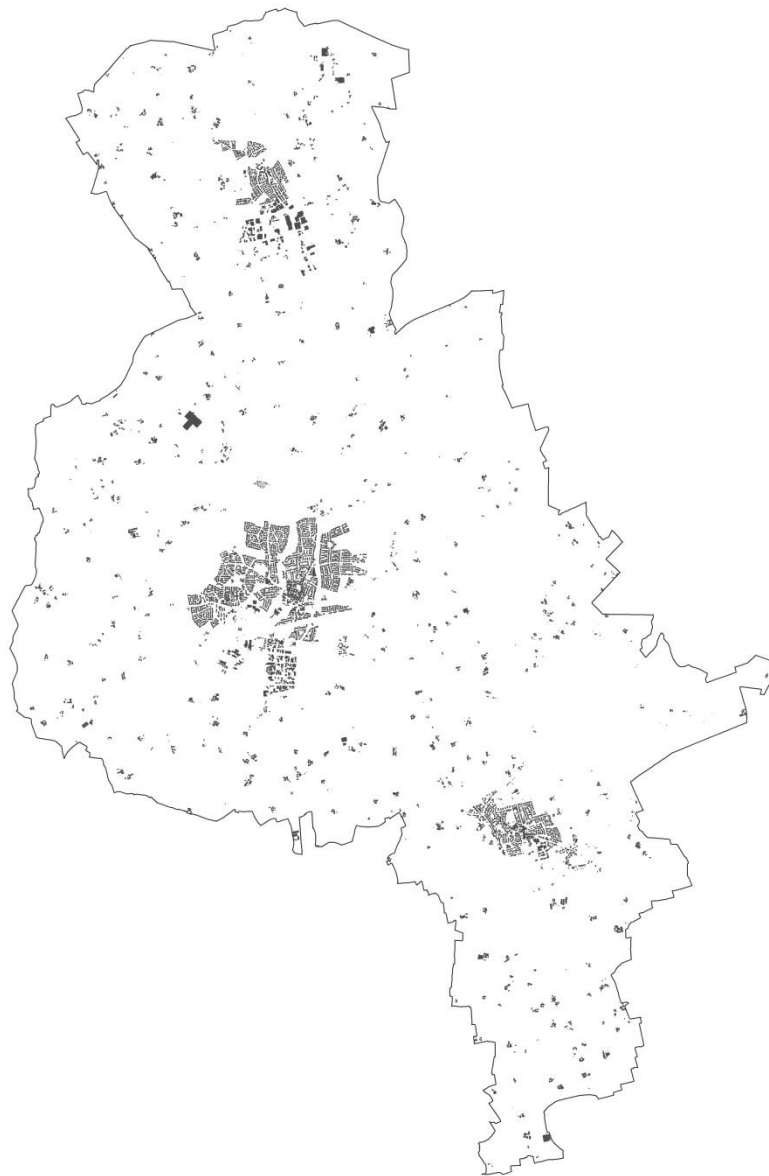


EINZELHANDELSKONZEPT für die Gemeinde Senden

– Fortschreibung –



Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Senden – Fortschreibung –

Im Auftrag der Gemeinde Senden

Gabriele Sobotka
Stefan Kruse



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

Mai 2018

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	18
2.4	Prozessbegleitung	19
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen.....	21
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	21
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Senden.....	24
3.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....	27
4	Aktuelle Angebotssituation in Senden	30
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Senden	30
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Senden.....	36
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Senden.....	48
4.3.1	Der Sendener Ortskern	48
4.3.2	Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt.....	53
4.3.3	Sonderstandort Bösensell	55
4.3.4	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Senden	56
4.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in Senden.....	63
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	67
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Senden	70
6	Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Senden	79
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	79
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung	82
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells.....	86
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Senden	92

7.1	Zentraler Versorgungsbereich	92
7.1.1	Der Hauptgeschäftsbereich im Ortskern	95
7.1.2	Ehemaliges Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt	98
7.2	Sonderstandort des Einzelhandels in Senden	99
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung	101
8	Fortschreibung der Sendener Sortimentsliste	104
9	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	115
Anhang	125
A1	Verzeichnisse	126
A2	Legende	129
A3	Karten	130
A4	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	133

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Gemeinde Senden verfügt über ein gesamtgemeindliches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Junker + Kruse erarbeitet und 2009 vom Rat der Gemeinde Senden als „Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Senden“ 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 Gemeinde Senden, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Gemeindegebiet einschätzen zu können und dient Verwaltung und Politik der Gemeinde Senden so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Gemeindeentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die gemeindeentwicklungspolitisch 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 neun Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Sendener Einzelhandelsbestandes im Mai / Juni des Jahres 2008 stattgefunden hat. Seitdem haben nicht nur Veränderungen in der Sendener Einzelhandelslandschaft stattgefunden, auch werden derzeit verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Gemeindegebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Sendener Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel – in Kraft getreten im Februar 2017 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 Gemeinde Senden das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

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 Einzel-

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)

handels in Senden im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde Senden, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern 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 wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten bzw. erhöhen. Die Gemeinde Senden erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Gemeinderatsbeschluss 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 diese auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum „entlastet“ die Gemeinde 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 Senden.

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2009 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 Gemeinde Senden stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Sendener Gemeindegebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Bereichen. Ergänzend wurde eine Kundenherkunftserhebung unter Mitwirken von auserwählten Einzelhändlern in Senden vorgenommen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Gemeinde Senden 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 Senden ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Juli / August 2016 eine flächendeckende **Vollerhebung des Sendener Einzelhandelsbestandes** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung / Befahrung des gesamten Gemeindegebietes 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.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter 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 Kassenvorraumes (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 erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, 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> (Aktenvernichter, 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, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
Sport und Freizeit	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, Stützen, 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		
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen	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>Wohneinrichtungsartikel</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, Holzfasern-, 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, Duschtrennungen), <u>Tapeten</u> (auch Kleister), <u>Installationsmaterial</u> für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, <u>Maschinen / Werkzeuge, 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 Sendener Einzelhandels im gesamten Gemeindegebiet 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 2008 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: Ortskern</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Sendener Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde Senden 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: Betrieb an der Appelhülsener 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: Betriebe im Gewerbegebiet Senden-Süd

Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Sendener 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 Senden. 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 oder Gemeinde insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel 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 Senden wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Ortsteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Ortsteile 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 Sendener Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation 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 den IFH Retail Consultants, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK), Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants, 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, weist die Kommune entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Sendener Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Sendener Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum (September 2016) bei Sendener Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 64 Betriebe bei der Erhebung in Senden und somit rund 62 % der Gesamtzahl aller Betriebe.

Die Kundenherkunft wurde, jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben, für das Sendener Gemeindegebiet differenziert nach Ortsteilen aufgenommen. Die übrigen Kunden (aus den Nachbarkommunen und darüber hinaus) wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

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

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Senden im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentrale Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt; 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 Ortskern einer Gemeinde bzw. eines Ortsteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende 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 Einzelhandelsmagnete
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen 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 Gemeinde Senden. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2009 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Gemeinde. 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 die-

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.

sem 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 Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Senden wurde dementsprechend – wie auch bei dem Einzelhandelskonzept 2009 – durch eine projektbegleitende Arbeitsgruppe begleitet, die wie folgt besetzt war:

- Sebastian Täger, Bürgermeister
- Klaus Stephan, Beigeordneter
- Philipp Fister, Fachbereich IV Bauen und Planen
- Melanie Baßenhoff, Wirtschaftsförderung
- Gundhilde Greiwe, Bezirksregierung Münster
- Jörg Knebelkamp, Bezirksregierung Münster
- Karin Eksen, Handelsverband NRW Westf.-Münsterland
- Willi Quandt, Handwerkskammer Münster
- Johannes Höing, Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen
- Manfred Tiemann, Gewerbeverein Bösensell und Senden
- Erna Schwalbe, Gewerbeverein Senden
- Peter Moll, FDP-Fraktion
- Klaus-Volker Brandt, CDU-Fraktion

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)

- Sascha Weppelmann, CDU-Fraktion
- Philipp Scholz, Bündnis 90 / Die Grünen-Fraktion
- Dominik Schwan, SPD-Fraktion
- Thomas Hageney, Unabhängige Wählergruppierung
- Stefan Kruse, Büro Junker + Kruse
- Elisabeth Kopischke, Büro Junker + Kruse
- Gabriele Sobotka, Büro Junker + Kruse

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 12. September 2016
- 2. Arbeitskreis: 10. Januar 2017

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

Zudem wurden die wesentlichen Analyseergebnisse und Konzeptbausteine der interessierten Öffentlichkeit am 20. März 2017 im Rahmen einer Bürgerinformationsveranstaltung vorgestellt.

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Gemeinde Senden eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Senden auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 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 20.820 Einwohner⁵ zählende Gemeinde Senden liegt im Norden Nordrhein-Westfalens in der überwiegend ländlich strukturierten Region des südlichen Münsterlandes. Nach den Städten Dülmen (45.900)⁶, Coesfeld (35.930)⁷ und Lüdinghausen (23.920)⁸ ist Senden die viertgrößte Gemeinde des rund 215.100 Einwohner⁹ zählenden Kreises Coesfeld. Landesplanerisch ist der Gemeinde Senden die Versorgungsfunktion eines Grundzentrums zugewiesen.

⁵ Quelle: Gemeinde Senden, Stand 30.06.2016

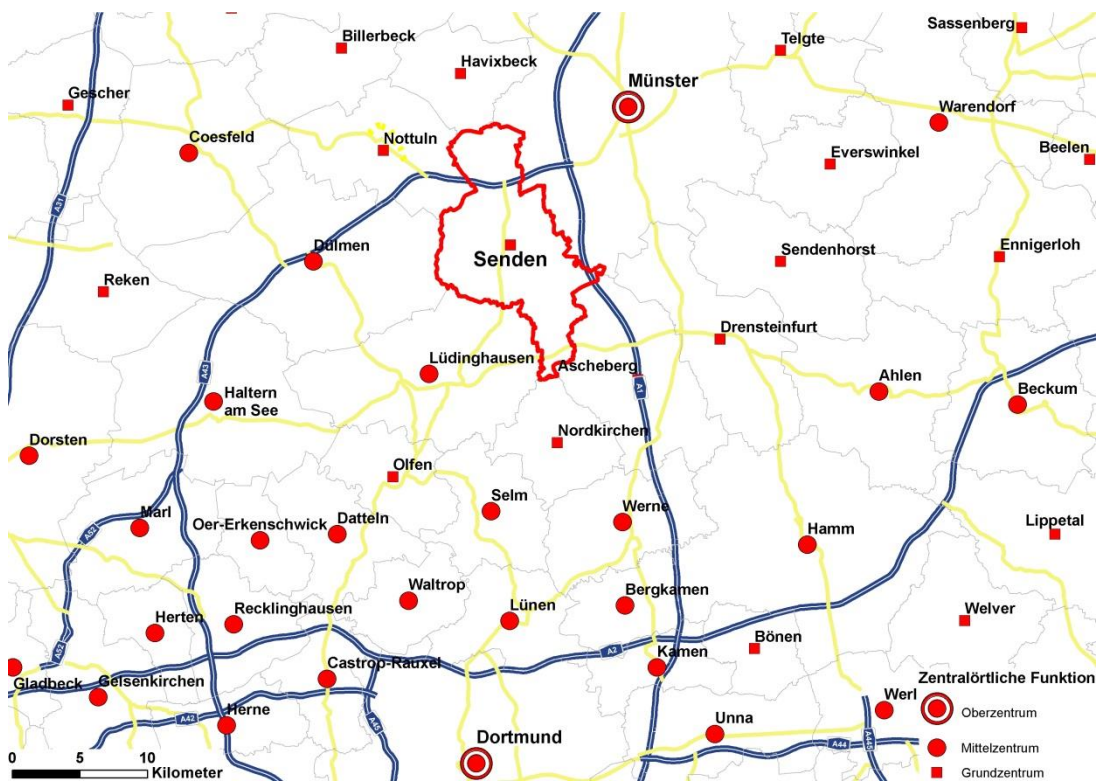
⁶ Quelle: IT.NRW: Kommunalprofil Dülmen, Stadt; <https://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05558016.pdf>; Stand: 31.12.2014

⁷ Quelle: IT.NRW: Kommunalprofil Coesfeld, Stadt; <https://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05558012.pdf>; Stand: 31.12.2014

⁸ Quelle: IT.NRW: Kommunalprofil Lüdinghausen, Stadt; <https://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05558024.pdf>; Stand: 31.12.2014

⁹ Quelle: IT.NRW: Einwohnerzahlen im Regierungsbezirk Münster; https://www.it.nrw.de/statistik/a/daten/bevoelkerungszahlen_zensus/zensus_reg5.html; Stand 31.12.2012

Karte 1: Lage der Gemeinde Senden in der Region



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

Neben den beiden benachbarten Mittelzentren Lüdinghausen und Dülmen grenzen noch die Grundzentren Ascheberg, Nordkirchen, Nottuln und Havixbeck an das Sender Gemeindegebiet an. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die nordöstlich angrenzende Stadt Münster. Weitere Oberzentren befinden sich mit den Städten Dortmund, Bochum und Essen in rund 60 - 80 Kilometern Entfernung im südlich gelegenen Ruhrgebiet.

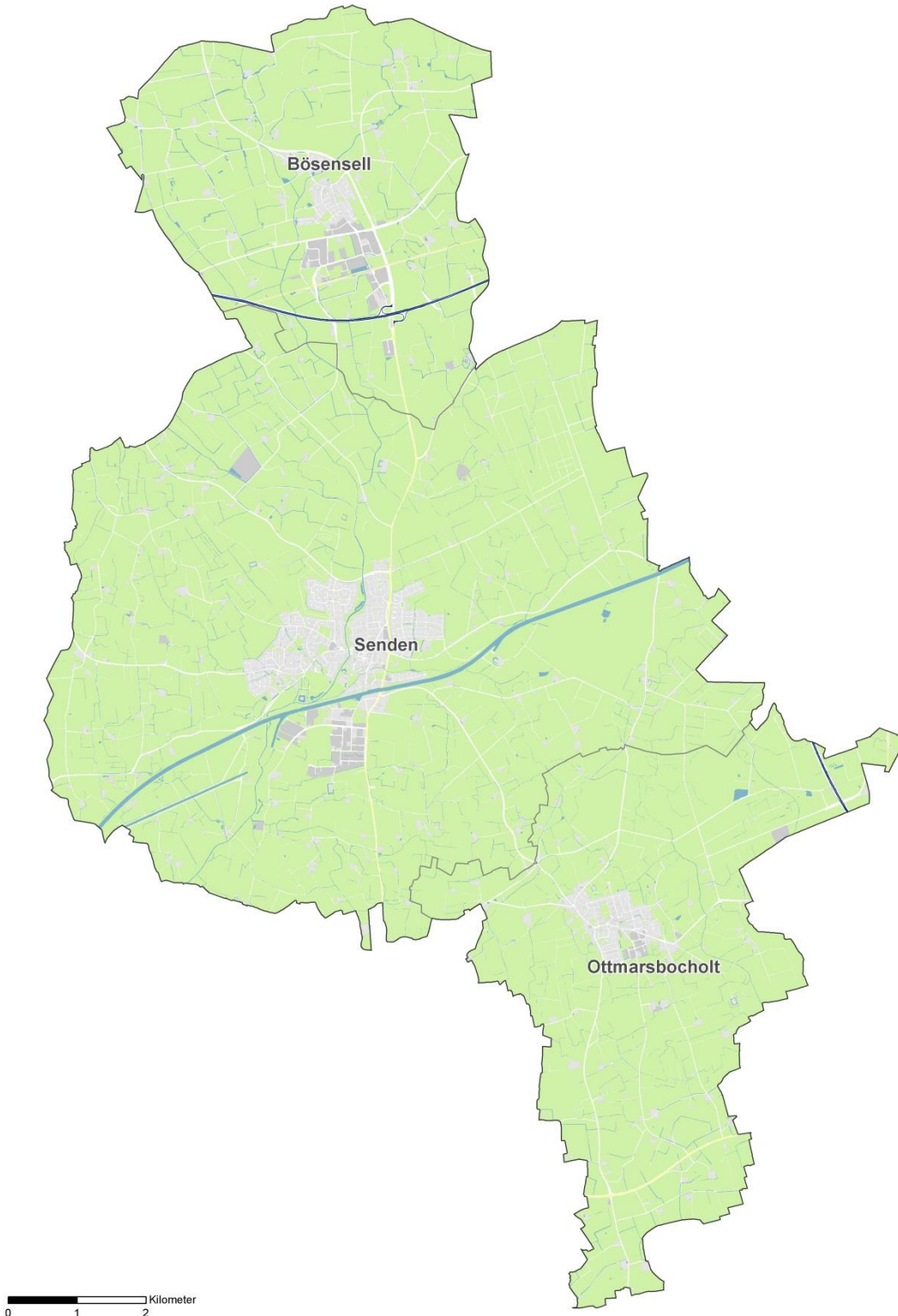
Die räumlich-funktionalen Verflechtungen der Gemeinde Senden mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesstraßen B 235 (Richtung A 43 und Lüdinghausen) und B 58 (Richtung Lüdinghausen und Ascheberg) gute überörtliche Straßenverbindungen. Anbindungen an das Autobahnnetz bieten vor allem die im nördlichen Bereich durch das Gemeindegebiet verlaufende A 43 (Münster - Wuppertal) sowie die östlich angrenzende A 1 (Bremen - Dortmund).

Mit der DB-Anschlussstelle „Bösensell“ bestehen Nahverkehrsverbindungen in regelmäßiger Taktung Richtung Düsseldorf, Essen bzw. Münster mit der Regionalbahn. Neben innerörtlichen Buslinien wird das Gemeindegebiet zudem durch mehrere (Schnell-) Buslinien erschlossen und an umliegende Kommunen angebunden. Ergänzt wird dieses Angebot durch einen Bürgerbus.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Gemeinde Senden entstand in ihrer heutigen Form im Zuge der kommunalen Gebietsreform in Nordrhein-Westfalen durch den Zusammenschluss der ehemals eigenständigen Gemeinden Bösensell, Ottmarsbocholt, Venne und Senden.

Karte 2: Siedlungs- und Gemeindestruktur von Senden



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Das Gemeindegebiet umfasst rund 110 km², wovon etwa zwei Drittel der Fläche von landwirtschaftlicher Nutzung beansprucht wird. Die Gemeinde Senden setzt sich aus drei Ortsteilen zusammen.

Tabelle 4: Sendener Ortsteile mit Einwohnerzahlen

Ortsteil	Einwohner
Bösensell	2.817
Ottmarsbocholt	3.540
Senden	14.460
Gesamt	20.817

Quelle: Angaben der Gemeinde Senden, Stand: 30.06.2016

Den Siedlungsschwerpunkt bildet der Ortsteil Senden mit knapp 70 % aller Einwohner im Gemeindegebiet (rund 14.460 Einwohner). Der Kernort Senden weist eine sehr kompakte Siedlungsstruktur auf und setzt sich aus einem zentral gelegenen, historisch gewachsenen Ortskern mit Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten und ihn umgebenden, gewachsenen Wohngebieten zusammen.

Die weiteren Ortsteile liegen siedlungsstrukturell abgesetzt nördlich (Bösensell) und südöstlich (Ottmarsbocholt) des Hauptsiedlungsbereiches. Insgesamt verteilt sich mit ca. 6.360 Einwohnern auf diese Ortsteile rund ein Drittel der gesamtgemeindlichen Einwohner. Gekennzeichnet sind die Ortsteile vor allem durch eine aufgelockerte Bebauung, wie sie für eine disperse Siedlungsstruktur im ländlich geprägten Raum typisch ist. Lediglich im Ortsteil Bösensell dominieren neben dieser dünnen Wohnbebauung die großmaßstäbigen Strukturen des Sonderstandortes Bösensell.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Senden

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.

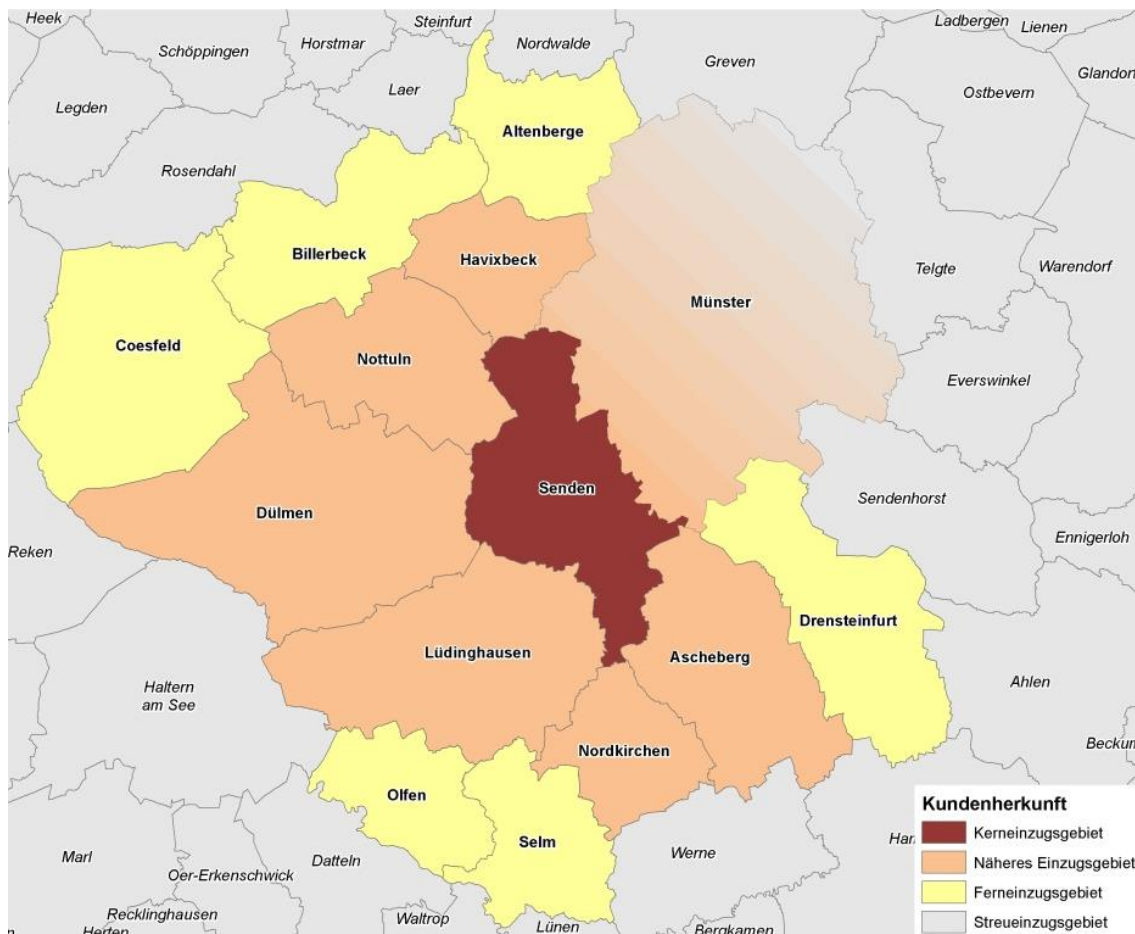
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Senden, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Ka-

pitel 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Gemeinde Senden als Einkaufsort ermitteln zu können.

Die Kundenanteile des Sendener Einzelhandels wurden in zwei verschiedenen Auswertungen ermittelt. Im nördlichen Gemeindegebiet befindet sich in autokundenorientierter und nicht integrierter Lage der Sonderstandort Bösensell. Durch sein umfangreiches Angebot in zahlreichen Warengruppen und der hohen Verkaufsflächenanteile im Vergleich zum gesamten Einzelhandelsbestand in Senden (ca. 63 % der Gesamtverkaufsfläche) ziehen die dort ansässigen Betriebe einen hohen Anteil von Kunden außerhalb des Gemeindegebietes an. Um die Bedeutung der dortigen Betriebe für die Sendener Umlandkommunen im Vergleich zum übrigen Einzelhandel der Gemeinde herauszustellen und das Bild nicht zu verzerren, sind die Kundenanteile des Sendener Einzelhandels sowohl mit als auch ohne die Zahlen der teilnehmenden Betriebe Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt 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 Senden wie folgt abgrenzen:

Karte 3: Einzugsbereich des Sendener Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im September 2016, n = 19.084

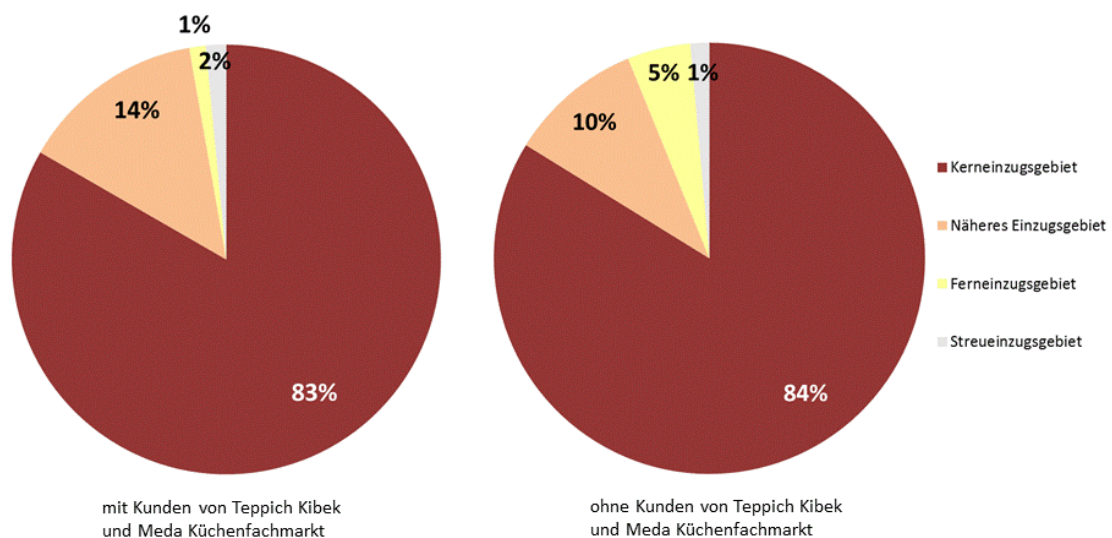
Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Senden bietet die Gemeinde Senden selbst ein Kundenpotenzial von rund 20.800 Einwohnern. Rund 84 % – und damit der deutlich überwiegende Anteil – der während der Kundenherkunftserhebung im Sendener Gemeindegebiet befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet. Bei Berücksichtigung der Kundenanteile der in nicht integrierter Streulage befindlichen Betriebe Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt stellen die Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet einen etwas geringeren Anteil von ca. 83 % dar. Die regionale Ausstrahlungskraft der Anbieter Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt 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. Zu den Städten und Gemeinden dieses Einzugsgebietes zählen u. a. Dülmen, Nottuln und Ascheberg. Aus diesem Bereich kamen rund 10 % der erfassten Kunden. Das Einzugsgebiet verfügt über ein Kundenpotenzial von insgesamt rund 437.100 Einwohnern. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der erfassten Kunden von Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt stammen sogar rund 14 % der Sendener Kunden aus dem näheren Einzugsgebiet. Durch diese Ergebnisse wird die Bedeutung des Einzelstandortes im Gemeindegebiet für die Region unterstrichen.

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Sendener Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im September 2016, n = 19.084

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Senden mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich höhere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Senden ausgerichtet sind. Obwohl im Fern-

einzugsgebiet rund 112.600 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 Senden 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 Sendener Kunden stammen aus Gebieten außerhalb des näheren Einzugsgebietes. Unter Berücksichtigung des Kundenaufkommens bei Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt liegt der Kundenanteil aus dem Ferneinzugsgebiet bei rund 1 %. Der Großteil der Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet wird aus Städten und Gemeinden kommen, die sich direkt an das nähere Einzugsgebiet Sendens anschließen.

Streuumsätze

Als sogenannte Streuumsätze des Sendener Einzelhandels werden „Zufallseinkäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Kunden aus dem Streueinzugsgebiet stellen einen sehr geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar.

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Das Einzugsgebiet Sendens zeigt ein für Grundzentren dieser Größenordnung bzw. mit der entsprechenden Konkurrenzsituation typisches Bild. Hauptsächlich weisen die direkt angrenzenden Umlandkommunen Havixbeck, Nottuln, Dülmen, Lüdinghausen, Nordkirchen, Ascheberg und Teile Münsters eine stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf den Einkaufsstandort Senden auf. Darüber hinaus überwiegen die Verflechtungen zu mittel- oder oberzentralen Versorgungsstandorten.

Die Anbieter am Sonderstandort Bösensell (an der Kundenherkunftserhebung teilgenommen haben die Anbieter Teppich Kibek und Meda Küchenfachmarkt) sind für die Ausstrahlungskraft des Sendener Einzelhandels in die Region – ca. 17 % 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 Gemeinde Senden folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Senden

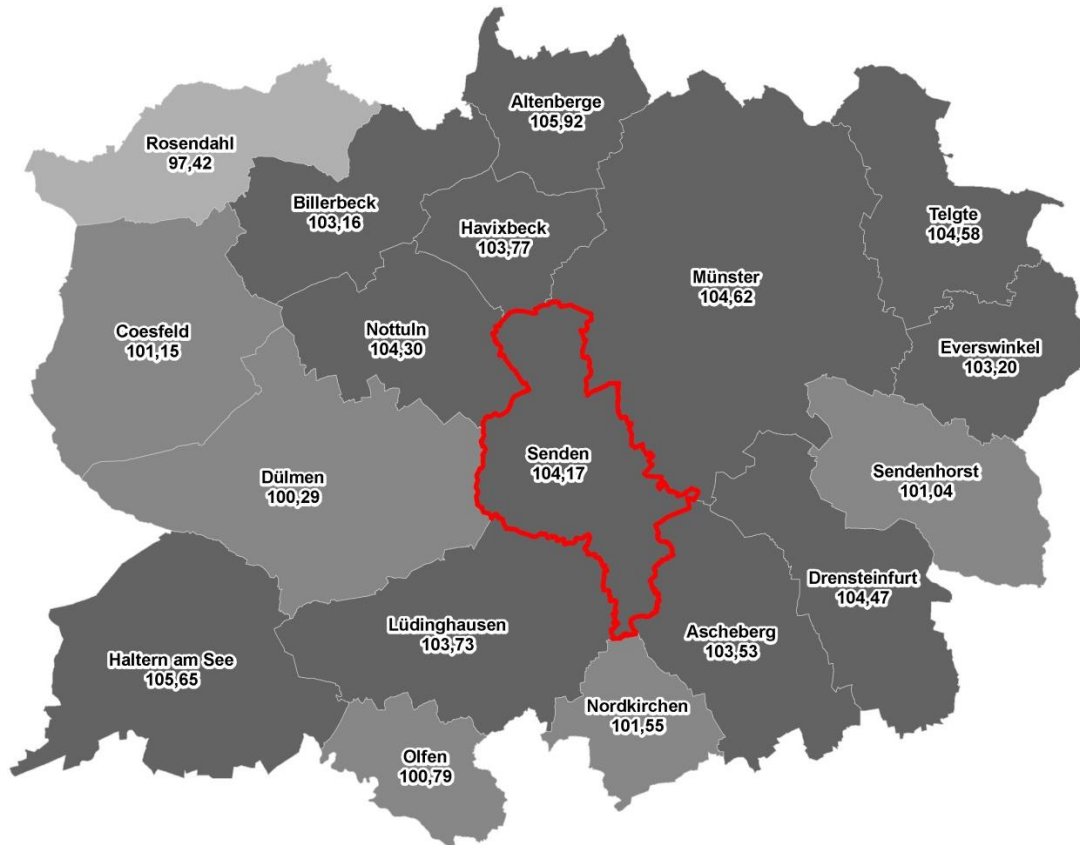
Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Sendener Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro / Jahr)
Nahrungs- und Genussmittel	2.447	50,9
Blumen (Indoor) / Zoo	116	2,4
Gesundheit und Körperpflege	395	8,2
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	193	4,0
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	3.152	65,6
Bekleidung / Textilien	586	12,2
Schuhe / Lederwaren	157	3,3
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	78	1,6
Spielwaren / Hobbyartikel	145	3,0
Sport und Freizeit	118	2,5
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	1.084	22,6
Wohneinrichtung	133	2,8
Möbel	335	7,0
Elektro / Leuchten	187	3,9
Elektronik / Multimedia	439	9,1
Medizinische und orthopädische Artikel	82	1,7
Uhren / Schmuck	85	1,8
Baumarktsortimente	494	10,3
Gartenmarktsortimente	89	1,9
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.845	38,4
<i>Sonstiges</i>	35	0,7
Kaufkraftpotenzial gesamt	6.117	127,3

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

Diesem monetären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Gemeinde Senden 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 Senden vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Senden eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 104,17, d. h. dass die Sendener Bevölkerung über ein leicht über dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2009 (102,4) ist das Sendener Kaufkraftniveau leicht gestiegen, das absolute

Kaufkraftvolumen hingegen hat sich im gleichen Zeitraum sogar um rund 14 % erhöht.¹⁰

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



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

In den Nachbarkommunen der Gemeinde Senden ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus differenziert zu betrachten. Während das Kaufkraftniveau in den Städten und Gemeinden Haltern, Coesfeld, Havixbeck, Altenberge, Münster, Sendenhorst, Everswinkel, Lüdinghausen, Nordkirchen und Olfen hauptsächlich leichte Rückgänge erfahren hat, können neben Senden auch Dülmen, Nottuln, Rosendahl, Billerbeck, Telgte, Drensteinfurt und Ascheberg (leicht) gestiegene Kaufkraftniveaus verzeichnen. Bis auf die Gemeinde Rosendahl, die ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau verzeichnet, liegen jedoch die Kaufkraftkennziffern aller weiteren in Karte 4 dargestellten Kommunen über dem bundesdeutschen Indexwert von 100. Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Senden im Schnitt leicht über dem Kaufkraftniveau der benachbarten Kommunen liegt.

¹⁰ Das 2009 erstellte Einzelhandelskonzept wies auf Basis der IFH-Daten (damals: BBE) anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 108 Mio. Euro auf.

4 Aktuelle Angebotssituation in Senden

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

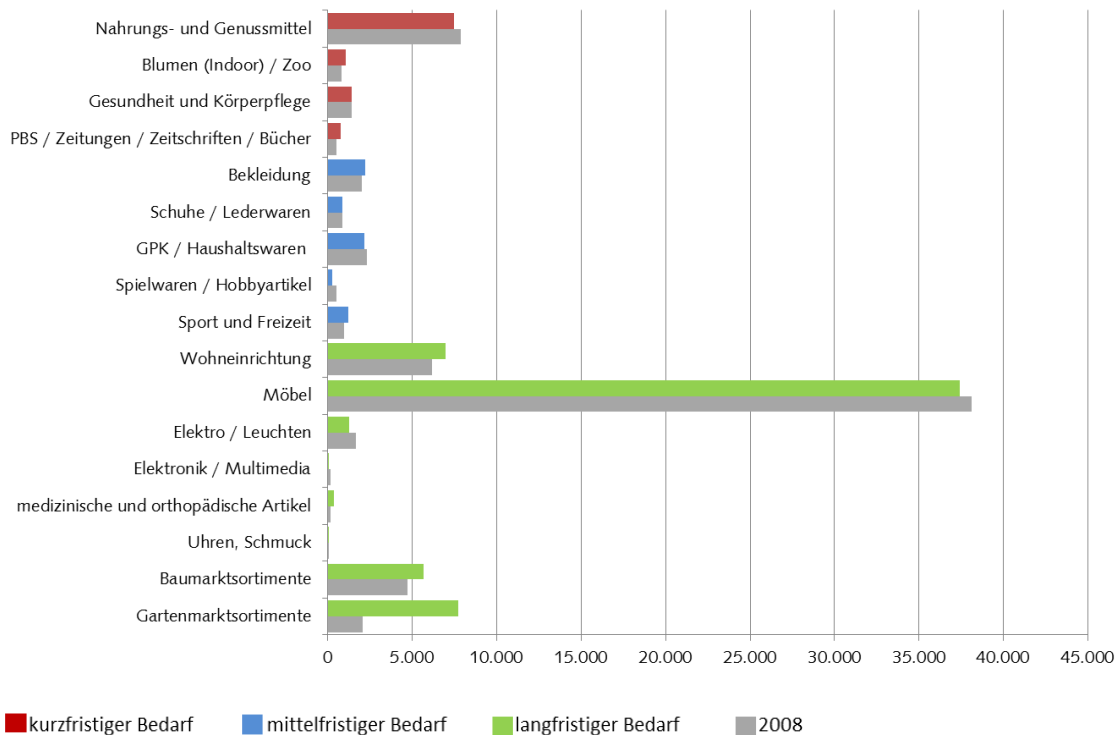
Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum) 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 Senden

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

- Es bestehen **104 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **76.700 m²**. Seit 2008 ist somit ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 6.500 m² (+9 %) festzustellen sowie ein Zuwachs von einem Betrieb (+1 %). Von besonderer Bedeutung ist der Sonderstandort Bösensell, welcher mit rund 48.300 m² Verkaufsfläche ungewöhnlich groß ist für ein Grundzentrum und die Einschätzung und Vergleichbarkeit der Angebotssituation erschwert. Ohne Berücksichtigung der Betriebe am Sonderstandort Bösensell beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche im Gemeindegebiet auf rund 28.400 m².

Abbildung 2: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Senden – Vergleich 2008 und 2016



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2008 und 2016 (Junker + Kruse)

- Das – gesamtgemeindlich betrachtet – quantitativ größte Angebot liegt weiterhin in der Warengruppe **Möbel**. Verglichen mit 2008 ist ein leichter Angebotsrückgang zu verzeichnen, wodurch die Warengruppe derzeit rund 49 % der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche einnimmt. Der leichte Angebotsrückgang in dieser Warengruppe ist hauptsächlich durch Betriebsumstrukturierungen bedingt. Eine hohe quantitative Bedeutung weisen auch die teilweise flächenintensiven Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** mit insgesamt rund 13.350 m² Verkaufsfläche (rund 17 % der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche) auf. Im Vergleich zu 2008 ist ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs um beinahe 100 % zu verzeichnen. Der Angebotszuwachs in dieser Warengruppe ist hauptsächlich auf methodische Veränderungen bei der Angebotserhebung zurückzuführen. So wird anders als noch 2008 der Bereich, der (bei Gärtnereien und Baumschulen) zum Verkauf genutzt wird, miterhoben. Mit einem Anteil von rund 10 % an der Gesamtverkaufsfläche innerhalb der Gemeinde Senden entfällt auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 7.450 m² Verkaufsfläche; -5 % Verkaufsflächenrückgang gegenüber 2008) der quantitativ drittgrößte Verkaufsflächenanteil. Der leichte Rückgang der Verkaufsfläche ist vor allem auf Betriebsumstrukturierungen zurückzuführen. Der vierte quantitative Angebotsschwerpunkt ergibt sich in der Warengruppe **Wohneinrichtung**. Mit einer Verkaufsfläche von rund 6.950 m² ist eine leicht ge-

stiege Größe seit der letzten Erhebung für das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 festzustellen. Der Großteil des Angebotes wird von den Betrieben am Sonderstandort Bösensell als Haupt- und Randsortiment vorgehalten.

- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **740 m²** und ist im Vergleich zu 2008 (rund 700 m²) leicht gestiegen. Dies ist vor allem auf den Verkaufszuwachs zurückzuführen, der seit der letzten Erhebung zu verzeichnen ist.

Stark erhöht wird dieser Wert vor allem durch die großformatigen Anbieter am Sonderstandort Bösensell. Das übrige Einzelhandelsangebot ist deutlich kleinteiliger strukturiert. Bei einer Betrachtung ohne die Betriebe am Sonderstandort Bösensell beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb rund 290 m² und liegt damit im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Grundzentren (254 m²) oder Städten und Gemeinden mit 10.000 – 25.000 Einwohnern (280 m²) mittlerweile über dem Durchschnitt.

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **3,7 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner, was jedoch auch auf einen hohen Anteil in den flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmärkte im Gemeindegebiet zurückzuführen ist (vgl. auch nachfolgende warengruppenspezifische Betrachtungen). Ohne den Sonderstandort Bösensell wäre in Senden eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von rund 1,4 m² pro Einwohner vorhanden. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert (1,4 m²) (leicht) unter dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 10.000 – 25.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 1,9 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Grundzentren liegt bei 1,5 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung im Jahr 2008 (3,4 m² / 1,0 m² ohne den Sonderstandort Bösensell) sind die Werte 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. überdurchschnittlichen Rahmen:

Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Senden	Senden (ohne Sonderstandort Bösensell)	Städte mit 10.000 – 25.000 Einwohnern	Grundzentren (Durchschnitt)
Nahrungs- und Genussmittel	0,36	0,36	0,43	0,41
Blumen (Indoor) / Zoo	0,05	0,05	0,05	0,07
Gesundheit und Körperpflege	0,07	0,07	0,08	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,04	0,03	0,03	0,03
Bekleidung	0,11	0,10	0,17	0,13
Schuhe / Lederwaren	0,04	0,04	0,05	0,05
GPK** / Haushaltswaren	0,10	0,04	0,08	0,04
Spielwaren / Hobbyartikel	0,01	0,01	0,03	0,03
Sport und Freizeit	0,06	0,06	0,04	0,02
Wohneinrichtung	0,33	0,02	0,08	0,07
Möbel	1,80	0,04	0,32	0,18
Elektro / Leuchten	0,06	0,01	0,04	0,03
Elektronik / Multimedia	< 0,01	< 0,01	0,03	0,03
Medizinische und orthopädische Artikel	0,02	0,02	0,02	0,01
Uhren / Schmuck	< 0,01	< 0,01	0,01	< 0,01
Baumarktsortimente	0,27	0,14	0,44	0,42
Gartenmarktsortimente	0,37	0,37		
Gesamtsumme	3,68	1,36	1,90	1,49

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 Senden, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 7 aufgeführt dar:

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Senden nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität (2016)	Zentralität ohne SO Börsensell (2016)	Zentralität (2008)
Nahrungs- und Genussmittel	7.450	36,8	0,72	0,72	0,91
Blumen (Indoor) / Zoo	1.050	2,2	0,91	0,90	0,87
Gesundheit und Körperpflege	1.400	8,0	0,97	0,97	0,85
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	750	3,4	0,85	0,79	0,50
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	10.650	50,5	0,77	0,76	0,87
Bekleidung	2.200	5,3	0,44	0,42	0,60
Schuhe / Lederwaren	850	3,0	0,92	0,87	1,10
GPK / Haushaltswaren	2.150	4,9	3,05	1,15	4,08
Spielwaren / Hobbyartikel	250	0,8	0,26	0,26	0,52
Sport und Freizeit	1.200	3,5	1,41	1,41	1,28
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.700	17,5	0,78	0,63	1,00
Wohnrichtung	6.950	13,9	5,01	0,34	3,60
Möbel	37.400	70,1	10,07	0,20	7,46
Elektro / Leuchten	1.250	4,0	1,02	0,26	1,49
Elektronik / Multimedia	50	0,4	0,04	0,04	0,11
Medizinische und orthopädi- sche Artikel	350	2,1	1,24	1,24	0,42
Uhren / Schmuck	50	0,3	0,15	0,15	0,33
Baummarktsortimente	5.650	7,7	0,75	0,42	0,58
Gartenmarktsortimente	7.700	8,8	4,76	4,72	1,04
Überwiegend langfristiger Bedarf	59.350	107,3	2,79	0,50	2,06
Sonstiges	-	-	0,03	0,03	-
Gesamtsumme	76.700	175,3	1,38	0,66	1,27

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016; gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

- Dem in der Gemeinde Senden vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 127 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 175 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,38** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt beinahe 40 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Senden aus der Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – vollkommen der landesplanerischen Versorgungsfunk-

tion der Gemeinde als Grundzentrum und ist angesichts der überregionalen Angebots- und Konkurrenzsituation grundsätzlich als sehr guter Wert einzuordnen. Gegenüber dem Jahr 2008 (rund 137,0 Mio. Euro) ist eine positive Umsatzentwicklung (+28 %) zu beobachten und auch das Kaufkraftvolumen (2008: 108,2 Mio. Euro) stieg in diesem Zeitraum (+14 %) an. Die Zentralität über alle Warengruppen liegt dementsprechend über dem Niveau des Jahres 2008 (1,27).

- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich z. T. Zentralitäten von deutlich über 1. Dies gilt insbesondere für die Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe wie Gartenmarktsortimente (4,76), Wohneinrichtung (5,01) sowie Möbel (10,07). Ebenfalls weisen die Warengruppen Sport und Freizeit (1,41) und Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren (3,05) aus der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe Zentralitäten von über 1 auf. Unter den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe weisen alle Warengruppen Zentralitäten von unter 1 auf.
- Mit Blick auf die Zentralitäten aus dem Jahr 2008 haben sich in den letzten Jahren deutliche Veränderungen in einzelnen Warengruppen abgezeichnet, obwohl die Zentralität in der Gesamtschau lediglich um 11% gestiegen ist. In etwas weniger als der Hälfte aller Warengruppen ergeben sich gegenüber dem Jahr 2008 niedrigere Zentralitätskennziffern, bei denen die Veränderungen meistens über 10 % – oftmals sogar deutlich darüber – liegen. Auffällig sind hier vor allem die Warengruppen GPK / Haushaltswaren (-103 %), Elektro / Leuchten (-47 %) und Spielwaren / Hobbyartikel (-26 %). Unter einer Veränderungsquote von 20 % bewegen sich die Zentralitätswerte der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (-19 %), Schuhe / Lederwaren (-18 %), Uhren / Schmuck (-18 %), Bekleidung (-16 %) sowie Elektronik / Multimedia (-7 %). Deutliche Steigerungen ergeben sich hingegen insbesondere in den Warengruppen Gartenmarktsortimente (+372 %), Möbel (+261 %), Wohneinrichtung (+141 %), medizinische und orthopädische Artikel (+82 %) und PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher (+35 %). Weitere positive Entwicklungen verzeichnen die Warengruppen Baumarktsortimente (+17 %), Sport und Freizeit (+13 %) sowie weiterhin Gesundheits- und Körperpflegeartikel (+12 %) und Blumen (Indoor) / Zoo (+10 %).
- Ohne die fünf Betriebe am Sonderstandort Bösensell betrachtet, ergeben sich vor allem in den Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe deutlich geringere Zentralitätswerte. Der gesamtgemeindliche Zentralitätswert liegt bei dieser Betrachtungsweise bei 0,66. Dieser Wert kann bei einem Grundzentrum wie Senden – unter Beachtung des räumlichen Spannungsgeflechts mit angrenzenden Mittel- und Oberzentren – jedoch als befriedigender Wert angesehen werden.
- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Gemeinde Senden erscheinen aus rein quantitativer Sicht insbesondere die Zentralitätswerte in den Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe – Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher – ausbaufähig. Auch in den Warengruppen Bekleidung, Spielwaren / Hobbyartikel, Elektronik / Multimedia und Uhren / Schmuck bestehen Erweiterungspotenziale. Weiterführende

Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Senden. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Sendener 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 Gemeinde Senden daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Senden

Das Einzelhandelsangebot in Senden weist auf gesamtgemeindlicher Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 7.450 m² entfällt der größte Einzelanteil (rund 10 % der Gesamtverkaufsfläche in Senden) innerhalb der nahversorgungsrelevanten Warengruppen auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Zudem ist dieser bedeutenden Branche der größte Teil der Betriebe (35 Betriebe, ca. 34 %) zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 37 Mio. Euro den zweitgrößten Einzelanteil (rund 21 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,36 m² liegt somit leicht unter dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,40 m², aber etwa gleichauf mit dem Vergleichswert aus anderen Grundzentren und Kommunen vergleichbarer Größenordnung¹¹ von 0,41 bzw. 0,32 m² pro Einwohner. Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst einen guten, leicht ausbaufähigen Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.

Mit einem Verbrauchermarkt (K+K), fünf Supermärkten (1x Edeka, 1x Gastronom Frische Markt, 2x nah und gut und 1x Rewe), zwei Lebensmitteldiscountern (1x Aldi, 1x Lidl) sowie diversen Fachmärkten (v. a. Getränke), einem großen Hofladen, einem Lebensmittelladen, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht insgesamt eine gute **Angebots- und Betriebsformenmischung** in Senden.

- Das Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung etwa um ein Drittel auf aktuell rund 1.050 m² erhöht. Mit rund 50 % der Verkaufsfläche entfällt allein auf die beiden Raiffeisen-

¹¹ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

Märkte der größte Einzelanteil an dieser Warengruppe. Der Anbieter Blumen Lenfers hält ein weiteres Viertel der gesamtgemeindlichen, warengruppenspezifischen Verkaufsfläche vor. Die Angebotsausstattung innerhalb dieser Warengruppe konzentriert sich daher vor allem bei diesen drei Anbietern. Bekannte Bau- oder Zoo-fachmärkte sind nicht in Senden angesiedelt. Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelmärkte (Heim-/Kleintierfutter und Blumen). Der gegenüber dem Jahr 2008 zu verzeichnende Verkaufsflächenzuwachs von rund 270 m² ist vor allem mit methodischen Abweichungen¹² zu begründen. Verglichen mit dem Jahr 2008 (0,87) ist die Zentralität nur leicht auf 0,91 gestiegen. Insgesamt ist ein gutes Angebot zu konstatieren.

- Rund 1.400 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege. Mit rund 0,07 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte und Gemeinden dieser Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion marktübliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,04 bzw. 0,08 m² / Einwohner).¹³ Hauptsortimentsanbieter des Sortiments pharmazeutische Artikel sind fünf Apotheken. Das Sortiment Drogeriewaren wird derzeit von einem Hauptsortimentsanbieter sowie als Randsortiment der Lebensmittelanbieter angeboten, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der Sendener Bevölkerung beitragen.

Gegenüber der Untersuchung aus **dem Jahr 2008** (rund 1.400 m² Verkaufsfläche) ist das Verkaufsflächenangebot in dieser Warengruppe konstant. Eine strukturelle Veränderung in dieser Branche hängt vor allem mit der Insolvenz der Firma Schlecker und den damit verbundenen Betriebsschließungen zusammen. Unter räumlichen Aspekten bedeutet diese räumliche Konzentrationstendenz auf der einen Seite eine Ausdünnung des wohnortnahen Versorgungsnetzes. Auf der anderen Seite wird durch die Insolvenz der Firma Schlecker jedoch auch eine mangelnde ökonomische Rentabilität kleiner Märkte aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an ihren Standorten deutlich. Die geringen Flächengrößen entsprechen nicht mehr den heutigen Kundenwünschen und Standortanforderungen. Während die Schlecker-Märkte in Senden im Schnitt weniger als 200 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z. B. dm, Rossmann) in der Regel Verkaufsflächen von (zum Teil deutlich) mehr als 500 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf. Die sortimentspezifische Zentralität von 0,97 zeigt ein annähernd ausgewogenes Verhältnis zwischen dem in Senden erzielten Umsatz und der örtlichen Kaufkraft, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) leicht unterschreitet und somit auf geringe Kaufkraftabflüsse hinweist.

- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften**

¹² Das Sortiment Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen wurde in der Untersuchung aus dem Jahr 2008 den Hauptwarengruppen Gartenmarktsortimente (Topfpflanzen) und GPK / Hausrat / Geschenkartikel (Blumentöpfe und Vasen) zugeordnet.

¹³ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

entfallen rund 41 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von insgesamt rund 750 m² auf drei Hauptsortimentsanbieter. Hierbei handelt es sich um die Anbieter Bücher Schwalbe, den Schreibwarenladen Brox und das Tabakhaus Balster im Ortskern. Große Teile des sortimentspezifischen Fachangebots entfallen auch auf Randsortimentsangebote, vor allem Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten, aber auch Angebote in Tankstellenshops oder discountorientierten Textilfilialisten (z. B. Kik).

In der Gegenüberstellung zur Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist insgesamt ein Verkaufsflächenzuwachs von rund 45 % bzw. rund 230 m² festzustellen. Kleinteilige Veränderungen in den Betriebsstrukturen sind als Hauptgrund für die Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung anzusehen. Mit der Verkaufsfläche ist auch die Zentralität von 0,50 auf 0,85 gestiegen. Sowohl die Verkaufsflächenausstattung von 0,04 m² / Einwohner und die Zentralität von 0,85 weisen auf eine quantitativ normale bis leicht unterdurchschnittliche Angebotsausstattung hin. Positiv zu werten ist die Konzentration an qualitativem Facheinzelhandel im Ortskern sowie die kleinteiligen Grundversorgungsangebote in den Ortsteilen.

Insgesamt entfällt mit fast 10.650 m² rund 14 % des gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenangebots und rund 29 % des Umsatzes im Sendener Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 0,77 per Saldo Kaufkraftabflüsse. Insgesamt ist jedoch eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen.

Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist innerhalb der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe ein leicht gestiegenes Verkaufsflächenangebot (2008: 10.510 m²) bei einer leicht gesunkenen Zentralität (2008: 0,87) zu verzeichnen.

Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Senden folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt knapp mit rund 2.200 m² Verkaufsfläche (ca. 3 % der Gesamtverkaufsfläche), 13 Betrieben (ca. 13 % aller Sendener Betriebe) und rund 5 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des Einzelhandels im Ortskern **Bekleidung**. Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist ein leichter Zuwachs der Betriebe zu verzeichnen (1 Betriebe bzw. rund 8 % der Betriebe), gleichzeitig hat sich die Verkaufsflächenausstattung innerhalb der Warengruppe um rund 12 % erhöht. Hingegen ist der Umsatz um rund 12 % gesunken. Die leicht negative Umsatzentwicklung ist vor allem der Grund für die Zentralität von 0,44, die seit dem Jahr 2008 (Zentralität Bekleidung: 0,60) um rund 16 % gesunken ist. Es sind somit deutliche Kaufkraftabflüsse in die Region festzustellen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 0,10 m² auf 0,11 m² leicht gestiegen und liegt damit weiterhin etwas unter dem Wert anderer Städte und Gemeinden zwischen 10.000 und

25.000 Einwohnern (0,17 m² / EW) bzw. anderer Grundzentren (0,13 m² / EW).¹⁴ Dieser Wert ist jedoch für ein Grundzentrum der Größe Sendens und unter Berücksichtigung der ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation nicht ungewöhnlich.

Größte Bekleidungsanbieter im Ortskern sind die Filialbetriebe Kik, Takko und Ernsting's Family. Die ansässigen Filialisten sind vor allem bekannte Anbieter aus dem Discountsegment. Ein Großteil des Angebotes im Ortskern ist zudem durch eine Vielzahl kleinteilig strukturierter und inhabergeführter Betriebe geprägt. Rund 58 % der Hauptsortimentsanbieter im Ortskern im Bereich Bekleidung weisen eine Gesamtverkaufsfläche von weniger als 100 m² auf. In der Gesamtschau ist ein für ein Grundzentrum gutes, individuelles Angebot zu konstatieren.

- Mit einer konstanten Verkaufsfläche von rund 850 m² weist die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** ebenfalls ein gutes Angebot auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,04 m² / Einwohner und die sortimentspezifische Zentralität von 0,92 liegen in einem für Grundzentren bzw. Städte und Gemeinden dieser Größenordnung normalen bis leicht überdurchschnittlichen Bereich. Die Kaufkraftabflüsse in die Region betragen rund 10 % der sortimentspezifischen Kaufkraft der Sendener Bevölkerung.

Der räumliche Angebotschwerpunkt liegt mit rund 650 m² Verkaufsfläche im Hauptgeschäftsbereich im Ortskern. Die größten Anbieter mit der Hauptwarengruppe Schuhe / Lederwaren sind die Fachanbieter ABC Schuhe und Wisner im Ortskern sowie der Orthopädieschuhanbieter Möller in Ottmarsbocholt.

- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 2.150 m² Verkaufsfläche und rund 4,9 Mio. Euro Umsatz. Im Vergleich mit dem Einzelhandelsbestand von 2008 ist ein leichter Rückgang von rund 7 % der Verkaufsfläche festzustellen. Gleichzeitig ist der Betriebsbestand um ein Viertel gesunken – von ehemals vier Anbietern mit der Warengruppe GPK / Haushaltswaren (ehemals: GPK / Hausrat / Geschenkartikel) als Hauptsortiment verbleiben lediglich drei Betriebe. Dies ist zum einen durch Betriebsaufgaben zu erklären, zum anderen durch eine veränderte Erhebungssystematik des Büros Junker + Kruse. In der letzten Erhebung wurde das Sortiment Geschenkartikel separat aufgenommen. Allerdings erwies sich die Zuordnung von Sortimenten zu „Geschenkartikeln“ als nicht eindeutig. Die ehemals zu Geschenkartikeln zugeordneten Sortimente teilen sich hauptsächlich auf die Sortimente GPK / Haushaltswaren oder Wohndekorationsartikel auf. Zudem haben einige Betriebe ihre Betriebsstruktur verändert, so dass der Anteil an der Warengruppe GPK / Haushaltswaren zu Gunsten anderer Sortimente verkleinert wurde. Trotz eines etwas verringerten Verkaufsflächenangebotes liegt die Zentralität (3,05) weiterhin bei einem Wert weit über 1,0, was auf eine – zumindest quantitative – gute Angebotsstruktur schließen lässt. Das Angebot wird zu einem großen Teil von den Möbelanbietern als Randsortiment geführt. Weitere Angebote dieser Warengruppe finden sich vor allem als Randsortimente bzw. wechselnden Aktionswaren von Lebensmittelanbietern oder Bau- bzw. Gartenfachmärkten. Trotz der weit überdurch-

¹⁴ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

schnittlichen Zentralität ist zu beachten, dass sich der Angebotsschwerpunkt eindeutig (rund 83 %) außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches befindet.

- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,26 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Aktuell ist kein Hauptsortimentsanbieter in Senden ansässig; 2008 waren es noch drei Betriebe, die im Ortskern angesiedelt waren. Vorgehalten wird die Warengruppe als Randsortimentsangebot oder Aktionsware u. a. von Möbelanbietern, Lebensmittel- und Gartenfachmärkten. Ein Großteil des Angebotes (rund 65 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche) besteht im Sendener Ortskern. Gegenüber der letzten Erhebung aus dem Jahr 2008 ist ein deutlicher Rückgang der sortimentspezifischen Verkaufsfläche (-45 %) festzustellen. Dieser Verkaufsflächenrückgang ist vor allem auf die Betriebsschließungen zurückzuführen. Aus quantitativer und qualitativer Sicht bestehen für die Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel in Senden Ausbaupotenziale. Ergänzend ist allerdings anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war.
- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** umfasst rund 1.200 m² Verkaufsfläche und einen sortimentspezifischen Umsatz von rund 3,5 Mio. Euro (Zentralität: 1,41). Es gibt fünf Anbieter mit dem entsprechenden Kernsortiment, wovon jeweils zwei auf Angelbedarf bzw. Fahrräder und technisches Zubehör spezialisiert sind. Darüber hinaus wird das Angebot in dieser Warengruppe über Randsortimente, wie beispielsweise im Rahmen von Aktionswaren einzelner Lebensmittelmärkte, vorgehalten. Jedoch entfällt davon lediglich ein Viertel der Verkaufsfläche auf den Sendener Ortskern, in dem ein Fahrradfachanbieter und ein Anbieter von Sportbekleidung und Sportschuhen ansässig sind. Der größte Anbieter dieser Warengruppe ist das Angelzentrum Hechtfreunde im Gewerbegebiet Senden-Süd mit rund 600 m² Verkaufsfläche. Gegenüber 2008 sind ein Anstieg der Verkaufsfläche um rund 250 m² sowie ein leichter Anstieg der Zentralität (2008: 1,28) festzustellen.

Mit insgesamt rund 6.700 m² Verkaufsfläche, 24 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von rund 18 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rund 0,78) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen eher geringen Anteil am gesamtgemeindlichen Einzelhandelsangebot in Senden, bei einer für ein Grundzentrum dieser Größenordnung insgesamt **adäquaten quantitativen Angebotsausstattung**. Die zum Teil niedrigen Zentralitätswerte sind angesichts der regionalen Wettbewerbssituation zunächst nicht als ungewöhnlich einzuordnen. Die hohe Zentralität in der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren wird maßgeblich durch die Randsortimentsangebote der Möbelmärkte am Sonderstandort Bösensell erzielt.

Aus rein quantitativer Sicht zeigen sich am ehesten in den Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel und Bekleidung Angebotsdefizite, aus denen sich ein Nachholbedarf ableiten ließe. Aus **qualitativer bzw. räumlich-struktureller** Sicht bestehen ebenfalls noch **Entwicklungsmöglichkeiten**. In einigen Branchen ist das Fehlen einer breiteren und qualifizierteren Angebotsstruktur mit Fachangeboten zu erkennen, welches in den

übrigen Branchen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe vorhanden ist. Das in geringem Ausmaß vorhandene Angebot an Filialisten ist überwiegend dem preisorientierten Discountangebot sowie einem üblichen Standardsortiment zuzuordnen. Auch weisen zum Teil Anbieter in Streulagen (u. a. Fachmarkt- und Randsortimentsangebote) außerhalb des Ortskerns nennenswerte Angebotsanteile (v. a. in den Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit) auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 59.350 m² Verkaufsfläche entfallen rund drei Viertel der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel** (rund 37.400 m² Verkaufsfläche), **Bau-** (rund 5.650 m² Verkaufsfläche) und **Gartenmarktsortimente** (rund 7.700 m² Verkaufsfläche) sowie **Wohneinrichtung** (rund 6.950 m²). Diese Flächenanteile sind z. T. auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen, verdeutlichen jedoch ebenfalls die Dimensionen der Anbieter am Sonderstandort Bösensell.
- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine im Vergleich zu anderen Grundzentren bzw. Städten und Gemeinden der Größenordnung von Senden sehr gute Verkaufsflächenausstattung von rund 6.950 m² (0,33 m² Verkaufsfläche / Einwohner) festzuhalten und eine Zentralität von 5,01. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentspezifische Kaufkraft der Sendener Bevölkerung damit deutlich. Dies liegt jedoch nur in deutlich untergeordnetem Maße an den Facheinzelhandelsbetrieben im Ortskern (z. B. Raumausstattung Koke, Villa la Fleur), sondern vielmehr auch an dem (Randsortiments-)Angebot in nicht integrierten Streulagen wie bei den Anbietern Teppich Kibek, Möbel Hardeck und Möbel Roller am Sonderstandort Bösensell. Seit 2008 ist das warengruppenspezifische Verkaufsflächenangebot um rund 13 % gestiegen und auch die Zentralität der Warengruppe belief sich 2008 auf 3,60.
- In der Warengruppe **Möbel** ist in der Gegenüberstellung zur Erhebung aus dem Jahr 2008 ein geringer Verkaufsflächenrückgang festzustellen. Bei einer Verkaufsfläche von rund 37.400 m² sind hohe Umsatzzuwächse (+42 %) festzustellen. Demzufolge hat sich auch der Zentralitätswert positiv entwickelt und zeigt heute mit einem Wert von 10,07 noch deutlichere Kaufkraftzuflüsse aus der Region auf (2008: 7,46). Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 1,84 auf 1,80 m² minimal gesunken, was bei einer beinahe konstanten Verkaufsfläche auf die gleichzeitig leicht gestiegene Einwohnerzahl zurückzuführen ist. Dieser Wert liegt deutlich über dem Wert anderer Städte und Gemeinden zwischen 10.000 und 25.000 Einwohnern (0,32 m² / Einwohner) bzw. anderer Grundzentren (0,32 m² / Einwohner).¹⁵
Bedeutendste Anbieter im Möbelbereich sind die Möbelhäuser Hardeck und Roller sowie die Fachanbieter Meda Küchenfachmarkt und Polsterwelt Möbel Peters, die

¹⁵ Quelle: Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

alle am Sonderstandort Bösensell ansässig sind und auf die knapp 98 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche in Senden entfallen.

- Das Angebot in den Warengruppen **Elektro / Leuchten** und **Elektronik / Multimedia** umfasst zusammen rund 1.300 m² Verkaufsfläche. Hauptsortimentsanbieter sind Elektro Scharmann und KHS Kaffeevollautomaten Haus Senden im Ortskern. Quantitativ wird dieses Angebot jedoch deutlich von den Randsortimentsangeboten, welche vor allem von Möbelanbietern am Sonderstandort Bösensell vorgehalten werden, überlagert. Insgesamt sind innerhalb dieser Warengruppen seit der letzten Erhebung deutliche Verkaufsflächenrückgänge zu verzeichnen (Elektro / Leuchten: -25 %; Elektronik / Multimedia: -72 %). Zudem sind für beide Warengruppen niedrigere Zentralitäten festzustellen. In der Warengruppe Elektro / Leuchten ist die Zentralität von 1,49 auf 1,02 gesunken, in der Warengruppe Elektronik / Multimedia von 0,11 auf 0,04. Während in der Warengruppe Elektro / Leuchten ein ausgewogenes Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis zu verzeichnen ist, gibt es im Bereich Elektronik / Multimedia deutliche Kaufkraftabflüsse.
- In den Angeboten der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** (rund 350 m² Verkaufsfläche) sowie **Uhren / Schmuck** (rund 50 m² Verkaufsfläche) sind noch immer kleinteilige Angebotsstrukturen vorherrschend, die ausschließlich im Ortskern vorzufinden sind. Im Bereich Uhren / Schmuck sind keine signifikanten Veränderungen des Angebotsbestandes zu erkennen. Ein Hauptsortimentsanbieter ist nach wie vor nicht in Senden vorhanden; die Warengruppe wird von drei Anbietern als Randsortiment geführt. Innerhalb der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel kann ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs festgestellt werden. Hierfür ist die Ansiedlung von zwei Betrieben (Forum Optik und Kind Hörgeräte) maßgeblich. U. a. durch den Verkaufsflächenzuwachs hat sich die Zentralität der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel von 0,42 auf 1,24 erhöht. Bei Uhren / Schmuck ist der Zentralitätswert von 0,33 auf 0,15 gesunken. Somit ist in der innenstadtrelevanten Warengruppe Uhren / Schmuck ein deutlicher Kaufkraftabfluss in das Umland festzustellen. Insgesamt ist in Senden in der Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel ein gut strukturiertes Angebot vorhanden, in der Warengruppe Uhren / Schmuck bestehen Ausbaupotenziale.
- Knapp ein Drittel der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche der Warengruppe **Baumarktsortimente** entfällt auf vier der insgesamt sechs Hauptsortimentsanbieter. Diese vier Anbieter (A-Z Fachmarkt, Gebr. Hatebur BauFachMarkt, Schneider Stein+Bronze sowie Hubert Brinkmann) weisen Verkaufsflächen von über 500 m² auf. Die Grenze zur Großflächigkeit überschreitet hiervon nur der Betrieb A-Z Fachmarkt. Weitere bedeutende Angebotsausstattungen der Warengruppe halten die Anbieter Teppich Kibek und Roller in ihren Randsortimenten vor. Gegenüber der Erhebung 2008 ist die Verkaufsflächenausstattung um rund 20 % (rund 950 m²) gestiegen. Der Verkaufsflächenanstieg innerhalb der Warengruppe Baumarktsortimente ist vor allem auf die zwischenzeitliche Ansiedlung mehrerer Hauptsortimentsanbieter zurückzuführen. Durch diese Veränderungen erklärt sich auch der Anstieg der warengruppenspezifischen Zentralität von 0,58 auf 0,75.

Trotz dieser Kaufkraftabflüsse ist jedoch insgesamt für die Warengruppe Baumarktsortimente eine gute Angebotsausstattung festzustellen.

- **Gartenmarktsortimente** werden in Senden zu rund 61 % von der Baumschule Klabauschke und der Gärtnerei De Jong angeboten, auf die mit rund 5.500 m² Verkaufsfläche der größte Anteil der Warengruppe entfällt. Weitere nennenswerte Anbieter von Gartenmarktsortimenten sind die Raiffeisen-Märkte, Blumen Lenfers und die Baumschulen Sennekamp. Gegenüber 2008 ist ein deutlicher Anstieg der Verkaufsfläche zu beobachten, welcher jedoch auf methodischen Gründen beruht, da 2008 keine Baumschulen erfasst wurden. Dadurch bedingt ist auch die Zentralität der Warengruppe von 1,04 auf 4,76 angestiegen. Es sind also deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region feststellbar, die das Kaufkraftvolumen der Sendener Bevölkerung um ein Mehrfaches übersteigen.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend umfangreiches Angebot. In einigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist ein deutlich gestiegenes Angebot zu verzeichnen (Verkaufsflächenzuwachs aller Sortimente der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe: +12 %), gleichzeitig ist auch die Zentralität über alle Warengruppen von 2,06 auf 2,79 signifikant angestiegen. Der Kaufkraftzufluss aus der Region hat sich demnach erhöht und ist besonders in den Warengruppen dieser Bedarfsstufe auf die Anbieter am Sonderstandort Bösensell zurückzuführen. Durch diese Anbieter liegt besonders in den Warengruppen Möbel, Wohneinrichtung und Baumarktsortimente ein regional bedeutsames Angebot vor.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Senden:

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Senden vorhanden ist und überwiegend ein quantitativ adäquates Angebot vorliegt.

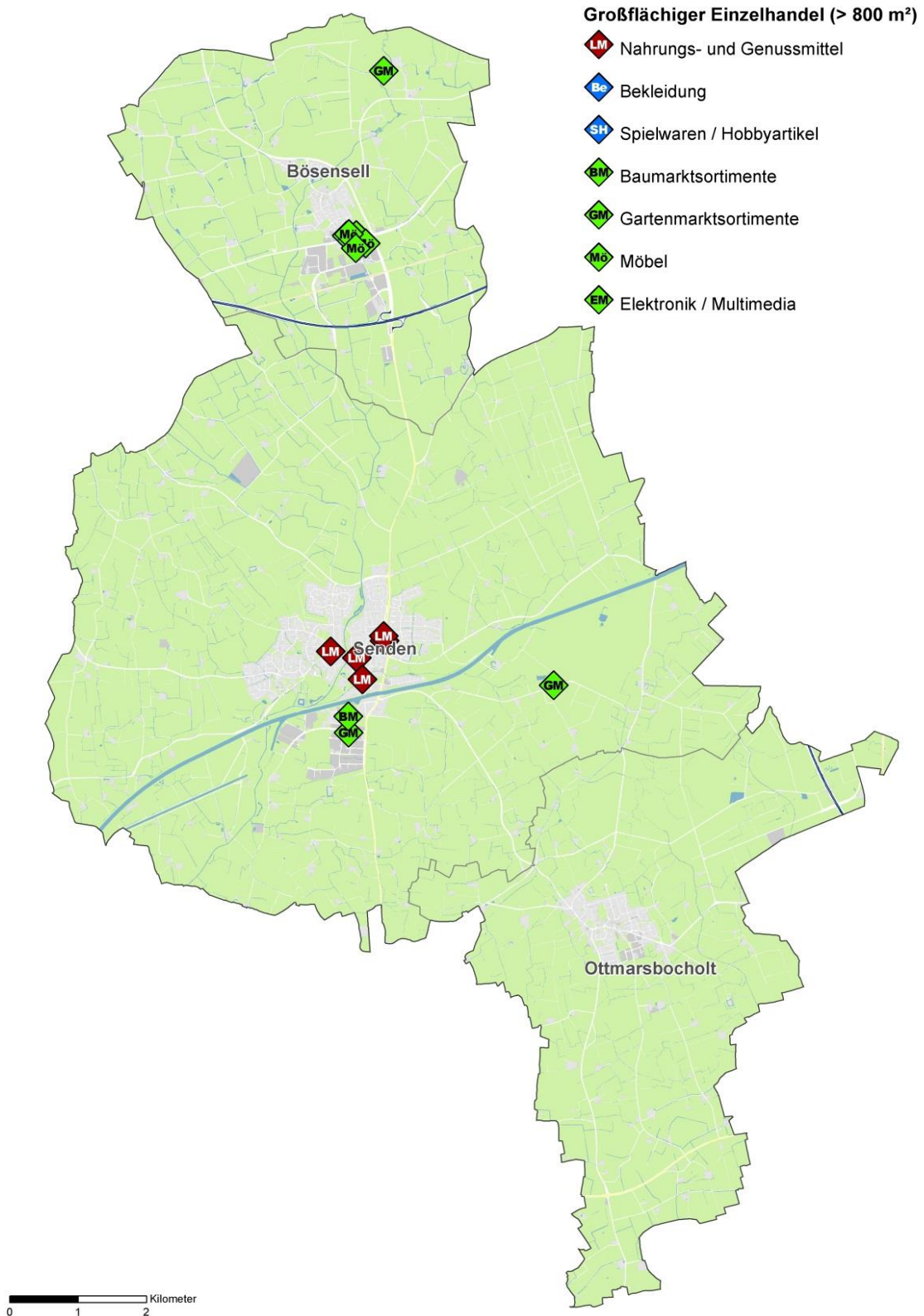
Gleichwohl sind in manchen Branchen Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für qualitative wie räumliche Verbesserungen erkennen lassen. Zwar bewegen sich die sortimentspezifischen Zentralitäten einiger Warengruppen (u. a. Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Sport und Freizeit, Wohneinrichtung, Möbel und Gartenmarktsortimente) auf einem insgesamt hohen Niveau, sind jedoch hauptsächlich auf Angebote am Sonderstandort Bösensell zurückzuführen.

Großflächiger Einzelhandel in Senden

- Aktuell existieren in Senden **14 großflächige Anbieter**¹⁶ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 61.800 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 13 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie fast **81 % des gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenangebots**.
- Mit mehr als 43.800 m² Verkaufsfläche entfallen knapp 57 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Möbel**. Der größte Anbieter von Möbeln in Senden ist das Möbelhaus Hardeck. Weitere Anbieter sind Meda Küchenfachmarkt, Polsterwelt Möbel Peters und Roller. Alle vier Anbieter sind am Sonderstandort Bösensell ansässig.
- Mit drei Betrieben und rund 7.400 m² Verkaufsfläche, d. h. rund 10 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfallen knapp 21 % der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Gartenmarktsortimente**. Anbieter dieser Warengruppe sind die Baumschule Klabautschke, die Gärtnerei De Jong und der Raiffeisen-Markt im Gewerbegebiet Senden, welche sich in nicht integrierten Streulagen in den Ortsteilen Bösensell und Senden befinden.
- Des Weiteren sind fünf großflächige Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel** in Senden ansässig, welche zusammen eine Verkaufsfläche von rund 5.100 m² aufweisen. Die Anbieter Aldi, Edeka, K&K, Lidl und Rewe halten rund 8 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter vor. Vier der Anbieter sind im zentralen Bereich angesiedelt, ein Betrieb befindet sich in wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage.
- Neben den vier Lebensmittelmärkten befindet sich – nach den Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009 – kein weiterer großflächiger Anbieter im Sendener Ortskern. Alle weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Senden befinden sich in integrierten oder nicht integrierten Streulagen sowie am Sonderstandort Bösensell.

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 Senden

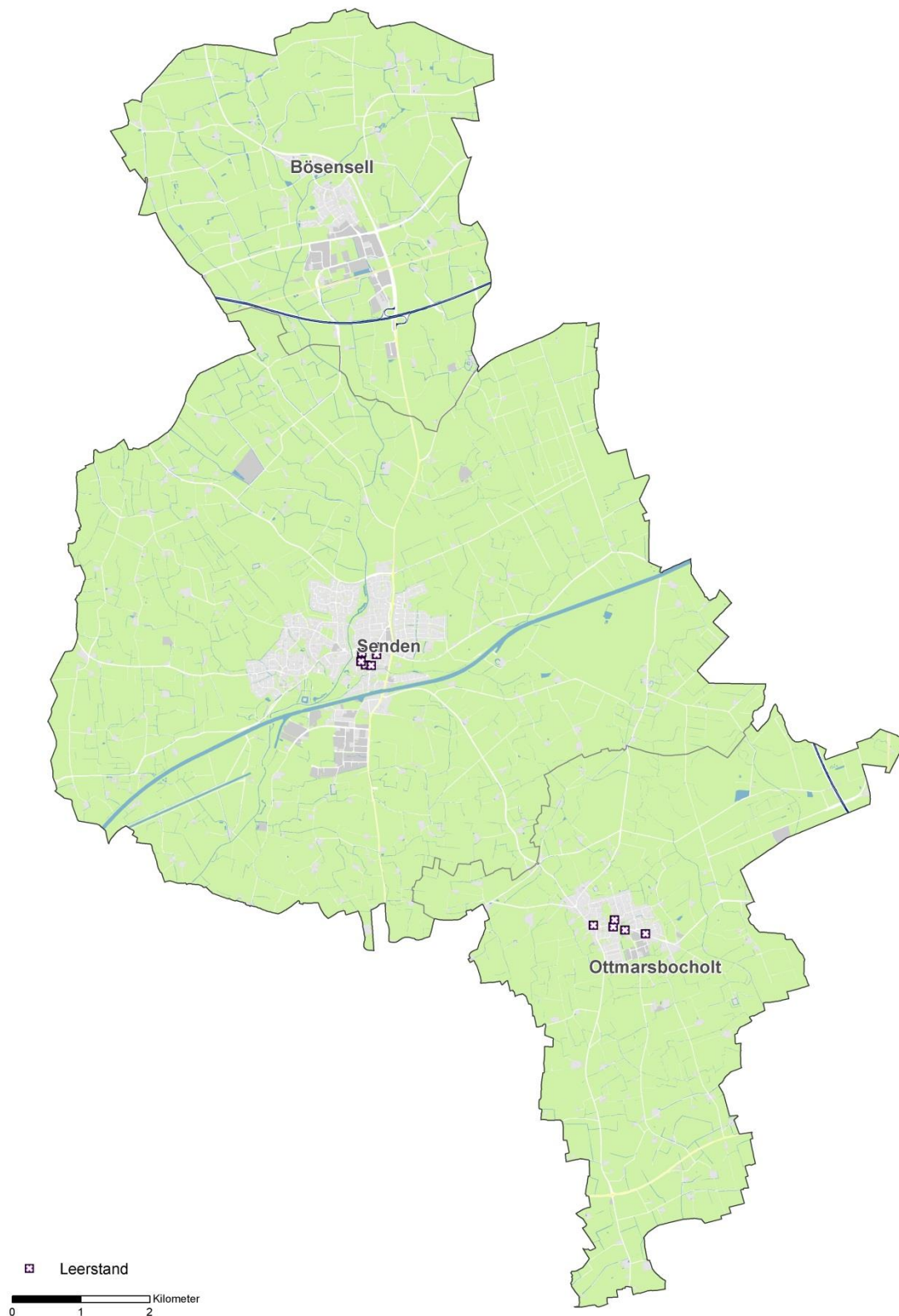


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Leerstände in Senden

- Zum Erhebungszeitpunkt Juli / August 2016 bestehen im Gemeindegebiet **zehn Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche von rund 1.250 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 9 % der Ladenlokale und rund 2 % der Verkaufsfläche.
- Größere Leerstände mit einer Fläche über 500 m² sind aktuell nicht im Sendener Gemeindegebiet zu finden. Insgesamt weisen vier leerstehende Ladenlokale eine Fläche von jeweils über 100 m² auf. Alle weiteren Leerstände zeichnen sich häufig durch weitaus geringere Flächengrößen aus, so dass die Situation der Leerstände innerhalb des gesamtgemeindlichen Einzelhandels in Senden durch kleinflächige leerstehende Ladenlokale geprägt ist.
- Rund 50 % der Leerstände (fünf Betriebe) mit rund 300 m² Verkaufsfläche sind im Bereich des Sendener Ortskerns zu beobachten. Bezogen auf den Ortskern beträgt die Leerstandsquote rund 8 % der Ladenlokale und 3 % der Fläche. Damit liegt auch der Sendener Ortskern noch im Bereich üblicher Fluktuationsraten. Im – nach den Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009 –zentralen Bereich Ottmarsbocholt bestehen drei Leerstände mit einer Verkaufsfläche von rund 700 m². Somit ergibt sich eine sehr hohe Leerstandsquote von rund 38 % der Ladenlokale und 48 % der Fläche.
- Weitere 20 % der Ladenleerstände (2 Ladenlokale) befinden sich in Streulagen im Gemeindegebiet. 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.
- Räumliche Konzentrationen von Leerständen sind nicht zu beobachten. Zwar verteilen sie sich hauptsächlich auf den Ortskern sowie das Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt, jedoch befinden sich einige der Leerstände auch in Nebenlagen. Insgesamt kann nicht von einer Akkumulation von leerstehenden Ladenlokalen gesprochen werden, obwohl die Leerstandsquote im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt sehr hoch ist.

Karte 6: Leerstände in Senden



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Senden

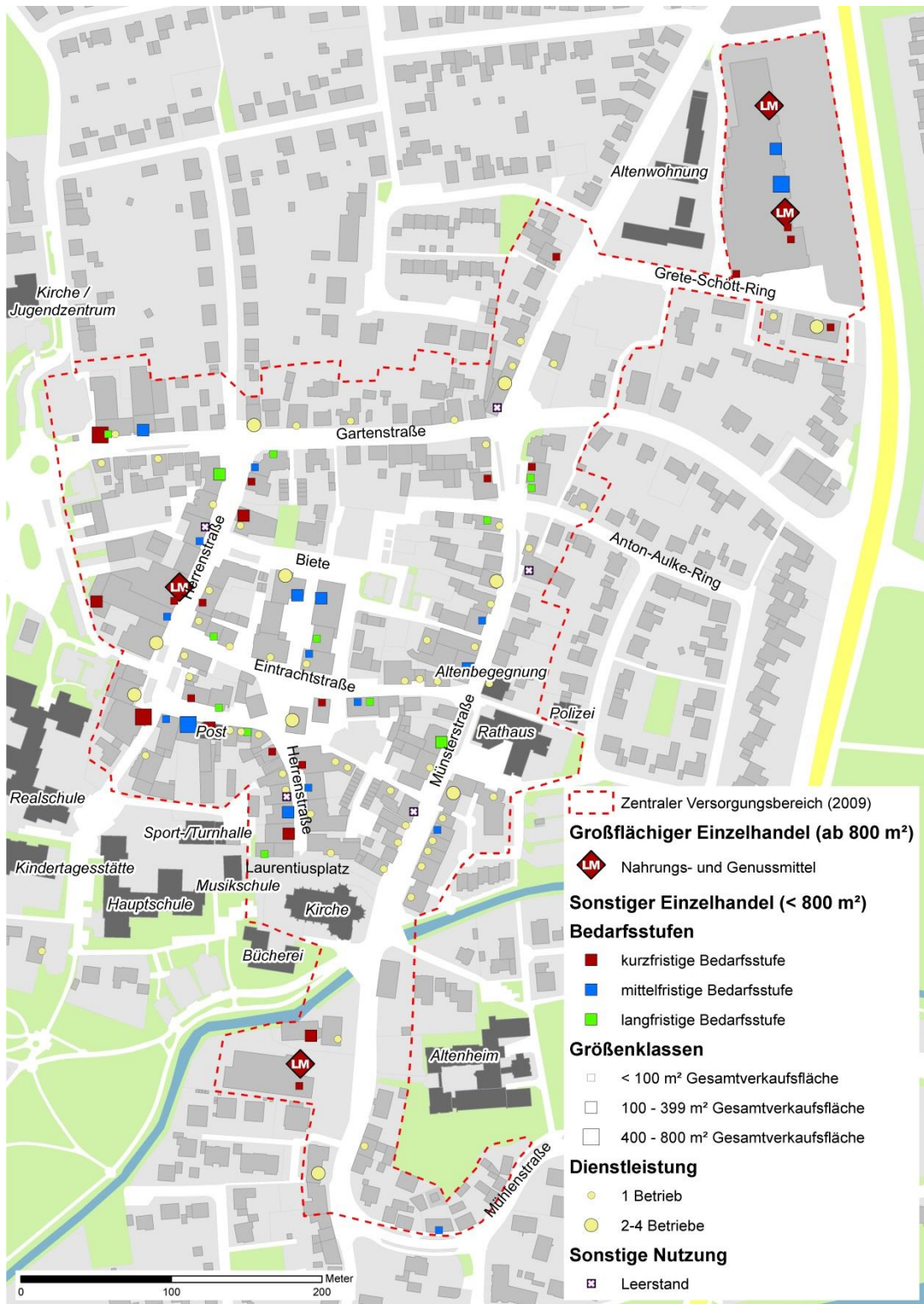
Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Sendener Gemeindegebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Senden kristallisieren sich die folgenden **räumlich-funktionalen Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

4.3.1 Der Sendener Ortskern

Der Sendener Ortskern ist durch die Gartenstraße im Norden, die Münsterstraße im Osten, den Dümmer im Süden und die Stever im Westen weitgehend klar abgegrenzt. Einen eindeutigen städtebaulichen Mittelpunkt gibt es jedoch nicht. Prägende Elemente des Ortskerns sind der Laurentiusplatz mit der Kirche St. Laurentius sowie die angrenzende Herrenstraße.

Der Ortskern von Senden weist eine bipolare Einzelhandelsstruktur auf. Der historisch gewachsene Ortskern mit dem für kleinere Gemeinden typischen Besatz an Einzelhandelsbetrieben erstreckt sich zwischen Laurentiusplatz und Gartenstraße. Nördlich vom Ortskern abgesetzt befindet sich der autokundenorientierte Einzelhandelsstandort am Grete-Schött-Ring, an welchem hauptsächlich großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.

Karte 7: Die Einzelhandelslagen des Sendener Ortskerns



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Die **Herrenstraße** im Westen des zentralen Versorgungsbereiches stellt die Hauptgeschäftsstraße des Ortskerns dar. Mit dem Supermarkt Rewe Eckmann beginnt das Hauptgeschäftszentrum im nördlichen Verlauf mit einem starken Magnetbetrieb für

den Ortskern. Im weiteren Verlauf stellen auch die kleinflächigen Anbieter dm Droge-riemarkt und Takko Fashion weitere wichtige Magnetbetriebe für den Einzelhandelsstandort im Ortskern dar. Ansonsten ist die Herrenstraße geprägt durch einen Mix von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben und das Einzelhandelsangebot ergänzenden Dienstleistungsbetrieben.

Fotos 1 und 2: Herrenstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Östlich der Herrenstraße verlaufend stellen die **Biete** und die **Eintrachtstraße** Nebenlagen dar. Während die Biete als Fußgängerbereich gestaltet ist, ist die Eintrachtstraße – wie die Herrenstraße – befahrbar. Neben den kleinteiligen Einzelhandelsgeschäften sind beide Straßenzüge (vorrangig) durch ergänzende Dienstleistungsbetriebe geprägt. Größere Einzelhandelsbetriebe in diesem Bereich sind die Anbieter Schuhhaus Wisner sowie der Bekleidungsanbieter Modebox.

Fotos 3 und 4: Biete und Eintrachtstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Eine weitere Nebenlage stellt die **Münsterstraße** dar. Die den Hauptgeschäftsbereich in Nord-Süd-Ausrichtung durchlaufende Straße ist ebenfalls vor allem durch ergänzende Dienstleistungsbetriebe und öffentliche Gebäude wie dem Rathaus und der St. Laurentius Kirche geprägt. Nichtsdestotrotz befindet sich am südlichen Ende – räumlich leicht abgesetzt vom übrigen Angebot im Ortskern – mit dem Supermarkt Edeka ein weiterer Magnetbetrieb des Sendener Ortskerns an der Münsterstraße. Das übrige Einzelhandelsangebot im weiteren Verlauf der Münsterstraße ist kleinteilig strukturiert, zu

den größeren Anbietern gehören Ernsting's Family und Elektro Scharmann.

Fotos 5 und 6: Münsterstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Nördlich abgesetzt vom Ortskern befindet sich der autokundenorientierte Versorgungsstandort **Grete-Schött-Ring**. Eine funktionale und / oder städtebauliche Anbindung an den Ortskern ist bisher nicht gegeben, wird aber durch die perspektivische Planung eines (auch durch Einzelhandel genutzten) Gebäudes im Kreuzungsbereich Münsterstraße / Grete-Schött-Ring angestrebt. Hierdurch würde die Wegebeziehung zwischen dem historischen Ortskern und dem Versorgungsstandort Grete-Schött-Ring deutlich aufgewertet. Größte Anbieter am Standort sind die großflächigen Lebensmittelmärkte Aldi und K+K, aber auch die Anbieter ABC Schuhe und Kik weisen größere Verkaufsfächenausstattungen auf. Insgesamt stellt der Standort Grete-Schött-Ring somit einen funktionalen Ergänzungsbereich zum kleinteilig strukturierten, historischen Ortskern dar.

Fotos 7 und 8: Grete-Schött-Ring



Quelle: eigene Aufnahmen

Die angebotsseitigen Kennwerte des Sendener Ortskerns werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 8: Verkaufsflächenangebot im Sendener Ortskern

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtgemeinde
Nahrungs- und Genussmittel	17	4.500	61 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	150	16 %
Gesundheit und Körperpflege	5	1.050	75 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3	450	61 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	26	6.150	58 %
Bekleidung	12	1.900	85 %
Schuhe / Lederwaren	2	650	77 %
GPK / Haushaltswaren	1	350	17 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	150	64 %
Sport und Freizeit	3	300	24 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	18	3.350	50 %
Wohnrichtung	4	250	3 %
Möbel	2	50	< 1 %
Elektro / Leuchten	2	200	16 %
Elektronik / Multimedia	-	50	56 %
Medizinische und orthopädische Artikel	5	350	100 %
Uhren / Schmuck	-	50	100 %
Baummarktsortimente	-	< 50	< 1 %
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	13	950	2 %
Sonstiges	-	< 50	100 %
Gesamtsumme	57	10.450	14 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte

Mit insgesamt 57 Betrieben und rund 10.450 m² Verkaufsfläche ist der Ortskern – neben dem großmaßstäbigen Sonderstandort Bösensell – der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Senden. Das hier vorhandene Angebot umfasst rund 14 % des gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 55 % der Betriebe in Senden. Es übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Senden und darüber hinaus. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei neben einem großen Angebot in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen der typische innenstadtprägende Einzelhandel (z. B. Bekleidung, Schuhe) dominiert. Tendenziell unterrepräsentiert sind dabei allerdings die Warengruppen Spielwaren, GPK / Haushaltswaren und Elektronik / Multimedia. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Ortskernlagen dieser Gemeindegröße typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem die Lebensmittelanbieter Aldi, Edeka, K+K und Rewe sowie die Anbieter dm und Takko an der Herrenstraße und Kik und ABC Schuhe am Grete-Schött-Ring. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal des Sendener Ortskerns darstellen, sind auch mehrere Fili-

alunternahmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten jedoch im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen bis mittlerem Standard befindet. Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist das Verkaufsflächenangebot im Ortskern insgesamt leicht rückläufig (-150 m² bzw. rund 1 %), wobei sich die Anzahl der Geschäfte nicht verändert hat.

4.3.2 Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt

Südlich des Kernortes befindet sich der Ortsteil Ottmarsbocholt. Das derzeitige **Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt** verläuft im Bereich um die Kirche entlang der Kirchstraße, der Neustraße und vor allem der Dorfstraße im Ortskern des Ortsteils. Im Umfeld des Ortsteilzentrums befinden sich verdichtete Bebauungsstrukturen, insgesamt ist der Ortsteil jedoch durch eine kleinteilige und aufgelockerte Bebauungsstruktur geprägt.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Ottmarsbocholt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben innerhalb des Ortsteilzentrums lässt sich als dünn charakterisieren. Der Lebensmittelmarkt nah & gut stellt mit einer Verkaufsfläche von rund 500 m² den mit Abstand größten Betrieb dar. Zusätzlich befinden sich noch der Schreibwarenladen My Store sowie der Orthopädieschuhladen Möller, die Bäckerei Lünigmeyer und die Apotheke St. Urban als kleinteiliges Angebot im Ottmarsbocholter Ortsteilzentrum. Ergänzt wird der geringe Einzelhandelsbesatz durch mehrere Dienstleistungsbetriebe (z. B. Bücherei, Sparkasse, Gastronomiebetriebe), die in quantitativer Hinsicht einen größeren Anteil der Betriebsstätten stellen, so dass der derzeitige

zentrale Versorgungsbereich hauptsächlich einen dienstleistungsorientierten Schwerpunkt aufweist.

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

Tabelle 9: Verkaufsflächenangebot im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtgemeinde
Nahrungs- und Genussmittel	2	450	6 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50	2 %
Gesundheit und Körperpflege	-	100	8 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	100	11 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3	650	6 %
Bekleidung	-	< 50	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	1	50	8 %
GPK / Haushaltswaren	-	< 50	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	-
Sport und Freizeit	-	< 50	< 1 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	100	2 %
Wohn Einrichtung	-	50	< 1 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	1	-	< 1 %
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	1	50	< 1 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	5	800	1 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte

Im zentralen Bereich des Ortsteilzentrums Ottmarsbocholt sind fünf Einzelhandelsbetriebe (2008: -44 %) mit insgesamt rund 800 m² Verkaufsfläche (2008: -35 %) angesiedelt. Seit der letzten Einzelhandelserhebung sind vier Betriebe (Blumenladen, Haushaltswarenladen, Drogeriemarkt und Elektronikanbieter) geschlossen worden. Vor allem bedingt durch den ansässigen Lebensmittelvollsortimenter liegt die Gesamtverkaufsfläche der kurzfristigen Bedarfsstufe innerhalb des Ortsteilzentrums bei rund 650 m², was rund 80 % der Verkaufsfläche am Standort ausmacht. Somit liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig im kurzfristigen Bedarfsbereich. Weitere Einzelhandelsangebote sind allerdings äußerst lückenhaft vorhanden. Jeweils ein Betrieb des mittel-

bzw. langfristigen Bedarfes stellen keine weiteren Angebotsschwerpunkte dar. Insgesamt besteht somit ein geringes Angebot im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt.

4.3.3 Sonderstandort Bösensell

Von hohem quantitativen Gewicht und auch regionaler Bedeutung ist ein Sonderstandort des Einzelhandels im Gemeindegebiet. Dabei handelt es sich um eine Standortagglomerationen für großflächige Fachmärkte in autokundenorientierter Lage.

Der im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 definierte Sonderstandort Bösensell befindet sich im gleichnamigen Ortsteil nördlich des Kernortes in verkehrsgünstiger Lage. Der Standort umfasst fünf Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 48.300 m² Verkaufsfläche. Der Einzelhandelsbesatz verläuft entlang der Bahnhofstraße.

Karte 9: Die Einzelhandelslagen am Sonderstandort Bösensell



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Mit knapp 47.000 m² Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich. Der Anbieter Möbel Hardeck stellt mit rund zwei Drittel der Angebote des Standortes den größten Verkaufsflächenanteil. Die Anbieter Teppich Kibek, Meda Küchenfachmarkt, Polsterwelt Möbel Peters und Roller halten in den Warengruppen Möbel, Wohneinrichtung, Elektro / Leuchten, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren und Baumarktsortimente weitere Angebotsschwerpunkte am Standort vor. Insgesamt entfällt ein hoher Verkaufsflächenanteil auf zentrenrelevante Sortimente. Neben der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren ist auch in der Waren-

gruppe Elektro / Leuchten sowie in Teilsortimenten der Warengruppe Wohneinrichtung ein hoher Verkaufsflächenanteil am Sonderstandort vorhanden.

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

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot am Sonderstandort Bösensell

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtgemeinde
Nahrungs- und Genussmittel	-	< 50	< 1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50	2 %
Gesundheit und Körperpflege	-	< 50	1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	50	8 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	-	100	1 %
Bekleidung	-	100	4 %
Schuhe / Lederwaren	-	50	5 %
GPK / Haushaltswaren	-	1.350	62 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	4 %
Sport und Freizeit	-	-	-
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	-	1.500	22 %
Wohneinrichtung	1	6.500	94 %
Möbel	4	36.500	98 %
Elektro / Leuchten	-	1.000	78 %
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baummarktsortimente	-	2.700	48 %
Gartenmarktsortimente	-	50	1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	5	46.750	79 %
Sonstiges	-	-	-
Gesamtsumme	5	48.300	63 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte

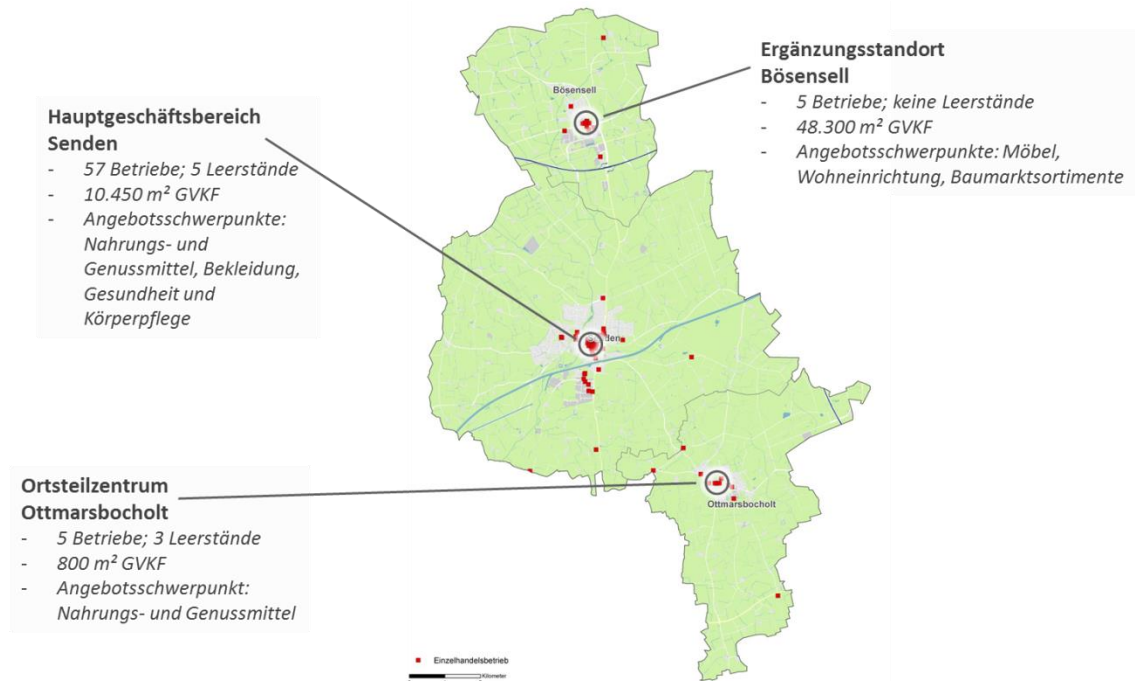
Gegenüber der Erhebung von 2008 ist ein relativ konstantes Verkaufsflächenniveau für den Sonderstandort Bösensell zu konstatieren. Es haben sich – abgesehen von der Übernahme des Betriebes Möbel Staas durch den Mitbewerber Möbel Hardeck – keine Änderungen im Hinblick auf die dort ansässigen Betriebe ergeben.

4.3.4 Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Senden

Ergänzend zu diesen – oben aufgeführten – räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Sendener Einzelhandelsstruktur sein können. Neben Fachmärkten sind hier vor al-

lem zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte¹⁷ zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Gemeindegebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Senden.

Karte 10: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Senden und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Insbesondere die Angebote im Hauptgeschäftsbereich und am Sonderstandort nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Gemeindegebiet sowie den darüber hinausreichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Die Angebote im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt dienen hingegen insbesondere der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes im Gemeindegebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sendener Ortsteilen:

¹⁷ Hinzu kommt die Besonderheit im Gemeindegebiet, dass es einen größeren Hofladen gibt, welcher ein breites, nahversorgungsrelevantes Sortiment vorhält und damit ebenfalls einen Beitrag zur Grundversorgung der Sendener Bevölkerung leistet.

Tabelle 11: Einzelhandelsangebot in den Sendener Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2016 (absolut)*	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung (in m ² je EW)
Bösensell	2.817	13 (8)	53.200 (4.900)	18,89 (1,74)
Ottmarsbocholt	3.540	14	1.800	0,51
Senden	14.460	77	21.700	1,50
Gesamt	20.817	104 (99)	76.700 (28.400)	3,68 (1,36)

Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte

Angabe in Klammern = Werte ohne Betriebe am Sonderstandort Bösensell

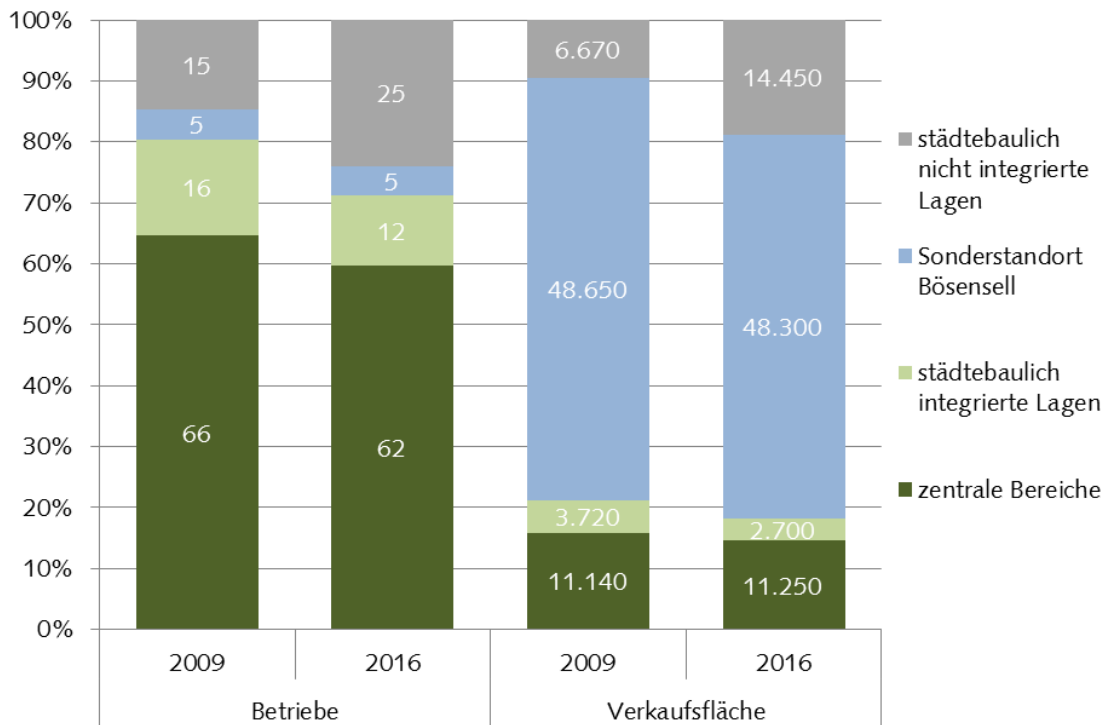
* Gemeinde Senden; Stand: 30.06.2016

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich im Ortsteil Bösensell. Rund 70 % der gesamtgemeindlichen Verkaufsflächen entfallen auf diesen Ortsteil. Dieses Angebot wird jedoch hauptsächlich von den großflächigen Betrieben am Sonderstandort Bösensell vorgehalten. Ohne die Betriebe am Sonderstandort Bösensell betrachtet, befinden sich nur rund 17 % der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche im Ortsteil Bösensell. Rund drei Viertel der Betriebe und rund ein Drittel (inkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) bzw. drei Viertel (exkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) entfallen auf den Ortsteil Senden. Vor allem die Betriebe im Ortskern tragen zu dieser hohen Ausstattung innerhalb des Ortsteils bei. Im Ortsteil Ottmarsbocholt sind rund 14 % der Betriebe und 2 % (inkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) bzw. 6 % (exkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) der gesamtgemeindlichen Verkaufsflächen verortet.
- Die höchste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung erreicht (mit deutlichem Abstand) der nördlich gelegene Ortsteil Bösensell mit 18,89 m² (inkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) bzw. 1,74 (exkl. Betrachtung des Sonderstandortes Bösensell) pro Einwohner. Der – wie oben erwähnt – vergleichsweise sehr hohe Ausstattungsgrad mit großflächigen Betrieben spiegelt sich in dem Ortsteil mit rund 2.800 Einwohnern demzufolge auch in einer sehr hohen Verkaufsflächenausstattung wider. Der Ortsteil Senden nimmt im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung mit 1,50 m² pro Einwohner den zweiten Rang ein. Deutlich unter 1 liegt der Wert im Ortsteil Ottmarsbocholt (0,51 m² / Einwohner).

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnortnahe 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 Einzelhandelsbestandshebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftsbereich und Ortsteilzentrum), integrierte Lage und nicht integrierte La-

ge vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2). Dabei wurden zunächst alle zentralen Versorgungsbereiche gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 3: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Senden differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2009

- Insgesamt ist eine Verschiebung der Betriebsstätten Richtung nicht integrierte Lagen zu verzeichnen. Städtebaulich integrierte Lagen und der Hauptgeschäftsbereich verlieren dagegen Betriebsstätten. Im Hinblick auf die Verkaufsflächen stellt sich ein ähnliches Bild dar. Während integrierte Standorte Verkaufsflächenrückgänge verzeichnen, konnten die zentralen Bereiche, aber insbesondere nicht integrierte Standorte, Verkaufsflächenzuwächse verzeichnen.
- In der Gesamtbetrachtung ist vor allem in **städtebaulich nicht integrierten Lagen** sowohl ein Verkaufsflächenzuwachs (beinahe 8.000 m²; +117 %), als auch eine gestiegene Zahl an Einzelhandelsbetrieben (+10 Betriebe; +67 %) zu verzeichnen. Dies ist neben Verkaufsflächenerweiterungen sowie Betriebsansiedlungen auch auf eine veränderte Erhebungsmethodik zurückzuführen. So wurden bei der Erhebung 2008 die Verkaufsbereiche von Baumschulen und Gärtnereien nicht berücksichtigt.
- Am **Sonderstandort** Bösensell ist ein konstantes Angebot festzustellen. Nicht nur die Anzahl der Betriebe ist unverändert, sondern auch die Verkaufsflächengröße ist gleichgeblieben.
- Ein Rückgang der Verkaufsfläche (rund -1.000 m²; -27 %) sowie ein Rückgang der

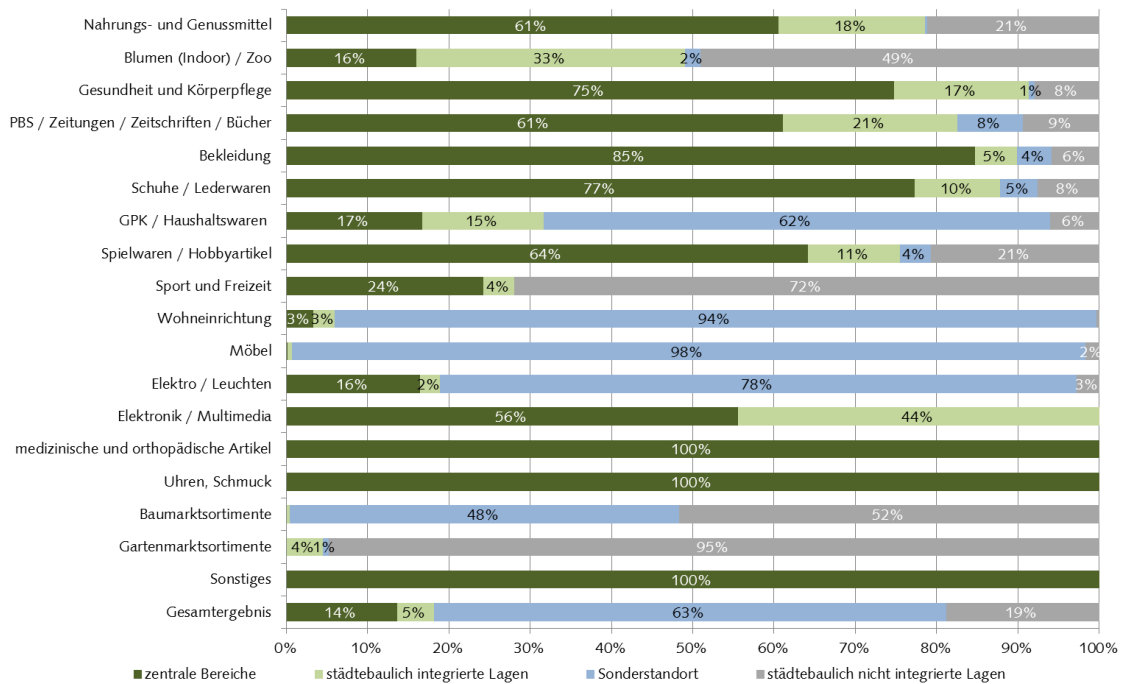
Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (-4 Betriebe; -25 %) ist in **städtebaulich integrierten Solitärlagen** festzustellen. Dies liegt hauptsächlich an Betriebsaufgaben und / oder -verlagerungen. Die Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar räumlich zugeordneten Einzelhandelslagen weisen in Senden ein Verkaufsflächenangebot von knapp 2.700 m² auf. Dies entspricht rund 4 % der gesamten Verkaufsfläche der Gemeinde. Hier spielen vor allem auch Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, eine Rolle, aber auch Anbieter nicht-zentrenrelevanter Warengruppen, wie Möbel. Insgesamt betrachtet ist die Angebotsstruktur in dieser Lagekategorie eher kleinteilig strukturiert.

- Der Verkaufsflächenanteil des **Hauptgeschäftsbereiches** ist mit rund 14 % des gesamtgemeindlichen Einzelhandelsangebots auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.¹⁸ Gegenüber 2008 ist der Anteil der Verkaufsflächenausstattung im Hauptgeschäftsbereich leicht gesunken (2008: ca. 15 %), allerdings ist die reine Verkaufsfläche beinahe konstant. Die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe im Hauptgeschäftsbereich ist ebenfalls konstant (57 Betriebe). Gleichwohl befinden sich noch immer rund 55 % aller Sendener Einzelhandelsbetriebe im Ortskern, was die kleinteilige Angebotsstruktur und Versorgungsbedeutung dieses Standortes widerspiegelt.
- Im 2009 definierten **Ortsteilzentrum** Ottmarsbocholt ist ein deutlicher Rückgang der Betriebsanzahl (-4 Betriebe; -44 %) sowie ein nicht unwesentlicher Rückgang der Verkaufsflächen (rund -400 m²; -35 %) zu erkennen. Hier spielen insbesondere Betriebsaufgaben eine entscheidende 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 4):

¹⁸ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Hauptgeschäftsbereiche im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Hauptgeschäftsbereiche jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenangebots aufweisen. Ohne Berücksichtigung der Verkaufsflächenausstattung am Sonderstandort Bösensell liegt der Anteil der Verkaufsfläche im Hauptgeschäftsbereich gegenüber der gesamtgemeindlichen Verkaufsflächenausstattung hingegen sogar bei rund 37 %.

Abbildung 4: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Senden nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von Einzelhandelsbestandsaufnahme Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2009

- In Senden ist der **Angebotsanteil der Sonderstandorte und städtebaulich nicht integrierten Lagen** in einigen Warengruppen überdurchschnittlich hoch. Mit rund **82 %** befindet sich die große Mehrheit der gesamtgemeindlichen Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Das sind im Vergleich rund 3 Prozentpunkte mehr als noch im Jahr 2008. Eine erkennbare Entwicklung des Einzelhandels in Richtung zentrale Versorgungsbereiche ist nach wie vor nicht ablesbar.
- Diese Entwicklung betrifft hauptsächlich üblicherweise nicht-zentrenrelevante Angebote, aber zum Teil auch zentrenrelevante Angebote, die weiterhin in beträchtlichem Umfang am Sonderstandort 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. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist zudem mit 18 % ein weiterer Verkaufsflächenanteil in städtebaulich integrierten Lagen zu beobachten, was in erster Linie mit dem nahversorgungsrelevanten Charakter dieses Angebotes zu begründen ist.
- Auch in den **Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe** entfallen z. T. hohe Verkaufsflächenanteile – Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit – auf den Sonderstandort bzw. städtebaulich nicht integrierte Lagen. Die Verkaufsflächen in der zentrumsprägenden Leit-

branche **Bekleidung** befinden sich zu 85 % im Sendener Hauptgeschäftsbereich. Weitere relevante Angebote in dieser Warengruppe sind zu 5 % in städtebaulich integrierten Lagen, zu 4 % am Sonderstandort und zu 6 % in städtebaulich nicht integrierten Lagen zu beobachten.

Mit rund 77 % Verkaufsflächenanteil sind drei Viertel des Angebotes in der ebenfalls zentrumsprägenden Leitbranche **Schuhe / Lederwaren** im Sendener Hauptgeschäftsbereich und im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt lokalisiert. Städtebaulich integrierte Lagen, der Sonderstandort sowie städtebaulich nicht integrierte Lagen spielen für diese Warengruppe lediglich eine untergeordnete Rolle.

In der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** entfallen rund zwei Drittel der Verkaufsfläche auf den Sonderstandort; nur rund ein Fünftel der Verkaufsfläche wird im Sendener Hauptgeschäftsbereich vorgehalten. Die Verkaufsfläche der nur in einem sehr geringen Umfang und ausschließlich als Randsortiment angebotenen Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** wird zu rund zwei Dritteln im Hauptgeschäftsbereich angeboten. Der Warengruppe Sport und Freizeit kommt im Vergleich dazu eine noch geringere Bedeutung für den Hauptgeschäftsbereich (24 %) zu. Der Verkaufsflächenschwerpunkt dieser Warengruppe liegt in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

- Das Angebot in einigen **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufen** entfällt zu großen Teilen auf den Sonderstandort und städtebaulich nicht integrierte Lagen. Ausnahmen stellen die Warengruppen **Elektronik / Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren / Schmuck** dar, die überwiegend bzw. ausschließlich im zentralen Bereich ansässig sind.

Vor allem die flächenintensiven Angebote der Warengruppen **Bau- und Gartensortimente** sowie **Möbel** sind (fast) ausschließlich außerhalb des Ortskerns ansässig.

Auch die Warengruppen **Wohneinrichtung** (3 %) und **Elektro / Leuchten** (16 %) spielen im Sendener Hauptgeschäftsbereich eine deutlich untergeordnete Rolle und werden hauptsächlich am Sonderstandort als Randsortiment angeboten. Die Warengruppe **Elektronik / Multimedia** hingegen konzentriert sich ausschließlich in den zentralen Bereichen bzw. in städtebaulich integrierten Lagen.

Zwischenfazit – räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes:

In der Gemeinde Senden ist nach wie vor ein besonders hoher relativer Anteil vor allem des Sonderstandortes, aber auch weiterer städtebaulich nicht integrierter Lagen am gesamtgemeindlichen Einzelhandelsangebot festzustellen. Seit der Einzelhandelserhebung für das Einzelhandelskonzept 2009 ist kein positiver Trend nachzuvollziehen, vielmehr ist der Angebotsanteil in städtebaulich nicht integrierten Lagen gestiegen. Ein verstärkter Fokus auf das Hauptgeschäftszentrum sollte demnach zukünftig im Vordergrund stehen.

Seit der letzten Erhebung hat im **Sendener Hauptgeschäftsbereich** keine bedeutsame Veränderung stattgefunden. Insgesamt hat sich der Hauptgeschäftsbereich in den letzten Jahren im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur nicht nennenswert weiterentwickeln können. Die relative Bedeutung des **Hauptgeschäftsbereiches** ist im Vergleich zur Erhebung 2008 gleich geblieben. Sowohl das Verkaufsflächenangebot als auch die Anzahl der Betriebe sind hier konstant.

Um den Ortskern zu attraktivieren, ist ein Umgestaltungsprozess im Rahmen des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (ISEK) eingeleitet worden.

Im **Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt** fand im Vergleich zur Situation im Jahr 2008 eine deutlich rückläufige Entwicklung statt. Die Verkaufsflächenentwicklung ist deutlich rückläufig, so dass das bisherige Zentrum den heutigen Anforderungen nicht mehr gerecht wird. Zukünftig erfüllt das Zentrum jedoch nicht mehr die Kriterien für ein Ortsteilzentrum und ist daher differenziert zu betrachten.

Der **Sonderstandort Bösensell** entfaltet aufgrund der großflächigen und strukturprägenden Anbieter eine **gesamtgemeindliche und regionale Ausstrahlung** und stellt – insbesondere aufgrund der im Randsortiment vorgehaltenen zentrenrelevanten Sortimente – einen bedeutsamen Konkurrenzstandort zum Sendener Hauptgeschäftsbereich dar. Eine Weiterentwicklung von Verkaufsflächenangeboten in **typischen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen** über das politisch beschlossene und baurechtlich abgesicherte Maß hinaus, wäre daher **negativ zu bewerten**.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Senden

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

Derzeit führen in Senden **35 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **7.450 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **10 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Gemeinde Senden entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,36 m² pro Kopf** und liegt somit leicht unterhalb des bundesweiten Vergleichswerts von 0,40 m². Mit rund **37 Mio. Euro Umsatz** entfallen

rund 21 % des Gesamtumsatzes des Sendener Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,72** zeigt dennoch, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel rund 28 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Senden und somit unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt.

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Sendener Ortsteilen** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung Unterschiede, entsprechend der Einwohnergröße beziehungsweise der vorhandenen Mantelbevölkerung, gibt.

Tabelle 12: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Sendener Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2016 (absolut)*	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je EW)
Bösensell	2.817	4 (1)	750	0,27
Ottmarsbocholt	3.540	6 (1)	600	0,17
Senden	14.460	25 (7)	6.100	0,42
Gesamt	20.817	35	7.450	0,36

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli / August 2016; gerundete Werte

Angabe in Klammern = Anzahl strukturprägender Lebensmittelanbieter

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

* Gemeinde Senden; Stand: 30.06.2016

- Die Verkaufsflächenausstattung im Ortsteil **Senden** ist mit 0,42 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner sowohl im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (0,40 m² pro Einwohner) als auch auf den gesamtgemeindlichen Durchschnitt (0,36 m² pro Einwohner) als leicht überdurchschnittlich einzustufen. Gegenüber der Verkaufsflächenausstattung im Jahr 2008 ist eine konstante Entwicklung feststellbar. Neben einer leichten Zunahme der Einwohnerzahl ist auch – trotz leicht gestiegener Betriebsanzahl mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel (2008: 32 Betriebe) – die sortimentspezifische Verkaufsfläche leicht gesunken. Diese gute Verkaufsflächenausstattung entspricht nach wie vor der Versorgungsfunktion des Ortsteils Senden. Obwohl die umliegenden Sendener Ortsteile über eigene Versorgungsstrukturen verfügen, ist der Ortsteil Senden der wichtigste Versorgungsstandort – auch im Hinblick auf das Lebensmittelangebot. Insbesondere der K+K-Verbrauchermarkt am Grete-Schött-Ring im Ortskern ist mit über 1.500 m² Verkaufsfläche ein wichtiger Versorgungsstandort, der über die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche klar hinausgeht.
- Ein leicht unterdurchschnittlicher Ausstattungsgrad der Versorgung mit Lebensmitteln zeigt sich mit 0,27 m² pro Einwohner (2008: 0,24 m² / Einwohner) im Ortsteil **Bösensell**. Seit der letzten Erhebung ist die Verkaufsflächenausstattung beinahe konstant. Der weiterhin bestehende Supermarkt nah und gut im südlichen Bereich Bösensells trägt zur wohnungsnahen Grundversorgung im Ortsteil bei.

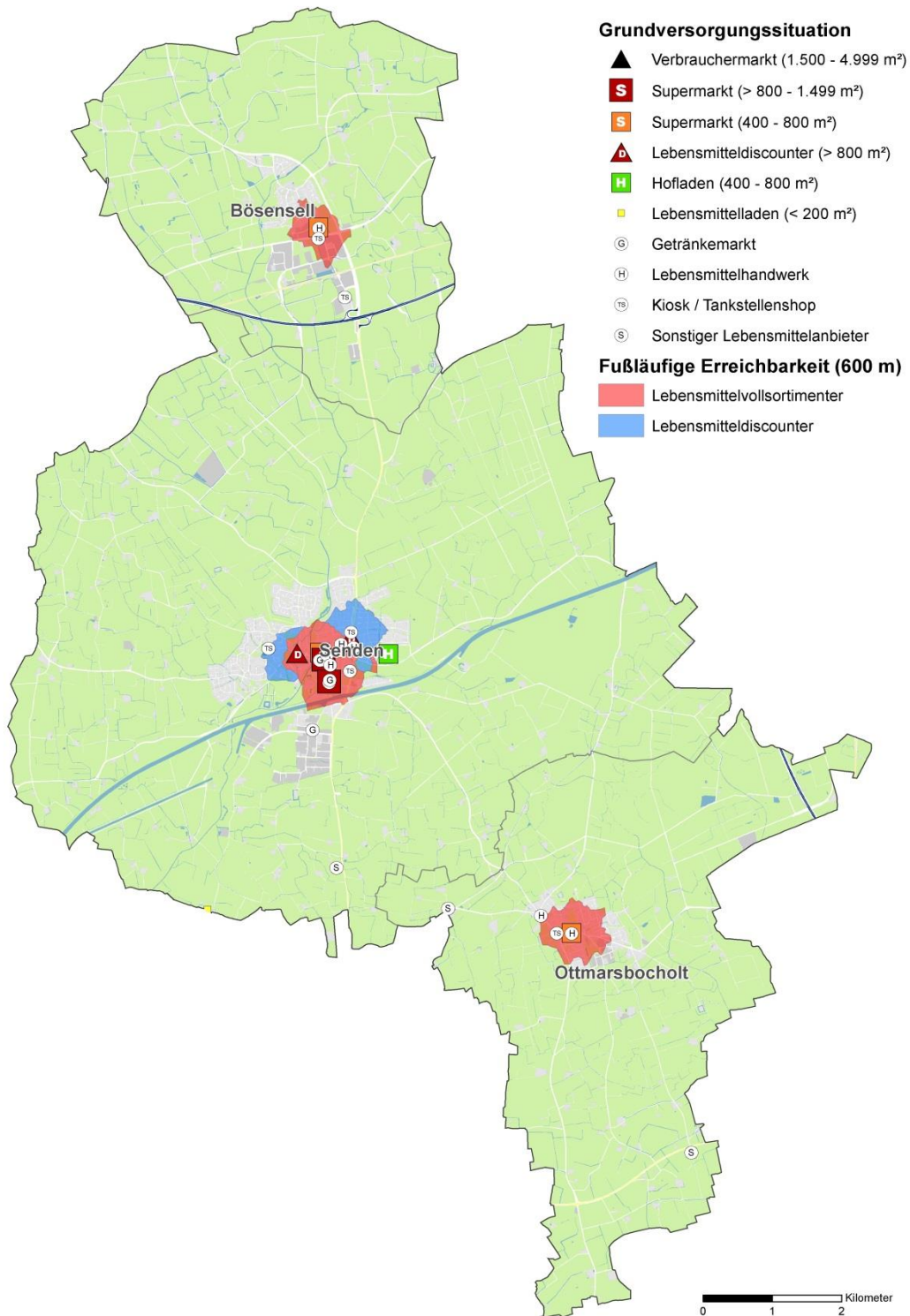
- Mit einem Wert von 0,17 m² / Einwohner ist für den Ortsteil **Ottmarsbocholt** die niedrigste Verkaufsflächenausstattung festzustellen (2008: 0,28 m² / Einwohner). Gegenüber 2008 ist ein Getränkemarkt marktabgänglich. Mit einem kleinen nah und gut-Lebensmittelmarkt sowie zwei Bäckereien wird ein gewisser Beitrag zur Nahversorgung im Ortsteil geleistet.

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 ist – mit Ausnahme des Ortsteils Senden – in allen Ortsteilen signifikant unterschritten. Vor diesem Hintergrund sind die bestehenden Märkte in den Ortsteilen Bösensell und Ottmarsbocholt als sehr positiv zu bewerten.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem Verbrauchermarkt, fünf Supermärkten, zwei Lebensmitteldiscountern, einem größeren Hofladen sowie einem Lebensmittelladen, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks, Tankstellenshops und weiteren Hofläden ist positiv zu bewerten, da insgesamt eine nahezu ausgewogene Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist. Gleichwohl sind insbesondere im Bereich der kleineren Lebensmittelmärkte auch qualitative Defizite zu beobachten. Hinsichtlich Betriebsgrößen und Warenpräsentation sind einige Märkte nicht mehr zeitgemäß.

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 Senden mit einer Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 11: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Senden mit 600 m – Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Detailkarten siehe Anhang Teil A3

Insgesamt zeigt sich, dass strukturprägende Lebensmittelanbieter in allen Ortsteilen des Sendener Gemeindegebietes lokalisiert sind und somit ein nahezu flächendeckendes Netz an Nahversorgungsstrukturen bilden. Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich im Hauptsiedlungsbereich des Ortsteils Senden teilweise mehrfach, so dass eine gute Abdeckung der Siedlungsbereiche durch die größeren Lebensmittelanbieter gegeben ist. Im Ortskern führen vor allem die Lebensmittelvollsortimenter K+K, Edeka und Rewe sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi ein umfangreiches Lebensmittelsortiment, aber auch zahlreiche kleinteilige Betriebe wie Bäcker und ein Metzger¹⁹ bieten Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment an. Räumlich unterversorgte Bereiche sind hauptsächlich in den Siedlungsrandbereichen sowie in den dispersen Streusiedlungen zu beobachten. Diese ergeben sich sowohl in den Ortsteilen Bösensell und Ottmarsbocholt, als auch in den Siedlungsrandbereichen des Ortsteils Senden. Im Ortsteil Bösensell ist ein größerer Teil des Siedlungsbereiches fußläufig unterversorgt, da sich der Lebensmittelanbieter in Siedlungsrandlage befindet. Dies bedeutet jedoch nicht grundsätzlich ein räumliches Versorgungsdefizit. Vielmehr sind vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Ortsteilen die Entwicklungsperspektiven zur Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes eingeschränkt.

Außerhalb der zentralen Bereiche bietet aktuell vor allem folgender Lebensmittelmarkt eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

- Lidl, Bulderner Straße (Ortsteil Senden)

Der Standort dieses Marktes ist aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig gut erreichbar und spielt unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandort**.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind vor dem Hintergrund einer durchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung vor allem aber auch übergeordnete gemeindeentwicklungspolitische 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 Gemeindeentwicklung 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.

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **104 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **76.700 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Gemeinde Senden in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer deutlich überdurchschnittlichen quantitativen Angebotsaus-

¹⁹ Der Metzgereibetrieb wurde während der Bearbeitungszeit des Einzelhandelskonzeptes geschlossen.

stattung. Umgerechnet auf aktuell rund 20.800 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 3,7 m² je Einwohner**, was sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,5 m² / EW) als auch im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion²⁰ (1,5 – 1,9 m² / EW) einen **überdurchschnittlichen** Wert darstellt. Dies ist vor allem auf die großformatigen Anbieter am Sonderstandort Bösensell zurückzuführen. Bei einer Betrachtung ohne diesen Sonderstandort beläuft sich die gesamtgemeindliche Verkaufsflächenausstattung auf rund 28.400 m² und die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner auf rund 1,4 m². Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist ein Anstieg der Verkaufsfläche um rund 6.500 m² zu verzeichnen.

- 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 insbesondere in den Branchen *Bekleidung, Spielwaren / Hobbyartikel, Elektronik / Multimedia* sowie *Uhren, Schmuck*.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 127 Mio. Euro** weist Senden ein im bundesweiten wie regionalen Vergleich **überdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 104,17) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 175 Mio. Euro** im Sendener Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **1,38** ergibt. Per Saldo sind deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Senden aus der Region nachweisbar, was der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Grundzentrum** vollkommen entspricht. Hohe Zentralitäten von z. T. deutlich über 1 und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich in den Warengruppen *Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren* (3,05), *Sport und Freizeit* (1,41), *Wohneinrichtung* (5,01), *Möbel* (10,07), *Elektro / Leuchten* (1,02), *medizinische und orthopädische Artikel* (1,24) und *Gartenmarktsortimente* (4,76).
Im **Vergleich zu 2008** ist die Zentralitätskennziffer von damals rund 1,27 leicht gestiegen. **Steigerungen** ergeben sich u.a. in den Branchen *Gartenmarktsortimente, Möbel, Wohneinrichtung, medizinische und orthopädische Artikel* sowie *PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher*. **Rückläufige Zentralitäten** sind hingegen vor allem in den Branchen *Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Elektro / Leuchten, Spielwaren / Hobbyartikel, Nahrungs- und Genussmittel* sowie *Schuhe / Lederwaren* zu verzeichnen. Dabei spielen neben Neuansiedlungen oder Erweiterungen bzw. Betriebsaufgaben auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen, eine ungleiche Entwicklung von Umsatz und Kaufkraft innerhalb der Branchen, aber auch methodische Abweichungen eine Rolle.
- Bedeutendster Angebotsstandort – neben dem Sonderstandort Bösensell – ist der **Sendener Hauptgeschäftsbereich** im Ortskern. 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 funktions-

²⁰ Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten und Gemeinden vergleichbarer Größe und / oder der Versorgungsstruktur in den vergangenen 5 Jahren

fähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs. Die üblicherweise zentrenprägenden Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe wie Bekleidung und Schuhe / Lederwaren spielen eine eher zweitrangige Rolle. Die Betriebsstruktur besteht vorwiegend aus kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben sowie Filialisten. Größte Anbieter sind die Lebensmittelmärkte K+K, Edeka, Rewe und Aldi. Die Haupteinkaufslage des Geschäftszentrums erstreckt sich insbesondere entlang der Herrenstraße. Auch hier befinden sich mehrere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe. Nebenlagen stellen die Biete, die Eintrachtstraße und die Münsterstraße dar, in denen oftmals Dienstleistungen dominieren.

- Das **Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt** soll vorrangig der Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung im Ortsteil bzw. in den angrenzenden Siedlungsbereichen dienen. Da sich das Einzelhandelsangebot an diesem Standort maßgeblich verändert hat, ist dieses Zentrum aus heutiger Sicht nicht mehr in seiner ursprünglichen Form beizubehalten. Eine neue Einstufung dieses Standortes ist im Hinblick auf die aktuelle Rechtsprechung sowie zukünftige Entwicklungen notwendig.
- Im Sendener Gemeindegebiet ist eine autokundenorientierte **Standortagglomeration** lokalisiert (**Bösensell**) an der sich **5 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **48.300 m²** befinden. Am Standort Bösensell werden hauptsächlich die Warengruppen Möbel, Wohneinrichtung, Baumarktsortimente und die zentrenrelevante Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren angeboten.
- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnah Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtgemeindlich eine quantitativ wie qualitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist, die einen Großteil des Sendener Gemeindegebietes abdeckt. Eine vollständige „Flächendeckung“ ist hinsichtlich einiger dünner besiedelter Ortsteile oder Siedlungsrandbereiche mit geringerem Einwohnerpotenzial nicht vorhanden.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Sendener Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Es bestehen – mit Ausnahme der Warengruppen Spielwaren / Hobbyartikel, Elektronik / Multimedia und Uhren, Schmuck – keine erheblichen quantitativen Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt zudem, dass stellenweise einzelne Verbesserungen erforderlich sind. Insgesamt wird Senden seiner grundzentralen Versorgungsfunktion gerecht. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Mit Blick auf die zukünftige Gemeinde-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist der zentrale Versorgungsbereich im Ortskern als wichtigster Versorgungsstandort im Gemeindegebiet zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Senden

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Senden erfolgen. Für die Gemeinde 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 Senden 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 Flächenproduktivität²¹ 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 Grenztabilitäten 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 Senden von einer konstanten bis leicht rückläufigen Flächenproduktivität ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Senden bis 2025

Bereits für die letzten Jahre ist für die Gemeinde Senden eine wachsende Bevölkerungsentwicklung zu beobachten (so beispielsweise zwischen den Jahren 2000 und 2015 um 5 %) und auch in den kommenden Jahren ist von einer weiterhin positiven Entwicklung der Bevölkerungszahl auszugehen. So prognostiziert IT.NRW²² einen Bevölkerungszuwachs bis zum Jahr 2025 von rund 6 %. Die Bezirksregierung Münster²³ berechnet für denselben Prognosehorizont ein Wachstum um rund 5 %. Beide Bevölkerungsvorausrechnungen basieren auf dem Zensus 2011. Der Abschätzung der quan-

²¹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²² Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2016): Kommunalprofil Senden, S. 9

²³ Bezirksregierung Münster (2016): Bevölkerungsentwicklung 1996 bis 2015 und Erwartung bis 2039 Senden

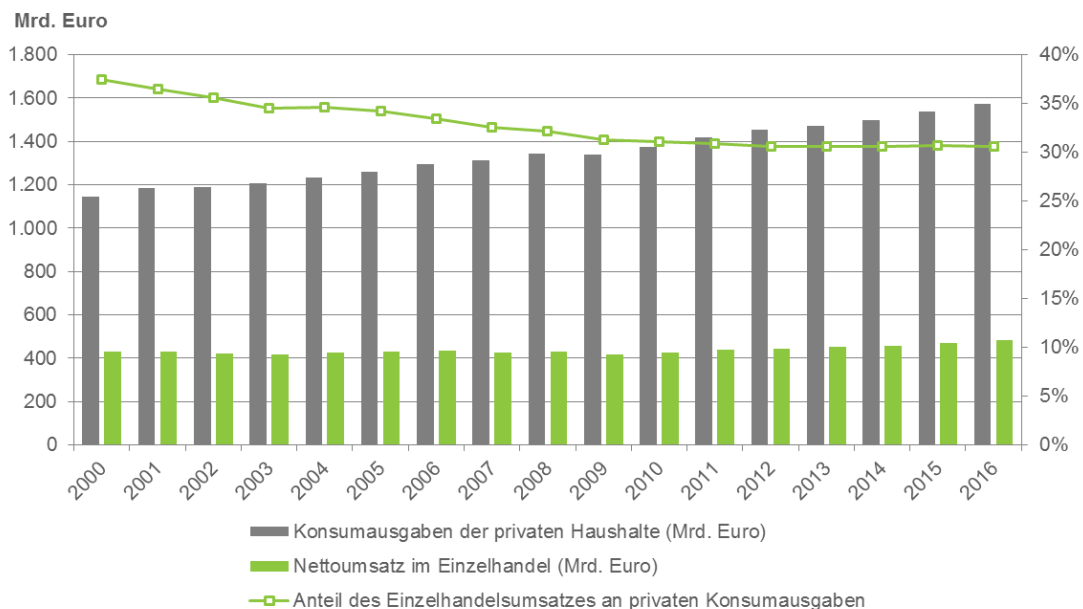
titativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen zu steigenden Bevölkerungszahlen zugrunde gelegt.

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:

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

Abbildung 5: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (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.²⁴

²⁴ EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2000 bis 2016 (in Prozent)

- 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 (2017: rund 490 Mrd. Euro).²⁵

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²⁶ 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:

Tabelle 13: 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	→
Wohneinrichtung / 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 2008-2014

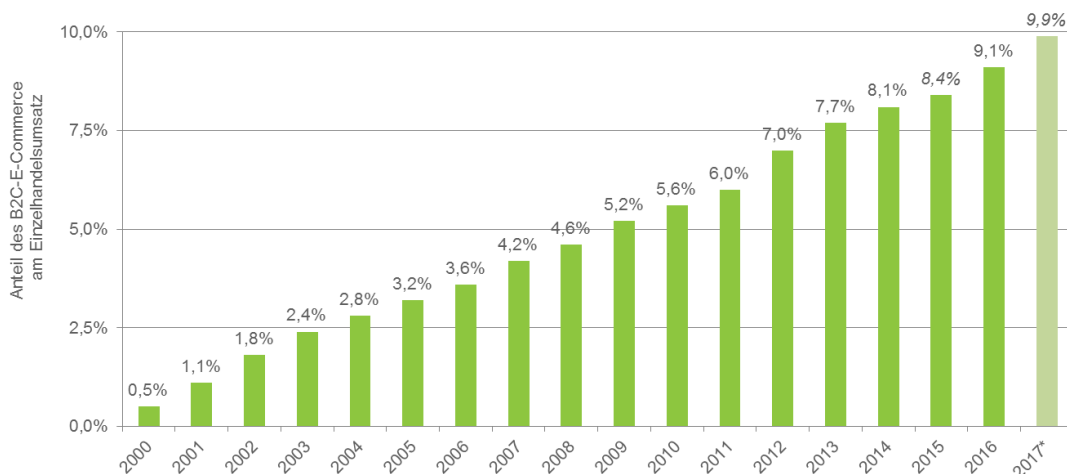
²⁵ EHI Retail Institute 2017 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2017 (www.destatis.de): Bruttoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2016 mit Prognose für 2017 (in Milliarden Euro)

²⁶ 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.

Entwicklung des E-Commerce (= Onlinehandel)²⁷ 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 44 Mrd. Euro im Jahr 2016. Für das Jahr 2017 wird eine weitere Zunahme auf rund 49 Mrd. Euro prognostiziert.²⁸ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. 0,5 % im Jahr 2000 bzw. ca. 9,1 % im Jahr 2016 (vgl. nachfolgende Abbildung 6).

Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; *Prognose
Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 06. Februar 2017)

Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von

²⁷ „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 sogenannte 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)

²⁸ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2016 mit Prognose für 2017 (in Milliarden Euro), Zugriff unter www.handelsdaten.de im Februar 2017

den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2016 rund 58 % des im interaktiven Handel²⁹ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Elektronikartikel und Telekommunikation, Bücher und Ebooks, Schuhe sowie Computer / Zubehör / Spiele / Software erwirtschaftet.³⁰ 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 Onlinehandels,³¹ 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 7 % von 116 Mio. m² im Jahr 2005 auf knapp 124 Mio. m² im Jahr 2015 angestiegen.³²

Es sind jedoch nicht die reinen Onlinehändler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**³³ an Bedeutung. Während vormals reine Onlinehändler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport, mymuesli), 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 Multichannel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erziel-

²⁹ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen

³⁰ vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.statista.de (zuletzt zugegriffen im 17.03.2017)

³¹ ebenda

³² vgl. Handelsverband Deutschland 2016. Daten abrufbar unter www.einzelhandel.de (zuletzt zugegriffen am 17.03.2017)

³³ Bei dem Multichannel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

te Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multichannel-Konzept.³⁴

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie die Stärken des stationären Einzelhandels in Senden 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 Zentren der Gemeinde zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

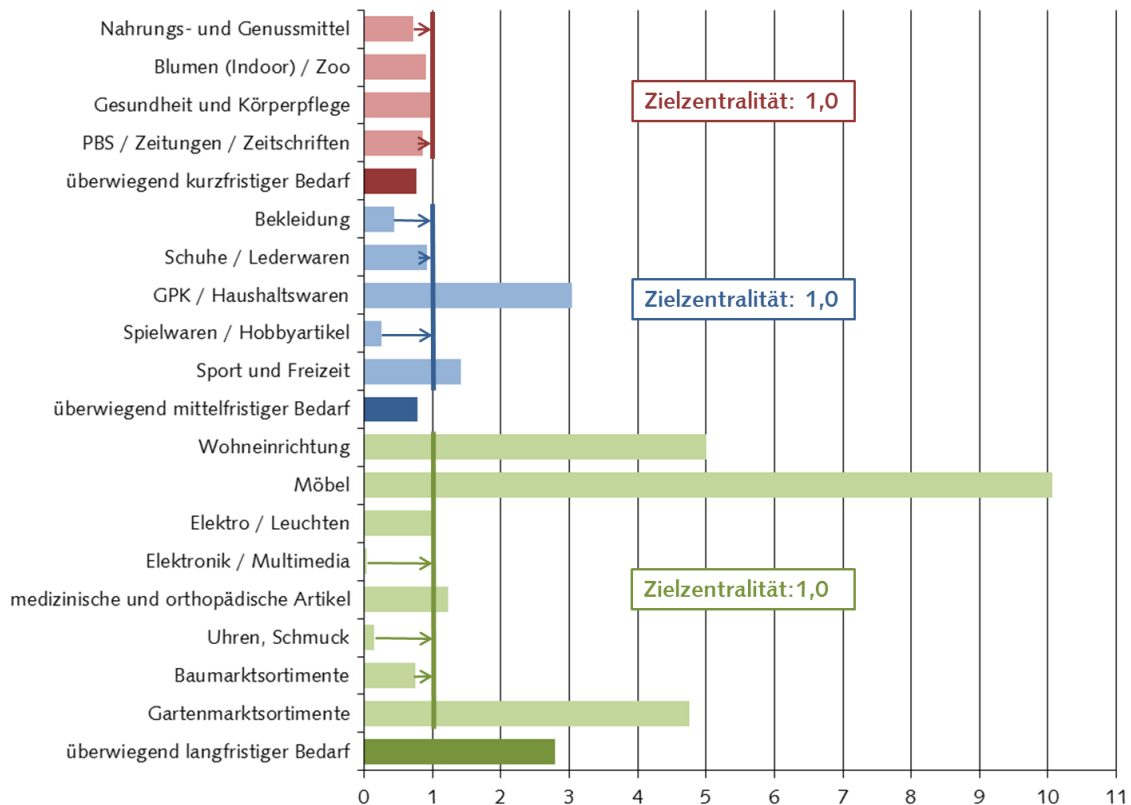
Zielzentralitäten für das Jahr 2025

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

- 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 sowie Gesundheit und Körperpflege erreicht. Die übrigen Warengruppen dieser Bedarfsstufe unterschreiten die Zielzentralität bislang, so dass sich aus quantitativer Sicht leichte Arrondierungsspielräume erkennen lassen. In allen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen, die die grundzentrale Versorgungsfunktion der Gemeinde Senden in der Region widerspiegelt. Der angesetzte Wert wird bisher in den Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik /Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit erreicht bzw. sogar nicht unwesentlich überschritten. Entwicklungsspielräume ergeben sich in den übrigen Warengruppen und sind allgemein unter qualitativen Aspekten zu betrachten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird über alle Warengruppen eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Bis auf die Warengruppen Elektronik / Multimedia, Uhren / Schmuck und Baumarktsortimente erreichen bzw. überschreiten die aktuellen Zentralitäten diesen Wert (deutlich).

³⁴ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

Abbildung 7: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Senden als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Senden

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Gemeinde Senden aus rein quantitativer Sicht in einigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. 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 des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern** 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 gesamtgemeindlichen 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 Gemeinde- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

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

So bestehen (z. B. in den Branchen Bekleidung, Spielwaren / Hobbyartikel und Elektronik / Multimedia) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Senden beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei – wie in Senden bereits der Anbieter Takko im zentralen Versorgungsbereich 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).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Gemeinde Senden nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Grundversorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an gemeindeentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes**, insbesondere auch im Ortskern, führen. Die Ansiedlung von Angebotsergänzungen in Warengruppen mit defizitären Angebotsausstattungen als zusätzlicher Frequenzbringer könnte zur weiteren Profilierung des Ortskerns und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Auch eine verstärkte Ansiedlung zentrenrelevanter

Sortimente, die bislang mehrheitlich außerhalb des Ortskerns angesiedelt sind, ist in diesem Sinne anzustreben. Einen ruinösen Wettbewerb – ausgelöst durch überdimensionierte Randsortimentsangebote – zwischen dem Sonderstandort Bösensell und dem zentralen Versorgungsbereich – gilt es zu vermeiden.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Gemeinde Senden 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 Gemeinde Senden als Grundzentrum und die Versorgungssituation in der Gemeinde sichern und verbessern,
- ...sie den zentralen Versorgungsbereich in seiner 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 Angebotspektrums beitragen.

6 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Senden

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 gemeindeentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

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

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 den Sendener Ortskern zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie den ergänzenden Sonderstandort zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Senden umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition des Sonderstandortes und Empfehlungen zu seiner zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Sendener Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

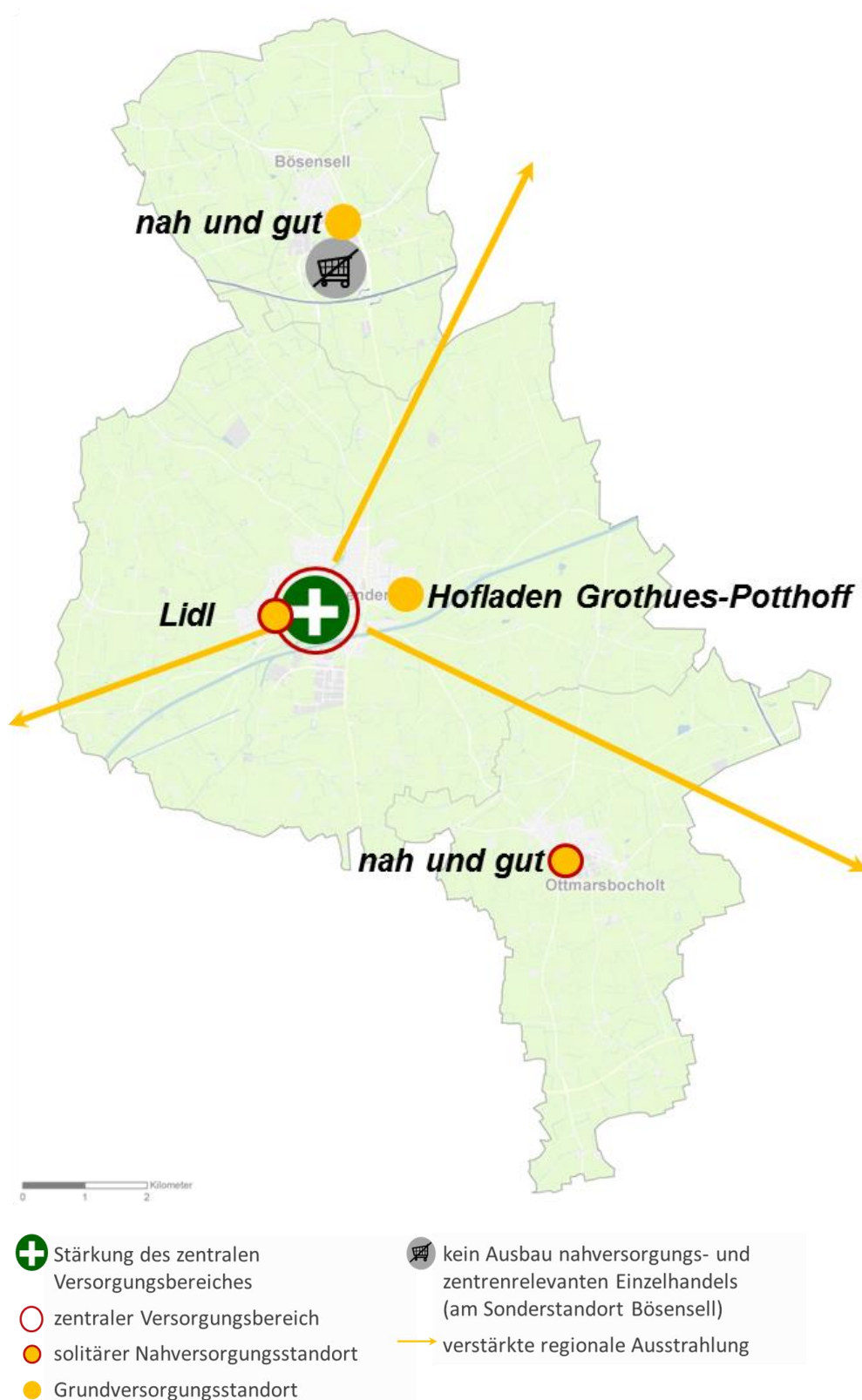
6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Senden soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf den Ortskern** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der

Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu hat sich das gesamtgemeindliche **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. 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 Sendener Gemeindegebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Gemeinde Senden innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Gemeindegebiet **anzupassen**.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2009 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelspezifischen Situation in Senden und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, 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.³⁵

Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Gemeinde Senden zugrunde zu legen ist. Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Senden, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Grundzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Gemeinde**, kann insgesamt festgehalten werden.

Sicherung und – wo erforderlich – Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes gemeindeentwicklungsrelevantes Ziel für die Gemeinde Senden bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Grundzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit ausreichend erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,38).

Die räumliche Angebotssituation innerhalb der Gemeinde weist einen deutlichen Angebotsschwerpunkt am Sonderstandort Bösensell auf. Bei einer Weiterentwicklung dieses Standortes ist auf die Zentrenverträglichkeit insbesondere in den Randsortimentsangeboten zu achten. Daher bleibt es ein vordringliches Ziel der Gemeindeplanung in Senden, einer drohenden und in einigen Warengruppen bestehenden räumlichen „Schiefelage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Gemeinde zu begegnen und die grundzentrale Versorgungsfunktion gesamtgemeindlich auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf dem Ortskern als „Aushängeschild“ der Gemeinde sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung ergänzender Angebotsstandorte im Gemeindegebiet. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix im Ortskern von hoher Bedeutung für die Attraktivität des Einkaufsstandorts Senden und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

³⁵ 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 Gemeindeentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie Sicherung und Stärkung der gesamtgemeindlichen Versorgungsfunktion

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandortes 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 Senden 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 Gemeinde Senden 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 gesamten Gemeinde, der Sendener Versorgungsstandorte und der Ortsteile.

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

Wesentliche Grundlage für eine attraktive Einzelhandelsituation der Gemeinde Senden 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 im zentralen Versorgungsbereich des Sendener Ortskerns sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. am Sonderstandort) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb, welcher seinerseits langfristige negative städtebauliche Folgen – insbesondere für den Sendener Ortskern – nach sich ziehen könnte, schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der gemeindlichen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern auf der einen sowie dem ergänzenden Sonderstandort 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 des Sendener Hauptgeschäftsbereichs im Ortskern

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Sendener Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Gemeinde Senden dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität des Sendener Ortskerns und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen im Ortskern zeigt den Stellenwert, den die Gemeinde dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs 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 den Sendener Hauptgeschäftsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Gemeinde Senden, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort im Ortskern 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 des zentralen Versorgungsbereichs im Ortskern sowie des Einzelhandelsstandortes Senden allgemein beitragen.

Sicherung und – wo möglich – Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Gemeindegebiet 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 Notwendigkeiten³⁶ 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 Sendener Gemeindegebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein

³⁶ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

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

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung der ergänzenden Einzelhandelsstandorte für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Der bestehende Sonderstandort Bösensell sowie auch verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für den Ortskern, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und (in Teilen) notwendige Ergänzung des Einzelhandels im Sendener Ortskern 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 Einzelhandelsbetriebe³⁷ angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb des Ortskerns ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtgemeindlichen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten, städtebaulich nicht integrierten Standorten im Gemeindegebiet 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 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 in denen sich derzeit (noch) keine Einzelhandelsbetriebe befinden, der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs und eines Gebietsversorgers (siehe Seite 117 f.)) erforderlich.

³⁷ 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 Gemeindeplanung 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 den Sendener Ortskern bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte mit konterkarierenden Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem gemeindeentwicklungspolitischen Leitbild einer „Gemeinde 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 Gemeindeentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie gemeindeentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Senden (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb des Ortskerns und des bestehenden Sonderstandortes. Eine Öffnung neuer (in der Regel auto-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsgebiete (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann. 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 Senden entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

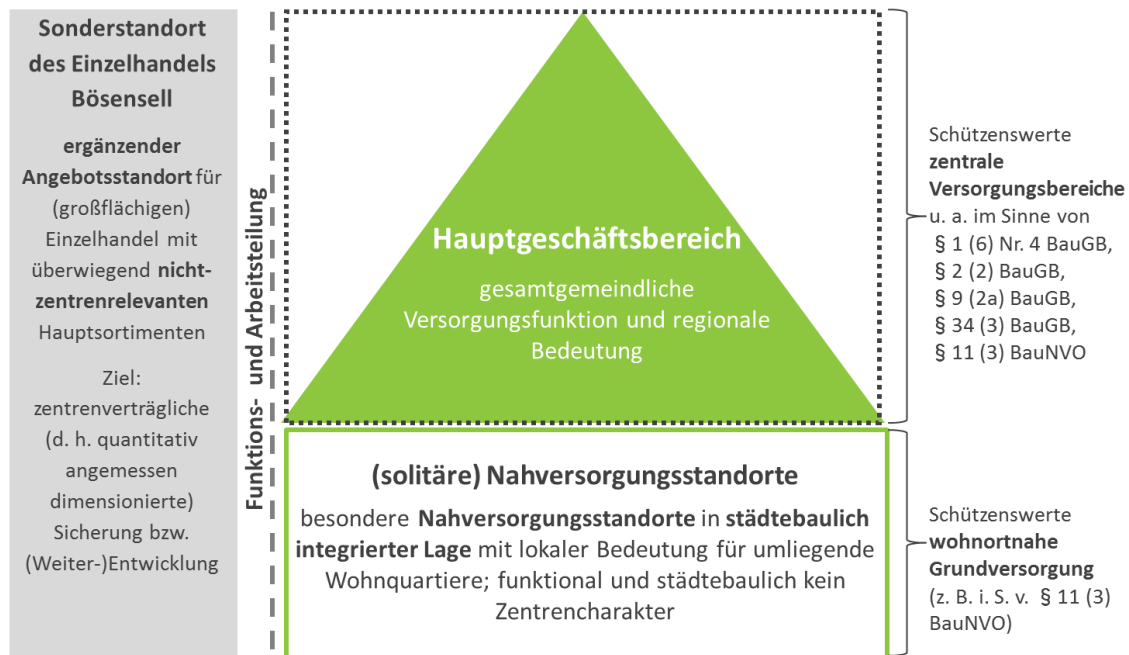
6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

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

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

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2009 festgelegte Standortstruktur des Sendener Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Gemeindegebiet vorzufinden:

Abbildung 8: Standortstrukturmodell für die Gemeinde Senden



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Senden“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

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

Der **Sendener Ortskern** mit seinem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch

die Rechtsprechung³⁸ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt“ (entfällt)

Die Einordnung des **Ortsteilzentrums Ottmarsbocholt** als zentraler Versorgungsbereich kann nicht mehr aufrecht erhalten werden. In seinem jetzigen Bestand verfügt es aktuell nicht über das notwendige strukturprägende Mindestangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich mit über den unmittelbaren Nahbereich hinausreichenden Versorgungsfunktionen. Einige bestehende Leerstände bilden jedoch beispielsweise Verkaufsflächenpotenziale, die für zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen genutzt werden können. Das bisherige Zentrum trägt mit dem bestehenden kleinflächigen Lebensmittelmarkt maßgeblich zur Grundversorgung der Bewohner des Ortsteils Ottmarsbocholt bei. Es reicht jedoch nicht aus, um eine vollumfängliche Funktion als Ortsteilzentrum auszufüllen. Die vorhandene Versorgungsfunktion gilt es zu schützen und weiter zu stärken. Der bestehende Lebensmittelmarkt im ehemaligen Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt wird daher als **Nahversorgungsstandort** ausgewiesen.

(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 zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Sendener Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen solitäre 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.

Im Kernort Senden ist derzeit folgender Angebotsstandort als solitärer Nahversorgungsstandort zu definieren:

- Bulderner Straße (derzeit Lidl)

³⁸ „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.

Weitere Grundversorgungsstandorte

Im Sendener Gemeindegebiet befinden sich zwei weitere (strukturprägende) Lebensmittel Einzelhandelsbetriebe, die nachhaltig zur Grundversorgung der Bevölkerung beitragen, sich jedoch in nicht wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage befinden. Diese Angebotsstandorte werden als Grundversorgungsstandorte bezeichnet. Aktuell sind zwei Betriebe zu nennen, die einen Beitrag zur Grundversorgung leisten, aufgrund ihrer Lage jedoch nicht als Nahversorgungsstandort eingeordnet werden können:

- Bahnhofstraße (derzeit nah & gut)
- Hof Grothues-Potthoff (Hofladen Grothues-Potthoff)

Bei dem Betrieb an der Bahnhofstraße im Ortsteil Bösensell handelt es sich um den einzigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter, welcher sich in Siedlungsrandlage befindet. Der Betrieb übernimmt eine bedeutende Versorgungsfunktion für den Ortsteil und ist auch für einen Teil der Bevölkerung fußläufig zu erreichen. Er ist daher zu erhalten.

Östlich des Hauptsiedlungsbereiches im Ortsteil Senden befindet sich ein ungewöhnlich großer Hofladen, welcher ein breites Grundversorgungsangebot vorhält. Dieser Anbieter übernimmt, trotz seiner Siedlungsrandlage, aufgrund der Besonderheit seines Betriebskonzeptes eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet.

Sonderstandort

Dieser Angebotsstandort ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtgemeindliche(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien kann nach wie vor der Angebotsstandort Bösensell als ergänzender Sonderstandort bezeichnet werden. Dieser Standort dient auch zukünftig insbesondere als funktionaler Ergänzungsstandort für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattung und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesem Standort in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches restriktiv zu behandeln bzw. kritisch zu prüfen.

Trotz des weitreichenden Einzugsgebietes und seiner Versorgungsfunktion kann der Sonderstandort aufgrund seiner siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerter zentraler Versorgungsbereich 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 Senden stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in Senden



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Senden

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Senden ergeben sich im Sinne einer geordneten Gemeindeentwicklung nur für bestimmte Standorte im Gemeindegebiet 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 Gemeindeentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde. Hinsichtlich der Handhabung in der Praxis wird in der vorliegenden Fortschreibung von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche im Zusammenhang mit der Standortstruktur abgesehen.

7.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches 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 Senden 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.³⁹ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt 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 der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen

³⁹ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴⁰

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.

Zentrale Versorgungsbereiche können sich ergeben 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!⁴¹

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Senden dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung des Sendener Ortskerns sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (gemeindlicher) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Senden ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Gemeindegebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in Senden natürlich der Hauptgeschäftsbereich im Ortskern.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereiches 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

⁴⁰ 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

⁴¹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

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

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits 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. Sendener Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

In der folgenden Karte wird der zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Senden auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dient als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann

möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzeptes – folgende Kriterien beachten:
Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereiches (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

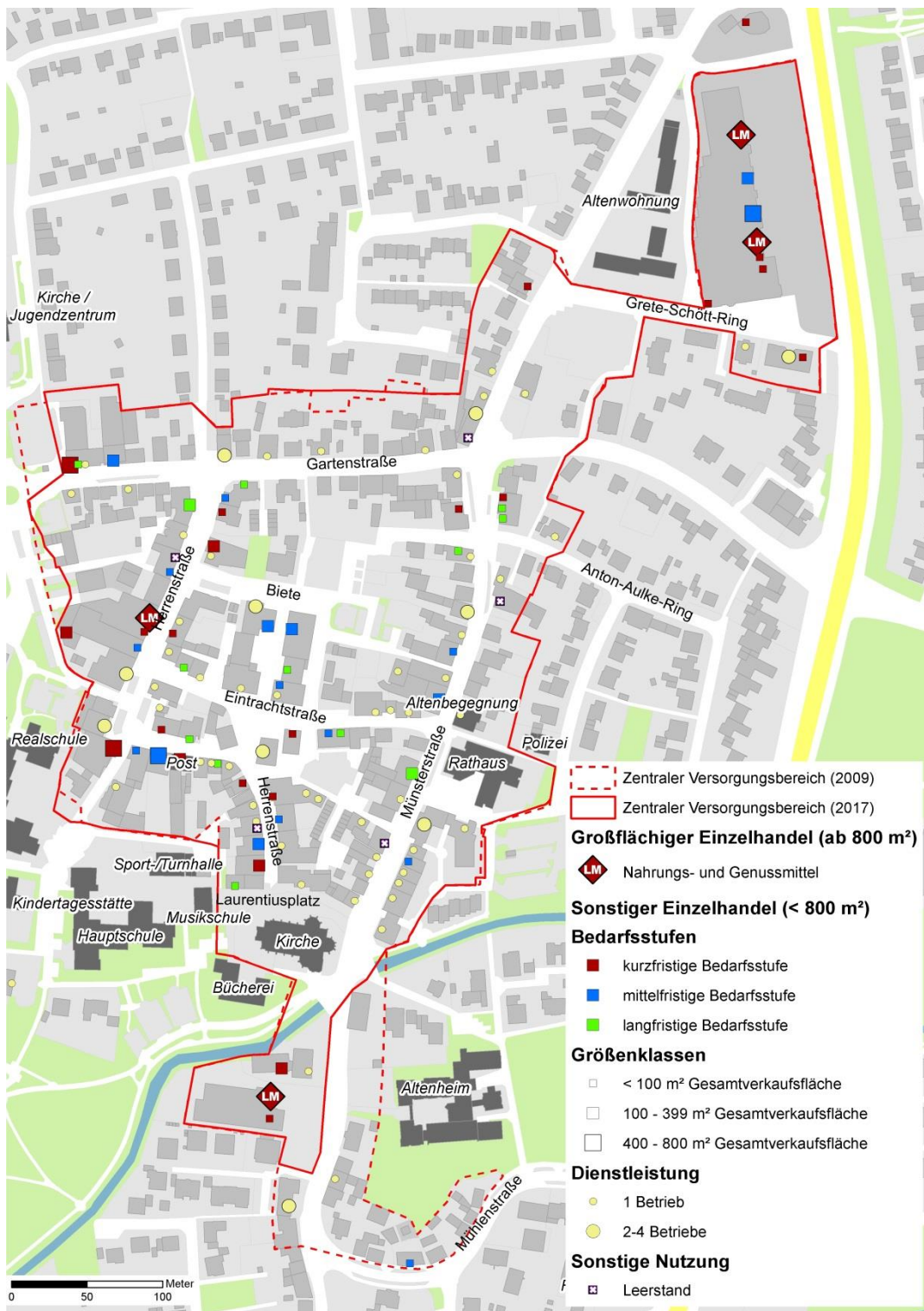
Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien ist der im Jahr 2009 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Senden überprüft worden.

7.1.1 Der Hauptgeschäftsbereich im Ortskern

Der Ortskern der Gemeinde Senden als Hauptgeschäftsbereich ist unter qualitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Senden. Quantitativ betrachtet ist er jedoch deutlich dem Sonderstandort Bösensell untergeordnet. Der hier ansässige Einzelhandel dient vor allem der Versorgung der Sendener Bevölkerung. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in nachfolgender Karte 14 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches im Sendener Ortskern 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 zentra-

len Versorgungsbereiches, bis auf einige kleinere Abweichungen, in großen Teilen identisch mit der Abgrenzung des Jahres 2009.

Eine Kürzung des zentralen Versorgungsbereiches fand im südlichen Bereich des Ortskerns statt. Hier wurde ein Bereich der Mühlenstraße gekürzt, in dem sich kaum noch Einzelhandelsbesatz feststellen lässt. Um den zentralen Versorgungsbereich an dieser Stelle in seiner jetzigen Form bestehen zu lassen, fehlen im Hinblick auf die Einzelhandelsentwicklung notwendige Perspektiven und Potenziale. Im Sinne eines kompakten Ortskerns mit dichtem Einzelhandelsbesatz ist der zentrale Versorgungsbereich des Sendener Hauptgeschäftszentrums im südlichen Bereich entsprechend angepasst worden.

Im Nordwesten schließt der zentrale Versorgungsbereich die nördliche Bebauung entlang der Gartenstraße mit ein. Im Nordosten öffnet sich die Abgrenzung entlang der Münsterstraße und umfasst in diesem Bereich die (großmaßstäbigen) Betriebe am Grete-Schött-Ring. Ebenfalls in diesem Bereich befindet sich eine Potenzialfläche im Kreuzungsbereich Münsterstraße / Grete-Schött-Ring. Der östliche Verlauf orientiert sich im weiteren Verlauf entlang der Münsterstraße und schließt bis zum Dümmer beidseitig die Bebauung ein. Südlich des Dümmer ist nur der westlich der Münsterstraße gelegene Bereich Teil des zentralen Versorgungsbereiches. Der hier ansässige Lebensmittelmarkt bildet gleichzeitig das südliche Ende des zentralen Versorgungsbereiches. Die westliche Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches verläuft entlang der Herrenstraße und schließt deren westlich gelegene Bebauung mit ein. An der Herrenstraße ist die Mehrzahl der Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt. Insgesamt sind vier großflächige Lebensmittelmärkte, die maßgeblich der Grundversorgung der Sendener Bevölkerung dienen, im zentralen Versorgungsbereich ansässig. Zwei dieser Betriebe liegen im Norden, einer im Süden und einer im Westen des zentralen Versorgungsbereiches. Ansonsten ist der Ortskern durch kleinteilige und oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Einen hohen Dienstleistungsbesatz weisen unter anderem die Herrenstraße, die Eintrachtstraße und die Münsterstraße auf.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität des Ortskerns ist es auch zukünftig ratsam, den Sendener Hauptgeschäftsbereich „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 Hauptgeschäftsbereiches zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

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

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in Senden mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung des Ortskerns, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten.
- Stärkere Verknüpfung der zwei Teilbereiche des Hauptgeschäftsbereiches. Schaffung – durch die Nutzung der Potenzialfläche – einer funktionalen und städtebaulichen Verbindung zwischen dem historischen Kern und dem großmaßstäbigen Einzelhandel am Grete-Schött-Ring.
- Sicherung, Ausbau und Verdichtung „im Inneren“ des Hauptgeschäftsbereiches mit einer Versorgungsfunktion als Grundzentrum für das gesamte Gemeindegebiet.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Ortskern 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.
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung der Gemeinde Senden durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote im Ortskern.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität des Ortskerns – wie sie bereits durch die Umsetzung des ISEK eingeläutet wurden –, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten des Ortskerns sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

7.1.2 Ehemaliges Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt

Der im Konzept aus dem Jahr 2009 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich **Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt** kann sowohl aufgrund seines derzeitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes (vgl. Kapitel 4.3.2) als auch aufgrund der fehlenden Entwicklungsperspektiven nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden.

Die in der Rechtsprechung definierten „idealtypischen“ Ausstattungsmerkmale von Neben- oder Nahversorgungszentren (bzw. Ortsteilzentren) sowie die funktionalen und

städtebaulichen Kriterien zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches werden an diesem Angebotsstandort nicht erfüllt.

Somit wird von gutachterlicher Seite empfohlen, die Steuerungsmöglichkeiten des Einzelhandelskonzeptes den örtlichen Gegebenheiten anzupassen und diesen Angebotsstandort nicht als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen. Das bedeutet allerdings nicht, dass zukünftig keine Erweiterungen bestehender Betriebe oder Ansiedlungen kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe mit insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an diesem Angebotsstandort stattfinden können, sofern sie sich nicht negativ auf den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern oder die wohnortnahen Versorgungsstrukturen in Senden auswirken (vgl. hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 9).

Der Erhalt des noch bestehenden kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Angebotes sowie eine mögliche quantitative Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung sind nach wie vor wünschenswert. Der Standort wird als solitärer Nahversorgungsstandort eingeordnet.

7.2 Sonderstandort des Einzelhandels in Senden

Neben dem Hauptgeschäftsbereich im Ortskern besteht mit dem peripher gelegenen und vorwiegend autokundenorientierten Einzelhandelsstandort im nördlichen Ortsteil Bösensell ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Gemeindegebiet, der über ein gesamtgemeindliches sowie auch regionales Einzugsgebiet verfügt. Dabei handelt es sich um eine Agglomeration von Fachmärkten mit Angebotsschwerpunkten im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (z. B. Möbel).

Im Sinne der Ergänzungsfunktion zum Hauptgeschäftsbereich im Ortskern ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung des Sonderstandortes möglich. Dies bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment liegt.

Der Sonderstandort Bösensell liegt in städtebaulich nicht integrierter Lage an der Kreuzung der Bahnhofstraße sowie der Weseler Straße im südlichen Bereich des Ortsteils Bösensell. Das Einzelhandelsangebot an diesem autokundenorientierten Fachmarktstandort umfasst aktuell fünf Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 48.300 m² Verkaufsfläche mit Hauptsortimentsangeboten in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe (v. a. Möbel). Größter Anbieter am Sonderstandort ist das Möbelhaus Hardeck.

Karte 15: Sonderstandort Bösensell



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt
 Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1.) keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Der im Einzelhandelskonzept 2009 bereits als Sonderstandort definierte Bereich in Bösensell soll auch zukünftig als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel erhalten bleiben. Angebotserweiterungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich denkbar. Östlich der L 550 befindet sich eine Potenzialfläche, welche aktuell im Regionalplan Münsterland als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) ausgewiesen ist. Ansiedlungen zentrenrelevanter Angebote als Hauptsortiment sollten konsequent vermieden werden.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Erhaltung des Sonderstandortes als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevanten, überwiegend großflächigen Einzelhandel
- keine Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote als Hauptsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand hinaus zur Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern und der wohnortnahen Grundversorgung (siehe hierzu auch Grundsatz 3 auf Seite 121)
- nicht-zentrenrelevante Angebotserweiterungen grundsätzlich denkbar und durch Einzelfallprüfung zu klären

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung in Senden ist ein zentrales gemeindeentwicklungsrelevantes Ziel der Gemeinde Senden 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, Drogeriewaren, 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, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Gemeinde Senden nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahe Grundversorgung, die in Senden nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Gemeindegebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahe Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Gemeinde Senden – 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. Eine Besonderheit im Sendener Gemeindegebiet stellen zwei sonstige Grundversorgungsstandorte, die sich in nicht integrierten Solitär-lagen befinden, jedoch (maßgeblich) – besonders der Betrieb in Siedlungsrandlage des Ortsteils Bösensell – zur Grundversorgung der Bevölkerung beitragen. Daher besteht für diese Anbieter im Sinne dieses Konzeptes ebenfalls eine Schutzfunktion.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Senden folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Gemeindegebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Bulderner Straße (derzeit Lidl)
- Dorfstraße (derzeit nah und gut)

Entwicklungsempfehlungen

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 Senden derzeit vor allem in den Siedlungsrandbereichen 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 im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Gemeindegebiet 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 600 m-Wege­distanz),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebes ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet der Grundsatz 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche aller Ortsteile 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 Senden geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. 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 Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **ausschließlich im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb des Ortskerns sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung konsequent zu vermeiden.
- 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 discounterorientierte 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.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Gemeindegebiet, die sich auf den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Gemeindegebiet 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 den zentralen Versorgungsbereich oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Gemeindegebiet auszuschließen sind. Gesichert werden sollten aber auch die sonstigen Grundversorgungsstandorte (Bahnhofstraße, derzeit nah & gut; Hof Grothues-Potthoff, derzeit Hofladen Grothues-Potthoff), von denen besonders der Betrieb in Bösensell einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung in diesem Ortsteil leistet. Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Senden dient der Umsetzung dieses Ziels.

8 Fortschreibung der Sendener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und der Definition des Sonderstandortes sowie der solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Sendener Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtgemeindlichen 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.⁴²

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009. 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 Senden Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt.⁴³ 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.⁴⁴ Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Ein-

⁴² vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁴³ 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 30.01.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁴⁴ 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 führen.⁴⁵

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 Sortimente⁴⁶ 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 Warengruppen** 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 den Ortskern 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-

⁴⁵ 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)

⁴⁶ 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. Nahrungs- und Genussmitteln 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 Senden – für den Einzelhandel im Ortskern 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 zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. In Kapitel 6.5 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 (6.5.2) des Kapitels 6.5 Großflächiger Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden in Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW 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 Sendener 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 Gemeinde Senden 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 Sendener Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁴⁷ 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 Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen

⁴⁷ vgl. dazu U. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes notwendig).

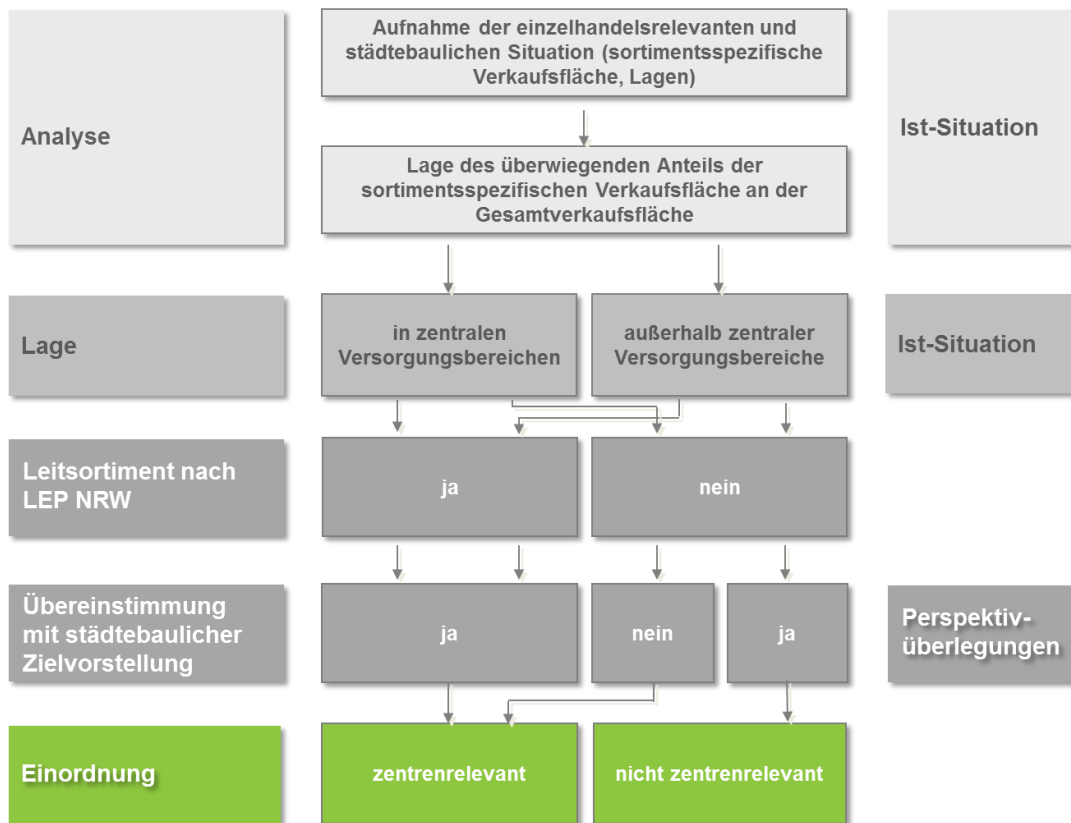
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus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

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Gemeinde Senden 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 Senden.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich im Sendener Ortskern verortet ist, sie aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit des Sendener Zentrums 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 Gemeinde Senden:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Senden 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 des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches im Sendener Ortskern in Senden aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger gemeindeentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Senden ergibt sich die im Folgenden dargestellte Sendener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 14: Sortimentliste für die Gemeinde Senden

zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke ¹
Blumen	Nahrungs- und Genussmittel ²
Drogeriewaren	pharmazeutische Artikel ³
Fleischwaren	Zeitungen / Zeitschriften
Bekleidung	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Bücher	medizinische und orthopädische Artikel ⁸
Elektrokleingeräte	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Elektronik und Multimedia ⁴	Reitsportartikel*
Fahrräder und technisches Zubehör	Schuhe
Glaswaren, Porzellan, Keramik ⁵ / Haushaltswaren ^{6*}	Spielwaren
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportartikel ⁹
Heim- und Kleintierfutter ⁷	Sportbekleidung und Sportschuhe
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe*	Uhren / Schmuck
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (<i>keine abschließende Auflistung</i>)	
Angler-, Jagdartikel und Waffen ¹⁰	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Bauelemente / Baustoffe ¹¹	Matratzen ¹⁹
baumarktspezifisches Sortiment ¹²	Möbel ²⁰
Bettwaren ¹³	Musikinstrumente und Zubehör**
Campingartikel ¹⁴	Pflanzen / Samen
Elektrogroßgeräte	Sportgroßgeräte ^{21**}
Erotikartikel**	Teppiche (Einzelware)
Gartenartikel und -geräte ¹⁵	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
Hobbyartikel ¹⁶	Wohndekorationsartikel ²²
Kfz ¹⁷ -, Caravan ¹⁸ - und Motorradzubehör	Zoologische Artikel
Kinderwagen**	

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches

** aktuell nicht angebotenes Sortiment

blau dargestellt: Leitsortiment lt. LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel

rot dargestellt: im Vergleich zu 2009 abweichende Einordnung

Erläuterungen

1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
3. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
4. dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
5. Glas, Porzellan, Keramik ohne Pflanzgefäße
6. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
7. inkl. Hygieneartikel für Kleintiere
8. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
9. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
10. ohne Schuhe und Bekleidung
11. inkl. Holz
12. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
13. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
14. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
15. Gartenartikel und -geräte umfassen 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, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
16. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
17. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
18. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
19. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
20. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
21. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
22. Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen

Die vorliegende Sendener Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des Kapitels 6.5 Großflächiger Einzelhandel des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Gemeinde Senden. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Gemeindegebiet anwendbar. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 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 fast alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt (Ausnahmen bilden die Sortimente Elektrogroßgeräte und Hobbyartikel). Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei den Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches 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 Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe).

Im Folgenden werden die maßgeblichen Veränderungen gegenüber der ortstypischen Sortimentsliste aus dem Jahr 2009 dargelegt:

- In der Warengruppe Sport und Freizeit wurde das Sortiment **Angler-, Jagdartikel und Waffen** 2009 als zentrenrelevant eingestuft. Aktuell befindet sich beinahe das gesamte Angebot dieser Sortimentsgruppe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (rund 95 %), so dass Angler-, Jagdartikel und Waffen zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.
- Das Sortiment **Elektrogroßgeräte** wird von drei Anbietern als Randsortiment vorgehalten. Das größte Angebot (rund zwei Drittel des sortimentspezifischen Angebotes) findet sich hierbei bei einem Anbieter im zentralen Versorgungsbereich. Die beiden weiteren Anbieter sind in nicht-integrierten Lagen im Gemeindegebiet ansässig. Mit insgesamt rund 50 m² sortimentspezifischer Gesamtverkaufsfläche handelt es sich um ein eher rudimentäres Angebot. Gleichzeitig handelt es sich bei dem Sortiment um ein typisches, nicht-zentrenprägendes Randsortiment. Daher ist sowohl eine Einordnung des Sortiments als zentren- als auch als nicht-zentrenrelevant vertretbar. Die Mitglieder des Sendener Gemeindeentwicklungsausschusses haben in ihrer Sitzung am 16.11.2017 mehrheitlich entschlossen dieses Sortiment trotz der bestehenden Angebotsstruktur als nicht-zentrenrelevant einzuordnen. Aufgrund dieser politischen Willensbildung ist das Sortiment so in der Sendener Sortimentsliste eingeordnet worden.
- Das Sortiment **Hobbyartikel** wird derzeit von keinem Anbieter als Hauptsortiment in der Gemeinde Senden angeboten. Vielmehr wird es nur als äußerst kleinteiliges

Randsortiment von vier Anbietern vorgehalten, die sich sowohl innerhalb als auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden. Die sortimentspezifische Verkaufsfläche beläuft sich aktuell auf nur rund 20 m². Ein 2008 noch bestehender Hauptsortimentsanbieter (Phantasie Kreativbedarf) hat in der Zwischenzeit seinen Betrieb geschlossen. Diese Entwicklung weist darauf hin, dass das Sortiment bereits heute keine Rolle für den zentralen Versorgungsbereich spielt und auch zukünftig aufgrund allgemeiner Entwicklungen (u. a. Onlinehandel und Filialisierung) in diesem Sortimentsbereich keine Ansiedlung eines Hauptsortimentsanbieters im zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist. Folglich kann das Sortiment als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden.

- Ein sehr ähnliches Bild ergibt sich für das Sortiment **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel**. In diesem Sortiment gibt es ebenfalls keinen Hauptsortimentsanbieter. Das sortimentspezifische Angebot wird beinahe ausschließlich am Standort Bösensell vorgehalten und auch im Jahr 2008 gab es keinen Hauptsortimentsanbieter im zentralen Versorgungsbereich. Der damalige einzige Hauptsortimentsanbieter (Senden Licht- und Postenmarkt) hat in der Zwischenzeit seinen Betrieb aufgegeben. Ebenfalls sprechen die allgemeinen Entwicklungen in der Angebotsstruktur des Sortiments eher gegen eine ausstehende Ansiedlung eines Fachanbieters im zentralen Versorgungsbereich Sendens. Somit wird das Sortiment als nicht-zentrenrelevant in die Sendener Sortimentsliste aufgenommen.
- Das Sortiment **Musikinstrumente und Zubehör** wird derzeit und wurde auch bereits 2008 nicht in Senden angeboten. Ein Angebot dieses Sortiments findet sich nur sehr selten in Kommunen der Größenordnung Sendens. Zudem ist anzumerken, dass eine Vielzahl gängiger Musikinstrumente nicht die Kriterien typischer zentrenrelevanter Sortimente erfüllt. Um dem Sortiment Entwicklungs- bzw. Ansiedlungsperspektiven zu ermöglichen, wird es in die Sendener Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevantes Sortiment definiert.
- Das Sortiment **Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)** wird zumeist von Blumenläden, Gartenfachmärkten sowie Baumschulen angeboten. Hierbei handelt es sich vor allem um Randsortimentsangebote. Zudem ist es ein Sortiment, welches häufig verbrauchernah, also nicht nur in zentralen Versorgungsbereichen, sondern auch in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen angeboten wird. Eine eindeutige Zentrenrelevanz kann für dieses Sortiment daher nicht festgestellt werden. Auch die sortimentspezifische Angebotsstruktur in Senden spiegelt diese Einschätzung wider: Über 90 % des Angebotes wird außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorgehalten; einen Hauptsortimentsanbieter der Warengruppe gibt es nicht. Somit wird das Sortiment weiterhin als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
- In der örtlichen Sortimentsliste von 2009 wurde das Sortiment **Kinderwagen** (als Teil der Sortimentsgruppe Babyartikel) der zentrenrelevanten Sortimentskategorie zugeordnet. Im Zuge einer Veränderung der Sortimentssystematik – die Sortimentsgruppe Babyartikel wird auf verschiedene Sortimente aufgeteilt – werden Kinderwagen innerhalb der Warengruppe Sonstiges separat betrachtet. Da Kinderwagen in Senden derzeit nicht angeboten werden und auch keine zentrenprägende Funktion innehaben, wird das Sortiment in die nicht-zentrenrelevante Sor-

timentskategorie eingestuft.

- Das Sortiment **Reitsportartikel** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste nicht vertreten und wird in Senden aktuell ausschließlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Trotzdem bleibt das Sortiment genauso wie Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, da eine weitergehende differenzierte Betrachtung laut Landesplanungsbehörde nicht möglich ist.
- Das Sortiment **Wohndekorationsartikel** wird im zentralen Versorgungsbereich von zwei Hauptsortimentsanbietern angeboten. Ansonsten befindet sich der überwiegende Teil des Angebots bei den großflächigen Anbietern am Sonderstandort Bösensell. Somit werden rund 90 % des sortimentspezifischen Angebotes bereits aktuell außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorgehalten. Sehr ähnlich bestand die Angebotssituation bereits im Jahr 2008. Während ein Hauptsortimentsanbieter bereits damals seinen Betrieb im zentralen Versorgungsbereich betrieben hat, ist in der Zwischenzeit noch ein zweiter Betrieb hinzugekommen. Somit kann festgehalten werden, dass sich die Angebotssituation seit vielen Jahren etabliert hat und eine Verschiebung des sortimentspezifischen Angebotes an den Sonderstandort Bösensell vor geraumer Zeit stattgefunden hat und nicht mehr umzukehren sein wird. Nichtsdestotrotz hat sich ein ergänzendes Angebot im zentralen Versorgungsbereich erhalten. Aus diesem Grund kann das Sortiment – ohne eine weitere Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches darzustellen – als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden.
- Innerhalb der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo wird das Sortiment **Zoologische Artikel** im Einzelhandelskonzept von 2009 als zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Derzeit ist in Senden ein entsprechendes Angebot ausschließlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorhanden. Zudem stellen Zoologische Artikel eine Sortimentsgruppe dar, die keine zentrenprägende Funktion ausüben. Aufgrund dessen wird das Sortiment innerhalb der Sortimentskategorien zukünftig als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Hiervon gesondert betrachtet werden muss das Sortiment Heim- und Kleintierfutter, welches mehrheitlich (rund 65 %) im zentralen Versorgungsbereich angeboten wird und weiterhin als zentrenrelevant eingruppiert wird.

9 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden **gemeindeentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Gemeinde Senden** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Senden abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln bzw. Grundsätze** 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 **gesamtgemeindlichen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern 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 basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Senden und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass diese Grundsätze auch 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**).

Grundsatz 1:

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

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen im zentralen Versorgungsbereich (Hauptgeschäftsbereich) liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb des Sendener zentralen Versorgungsbereiches 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 **im zentralen Versorgungsbereich** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Gemeindegebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

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

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nahinzugsbereich 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)⁴⁸ 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. Das funktionale Versorgungsgebiet wird für einzelne Teilbereiche in Senden anhand der zugewiesenen Versorgungsfunktion wie folgt definiert:

- Hauptgeschäftsbereich Innenstadt: gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion
- (solitäre) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete

Im **kompakten Siedlungsbereich** des Sendener Ortskerns 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.⁴⁹ 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 des Ortskerns 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 Bewer-

⁴⁸ Diese liegt derzeit bei rund 2.447 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016).

⁴⁹ 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.

tung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Gemeinde Senden zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet).

Berechnungsbeispiel zur „40 % - Regel“:

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert
- 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 5,2 Mio. Euro ($960 \text{ m}^2 \times 5.400 \text{ Euro} / \text{m}^2$ (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 5,18 Mio. Euro

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,3 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ($3.000 \text{ EW} \times 2.447 \text{ Euro je EW} = 7,34 \text{ Mio. Euro}$).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen: $7,34 \text{ Mio. Euro} \times 40 \% = 2,94 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung deutlich: $(5,18 \text{ Mio. Euro} / 2,94 \text{ Mio. Euro} = 1,76)$

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste nahezu 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 am **Sonderstandort** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten. Eine Ausnahme hiervon kann eine mögliche Erweiterungsabsicht der Anbieter nah&gut im Ortsteil Bösensell sowie Hofladen Grothues-Potthoff darstellen, welche im Einzelfall geprüft

werden müsste. In Gewerbegebieten sind Backshops und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich.⁵⁰

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich – sowie ausnahmsweise als Läden auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches an integrierten Standorten, wenn sie das umliegende Gebiet versorgen – möglich sein.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Sendener Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Grundsatz 1) sollen zukünftig ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich des Ortskerns liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich liegen.

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 den zentralen Versorgungsbereich 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 des zentralen Versorgungsbereiches können kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten, Dorfgebieten oder Mischgebieten in Senden zugelassen werden, wenn sie nachweislich der

⁵⁰ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² Verkaufsfläche
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² Verkaufsfläche

Versorgung des umliegenden Gebietes dienen (sog. Gebietsversorger) bzw. – außerhalb des Kernortes – überwiegend auf die Versorgung des jeweiligen Ortsteiles ausgerichtet sind.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde mit seiner Versorgungsfunktion zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Sender Gemeindegebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Senden 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 seiner Bedeutung auf dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern liegen. Dies gilt sowohl für großflächige als auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Ausnahmsweise können für unter Bestandschutz stehende, kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment Erweiterungen ermöglicht werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des umliegenden Gebietes gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne einer positiven Entwicklung des Ortskerns ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten 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 des zentralen Versorgungsbereiches 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 zum zentralen Versorgungsbereich erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versor-

gungsbereich. Daher impliziert der Grundsatz einen **grundsätzlichen Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches** in Senden. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich 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 sortimentsspezifischen 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 des zentralen Versorgungsbereiches. 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 Gemeinde Senden 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 Gemeinde 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 gemeindeentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Gemeinde Senden 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 den zentralen Versorgungsbereich 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.

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵¹ mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich und am dafür vorgesehenen Sonderstandort Bösensell angesiedelt werden.

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

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Sendener Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich** 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 auf den definierten **Sonderstandort Bösensell** zu konzentrieren. 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 des zentralen Versorgungsbereiches möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Senden 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 den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Dabei dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche (Ziel 6.5-5 des LEP NRW), 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 des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll sein.

⁵¹ 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:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept den Sonderstandort Bösensell, welcher im Allgemeinen Siedlungsbe- reich liegt. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtgemeindlichen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägungen an diesem Ergän- zungsstandort ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht- zentrenrelevantem Kernsortiment an diesem Standort empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im Ortskern realisiert werden, soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Ent- wicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beein- trächtigt.

Das Einzelhandelskonzept definiert daneben für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment expli- zit keine weiteren Vorrangstandorte. Dies soll die Realisierungsmöglichkeiten sowie die Flexibilität innerhalb des Gemeindegebietes erhöhen, sofern die potenziell notwendi- gen Kapazitäten an dem definierten Standort in Bösensell ausgeschöpft sind.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich 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 vorhan- den ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Senden eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 2.500 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen im zent- ralen Versorgungsbereich sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsor- timentsfläche 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 Ein- zelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kern- sortiment, die außerhalb des ergänzenden Sonderstandortes an städtebaulich nicht in- tegrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der beste- henden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstel- lung des jeweiligen Betriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter

Beachtung der Ziele und Grundsätze des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

Anhang

A1 Verzeichnisse

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
Fa.	Firma
GE-Gebiete	Gewerbegebiete
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
i. d. R.	in der Regel
ISEK	Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept
i. S. v.	im Sinne von
Kap.	Kapitel
LEP	Landesentwicklungsplan
max.	maximal
MI-Gebiete	Mischgebiete
Nr.	Nummer
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
S.	Satz
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
Urt.	Urteil
v.	vom
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zusammensetzung der Kundenherkunft des Sendener Einzelhandels.....	26
Abbildung 2:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Senden – Vergleich 2008 und 2016.....	31
Abbildung 3:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Senden differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie.....	59
Abbildung 4:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Senden nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung.....	61
Abbildung 5:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit).....	71
Abbildung 6:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2016 (mit Prognose für 2017).....	73
Abbildung 7:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Senden als rein quantitative Orientierungsgröße.....	76
Abbildung 8:	Standortstrukturmodell für die Gemeinde Senden.....	87
Abbildung 9:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten.....	109

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse.....	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien.....	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung.....	16
Tabelle 4:	Sendener Ortsteile mit Einwohnerzahlen.....	24
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Senden.....	28
Tabelle 6:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich.....	33
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand in Senden nach Warengruppen.....	34
Tabelle 8:	Verkaufsflächenangebot im Sendener Ortskern.....	52
Tabelle 9:	Verkaufsflächenangebot im Ortsteilzentrum Ottmarsbocholt.....	54
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot am Sonderstandort Bösensell.....	56
Tabelle 11:	Einzelhandelsangebot in den Sendener Ortsteilen.....	58
Tabelle 12:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Sendener Ortsteilen.....	64
Tabelle 13:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen.....	72

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Gemeinde Senden 110

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der Gemeinde Senden in der Region 22

Karte 2: Siedlungs- und Gemeindestruktur von Senden 23

Karte 3: Einzugsbereich des Sendener Einzelhandels..... 25

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich..... 29

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Senden 45

Karte 6: Leerstände in Senden 47

Karte 7: Die Einzelhandelslagen des Sendener Ortskerns 49

Karte 8: Die Einzelhandelslagen des zentralen Bereichs Ottmarsbocholt..... 53

Karte 9: Die Einzelhandelslagen am Sonderstandort Bösensell 55

Karte 10: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Senden und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 57

Karte 11: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Senden mit 600 m – Fußwegedistanzen..... 66




Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild..... 81

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in Senden 91

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“ 96

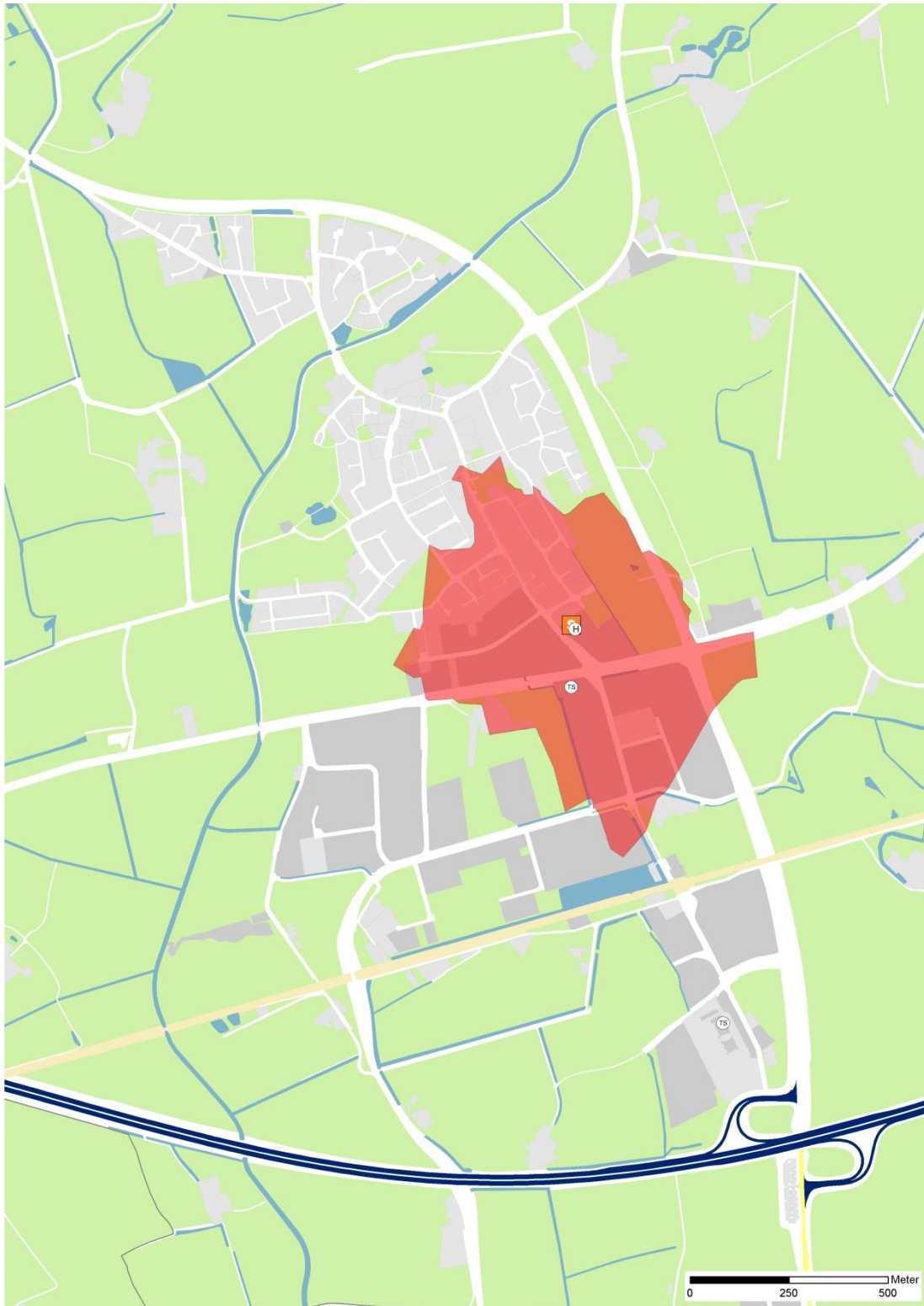
Karte 15: Sonderstandort Bösensell..... 100

A2 Legende

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

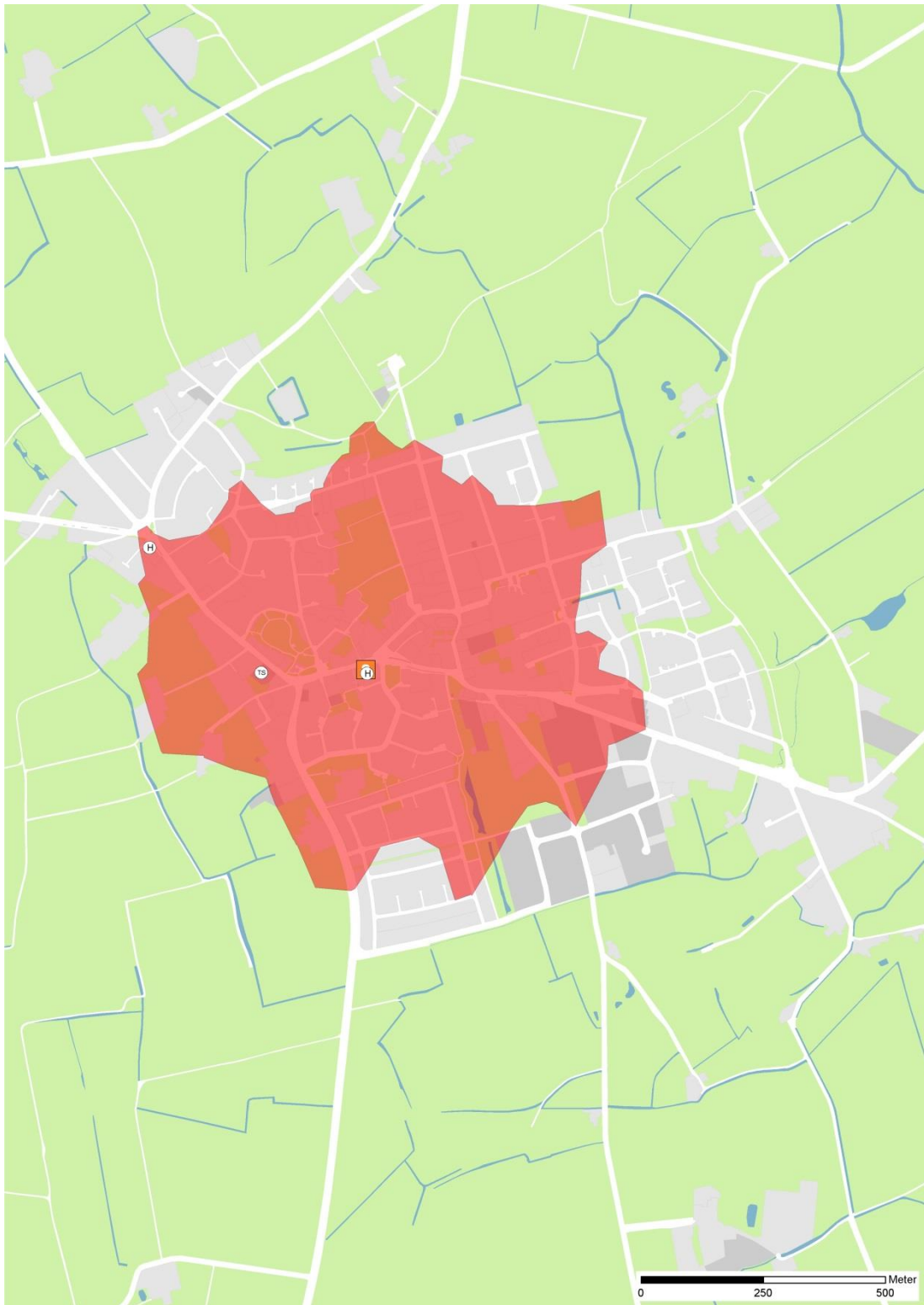
A3 Karten

Karte 1: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Senden-Bösensell mit 600 m - Fußwegedistanzen



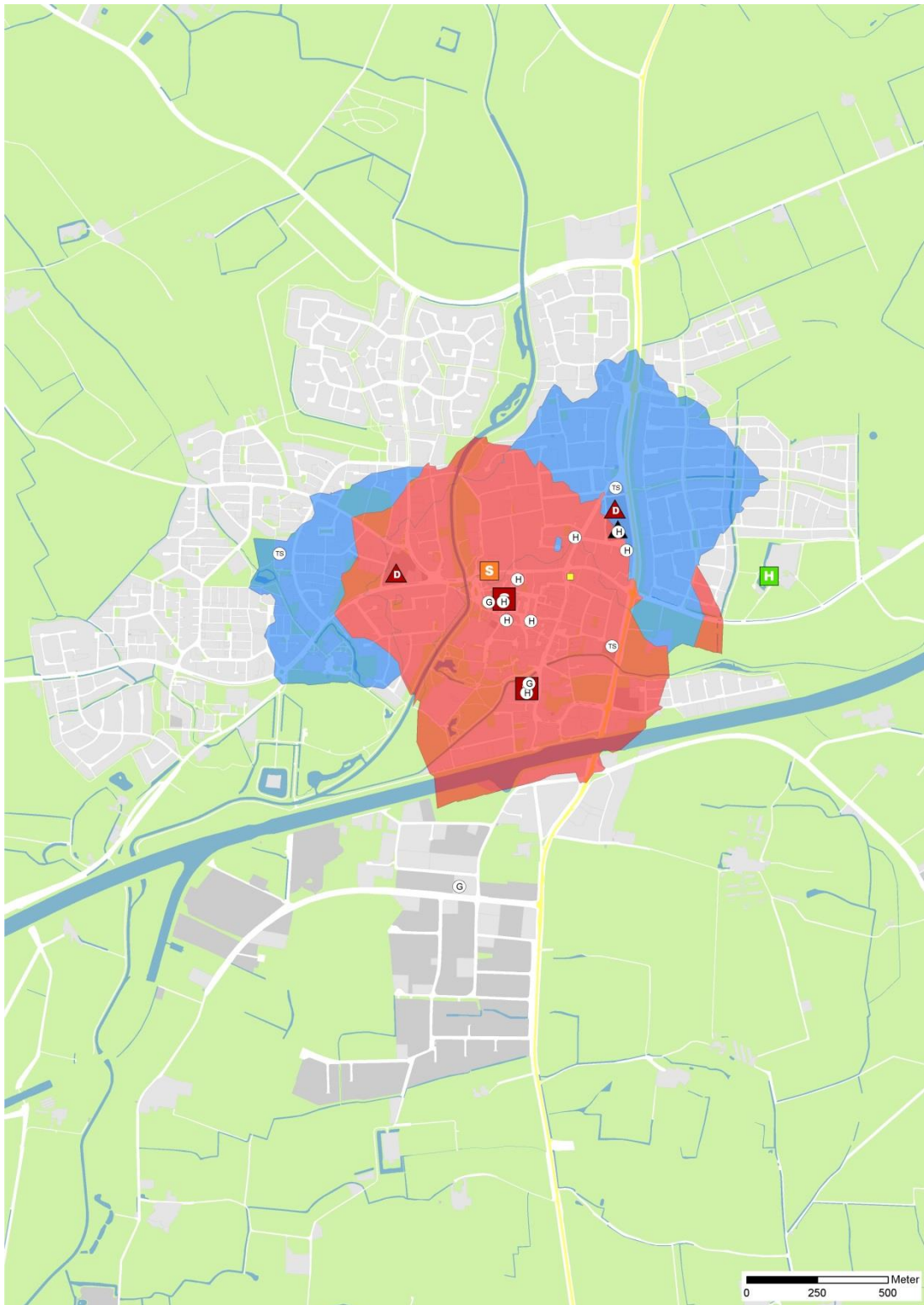
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Karte 2: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Senden-Ottmarsbocholt mit 600 m - Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

Karte 3: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Senden mit 600 m - Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Senden, Juli / August 2016, Kartengrundlage: Kreis Coesfeld, Katasteramt

A4 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 Gemeinde / 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 gesamtgemeindliche Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforder-

	lich.
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 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). 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 Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

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

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 gemeindegenspezifische 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.

Gemeindeteil- / Ortsteilzentrum

Ein Gemeindeteil- 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 Gemeindeteils (bzw. Versorgungsgebietes) 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 Sendener Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde Senden 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 in-

tegiert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen 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 Gemeinde 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 Ver-

kauf 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 (gesamtgemeindlich 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 Gemeindeteil- / 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 Gemeindeteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. Gemeindespezifische 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.