richtung Venlo (NL) und Dortmund) und A 57 mit der Anschlussstelle Moers-Hülsdonk (Richtung Nimwegen (NL) und Köln) gute überörtliche Straßenverbindungen.

Der öffentliche Personennahverkehr bietet über (Schnell-)Buslinien Verbindungen innerhalb des Stadtgebietes und zu den umliegenden Kommunen an. Ein schienengebundenes Angebot besteht in Neukirchen-Vluyn nicht.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Stadt Neukirchen-Vluyn entstand in ihrer heutigen Form durch die Zusammenlegung der ehemals eigenständigen Ortschaften Neukirchen und Vluyn im Jahr 1928. Im Zuge der kommunalen Gebietsreform in NRW wurde die Stadt Neukirchen-Vluyn dem Kreis Wesel zugeordnet.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur von Neukirchen-Vluyn



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Das Stadtgebiet umfasst rund 43 km² und setzt sich aus vier Stadtteilen zusammen. Hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung im Stadtgebiet ergeben sich gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2006 keine signifikanten Veränderungen. Der bevölkerungsbestand ist um 4 % (rund 1.255 Einwohner)⁷ auf rund 27.580 Einwohner zurückgegangen.

⁷ Verglichen mit dem Stand vom 31.12.2004.

Tabelle 4: Neukirchen-Vluyner Stadtteile mit Einwohnerzahlen

Stadtteil	Einwohner*
Neukirchen	13.650
Niep	630
Vluybusch	1.310
Vluy	11.990
Gesamt	27.580

*gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen;
Quelle: Angaben der Stadt Neukirchen-Vluy, Stand: 31.12.2015 (Hauptwohnsitz)

Aufgrund der siedlungsräumlichen Vergangenheit der ehemals selbstständigen Ortschaften Neukirchen und Vluy sind zwei Siedlungsschwerpunkte deutlich ablesbar: Im Stadtteil Neukirchen leben rund 49 % und im Stadtteil Vluy rund 43 % der Bevölkerung. Beide Stadtteile weisen historische Siedlungskerne auf. In den Stadtteilen Niep und Vluybusch sind in einem ländlich geprägten Umfeld disperse Siedlungsstrukturen vorhanden. In beiden Stadtteilen leben nur rund 2 % (Niep) bzw. 5 % (Vluybusch) der Gesamtbevölkerung.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Neukirchen-Vluy

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung 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 Neukirchen-Vluy, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kap. 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Gemeinde Neukirchen-Vluy als Einkaufsort ermitteln zu können.

Die Kundenanteile des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels wurden in zwei verschiedenen Auswertungen ermittelt. Im südlichen Siedlungsgebiet des Ortskerns befindet sich in autokundenorientierter und nicht integrierter Lage der Standort des Toom Baumarktes. Durch sein umfangreiches Angebot in zahlreichen Warengruppen und der hohen

Verkaufsflächenanteile im Vergleich zum gesamten Einzelhandelsbestand in Neukirchen-Vluyn (ca. 18 % der Gesamtverkaufsfläche) zieht der Betrieb einen hohen Anteil von Kunden außerhalb des Gemeindegebietes an. Um die Bedeutung des Toom Baumarktes für die Neukirchen-Vluyn Umlandkommunen im Vergleich zum übrigen Einzelhandel der Gemeinde herauszustellen und das Bild nicht zu verzerren, sind die Kundenanteile des Neukirchen-Vluyn Einzelhandels sowohl mit als auch ohne die Zahlen des Toom Baumarktes ausgewertet worden.

Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Gemeinde Neukirchen-Vluyn wie folgt abgrenzen:

Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Neukirchen-Vluyn bietet die Gemeinde Neukirchen-Vluyn selbst ein Kundenpotenzial von rund 27.600 Einwohnern. Rund 75 %, und damit der deutlich überwiegende Anteil der während der Kundenherkunfts-erhebung im Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet. Bei Berücksichtigung der Kundenanteile des in nicht integrierter Streulage befindlichen Toom Baumarktes stellen die Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet einen geringeren Anteil von ca. 67 % dar. Die regionale Ausstrahlungskraft des Toom Baumarktes sowie die quantitative Dominanz im Vergleich zum übrigen Einzelhandelsbesatz innerhalb der Gemeinde sind somit deutlich erkennbar.

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Diese liegen somit auch im direkten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums. Zu den Städten dieses Einzugsgebietes zählen u. a. Rheurdt, Kamp-Lintfort und Kerken. Aus diesem Bereich kamen rund 18 % der erfassten Kunden. Das Einzugsgebiet verfügt über ein Kundenpotenzial von insgesamt rund 195.000 Einwohnern. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der Kunden des Toom Baumarktes stammen sogar rund 23 % der Neukirchen-Vluyn Kunden aus dem näheren Einzugsgebiet. Die Bedeutung des Einzelstandortes im Gemeindegebiet für die Region wird durch diese Ergebnisse unterstrichen.

Ferneinzugsgebiet

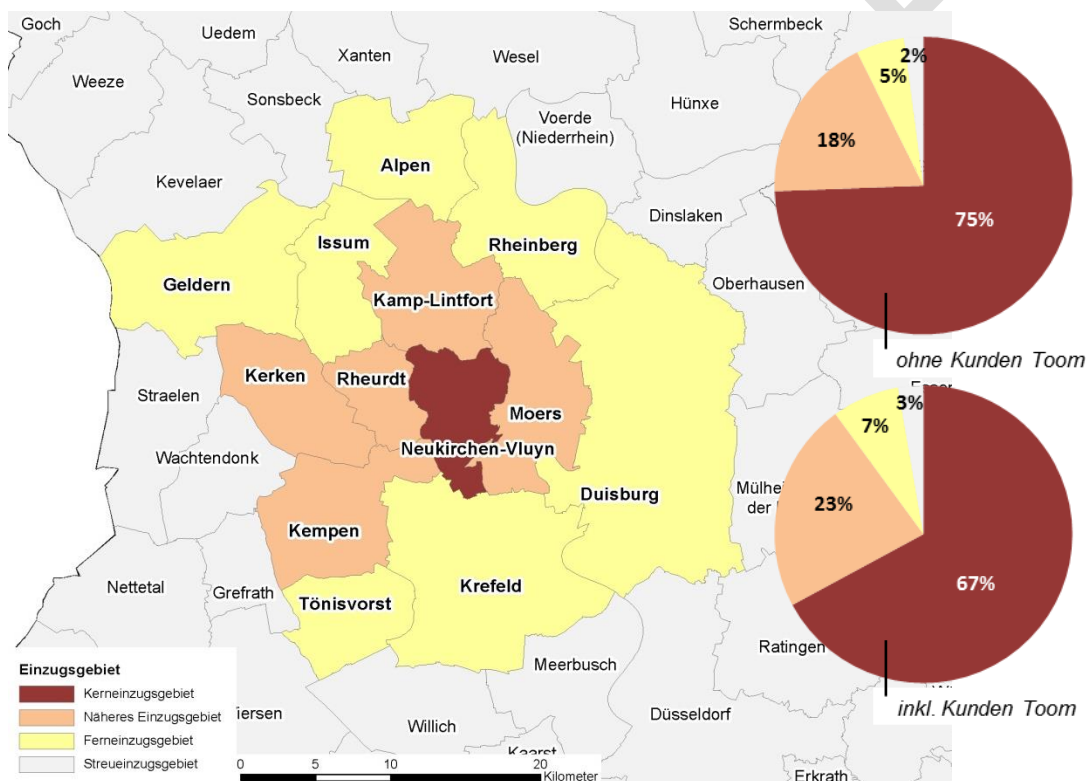
Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Neukirchen-Vluyn mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich höhere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Neukirchen-Vluyn ausgerichtet sind. Obwohl im Ferneinzugsgebiet rund 827.000 Einwohner leben, sind das Kundenaufkommen und dementsprechend auch die Kaufkraftabschöpfung aus diesen Herkunftsgebieten relativ gering. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem Kaufkraftpotenzial, die durch den Einzelhandel in Neukirchen-Vluyn abgeschöpft werden, sich mit zunehmender Entfernung verringern. Bei Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe spielen die Herkunftsorte des Ferneinzugsgebietes eine eher untergeordnete Rolle. Überwiegend werden hingegen Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe (z. B. Möbel) gekauft.

Rund 5 % der Neukirchen-Vluyner Kunden stammt aus Gebieten außerhalb des näheren Einzugsgebietes. Unter Berücksichtigung des Kundenaufkommens im Toom Baumarkt liegt der Kundenanteil aus dem Ferneinzugsgebiet bei rund 7 %. Der Großteil der Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet wird aus Städten und Gemeinden kommen, die sich direkt an das nähere Einzugsgebiet Neukirchen-Vluyns anschließen.

Streuumsätze

Als sogenannte Streuumsätze des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels werden „Zufallseinäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Rund 2 bzw. 3 % der ermittelten Kunden des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels kommen aus diesem Streugebiet. Sie stellen einen sehr geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar.

Karte 3: Einzugsbereich des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Das Einzugsgebiet Neukirchen-Vluyns zeigt ein für Mittelzentren dieser Größenordnung bzw. mit der entsprechenden Konkurrenzsituation typisches Bild. Hauptsächlich weisen die direkt angrenzenden Umlandkommunen Kamp-Lintfort, Moers, Kempen, Kerken und Rheurdt eine stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf den Einkaufsstandort Neukirchen-Vluyn auf. Darüber hinaus überwiegen die Verflechtungen zu anderen mittel- oder oberzentralen Versorgungsstandorten. Der Toom Baumarkt ist für die Ausstrahlungskraft des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels in die Region – ca. 33 % der Kunden stammen von außerhalb des Kerneinzugsgebietes – von hoher Bedeutung.

3.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-
daten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-
Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevöl-
kerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-
biet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und
nach Warengruppen ermitteln.

Dieses stellt sich für die Stadt Neukirchen-Vluyn folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Neukirchen-Vluyn

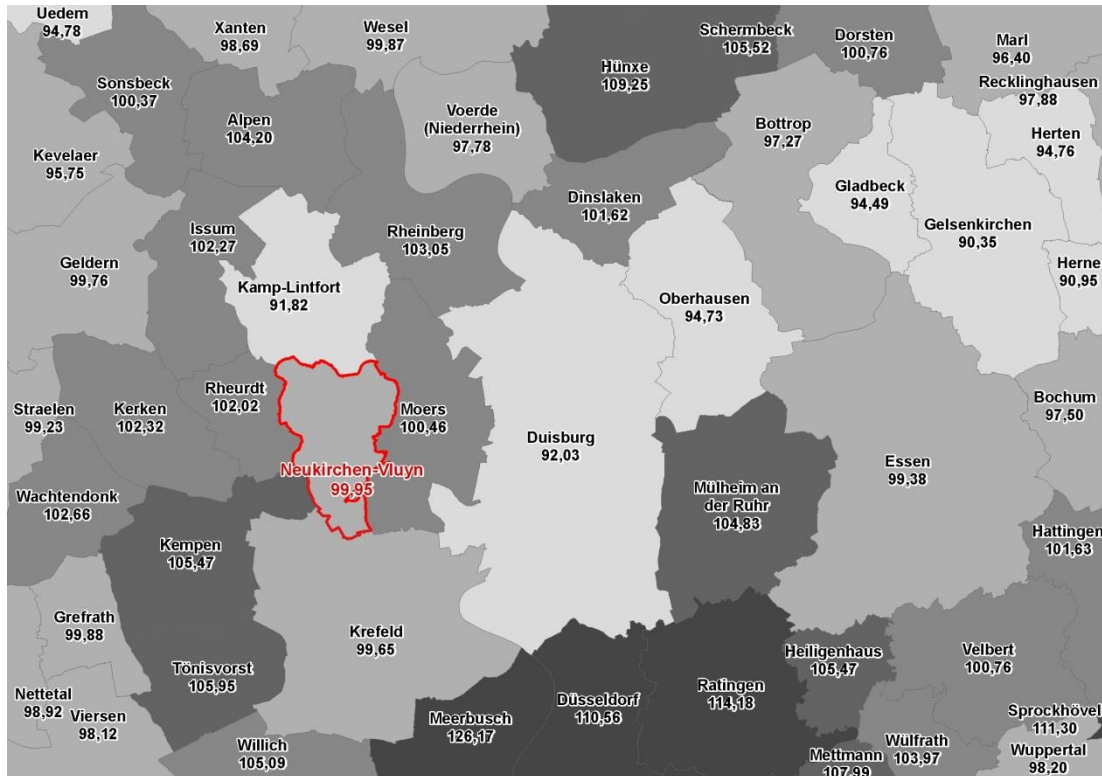
Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Neukirchen-Vluynner Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.354	63,3
Blumen (Indoor) / Zoo	113	3,0
Gesundheit und Körperpflege	379	10,2
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	182	4,9
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	3.028	81,4
Bekleidung / Textilien	550	14,8
Schuhe / Lederwaren	148	4,0
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	73	2,0
Spielwaren / Hobbyartikel	137	3,7
Sport und Freizeit	111	3,0
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	1.018	27,4
Wohneinrichtung	127	3,4
Möbel	314	8,4
Elektro / Leuchten	176	4,7
Elektronik / Multimedia	414	11,1
Medizinische und orthopädische Artikel	79	2,1
Uhren / Schmuck	79	2,1
Baumarktsortimente	486	13,1
Gartenmarktsortimente	86	2,3
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.761	47,3
<i>Sonstiges</i>	33	0,9
Kaufkraftpotenzial gesamt	5.840	157,0

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016

Diesem monetären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Neukirchen-Vluyn

zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Neukirchen-Vluyn vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Neukirchen-Vluyn eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 99,95, d. h. dass die Neukirchen-Vluynyer Bevölkerung über ein bundesdurchschnittliches Kaufkraftniveau verfügt.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016

In den Nachbarkommunen der Stadt Neukirchen-Vluyn ist die Höhe des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus differenziert zu betrachten. Während das Kaufkraftniveau in den Städten und Gemeinden Rheurd, Kempen, Krefeld und Moers ebenfalls durchschnittlich bzw. überdurchschnittlich ist, liegt die Kaufkraftkennziffer in Kamp-Lintfort deutlich unterhalb des bundesdeutschen Indexwertes von 100. Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Neukirchen-Vluyn im Schnitt leicht unter dem Kaufkraftniveau der benachbarten Kommunen liegt.

4 Aktuelle Angebotssituation in Neukirchen-Vluyn

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

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Innenstädte, zentrale Bereiche und Gewerbegebiete) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche heute nicht mehr als solche definiert werden können.

4.1 Eckdaten des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Neukirchen-Vluyn getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Mai 2016)⁸. Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen **131 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **43.250 m²**. Seit 2006 ist somit ein Verkaufsfächenzuwachs von rund 4.300 m² (+11 %) festzustellen sowie ein Rückgang der Anzahl der Betriebe um zwei Betriebe (-2 %).
- Mit einem Anteil von rund 20 % an der Gesamtverkaufsfläche innerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn entfällt auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 8.850 m²) der quantitative größte Verkaufsflächenanteil. Mit ca. 17 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche liegt das quantitative zweitgrößte Angebot innerhalb der flächenintensiven Branche **Baummarktsortimente** (rund 7.100 m² Verkaufsfläche). Eine hohe quantitative Bedeutung weist auch die Warengruppe **Möbel** mit insgesamt rund 6.800 m² Verkaufsfläche auf.

⁸ Die Verlagerung inkl. Erweiterung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka von dem Standort im zentralen Versorgungsbereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße zum Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Neukirchen, die während der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes erfolgte, wurde dabei in den Analysen berücksichtigt. Im September 2016 wurde der Markt am Standort Ernst-Moritz-Arndt-Straße geschlossen, Anfang Dezember 2016 war die Neueröffnung des Edekas in Neukirchen.

Der vierte quantitative Angebotsschwerpunkt ergibt sich mit rund 5.000 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe **Gartenmarktsortimente**.

- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **330 m²** und ist im Vergleich zu 2006 (293 m²) leicht gestiegen. Dies ist auf den Verkaufsflächenzuwachs zurückzuführen, der seit der letzten Erhebung zu verzeichnen ist. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Mittelzentren (292 m²) oder Städten mit 25.000 – 50.000 Einwohnern (302 m²) ist der Neukirchen-Vluyner Wert überdurchschnittlich.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,57 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,4 m² pro Einwohner, was jedoch auch auf einen hohen Anteil der flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente im Stadtgebiet zurückzuführen ist (vgl. auch nachfolgende warengruppenspezifische Betrachtungen). Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert unterhalb des Durchschnitts (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 25.000 – 50.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,04 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Mittelzentren liegt bei 2,98 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung im Jahr 2006 (1,35 m²) ist der Wert gestiegen.

Auch in einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst überwiegend normale Angebotsausstattungen in einem z. T. unterdurchschnittlichen Rahmen:

Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Neukirchen-Vluyn	Städte mit 25.000 – 50.000 Einwohnern		Mittelzentren (Durchschnitt)
		Spektrum	Durchschnitt	
Nahrungs- und Genussmittel	0,32	0,24 – 0,62	0,43	0,43
Blumen (Indoor) / Zoo	0,14	0,03 – 0,26	0,07	0,05
Gesundheit und Körperpflege	0,05	0,04 – 0,11	0,08	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,04	0,01 – 0,07	0,04	0,04
Bekleidung	0,08	0,07 – 0,49	0,23	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,01	0,02 – 0,15	0,06	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,03	0,03 – 0,17	0,08	0,09
Spielwaren / Hobbyartikel	0,02	0,02 – 0,09	0,04	0,03
Sport und Freizeit	0,07	0,01 – 0,18	0,06	0,06
Wohneinrichtung	0,05	0,02 – 0,16	0,07	0,07
Möbel	0,25	0,04 – 0,61	0,24	0,25
Elektro / Leuchten	0,02	0,01 – 0,10	0,05	0,04
Elektronik / Multimedia	0,01	0,02 – 0,11	0,05	0,04
Medizinische und orthopädische Artikel	0,01	0,01 – 0,05	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,01	0,00 – 0,02	0,01	0,01
Baumarktsortimente	0,26	0,12 – 1,13	0,50	0,47
Gartenmarktsortimente	0,18			
Gesamtsumme	1,57	0,92 – 3,73	2,04	1,98

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen durch Junker + Kruse; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 7 aufgeführt dar:

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Neukirchen-Vluyn nach Warengruppen⁹

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität (2016)	Zentralität (2006)
Nahrungs- und Genussmittel	8.900	56,6	0,90	0,92
Blumen (Indoor) / Zoo	3.900	9,8	3,23	0,67
Gesundheit und Körperpflege	1.300	8,4	0,82	0,66
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.100	6,0	1,22	0,48 (ohne Bücher)
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	15.200	80,8	0,99	0,86
Bekleidung	2.300	6,8	0,46	0,40
Schuhe / Lederwaren	400	1,4	0,35	0,27
GPK / Haushaltswaren	950	2,4	1,21	0,51
Spielwaren / Hobbyartikel	500	1,6	0,43	0,38 (inkl. Bücher)
Sport und Freizeit	1.950	5,5	1,86	1,00
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.050	17,7	0,65	0,46
Wohnrichtung	1.500	3,2	0,94	*
Möbel	6.800	11,7	1,38	1,48
Elektro / Leuchten	650	2,4	0,51	0,10
Elektronik / Multimedia	400	3,5	0,31	0,20 (ohne Foto)
Medizinische und orthopädische Artikel	400	2,7	1,28	*
Uhren / Schmuck	200	1,0	0,47	0,63
Baummarktsortimente	7.100	11,2	0,86	0,42
Gartenmarktsortimente	5.000	6,3	2,73	(ohne Teppiche)
Überwiegend langfristiger Bedarf	22.000	42,0	0,89	0,62
Sonstiges	< 50	0,1	0,11	*
Gesamtsumme	43.300	140,6	0,90	0,68

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen in Neukirchen-Vluyn, Mai 2016 (Junker + Kruse) sowie April 2006 (Dr. Acocella); gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Aufgrund der abweichenden Erhebungssystematiken ist eine Zuordnung und somit eine Gegenüberstellung dieser Warengruppen nicht möglich.

- Dem in der Stadt Neukirchen-Vluyn vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von fast 157 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 141 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,90** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsum-

⁹ Warengruppenspezifische Veränderungen können aufgrund nicht vorliegender Erhebungsdaten aus dem Jahr 2006 sowie methodischer Abweichungen der Datenerhebung und -zuordnung nicht analysiert werden.

satz liegt ca. 10 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Hieraus lässt sich – per Saldo – auf **leichte** Kaufkraftabflüsse in das Umland schließen. Mit Blick auf die ausgeprägte Wettbewerbssituation v. a. zu den Oberzentren Duisburg und Krefeld handelt es sich um eine annehmbare einzelhandelsrelevante Zentralität.

- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich in einigen Warengruppen Zentralitäten von z. T. deutlich über 1. Hierzu gehören innerhalb der **kurzfristigen Bedarfsstufe** die Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo (3,23) und PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher (1,22). Die Warengruppen GPK / Haushaltswaren (1,21) sowie Sport und Freizeit (1,86) stellen die einzigen Ausnahmen im **mittelfristigen Bedarfsbereich** dar. Alle weiteren Warengruppen dieser Bedarfsstufe weisen jedoch Werte von unter 0,50 auf. Im **langfristigen Bedarfsbereich** sind es die Warengruppen Möbel (1,38), medizinische und orthopädische Artikel (1,28) sowie Gartenmarktsortimente (2,73), die eine Zentralität von über 1 aufweisen.
- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Stadt Neukirchen-Vluyn erscheinen aus rein quantitativer Sicht insbesondere die Zentralitätswerte in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe – Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege – ausbaufähig. Eine (leichte) Steigerung des Zentralitätswertes in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege ist absehbar, da in naher Zukunft im zentralen Versorgungsbereich Neukirchen ein Drogeriemarkt (Fa. Rossmann) eröffnen wird. Auch in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia sowie Uhren / Schmuck bestehen Erweiterungspotenziale. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Neukirchen-Vluyn. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels erfolgen in Kapitel 5 dieser Untersuchung.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandortes vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Neukirchen-Vluyn daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

Das Einzelhandelsangebot in Neukirchen-Vluyn weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 8.850 m² entfällt der größte Einzelanteil (rund 20 %) der Gesamtverkaufsfläche in Neukirchen-Vluyn auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (38 Betriebe, ca. 29 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der

Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 57 Mio. Euro den größten Einzelanteil (40 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Hingegen liegt die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von rund 0,32 m² sowohl unter dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,35 – 0,40 m² als auch unter dem Vergleichswert aus anderen Mittelzentren und Kommunen vergleichbarer Größenordnung¹⁰ von 0,43 m² pro Einwohner. Diese Werte unterstreichen einerseits die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte, zeigen aber andererseits aus rein quantitativer Sicht einen leicht unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Mit aktuell zwei Verbrauchermärkten (2x Edeka), fünf Lebensmitteldiscountern (2x Aldi, Lidl, Netto, Penny) sowie diversen Fachmärkten (v. a. Getränke) und zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht insgesamt eine leicht discountlastige **Angebots- und Betriebsformenmischung** in Neukirchen-Vluyn.

- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute bis leicht unterdurchschnittliche Angebotsausstattung in der Stadt Neukirchen-Vluyn wider. Rund 1.300 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,05 m² Verkaufsfläche je Einwohner¹¹ besteht hier eine für Städte dieser Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion leicht unter dem Marktdurchschnitt befindliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW)¹². Bedeutendster Anbieter dieser Warengruppe ist der moderne Rossmann-Drogeriemarkt, der durch seine innerstädtische Lage in Vluyn eine positive Wirkung als Frequenzerzeuger auch für die ihn umgebenden Einzelhandelslagen in diesem Zentrum hat. Das weitere Fachangebot besteht aus einigen Apotheken. Darüber hinaus finden sich Gesundheits- und Körperpflegeartikel vor allem als Nebensortimente der Lebensmittelanbieter, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Neukirchen-Vluynner Bevölkerung beitragen.

Die sortimentspezifische Zentralität von 0,82 zeigt ein unausgewogenes Verhältnis zwischen dem in Neukirchen-Vluyn erzielten Umsatz und der örtlichen Kaufkraft, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) unterschreitet und somit auf Kaufkraftabflüsse hinweist.

Zukünftig werden sich sowohl die Zentralität innerhalb dieser Warengruppe als auch die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in Neukirchen-Vluyn erhöhen, da sich mit dem geplanten Drogeriemarkt der Fa. Rossmann im zentralen Bereich Neukirchen ein wichtiger Einzelhandelsbetrieb mit der Hauptwarengruppe Ge-

¹⁰ Quelle: Junker+Kruse Datenbank; eigene Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

¹¹ Dieser Wert wird sich nach der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich Neukirchen zukünftig erhöhen.

¹² Quelle: Junker+Kruse Datenbank; eigene Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

sundheit und Körperpflege in der Stadt ansiedeln wird.

- Das Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** beläuft sich auf aktuell rund 3.900 m². Rund 46 % der Verkaufsfläche entfällt allein auf den Fachanbieter Orchideen Lucke. Die Angebotsausstattung innerhalb dieser Warengruppe konzentriert sich darüber hinaus vor allem bei Gartenfachmärkten oder auch Baumärkten (insbes. Teilsortiment Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)) sowie Fachmärkten für zoologischen Bedarf (Hüpi's, Koi-Corner, Raiffeisen-Markt, Zoo Müller). Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Angebote im Randsortiment größerer Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte (Heim- und Kleintierfutter und Blumen).
- In der Warengruppe **Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** entfällt beinahe die gesamte sortimentspezifische Verkaufsfläche von insgesamt rund 1.100 m² auf typische Fachangebote wie Buch-, Presse- oder Schreibwarenhandel. Bedeutendste Anbieter sind die Buchhandlung Giesen-Handick im zentralen Bereich Vluyn und die Neukirchener Buchhandlung im zentralen Bereich Neukirchen. Des Weiteren entfällt das sortimentspezifische Fachangebot auch auf Randsortimentsangebote, vor allem von Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten, aber auch Angebote in Tankstellenshops oder Billigläden (z. B. Tedi / Kodi).

Insgesamt entfällt mit fast 15.200 m² Verkaufsfläche rund 35 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und rund 58 % des Umsatzes im Neukirchen-Vluyner Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 0,99 per Saldo keine Kaufkraftabflüsse. Insgesamt ist eine gute, in Teilbereichen ausbaufähige, strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist innerhalb der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe ein gestiegenes Verkaufsflächenangebot (2006: 11.400 m²) sowie eine ebenfalls gestiegene Zentralität (2006: 0,86) zu verzeichnen.

Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Neukirchen-Vluyn folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 2.300 m² Verkaufsfläche (ca. 5 % der Gesamtverkaufsfläche), 14 Betrieben (ca. 11 % aller Neukirchen-Vluyner Betriebe) und rund 7 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Die Zentralität dieser Warengruppe weist mit einem Wert von nur 0,46 hohe Kaufkraftabflüsse in das Umland auf. Ebenfalls liegt die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,08 m² unter dem Wert anderer Städte zwischen 25.000

und 50.000 Einwohnern (0,23 m² / EW) bzw. anderen Mittelzentren (0,23 m² / EW).¹³

Der größte Bekleidungsanbieter in Neukirchen-Vluyn ist der Betrieb Harders Fashion-Outlet, welcher im Gewerbegebiet Neukirchen Nord ansässig ist. In der Gesamtstadt ist kein großflächiger Anbieter der Hauptwarengruppe Bekleidung ansässig. Weitere größere Betriebe sind die bekannten Anbieter aus dem Discountsegment Kik und NKD im zentralen Bereich Vluyn. Interessantere „Labels“ und namhafte Betreiber aus dem Standard- und höherwertigen Segment sind in der Gesamtstadt unterrepräsentiert. Das weitere Angebot besteht aus kleinteilig strukturierten und inhabergeführten Betrieben. Rund 70 % der innerstädtischen Hauptsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung weisen eine Gesamtverkaufsfläche von weniger als 100 m² auf. In der Gesamtschau ist ein geringes, discountorientiertes Angebot zu konstatieren.

- Die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** wird auf einer Verkaufsfläche von rund 400 m² angeboten. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,01 m² / Einwohner und die sortimentspezifische Zentralität von 0,35 liegen in einem für Mittelzentren bzw. Städte dieser Größenordnung stark unterdurchschnittlichen Bereich. Somit fließen rund zwei Drittel der sortimentspezifischen Kaufkraft der Neukirchen-Vluyner Bevölkerung in die Region ab. Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 250 m² Verkaufsfläche im zentralen Bereich Vluyn. Die beiden Anbieter mit der Hauptwarengruppe Schuhe / Lederwaren sind der Schuhmarkt Op de Hipt im zentralen Bereich Vluyn und das Schuhhaus Schmidt im zentralen Bereich Neukirchen. (Discountorientierte) Filialisten dieser Warengruppe sind nicht in Neukirchen-Vluyn angesiedelt.
- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 950 m² Verkaufsfläche und rund 2,4 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet neben dem Fachanbieter Lieblingsladen jedoch in erster Linie Angebote von preisorientierten Billiganbietern (Eurokauf, Kodi, Tedi) sowie Randsortimente von Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten. Trotz der hohen Zentralität (1,21) und Verkaufsflächenausstattung ist in dieser Branche insgesamt eine eher durchschnittliche bis niedrige Angebotsqualität festzuhalten.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist ebenfalls mit 0,43 eine niedrige Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot von rund 500 m² entfällt lediglich auf zwei Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment. Hierbei handelt es sich um Anbieter der Sortimente Musikinstrumente und Hobbyartikel. Ein reines Spielwarengeschäft ist nicht vorhanden. Ergänzend ist an dieser Stelle anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Dennoch besitzt dieser Angebotsbaustein eine hohe Bedeutung für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur, so dass insbe-

¹³ Quelle: Junker+Krusse Datenbank; eigene Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

sondere die Qualitätssicherung – möglicherweise durch Angebotsergänzungen – in diesem Angebotssegment angestrebt werden sollte. Darüber hinaus wird die Warengruppe als Randsortiment angeboten. Die beiden Anbieter befinden sich in zentraler bzw. wohnsiedlungsräumlich nicht integrierter Lage.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** weist rund 1.950 m² Verkaufsfläche und eine Zentralität von 1,86 auf. Das Angebot dieser Warengruppe ist in Neukirchen-Vluyn durch Fachanbieter aus den Bereichen Fahrräder und technisches Zubehör, Angel- und Reitsport sehr vielfältig strukturiert. Einen Fachanbieter mit dem Kernsortiment Sportbekleidung / Sportschuhe gibt es allerdings nicht. Des Weiteren wird die Warengruppe als Randsortiment vorgehalten. Nur 19 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche und drei Fachanbieter befinden sich in den zentralen Bereichen. Daneben prägen vor allem die Anbieter an dezentralen Standorten und in Streulagen innerhalb des Stadtgebietes sowie die Randsortimentsangebote der Lebensmitteldiscounter (als Aktionswaren) die Angebotssituation in dieser Warengruppe.

Mit insgesamt mehr als 6.000 m² Verkaufsfläche, 28 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von rund 18 Mio. Euro (Gesamtzentralität: 0,65) haben die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** einen relativ unbedeutenden Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Neukirchen-Vluyn, bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung insgesamt **unterdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung**. Die z. T. niedrigen Zentralitätswerte unterstreichen dies und weisen im Schnitt Kaufkraftabflüsse in das Umland nach. Aus quantitativer Sicht können Angebotsdefizite in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, GPK / Haushaltswaren sowie Spielwaren / Hobbyartikel festgestellt werden. Diese Einstufung relativiert sich jedoch bei der Betrachtung der starken Konkurrenzsituation durch die umliegenden Oberzentren Krefeld und Duisburg und insbesondere der Nähe zum östlich direkt angrenzenden Mittelzentrum Moers mit nur fünf Kilometern Entfernung. Entwicklungsspielräume sind diesbezüglich am ehesten in den Bereichen Schuhe / Lederwaren und Spielwaren / Hobbyartikel zu erkennen. Aus **qualitativer bzw. räumlich-struktureller Sicht** bestehen ebenfalls noch **Entwicklungsmöglichkeiten**. In einigen Branchen ist das Fehlen einer breiteren und qualifizierten Angebotsstruktur mit Fachangeboten zu erkennen, welches in den übrigen Branchen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe vorhanden ist. Das in geringem Ausmaß vorhandene Angebot an Filialisten ist jedoch überwiegend dem preisorientierten Discountangebot sowie einem üblichen Standardsortiment zuzuordnen. Individuellere und höherwertige Filialangebote sind ebenso wie moderne Betriebsgrößenkonzepte in den zentralen Bereichen bislang unterrepräsentiert. Auch weisen teilweise Anbieter in Streulagen (u. a. auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote) außerhalb der zentralen Bereiche nennenswerte Angebotsanteile auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 22.000 m² Verkaufsfläche entfällt etwas mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe.

Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Baumarktsortimente** (rund 7.100 m² Verkaufsfläche), **Möbel** (rund 6.800 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rund 5.000 m² Verkaufsfläche). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsstrukturen, sondern sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen.

- Mit knapp 72 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche stellt der Baumarkt Toom einen Großteil der Warengruppe **Baumarktsortimente**. Als weiterer großflächiger Anbieter dieser Warengruppe ist der Baustoffhandel Tiefenbach zu nennen. Die Zentralität liegt aktuell bei einem leicht unterdurchschnittlichen Wert von 0,86. Jedoch ist insgesamt, trotz leichter Kaufkraftabflüsse, eine gute Angebotsausstattung für die Warengruppe Baumarktsortimente festzustellen.
- **Gartenmarktsortimente** werden in Neukirchen-Vluyn zu rund 27 % im Gartencenter Lohbeck angeboten, auf das mit rund 1.400 m² warengruppenspezifischer Verkaufsfläche der größte Anteil an dieser Warengruppe entfällt. Weitere nennenswerte Anbieter dieser Warengruppe sind der Raiffeisen-Markt und der Pflanzenhandel Tannenhof. Mit einer deutlich hohen Zentralität von 2,73 sind fast dreimal so viele Kaufkraftzuflüsse aus der Region feststellbar wie die Neukirchen-Vluyner Bevölkerung alleine an Kaufkraftvolumen aufbringt.
- Auf die Warengruppe **Möbel** entfallen rund 6.800 m² Verkaufsfläche sowie ein Umsatz von rund 11,7 Mio. Euro. Der Zentralitätswert liegt bei 1,38 und weist somit deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich mit 0,25 m² in etwa in Höhe des Wertes anderer Städte zwischen 25.000 und 50.000 Einwohner (0,24 m² / EW) bzw. anderen Mittelzentren (0,25 m² / EW)¹⁴. Der bedeutendste Anbieter im Möbelbereich ist das Möbelhaus Rügen im Gewerbegebiet Neukirchen Nord, auf welchen knapp 73 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche in Neukirchen-Vluyn entfallen.
- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine im Vergleich zu anderen Mittelzentren bzw. Städten der Größenordnung von Neukirchen-Vluyn leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von rund 1.500 m² (0,05 m² / Einwohner) festzuhalten und eine dies unterstreichende Zentralität von 0,94. Somit sind geringe Kaufkraftabflüsse in die Region nachweisbar. Dies liegt jedoch nur in untergeordnetem Maße an den fünf Hauptsortimentsanbietern der Warengruppe, welche rund 28 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche vorhalten, sondern vielmehr an den zahlreichen Randsortimentsangeboten (v. a. von Möbelmärkten, Baumärkten und niedrigpreisorientierten Fach- und Sonderpostenmärkten).
- Das Angebot in den Warengruppen **Elektro / Leuchten** und **Elektronik / Multimedia** umfasst zusammen rund 1.100 m² Verkaufsfläche. Das sehr kleinteilig gegliederte Angebot verteilt sich auf acht Hauptsortimentsanbieter. Alle diese Betriebe

¹⁴ Quelle: Junker+Krusse Datenbank; eigene Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

be weisen Verkaufsflächen von unter 120 m² auf. Auch die Zentralitätswerte von 0,51 (Elektro / Leuchten) und 0,31 (Elektronik / Multimedia) weisen auf ein eher unterdurchschnittliches Angebot hin. Zudem liegen die Verkaufsflächenausstattungen pro Einwohner von 0,02 m² (Elektro / Leuchten) und 0,01 m² (Elektronik / Multimedia) unter dem Durchschnitt von 0,04 bzw. 0,05 m² pro Einwohner in anderen Mittelzentren bzw. Städten ähnlicher Größenordnungen.¹⁵

- In den Angeboten der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** (rund 400 m² Verkaufsfläche) sowie **Uhren / Schmuck** (rund 200 m² Verkaufsfläche) sind kleinteilige Angebotsstrukturen vorhanden, welche ausschließlich in den zentralen Bereichen Neukirchen und Vluyn angesiedelt sind. Anbieter dieser Warengruppen sind Optiker, Juweliere / Goldschmiede und Hörgeräteakustiker. Der Zentralitätswert der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel liegt bei 1,28 und weist somit Kaufkraftzuflüsse aus der Region nach. Die Zentralität der Warengruppe Uhren / Schmuck liegt hingegen mit einem Wert von 0,47 deutlich unterhalb eines bedarfsdeckenden Angebotes.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend geringes Angebot in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe in Neukirchen-Vluyn. Mit einem Zentralitätswert von 0,89 über alle Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe sind Kaufkraftabflüsse in die Region nachweisbar. Diese sind besonders hoch in den Warengruppen Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia und Uhren / Schmuck. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind in quantitativer Hinsicht vor allem in diesen Warengruppen gegeben. Daneben gilt es, den inhabergeführten Facheinzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen weiter zu stärken. Zudem können qualitative Veränderungen innerhalb einzelner Warengruppen zur Aufwertung des Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsangebotes beitragen.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn:

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Neukirchen-Vluyn vorhanden ist, wobei nur z. T. ein quantitativ adäquates Angebot vorliegt.

In manchen Branchen sind Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für qualitative wie räumliche Verbesserungen erkennen lassen. Die sortimentspezifischen Zentralitäten bewegen sich teilweise (v. a. in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia und Uhren / Schmuck) auf einem (sehr) niedrigen Niveau.

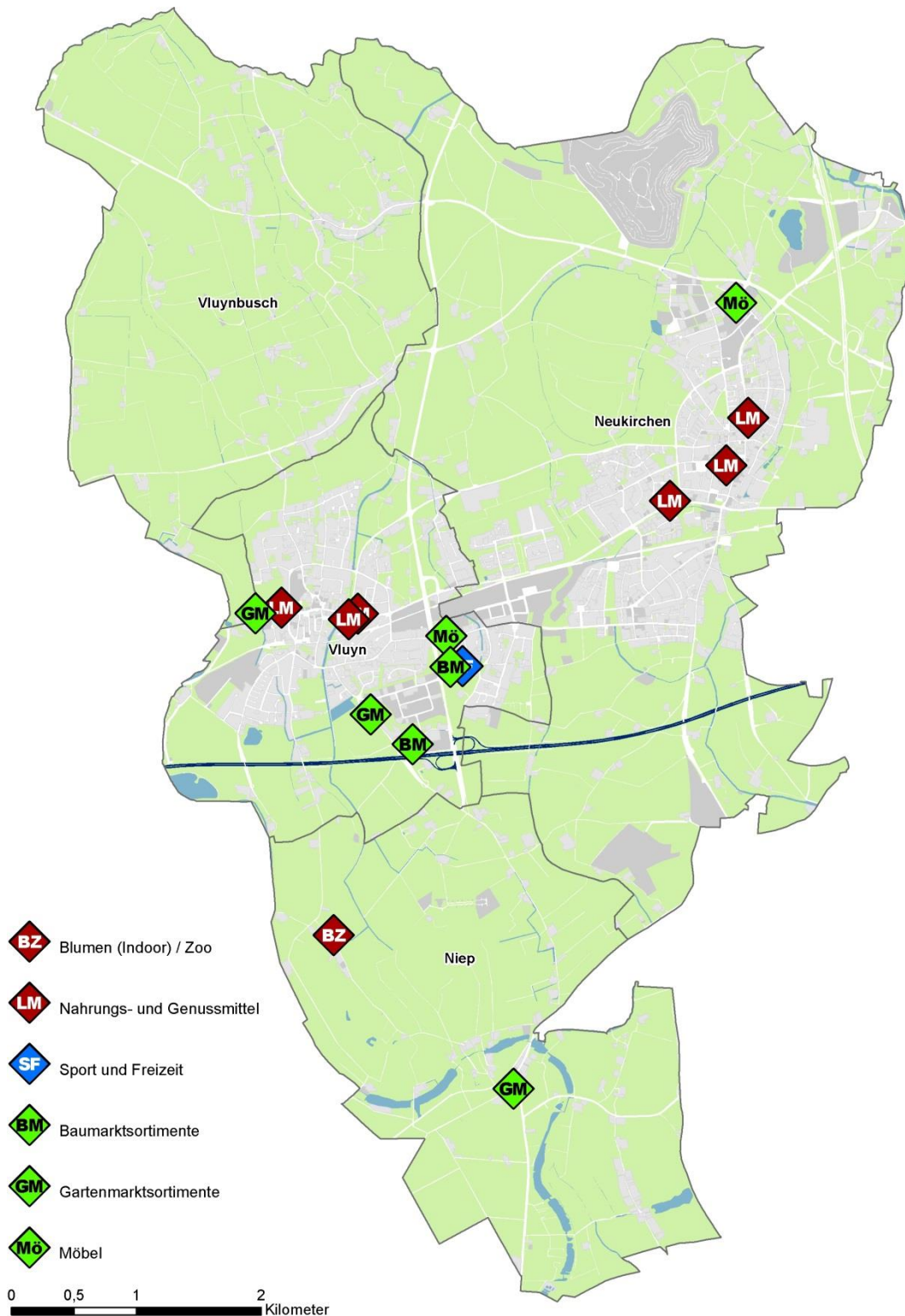
¹⁵ Quelle: Junker+Krusse Datenbank; eigene Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

Großflächiger Einzelhandel in Neukirchen-Vluyn

- Aktuell existieren in Neukirchen-Vluyn **15 großflächige Anbieter**¹⁶ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 29.600 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 11 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie rund **68 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit mehr als 13.100 m² Verkaufsfläche entfallen ca. 44 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Bau- und Gartenmarktsortimente**. Der größte Anbieter von Baumarktsortimenten in Neukirchen-Vluyn ist der Baumarkt Toom im Stadtteil Vluyn, für Gartenmarktsortimente weist das Gartencenter Lohbeck im Stadtteil Vluynbusch die größte Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet auf.
- Mit sechs Betrieben und rund 7.100 m² Verkaufsfläche, d. h. rund 24 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen knapp 40 % der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Hier sind in erster Linie der Edeka Verbrauchermarkt an der Niederrheinallee im zentralen Bereich Vluyn sowie der neue Edeka Verbrauchermarkt im zentralen Bereich Neukirchen zu nennen.
- Der größte Möbelanbieter im Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet ist mit rund 5.500 m² Verkaufsfläche das Möbelhaus Rügen im Stadtteil Neukirchen. Ein weiterer Anbieter mit der **Hauptbranche Möbel** befindet sich innerhalb des Stadtteils Vluyn in Streulage.
- Zudem besteht ein großflächiger Anbieter mit der **Hauptwarengruppe Blumen (Indoor) / Zoo** (Orchideen Lucke im Stadtteil Niep) sowie ein großflächiger Anbieter mit der **Hauptwarengruppe Sport und Freizeit** (Reitsport Krämer im Stadtteil Vluyn).
- Mit dem Verbrauchermarkt Edeka sowie den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl befinden sich lediglich drei großflächige Anbieter im zentralen Bereich Vluyn. Im zentralen Bereich Neukirchen ist durch die Neueröffnung des Verbrauchermarktes Edeka an der Mozartstraße ein großflächiger Betrieb in das Zentrum integriert worden. In dem Zusammenhang ist der großflächige Anbieter (Supermarkt Edeka) – nach den Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2006 – im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße geschlossen worden. Alle weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn befinden sich in integrierten oder nicht integrierten Streulagen sowie in den Gewerbegebieten.

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

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neukirchen-Vluyn, Mai 2016 (Aktualisierung: Dezember 2016), Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Leerstände in Neukirchen-Vluyn

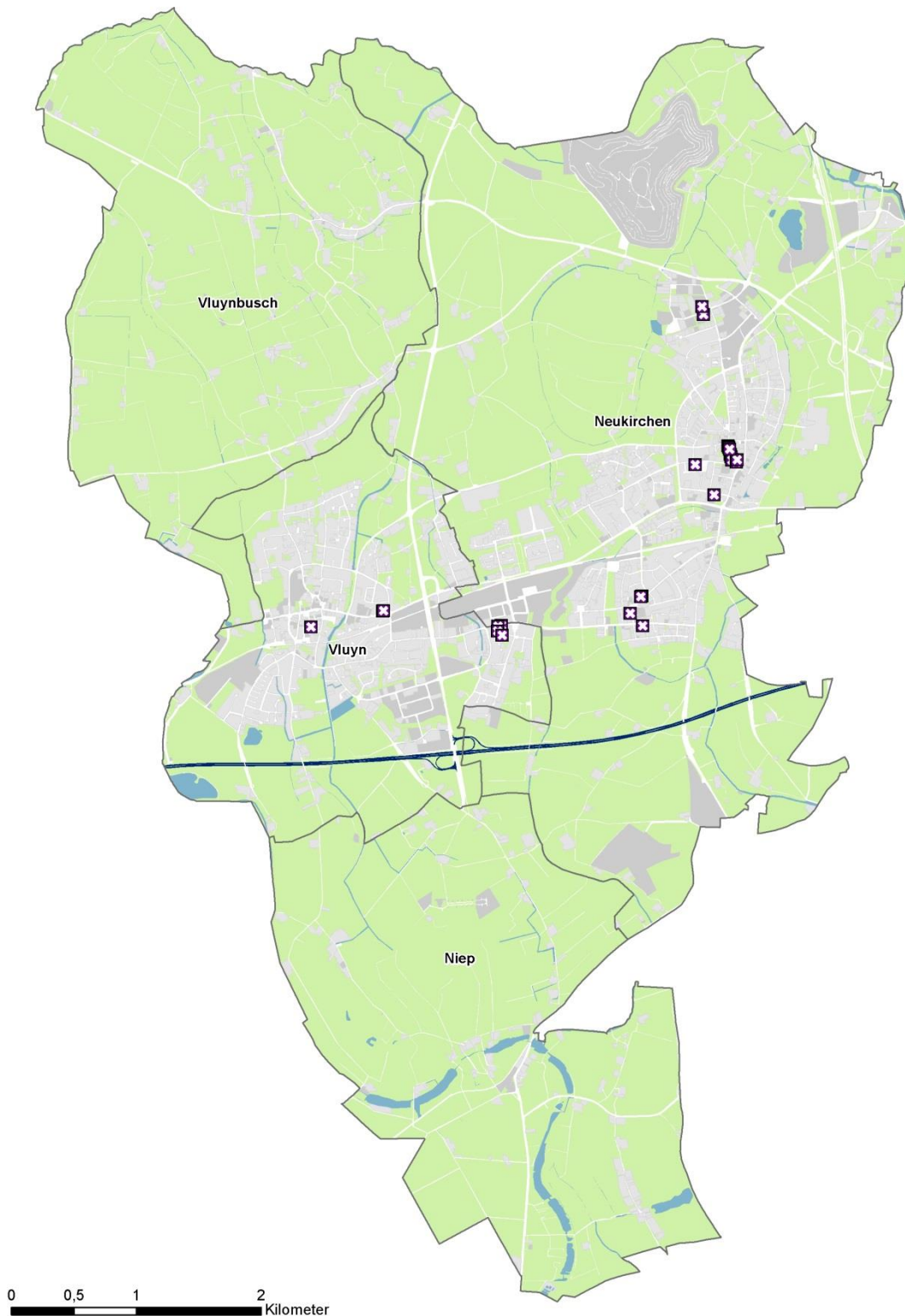
- Zum Erhebungszeitpunkt Mai 2016 bestehen im Stadtgebiet **24 Leerstände**¹⁷ von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche von rund 5.250 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 15 % der Ladenlokale und rund 11 % der Verkaufsfläche.
- In Neukirchen-Vluyn sind aktuell drei großflächige Leerstände zu verzeichnen. Diese befinden sich zum einen im Gewerbegebiet Neukirchen Nord, im zentralen Bereich Neukirchen¹⁸ sowie im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße¹⁹. Drei weitere leerstehende Ladenlokale weisen eine Fläche von jeweils über 100 m² auf. Die übrigen Leerstände zeichnen sich häufig durch weitaus geringere Flächengrößen aus, so dass die Situation der Leerstände innerhalb des gesamtstädtischen Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn durch kleinflächige leerstehende Ladenlokale geprägt ist.
- Rund 42 % der Ladenleerstände (zehn Ladenlokale) befinden sich in Streulagen im Stadtgebiet. Diese häufig zu beobachtende Tatsache ist auf eine schlechte Wettbewerbsposition kleinteiliger Ladenlokale in (häufig solitären) Streulagen und oftmals fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ zurückzuführen.
- Gleichzeitig sind zehn leerstehende Ladenlokale mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche im zentralen Bereich Neukirchen zu beobachten. Bezogen auf den zentralen Bereich Neukirchen beträgt die Leerstandsquote rund 38 % der Ladenlokale und 36 % der Fläche. Durch die Betriebsaufgabe des Lebensmittelmarktes Edeka an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße steht an dem Standort aktuell auch ein größeres Gebäude leer. Somit weist das Zentrum Ernst-Moritz-Arndt-Straße derzeit eine Leerstandsquote von 27 % im Hinblick auf die Betriebe und sogar von ca. 51 % im Hinblick auf die Verkaufsfläche auf. Im zentralen Bereich Vluyn ist aktuell hingegen nur ein leerstehendes Ladenlokal mit einer Verkaufsfläche von rund 100 m² vorhanden. Somit beläuft sich die Leerstandsquote dort auf rund 2 % der Ladenlokale und rund 1 % der Fläche. Damit liegt der zentrale Bereich Neukirchen deutlich über dem Bereich üblicher Fluktuationsraten, während sich der zentrale Bereich Vluyn klar unterhalb dieser Grenze, die bei etwa 10 % angesetzt ist, befindet. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass vor allem kleinflächige und inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe der Konkurrenz mit größeren Fachgeschäften häufig nicht mehr standhalten können.
- Räumliche Konzentrationen ergeben sich zum einen – wie bereits oben beschrieben – im zentralen Bereich Neukirchen sowie zum anderen im Bereich Bendschenweg / Fürmannstraße. Insgesamt kann von diesen zwei Akkumulationsbereichen von leerstehenden Ladenlokalen gesprochen werden.

¹⁷ inkl. des ehemaligen Edeka-Marktes an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße

¹⁸ Für diesen Leerstand ist eine Nachnutzung durch eine Drogeriemarktkette absehbar.

¹⁹ Hier steht aktuell das Gebäude des ehemaligen Edeka-Marktes leer. Der Markt ist nun mit einer vergrößerten Verkaufsfläche innerhalb des Zentrums in Neukirchen lokalisiert.

Karte 6: Leerstände in Neukirchen-Vluyn



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neukirchen-Vluyn, Mai 2016 (Aktualisierung: Dezember 2016), Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

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

4.3.1 Der zentrale Bereich Neukirchen

Das Neukirchener Geschäftszentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hochstraße und der Andreas-Bräm-Straße, begrenzt durch die Gartenstraße im Norden und die Niederrheinallee im Süden.

Karte 7: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereiches Neukirchen



Der Kreuzungsbereich Hochstraße / Lindenstraße / Bruchstraße stellt den historischen Kern, das **Dorf Neukirchen**, dar. Dieser Bereich ist durch eine kleinteilige, historische Bausubstanz geprägt. Die ansässigen Einzelhandelsbetriebe sind inhabergeführt, zudem sind zahlreiche Dienstleistungsbetriebe ansässig.

Fotos 1 und 2: Hochstraße (nördlicher Bereich)



Quelle: eigene Aufnahmen

Entlang der **Hochstraße** bestehen einige Ladenleerstände, die das Erscheinungsbild trüben. Einige leerstehende Ladeneinheiten / Gebäude werden durch Fassadengestaltungen etc. aufgewertet. Im südlichen Bereich der Hochstraße ist ein großflächiger Leerstand vorhanden.²⁰ Ebenfalls im südlichen Bereich der Hochstraße befindet sich der Missionshof, welcher durch die Stadtbücherei und einen Gastronomiebetrieb Besucherfrequenzen erzeugt und durch Aufenthaltsqualitäten zum Verweilen einlädt. Der südliche Bereich der Hochstraße ist als Fußgängerzone angelegt.

Fotos 3 und 4: Hochstraße (südlicher Bereich)



Quelle: eigene Aufnahmen

Der Übergang zwischen Hochstraße und Andreas-Bräm-Straße wird durch den **Vorplatz des Erziehungsvereins** geprägt. Auf dieser Höhe geht der nördlich befindliche, historische Bereich über in den neueren, von Durchgangsverkehr geprägten, südlichen Bereich entlang der Andreas-Bräm-Straße. Mit der Umgestaltung des Vorplatzes des Erziehungsvereins wird noch in diesem Jahr im Rahmen der Umsetzung des integrierten Handlungskonzeptes begonnen. Auf dem westlich an den Vorplatz anschließenden Grundstück, dem Erziehungsvereinsgelände, fanden während der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes Bauarbeiten für die Neuansiedlung eines Edeka-Marktes statt. Der

²⁰ Während der Bearbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde bekannt, dass ein Drogeriefachmarkt diese Räumlichkeiten beziehen wird.

neue Verbrauchermarkt ist nun seit Anfang Dezember 2016 geöffnet und fungiert seitdem als Magnetbetrieb in zentraler Lage des Zentrums Neukirchen.

Fotos 5 und 6: Vorplatz Erziehungsverein



Quelle: eigene Aufnahmen

Südlich anschließend an den Vorplatz folgt die **Andreas-Bräm-Straße**. Hier nimmt der Einzelhandelsbesatz deutlich ab. Dieser Teil des Zentrums wird vor allem durch öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungsbetriebe geprägt.

Fotos 7 und 8: Andreas-Bräm-Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

Die angebotsseitigen Kennwerte des zentralen Bereichs Neukirchen werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 8: Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Neukirchen

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.350	15 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50	1 %
Gesundheit und Körperpflege	2	250	18 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2	250	23 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	7	1.850	12 %
Bekleidung	1	50	2 %
Schuhe / Lederwaren	1	50	11 %
GPK / Haushaltswaren	-	50	4 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1	50	10 %
Sport und Freizeit	1	200	10 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	4	350	6 %
Wohneinrichtung	-	-	-
Möbel	1	250	4 %
Elektro / Leuchten	-	50	6 %
Elektronik / Multimedia	1	100	29 %
Medizinische und orthopädische Artikel	3	200	46 %
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	< 50	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	5	600	3 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	16	2.850	7 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

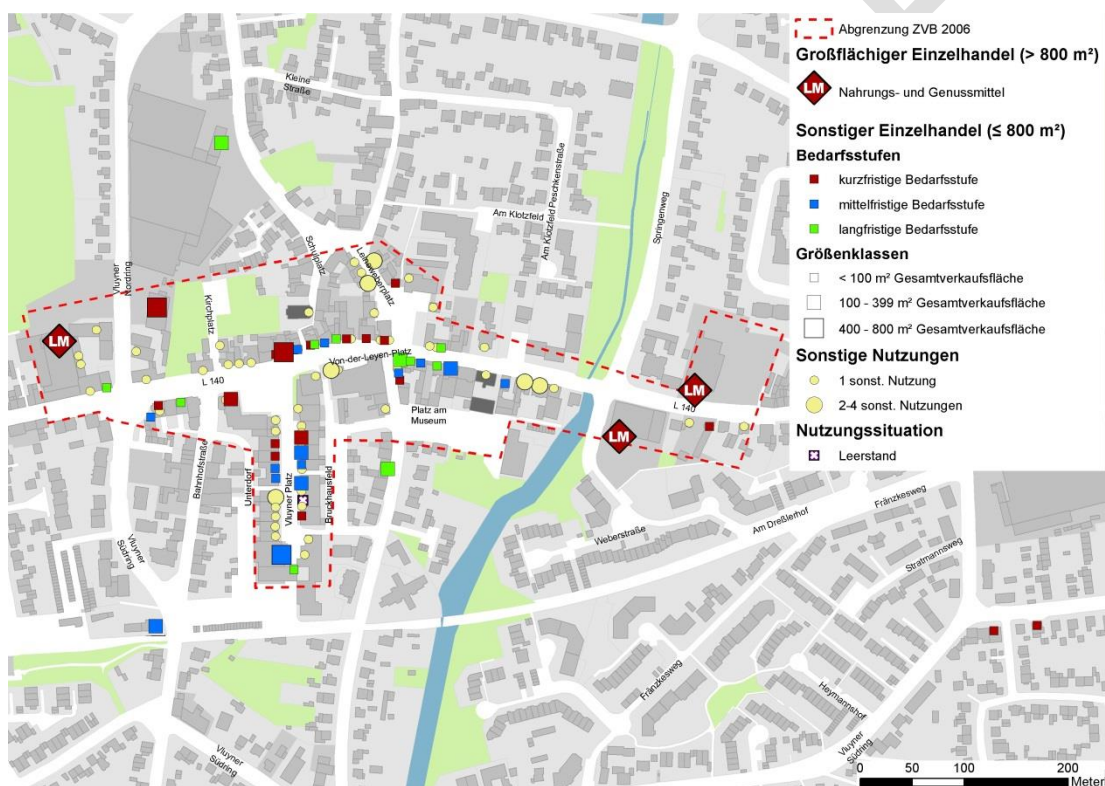
Insgesamt 16 Einzelhandelsbetriebe halten eine Gesamtverkaufsfläche von mehr als 2.800 m² vor. Damit ist aktuell – trotz der Ansiedlung des Verbrauchermarktes Edeka an der Mozartstraße – ein sehr geringer Einzelhandelsbesatz im zentralen Bereich Neukirchen vorhanden. Das Angebot umfasst nur rund 7 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes bzw. rund 12 % der Betriebe in Neukirchen-Vluyn. Aktuell ist die Versorgungsfunktion für Neukirchen-Vluyn somit ebenfalls sehr gering. Dies wird sich in naher Zukunft durch die Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes jedoch hinsichtlich der Nahversorgungsfunktion weiter verbessern. Eindeutiger Angebotsschwerpunkt liegt mit dem neuen Edeka-Markt aktuell im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Daneben verteilt sich das Angebot beinahe gleichmäßig auf Warengruppen aller Bedarfsstufen. Unterrepräsentiert sind zentrenrelevante Warengruppen wie Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Elektronik / Multimedia etc. Das Einzelhandelsangebot ist sehr kleinteilig strukturiert, aktuell bildet der neue Edeka-Markt den einzigen Magnetbe-

trieb. Mit der geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes würde ein weiterer Einzelhandelsbetrieb innerhalb des Zentrums eine Magnetfunktion übernehmen. Bis auf den Verbrauchermarkt sind sämtliche Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich Neukirchen inhabergeführt.

4.3.2 Der zentrale Bereich Vluyn

Der zentrale Bereich Vluyn stellt das zweite Zentrum dar. Das Geschäftszentrum befindet sich entlang der Niederrheinallee und angrenzender Seitenstraßen / Plätze in etwa zwischen Vluynner Nord- / Südring im Westen und Springenweg / Am Dreßlerhof im Osten sowie leicht darüber hinaus.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereiches Vluyn



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Historische Gebäude finden sich im zentralen Bereich Vluyn in zahlreichen Bereichen, vor allem aber entlang der Niederrheinallee. In diesen Gebäuden finden sich hauptsächlich kleinteilige Ladeneinheiten. Dieser Bestand wird durch größere Einheiten ergänzt, welche sich vor allem am Vluynner Platz und an den Ausläufern des zentralen Bereiches im Westen und Osten befinden. Neben inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben sind vornehmlich discountorientierte Filialbetriebe ansässig. Im Osten beginnt der zentrale Bereich mit dem Magnetbetrieb Edeka an der Niederrheinallee mit Zufahrt über den **Vluynner Nordring**, welcher gleichzeitig der größte Betrieb im zentralen Bereich Vluyn ist. Dieser Markt und der gegenüberliegende Getränkemarkt sind jedoch vom zentralen Bereich abgewandt ausgerichtet und zielen eher auf motorisierte Versorgungseinkäufe ab.

Fotos 9 und 10: Vluynner Nordring



Quelle: eigene Aufnahmen

Vom Vluynner Nordring aus kommend, erstreckt sich das Zentrum weiter entlang der Niederrheinallee Richtung Osten. Südlich an die Niederrheinallee anschließend befindet sich der **Vluynner Platz**. Der neu gestaltete Platz ist als Fußgängerzone konzipiert und weist aufgrund der jüngeren Bausubstanz auch etwas größere Ladeneinheiten auf. Magnetbetriebe in diesem Bereich stellen der Drogeriefachmarkt Rossmann und der Textildiscounter Kik dar. Am Vluynner Platz befindet sich der einzige im zentralen Bereich vorhandene Leerstand.

Fotos 11 und 12: Vluynner Platz



Quelle: eigene Aufnahmen

Die höchste Einzelhandelsdichte wird entlang der **Niederrheinallee** zwischen Vluynner Platz und etwa bis in Höhe des Leinenweberplatzes erzielt. In diesem Bereich befinden sich zahlreiche inhabergeführte Betriebe mit Angeboten aller Bedarfsstufen. Insgesamt ist die Hauptlage städtebaulich ansprechend gestaltet und macht einen lebendigen Gesamteindruck.

Fotos 13 und 14: Niederrheinallee (zwischen Vluynener Platz und Leinweberplatz)



Quelle: eigene Aufnahmen

Nördlich an diesen Bereich schließt der **Leinweberplatz** an. An diesem sind hauptsächlich Dienstleistungsbetriebe angesiedelt. Der Platz wird zum Teil als Parkplatzfläche genutzt und kann daher nur bedingt Aufenthaltsqualitäten entfalten. Ebenfalls nördlich des mittleren Bereichs der Niederrheinallee befindet sich die Dorfkirche Vluyn sowie der **Schulplatz**. Dieser weist mit Sitzmobiliar und einem Denkmal Aufenthaltsqualitäten auf, spielt jedoch aus Einzelhandelssicht keine Rolle für den zentralen Bereich Vluyn.

Fotos 15 und 16: Leinweberplatz / Schulplatz



Quelle: eigene Aufnahmen

Der in Richtung Osten anschließende Teil der **Niederrheinallee** ist u. a. durch gepflegt wirkende historische Gebäude geprägt. Zunächst sind die Erdgeschosse der Gebäude durch Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungsanbieter besetzt. Diese Dichte nimmt jedoch weiter in östliche Richtung bis zum Kreuzungsbereich Springenweg / Am Dreßlerhof / Niederrheinallee rapide ab. Unter den vorhandenen Einzelhandelsbetrieben befinden sich der Textildiscounter NKD und der Haushaltswarendiscounter Kodi.

Foto 17 und 18: Niederrheinallee (zwischen Leinweberplatz und Springenweg / Am Dreßlerhof)



Quelle: eigene Aufnahmen

Den östlichen Abschluss des zentralen Bereichs Vluyn bilden die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi an der **Niederrheinallee**. Diese beiden großflächigen, strukturprägenden Lebensmittelanbieter bilden weitere Magnetbetriebe innerhalb des zentralen Bereichs.

Foto 19 und 20: Niederrheinallee (östlich Springenweg / Am Dreßlerhof)



Quelle: eigene Aufnahmen

Festzuhalten bleibt, dass sich mit dem Lebensmittelvollsortimenter Edeka im Westen und den Lebensmitteldiscountern Lidl und Aldi im Osten Magnetbetriebe an beiden Enden des zentralen Bereiches befinden. Da diese jedoch auf den autokundenorientierten Einkauf ausgerichtet sind, erzeugen sie keine hohen Fußgängerfrequenzen, welche durch das gesamte Zentrum verlaufen. Störend wirkt sich zudem der durch das Zentrum verlaufende Durchgangsverkehr aus. Aufgefangen wird dieses Manko jedoch durch breite Fußgängerwege und als Fußgängerzone gestaltete Bereiche.

In der folgenden Tabelle werden die angebotsseitigen Kennwerte des zentralen Bereichs Vluyn dargestellt:

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Vluyn

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	10	3.850	43 %
Blumen (Indoor) / Zoo	3	250	6 %
Gesundheit und Körperpflege	4	700	54 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	500	47 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	20	5.300	35 %
Bekleidung	9	1.250	55 %
Schuhe / Lederwaren	1	250	66 %
GPK / Haushaltswaren	2	400	40 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	150	31 %
Sport und Freizeit	2	150	8 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	14	2.200	36 %
Wohneinrichtung	2	300	21 %
Möbel	1	50	1 %
Elektro / Leuchten	-	50	6 %
Elektronik / Multimedia	1	100	20 %
Medizinische und orthopädische Artikel	4	200	54 %
Uhren / Schmuck	2	150	89 %
Baummarktsortimente	-	50	< 1 %
Gartenmarktsortimente	-	50	1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	10	950	4 %
Sonstiges	-	< 50	100 %
Gesamtsumme	44	8.450	19 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

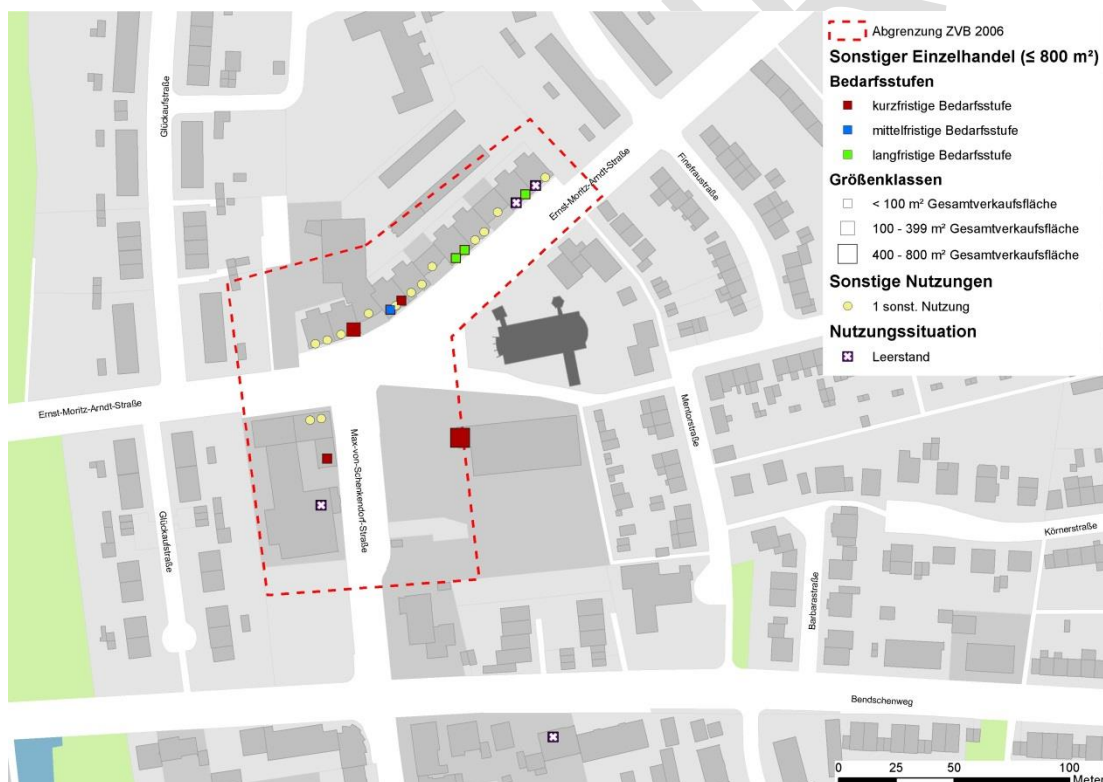
Mit insgesamt 44 Betrieben und rund 8.450 m² Verkaufsfläche ist der zentrale Bereich Vluyn der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Neukirchen-Vluyn. Das hier vorhandene Angebot umfasst fast 20 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 34 % der Betriebe in Neukirchen-Vluyn. Der zentrale Bereich Vluyn übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Neukirchen-Vluyn. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei der Fokus nicht nur auf den typischen innenstadtprägenden Warengruppen wie z. B. Bekleidung und Schuhe / Lederwaren liegt, sondern vor allem auf den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Der Einzelhandelsbesatz im zentralen Bereich Vluyn ist somit stark auch auf die Nahversorgung ausgerichtet. Tendenziell unterrepräsentiert sind dabei allerdings die Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel, Sport und Freizeit sowie Elektronik / Multimedia. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für zentrale Bereiche dieser Stadtgröße typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Die größten Magnetbetriebe

stellen derzeit die strukturprägenden Lebensmittelanbieter Edeka, Aldi und Lidl dar. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal des zentralen Bereichs Vluyn darstellen, sind auch mehrere Filialunternehmen vorhanden. Wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten jedoch auf einem preisorientierten, einfachen bis mittleren Standard befindet.

4.3.3 Zentraler Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße

Ein weiterer zentraler Bereich befindet sich südwestlich des zentralen Bereichs Neukirchen im gleichnamigen Stadtteil. Der derzeitige **zentrale Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße** verläuft in Höhe der St. Quirinius Kirche entlang des Kreuzungsbereiches Ernst-Moritz-Arndt-Straße / Max-von-Schenkendorf-Straße. Das Zentrum ist umschlossen von Wohnsiedlungsbereichen.

Karte 9: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Ernst-Moritz-Arndt-Straße



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

In diesem zentralen Bereich befinden sich hauptsächlich nahversorgungsrelevante Angebote. Mit der Verlagerung des Supermarktes Edeka in den zentralen Bereich Neukirchen fehlt dem Zentrum nun ein wichtiger Nahversorgungsbetrieb, der zudem bislang der größte Betrieb an dem Standort war. Aktuell stellt der kleinflächige Lebensmittel-discounter Netto den einzigen Magnetbetrieb dar. Daneben sind noch eine Handvoll weiterer Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich lokalisiert. Ergänzt wird der geringe Einzelhandelsbesatz durch mehrere Dienstleistungsbetriebe (z. B. Arztpraxen, Gastronomiebetriebe, Büros), die in quantitativer Hinsicht einen größeren Anteil der Betriebs-

stätten stellen, so dass der derzeitige zentrale Bereich neben seiner Nahversorgungsfunktion einen dienstleistungsorientierten Schwerpunkt aufweist.

Die angebotsseitigen Kennwerte des zentralen Bereichs Ernst-Moritz-Arndt-Straße werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	2	600	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	50	1 %
Gesundheit und Körperpflege	-	50	5 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	100	10 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4	800	5 %
Bekleidung	1	50	2 %
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	3 %
GPK / Haushaltswaren	-	< 50	2 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	50	6 %
Sport und Freizeit	-	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	100	2 %
Wohneinrichtung	-	< 50	1 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	1	50	6 %
Elektronik / Multimedia	2	100	22 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	3	150	1 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	8	1.050	2 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

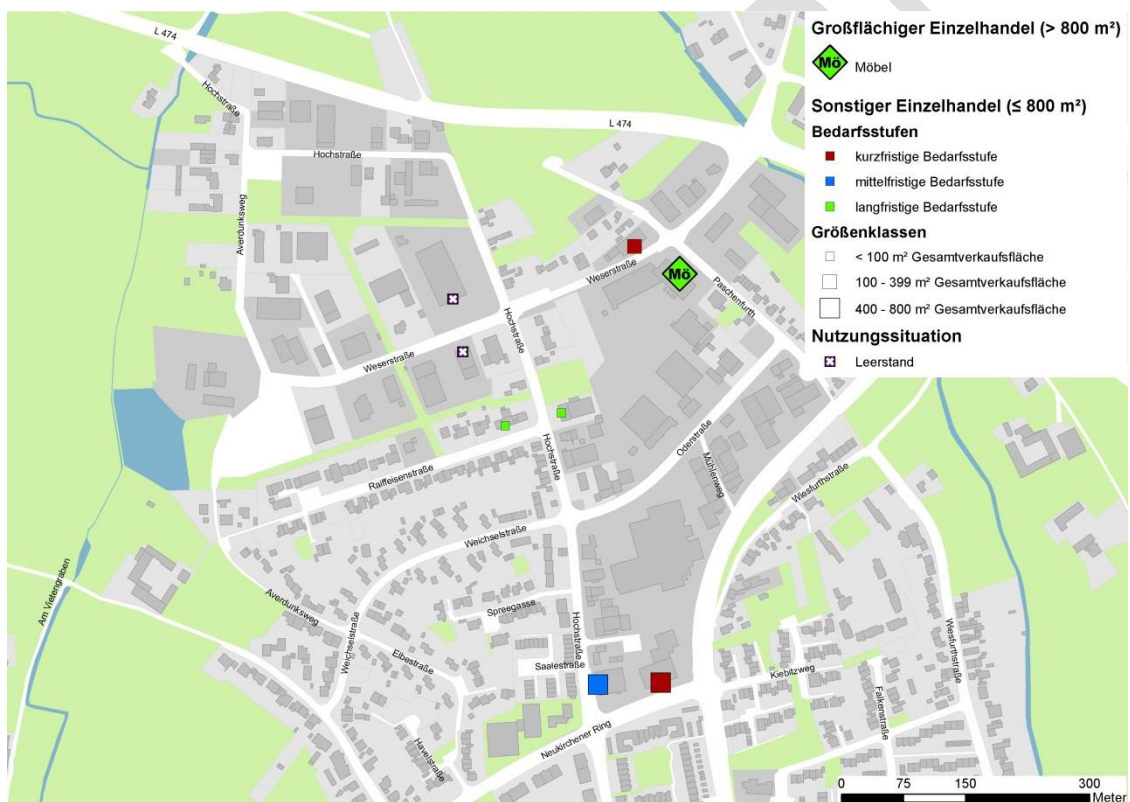
Im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße sind acht Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 1.050 m² Verkaufsfläche angesiedelt. Vor allem bedingt durch den strukturprägenden Lebensmittelanbieter Netto liegt die Gesamtverkaufsfläche der kurzfristigen Bedarfsstufe innerhalb des zentralen Bereiches bei rund 800 m², was rund 77 % der Verkaufsfläche am Standort ausmacht. Somit liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig im nahversorgungsrelevanten, kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere Einzelhandelsangebote sind allerdings äußerst lückenhaft vorhanden. Insgesamt vier Betriebe bieten Warengruppen der mittel- bzw. langfristigen Bedarfsstufe an.

4.3.4 Gewerbegebiet Neukirchen Nord

Von hohem quantitativem Gewicht sind zwei Gewerbegebiete mit Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet. Dabei handelt es sich um räumlich nicht agglomerierte Betriebe in zwei Gewerbegebieten, welche sich in autokundenorientierten Lagen befinden.

Dazu zählt das Gewerbegebiet Neukirchen Nord, welches sich im nördlichen Bereich des zentralen Bereiches Neukirchen in verkehrsgünstiger Lage unweit einer Anschlussstelle der A 57 befindet. Der Standort umfasst sechs Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 7.300 m² Verkaufsfläche. Der Einzelhandelsbesatz befindet sich in unterschiedlichen Bereichen des Gewerbegebietes, ein räumlicher Zusammenhang ist nicht erkennbar.

Karte 10: Die Einzelhandelslagen am Standort Gewerbegebiet Neukirchen Nord



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Mit knapp 5.650 m² Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich. Mit rund 5.500 m² Verkaufsfläche stellt der einzige großflächige Betrieb (Möbel Rügen) mit drei Viertel der Angebote des Standortes den größten Verkaufsflächenanteil. Gleichzeitig stellt dieser Möbelfachmarkt rund 75 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Warengruppe Möbel. Weitere Angebotsschwerpunkte entfallen auf die Warengruppen Bekleidung, Wohneinrichtung und Elektro / Leuchten. Insgesamt entfällt ein hoher Verkaufsflächenanteil auf zentrenrelevante Sortimente. Neben den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen (Indoor) / Zoo entfällt auch auf die Warengruppe Bekleidung (rund 700 m²) mit knapp 10 % ein hoher Anteil auf eine weitere zentrenrelevante Warengruppe im Gewerbegebiet. Inse-

samt ist rund ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Bekleidung an diesem Standort angesiedelt.

Einen Überblick über die Angebotssituation am Standort gibt die nachfolgende Tabelle:

Tabelle 11: Verkaufsflächenangebot im Gewerbegebiet Neukirchen Nord

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	1	600	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	300	8 %
Gesundheit und Körperpflege	-	< 50	1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 50	1 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2	950	6 %
Bekleidung	1	700	32 %
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	5 %
GPK / Haushaltswaren	-	< 50	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	750	12 %
Wohneinrichtung	-	400	28 %
Möbel	1	4.950	73 %
Elektro / Leuchten	1	200	32 %
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baummarktsortimente	1	50	1 %
Gartenmarktsortimente	-	< 50	< 1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	3	5.650	26 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	6	7.300	17 %

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

4.3.5 Gewerbegebiet Vluyn Süd

Ein weiterer Standort mit einigen großflächigen Einzelhandelsbetrieben stellt das Gewerbegebiet Vluyn Süd dar. Das Gewerbegebiet befindet sich südöstlich des zentralen Bereiches Vluyn und erstreckt sich hauptsächlich entlang der Inneboltstraße. Über die angrenzende Lintforter Straße ist eine direkte Verbindung an die A 40 gegeben, so dass der Standort insgesamt über eine verkehrsgünstige Lage verfügt.

Karte 11: Die Einzelhandelslagen des Standortes Gewerbegebiet Vluyn Süd



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Das Gewerbegebiet Vluyn Süd wird im Einzelhandelskonzept von 2006 als bedeutender Einzelhandelsstandort ausgewiesen. Es handelt sich um ein Gewerbegebiet, von welchem ein Teil als Sondergebiet mit der Zweckbestimmung großflächiger Einzelhandel ausgewiesen ist. Dementsprechend befinden sich dort insgesamt drei großflächige Betriebe. Hierbei handelt es sich um den Baumarkt Toom, den Reitsportanbieter Krämer und den Baustoffhandel Tiefenbach. Die weiteren auf Karte 11 sichtbaren großflächigen Betriebe (Möbelanbieter im Norden und Gartenmarkt im Westen) liegen außerhalb des Gewerbegebietes.

Wie in Tabelle 12 zu erkennen ist, liegt der Angebotsschwerpunkt auf Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe (rund 82 %):

Tabelle 12: Verkaufsflächenangebot im Gewerbegebiet Vluyn Süd

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	2	100	1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	200	6 %
Gesundheit und Körperpflege	-	50	3 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	< 50	2 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2	350	2 %
Bekleidung	-	< 50	1 %
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	3 %
GPK / Haushaltswaren	-	200	21 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	50	14 %
Sport und Freizeit	1	1.250	65 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	1.550	26 %
Wohnrichtung	-	100	8 %
Möbel	1	500	8 %
Elektro / Leuchten	1	300	46 %
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	4	6.600	92 %
Gartenmarktsortimente	-	1.200	24 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	6	8.700	39 %
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	9	10.650	25 %

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

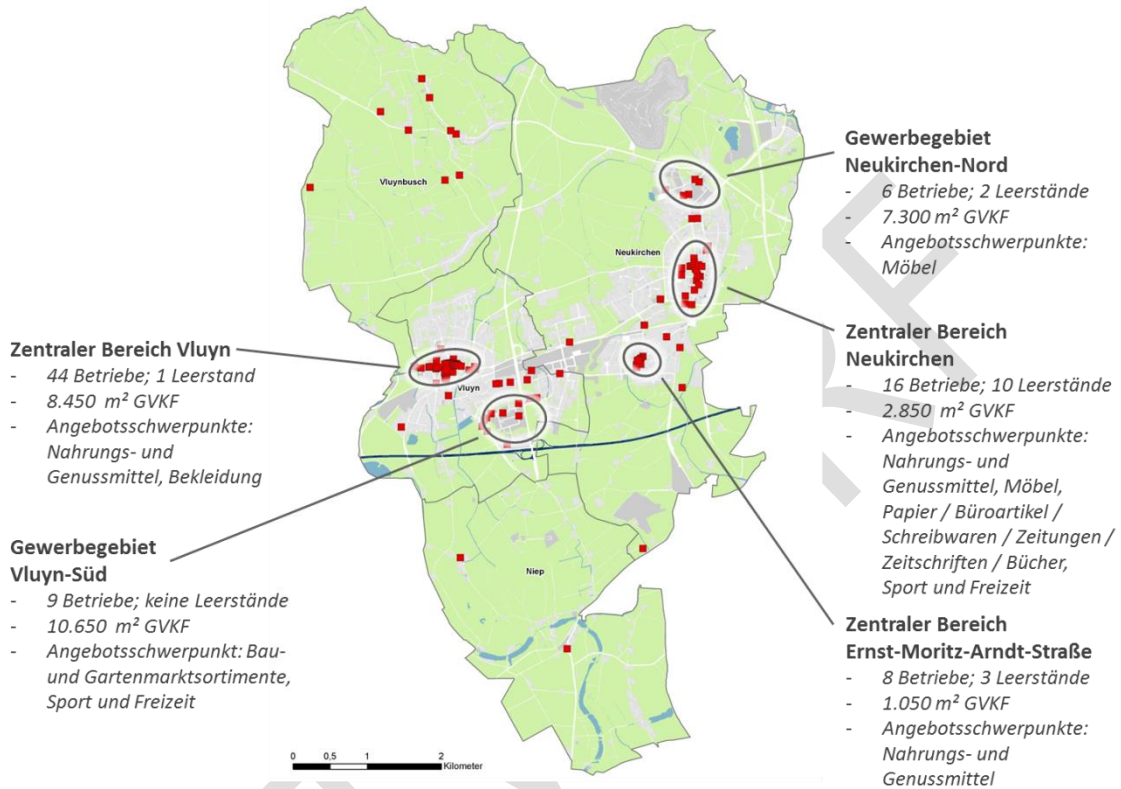
Die Gesamtverkaufsfläche im Gewerbegebiet beträgt insgesamt rund 10.650 m², von denen allein knapp 73 % auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente entfallen. Ein weiterer Angebotsschwerpunkt am Standort liegt auf der Warengruppe Sport und Freizeit. Zwei Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsflächenausstattung dieser Warengruppe befinden sich am Standort. Bei dem Baumarkt Toom handelt es sich um den größten Anbieter am Standort, welcher rund 70 % der Verkaufsfläche vorhält.

4.3.6 Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn

Ergänzend zu diesen – oben aufgeführten – räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier auch zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet leisten.

Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn.

Karte 12: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Insbesondere die Angebote in den zentralen Bereichen Vluyn und Neukirchen und in den Gewerbegebieten nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet wahr. Das Angebot im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße dient hingegen insbesondere der Grundversorgung der Bevölkerung im Nahbereich. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadtgebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Neukirchen-Vluyn Stadtteilen:

Tabelle 13: Einzelhandelsangebot in den Neukirchen-Vluyner Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner 2015	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächenausstattung (in m ² je EW)
Neukirchen	13.650	50	14.500	1,06
Niep	630	2	3.200	5,04
Vluynbusch	1.310	11	3.100	2,38
Vluyn	11.990	68	22.550	1,88
Gesamt	27.580	131	43.300	1,57

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

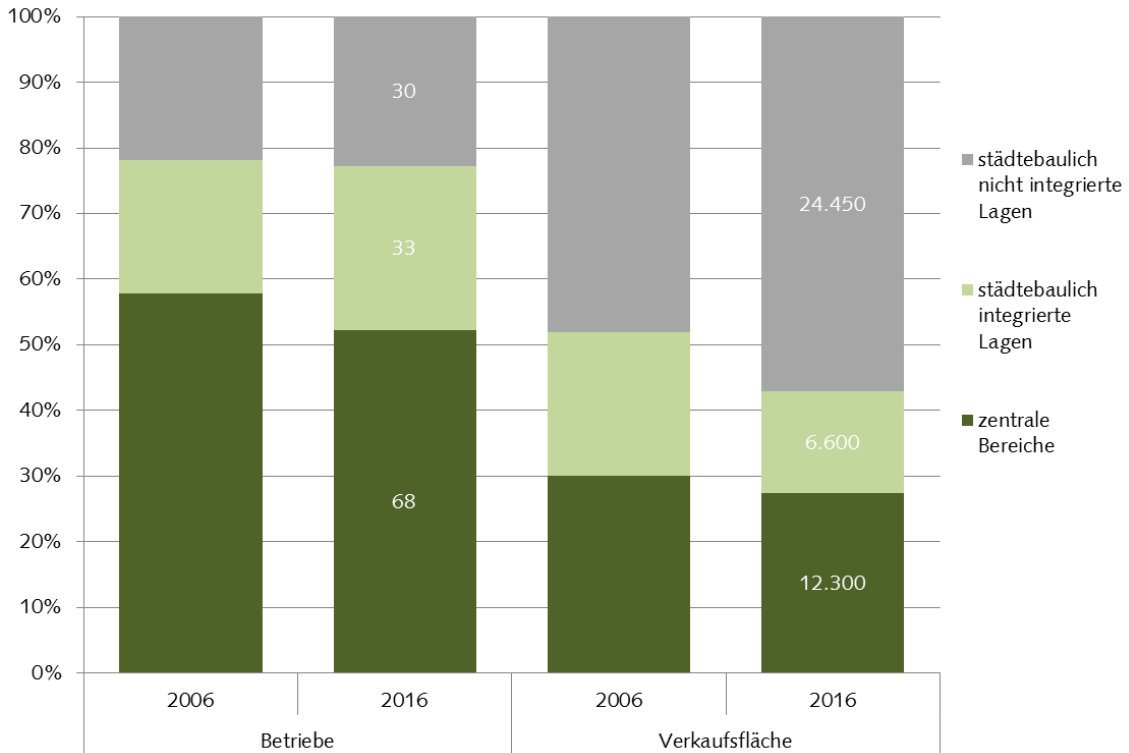
*Stadt Neukirchen-Vluyn, Stand: 31.12.2015

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich im Stadtteil Vluyn. Rund die Hälfte der Betriebe und mehr als die Hälfte der Verkaufsflächen (ca. 52 %) entfallen auf diesen Stadtteil. Neben dem zentralen Bereich Vluyn befindet sich noch das Gewerbegebiet Vluyn Süd innerhalb des Stadtteils. Im Stadtteil Neukirchen, in welchem sich der zentrale Bereich Neukirchen, der zentrale Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße und das Gewerbegebiet Neukirchen Nord befinden, sind rund 38 % der Betriebe und 33 % der Verkaufsflächen verortet. Auf den Stadtteil Niep entfallen lediglich rund 2 % der Betriebe, jedoch 7 % der Verkaufsflächen. Der hohe Verkaufsflächenanteil in Niep geht auf zwei großflächige Betriebe zurück, die in dem Stadtteil ansässig sind (Orchideen Lucke und Raiffeisen-Markt). Ein ähnliches geringes Einzelhandelsangebot weist der Stadtteil Vluynbusch auf. Dort sind rund 8 % der Betriebe, welche rund 7 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes vorhalten, vorhanden.
- Die höchste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung erreicht mit deutlichem Abstand der südlich gelegene Stadtteil Niep mit 5,04 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Der – wie oben erwähnt – hohe Ausstattungsgrad mit großflächigen Betrieben (Raiffeisen-Markt, Orchideen Lucke) spiegelt sich in dem Stadtteil mit nur rund 630 Einwohnern demzufolge auch in einer hohen Verkaufsflächenausstattung wider. Der Stadtteil Vluynbusch nimmt im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung mit 2,38 m² Verkaufsfläche pro Einwohner den zweiten Rang ein. Deutlich über 1 liegt auch der Wert im Stadtteil Vluyn (1,88 m² / Einwohner). Einen eher unterdurchschnittlichen Wert erzielt der Stadtteil Neukirchen mit einer Verkaufsflächenausstattung von 1,06 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht es neben der räumlich-funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2). Dabei

wurden zunächst alle zentralen Versorgungsbereiche gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 1: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Neukirchen-Vluyn differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Dr. Acocella (2006) und Junker + Kruse (2016) in Neukirchen-Vluyn, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2006; gerundete Werte

- Insgesamt ist eine leichte Verschiebung der Betriebsstätten Richtung integrierte Lagen zu verzeichnen. Zentrale Bereiche verlieren dagegen Betriebsstätten. An städtebaulich nicht integrierten Lagen ist die Anzahl der Betriebe in etwa gleichgeblieben. Im Hinblick auf die Verkaufsflächen stellt sich ein anderes Bild dar: Während die zentralen Bereiche sowie integrierte Standorte Verkaufsflächenrückgänge verzeichnen, weisen die Gewerbegebiete Verkaufszuwächse auf.
- In der Gesamtbetrachtung ist insbesondere in den **Gewerbegebieten** sowohl ein Verkaufszuwachs als auch eine leicht gestiegene Zahl an Einzelhandelsbetrieben zu verzeichnen.
- Der Verkaufsflächenanteil im **zentralen Bereich Neukirchen** ist mit rund 7 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots auf einem sehr niedrigen Niveau.²¹

²¹ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

Durch diesen äußerst geringen Wert wird deutlich, dass das dort angesiedelte Einzelhandelsangebot aktuell nicht von großer Bedeutung ist. Gegenüber 2006 ist die Verkaufsflächenausstattung im zentralen Bereich Neukirchen um rund 8 % zurückgegangen. Vor der Eröffnung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka belief sich der Rückgang der Verkaufsfläche im Neukirchener Zentrum sogar auf ca. 57 %. Die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe ist dabei im gleichen Zeitraum um 36 % gesunken. Momentan befinden sich nur rund 12 % aller Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich Neukirchen.

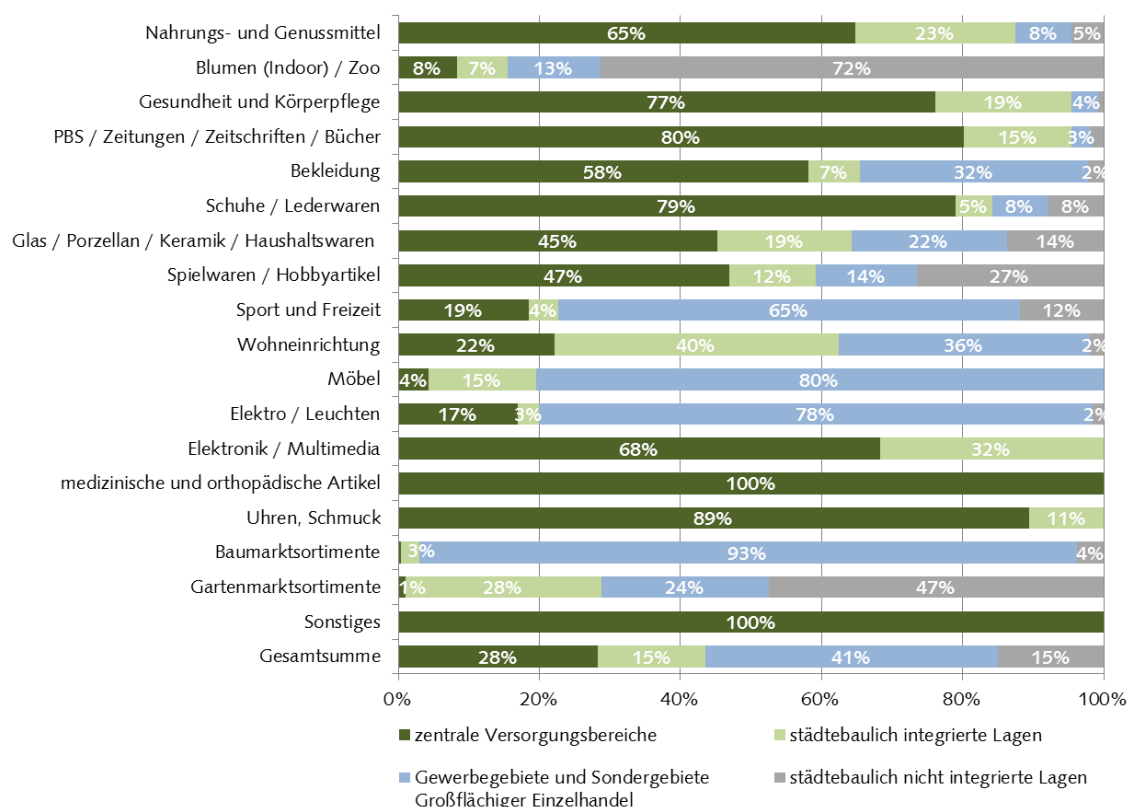
- Auch im **zentralen Bereich Vluyn** ist der Verkaufsflächenanteil mit fast 20 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.²² Seit 2006 hat sich die Verkaufsflächenausstattung im zentralen Bereich Vluyn um rund 22 % erhöht. Dies ist jedoch auf die zwischenzeitlich verändert beschlossene Abgrenzung des zentralen Bereichs zurückzuführen, die – im Unterschied zur Abgrenzung im Einzelhandelsgutachten – beispielsweise die Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl mit einschließt. Im gleichen Zeitraum ist die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe um 2 % gesunken. Gleichwohl befinden sich noch immer rund 34 % aller Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich Vluyn, was die kleinteilige Angebotsstruktur und Versorgungsbedeutung dieses Standortes widerspiegelt.
- In dem 2006 definierten zentralen Bereich **Ernst-Moritz-Arndt-Straße** hat sich das strukturelle Angebot erst kürzlich durch die erfolgte Betriebsaufnahme des Edeka-Marktes an dem Standort verändert, dessen strukturelles Angebot bis dahin in den vergangenen zehn Jahren erhalten geblieben ist. Durch den Wegfall des Supermarktes – und des integrierten Bäckers – fehlt dem Zentrum ein wichtiger Magnetbetrieb. Der aktuelle Bestand beläuft sich derzeit auf einen Lebensmitteldiscounter sowie vor allem nahversorgungsrelevante, ergänzende Anbieter. Am Standort werden lediglich rund 2 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche vorgehalten.
- Ein Rückgang der Verkaufsfläche bei gleichzeitiger Zunahme der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in **städtebaulich integrierten Solitärlagen** festzustellen. Die Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar räumlich zugeordneten Einzelhandelslagen weisen in Neukirchen-Vluyn ein Verkaufsflächenangebot von knapp 6.600 m² auf. Dies entspricht rund 15 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt. Hier spielen Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, eine Rolle, aber auch Anbieter nicht-zentrenrelevanter Warengruppen, wie Möbel und Gartenmarktsortimente.
- In **städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen** steht einer in etwa konstanten Anzahl der Betriebe ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs gegenüber. Der Verkaufsflächenanteil an der Gesamtstadt liegt bei rund 56 %, während der Anteil der Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen bei rund 23 % liegt. 30 Einzelhandelsbetriebe und mehr als 24.400 m² Verkaufsfläche entfallen in Neukirchen-Vluyn auf diese Lagekategorie. In diesem Verkaufsflächenvolumen spielen jedoch vor allem auch Anbieter der flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau-

²² s. o.

und Gartenmarktsortimente sowie Blumen (Indoor) / Zoo eine wesentliche Rolle.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht-zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Möbel sowie Bau- oder Gartenmarktsortimente in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil nicht integrierter Einzelhandelslagen in üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 2):

Abbildung 2: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Neukirchen-Vluyn im Jahr 2016 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Mai 2016, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2006

- In Neukirchen-Vluyn ist der **Angebotsanteil in den Gewerbegebieten und in städtebaulich nicht integrierten Lagen** in vielen Warengruppen überdurchschnittlich hoch. Mit annähernd **60 %** befindet sich über die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Dieser Wert ist seit 2006 angestiegen. Eine erkennbare Entwicklung des Einzelhandels in Richtung zentrale Versorgungsbereiche ist nicht ablesbar.
- Diese Entwicklung betrifft jedoch nicht nur üblicherweise nicht-zentrenrelevante Angebote, sondern auch zentrenrelevante Angebote, die z. T. in beträchtlichem Umfang in Gewerbegebieten und in nicht integrierten Einzelhandelslagen zu finden sind.

- Die Angebote in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** sind mehrheitlich – mit Ausnahme der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo – innerhalb der zentralen Bereiche ansässig. Dies ist vor allem auf die wohnsiedlungsräumlich nicht integrierte Lage des größten Anbieters der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo, bei dem es sich vorrangig um ein sehr spezifisches Warenangebot handelt, zurückzuführen.
- In den **Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe** entfallen z. T. hohe Verkaufsflächenanteile auf die Gewerbegebiete bzw. städtebaulich nicht integrierte Lagen. Die Verkaufsflächen in der zentrumsprägenden Leitbranche **Bekleidung** befinden sich zu rund 57 % in den zentralen Bereichen Neukirchen und Vluyn. Lediglich fast 2 % werden am zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße vorgehalten. Weitere relevante Angebote in dieser Warengruppe sind zu 35 % in den Gewerbegebieten und städtebaulich nicht integrierten Lagen zu beobachten. Mit rund 76 % Verkaufsflächenanteil sind rund drei Viertel des Angebotes in der ebenfalls zentrumsprägenden Leitbranche **Schuhe / Lederwaren** in den zentralen Bereichen Neukirchen und Vluyn lokalisiert. Neben dem Anteil des Verkaufsflächenangebotes von 3 % in weiteren zentralen Lagen, spielen städtebaulich integrierte Lagen, die Gewerbegebiete sowie städtebaulich nicht integrierte Lagen für diese Warengruppe lediglich eine untergeordnete Rolle. In den Warengruppen **GPK / Haushaltswaren** sowie **Spielwaren / Hobbyartikel** entfallen jeweils rund die Hälfte der Verkaufsfläche auf die zentralen Bereiche Vluyn bzw. Neukirchen. Der Warengruppe **Sport und Freizeit** kommt im Vergleich dazu eine noch geringere Bedeutung für die zentralen Bereiche zu (rund 19 %). Der Verkaufsflächenschwerpunkt dieser Warengruppe liegt in den Gewerbegebieten.
- Das Angebot in den **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufen** entfällt zu großen Teilen auf die Gewerbegebiete und städtebaulich nicht integrierten Lagen. Ausnahmen stellen die Warengruppen **Elektronik / Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren / Schmuck** dar, die überwiegend bzw. ausschließlich in den zentralen Bereichen ansässig sind. Vor allem die flächenintensiven Angebote der Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** sowie **Möbel** sind (fast) ausschließlich außerhalb der zentralen Bereiche ansässig. Die Warengruppen **Wohneinrichtung** und **Elektro / Leuchten** spielen in den zentralen Bereichen Neukirchen und Vluyn eine untergeordnete bis gar keine Rolle (warengrupenspezifischer Verkaufsflächenanteil von maximal 21 %) und konzentrieren sich in den Gewerbegebieten. Mit annähernd 80 % ist die Warengruppe Elektro / Leuchten vorwiegend in städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt.

Zwischenfazit – räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots:

In der Stadt Neukirchen-Vluyn ist nach wie vor ein hoher relativer Anteil in den Gewerbegebieten und weiteren städtebaulich nicht integrierter Lagen am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot festzustellen. Im Vergleich zu 2006 ist dieser Anteil weiter gestiegen und liegt nun bei rund 56 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes. Ein verstärkter Fokus auf zentrale bzw. integrierte Lagen sollte demnach zukünftig im Vordergrund stehen.

Seit der letzten Erhebung hat sich das Angebot im **zentralen Bereich Neukirchen** deutlich verändert. Durch zahlreiche Geschäftsaufgaben ist im Vergleich zur Gesamtverkaufsfläche (-250 m² Verkaufsfläche / -8 %) vor allem die Anzahl der Betriebe (-9 Betriebe / -36 %) drastisch zurückgegangen. Mit der Ansiedlung des Verbrauchermarktes Edeka konnte dem zwischenzeitlich erfolgten deutlichen Verkaufsflächenrückgang entgegengewirkt werden. Dieser insgesamt negativen Entwicklung wird aktuell einerseits durch die Umsetzung von Maßnahmen eines integrierten Handlungskonzeptes begegnet und andererseits steht neben der erfolgten Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes bevor, welcher die (Nahversorgungs-)Funktion des Zentrums weiter stärken wird.

Im **zentralen Bereich Vluyn** hat in einem Teilbereich eine städtebauliche Neugestaltung der Fußgängerzone (Vluyner Platz) stattgefunden, durch die der zentrale Bereich Vluyn sowohl eine Aufwertung als auch eine Steigerung der Attraktivität erfahren hat. Insgesamt hat sich der Hauptgeschäftsbereich in den letzten Jahren im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur jedoch nicht nennenswert weiterentwickeln können. Nur durch eine Erweiterung der Abgrenzung des zentralen Bereichs liegen zwei strukturprägende Lebensmittelanbieter nun innerhalb des zentralen Bereichs. Das Verkaufsflächenangebot ist hier gestiegen (+1.550 m² / +22 %), während die Anzahl der Betriebe beinahe stagniert (-1 Betrieb / -2 %).

Im zentralen Bereich **Ernst-Moritz-Arndt-Straße** fand im Vergleich zur Situation im Jahr 2006 aktuell die Schließung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka statt, der bis September 2016 die Funktion eines wichtigen Magnetbetriebes des Versorgungsstandortes übernommen hat. Die Zukunft des Zentrums in seiner jetzigen Struktur ist dementsprechend ungewiss. Es bleibt zu prüfen, ob das Zentrum dann weiterhin die Kriterien eines Nahversorgungszentrums erfüllen kann.

Die Gewerbegebiete entfalten aufgrund der großflächigen und strukturprägenden Anbieter eine **gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung** und stellen – insbesondere aufgrund ihres z. T. hohen Anteils an zentrenrelevanten Sortimenten – bedeutsame Konkurrenzstandorte sowohl zum **Neukirchener** als auch zum **Vluyner zentralen Bereich** dar. Eine Weiterentwicklung von Verkaufsflächenangeboten in **typischen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen** wie von Bekleidung, Schuhen / Lederwaren oder auch Nahrungs- und Genussmittel über das bereits gutachterlich untersuchte, politisch beschlossene und baurechtlich abgesicherte Maß hinaus, wäre daher **negativ zu bewerten**.

Ein wesentliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neukirchen-Vluyn muss der **Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsvielfalt und**

des Einzelhandelsangebots als wesentliche Leitfunktionen in den zentralen Bereichen Neukirchen und Vluyn sein.

ENTWURF

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Neukirchen-Vluyn

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Stadt Neukirchen-Vluyn eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Derzeit führen in Neukirchen-Vluyn **38 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **8.850 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **20 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Neukirchen-Vluyn entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,32 m² pro Kopf** und liegt somit leicht unterhalb des bundesweiten Vergleichswerts von 0,35 – 0,40 m². Mit rund **57 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 39 % des Gesamtumsatzes des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,90** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel knapp 10 % unter dem sortimentsspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Neukirchen-Vluyn und somit leicht unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Neukirchen-Vluyner Stadtteilen** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung zum Teil erhebliche Unterschiede, entsprechend der Einwohnergröße beziehungsweise der vorhandenen Mantelbevölkerung, gibt.

Tabelle 14: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Neukirchen-Vluyner Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner 2015 (absolut)*	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächenausstattung NuG (in m ² je EW)
Neukirchen	13.650	16	4.300	0,32
Niep	630	-	100	0,13
Vluybusch	1.310	3	250	0,19
Vluyn	11.990	19	4.200	0,35
Gesamt	27.580	38	8.850	0,32

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Mai 2016; gerundete Werte

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

* Stadt Neukirchen-Vluyn; Stand: 31.12.2015

- Insgesamt betrachtet ist die Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im gesamten Stadtgebiet gegenüber 2006 (8.150 m² Verkaufsfläche) leicht gestiegen. Die Angebotsausstattung fällt in den vier Stadtteilen bedingt durch ihre Ausstattungsparameter jedoch sehr unterschiedlich aus.

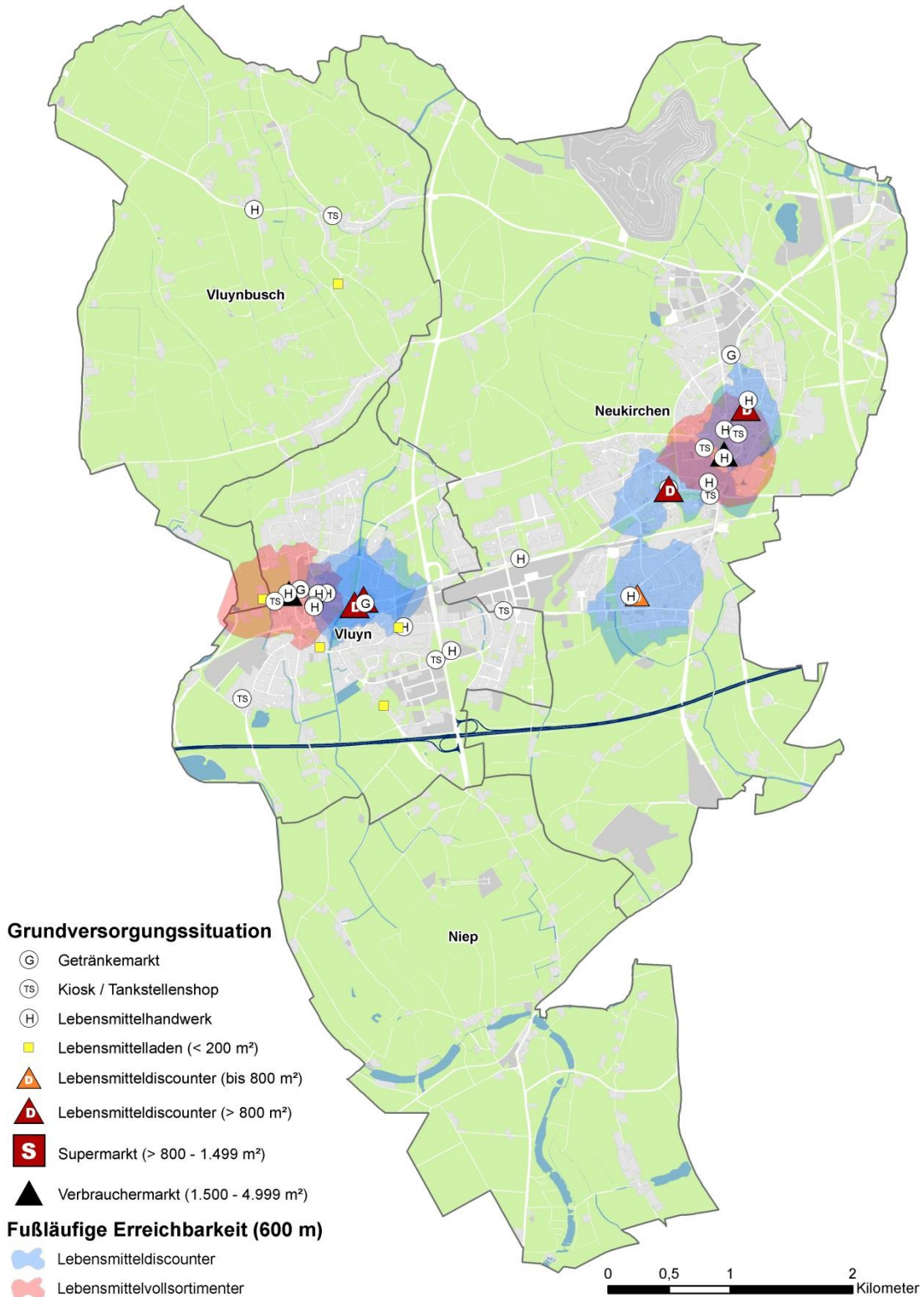
- Aufgrund der bipolaren Struktur Neukirchen-Vluyns fallen die Verkaufsflächenausstattungen in den beiden Kerngebieten am höchsten aus. Im Stadtteil **Vluyn** ist mit 0,35 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner eine Ausstattung vorhanden, die leicht über dem gesamtstädtischen Durchschnitt (0,32 m² pro Einwohner) und auf einer Höhe mit dem Bundesdurchschnitt (0,35 m² – 0,40 m² pro Einwohner) liegt. Im zentralen Bereich Vluyn sind zwei Lebensmitteldiscounter und ein Verbrauchermarkt angesiedelt, welche wichtige Versorgungsstandorte sind und deren Nahversorgungsfunktion klar über die umliegenden Siedlungsbereiche hinausgeht.
- Ein ähnlich hoher Wert mit Verkaufsflächen der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zeigt sich im Stadtteil **Neukirchen**, der über eine Lebensmittelverkaufsfläche von 0,32 m² / Einwohner verfügt und damit dem gesamtstädtischen Durchschnittswert entspricht. Im Stadtteil sind drei Lebensmitteldiscounter und ein Verbrauchermarkt angesiedelt, welche sich in zentralen Bereichen bzw. in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen – jedoch jeweils in unmittelbarer zum zentralen Bereich Neukirchen – befinden. Ergänzt wird dieses Angebot durch einen Lebensmittelladen sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks, welche im Stadtteil ansässig sind.
- Im Stadtteil **Vluynbusch** sind lediglich drei Betriebe mit der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel angesiedelt. Hierbei handelt es sich um eine Bäckerei sowie zwei Landhandelsbetriebe. Strukturprägende Lebensmittelbetriebe sind im Stadtteil nicht vorhanden, somit ist die Bevölkerung für (grundversorgungsrelevante) Einkäufe auf den Pkw angewiesen.
- Mit einem Wert von 0,13 m² / Einwohner ist für den Stadtteil mit der niedrigsten Einwohnerzahl auch die niedrigste Verkaufsflächenausstattung festzustellen. Sortimente der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel werden im Stadtteil **Niep** nur als Randsortimente vorgehalten. Strukturprägende Lebensmittelanbieter sind im Stadtteil nicht vorhanden.

Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle wird nur in den Stadtteilen Neukirchen und Vluyn überschritten. Grundsätzlich ist eine kleinteilige Angebotsarrondierung bzw. die Ansiedlung eines Marktes unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit für die Versorgung der dünner besiedelten Gebiete aus konzeptioneller Sicht denkbar. Voraussetzungen dafür sind eine **am Nachfragevolumen der Bevölkerung orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung**, ein Standort in **städtebaulich integrierter Lage** sowie die **Stärkung der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen**.

Die **qualitative Angebotsmischung** besteht aus zwei Verbrauchermärkten, fünf Lebensmitteldiscountern sowie zahlreichen kleineren Lebensmittelläden, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks, Tankstellenshops und Hofläden. Diese Betriebsformenmischung ist als leicht discountlastig einzustufen.

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 Angebots eine wichtige Rolle. In einem nächsten Schritt muss daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln vor allem auch **räumlich differenziert** betrachtet werden. Als Bewertungsmaßstab können vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Neukirchen-Vluyn mit einer Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 13: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Neukirchen-Vluyn mit 600 m – Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neukirchen-Vluyn im Mai 2016 (Aktualisierung: Dezember 2016); Kartengrundlage: Digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Insgesamt zeigt sich, dass strukturprägende Lebensmittelanbieter ausschließlich in den bevölkerungsstarken Stadtteilen Neukirchen und Vluyn lokalisiert sind und somit in den Kerngebieten ein nahezu flächendeckendes Netz an Nahversorgungsstrukturen bilden. Hier überlagern sich die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter teilweise mehrfach. In den dünner besiedelten und vor allem in den Siedlungsrandbereichen ist keine fußläufige Erreichbarkeit eines für die Grundversorgung relevanten Betriebes gegeben. Gleiches gilt für die Siedlungsbereiche in den Stadtteilen Niep und Vluynbusch. Dies bedeutet jedoch nicht grundsätzlich ein räumliches Versorgungsdefizit. Vielmehr sind vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Bereichen die Entwicklungsperspektiven zur Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes eingeschränkt.

Außerhalb der zentralen Bereiche bieten aktuell folgende Lebensmittelmärkte eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

- Penny, Niederrheinallee (Neukirchen)
- Aldi, Andreas-Bräm-Straße (Neukirchen)

Die Standorte dieser Märkte sind aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig gut erreichbar und spielen unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandorte**.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind vor dem Hintergrund einer durchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung vor allem aber auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln nur dann zusätzlich notwendig, wenn sie zur Schließung von Versorgungslücken beitragen. Im Hinblick auf eine zentrenstärkende Stadtentwicklung sind dabei nur jene Standorte sinnvoll, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Zentren oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt. Dies wäre beispielsweise im Bereich Niederberg zu prüfen, wo in den letzten Jahren ein neuer Wohnstandort entstanden ist.

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **131 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **43.250 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Neukirchen-Vluyn in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer guten quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 27.600 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 1,57 m² je Einwohner**, was oberhalb des bundesweiten Vergleichswertes (Bundesdurchschnitt: 1,4 m² / EW) liegt, aber im Vergleich mit Städ-

ten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion²³ (1,98 – 2,04 m² / EW) einen **unterdurchschnittlichen** Wert darstellt.²⁴ Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist ein Zuwachs der Verkaufsfläche um rund 4.300 m² zu verzeichnen. Dies ist in erster Linie auf die steigende Flächeninanspruchnahme vieler Betriebe zurückzuführen sowie die Verlagerung und gleichzeitige Erweiterung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka von der Ernst-Moritz-Arndt-Straße in das Neukirchner Zentrum.

- Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, insgesamt zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst **kaum signifikante Angebotslücken**. Eine **unterdurchschnittliche Angebotsausstattung**, die auf einen gewissen Entwicklungsspielraum hindeutet, zeigt sich jedoch vor allem in den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe, hier insbesondere in der Branchen *Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Spielwaren / Hobbyartikel*, sowie in den Warengruppen *Elektronik / Multimedia und Uhren / Schmuck*, welche zur überwiegend langfristigen Bedarfsstufe gehören. Diese Warengruppen weisen Zentralitäten von weniger als 0,5 auf und übernehmen somit nicht die Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 157 Mio. Euro** weist Neukirchen-Vluyn ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **durchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 99,95) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 141 Mio. Euro** im Neukirchner Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **0,90** (2006: 0,68) ergibt. Per Saldo sind Kaufkraftabflüsse an Einzelhandelsstandorte in der Region nachweisbar, was der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** nicht gerecht wird. Hohe Zentralitäten von z. T. deutlich über 1 und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich in den Warengruppen *Blumen (Indoor) / Zoo, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren, Sport und Freizeit, Möbel, medizinische und orthopädische Artikel sowie Gartenmarktsortimente*. Diese gute Angebotsausstattung ist vor allem auf einzelne Fachanbieter zurückzuführen.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist der **zentrale Bereich Vluyn**. Dieser präsentiert sich mit seinen kompakten städtebaulichen Strukturen und seiner multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen sowie Kultur- / Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Aber auch rund die Hälfte des gesamtstädtischen Angebotes in der Warengruppe Bekleidung wird im zentralen Be-

²³ Junker und Kruse Datenbank – Eigene Erhebungen in Mittelzentren bzw. Städten der Größenordnung zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

²⁴ Hierbei gilt es zu beachten, dass sich Neukirchen-Vluyn bezogen auf die Einwohnerzahl am unteren Ende der zum Vergleich herangezogenen Größenordnung befindet und auch hinsichtlich der Zuordnung als Mittelzentrum ein geringer Versorgungsbereich auf Neukirchen-Vluyn entfällt.

reich Vluyn vorgehalten. Die Betriebsstruktur besteht vorwiegend aus kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzend einigen Filialbetrieben. Größte Anbieter sind der Verbrauchermarkt Edeka sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl. Diese befinden sich am westlichen bzw. am östlichen Ausläufer des Zentrums. Die Haupteinkaufslage des Geschäftszentrums erstreckt sich insbesondere entlang der Fußgängerzone am neu gestalteten Vluyn Platz und von dort aus entlang der Niederrheinallee bis etwa in Höhe des Leinweberplatzes.

- Ein weiterer Angebotsstandort ist der **zentrale Bereich Neukirchen**. Der im nördlichen Bereich befindliche Ortskern wird durch historische Gebäude und dörfliche Strukturen geprägt. Der südliche Bereich ist stärker durch öffentliche und sonstige Nutzungen geprägt. Auch aufgrund der Kleinteiligkeit der Ladenlokale ist eine sehr hohe Leerstandsquote festzustellen, da das Angebot an Ladenflächen z. T. nicht den heutigen Anforderungen entspricht. Mit der Ansiedlung des Verbrauchermarktes Edeka auf dem Gelände des Erziehungsvereins hat sich ein Filialist im zentralen Bereich Neukirchen niedergelassen, der eine deutliche Magnet- sowie Nahversorgungsfunktion für das Zentrum einnimmt. Weitere Filialisten sind dort aktuell nicht ansässig. Das weitere Nahversorgungsangebot wird aktuell nur von einem kleinen Lebensmittelladen und einem Betrieb des Lebensmittelhandwerks vorgehalten.²⁵
- Der zentrale Bereich **Ernst-Moritz-Arndt-Straße** soll vorrangig der Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung in den angrenzenden Siedlungsbereichen dienen. Das Angebot an diesem Standort wird seit der Betriebsverlagerung eines Lebensmittelvollsortimenters im September ausschließlich geprägt durch die Angebote eines Lebensmitteldiscounters. Ergänzt wird dieses Angebot durch kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe und Dienstleistungsanbieter. Der Angebotschwerpunkt liegt mit rund 77 % auf den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe. Bis auf die Betriebsaufgabe des Supermarktes hat sich das Einzelhandelsangebot an diesem Standort nicht maßgeblich verändert. Durch die Verlagerung des Edeka-Marktes fehlt dem Zentrum ein wichtiger Magnetbetrieb mit einer bedeutenden Nahversorgungsfunktion. Der verbleibende Lebensmitteldiscounter Netto allein kann die notwendige Versorgungsfunktion eines Zentrums, die über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichen muss, nicht allein wahrnehmen, so dass dieses Zentrum aus heutiger Sicht nicht mehr in seiner ursprünglichen Form beibehalten werden kann. Eine neue Einstufung dieses Standortes ist im Hinblick auf die aktuelle Rechtsprechung sowie zukünftige Entwicklungen notwendig.
- Im Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet sind zwei autokundenorientierte Standorte lokalisiert (das **Gewerbegebiet Neukirchen Nord** und das **Gewerbegebiet Vluyn Süd**) an denen sich **15 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **17.950 m²** befinden. Das Gewerbegebiet Neukirchen Nord verfügt über ein relevantes Angebot der Warengruppe Möbel, im Gewerbegebiet Vluyn Süd liegt der Schwerpunkt auf Warengruppen des langfristigen Bedarfs (Bau- und Gartensortimente) sowie auf der Warengruppe Sport und Freizeit.

²⁵ Während der Erstellung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde bekannt, dass sich ein Drogeriemarkt in den Räumlichkeiten des ehemaligen Kaiser's-Supermarktes ansiedeln wird. Damit wird zukünftig ein weiterer Magnetbetrieb die Nahversorgungsfunktion des Zentrums stärken.

- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ leicht unterdurchschnittliche sowie eine qualitativ leicht discountlastige Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist. Dennoch besteht eine gute Versorgungsabdeckung im Stadtgebiet, so dass aus weiten Teilen des Neukirchen-Vluyner Stadtgebietes strukturprägende Lebensmittelmärkte innerhalb einer 600m-Fußwegedistanz zu erreichen sind. Schwächen hinsichtlich der räumlichen Verteilung bzw. der „Flächendeckung“ sind vor allem in den dünner besiedelten Stadtteilen sowie den Siedlungsrandbereichen oder auch am Standort Niederberg festzustellen, in denen das Kaufkraftpotenzial für die Ansiedlung von größeren Lebensmittelmärkten grundsätzlich nicht ausreicht.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Neukirchen-Vluyner Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht beinahe in allen Warengruppen eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Leichte quantitative Angebotsdefizite bestehen u. a. in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel und Elektronik / Multimedia. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass stellenweise einzelne Verbesserungen möglich sind. Insgesamt wird Neukirchen-Vluyn seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion nicht angemessen gerecht. Dies ist jedoch vor allem auf die Lage der Stadt – Nähe zu den Oberzentren Krefeld und Duisburg sowie den angrenzenden Mittelzentren Kempen, Kamp-Lintfort und Moers – zurückzuführen.

Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Dabei zeigt sich Handlungsbedarf hinsichtlich der Aktivierung von kleineren Leerständen, die insbesondere für inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe genutzt werden könnten. Entsprechend der polyzentralen Siedlungsstruktur Neukirchen-Vluyns ist die ausgewogene Entwicklung mehrerer Einzelhandelsstandorte in der Stadt sinnvoll. Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung sind die zentralen Versorgungsbereiche als wichtige Versorgungsstandorte im Stadtgebiet zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

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

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität²⁶ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Neukirchen-Vluyn von einer konstanten bis leicht rückläufigen Flächenproduktivität ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Neukirchen-Vluyn bis 2025

Bereits für die letzten Jahre ist für die Stadt Neukirchen-Vluyn eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beobachten (so beispielsweise zwischen den Jahren 2000 und 2015 um 2,3 %) und auch in den kommenden Jahren ist von einer weiterhin negativen Entwicklung der Bevölkerungszahl auszugehen. So prognostiziert die Stadt Neukirchen-Vluyn²⁷ selbst in verschiedenen Szenarien (Basisjahr 2014) Bevölkerungsrückgänge bis zum Jahr 2025, die sich zwischen 7 und 11 % bewegen und auch die Bertelsmannstif-

²⁶ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²⁷ Stadt Neukirchen Vluyn (2015): Bevölkerungsentwicklung in Neukirchen-Vluyn und Bertelsmannstiftung (2016): Neukirchen-Vluyn – Bevölkerungsstruktur – 2012-2030; Daten abrufbar unter www.wegweise-kommunen.de/statistik/neukirchen-vluyn+bevoelkerungsstruktur+2012-2030+tabelle (zuletzt zugegriffen im November 2016)

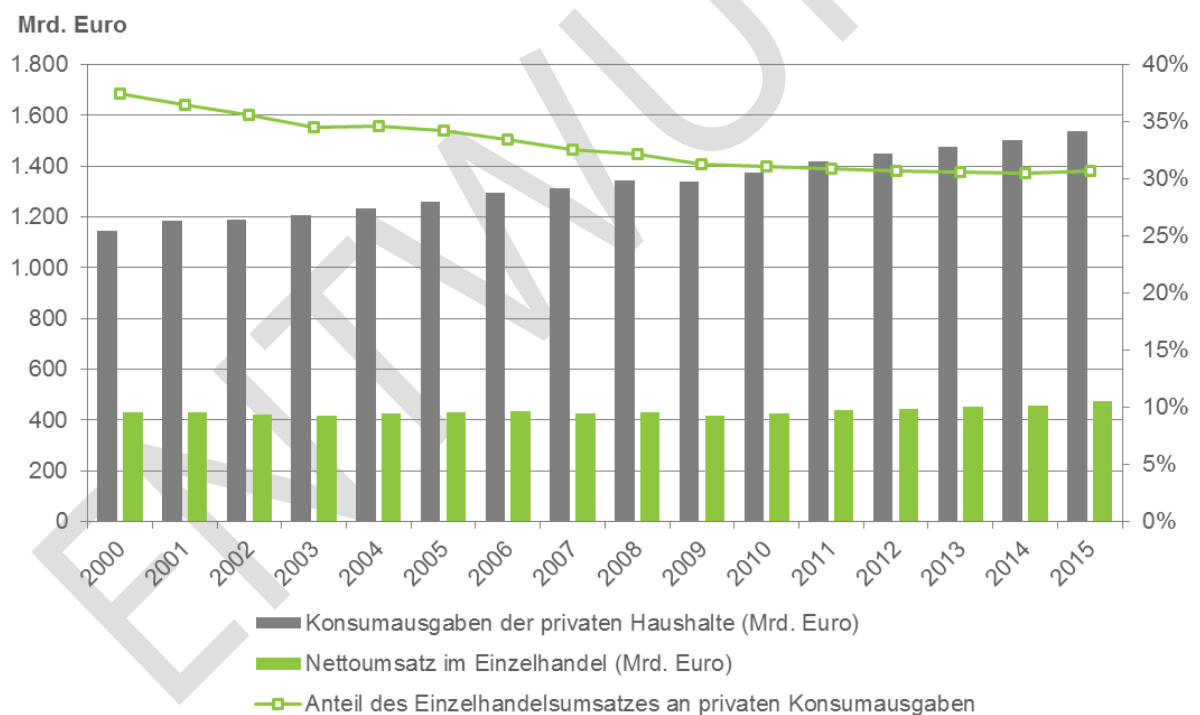
tung (Basisjahr 2009) weist in einer Prognose einen Bevölkerungsrückgang von 5 % aus. Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen zu leicht sinkenden Bevölkerungszahlen zugrunde gelegt.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

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

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

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)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003

um mehr als vier Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell rund 30 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend.²⁸

- 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 -3 und +3 % weitestgehend stagniert (2015: rund 470 Mrd. Euro).²⁹

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Dies bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen³⁰ Kaufkraft zu rechnen ist.

Jedoch sollten **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es erfolgt eine Prognose, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

²⁸ EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2000 bis 2015 (in Prozent)

²⁹ EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Bruttoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro)

³⁰ 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.

Tabelle 15: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Tendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	↗
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	↗
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	→
Bekleidung	→
Schuhe / Lederwaren	→
GPK / Haushaltswaren	↘
Spielwaren / Hobbyartikel	→
Sport und Freizeit	→
Wohnrichtung / Möbel	↘
Elektro / Leuchten	→
Elektronik / Multimedia	↗
Medizinische und orthopädische Artikel	↗
Uhren / Schmuck	→
Bau- und Gartenmarktsortimente	↘

Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2007-2014

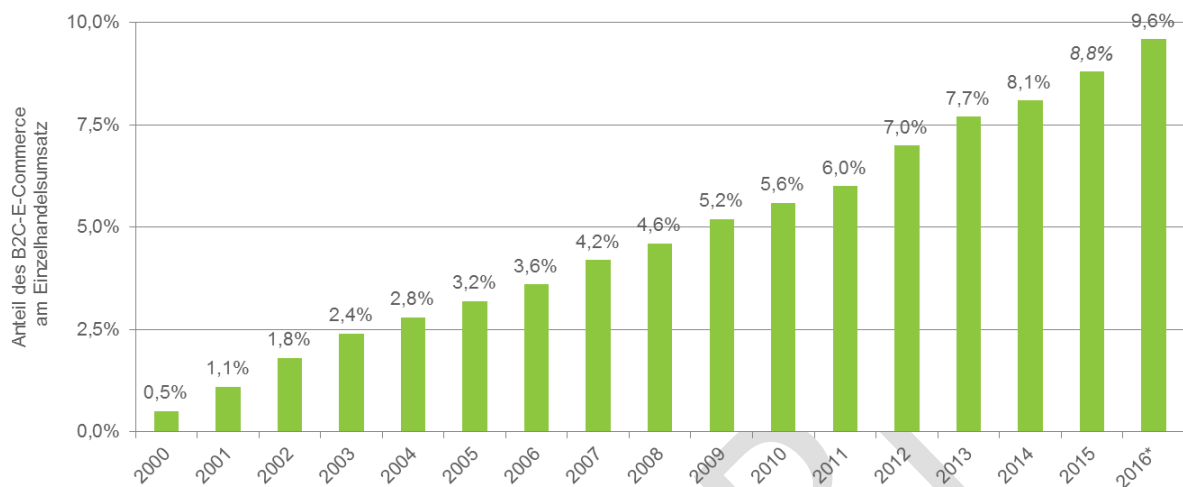
Entwicklung des E-Commerce (= Onlinehandel)³¹ in Deutschland

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 2,5 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. prognostiziert.³² Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,5 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **8,8 %** im Jahr 2015 (vgl. nachfolgende Abbildung 4).

³¹ „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)

³² 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

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 Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2014 rund 55 % des im interaktiven Handel³³ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet.³⁴ 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-Handels³⁵, 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 Mio. m² im

³³ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen

³⁴ vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zuletzt zugegriffen im Dezember 2015)

³⁵ ebenda

Jahr 2014 angestiegen.³⁶

Es sind jedoch nicht die reinen Online-Händler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**³⁷ an Bedeutung. Während vormals reine Online-Händler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport), 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 Online-Anbietern 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-Konzept.³⁸

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Online-Handel 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. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Neukirchen-Vluyn als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation (v. a. Konkurrenz zu den Oberzentren Krefeld und Duisburg und zum direkt angrenzenden Mittelzentrum Moers).

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute lediglich in den Warengruppen Blumen (Indoor) / Zoo und Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschrif-

³⁶ vgl. EHI Retail Institute Köln 2016. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 04. Februar 2016)

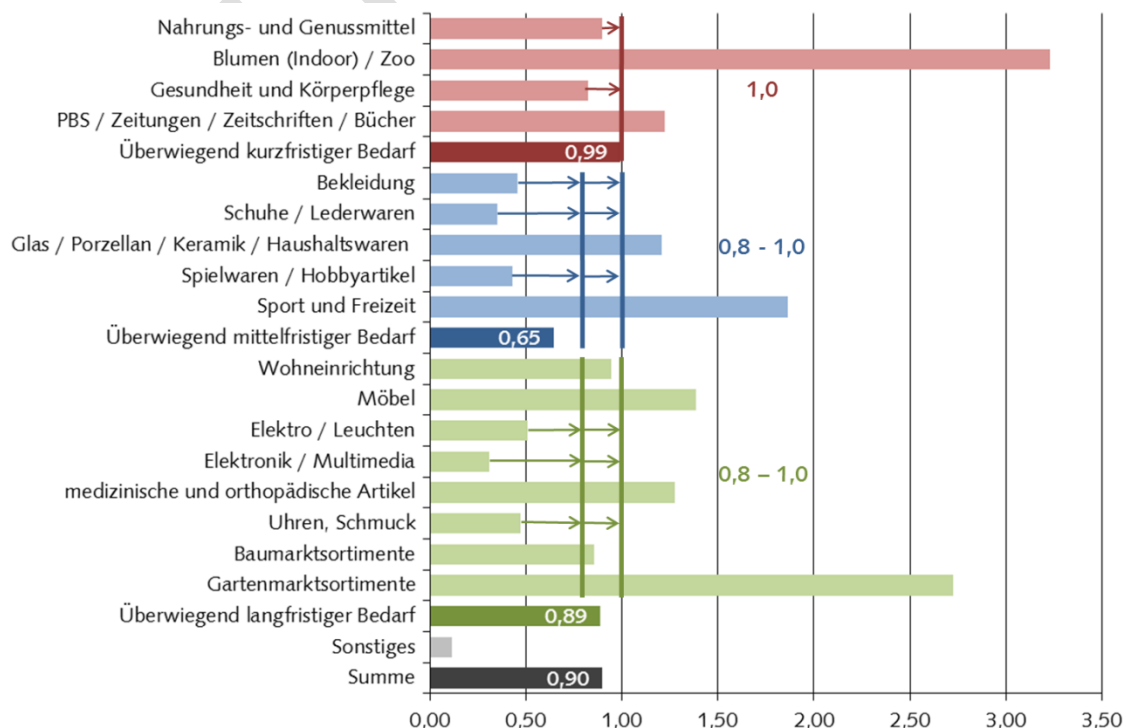
³⁷ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Online-Handel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

³⁸ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

ten / Bücher erreicht bzw. sogar nennenswert überschritten. Die übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe unterschreiten die Zielzentralität bislang, so dass sich aus quantitativer Sicht leichte Arrondierungsspielräume erkennen lassen. In allen Warengruppen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 0,8 bis teilweise 1,0 angenommen, welche die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Neukirchen-Vluyn in der Region widerspiegeln, aber auch die regionale Konkurrenzsituation mit den nahegelegenen Oberzentren Krefeld und Duisburg berücksichtigen. Die angesetzten Werte werden in den Warengruppen Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit bereits jetzt erreicht bzw. teilweise sogar deutlich überschritten. Hingegen ergibt sich in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Spielwaren / Hobbyartikel ein gewisser quantitativer Entwicklungsspielraum. Diesbezüglich ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Entwicklungen in diesen Warengruppen durch die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt sind und damit mögliche Entwicklungsspielräume wieder geschmälert werden. Aus diesem Grund wird eine Spannweite von möglichen Zielzentralitäten definiert, die dem wachsenden Online-Einzelhandelsumsatz Rechnung trägt.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden über alle Warengruppen Zielzentralitäten von 0,8 bis maximal 1,0 angenommen. Bis auf die Warengruppen Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia und Uhren, Schmuck erreichen bzw. überschreiten die aktuellen Zentralitäten zumindest den niedrigeren Orientierungswert.

Abbildung 5: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Neukirchen-Vluyn

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Neukirchen-Vluyn aus rein quantitativer Sicht in einigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Stadt Neukirchen-Vluyn als Mittelzentrum ergeben sich somit insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich Entwicklungsspielräume, wie z. B. in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren sowie Elektronik / Multimedia. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

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

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

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

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

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

So bestehen in der Stadt Neukirchen-Vluyn Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Haupt- sowie des Nebenzentrums. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes, insbesondere auch im Haupt- und Nebenzentrum, beitragen. Die Tatsache, dass dies möglicherweise zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, sollte bzw. muss dabei bewusst in Kauf genommen werden. Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur Verbesserung und Attraktivierung des Neukirchen-Vluyner Einzelhandelsangebotes weiter beitragen.

Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder auch ein moderner Verbrauchermarkt tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei – wie das in Vluyn bereits der Verbrauchermarkt Edeka im Hauptzentrum zeigt. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

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

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

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

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion der Stadt Neukirchen-Vluyn als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion stärken,
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,

- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

ENTWURF

6 Leitbild und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Neukirchen-Vluyn

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu 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 Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) zugeordnet sind, kritisch zu bewerten bzw. in der Regel konsequent zu vermeiden.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Neukirchen-Vluyner Zentren zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Sonderstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neukirchen-Vluyn umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Übergeordnetes Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Neukirchen-Vluyn (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition von Ergänzungsstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.1.1)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.2)
- Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

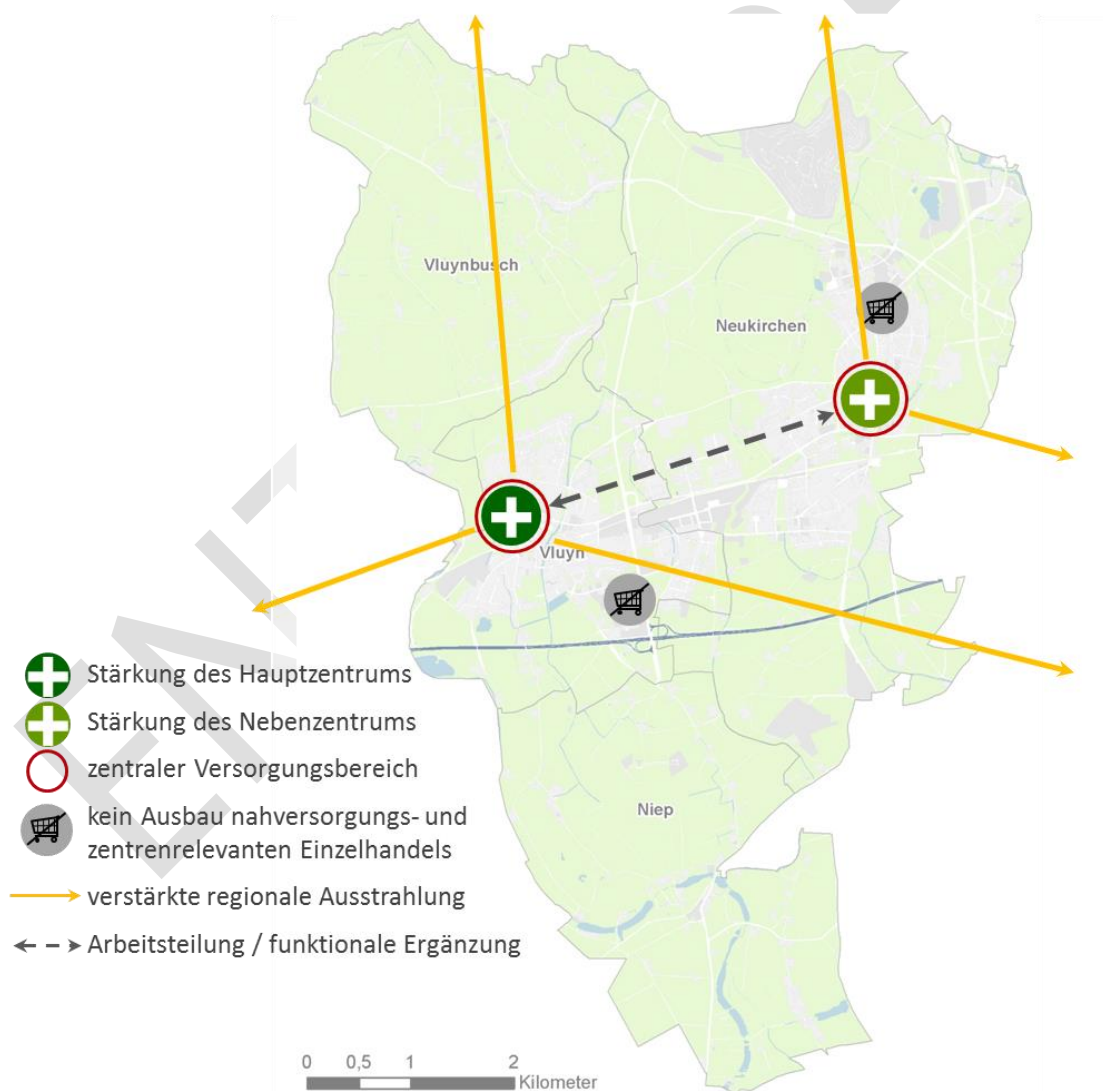
6.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Neukirchen-Vluyn soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche in Vluyn und Neukirchen** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf

die zentralen Versorgungsbereiche Vluyn und Neukirchen sowie eine möglichst wohornnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu ist das allgemeine **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich auch in der Stadt Neukirchen-Vluyn anwendbar. Es setzt einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Neukirchen-Vluyner Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Neukirchen-Vluyn innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 14: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: digitale Daten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Es ist dementsprechend an die **aktuelle Einzelhandelssituation und -entwicklung** im Stadtgebiet **anzupassen**.

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt Neukirchen-Vluyn (vgl. Kapitel 6.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Neukirchen-Vluyn können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des 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 gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel attraktiver und lebendiger städtebaulich-funktionaler Zentren 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 Rechtssicherheit im Stadtgebiet gegeben. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

Zwischenfazit – Entwicklungsleitbild

Das Entwicklungsleitbild „räumlich-funktionale Gliederung“, d. h. räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Neukirchen-Vluyn in Abhängigkeit von Größen- und Sortimentsstrukturen, ist für die zukünftige Entwicklung der Stadt zu empfehlen. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

Aus der Sicht des Gutachters trägt das Leitbild zu einer Klarheit und weiteren Verbesserung der Angebotsstruktur in der Stadt Neukirchen-Vluyn bei. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird eine (weitere) Angebotsverschiebung zu Lasten der zentralen Versorgungsbereiche und integrierten

Versorgungsstandorte minimiert. Gleichzeitig kann die mittelzentrale Ausstrahlungskraft der Stadt Neukirchen-Vluyn erhalten und ausgebaut werden. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch des Einzelhandelsstandorts Neukirchen-Vluyns insgesamt nicht zu verhindern.

6.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Neukirchen-Vluyn

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2006 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelspezifischen Situation in Neukirchen-Vluyn und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen durch das Büro Junker + Kruse, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept, ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.³⁹

Im Folgenden wird daher ein überarbeiteter Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Neukirchen-Vluyn zugrunde zu legen ist. Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neukirchen-Vluyn, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Stadt**, kann festgehalten werden.

Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion

(Mittelzentrum mit Versorgungsfunktion für die Stadt Neukirchen-Vluyn und das nähere Umland)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Neukirchen-Vluyn bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen für die Stadt Neukirchen-Vluyn und die Gemeinden des näheren Umlandes. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit allerdings nur unzureichend erfüllt (Einzelhandelszentralität von 0,90).

Weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Neukirchen-Vluyn. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine An-

³⁹ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren und ihre jeweilige Funktion geschützt wird.

gebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht-integrierte Lagen bedeuten. Ein vorrangliches Ziel der Stadtplanung in Neukirchen-Vluyn bleibt es, einer solchen drohenden bzw. in einigen Warengruppen bestehenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf dem Hauptzentrum Vluyn als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung ergänzender Angebotsstandorte im Stadtgebiet. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix im Hauptzentrum von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität des Einkaufsstandorts Neukirchen-Vluyn und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Neukirchen-Vluyn auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Neukirchen-Vluyn innerhalb der Region gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, der Neukirchen-Vluyner Versorgungsstandorte und der Stadtteile.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Neukirchen-Vluyn 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 potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versorgungsbereich der Neukirchen-Vluyner Stadtteile Vluyn und Neukirchen sowie den grundversorgungsrelevanten Sortimenten im perspektivischen Nahversorgungszentrum und an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzel-

handelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Vluyn, Nebenzentrum Neukirchen und den Nahversorgungsstandorten auf der einen sowie ergänzenden Sonderstandorten auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Neukirchen-Vluyner Zentren in den Ortskernen Vluyn und Neukirchen

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. In Neukirchen-Vluyn stellen gleich zwei Standorte einen historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn dar, die sich teilweise durch Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnen. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Neukirchen-Vluyner Zentren und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen im Hauptzentrum Vluyn sowie im Nebenzentrum Neukirchen zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung der beiden zentralen Versorgungsbereiche jeweils bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Neukirchen-Vluyner zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Vluyn und Nebenzentrum Neukirchen gerichtet werden. Dabei genießt das Hauptzentrum in Vluyn oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Neukirchen-Vluyn, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort in Vluyn ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen- bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung der zentralen Versorgungsbereiche sowie dem Einzelhandelsstandort Neukirchen-Vluyn allgemein beitragen. Mit der Umgestaltung des Vluyner Platzes in Vluyn erfolgte bereits eine Aufwertung des Ortskerns und somit auch des zentralen Versorgungsbereiches in Vluyn. Durch die geplante Ortskernsanierung in Neukirchen sowie die Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka und des Drogeriemarktes Rossmann werden im zentralen Versorgungsbereich Neukirchen neue Magnetbetriebe geschaffen, die zu einer Attraktivitätssteigerung des Nebenzentrums maßgeblich beitragen können.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten⁴⁰ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Neukirchen-Vluyner Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

Eine hohe Zentralität in einigen Warengruppen darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen / Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z. B. innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

In Neukirchen-Vluyn befinden sich derzeit mehrere solitäre Einzelstandorte sowie ein Standortverbund in nicht integrierten Lagen – innerhalb und außerhalb der Allgemeinen Siedlungsbereiche (ASB) – mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese Standorte mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die zentralen Versorgungsbereiche, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels der Neukirchen-Vluyner Zentren dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe⁴¹ angestrebt werden muss.

⁴⁰ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

⁴¹ 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 Neukirchen-Vluyner zentralen Versorgungsbereiche bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten, städtebaulich nicht integrierten, Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen.

Sicherung und Ausbau attraktiver Ortskerne in Neukirchen-Vluyn

Das Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet kennzeichnet sich durch seine polyzentrale Struktur aus, die aus der Zusammenlegung einzelner Ortsteile hervorgeht. Somit stellen gleich zwei Ortskerne einen städtebaulich wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn dar, die sich teilweise durch Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnen. Der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist auch weiterhin auf diese Zentren zu lenken.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung, Verlagerung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i. S. v. § 11(3) BauNVO – auf Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden 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 verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts 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 Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die 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 lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Neukirchen-Vluyn (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und der bestehenden Ergänzungsstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Auch hier ist zu berücksichtigen, dass neue Einzelhandelsstandorte nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden, so dass langfristig möglicherweise Einzelhandelsbrachen entstehen können, für die eine Umnutzung schwer zu realisieren ist. 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 Neukirchen-Vluyn entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

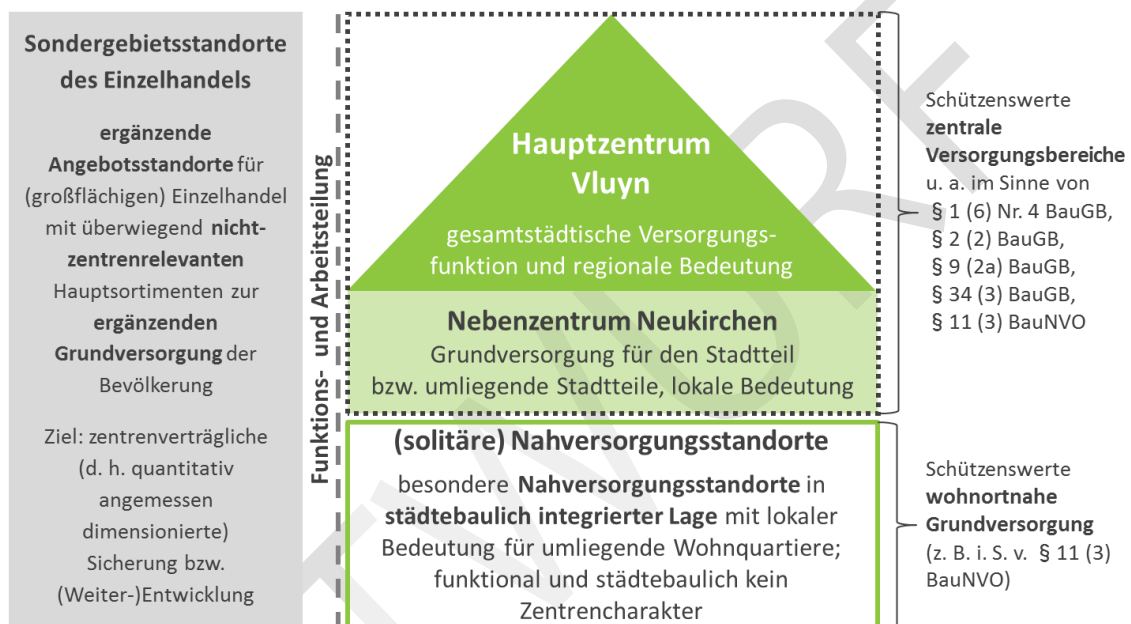
6.3 Räumliches Standortstrukturmodell

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Neukirchen-Vluyn sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Neukirchen-Vluyner Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **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 stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Aktuell, aber auch als zukünftige Zielvorstellung, sind Stadtgebiet folgende Standortkategorien vorzufinden:

Abbildung 6: Standortstrukturmodell für die Stadt Neukirchen-Vluyn



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Vluyn“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Gesamtstädtische Versorgungsfunktion und regionale Bedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel und
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Der **Innenstadtbereich** des Neukirchen-Vluyner Stadtteils **Vluyn** mit seinem abgegrenzten Hauptzentrum wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraus-

setzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴² entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Nebenzentrum Neukirchen“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Versorgungsbedeutung für den Stadtteil bzw. umliegende Stadtteile und lokale Bedeutung,
- breites Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit nur teilweise vorliegender Wettbewerbssituation,
- ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- teilweise Wettbewerb am Angebotsstandort,
- ergänzendes Dienstleistungsangebot und
- vereinzelt Gastronomie.

Der **Innenstadtbereich** des Stadtteils **Neukirchen** mit seinem abgegrenzten Nebenzentrum wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** – mit vorrangig lokaler Bedeutung – definiert. Nach Maßgabe der aktuellen Rechtsprechung erfüllt das Zentrum in Neukirchen weiterhin die Anforderungskriterien an einen zentralen Versorgungsbereich und wird zukünftig als Nebenzentrum eingestuft.

Anders als im Einzelhandelsgutachten für die Stadt Neukirchen-Vluyn aus dem Jahr 2006 wird das Zentrum der Neukirchner Innenstadt nicht als gleichberechtigter zentraler Versorgungsbereich neben dem Zentrum der Vluyn Innenstadt definiert. Zu dem als Hauptzentrum definierten zentralen Versorgungsbereich in Vluyn unterscheidet sich der zentrale Versorgungsbereich in Neukirchen deutlich, sowohl in seiner quantitativen als auch qualitativen Ausstattung. Aufgrund des quantitativ geringeren Einzelhandelsangebotes in Neukirchen im Vergleich zu Vluyn wird der zentrale Versorgungsbereich als Nebenzentrum eingestuft.

Aktuelle Entwicklungen innerhalb des Zentrums im Stadtteil Neukirchen – wie die geplante Ansiedlung eines Edeka-Vollsortimenters sowie die Ansiedlung eines Rossmann-Drogeriemarktes – tragen zukünftig zu einer sowohl quantitativen als auch qualitativen Aufwertung der Angebotsausstattung im Hinblick auf nahversorgungsrelevante Einzelhandelsstrukturen im Nebenzentrum bei.

⁴² „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – 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 können 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 die Ausführungen in Kapitel 7.

Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum (entfällt)

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnbereiche,
- breites Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit nur teilweise vorliegender Wettbewerbssituation,
- vereinzelt ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot und
- ggf. vereinzelt Gastronomie.

Der gemäß Einzelhandelsgutachten 2006 als **zentraler Versorgungsbereich** ausgewiesene Einzelhandelsstandort an der **Ernst-Moritz-Arndt-Straße** (Nahversorgungszentrum) erfüllt mit seinem jetzigen Bestand nach Maßgabe der aktuellen Rechtsprechung nicht mehr die Anforderungskriterien an einen zentralen Versorgungsbereich. Der Standort wird zukünftig als solitärer Nahversorgungsstandort (s. u. und vgl. Kapitel 7.2) eingestuft. In seinem jetzigen Angebot – insbesondere nach Verlagerung des großflächigen Supermarktes – verfügt das Zentrum aktuell nicht über das notwendige strukturprägende Mindestangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich mit über einer den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktion. Neben bestehenden kleinteiligen Leerständen, die beispielsweise als Verkaufsflächenpotenziale für zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen genutzt werden können, bietet die Fläche des seit September 2016 geschlossenen Lebensmittelvollsortimenters Edeka grundsätzlich eine weitere Möglichkeit, insbesondere das nahversorgungsrelevante Angebot zu stärken. Allerdings ist das Grundstück mit einer Grunddienstbarkeit belegt, die eine Einzelhandelsnutzung in den nächsten Jahren ausschließt. Somit sind Neuansiedlungen auf dieser Fläche, die innerhalb des bisher abgegrenzten zentralen Bereiches die einzige größere Potenzialfläche darstellt, zunächst nicht zu erwarten. Für weitere Neuansiedlungen und Erweiterungen fehlen dem Angebotsstandort derzeit räumliche Entwicklungspotenziale, so dass das hier lokalisierte Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot (insbesondere unter Berücksichtigung der zuvor definierten Merkmale) sowohl aktuell als auch perspektivisch nicht die Funktion eines **Nahversorgungszentrums** übernehmen kann.

Das bisherige Zentrum trägt mit dem aktuell noch bestehenden kleinflächigen Lebensmitteldiscounter Netto maßgeblich zur Grundversorgung der Bewohner des südlichen Bereiches des Stadtteils Neukirchen bei. Es reicht jedoch nicht aus, um eine vollumfängliche Funktion als Nahversorgungszentrum auszufüllen. Aus diesem Grund wird der ehemalige zentrale Versorgungsbereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße aktuell als **Nahversorgungsstandort** ausgewiesen.

Für eine zukünftige erneute Einstufung des Angebotsstandortes als zentraler Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) müssten vorhandene Flächenpotenziale – soweit möglich – genutzt werden, die sich in erster Linie am Standort des ehemaligen

Edeka-Marktes inklusive der südlich angrenzenden Fläche ergeben. Insbesondere die nahversorgungsrelevanten Strukturen sind zu ergänzen, um eine Grundversorgungsfunktion, die über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, erfüllen zu können. Weitere Bestrebungen in der Stadt Neukirchen-Vluyn, die wohnortnahe Grundversorgung durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Stadt weiter zu stärken, zielen u. a. auf den Standort Niederberg ab. Die Verbesserung des Nahversorgungsnetzes der Stadt ist dabei ein erstrebenswertes Ziel. Dazu ist es allerdings notwendig, klare räumliche Schwerpunkte zu definieren, um ein ausgewogene Angebotsstruktur zu gewährleisten. Unter Berücksichtigung der aktuellen Nahversorgungsstruktur in Neukirchen-Vluyn sollte der Fokus zur Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes entweder im Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße liegen, um einen „Ausgleich“ zum geschlossenen Edeka-Markt zu schaffen, oder im Bereich Niederberg, um einen Nahversorgungsstandort für die umliegenden Siedlungsbereiche zu schaffen. Eine mögliche Perspektive für den Standort Ernst-Moritz-Arndt-Straße, in Zukunft erneut den Status als zentraler Versorgungsbereich zu erreichen, ist nur realistisch, wenn kein weiterer Nahversorgungsstandort in der Stadt errichtet wird. Hier muss eine klare Priorisierung seitens der Politik erfolgen.

(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 Nahversorgung der Neukirchen-Vluyner Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche 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 einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Neukirchen-Vluyn sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Andreas-Bräm-Straße (derzeit Aldi)
- Max-von-Schenkendorf-Straße (derzeit Netto)
- Niederrheinallee (derzeit Penny)

Perspektivisch kann sich noch ein weiterer Nahversorgungsstandort im Bereich Niederberg ergeben, sofern der Angebotsstandort an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße (bzw. Max-von-Schenkendorf-Straße) auch perspektivisch ein solitärer Nahversorgungsstandort bleibt und keine strukturprägende Angebotsergänzung erfolgt.

Sonderstandorte

In Neukirchen-Vluyn befinden sich derzeit mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe, bei denen es sich – bis auf die Standortagglomeration des Baumarktes Toom und des Reitsportfachmarktes Krämer an der Inneboltstraße – um Einzelstandorte handelt. Ein Großteil dieser Betriebe ist aktuell in den Gewerbegebieten Neukirchen-Nord sowie Vluyn-Süd lokalisiert.

Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

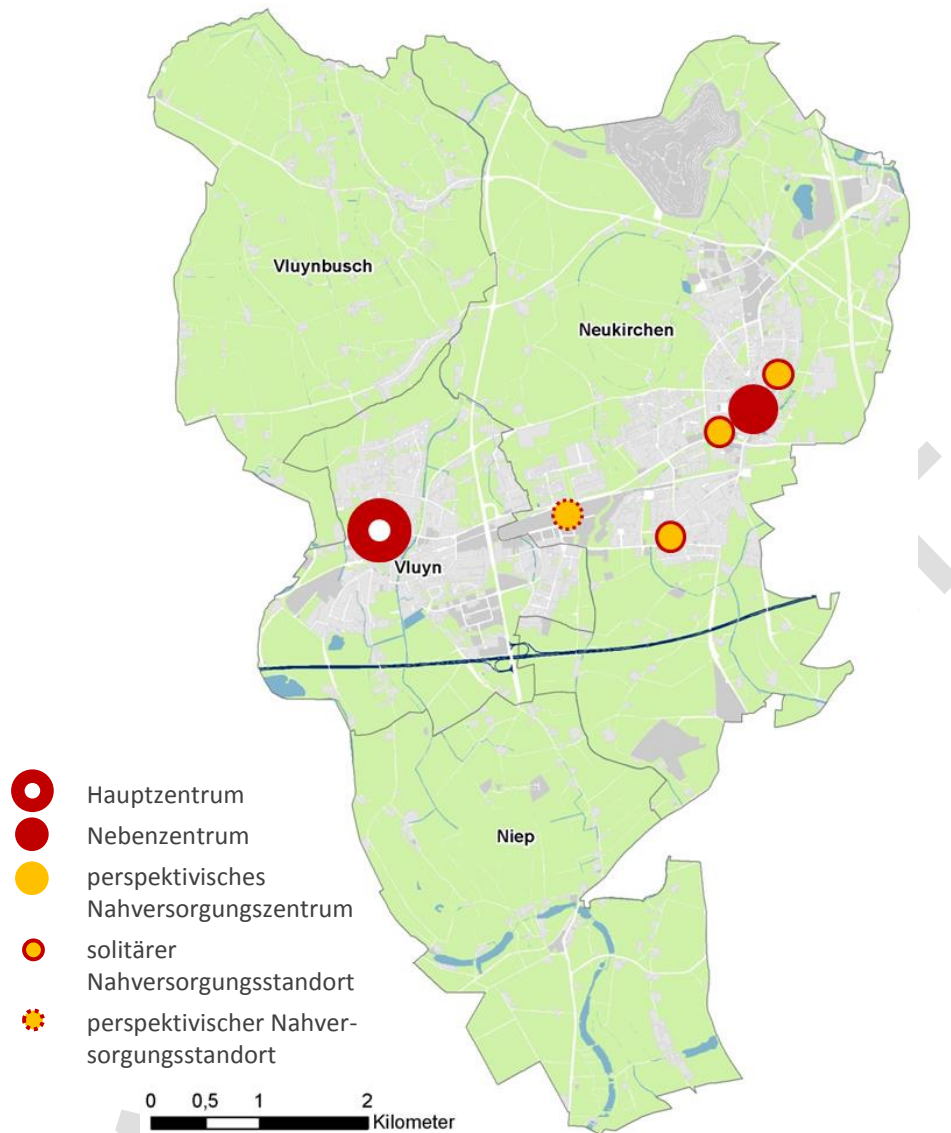
- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, vorhanden,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien können diese Angebotsstandorte nach wie vor als ergänzende Sonderstandorte bezeichnet werden. Diese Standorte dienen auch zukünftig insbesondere als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der klaren Ausrichtung der Entwicklung auf die zentralen Versorgungsbereiche sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.

Trotz der weitreichenden Einzugsgebiete und ihrer Versorgungsfunktion können Sonderstandorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Neukirchen-Vluyn stellt sich wie folgt dar:

Karte 15: Perspektivische Standortstruktur in Neukirchen-Vluyn



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten der Stadt Neukirchen-Vluyn

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Neukirchen-Vluyn ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die Entwicklungsbereiche, an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kapitel 6.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen Tabubereiche vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde. Hinsichtlich der Handhabung in der Praxis wird in dem vorliegenden Konzept von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche im Zusammenhang mit der Standortstruktur abgesehen.

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition zentraler Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Neukirchen-Vluyn dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es 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 *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴³ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Hauptzentrum und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit

⁴³ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

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.⁴⁴

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 Literatur⁴⁵ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

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

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴⁶

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neukirchen-Vluyn dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Neukirchen-Vluyner Zentren sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.⁴⁷

⁴⁴ 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

⁴⁵ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁴⁶ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

⁴⁷ Bei der Anwendung von § 34 (3) BauGB ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser sich nur auf tatsächlich vorhandene (faktische) zentrale Versorgungsbereiche bezieht. Somit kann das perspektivische Nahversorgungszentrum Ernst-Moritz-Arndt-Straße nur dann als „Schutzgut“ berücksichtigt werden, sobald die Perspektive umgesetzt wurde und das Zentrum als „voll entwickelt“ gilt.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Neukirchen-Vluyn ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in erster Linie das Hauptzentrum in Vluyn, ebenso sind auch die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtteil Neukirchen diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien der zentralen Versorgungsbereiche 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 Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche 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 der zentralen Versorgungsbereiche 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 der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie an-

dererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte 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 dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

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

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

- dem **Hauptzentrum Vluyn** (Zentrentyp I),
- dem **Nebenzentrum Neukirchen** (Zentrentyp II) und

Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2006 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Neukirchen-Vluyn überprüft worden.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Stadtteilen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im Stadtteil orientiert. Der im damaligen Einzelhandelsgutachten ausgewiesene **zentrale Versorgungsbereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße** erfüllt heute nicht mehr die funktionalen und städtebaulichen Kriterien eines Nahversorgungszentrums (vgl. Kapitel 6.3), so dass dieser Angebotsstandort in der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für Neukirchen-Vluyn nachfolgend nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich, sondern als (solitärer) Nahversorgungsstandort zur wohnortnahen Grundversorgungsstandort eingestuft werden muss.

7.1.1 Das Hauptzentrum in Vluyn

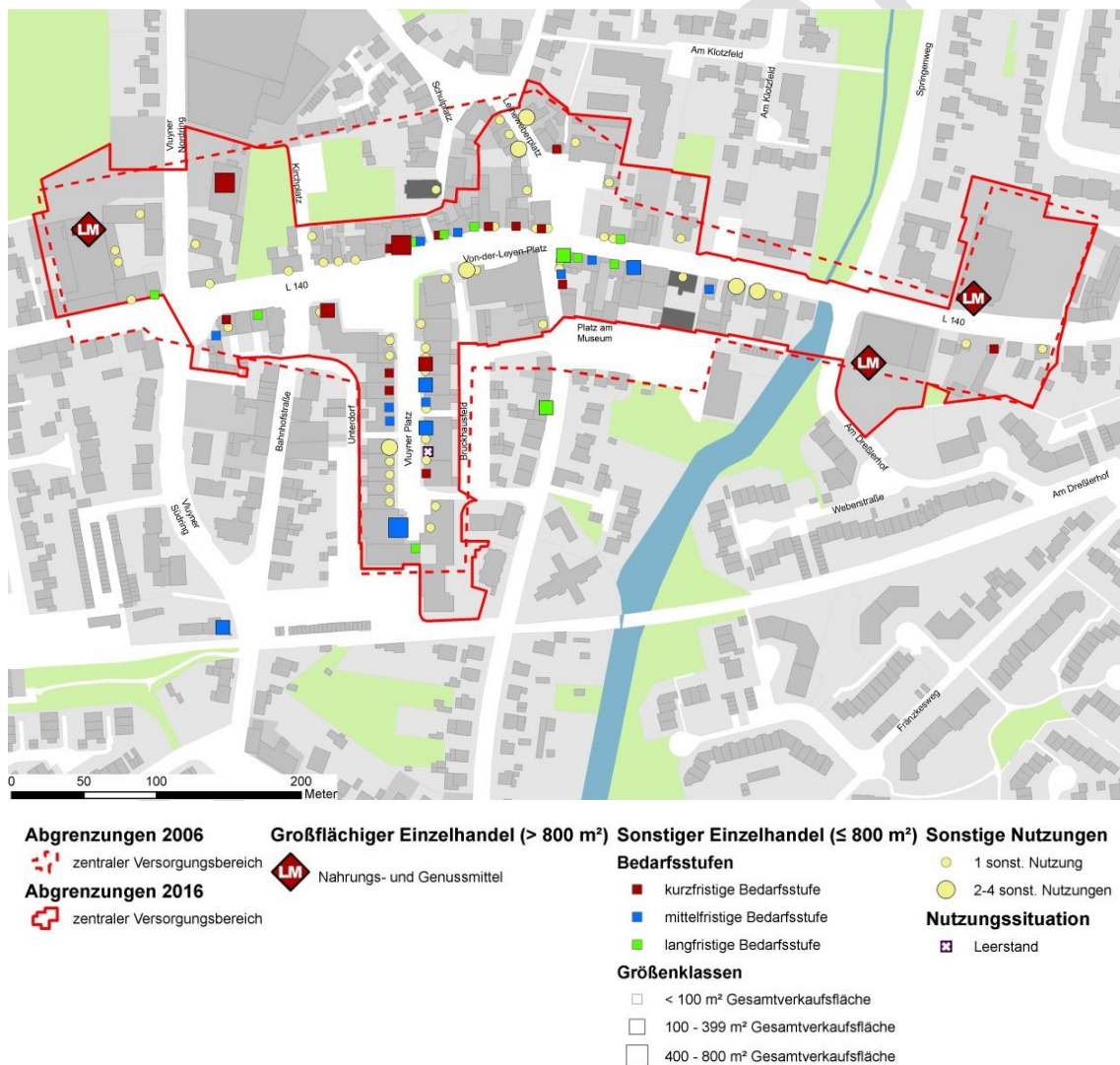
Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Vluyn als Hauptzentrum der Stadt Neukirchen-Vluyn ist sowohl unter qualitativen als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Neukirchen-Vluyn. Der hier ansässige Einzel-

handel dient insbesondere der Versorgung der Neukirchen-Vluyner Bevölkerung, aber auch angrenzende Kommunen des mittelzentralen Verflechtungsbereiches sollen mitversorgt werden. In erster Linie stellen die nahversorgungsrelevanten Anbieter Aldi, Edeka und Lidl, welche den zentralen Versorgungsbereich einrahmen, die Magnetbetriebe des Zentrums dar.

Das Hauptzentrum Vluyn mit seinen Nutzungsstrukturen verfügt durch die dort ansässigen Frequenzbringer über die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität eines Hauptzentrums.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich in Vluyn, wie in nachfolgender Karte 16 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Vluyn“



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Mai 2016; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches des Hauptzentrums Vluyn wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dementsprechend ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen durch eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung, weitestgehend identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2006. Ein besonderes Merkmal ist das Vorhandensein der Lebensmittelmärkte, die sowohl eine wichtige Magnetfunktion darstellen und gleichzeitig die räumlichen „Eckpunkte“ des zentralen Versorgungsbereiches darstellen.

Gegenüber der Abgrenzung aus dem Jahr 2006 sind zwei Bereiche (nördlich der Niederrheinallee zwischen Leineweberplatz und Springenweg sowie ebenfalls nördlich der Niederrheinallee zwischen Kirchplatz und Leineweberplatz) aus dem zentralen Versorgungsbereich herausgenommen worden, da diese durch Wohnen bzw. sonstige Nutzungen geprägt sind und nicht die erforderliche Nutzungsmischung eines zentralen Versorgungsbereiches aufweisen.

Der Platz am Museum wird künftig auch nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen, da er durch Verkehrsflächen und Stellplätze dominiert wird und keine zentrenprägenden Nutzungen aufweist.

In ihrem südlichen Verlauf wurde die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches südlich des Vluyners Platzes um ein Gebäude erweitert, da dieses zum städtebaulichen Ensemble des Platzes gehört.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität des Zentrums ist es auch zukünftig ratsam, den zentralen Versorgungsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Zentrums zu gewährleisten.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten – insbesondere des großflächigen – Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Vluyn. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität im Zentrum von Vluyn mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum Vluyn“.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung des Zentrums, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Qualitative und räumliche Verbesserungen sind in nahezu allen Branchen – neben quantitativen

Ausbaumöglichkeiten – durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.

- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Vluyn gegenüber Wettbewerbsstandorten sowohl durch quantitative als auch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. Grundsätzlich ist ein Erhalt und eine Stärkung von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Vluyn Zentrum anzustreben. Mögliche großformatige Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität des Hauptzentrums, beispielsweise durch Stärkung einer kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten des Zentrums sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

7.1.2 Das Nebenzentrum in Neukirchen

Das Nebenzentrum Neukirchen ist nach dem Hauptzentrum Vluyn der bedeutendste Angebotsstandort in Neukirchen-Vluyn. Unter quantitativen Gesichtspunkten ist er – trotz Verkaufsflächenzuwachs durch die Ansiedlung des Verbrauchermarktes Edeka sowie der geplanten Ansiedlung des Drogeriefachmarktes Rossmann – dem Hauptzentrum deutlich nachgeordnet. Der hier ansässige Einzelhandel dient hauptsächlich der Versorgung der im Stadtteil Neukirchen ansässigen Bevölkerung. Das bereits ansässige Einzelhandelsangebot hält Angebote aller Bedarfsstufen bereit. Problematisch ist die hohe Leerstandsquote, die sich vor allem entlang der Hochstraße im Abschnitt zwischen Lindenstraße / Bruchstraße im Norden und Mozartstraße im Süden zeigt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Nebenzentrum Neukirchen, wie in nachfolgender Karte 16 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 17: Zentraler Versorgungsbereich „Nebenzentrum Neukirchen“



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Mai 2016; Kartengrundlage: Geobasisdaten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Neukirchen wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dementsprechend ist auch hier die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen durch eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung, weitestgehend identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2006.

Im Gegensatz zur damaligen Abgrenzung wurde der zentrale Versorgungsbereich um die Fläche zwischen Post-, Grevenstraße und Niederheinallee erweitert. Auf diesem Gelände befinden sich mit einem Einzelhandelsbetrieb, einem für den Einzelhandel nutzbaren Leerstand und Dienstleistungsbetrieben wie einer Sparkassengeschäftsstelle

zentrenrelevante Nutzungen. Zudem bestehen für den nordwestlich der Kreuzung Andreas-Bräm-Straße / Niederrheinallee gelegenen Bereich Bauabsichten, die im Bebauungsplan 33 der Stadt Neukirchen-Vluyn konkretisiert sind.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich somit hauptsächlich entlang der Hochstraße und der Andreas-Bräm-Straße in Nord-Süd-Ausdehnung. Das Einzelhandelsangebot dünnt im südlichen Bereich deutlich aus. Die meisten Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungen befinden sich im nördlichen Bereich entlang der Hochstraße sowie der Linden- und der Bruchstraße. In diesem Bereich ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes des Filialisten Rossmann geplant. Auf dem Areal südwestlich der Kreuzung Mozartstraße / Andreas-Bräm-Straße wurde im Dezember 2016 mit dem Lebensmittelvollsortimenter Edeka ein Magnetbetrieb eröffnet, der das vorhandene Angebot deutlich ergänzt. Es ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung des geplanten Drogeriemarktes neben dem neuen Edeka eine weitere Aufwertung des Nebenzentrums nach sich ziehen wird.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- neue Einstufung des zentralen Bereiches Neukirchen als Nebenzentrum
- Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs
- Innenentwicklung, d. h. Reaktivierung von Leerständen, Prüfung zur Zusammenlegung von Ladenlokalen zur Erlangung marktgängiger Betriebsgrößen
- Stärkung der Multifunktionalität (Dienstleistungen, Kultur, Gastronomie)
- Stärkung von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Ortskern
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung durch Ausbau nahversorgungsrelevanter Angebote
- Ausbau von Attraktivität und Aufenthaltsqualität
- Stärkung einer kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur
- Nutzung der Edeka- und Rossmann-Ansiedlungen als Impuls für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen

7.2 Weitere Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Neukirchen-Vluyn Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Neukirchen-Vluyn und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Neukirchen-Vluyn nicht allein durch das Hauptzentrum Vluyn sowie das Nebenzentrum Neukirchen geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Neukirchen-Vluyn folgende bestehende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Andreas-Bräm-Straße (derzeit Aldi)
- Max-von-Schenkendorf-Straße (derzeit Netto; ehem. Zentrum Ernst-Moritz-Arndt-

Straße)

- Niederrheinallee (derzeit Penny)

Ehemaliger zentraler Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße

Wie oben bereits ausgeführt, erfüllt das ehemalige Zentrum Ernst-Moritz-Arndt-Straße aktuell nicht mehr die rechtlich geforderten Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich. Da sich aufgrund bestimmter Grundstücksbedingungen die vorhandene Potenzialfläche des ehemaligen Supermarktes in absehbarer Zeit nicht für notwendige (nahversorgungsrelevante) Einzelhandelsvorhaben nutzen lässt, fehlt dem Angebotsstandort aktuell die Perspektive, um weiterhin als – zumindest perspektivischer – zentraler Versorgungsbereich eingestuft zu werden. Der jetzige Besatz reicht insgesamt nicht aus, um ein städtebauliches und versorgungsstrukturelles Gewicht über den Nahbereich hinaus vollumfänglich zu erfüllen. Neben dem kleinflächigen strukturprägenden Lebensmitteldiscounter Netto, der derzeit als einziger nennenswerter Anbieter eine Nahversorgung anbietet, sind weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote ansässig, die das nahversorgungsrelevante Angebot ergänzen.

Für eine perspektivische Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich müsste der großflächige Leerstand des ehemaligen Edeka-Marktes zur Arrondierung der Angebotsausstattung – insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Bausteinen – genutzt werden, wobei auch die südlich angrenzende Potenzialfläche Berücksichtigung finden könnte. Erst dann würden die Kriterien zur Einordnung als zentraler Versorgungsbereich erfüllt.

Im Hinblick auf die Entwicklungsziele des Angebotsstandortes an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße sind jedoch auch andere potenzielle Nahversorgungsstandorte zu berücksichtigen. Für den Fall, dass für einen weiteren Nahversorgungsstandort der Bereich Niederberg in der Stadt priorisiert wird, würde die Perspektive eines zentralen Versorgungsbereiches an der Ernst-Moritz-Arndt-Straße entfallen, da das notwendige Kaufkraftpotenzial für zwei zusätzliche Lebensmittelmärkte in Neukirchen-Vluyn nicht ausreicht.

Entwicklungsempfehlungen für solitäre Nahversorgungsstandorte

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Neukirchen-Vluyn derzeit vor allem in

den Siedlungsrandbereichen sowie im Bereich Niederberg ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Vluyn und Neukirchen oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600m-Wege­distanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentsspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche aller Stadtteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen auch in Neukirchen-Vluyn geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemarkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemarkten** sind an-

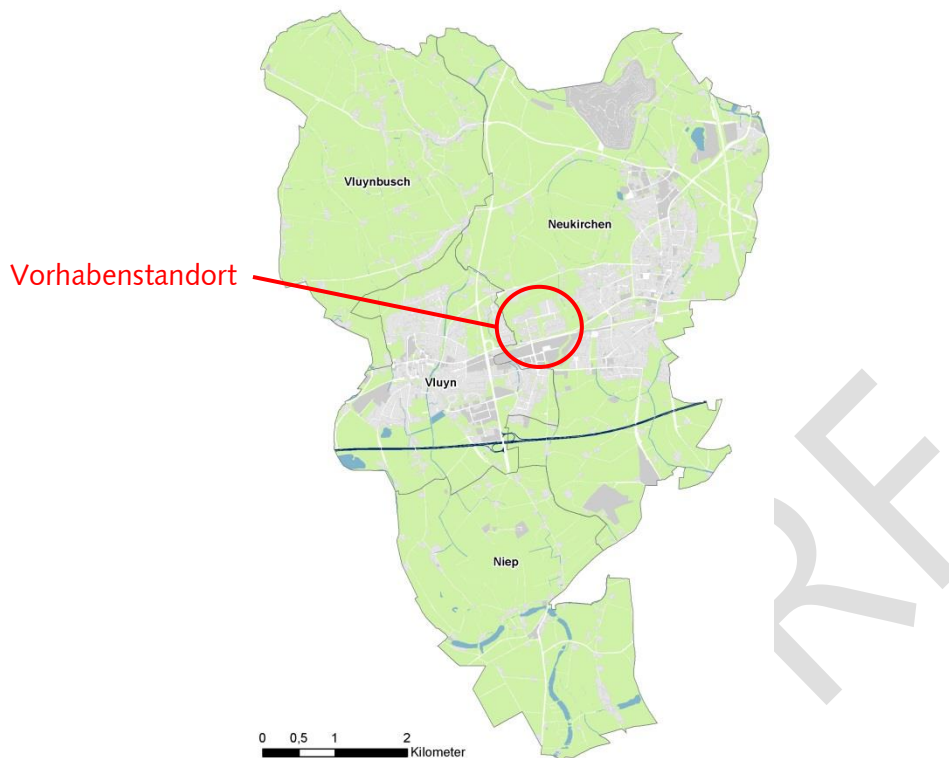
gesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen grundsätzlich **vor allem im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** sinnvoll. Durch die aktuellen Planungen, die Ansiedlung des Drogeriemarktes Rossmann im Nebenzentrum Neukirchen, wird diesem Anspruch Rechnung getragen. Weitere Standorte außerhalb des Haupt- sowie des Nebenzentrums sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll.

- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

Standortbewertung Niederberg

Im Bereich des ehemaligen Bergwerks Niederberg findet aktuell die größte Wohnbauentwicklung im Neukirchen-Vluyner Gemeindegebiet statt. Da in diesem Rahmen auch eine Einzelhandelsentwicklung im Nahversorgungsbereich angestrebt wird, wird im Folgenden die potenzielle Dimensionierung eines Vorhabens hergeleitet und begründet.

Abbildung 7: Lage des Vorhabenstandortes im Stadtgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Kartengrundlage: Geobasisdaten der Stadt Neukirchen-Vluyn

Der Planstandort Niederberg befindet sich etwa mittig zwischen den Siedlungsbereichen der Stadtteile Vluyn und Neukirchen. Der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Vluyn ist etwa 1,5 km entfernt, der zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Neukirchen wird nach rund 1,7 km erreicht. Der nächstgelegene Lebensmittelmarkt ist momentan der Lebensmitteldiscounter Penny an der Niederrheinallee, welcher sich knapp 1,3 km vom Neubaugebiet entfernt befindet. Eine fußläufige Nahversorgung ist somit für das Gebiet aktuell nicht gegeben.

Dem folgenden Rahmenplan kann die zukünftige städtebauliche Struktur des Bereiches entnommen werden:

Abbildung 8: Rahmenplan Niederberg



Quelle: Pesch & Partner, 2004

Das Plangebiet erstreckt sich nördlich und südlich der Niederrheinallee. Wohnbebauung ist ausschließlich für den nördlichen Bereich vorgesehen und wird bereits, in mehrere Bauabschnitte unterteilt, entwickelt. Insgesamt sollen rund 450 neue Wohneinheiten realisiert werden.⁴⁸

Auf dem südlich der Niederrheinallee gelegenen Areal, wo sich auch die noch erhaltenen Gebäude des Bergwerks befinden, sollen Dienstleistungs-, Gewerbe- und auch Einzelhandelsnutzungen angesiedelt werden.

Zu diesen angestrebten Einzelhandelsansiedlungen soll auch ein Lebensmittelanbieter gehören. Dieser soll, auch im Sinne der Regelungen dieses fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes, in erster Linie der Nahversorgung dienen. Daher wird im Folgenden die mögliche Dimensionierung sowohl eines Lebensmittelvollsortimenters als auch eines Lebensmitteldiscounters rechnerisch hergeleitet.

⁴⁸ Aufgrund der Dominanz von Einfamilienhäusern im Plangebiet wird von einer durchschnittlichen Bewohnerzahl von drei Bewohnern pro Haushalt ausgegangen.

Tabelle 16: Potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG) eines Lebensmittelanbieters am Standort Niederberg

geplante Wohneinheiten	(erwartete) Einwohner	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel (in €)	Flächenproduktivitäten	potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG)	potenzielle Gesamtverkaufsfläche
ca. 450	ca. 1.400 + ca. 1.500 („Bestand“) = ca. 2.900	rd. 6,8 Mio.	4.200 € / m ² (Lebensmittelvollsortimenter)	<u>650 m²</u>	<u>810 m²</u>
		davon 40 % (in €) rd. 2,7 Mio.	7.000 € / m ² (Lebensmitteldiscounter)	<u>390 m²</u>	<u>490 m²</u>

Quelle: eigene Darstellung

Die potenzielle Gesamtverkaufsfläche wird über die im Einzugsgebiet verfügbare Kaufkraft ermittelt. Hierfür muss zunächst die (erwartete) Einwohnerzahl bekannt sein. Am Standort Niederberg handelt es sich hierbei um rund 1.400 erwartete Einwohner im Neubaugebiet sowie um rund 1.500 Einwohner in den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen. Somit befinden sich zukünftig rund 2.900 Einwohner im Einzugsgebiet eines möglichen Lebensmittelanbieters.

Diese Einwohner verfügen über eine Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von rund 6,8 Mio. Euro. In die oben dargestellte Modellrechnung werden davon 40 % eingestellt, da von einer Nahversorgungsfunktion eines Anbieters ausgegangen werden kann, wenn der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens im Wesentlichen aus dem funktionalen Versorgungsgebiet, d. h. dem unmittelbaren Wohnumfeld realisiert werden kann, also überwiegend der Versorgung dieser sogenannten Mantelbevölkerung dient. Ein einzelner Lebensmittelanbieter kann je nach örtlicher Marktsituation max. bis zu 40 Prozent Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet realisieren, nur bei fehlender kleinräumiger Konkurrenzsituation und abgesetzter Lage der Siedlungsgebiete kann ein Anbieter in Ausnahmefällen auch darüber hinaus Kaufkraft auf sich vereinigen. Gründe für diese maximal erreichbaren Abschöpfungsquoten liegen unter anderem in traditionellen Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten und vor allem einer Ausdifferenzierung des Lebensmitteleinkaufs (u. a. auch Einkäufen bei Lebensmitteldiscountern, Fachgeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks etc.). 40 % der in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel vorhandenen Kaufkraft belaufen sich somit auf rund 2,7 Mio. Euro. Anhand der zu erwartenden Flächenproduktivitäten der zwei in die Modellrechnung eingestellten Betriebsformen – Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter – lassen sich die potenziellen Gesamtverkaufsflächen bestimmen. Für die Betriebsform eines Lebensmittelvollsortimenters ergibt sich eine Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von rund 650 m². Unter Berücksichtigung der üblicherweise angebotenen Randsortimente ergibt sich eine mögliche Gesamtverkaufsfläche des Lebensmittelvollsortimenters von rund 810 m². Deutlich geringer fallen die berechneten Verkaufsflächen für einen Lebensmitteldiscounter aus, da bei dieser Betriebsform höhere Flächenproduktivitäten erzielt

werden. Ein Lebensmitteldiscounter kann rechnerisch eine Verkaufsfläche von rund 390 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erreichen und somit unter Berücksichtigung der Randsortimente Waren auf einer Gesamtverkaufsfläche von rund 490 m² anbieten.

Durch die geplante Ansiedlung von Dienstleistungs- und Gewerbebetrieben auf dem südlichen Areal Niederbergs werden weitere Personenkreise den Standort aufsuchen. Daher ist in der folgenden Modellrechnung eben jene vor Ort arbeitende Bevölkerung berücksichtigt.

Tabelle 17: Potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG) eines Lebensmittelanbieters am Standort Niederberg (unter zusätzlicher Berücksichtigung der arbeitenden Bevölkerung)

geplante Wohneinheiten	(erwartete) Einwohner	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel (in €)	Flächenproduktivitäten	potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG)	potenzielle Gesamtverkaufsfläche
ca. 450	ca. 1.400 + ca. 1.500 („Bestand“) + ca. 600 (Arbeitsplätze)	rd. 6,8 Mio. + rd. 0,3 Mio. (20 % der gesamten Kaufkraft NuG) = rd. 7,1 Mio.	4.200 € / m ² (Lebensmittelvollsortimenter)	<u>720 m²</u>	<u>900 m²</u>
	= ca. 3.500	davon 40 % (in €) rd. 3,0 Mio.	7.000 € / m ² (Lebensmitteldiscounter)	<u>430 m²</u>	<u>540 m²</u>

Quelle: eigene Darstellung

Somit kommen zu der (erwarteten) Wohnbevölkerung von rund 2.900 Personen weitere rund 600 Personen (Arbeitsplätze). Da sich diese Personen nur tagsüber am Standort aufhalten, werden von der ihnen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zur Verfügung stehenden Kaufkraft 20 % berücksichtigt. Im Ergebnis zeigt sich, dass ein Lebensmittelanbieter Nahrungs- und Genussmittel auf einer Fläche von rund 720 m² anbieten und insgesamt betrachtet eine Gesamtverkaufsfläche von 900 m² haben könnte. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für einen Lebensmitteldiscounter: Dieser könnte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 540 m² errichtet werden und auf rund 430 m² Nahrungs- und Genussmittel anbieten.

Eine unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten sinnvolle bzw. realistische Verkaufsflächengrößenordnung liegt demnach bei maximal 900 m² für einen Lebensmittelvollsortimenter und – bei Anwendung der Flächenproduktivität des Marktführers – bei rd. 500 m² für einen Lebensmitteldiscounter. Diese liegt jedoch deutlich unterhalb von unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten aktuell realistischer (Mindest-)Verkaufsflächengrößenordnungen.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche Vluyn und Neukirchen sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Neukirchen-Vluyn dient der Umsetzung dieses Ziels.

7.3 Sonderstandorte des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen mit mehreren peripher gelegenen und vorwiegend autokundenorientierten Einzelhandelsstandorten in Neukirchen-Vluyn weitere räumliche Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet, die über ein teil- / gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügen. Dabei handelt es sich vorwiegend um Einzelstandorte mit Angebotsschwerpunkten im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (z. B. Bau- und Gartenmarktsortimente). Eine Fachmarkttagglomeration befindet sich mit dem Baumarkt Toom und dem Reitsportfachmarkt Krämer an der Inneboltstraße.

Im Sinne der Ergänzungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen in Neukirchen-Vluyn ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung dieser Sonderstandorte möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment liegt.

Sonderstandorte außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche (ASB)

Als Entwicklungsziel der bestehenden Sonderstandorte in Neukirchen-Vluyn außerhalb von ASB soll in erster Linie die Erhaltung als Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gelten. Eine Ansiedlung zentrenrelevanter Angebote als Hauptsortiment soll nicht erfolgen. Angebotserweiterungen zur Bestandssicherung bestehender Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind hingegen grundsätzlich denkbar, bedürfen jedoch, in Abhängigkeit von der geplanten Größenordnung, einer separaten Bewertung.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Erhaltung der Sonderstandorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevanten, überwiegend großflächigen Einzelhandel
- keine Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote als Hauptsor-

timient über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand hinaus zur Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche in Neukirchen-Vluyn und der wohnortnahen Grundversorgung

- Bestandsschutz für bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment nicht über den genehmigten bzw. tatsächlich genutzten Bestand hinaus
- nicht-zentrenrelevante Angebotserweiterungen grundsätzlich denkbar, wenn der Betrieb im ASB lokalisiert ist; außerhalb ASB bzw. innerhalb der Gewerbegebiete geringfügige Angebotserweiterungen bestehender Betriebe zur Bestandssicherung im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich grundsätzlich denkbar (Vorbehalt Regional- bzw. Landesplanung)

Sonderstandorte innerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche (ASB)

Als Entwicklungsziel der bestehenden Sonderstandorte in Neukirchen-Vluyn innerhalb von ASB (z. B. die Fachmarkttagglomeration Toom und Krämer) soll in erster Linie die Erhaltung als Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gelten. Eine Ansiedlung zentrenrelevanter Angebote als Hauptsortiment soll nicht erfolgen. Angebotserweiterungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich denkbar.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Erhaltung der Sonderstandorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte für nicht-zentrenrelevanten, überwiegend großflächigen Einzelhandel
- keine Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote als Hauptsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand hinaus zur Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche in Neukirchen-Vluyn und der wohnortnahen Grundversorgung
- Bestandsschutz für bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment
- nicht-zentrenrelevante Angebotserweiterungen grundsätzlich denkbar

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung von Sonderstandorten in Neukirchen-Vluyn

Derzeit fehlen in der Stadt Neukirchen-Vluyn Potenzialflächen für die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment. Einen dafür ausgewiesenen Sonderstandort mit entsprechenden Entwicklungsflächen innerhalb ASB gibt es nicht. Um für zukünftige Entwicklungen in der Stadt jedoch entsprechende Flächen bereitstellen zu können, so dass die Stadt ihre mittelzentrale Versorgungsfunktion ausbauen kann, ist es notwendig, potenzielle Bereiche innerhalb des Stadtgebietes zu identifizieren. Diese sollen jedoch aktuell im Konzept nicht explizit ausgewiesen werden, sondern werden für den jeweiligen Einzelfall innerhalb des ASB gesucht.

8 Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.⁴⁹

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2006. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Neukirchen-Vluyn Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt.⁵⁰ Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 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 nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrenggefüge geschützt werden.⁵¹ Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Ein-

⁴⁹ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁵⁰ 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)

⁵¹ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

kaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmittel-discountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁵².

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente⁵³ 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, 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 am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. 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 zentralen Versorgungsbereiche zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstand-

⁵² 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)

⁵³ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

orten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheits- und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO 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). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Neukirchen-Vluyn – für den innerstädtischen Einzelhandel 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 (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im Teilplan Großflächiger Einzelhandel definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren

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

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

Herleitung der Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵⁴ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt 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

⁵⁴ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes notwendig).

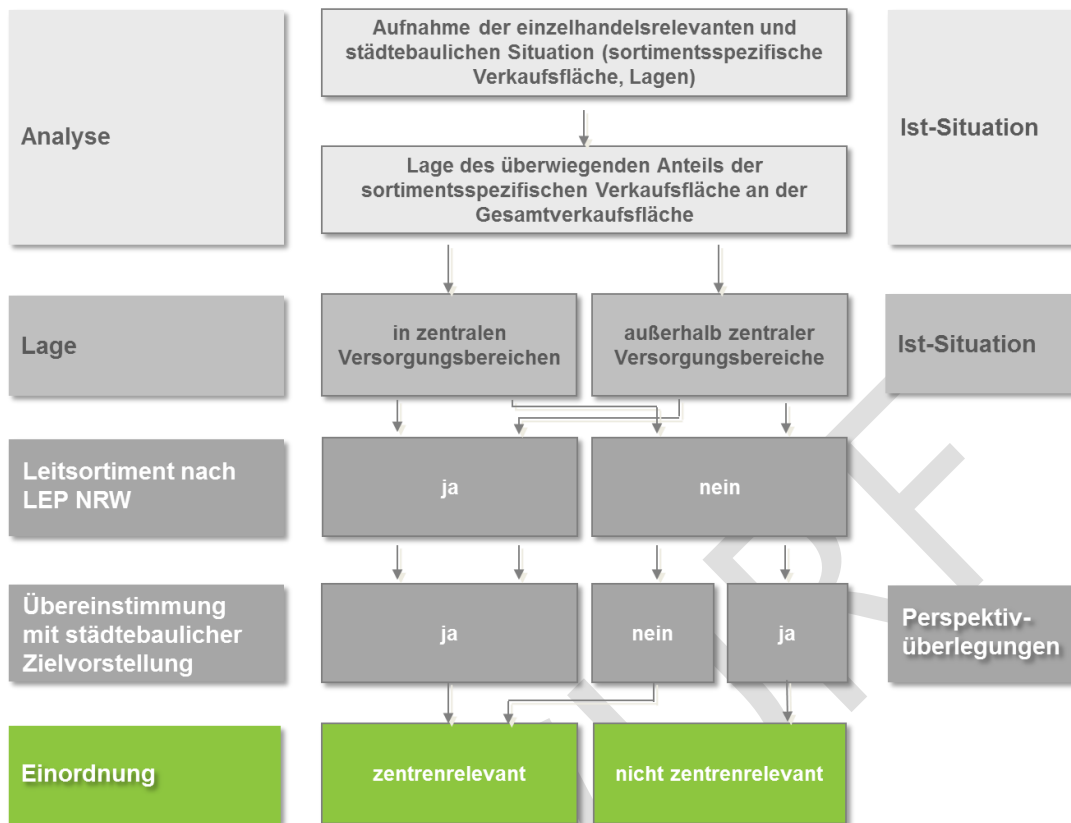
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Neukirchen-Vluyn 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 Neukirchen-Vluyn.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil in den zentralen Versorgungsbereich in Neukirchen-Vluyn verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit der Neukirchen-Vluyn Zentren besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Neukirchen-Vluyn:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Neukirchen-Vluyn aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Neukirchen-Vluyn ergibt sich die im Folgenden dargestellte Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten⁵⁵:

⁵⁵ Eine Erläuterung zu den aufgeführten Sortimenten bzw. Sortimentsgruppen findet sich in mit der Auflistung der sortimentspezifischen Erhebungssystematik des Büros Junker + Kruse in Tabelle 1.

Tabelle 18: Sortimentsliste für die Stadt Neukirchen-Vluyn

zentrenrelevante Sortimente <i>(abschließende Auflistung)</i>	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
<i>Backwaren / Konditoreiwaren</i>	<i>Getränke</i>
<i>Blumen*</i>	<i>Nahrungs- und Genussmittel</i>
<i>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</i>	<i>pharmazeutische Artikel (Apothekenwaren)</i>
<i>Fleischwaren</i>	<i>Zeitungen / Zeitschriften</i>
<i>Bekleidung</i>	<i>Medizinische und orthopädische Artikel</i>
<i>Bücher</i>	<i>Musikinstrumente und Zubehör</i>
<i>Elektrokleingeräte</i>	<i>Papier, Büroartikel, Schreibwaren</i>
<i>Elektronik / Multimedia</i>	<i>Schuhe</i>
<i>Fahrräder und technisches Zubehör</i>	<i>Spielwaren</i>
<i>Glaswaren / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren</i>	<i>Sportartikel</i>
<i>Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle*</i>	<i>Sportbekleidung und Sportschuhe</i>
<i>Heim- und Kleintierfutter*</i>	<i>Uhren / Schmuck</i>
<i>Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe*</i>	<i>Wohndekorationsartikel*</i>
<i>Hobbyartikel</i>	
<i>Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme</i>	
Nicht-zentrenrelevante Sortimente <i>(keine abschließende Auflistung)</i>	
<i>Angler-, Jagdartikel und Waffen</i>	<i>Kinderwagen</i>
<i>Bauelemente / Baustoffe</i>	<i>Lampen / Leuchten / Leuchtmittel</i>
<i>baumarktspezifisches Sortiment</i>	<i>Matratzen</i>
<i>Bettwaren</i>	<i>Möbel (inkl. Küchen)</i>
<i>Campingartikel</i>	<i>Pflanzen / Samen</i>
<i>Elektro Großgeräte</i>	<i>Reitsportartikel</i>
<i>Erotikartikel</i>	<i>Sport Großgeräte</i>
<i>Gartenartikel / -geräte</i>	<i>Teppiche (Einzelware)</i>
<i>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</i>	<i>Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)</i>
	<i>Zoologische Artikel</i>

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

kursiv dargestellt: Leitsortiment lt. sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel NRW

Die vorliegende Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Neukirchen-Vluyn. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 ergeben sich durch redaktionelle Änderungen

einerseits und die geänderte Sortimentssystematik andererseits kleinteilige Veränderungen.

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 eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht im zentralen Versorgungsbereich konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise in Bezug auf Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren oder Wohndekorationsartikel).

Die konkrete Einstufung einzelner Sortimente lässt sich wie folgt erläutern:

- In der Warengruppe Sport und Freizeit wird das Sortiment **Angler-, Jagdartikel und Waffen** zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingeordnet. Anglerartikel wurden in der Sortimentsliste von 2006 nicht separat aufgeführt, Waffen und Jagdbedarf wurden bislang als zentrenrelevante Sortimente eingestuft. Aktuell befindet sich das gesamte Angebot dieser Sortimentsgruppe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, so dass Angler-, Jagdartikel und Waffen zukünftig in der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente geführt werden.
- In der gleichen Warengruppe wird die Sortimentsgruppe **Fahrräder und technisches Zubehör** weiterhin als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Ein Großteil (knapp 80 %) des Angebots dieser Sortimentsgruppe befindet sich innerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Sowohl für das Hauptzentrum in Vluyn als auch für das Nebenzentrum in Neukirchen stellen diese Betriebe wichtige Magnetbetriebe dar. Um diese zu schützen und sie langfristig in den zentralen Versorgungsbereichen zu halten, wird die Sortimentsgruppe Fahrräder und technisches Zubehör als zentrenrelevant eingestuft.
- Das Sortiment **Campingartikel** wurde – ebenso als Bestandteil der Warengruppe Sport und Freizeit – im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen. Im bisherigen Einzelhandelskonzept wurden Campingartikel innerhalb der Sortimentsgruppe „Sport- und Campingartikel, Sportgeräte“ in der Liste der zentrenrelevanten Sortimente geführt. Aktuell stellen Campingartikel allerdings lediglich ein Randsortiment innerhalb des Toom Baumarktes dar. Da sich in Neukirchen-Vluyn derzeit 100 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden, ist das Sortiment Campingartikel – auch aufgrund seiner geringen Magnetfunktion – zukünftig als nicht-zentrenrelevant einzustufen.
- Ähnlich wie das Sortiment Campingartikel wird auch das Sortiment **Sportgroßge-**

räte als Bestandteil der Warengruppe Sport und Freizeit im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neukirchen-Vluyn von der bisherigen Sortimentsgruppe abgekoppelt und in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen. Bisher wurde das Sortiment Sportgroßgeräte als zentrenrelevant eingestuft. Derzeit ist in Neukirchen-Vluyn kein entsprechendes Angebot vorhanden. Zudem stellen Sportgroßgeräte eine Sortimentsgruppe dar, die hauptsächlich große Flächen beanspruchen und im Hinblick auf ihre Beschaffenheit und Transportfähigkeit vor allem ein autokundenorientiertes Sortiment darstellen. Aufgrund dessen wird das Sortiment innerhalb der Sortimentskategorien zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

- Das Sortiment **Reitsportartikel** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste nicht vertreten, wird aber in Neukirchen-Vluyn aktuell ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten (Reitsportfachmarkt Krämer). Zwar bleibt Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, es lassen sich jedoch Ausnahmeregeln für eindeutige Funktionsbekleidung, die ausschließlich zu speziellen sportlichen Zwecken genutzt werden kann, formulieren. Dazu zählen beispielsweise Reithosen und Reithelme, nicht jedoch Sport- oder Freizeitbekleidung im Allgemeinen.
- Die Sortimente **Bettwaren** und **Matratzen** innerhalb der Warengruppe Wohneinrichtung sind in der bisherigen Sortimentsliste nicht separat aufgeführt. Da die Sortimente in der Stadt Neukirchen-Vluyn zu annähernd 100 % außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten werden, werden sie zukünftig in die Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgenommen.
- Die Sortimente **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel** sowie **Zoologische Artikel** werden ebenso bislang in der Neukirchen-Vluyner Sortimentsliste nicht separat aufgeführt. Da diese Sortimente aktuell fast ausschließlich in Betrieben außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten werden und diese überwiegend als Randsortimente in Bau- oder Gartenmärkten angeboten werden, werden sie zukünftig in der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente geführt.

9 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Neukirchen-Vluyn** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neukirchen-Vluyn abgeleitet werden.

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

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

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen wurden vor allem unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung entwickelt, so dass diese Ansiedlungsregeln zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

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

Ansiedlungsregel 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Nebenzentrum, perspektivisches Nahversorgungszentrum) liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Neukirchen-Vluyner zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie...

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht wesentlich überschreitet),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz).

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt 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 zukünftig grundsätzlich **in den zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche 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 die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nahbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum

schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zur **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 eine Quote von 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁵⁶ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

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

Im **zweigeteilten Hauptsiedlungsbereich** Neukirchen-Vluyns entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rund 600 m. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensvollsortimenter in einer Größenordnung von rund 1.200 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein.⁵⁷ Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde.

Um auch in dünner besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansonsten lediglich über geringfügige bzw. keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Neukirchen-Vluyn zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet außerhalb der Hauptsiedlungsbereiche anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren. Dies gilt beispielsweise

⁵⁶ Diese liegt derzeit bei rund 2.354 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016).

⁵⁷ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %. Vergleichbares gilt – aufgrund der in der Regel höherer Flächenproduktivität – für Lebensmitteldiscounter in einer Größenordnung von rund 1.000 m².

für potenzielle Ansiedlungen eines Lebensmittelmarktes im Bereich Niederberg oder im südöstlichen Siedlungsbereich des Stadtteils Neukirchen (Barbaraviertel).

Berechnungsbeispiel zur „40 % - Regel“:

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert, außerhalb der 600 m-Zone um die Zentren
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an ($1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 6,7 Mio. Euro ($960 \text{ m}^2 \times 7.000 \text{ Euro} / \text{m}^2$ (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 6,72 Mio. Euro

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,05 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ($3.000 \text{ EW} \times 2.350 \text{ Euro je EW} = 7,05 \text{ Mio. Euro}$).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen: $7,05 \text{ Mio. Euro} \times 40 \% = 2,82 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte: ($6,72 \text{ Mio. Euro} / 2,82 \text{ Mio. Euro} = 2,38$)

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte).

Das Vorhaben ist im Sinne des aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsgrundsatzes 1 nicht zulässig.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an den **Sonderstandorten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbe-

trachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Neukirchen-Vluynner Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) müssen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Vluyn liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten ebenfalls im Hauptzentrum Vluyn liegen. Innerhalb des Nebenzentrums und des perspektivischen Nahversorgungszentrums sind nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Zentrums (Stadtteil) dienen.

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

Ausnahme 1: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) 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.

Ausnahme 2: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können kleinflächige Betriebe („Läden“) mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten oder Mischgebieten in Neukirchen-Vluyn zugelassen werden, wenn sie nachweislich der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen (sog. Gebietsversorger).

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere des Hauptzentrums Vluyns mit seiner gesamtstädtischen Versorgungsfunktion zu gewähr-

leisten und so das Standortgefüge innerhalb des Neukirchen-Vluyner Stadtgebietes 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 die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Neukirchen-Vluyn gelenkt werden, um diese Standorte in der jeweiligen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptzentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum Vluyn“ liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können auch im Nebenzentrum sowie im perspektivischen Nahversorgungszentrum realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Zentrums gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Zentrenentwicklung, aber auch einer Entwicklung des perspektivischen Nahversorgungszentrums, ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen folgende Kriterien geprüft 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, Warenangebot) 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 der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) im Sinne einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche Neukirchen-Vluyns. Daher impliziert der Grundsatz einen **grundsätzlichen Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in Neukirchen-Vluyn. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der

Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 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, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in 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 Neukirchen-Vluyn 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 Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Neukirchen-Vluyn entspricht. Nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁸ mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen und an dafür vorgesehenen Sondergebietsstandorten angesiedelt.

Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Neukirchen-Vluynner Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Vluyn** 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 kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Einzelfall zu prüfen. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neukirchen-Vluyn sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 2.500 m^2 Verkaufsfläche, nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung zentraler Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

⁵⁸ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Erläuterungen:

Das Einzelhandelskonzept definiert für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** explizit noch keine Vorrangstandorte. Dies erhöht einerseits die Realisierungsmöglichkeiten sowie die Flexibilität innerhalb des Stadtgebietes. Allerdings fehlen derzeit geeignete Flächen für eine potenzielle Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn. Für die Stadt als Mittelzentrum ist im Hinblick auf weitere Einzelhandelsentwicklungen zu empfehlen, Standorte für eine mögliche Konzentration großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment vorzuhalten.

Geeignete Flächen finden sich in Neukirchen-Vluyn jedoch aktuell lediglich außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche, so dass für die Ausweisung als Sonderstandort für Einzelhandelsbetriebe eine Umwidmung des Regionalplans erforderlich ist.

Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im Hauptzentrum 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 der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes 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 Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Neukirchen-Vluyn eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 2.500 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. 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 geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der ASB an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

Anhang

ENTWURF

A1 Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Neukirchen-Vluyn differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie	60
Abbildung 2:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Neukirchen-Vluyn im Jahr 2016 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung.....	62
Abbildung 3:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	75
Abbildung 4:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)	78
Abbildung 5:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Neukirchen-Vluyn als rein quantitative Orientierungsgröße	80
Abbildung 6:	Standortstrukturmodell für die Stadt Neukirchen-Vluyn.....	93
Abbildung 8:	Lage des Vorhabenstandortes im Stadtgebiet.....	112
Abbildung 9:	Rahmenplan Niederberg	113
Abbildung 7:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	123

Tabellenverzeichnis


Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	16
Tabelle 4:	Neukirchen-Vluyn Stadteile mit Einwohnerzahlen	23
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Neukirchen-Vluyn	26
Tabelle 6:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich.....	30
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand in Neukirchen-Vluyn nach Warengruppen	31
Tabelle 8:	Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Neukirchen.....	46
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Vluyn	51
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot im zentralen Bereich Ernst-Moritz-Arndt-Straße	53
Tabelle 11:	Verkaufsflächenangebot im Gewerbegebiet Neukirchen Nord	55
Tabelle 12:	Verkaufsflächenangebot im Gewerbegebiet Vluyn Süd	57

Tabelle 13:	Einzelhandelsangebot in den Neukirchen-Vluyner Stadtteilen	59
Tabelle 14:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Neukirchen-Vluyner Stadtteilen	66
Tabelle 15:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Tendaussagen.....	77
Tabelle 17:	Potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG) eines Lebensmittelanbieters am Standort Niederberg	114
Tabelle 18:	Potenzielle Gesamtverkaufsfläche (NuG) eines Lebensmittelanbieters am Standort Niederberg (unter zusätzlicher Berücksichtigung der arbeitenden Bevölkerung)	115
Tabelle 16:	Sortimentsliste für die Stadt Neukirchen-Vluyn	124

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Neukirchen-Vluyn in der Region	21
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur von Neukirchen-Vluyn	22
Karte 3:	Einzugsbereich des Neukirchen-Vluyner Einzelhandels	25
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	27
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn	40
Karte 6:	Leerstände in Neukirchen-Vluyn.....	42
Karte 7:	Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereiches Neukirchen.....	43
Karte 8:	Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereiches Vluyn	47
Karte 9:	Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Ernst-Moritz-Arndt-Straße	52
Karte 10:	Die Einzelhandelslagen am Standort Gewerbegebiet Neukirchen Nord	54
Karte 11:	Die Einzelhandelslagen des Standortes Gewerbegebiet Vluyn Süd.....	56
Karte 12:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neukirchen-Vluyn und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006	58
Karte 13:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Neukirchen-Vluyn mit 600 m – Fußwegedistanzen.....	69
Karte 14:	Räumliches Entwicklungsleitbild	85
Karte 15:	Perspektivische Standortstruktur in Neukirchen-Vluyn.....	98
Karte 16:	Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Vluyn“	103
Karte 17:	Zentraler Versorgungsbereich „Nebenzentrum Neukirchen“	106

A2 Legende

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

ENTWURF

A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

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

	Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von über 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebens-

mittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.

Nahversorgungszentrum

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

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

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

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

Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort

Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindefest spezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteil- / Ortsteilzentrum

Ein Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmittel-discounter (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.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Neukirchen-Vluyner Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Neukirchen-Vluyn integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret

wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mehr als zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

**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 zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die 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 dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den

Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

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

Zentraler Versorgungsbereich

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

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

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung

etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

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

Zielzentralität

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