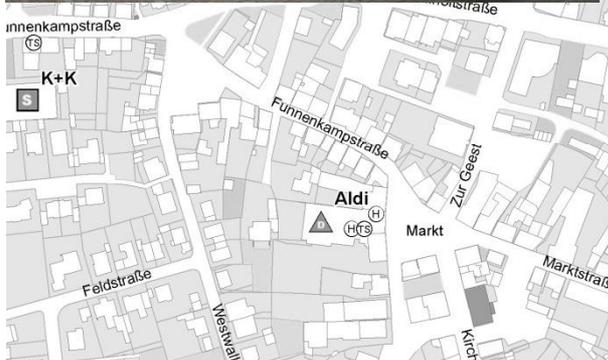


EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Olfen



Im Auftrag der Stadt Olfen

Junker und Kruse
Januar 2012

Einzelhandelskonzept

für die Stadt Olfen

Stefan Kruse
Christina Nitz

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel.: 02 31- 55 78 58-0 Fax: 02 31- 55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Januar 2012

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

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

Inhalt

1	Ausgangslage und Zielsetzung	7
2	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung	11
3	Methodik und Untersuchungsaufbau	14
3.1	Angebotsanalyse	14
3.2	Nachfrageseite	19
3.3	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur	20
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in der Stadt Olfen	22
4.1	Lage, Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung	22
4.2	Landesplanerische Einordnung	23
4.3	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung	23
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil	26
5.1	Gesamtstruktur	26
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes	30
5.3	Struktur und räumliche Verteilung der wohnortnahen Grundversorgung in Olfen	36
5.4	Fazit der Angebotsanalyse	39
6	Nachfragesituation des Olfener Einzelhandels	41
6.1	Einzugsgebiet des Olfener Einzelhandels	41
6.2	Nachfragepotenzial in der Stadt Olfen	44
6.3	Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in Olfen	44
7	Prognose der Verkaufsflächenspielräume in Olfen	47
7.1	Ökonomische Rahmenbedingungen	47
7.2	Zielzentralitäten für die Modellrechnung	50
8	Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen	52
8.1	Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Stadt Olfen	52
8.2	Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Olfen	53
8.3	Standortstrukturmodell	55
8.4	Standorthierarchie für die Stadt Olfen	56
8.4.1	Zentraler Versorgungsbereich – Abgrenzungskriterien	57

8.4.2	Zentraler Versorgungsbereich in der Olfener Innenstadt.....	59
8.4.3	Städtebauliche Empfehlungen für den Ortskern Olfen.....	63
8.4.4	Tabubereiche für den Einzelhandel in Olfen.....	64
8.5	Olfener Sortimentsliste	65
8.5.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste.....	65
8.5.2	Herleitung der Olfener Sortimentsliste	67
8.6	Grundsätze zur zukünftigen Entwicklung der Olfener Einzelhandels- und Zentrenstruktur.....	71
8.7	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	72
8.8	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	75
8.9	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	76
8.10	Prüfschema zur ersten Einordnung von Anfragen.....	78
	Verzeichnisse	86

1 Ausgangslage und Zielsetzung

Seit mehr als drei Jahrzehnten dauert der Strukturwandel im Einzelhandel an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend seine Dynamik noch nicht eingebüßt. Dieses Phänomen spiegelt sich in fast allen Branchen und Betriebsformen wider, wobei dem Lebensmittelsektor, speziell den Lebensmitteldiscountern, eine besondere Bedeutung zukommt.

Der Trend zu größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Nicht-Lebensmittel) sowie die in vielen Regionen dramatisch angestiegene Anzahl dieser Einzelhandelsbetriebe führt zudem bei einem nahezu gleichbleibenden (teilweise sogar rückläufigen) Nachfragepotenzial, u. a. aufgrund rückläufiger Bevölkerungszahlen, zu einem verschärften Wettbewerb. Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in sich ständig wandelnden Betriebskonzepten und -strategien ausdrückt. Einhergehend mit dieser Neuorientierung sind auch veränderte Standortanforderungen für raumbezogene Planung von Bedeutung. Bevorzugt werden dezentrale Standorte nachgefragt (in Gewerbegebieten, an Hauptverkehrsstraßen), integrierte Standorte dagegen zunehmend in Frage gestellt. Die Folge ist eine Schwächung von ehemals funktionierenden Nahversorgungsnetzen und von gewachsenen Zentren. Treffen diese Beobachtungen in jedem Fall auf Groß- und Mittelstädte zu, so wirken sie sich aber auch auf kleinere Städte wie die Stadt Olfen aus. Denn durch die zunehmende Konkurrenz in den Nachbarstädten wird die Wettbewerbssituation für Städte wie Olfen zunehmend schwieriger.

Die Stadt Olfen verfügt heute noch über einen funktionierenden, gewachsenen Ortskern, was sich in einer nahezu ausgewogenen Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur darstellt. Insbesondere die Konzentration von nahversorgungsrelevanten Betrieben im Innenstadtbereich verdeutlicht die positive Entwicklung. Um genau diese Strukturen zukünftig zu schützen und weiter zu entwickeln, hat die Stadt Olfen ein Einzelhandelskonzept in Auftrag gegeben.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen soll als Steuerungskonzept sowohl fundierte Bewertungsgrundlagen für aktuelle Planvorhaben liefern als auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen. Somit werden die Stadtverwaltung und auch die Politik in die Lage versetzt, eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Olfener Versorgungsstrukturen einschätzen zu können. Darüber hinaus besteht nach wie vor ein erhöhter Nachfrage- und An- bzw. Umsiedlungsdruck in der gesamten Region, z. B. durch Lebensmittelanbieter, dem fachlich fundiert begegnet werden sollte und muss.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (i. S. der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist in jüngeren Urteilen des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n. F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht einge-

bunden ist.“¹

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen stellt dementsprechend folgende Fragestellungen in den Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

1. Wie stellt sich die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation in Olfen (gesamtes Stadtgebiet) dar? Welche darüber hinausgehenden (regionalen) angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind für Olfen relevant?
2. Welche Stärken und Defizite weist der Einkaufsort Olfen (differenziert nach Angebots- und Nachfrageseite) auf?
3. Wie stellen sich die (aus Einzelhandelssicht relevanten) städtebaulichen Rahmenbedingungen der wesentlichen Olfener Einkaufsbereiche (Hauptgeschäftszentrum, Einzel- und Sonderstandorte) dar?
4. Wie kann die wohnungsnahе Versorgung der Bürger nachhaltig gesichert werden? Wie sind die Nahversorgungsbereiche abzugrenzen und welche Maßnahmen sind zur Sicherung der Nahversorgung ggf. auch außerhalb des Kernortes (und dann auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) erforderlich?
5. Welche Entwicklungsperspektiven lassen sich für den Einkaufsstandort Olfen insgesamt formulieren?
6. Welche Entwicklungsperspektiven lassen sich für den Olfener Hauptgeschäftsbereich formulieren?
7. Welche potenziellen Standorte im Stadtgebiet eignen sich für – auch großflächige – Einzelhandelsnutzungen (sowohl unter absatzwirtschaftlichen als auch städtebaulichen Aspekten)?
8. Welche grundsätzlichen Strategien müssen ergriffen werden, um den Einkaufsstandort Olfen zu stärken bzw. die Defizite abzubauen?
9. Welche grundsätzlichen Strategien (z. B. auch bauleitplanerisch in den Olfener „Außenbereichen“) müssen ergriffen werden, damit der zentrale Versorgungsbereich in Olfen auch zukünftig diese Rolle und Funktion wahrnehmen kann?
10. Welche grundsätzlichen bau- und planungsrechtlichen Strategien sind zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt erforderlich (u. a. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, Olfener Sortimentsliste)?
11. Welche Strategien müssen ergriffen werden, um die Inhalte und Ergebnisse dieses Konzeptes „in die Köpfe“ der entscheidenden Akteure zur transportieren (Kommunikationsstrategie)?

Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept

Im Hinblick auf die Steuerung des Einzelhandels auf der Basis eines kommunalen Einzelhandels-

¹ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 – 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 – 7 D 112/05.NE

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

Insbesondere für das „wie“ werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.09.2004 zuletzt geändert am 31.07.2009 (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung in der Fassung vom 23.01.1990 (BauNVO),
- des Einzelhandelserlasses NRW in der Fassung vom 20.09.2008 (EHE NRW) sowie
- von zahlreichen Urteilen des Bundesverwaltungsgerichts und insbesondere der Obergerichte

klare Anforderungen formuliert.

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

„Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kommt den Gemeinden eine entscheidende Rolle zu. Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits eine Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.“²

Im Rahmen des Beurteilungs- und Abwägungsprozesses im Zusammenhang mit der Umsetzung von Einzelhandelsvorhaben sind klare Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept zu stellen. Es ist herauszustellen, dass auf der Basis einer dezidierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse folgende Bausteine unabdingbare Bestandteile eines Einzelhandelskonzeptes darstellen³ und daher auch wesentlicher Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olfen sind:

- die Beschreibung der zentralen Versorgungsbereiche nach ihrer
 - exakten räumlichen Lage und Ausdehnung und
 - konkreten Versorgungsfunktion.
- die Darstellung der möglichen Weiterentwicklung von zentralen Versorgungsbereichen.
- die Entwicklung eines räumlichen Standortstrukturmodells mit Darstellung der einzelnen Standorte und entsprechenden Funktionszuweisungen.

² vgl. dazu Einzelhandelserlass NRW (2008), Nr. 4.1

³ vgl. dazu auch: Kuschnerus, Ulrich; „Der standortgerechte Einzelhandel“, Münster; 2007, S. 239 ff

- die Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion.
- die Ermittlung spezifischer Sortimentsverteilungen und der Vorschlag für die ortstypische Sortimentsliste.

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

2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

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

Auf der Angebotsseite zeigen sich folgende Tendenzen:

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

Aus Sicht der Nachfrageseite sind folgende Entwicklungen zu beobachten:

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

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

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust gewachsener, zentraler Bereiche**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel umfasst. Einhergehend mit einer **sinkenden Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
In der Stadt Olfen konnte diesem Funktionsverlust durch eine konsequente Stadtentwicklung und Fokussierung auf den Ortskern entgegengewirkt werden. Neben dem Einzelhandel konnten auch wichtige frequenzbringende Funktionen, wie öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen, im Ortskern erhalten und etabliert werden.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten.
Die Konzentration der Lebensmittelanbieter in der Innenstadt stellt für die Bevölkerung in Olfen eine stabile Nahversorgungsstruktur dar. Bereits in der Vergangenheit konnten Standortentwicklungen im Ortskern (Rewe, K+K und Aldi) gewährleistet werden. Auch im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen sollen Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben an vorgehaltenen Potenzialstandorten im Innenstadtbereich zu einer ausgewogenen Sortimentstiefe beitragen.
- Ein zunehmender Konflikt zwischen den **Flächenansprüchen der Einzelhandelsbetriebe** und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte, mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den landesplanerischen und kommunalen Zielvorstellungen und Leitbildern. **Wachsende Umweltauswirkungen**, die aus dem Flächenverbrauch sowie Lärm- und Abgasemissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen resultieren. Des Weiteren ist eine **steigende Fluktuation** im Einzelhandel zu beobachten, mit der Folge häufiger Neu- und Umnutzungen.
Die bisherigen Planungen und Entwicklungen in der Stadt Olfen beinhalten die Stärkung und Angebotserweiterung im zentralen Ortskern. Um- und Nachnutzungen sowie Flächenerweiterungen bestehender Betriebe, insbesondere bei den zentrenrelevanten Sortimenten, bekamen den Vorzug vor Neuausweisungen an nicht integrierten Standorten.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer, großer Vorhaben** (u. a. FOC = Factory Outlet Center, Fachmarktzentren sowie Einkaufszentren) vor allem in größeren bzw. Großstädten und speziell die Entwicklungen in Dortmund und Münster mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelstädte wie die Stadt Olfen.
Durch die regionalen Entwicklungen, z. B. Entwicklung von Bau- und Fachmarktstandorten in Lüdinghausen sowie eines in der Planung befindlichen Einkaufszentrums in Dülmen, muss sich die Stadt Olfen zukünftig genau diesen Trends stellen und die Grundlage für eine stabile Einzelhandelssteuerung gewährleisten, ohne jedoch die Entwicklung in den Großstädten kopieren zu können oder auch zu wollen.
- **Einzelhandel** zunehmend als scheinbar **einzigste Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche, insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebranchen.

Durch die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes mit gleichzeitiger Betrachtung verschiedener Standortentwicklungen sowie der Olfener Sortimentsliste werden Entwicklungen gezielt gesteuert.

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

3 Methodik und Untersuchungsaufbau

Das zu erarbeitende Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen basiert auf Ergebnissen aus primär- sowie sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine Vollerhebung des Einzelhandels im engeren Sinne⁴ und der Leerstände im gesamten Stadtgebiet von Olfen sowie der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich des Stadtkernes durchgeführt.

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

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

Im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Auftrag der Stadt Olfen aus dem Jahr 2008, wurde bereits ein zentraler Versorgungsbereich für die Stadt Olfen abgegrenzt. Diese vorläufige Abgrenzung (vgl. Junker und Kruse, Wirkungsanalyse möglicher Einzelhandelsnutzungen im Olfener Stadtkern, September 2008, S. 9 ff) wurde für die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes zugrunde gelegt und im Verlauf des Prozesses auf seine juristische und städtebauliche Relevanz auf den Prüfstand gestellt.

3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Januar 2011 eine Vollerhebung des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Olfen durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Stadtgebietes bei gleichzeitiger lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe (soweit von den Einzelhändlern zugelassen), ansonsten wurden die Flächen abgeschritten. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Sortimenten erhoben, zusätzlich wurde durch die Kartierung eine räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Folgende Definition liegt der Verkaufsfläche zugrunde:

Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; ein-

⁴ Einzelhandel im engeren Sinne (auch funktionaler Einzelhandel genannt), umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher, ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Schmier- und Kraftstoffhandel sowie rezeptpflichtiger Apothekenware. Aufgrund ihrer z. T. nicht unerheblichen Relevanz für die Versorgungssituation wurden sowohl das Lebensmittelhandwerk als auch Tankstellenshops und Kioske in der Untersuchung berücksichtigt.

schließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.⁵ Davon zu unterscheiden und damit nicht zur Verkaufsfläche hinzuzurechnen sind Lagerflächen oder auch Vorbereitungsräume (z. B. zur Portionierung von Fleisch für die Selbstbedienungstheke). Hinsichtlich des Umgangs mit Pfandraum ist ein obergerichtlicher Beschluss des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 zu berücksichtigen. Danach ist nicht der gesamte Pfandraum (mithin auch die Fläche, die für die Lagerung der Pfandflaschen benötigt wird) der Verkaufsfläche hinzuzurechnen, sondern nur die Fläche, die auch tatsächlich vom Kunden begangen werden kann. Diesen Raum könnte man funktional mit Pfandabgaberaum bezeichnen und sollte ihn somit von dem eigentlichen Pfand(lager)raum auch begrifflich trennen.

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

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

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

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Olfen

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

Fortsetzung auf der nächsten Seite

⁵ vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005

Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung / Textilien	Bekleidung Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware, Wolle
Schuhe / Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Schuhe
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel Musikinstrumente und Zubehör Spielwaren
Sport und Freizeit	Anglerartikel und Waffen Campingartikel Fahrräder und technisches Zubehör Sportartikel Sportbekleidung und Sportschuhe Sportgroßgeräte
Überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen Heimtextilien Teppiche (Einzelware) Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektronik / Leuchten	Elektrogroßgeräte Elektrokleingeräte Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe baumarktspezifisches Sortiment
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und Geräte Pflanzen / Samen
Sonstiges	Aktionswaren Erotikartikel Kinderwagen

Quelle: eigene Darstellung

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

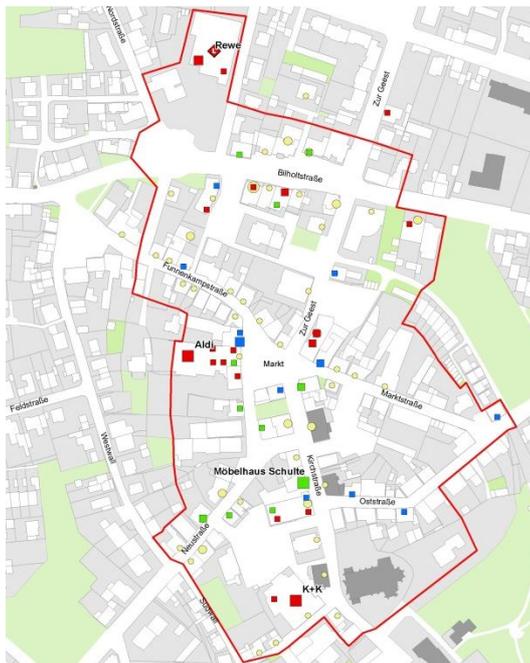
tegorien stellt eine Grundlage für die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes zu erstellende Olfener Sortimentsliste dar.

Definition der Lagekategorien

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung wurden drei Lagekategorien unterschieden:

1. Hauptgeschäftszentrum / Ortsteilzentrum / zentraler Versorgungsbereich
 2. Integrierte Lage
 3. Nicht integrierte Lage
- **Hauptgeschäftszentrum / Ortsteilzentrum / zentraler Versorgungsbereich**
Diese Zentren zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus, wobei der Schwerpunkt in der Versorgungsfunktion liegt. Neben der Bestandsdichte des Einzelhandels sind unter dem Gesichtspunkt der Multifunktionalität unterschiedliche Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie städtebauliche Merkmale (u. a. Bebauungsstruktur, Gestaltung des öffentlichen Raumes, verkehrliche Gestaltung) kennzeichnend.

Abbildung 1: Beispiel: Alter zentraler Versorgungsbereich Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

- **Städtebaulich integrierte Lage**
Die integrierte Lage definiert sich über funktional sowie städtebaulich integrierte Einzelhandelsstandorte, die folgende Voraussetzungen erfüllen:
 - Der Einzelhandelsbesatz befindet sich außerhalb des zentralen Bereiches,
 - der Einzelhandelsbesatz befindet sich in sonstigen integrierten Lagen, in denen die Einzelhandelsdichte bzw. Konzentration nicht ausreicht, um den Bereich als

Zentrum zu bezeichnen

- und der Einzelhandelsbesatz befindet sich innerhalb des Siedlungsgefüges und in der Nähe zu Wohnbereichen.

Abbildung 2: Beispiel: K+K Markt an der Funnenkampstraße in Olfen

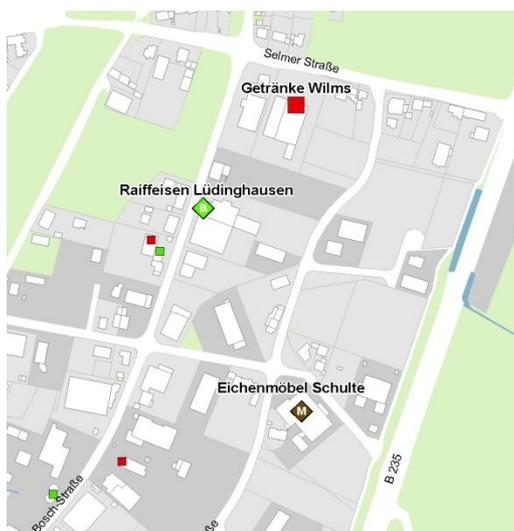


Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

■ Städtebaulich nicht integrierte Lagen

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

Abbildung 3: Beispiel: Raiffeisen Lüdinghausen im Gewerbegebiet



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

Städtebauliche Analyse

Die in erster Linie quantitativen einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageanalyse werden ergänzt durch eine, auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete,

städtebauliche Analyse. Im Rahmen dieser Analyse werden die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Stadtraumes, also des Hauptgeschäftszentrums, der Ortsteilzentren (soweit vorhanden) und der übrigen Standorte, bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Versorgungsfunktion und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

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

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

3.2 Nachfrageseite

Sekundärstatistische Daten

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

In diesem Zusammenhang wird auf Werte der IBH Köln Retail Consultants zurückgegriffen. Die Zahlen werden jährlich in Form von einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern ermittelt und

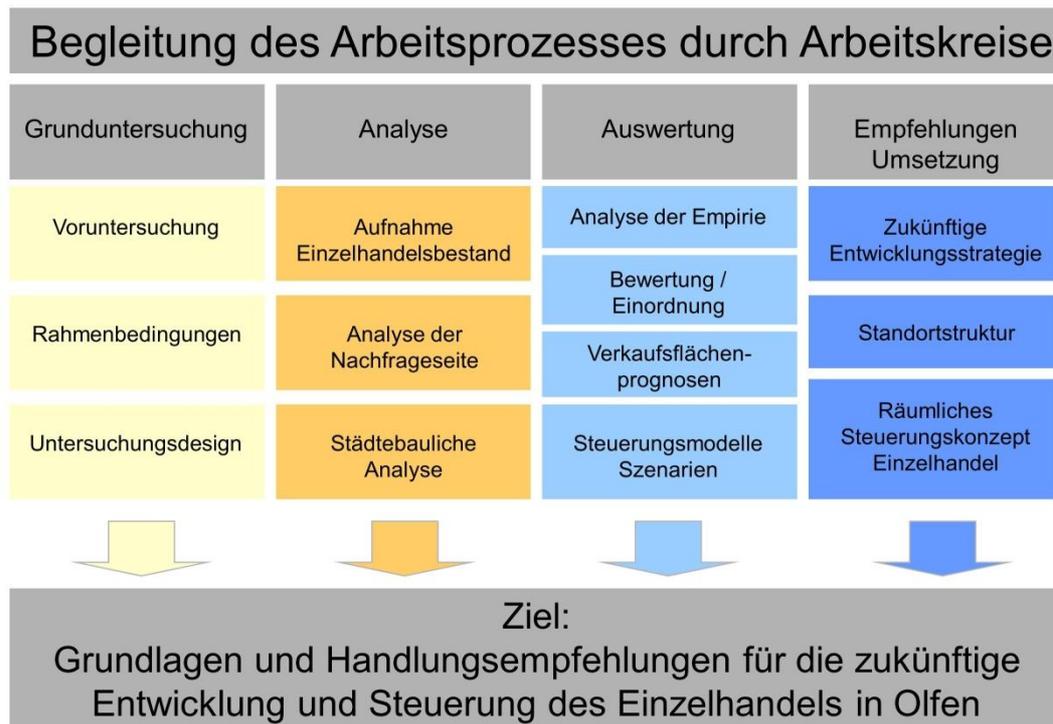
stellen das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes dar. Hierbei liegt der Bundesdurchschnitt bei einem Wert von 100. Liegt die Kaufkraftkennziffer der Stadt unter dem Wert von 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über 100, zeichnet sich die Stadt durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

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

3.3 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

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

Abbildung 4: Untersuchungsaufbau



Quelle: eigene Darstellung

Prozessbegleitung

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

In Olfen hat der erste fachbezogene Dialog in einem verwaltungsinternen Gremium stattgefunden. Eine weitere Einbindung der Verwaltung und Politik erfolgte am 5. Juli 2011 durch die Vorstellung der ersten Ergebnisse im Bau- und Umweltausschuss. Im Januar 2012 wurde in einem weiteren städtischen Ausschuss darüber beraten, wie und wann die Öffentlichkeit über die Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes informiert wird. Die dafür vorgesehene Bürgerinformation ist für März 2012 geplant. Durch diesen Schritt kann der Kommunikationsprozess auch durch lokalen Sachverstand ergänzt werden und führt nicht zuletzt zu einer Transparenz der Ergebnisse und zum Informationstransfer in die entsprechenden Institutionen, Gremien sowie zu den betroffenen Akteuren.

4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in der Stadt Olfen

Zur Einordnung der Stadt Olfen hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation, werden im Folgenden die allgemeinen Rahmenbedingungen dargestellt. Diese können sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Olfen auswirken.

4.1 Lage, Siedlungsstruktur und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Olfen liegt in Nordrhein-Westfalen im Kreis Coesfeld, unmittelbar am nördlichen Rand des Ballungsraumes Ruhrgebiet. Insgesamt leben rund 12.200 Einwohner im Stadtgebiet, in dem der Kernort Olfen und der Ortsteil Vinnum die beiden Siedlungsschwerpunkte darstellen. Im Gegensatz zu vielen anderen Städten kann Olfen mit einem zukünftigen Bevölkerungswachstum rechnen. Im Kommunalprofil Olfen wird eine positive Bevölkerungsentwicklung voraus berechnet. Für den Zeitraum von 2008 – 2030 wird eine Bevölkerungszunahme um 7,6 % prognostiziert.⁶ In direkter Nähe zur Stadt Olfen befinden sich die Mittelzentren Lüdinghausen, Datteln, Selm und Waltrop.

Abbildung 5: Siedlungsstruktur der Stadt Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

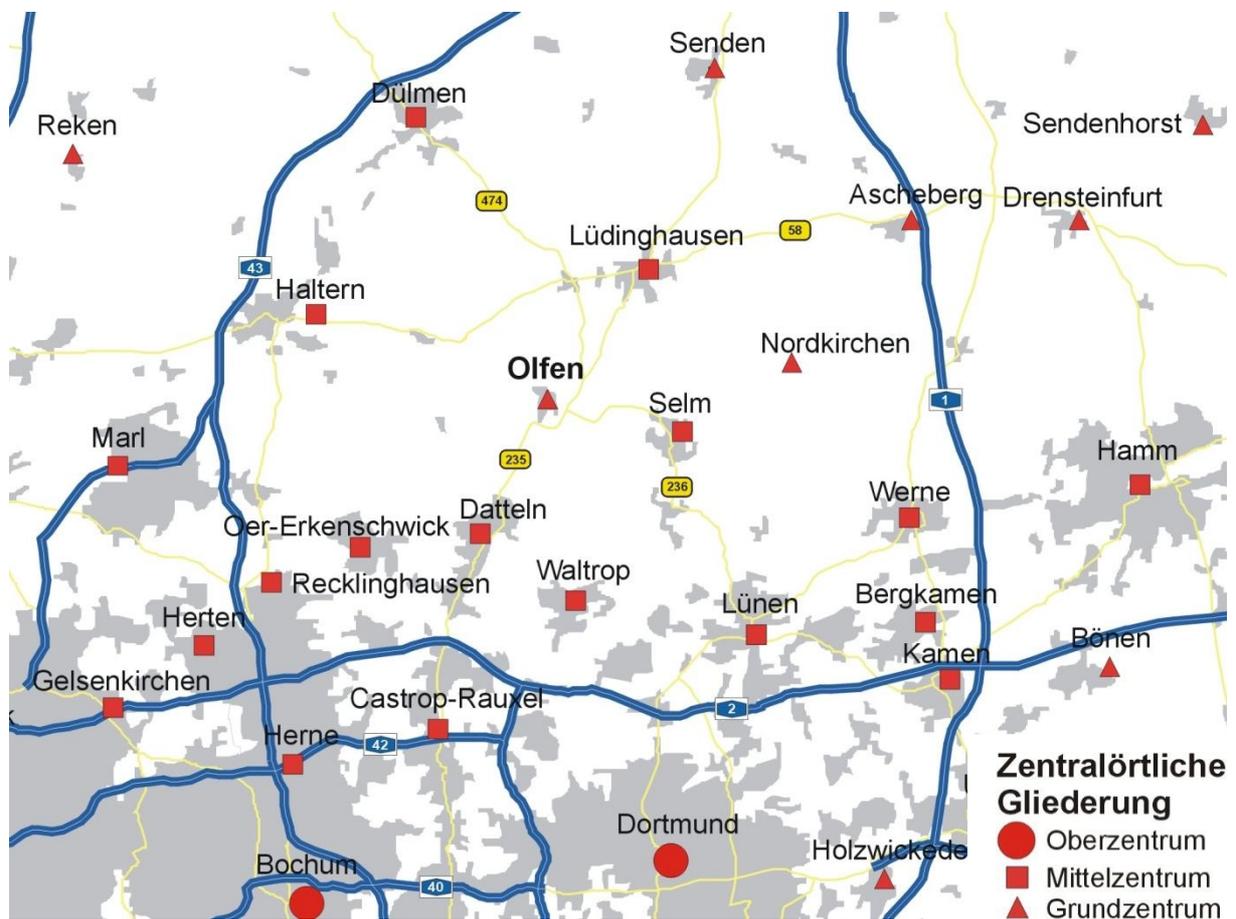
⁶ Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik, Landesdatenbank NRW 2011: Kommunalprofil Olfen, Stadt, unter www.it.nrw.de

Überregional betrachtet liegt Olfen im Zentrum der drei Bundesautobahnen A 1, A 2 und A 43. An dieses Autobahnnetz ist Olfen über die Bundesstraßen B 474, B 235 und B 236 angebunden und somit mit dem PKW gut erreichbar. Des Weiteren besteht ein regionales Busliniennetz, das den Kernort Olfen mit dem Ortsteil Vinnum und die umliegenden Städte verbindet.

4.2 Landesplanerische Einordnung

Die nordrhein-westfälische Landesplanung weist der Stadt Olfen die Funktion eines Grundzentrums zu, die sich hauptsächlich in der Grundversorgung mit Gütern und Dienstleistungen widerspiegelt. Neben verwaltungstechnischen und sozialen Aspekten liegt der Schwerpunkt demnach in der Bereitstellung von Grundversorgungseinrichtungen. Alle darüber hinausgehenden Funktionen werden in der Regel durch die in unmittelbarer Umgebung liegenden Mittelzentren Lüdinghausen, Haltern am See, Datteln, Waltrop und Selm abgedeckt.

Abbildung 6: Landesplanerische Einordnung der Stadt Olfen und Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

4.3 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung

Eine erste einzelhandelsspezifische Einordnung der Stadt Olfen kann über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft abgeleitet werden. Ein Vergleich der Stadt Olfen mit den Nachbarstädten zeigt, welche Attraktivität der örtliche Einzelhandel aufweist. In der folgenden Karte werden die Kenn-

ziffern der Stadt Olfen und der Nachbargemeinden dargestellt. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die dargestellten Städte.

Tabelle 2: Sekundärstatistische Einordnung der Stadt Olfen

Stadt / Gemeinde	Einwohner	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Landesplanerische Einordnung
Olfen	12.200	101,8	Grundzentrum
Datteln	35.500	96,1	Mittelzentrum
Dülmen	46.760	100,6	Mittelzentrum
Haltern am See	37.760	106,5	Mittelzentrum
Lüdinghausen	24.190	104,1	Mittelzentrum
Lünen	97.530	93,3	Mittelzentrum
Nordkirchen	10.430	102,4	Grundzentrum
Oer-Erkenschwick	30.310	94,0	Mittelzentrum
Selm	27.000	97,2	Mittelzentrum
Waltrop	29.890	99,8	Mittelzentrum

Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der IBH Köln Retail Consultants 2011

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2011



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der IBH Köln Retail Consultants 2011

Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 101,8 liegt die Stadt Olfen oberhalb des bundesdeutschen Durchschnittswertes von 100. Der Vergleich mit den Nachbarstädten zeigt, dass sich Olfen auf einer Ebene mit den nördlich gelegenen Städten Dülmen, Lüdinghausen und Nordkirchen befindet. Nur die Stadt Haltern am See weist im regionalen Vergleich mit 106,5 eine noch höhere Kaufkraftkennziffer auf. Alle in südlicher Richtung liegenden Städte können den bundesdeutschen Schnitt von 100 nicht erreichen.

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs von 5.410 Euro ergibt sich für die Stadt Olfen, in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau, demnach ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 66 Mio. Euro für das Jahr 2011.

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen wird im folgenden Standortprofil die Einzelhandelsstruktur der Stadt Olfen nach einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf der Grundlage der im Januar 2011 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung und der städtebaulichen sowie einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte werden die Angebots- und Nachfrageseite analysiert. Dabei wird differenziert nach den in Olfen vorhandenen verschiedenen Lagekategorien: Hauptgeschäftsbereich (zentraler Versorgungsbereich), Ortsteilzentren, integrierter Standort und nicht integrierter Standort.

5.1 Gesamtstruktur

In der Stadt Olfen stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung (Januar 2011) folgendes Gesamtbild der Einzelhandelssituation dar:

- Insgesamt existieren **86 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von **rund 19.100 m²**.
- Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 41 Betrieben und einer Verkaufsfläche von rund **6.100 m²** im (alten) **zentralen Versorgungsbereich Olfen**. (Basiert auf der Definition der Wirkungsanalyse 2008)
- Im **Ortsteil Vinnum** befinden sich **vier Betriebe** mit einer Verkaufsfläche von **rund 3.500 m²**.
- Die durchschnittliche **Verkaufsfläche je Betrieb** in der Stadt Olfen beträgt rund **220 m²** und liegt damit leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m².
- Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt bei **1,56 m² pro Einwohner** und rangiert damit leicht über dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m² pro Einwohner. Im Vergleich zu anderen Grundzentren, mit durchschnittlich 1,6 m² pro Einwohner (Vergleichswerte aus der Datenbank Junker und Kruse, Dortmund), befindet sich Olfen auf einer Stufe.
- Die **größten Lebensmittelanbieter** in der Stadt Olfen sind **Rewe** mit rund 1.200 m², **K+K** (Südwall) mit rund 690 m², **Aldi** mit rund 780 m², **Netto** mit rund 590 m², **K+K** (Funnenkampstraße) mit rund 630 m² und der Getränkemarkt Wilms mit rund 600 m².
- Die **größten Betriebe im langfristigen Bedarfsbereich** sind: **Gärtnerei Lohmann** mit rund 1.500 m², **Gartenmarkt Schomberg** mit rund 1.500 m², **Raiffeisen Lüdinghausen e. G.** mit rund 1.300 m², **Eichenmöbel Schulte** mit rund 1.400 m², **Lackmann Möbel** mit rund 1.000 m² sowie **Möbelhaus Schulte** mit rund 700 m² Verkaufsfläche.
- Die aktuell **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt in der Stadt Olfen rund **1.200 m²**. Dies entspricht einem prozentualen Anteil von rund 6 %, bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche. In der Stadt Olfen stehen zum Zeitpunkt der Erhebung 13 Geschäfte leer. Neun davon befinden sich im zentralen Versorgungsbereich und vier in in-

tegrierter Lage. Der mit Abstand größte Leerstand hat eine Fläche von rund 600 m² und liegt in der Bilholtstraße außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches.

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

Tabelle 3: Verkaufsflächenangebot des Olfener Einzelhandels nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² gesamt	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in %	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	4.670	24,5	0,38
Blumen / Zoo	1.010	5,3	0,08
Gesundheit und Körperpflege	720	3,8	0,06
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	240	1,3	0,02
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.640	34,8	0,54
Bekleidung / Textilien	720	3,8	0,06
Schuhe / Lederwaren	150	0,8	0,01
GPK / Haushaltswaren	490	2,6	0,04
Spielwaren / Hobbyartikel	290	1,5	0,02
Sport und Freizeit	180	0,9	0,01
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.820	9,5	0,15
Wohneinrichtung	1.360	7,1	0,11
Möbel	3.480	18,3	0,28
Elektro / Leuchten	240	1,3	0,02
Elektronik / Multimedia	250	1,3	0,02
Medizinische und orthopädische Artikel	90	0,5	0,01
Uhren / Schmuck	20	0,1	0,00
Baummarktsortiment	1.320	6,9	0,11
Gartenmarktsortiment	3.810	20,0	0,31
Überwiegend langfristiger Bedarf	10.570	55,5	0,86
Sonstiges	30	0,2	0,0
Gesamt	19.060	100	1,56

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Olfen Januar 2011, eigene Berechnungen

Unter rein quantitativen Gesichtspunkten lassen sich folgende Aspekte festhalten:

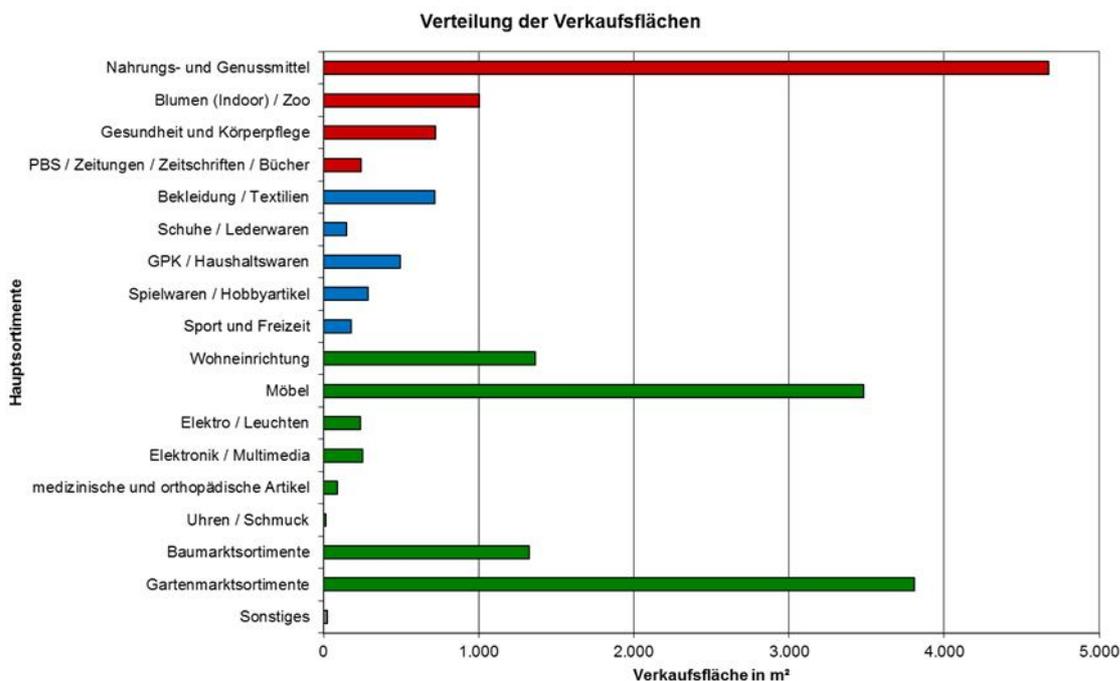
- Etwa 35 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. rund 6.600 m² werden in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe vorgehalten. Quantitativ nehmen diese Sortimente damit einen erwartungsgemäß hohen Stellenwert in der Einzelhandelslandschaft der Stadt Olfen ein. Hierbei tritt – entsprechend der idealtypischen Verteilung in anderen Kommunen – die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zahlenmäßig hervor. Mit

rund 4.700 m² Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 25 % an der Gesamtverkaufsfläche ist der Bereich Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Olfen stark vertreten. Das spiegelt sich auch in der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung wider. Mit rund 0,38 m² pro Einwohner, liegt Olfen im Bereich des bundesdeutschen Durchschnittswertes von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner.

Diese erste Einschätzung macht bereits deutlich, dass Olfen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine gute Ausstattung vorweisen kann. Qualitativ wird dies auch durch die unterschiedlichen Angebotsformen gestützt.

- Auf die Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufen entfällt ein Anteil von rund 9,5 % der Gesamtverkaufsfläche des Olfener Einzelhandels. Im Vergleich zu ähnlichen Städten ist dies ein eher geringer Wert. Als innerstädtische Leitbranchen sind die Warengruppen Bekleidung (rund 700 m²), Spielwaren und Hobbyartikel (rund 300 m²) und Glas, Porzellan, Keramik und Haushaltswaren (rund 500 m²) zu nennen. Wobei sich die 700 m² Fläche für Bekleidung auf acht Betriebe verteilen, die sich bis auf eine Ausnahme im zentralen Versorgungsbereich befinden. Die Verkaufsflächen der beiden anderen Leitsortimente setzen sich zum überwiegenden Teil aus Randsortimenten zusammen.
- Der überwiegend langfristige Bedarfsbereich übernimmt mit rund 10.600 m² und damit 55 % der Gesamtverkaufsfläche den größten Stellenwert in Olfen ein. Die größten Anteile der Verkaufsfläche entfallen auf die Bereiche Baumarktsortiment mit 1.300 m² und Möbel mit rund 3.500 m², dazu kommen 1.400 m² Wohneinrichtung und 3.800 m² für Gartenmarktsortimente.

Abbildung 8: Verteilung der Verkaufsflächen nach Hauptsortimenten



Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung der Stadt Olfen 2011

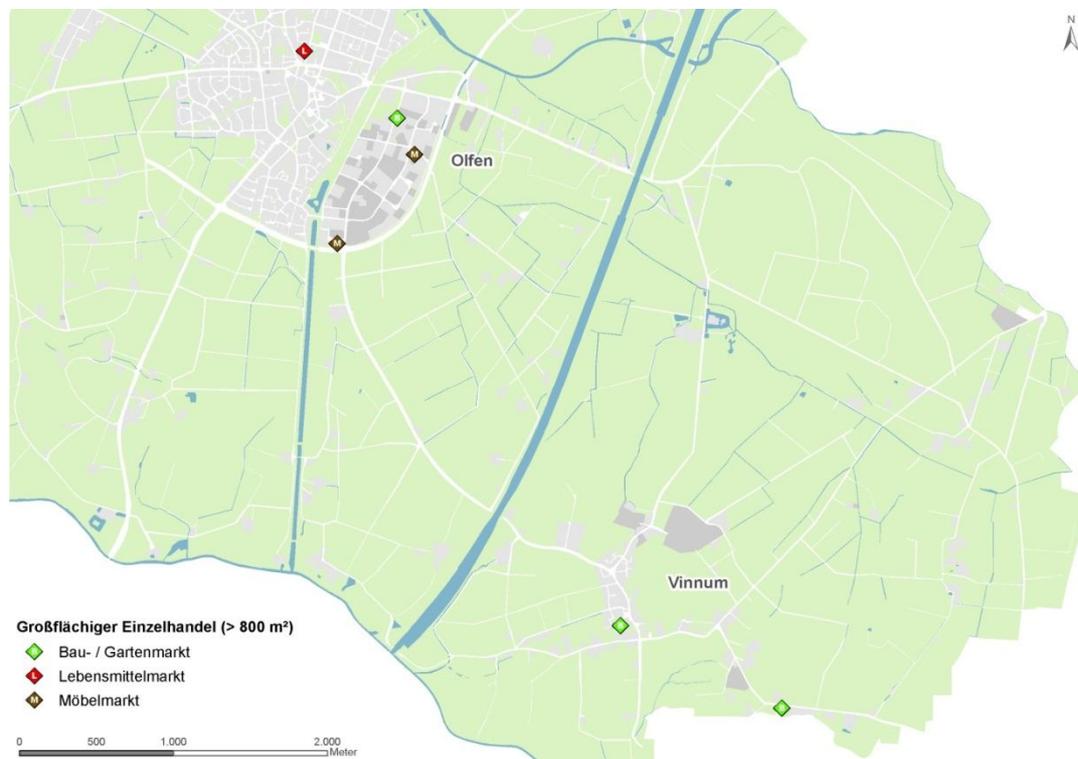
Insgesamt zeigt sich in der gesamtstädtischen Angebotsverteilung nach Hauptbranchen der eindeutige Schwerpunkt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und eine bedeutsame Verkaufs-

flächenausstattung in den Hauptbranchen Möbel, Wohneinrichtung und Bau- und Gartenmarktsortiment.

Großflächiger Einzelhandel im Stadtgebiet Olfen

Insgesamt sechs großflächige Einzelhandelsbetriebe⁷ bilden mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rund 7.900 m² einen Verkaufsflächenanteil von ca. 41 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in Olfen. Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Gartenmarktsortimente. Im zentralen Versorgungsbereich befindet sich der Rewe mit rund 1.200 m² Verkaufsfläche. Die drei Anbieter Raiffeisenmarkt Lüdinghausen mit rund 1.300 m² Gartenmarktsortiment, Möbel Lackmann und Eichenmöbel Schulte, die rund 2.380 m² Verkaufsfläche vereinen, haben ihren Standort im Gewerbegebiet an der Robert-Bosch-Straße bzw. Rudolf-Diesel-Straße. Die beiden weiteren Anbieter befinden sich im Ortsteil Vinnum und verfügen über rund 3.000 m² Verkaufsfläche mit Gartenmarktsortimenten.

Abbildung 9: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

Zur weiteren Bewertung des quantitativen Einzelhandelsangebotes in der Stadt Olfen im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus vor allem auch qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der

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

entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentrale sowie nachfrage-
seitige Entwicklungen zu berücksichtigen. Diese werden, ausgerichtet auf den Untersuchungs-
gegenstand, im folgenden Kapitel näher dargestellt.

5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Dazu zählen in Olfen der zentrale Versorgungsbereich – Abgrenzung basiert auf der Verträglich-
keitsuntersuchung 2008 – mit rund 6.100 m², die städtebaulich integrierten Lagen mit rund
3.700 m² und nicht integrierte Lagen mit einer Verkaufsfläche von rund 9.300 m². Im Ortsteil
Vinumum befinden sich rund 1.500 m² Verkaufsfläche in integrierter Lage und rund 2.000 m²
Verkaufsfläche in nicht integrierter Lage. Der Ortsteil Vinnum wird durch Bau- und Garten-
marktsortimente geprägt. Die Angebotssituation in den drei Lagekategorien lassen sich wie folgt
beschreiben:

Derzeitige Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches

In Olfen definiert sich der zentrale Bereich über den gewachsenen Stadtkern. Hier konzentrieren
sich die wesentlichen zentrenbedeutsamen Funktionen und ergeben somit eine Multifunktionali-
tät, die sich aus der Einzelhandelsdichte, dem Dienstleistungsangebot, der Passantenfrequenz
und der Kundenorientierung der Anbieter zusammensetzt. Darüber hinaus ist ein entscheidendes
Merkmal für einen zentralen Bereich die städtebauliche Struktur.

Abbildung 10: Alter Zentraler Versorgungsbereich Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen; Foto: Junker und Kruse

Diese definiert sich neben der Bebauungsstruktur, der Gestaltung und Dimensionierung der Ver-

kehrstrukturen und auch über die Gestaltung der öffentlichen Räume sowie die Außendarstellung der Geschäfte. Die 41 Betriebe im zentralen Bereich vereinen rund 6.100 m² Verkaufsfläche auf sich.

Tabelle 4: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe im alten zentralen Versorgungsbereich

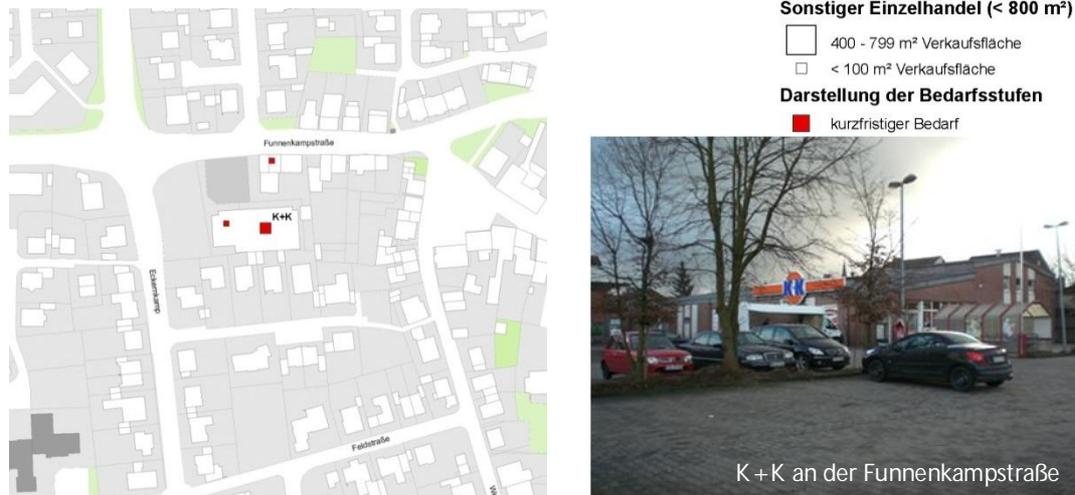
Warengruppe	Verkaufsfläche zentraler Bereich (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	2.560	9	16,4
Blumen / Zoo	110	1	0,6
Gesundheit und Körperpflege	590	5	3,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	190	4	1,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.450	19	21,4
Bekleidung / Textilien	660	7	3,5
Schuhe / Lederwaren	150	1	0,8
GPK / Haushaltswaren	140	1	0,7
Spielwaren / Hobbyartikel	50	-	0,3
Sport und Freizeit	100	1	0,5
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.100	11	5,8
Wohneinrichtung	500	3	2,6
Möbel	580	1	3,0
Elektro / Leuchten	90	1	0,5
Elektronik / Multimedia	180	3	0,9
Medizinische und orthopädische Artikel	90	2	0,5
Uhren / Schmuck	10	-	0,1
Baumarktsortiment	40	1	0,2
Gartenmarktsortiment	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.490	11	7,8
Sonstiges	30	-	0,2
Gesamt	6.070	41	35,2

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme der Stadt Olfen, 2011

Städtebaulich integrierte Lagen

In Olfen sind das in erster Linie Angebotsstandorte, die in Wohngebieten ihren Standort haben. Insgesamt befinden sich 14 Betriebe in integrierter Lage, die eine Verkaufsfläche von rund 3.700 m² aufweisen. Hier befindet sich auch der K+K Funnenkampstraße mit einer Gesamtverkaufsfläche von 600 m² und der Netto-Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtfläche von rund 800 m².

Abbildung 11: Integrierter Standort an der Funnenkampstraße



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen; Foto: Junker und Kruse

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

Warengruppe	Verkaufsfläche integrierte Lage (in m²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in%)
Nahrungs- und Genussmittel	1.130	6	5,9
Blumen / Zoo	280	2	1,5
Gesundheit und Körperpflege	130	-	0,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	20	-	0,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.560	8	8,2
Bekleidung / Textilien	20	1	0,1
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	70	-	0,4
Spielwaren / Hobbyartikel	120	1	0,6
Sport und Freizeit	70	1	0,4
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	280	3	1,5
Wohneinrichtung	140	-	0,7
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	-	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-	-
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	10	-	0,1
Baumarktsortiment	220	2	1,2
Gartenmarktsortiment	1.500	1	7,9
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.870	3	9,9
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	3.710	11	19,6

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung der Stadt Olfen, 2011

Städtebaulich nicht integrierte Lage und Gewerbegebiet

In Olfen gibt es einen nicht integrierten Standort mit dem Angebotsschwerpunkt Möbel, Wohneinrichtung und Bau- und Gartenmarktsortiment, der sich im westlich gelegenen Gewerbegebiet Robert-Bosch-Straße / Rudolf-Diesel-Straße befindet. Insgesamt befinden sich an diesem Standort 12 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 5.200 m². Neben dem Raiffeisenmarkt Lüdinghausen e. G. mit rund 1.300 m² Bau- und Gartenmarktsortiment sind u. a. die Möbelanbieter Massiv-Holz-Möbel Schulte (560 m²), Lackmann Möbel (1.000 m²) und Eichenmöbel Schulte (1.350 m²) ansässig.

Abbildung 12: Gewerbegebiet Robert-Bosch / Rudolf-Diesel-Straße



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen; Fotos: Junker und Kruse

Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsflächen und prozentuale Verteilung in nicht integrierten Lagen der Stadt Olfen

Warengruppe	Verkaufsfläche nicht integrierte Lagen (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in%)
Nahrungs- und Genussmittel	980	12	5,4
Blumen / Zoo	620	11	3,2
Gesundheit und Körperpflege	-	-	-
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	30	-	0,2
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.630	13	8,8
Bekleidung / Textilien	30	-	0,2
Schuhe / Lederwaren	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	280	-	1,5
Spielwaren / Hobbyartikel	110	1	0,5
Sport und Freizeit	10	-	0,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	430	1	2,3
Wohneinrichtung	710	2	3,7
Möbel	2.900	5	15,2
Elektro / Leuchten	150	1	0,8
Elektronik / Multimedia	80	1	0,4
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortiment	1.070	5	5,6
Gartenmarktsortiment	2.310	3	12,1
Überwiegend langfristiger Bedarf	7.220	17	37,8
Sonstiges	.	-	-
Gesamt	9.280	31	48,9

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme der Stadt Olfen, 2011

Ortsteil Vinnum

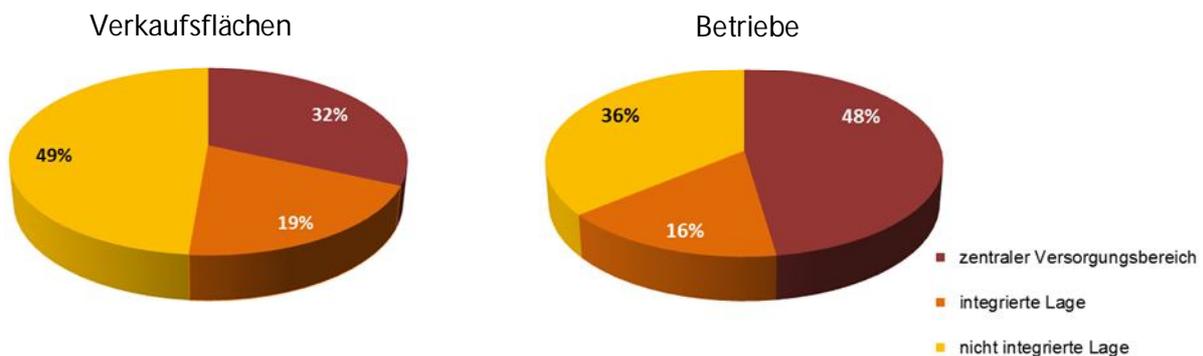
Die Angebotssituation im Ortsteil Vinnum gliedert sich in städtebaulich integrierte und nicht integrierte Lagen.

- In integrierter Lage befindet sich lediglich ein Betrieb mit rund 1.500 m² Verkaufsfläche (Gartenmarktsortiment).
- In nicht integrierter Lage summiert sich die Verkaufsfläche auf 2.000 m². Insgesamt befinden sich hier drei Betriebe, einer mit dem Angebotsschwerpunkt Baumarktsortiment und zwei mit dem Schwerpunkt Gartenmarktsortiment.

Abbildung 13: Verteilung der Betriebe im Ortsteil Vinnum

Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

Die **räumliche Differenzierung der Angebotssituation** ergibt für die definierten Lagekategorien in Olfen unter Berücksichtigung des Ortsteils Vinnum folgendes Bild:

Abbildung 14: Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe nach Lagen

Quelle: eigene Darstellung, auf der Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt Olfen 2011

- Der zentrale Versorgungsbereich (6.100 m²) stellt mit rund 32 % der Gesamtverkaufsfläche und 48 % der Betriebe (41) den innerstädtischen Einzelhandelsschwerpunkt.
- In integrierter Lage befinden sich 16 % der Betriebe, das sind 14, die 19 % (3.700 m²) der Gesamtverkaufsfläche ausmachen.
- Die übrige Verkaufsfläche von rund 9.300 m² befindet sich in nicht integrierter Lage und verteilt sich auf 31 Betriebe (36 %). Diese Lagekategorie stellt mit 49 % den größten

Anteil der Gesamtverkaufsfläche. Der Großteil der Betriebe ist im Gewerbegebiet ansässig. Die Sortimente aus dem überwiegend langfristigen Bedarfsbereich bilden hier den eindeutigen Angebotsschwerpunkt.

5.3 Struktur und räumliche Verteilung der wohnortnahen Grundversorgung in Olfen

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

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

Tabelle 7: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung

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

Quelle: eigene Zusammenstellung

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

Strukturelle Zusammensetzung der Lebensmittelanbieter in Olfen

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

Tabelle 8: Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff / Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Derzeitige Marktzutrittsgröße liegt i. d. R. zwischen 800 – 1.000 m ² Verkaufsfläche
Supermarkt 400 – 1.499 m² Verkaufsfläche	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung zwischen 800 – 1.500 m ² Verkaufsfläche

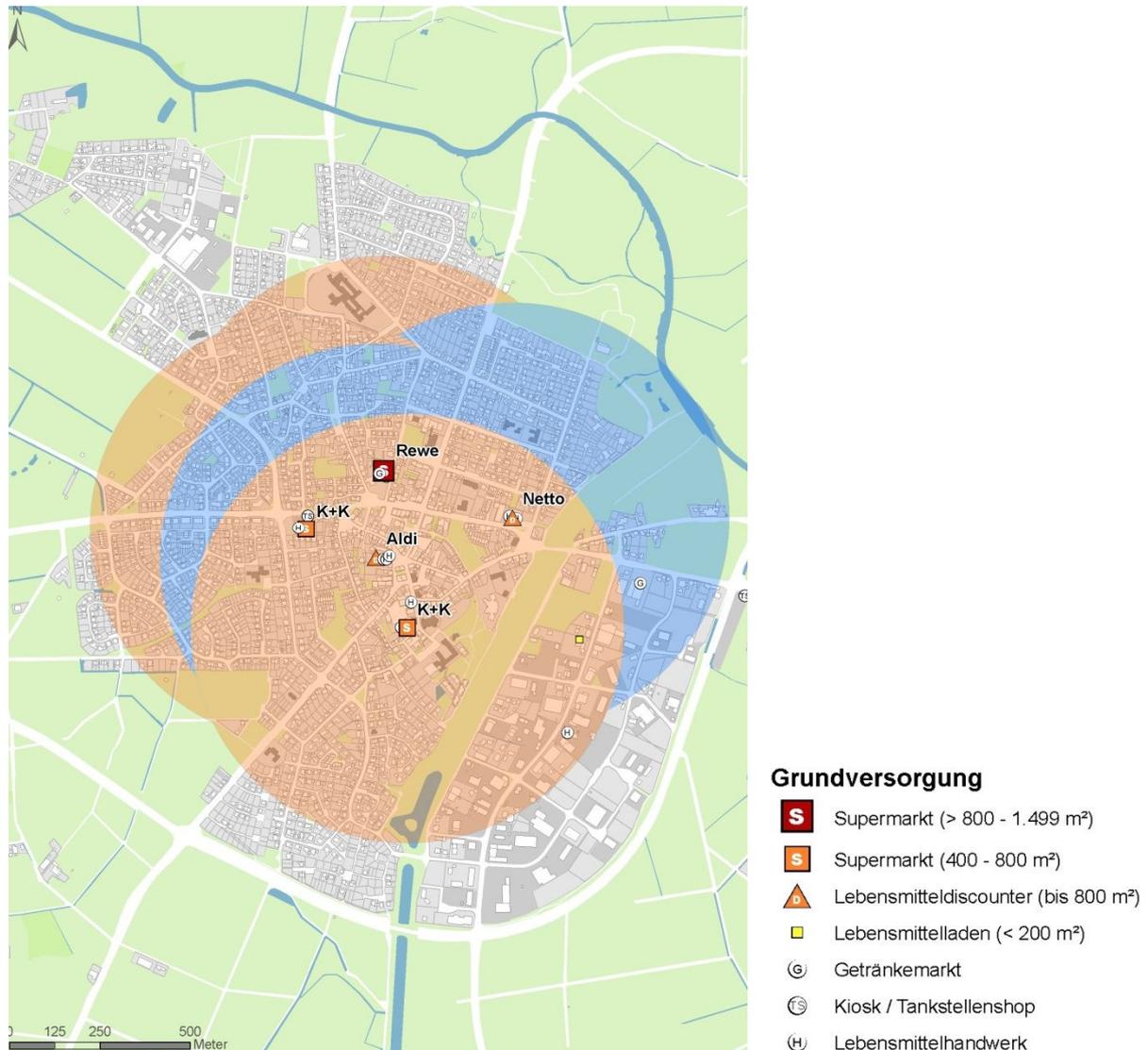
Quelle: eigene Zusammenstellung

In Olfen befinden sich fünf strukturprägende Betriebstypen, drei Supermärkte und zwei Lebensmitteldiscounter. Die Standorte von den Anbietern Aldi, K+K und Rewe befinden sich im zentralen Versorgungsbereich, ein weiterer K+K-Supermarkt und Netto-Lebensmitteldiscounter befinden sich in städtebaulich integrierter Lage in unmittelbarer Nähe zum zentralen Versorgungsbereich. Darüber hinaus ergänzen eingeschränkt Anbieter wie z. B. Getränkemarkte mit Verkaufsflächen zwischen 200 – 600 m² sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) das Grund- bzw. Nahversorgungsangebot.

Räumliche Verteilung

Zur räumlichen Bewertung der Einzelhandelsstandorte wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – vor allem mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht einer fußläufigen Entfernung vom 600 – 1.000 m. In der folgenden Karte sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter mit einem Luftlinienradius von 700 m dargestellt.

Abbildung 15: Angebotsverteilung der Lebensmittelanbieter in Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

Der 700 m-Radius um die Standorte der Lebensmittelanbieter zeigt, dass die fußläufige Erreichbarkeit und somit eine wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung in Olfen nahezu ausreichend gewährleistet wird. Lediglich der nördliche Siedlungsbereich wird nicht durch die 700 m-Radien abgedeckt. Im Ortskern dagegen, in dem alle fünf Anbieter konzentriert sind, zeigt die Überlappung der Radien ein sehr gutes Angebot zur Nahversorgung der Bevölkerung. Der Ortsteil Vinnum und die umliegenden Bauernschaften verfügen über keine eigenen Lebensmittelgeschäfte, ein Teil des Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln wird jedoch über Hofläden und saisonale Verkaufsstellen gedeckt. Die quantitative Einordnung erfolgt über die Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner. Dieser Wert liegt in der Olfen bei 0,38 m² pro Einwohner und liegt damit im Bereich des bundesdeutschen Schnitts von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner.

Foto 1/2: Beispiele für das Nahversorgungsangebot in Olfen



Quelle: Junker und Kruse

Umsätze und Zentralität im Nahrungs- und Genussmittelbereich

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

- Die Stadt Olfen verfügt zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung im Januar 2011 über eine Verkaufsfläche von **rund 4.700 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel**.
- Diese Flächen verteilen sich nahezu vollständig auf die **fünf großen Lebensmittelanbieter** Rewe mit Getränkemarkt, K+K Südwall, K+K Funnenkampstraße, Aldi und Netto sowie den Getränkemarkt Wilms. Alle Anbieter liegen **im innerstädtischen Bereich** der Stadt Olfen. Ergänzt wird dieses Angebot durch kleinteiligen Einzelhandel wie z. B. Bäckereien und Metzgereien.
- Die **Zentralitätskennziffer⁸** für die Warengruppe liegt im Fall der Bestandssituation bei **0,83**. Dieser Wert zeigt, dass der Einzelhandel im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine Vollversorgung der örtlichen Bevölkerung nicht gänzlich gewährleisten kann. Der **getätigte Umsatz liegt knapp unter dem Kaufkraftpotenzial** der Olfener Bevölkerung, dementsprechend wird ein geringer Teil der Kaufkraft an Standorte in der Region abgegeben (vgl. dazu auch Kapitel 6 Nachfragesituation).

5.4 Fazit der Angebotsanalyse

- In der Stadt Olfen befinden sich zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung im Januar 2011 insgesamt **86 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von **rund 19.100 m²**. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 41 Betrieben und einer Verkaufsfläche von rund 6.100 m² im zentralen Versorgungsbereich. Der Ortsteil Vinnum verfügt dagegen über rund 3.500 m² Verkaufsfläche, die sich auf vier Betriebe verteilen.
- **Etwa 35 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. rund 6.600 m² werden in den

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

Warengruppen der überwiegend **kurzfristigen Bedarfsstufe** vorgehalten. Quantitativ nehmen diese Sortimente damit einen erwartungsgemäß hohen Stellenwert in der Einzelhandelslandschaft der Stadt Olfen ein. Mit **rund 4.700 m²** Verkaufsfläche und einem Anteil von rund 25 % an der Gesamtverkaufsfläche ist der **Bereich Nahrungs- und Genussmittel** in der Stadt Olfen stark vertreten.

- Auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufen** entfällt ein Anteil von rund **10 % der Gesamtverkaufsfläche** des Olfener Einzelhandels. Im Vergleich zu ähnlichen Städten ist dies ein eher geringer Wert. Als innerstädtische Leitbranchen sind die Warengruppen Bekleidung (rund 700 m²), Spielwaren und Hobbyartikel (rund 300 m²) und Glas, Porzellan, Keramik und Haushaltswaren (rund 500 m²) zu nennen.
- Der überwiegend **langfristige Bedarfsbereich** übernimmt mit **rund 10.600 m² und damit 55 % der Gesamtverkaufsfläche** den größten Stellwert in Olfen ein. Die größten Anteile der Verkaufsfläche entfallen auf die Bereiche Baumarktsortiment mit 3.800 m² und Möbel mit rund 3.500 m².
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** in der Stadt Olfen beträgt **rund 220 m²** und liegt damit leicht unter dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m². Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt bei **1,56 m² pro Einwohner** und rangiert damit leicht über dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m² pro Einwohner.
- Insgesamt haben **fünf strukturprägende Lebensmittelanbieter** ihren Standort in Olfen. Mit einer **Zentralitätskennziffer von 0,83**, wird deutlich, dass durch das Nahrungs- und Genussmittelanangebot eine Vollversorgung der in Olfen lebenden Bevölkerung nahezu gewährleistet werden kann. Mit **rund 0,38 m² Verkaufsfläche pro Einwohner** weist Olfen einen Wert auf, der im Bereich des bundesdeutschen Durchschnittswertes von 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner liegt. Qualitativ wird dies auch durch die unterschiedlichen Angebotsformen gestützt.
- Des Weiteren befinden sich zum Teil großflächige Betriebe mit einem Kernsortimenten im **langfristigen Bedarfsbereich im Stadtgebiet Olfen**, die u. a. auch eine überregionale Ausstrahlungskraft besitzen.
- Zudem stehen aktuell rund **1.200 m² Einzelhandelsverkaufsfläche** leer, dies entspricht einem prozentualen Anteil von rund 6 %, bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche und 13 Geschäfte. Zehn Leerstände befinden sich im zentralen Versorgungsbereich und drei in integrierter Lage. Der mit Abstand größte Leerstand hat eine Fläche von rund 600 m², befindet sich an der Bilholtstraße.

Aus der Analyse des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Olfen lässt sich insgesamt ableiten, dass bisher die stadtentwicklungspolitischen richtigen Vorhaben realisiert wurden, die zur Stärkung und Entwicklung des Olfener Stadtkerns beigetragen haben.

6 Nachfragesituation des Olfener Einzelhandels

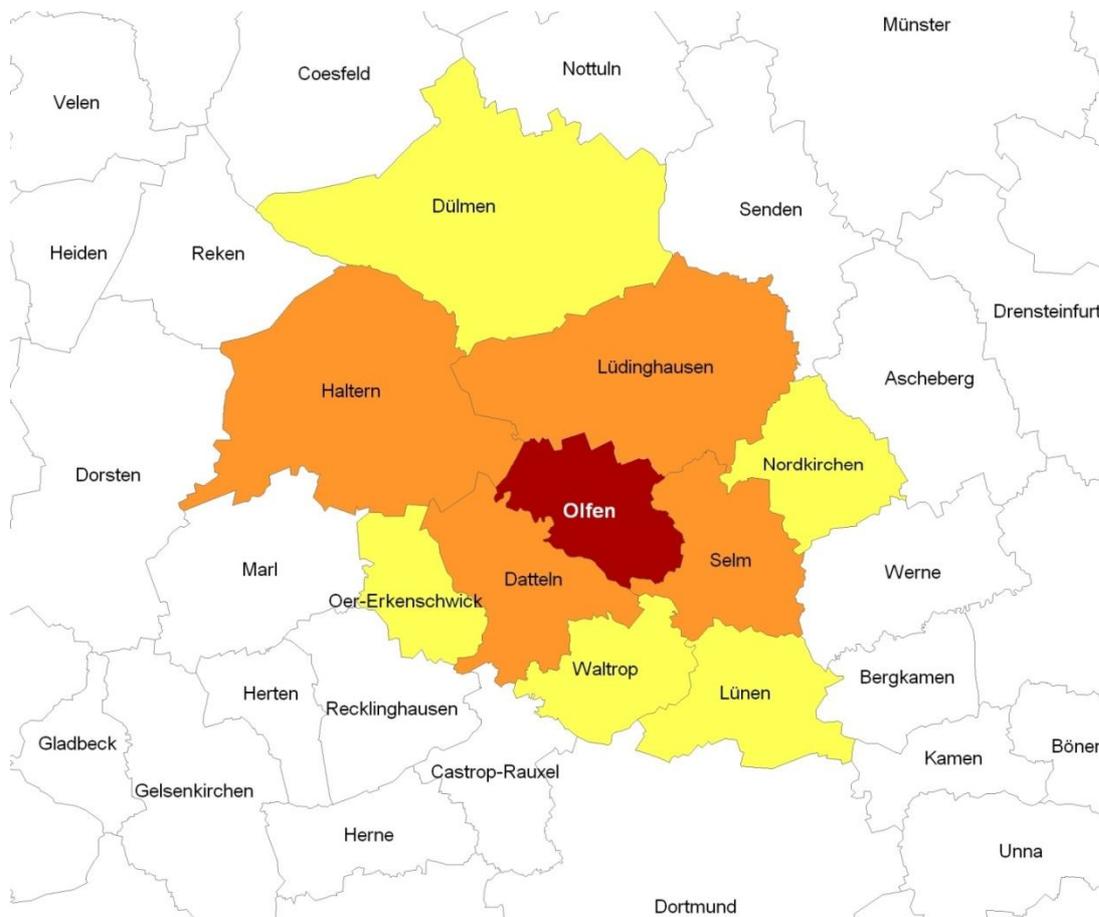
Für die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume als auch für die Bewertung räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten sind neben den Kenntnissen der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Olfen explizit auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf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

6.1 Einzugsgebiet des Olfener Einzelhandels

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

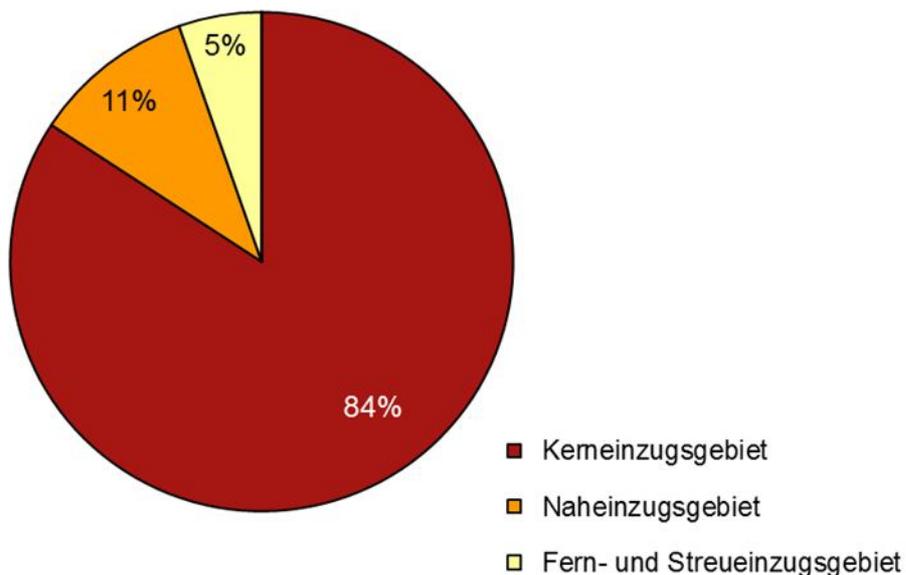
Die Abgrenzung des folgenden Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der Ausstrahlungskraft des Olfener Einzelhandels, zum anderen als Ergänzung des bereits ermittelten externen Nachfragepotenzials. Die in der Kundenherkunftserhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerung des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung der Stadt Olfen als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf der Grundlage der so berechneten Kundenherkunftskoeffizienten sowie unter Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten bzw. -zentren, lässt sich das Einzugsgebiet für die Stadt Olfen wie folgt darstellen:

Abbildung 16: Einzugsgebiet des Olfener Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der Kundenherkunftserhebung (Februar 2011) n=12.500

Abbildung 17: Kundenanteile des Einzelhandels in der Stadt Olfen nach Einzugsgebieten



Quelle: eigene Darstellung auf der Basis der Kundenherkunftserhebung (Februar 2011) n=12.500

- Die Gesamtstadt Olfen mit einem Kundenpotenzial von rund 12.200 Einwohnern wird demnach als Kerneinzugsgebiet definiert. Mit rund 84 % kommt erwartungsgemäß der überwiegende Teil der befragten Kunden aus Olfen. Die übrigen 16 %, die nicht aus dem Kerneinzugsgebiet stammen, zeigen eine gewisse Anziehungskraft des Einzelhandelsangebotes über die Funktion der Stadt Olfen als Grundzentrum hinaus.
- Dem Naheinzugsgebiet werden die Städte Datteln, Haltern am See, Lüdinghausen und Selm zugeordnet, die unmittelbar an die Stadtgrenzen von Olfen angrenzen. Aus diesem Naheinzugsgebiet mit einem Kundenpotenzial von rund 125.000 Einwohnern stammen rund 11 % der befragten Kunden.
- Das Fern- und Streueinzugsgebiet umfasst diejenigen Besucher und Kunden, die den Olfener Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch wesentlich stärkere Einkaufsorientierungen auf andere Standorte der Region aufweisen. Ein wesentlicher Teil besteht aus „Streuumsätzen“, der durch „Zufallseinkäufe“ von Personen (Touristen) außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes getätigt wird. Dementsprechend gering ist das Kundenaufkommen (5 %) aus solchen Herkunftsorten, zu denen auch die Städte Dülmen, Lünen, Nordkirchen, Oer-Erkenschwick und Waltrop zählen.

Insgesamt setzen die vergleichsweise starken Mittelzentren Datteln, Haltern am See, Lüdinghausen und Selm, die unmittelbar an der Stadtgrenze von Olfen liegen und gleichzeitig das Naheinzugsgebiet darstellen, eine deutliche Grenze. Gleichwohl strahlt der Einzelhandelsstandort Olfen ins Umland aus und besitzt somit eine gewisse Anziehungskraft, die jedoch in erster Linie auf Spezialanbieter (Garten /Möbel) zurückzuführen ist.

6.2 Nachfragepotenzial in der Stadt Olfen

Das auf der Grundlage der IBH Köln Retail Consultants für die Stadt Olfen ermittelte einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für das Jahr 2011 stellt sich demnach wie folgt dar:

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Olfen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	26,7	40,6 %
Blumen / Zoo	1,3	1,9 %
Gesundheits- und Körperpflege	4,2	6,4 %
PBS / Zeitungen / Bücher / Schreibwaren	2,6	3,9 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	34,7	52,8 %
Bekleidung / Textilien	5,7	8,7 %
Schuhe / Lederwaren	1,5	2,3 %
GPK / Haushaltswaren	0,8	1,2 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1,4	2,1 %
Sport und Freizeit	1,2	1,8 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	10,6	16,1 %
Wohneinrichtungsbedarf	1,5	2,2 %
Möbel	3,5	5,4 %
Elektronik / Leuchten	1,8	2,8 %
Elektronik / Multimedia	4,8	7,3 %
Medizinische und orthopädische Artikel	0,9	1,4 %
Uhren / Schmuck	0,6	1,0 %
Bau- und	1,1	1,6 %
Gartenmarktsortiment	5,7	8,6 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	19,9	30,5 %
Sonstiges	0,5	0,8 %
Gesamt	65,7	100 %

Quelle: eigene Berechnungen und Daten zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der IBH Köln Retail Consultants, 2011 (gerundete Werte)

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial von rund 66 Mio. Euro (ohne Versandhandel und e-Commerce) liegt, unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von rund 12.200, das örtliche Kaufkraftniveau in Olfen zugrunde. Dementsprechend werden ca. 5.410 Euro der privaten Verbrauchsausgaben je Einwohner in Olfen dem Einzelhandel zugeführt.

6.3 Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in Olfen

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

Zur Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert nach einzelnen Betriebsformen, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation (u. a. Lagen) modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen branchenspezifische Umsätze (vgl. dazu Tabelle 10). Insgesamt setzt der Olfener Einzelhandel aktuell pro Jahr rund 48 Mio. Euro.

Um die Ausstrahlungskraft des Olfener Einzelhandels auf die Nachbarkommunen abzubilden, wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer errechnet. Diese ergibt sich durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial). Ein Wert von 100 bedeutet in diesem Fall, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über diesen Basiswert auf eine Leistungsstärke und Abweichungen unterhalb auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Tabelle 10: Sortimentsspezifische Umsätze und einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffern

Warengruppe	Einzelhandels-relevanter Umsatz in Mio. Euro	Einzelhandels-relevante Kaufkraft in Mio. Euro	Einzelhandels-relevante Zentralitätskennziffer
Nahrungs- und Genussmittel	22,2	26,7	0,83
Blumen / Zoo	1,9	1,3	1,43
Gesundheit und Körperpflege	2,9	4,2	0,69
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1,1	2,6	0,42
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	28,1	34,7	0,81
Bekleidung / Textilien	2,3	5,7	0,40
Schuhe / Lederwaren	0,5	1,5	0,31
GPK / Haushaltswaren	1,3	0,8	1,64
Spielwaren / Hobbyartikel	0,9	1,4	0,64
Sport und Freizeit	0,5	1,2	0,42
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	5,5	10,6	0,52
Wohneinrichtung	2,5	1,5	1,64
Möbel	4,9	3,5	1,40
Elektro / Leuchten	0,6	1,8	0,34
Elektronik / Multimedia	1,3	4,8	0,26
Medizinische und orthopädische Artikel	0,6	0,9	0,67
Uhren / Schmuck	0,1	0,6	0,15
Baummarktsortiment	1,6	1,1	1,50
Gartenmarktsortiment	2,3	5,7	0,41
Überwiegend langfristiger Bedarf	13,9	19,9	0,70
Sonstiges	0,1	0,8	0,10
Gesamt	47,5	65,7	0,72

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Olfen 2011 sowie einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale auf der Datenbasis der IBH Retail Consultants Köln 2011.

Den mit Abstand größten Anteil am Einzelhandelsumsatz in Olfen nimmt die Warengruppe Nah-

rungs- und Genussmittel ein. Die rund 22 Mio. Euro entsprechen knapp der Hälfte des in der Stadt Olfen getätigten Gesamtumsatzes. Mit einem weiten Abstand an zweiter Position und einem Anteil von rund 10 % des Umsatzes, befindet sich das Möbelsegment. Gefolgt von einer Reihe von Warengruppen die jeweils knapp 5 % des Gesamtumsatzes an sich binden können, vor allem sind dies Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Bekleidung und Textilien, Wohneinrichtungsbedarf und die Gruppe der Gartenmarktsortimente.

Eine Gegenüberstellung des ermittelten Gesamtumsatzes von rund 48 Mio. Euro mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 66 Mio. Euro, das auf Ermittlung der IBH Köln Retail Consultants basiert, ergibt sich eine Zentralitätskennziffer von 0,72 über alle Warengruppen. Das bedeutet für den Olfener Einzelhandel, dass dieser das Kaufkraftpotenzial der Stadt nicht in Gänze am Standort binden kann und ein Teil der Kaufkraft in das regionale Umfeld abfließt.

Auch bezogen auf die Bedarfsstufen lässt sich folgendes ableiten (vgl. dazu Tabelle 10):

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei 0,81, bezogen auf die Grund- und Nahversorgung zeigt dieser Wert ein Entwicklungspotenzial des Olfener Einzelhandels. Lediglich die Warengruppe Blumen / Zoo hat mit einem Zentralitätswert von 1,43 eine Ausstrahlungskraft in die Nachbarkommunen und kann Kaufkraft aus der Region binden.
- Die Warengruppe der mittelfristigen Bedarfsdeckung schafft es gerade, mit einer Zentralitätskennziffer von 0,52, die Hälfte des in Olfen vorhandenen Kaufkraftpotenzials an den Standort zu binden. Ausnahme ist die Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik und Haushaltswaren, die mit vorhandenem Angebot und einer Zentralitätskennziffer von 1,64 Kaufkraftpotenzial aus dem Umland generieren kann.
- Der langfristige Bedarfsbereich kann ebenfalls nicht die gesamte lokale Kaufkraft binden, aber mit 0,70 liegt die Zentralität für ein Grundzentrum erfreulich hoch. Dies ist auf regional bedeutsame Spezialanbieter mit Möbeln und Bau- und Gartenmarktsortimenten zurückzuführen.

7 Prognose der Verkaufsflächenspielräume in Olfen

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

7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

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

- **Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation**

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

- **Umsatzentwicklungen und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten**

Die Entwicklung der Flächenproduktivitäten⁹ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängungen der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch hohe und zunehmende Zahlen der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit leicht steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Der nominale Umsatz im bestehenden Olfener Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte und unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gering ansteigen.

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

Für die Bevölkerungsentwicklung in Olfen wird bis zum Jahr 2020 ein Zuwachs von rund 4 % und darüber hinaus bis zum Jahr 2030 ein Zuwachs von rund 7 % prognostiziert.¹⁰ Damit hebt sich die Stadt Olfen vom bundesweiten Negativtrend ab.

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

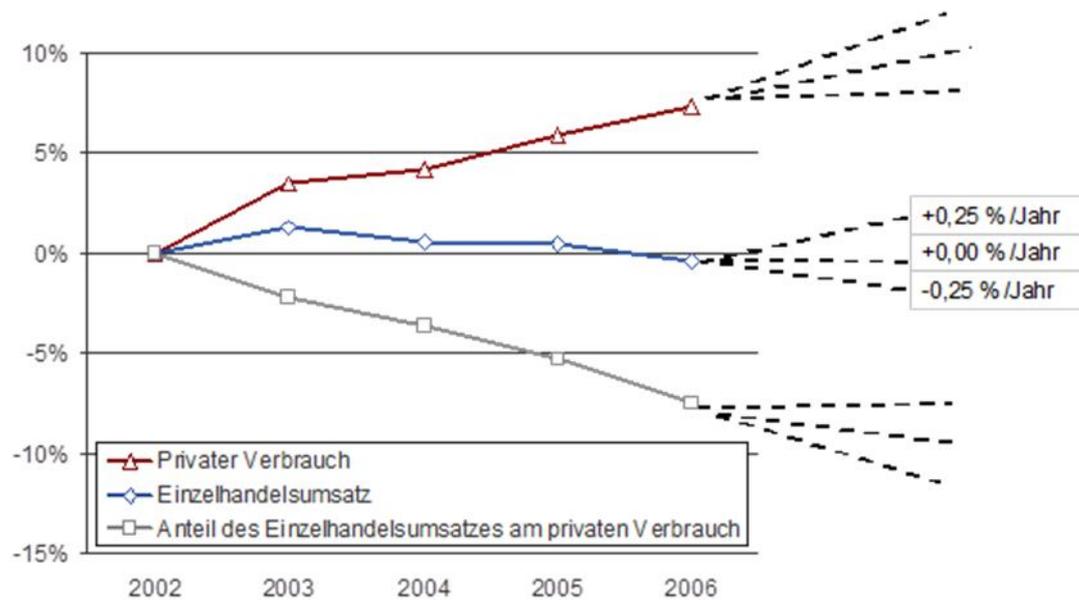
¹⁰ Information und Technik NRW, Landesdatenbank NRW 2011, Geschäftsbereich Statistik: Kommunalprofil Olfen, Stadt, Modellrechnung zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung für kreisangehörigen Gemeinden, Seite 9, online unter: www.it.nrw.de

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

1. dem privaten Einkommen und dem daraus resultierenden privaten Verbrauch sowie
2. dem Anteil der Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Folgende Entwicklungen sind bis 2020 zu erwarten:

Abbildung 18: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch



Quellen: EHI (2005-2009): Einzelhandel Aktuell, Köln; Statistisches Bundesamt 2008 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.¹¹
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der Anteil der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (rund 30% im Jahr 2008) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend.¹²
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2% weitestgehend stagniert (derzeit knapp 400 Mrd. Euro).¹³

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

¹² ebenda

¹³ ebenda

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass zwar insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen¹⁴ Kaufkraft zu rechnen ist, jedoch müssen spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 11: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel - Tendaussagen

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

Quellen: EHI (2005-2009): Einzelhandel Aktuell, Köln; Statistisches Bundesamt 2008 (www.destatis.de), KPMG-Studie 2005; Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2005-2009

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

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

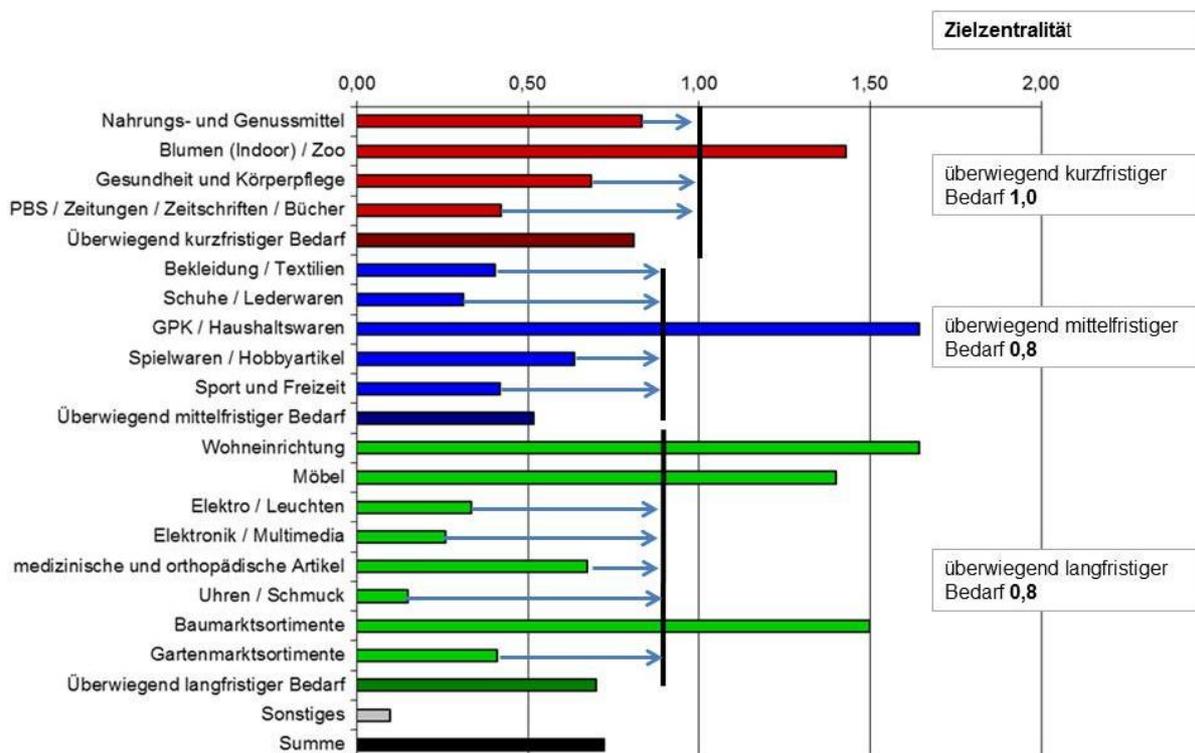
¹⁴ Es wird zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale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

7.2 Zielzentralitäten für die Modellrechnung

Im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung eine Zielzentralität von 1 im kurzfristigen Bedarfsbereich angenommen, die ein ausgewogenes Verhältnis von erzieltm Umsatz zu lokal vorhandener einzelhandelsrelevanter Kaufkraft darstellt.

Für die mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereiche wird jeweils eine Zielzentralität von 0,8 angenommen, diese spiegelt die Versorgungsfunktion des Grundzentrums Olfen wider.

Abbildung 19: Aktuelle Zentralitäten und Zielzentralitäten des Olfener Einzelhandels



Quelle: eigene Berechnungen

Die auftretende Diskrepanz zwischen Ausgangs- und Zielzentralitäten zeigt einen z. T. deutlichen zusätzlichen quantitativen Entwicklungsbedarf, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich aber auch im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, auf.

Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Stadt Olfen als Grundzentrum ergeben sich somit Entwicklungsspielräume für die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflegeartikel sowie PBS, Zeitungen / Zeitschriften / Bücher. Darüber hinaus sind grundsätzlich in allen Sortimentsbereichen Entwicklungsspielräume gegeben, aufgrund der regionalen Konkurrenzsituation zu den starken Mittelzentren in der Region sind diese jedoch begrenzt. Das bedeutet, dass es bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben insbesondere in der Innenstadt und im Hinblick auf eine Stärkung der Versorgungsfunktion der Bevölkerung auf folgende Aspekte ankommt:

- Handelt es sich um einen städtebaulichen geeigneten Standort?

- Passen die Größe und der Betriebstyp des Vorhabens in die Strukturen der Stadt Olfen?
- Und ergeben die Ansiedlungen Synergien / Ergänzungsfunktionen zu bestehenden Anbietern in Olfen?

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

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

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

Generell gilt, neben dem Ziel des erforderlichen quantitativen Ausbaus auch die räumlich strukturelle Angebotssituation zu sichern und zu verbessern, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach einer eingehenden Prüfung entschieden werden sollte. Zusätzliche zentrenrelevante Sortimente sollten jedoch generell nur im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Olfen angesiedelt werden.

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

8 Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen

Die vorstehenden Analysen und Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsstrategien ergeben die Basis für die im Folgenden dargestellten, allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen. Diese verfolgen das Ziel, den Einzelhandelsstandort Olfen zu sichern und zu stärken. Dabei gilt es vor allem die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den Ortskern zu sichern und zu erweitern, den Ortsteil Vinnun in seiner Nahversorgungsfunktion zu stärken und den Sonderstandort im Gewerbegebiet zu erhalten.

Um diese Zielsetzungen zu erreichen dient das Einzelhandelskonzept für die Stadt Olfen mit den folgenden strategischen Bausteinen:

- den überordneten Zielen,
- der Standortstruktur,
- der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, des Nahversorgungsstandortes und des Sonderstandortes,
- den planungsrechtlichen Empfehlungen (insbesondere der Olfener Sortimentsliste) sowie
- den Grundsätzen zur Umsetzung des Konzeptes.

8.1 Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Stadt Olfen

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

Im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung wird eine stadtentwicklungspolitische Strategie empfohlen, die sich – wie die bisherige auch – durch eine stringente Planungspraxis auszeichnet: Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf bestimmte Standorte im Stadtgebiet Olfen konzentriert.

Der Entwicklungsschwerpunkt und damit die höchste Priorität haben in diesem Zusammenhang die Sicherung und der Ausbau des Einzelhandelsstandortes als zentraler Versorgungsbereich der Stadt Olfen. Dies hat konsequenterweise zur Folge, dass außerhalb des Ortskernes – als zentraler Versorgungsbereich – entsprechende Ansiedlungen auch zukünftig verhindert werden müssen, oder an die dafür vorgesehenen Standorte gelenkt werden (z. B. nicht zentrenrelevante Sortimente am Standort Robert-Bosch-Straße).

Somit kann die Stadt Olfen ihren bisherigen stadtentwicklungspolitischen Weg auch weiterhin durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis weiter fortsetzen und gezielt Impulse setzen. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit, so können im Hinblick auf Investoreninteressen positive Impulse sowohl nach innen und außen gesetzt werden. Einzelinteressen der Stadtentwicklung werden nachgeordnet

betrachtet, so dass es nach Prüfung im Einzelfall auch zur Ablehnung von Ansiedlungsgesuchen kommen kann. Somit werden Planungs- und Rechtssicherheit gegeben und die umfangreichen gesetzlichen Lenkungs- und Eingriffsmöglichkeiten werden vollständig ausgeschöpft.

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

8.2 Übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Olfen

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Olfen leiten sich aus der einzelhandelspezifischen Situation der Stadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den allgemeinen Rahmenbedingungen (wie Bevölkerungsentwicklung und -verteilung sowie siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertende Standorte und Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und – wo erforderlich Ausbau - der landesplanerischen Funktion der Stadt Olfen als Grundzentrum

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Grundzentrum kommt der Stadt Olfen somit die Grundversorgung der Bevölkerung zu. Die heutige Einzelhandelsstruktur zeigt, dass Olfen diese Funktion nahezu erfüllt, in den meisten Branchen jedoch noch Entwicklungspotenzial vorhanden ist.

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

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Olfen

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

Ziel muss es daher sein, die Vielfalt des Angebotes in Olfen qualitativ weiter auszubauen. Der Ortskern in Olfen übernimmt hierbei eine besondere Rolle, nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren zentralen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. Gleichwohl besitzt auch ein Standort außerhalb des Versorgungsbereiches Entwicklungsperspektiven. Das Gewerbegebiet Robert-Bosch-Straße übernimmt dabei eine klar definierte Ergänzungsfunktion für nicht zentrenrelevante Sortimente.

Sicherung und Ausbau des attraktiven Ortskerns in Olfen

Der Ortskern stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Olfen dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist auch weiterhin auf diesen zu lenken. Als alleiniger zentraler Versorgungsbereich der Stadt genießt der Ortskern bei allen zukünftigen Entwicklungsvorhaben und Entscheidungen oberste Priorität.

Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion

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

In der Stadt Olfen übernimmt der Ortskern als zentraler Bereich die Versorgungsfunktion der Bevölkerung. Eine Öffnung neuer Standorte (in der Regel autokundenorientiert) außerhalb des Ortskerns, an denen insbesondere zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, würde zwangsläufig zu einer Schwächung des Ortskerns führen. Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann daher nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen gewährleistet werden.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Standorte mit auch großflächigen Einzelhandelsbetrieben bzw. Standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Olfener Ortskerns befinden, sind ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Neue Entwicklungen sind somit konsequent auf der Grundlage der formulierten Ziele und Empfehlungen zu bewerten. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass Standorte, die für Einzelhandelsnutzungen geöffnet werden, später nur schwer einer anderen Nutzung zugeführt werden können.

Planungs- und Investitionssicherheit für bestehende und anzusiedelnde Einzelhandelsbetriebe

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

Verhinderung konterkarierender Planungen

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

Im Folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage für die Handlungsempfehlungen stellt dabei das Standortstrukturmodell der Stadt Olfen dar.

8.3 Standortstrukturmodell

Auf der Grundlage der Erkenntnisse der Angebots- und Nachfrageanalyse und der Entwicklungsstrategie für die Stadt Olfen sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen wurden die verschiedenen Einzelhandelsstandorte der Stadt unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel eingeordnet (Abbildung 20).

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereiches haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung. Daneben sind städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellungen zu berücksichtigen. Die Zielvorstellung beinhaltet insbesondere eine tragfähige, wohnortnahe Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Hauptgeschäftszentrum

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

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

Solitärer Nahversorgungsstandort

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

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

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

Sonderstandort

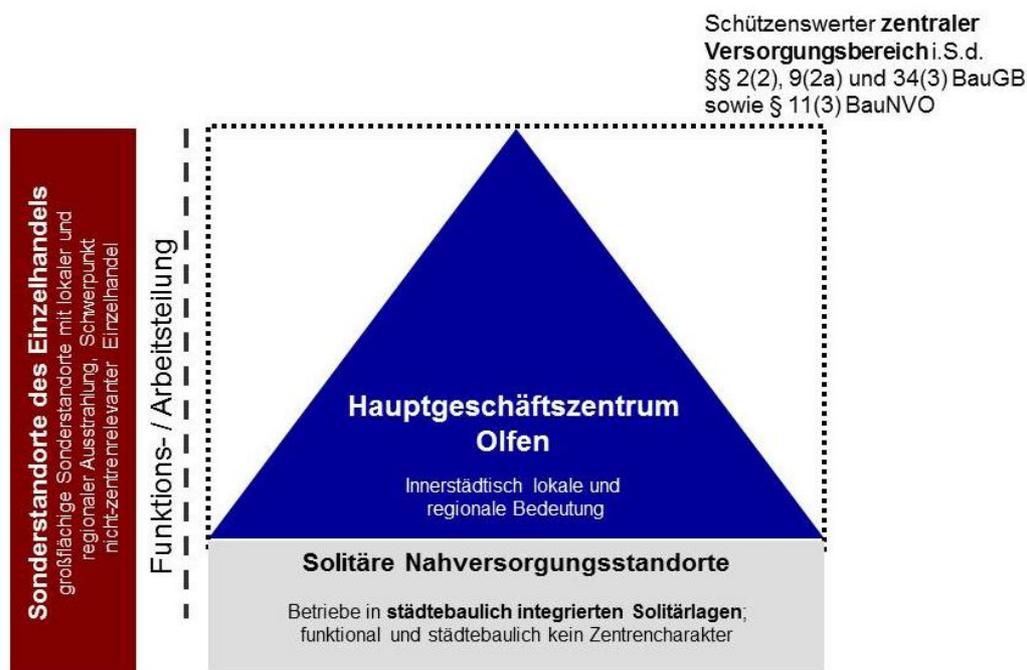
Im Gewerbegebiet der Stadt Olfen, speziell im Bereich der Robert-Bosch-Straße, haben sich zahlreiche Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, die im Zusammenhang einen Sonderstandort bilden, der sich durch folgende Kriterien auszeichnet:

- gesamtstädtische(s) und z. T. überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, i. d. R. Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortiment,
- nur vereinzelt Wettbewerb,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaften,
- i. d. R. kein oder nur geringes Dienstleistungsangebot.

Im Sinne einer verstärkten Konzentration nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote, sollten zukünftige Ansiedlungen schwerpunktmäßig an diesen Standort gelenkt werden.

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

Abbildung 20: Standortstrukturmodell für die Stadt Olfen

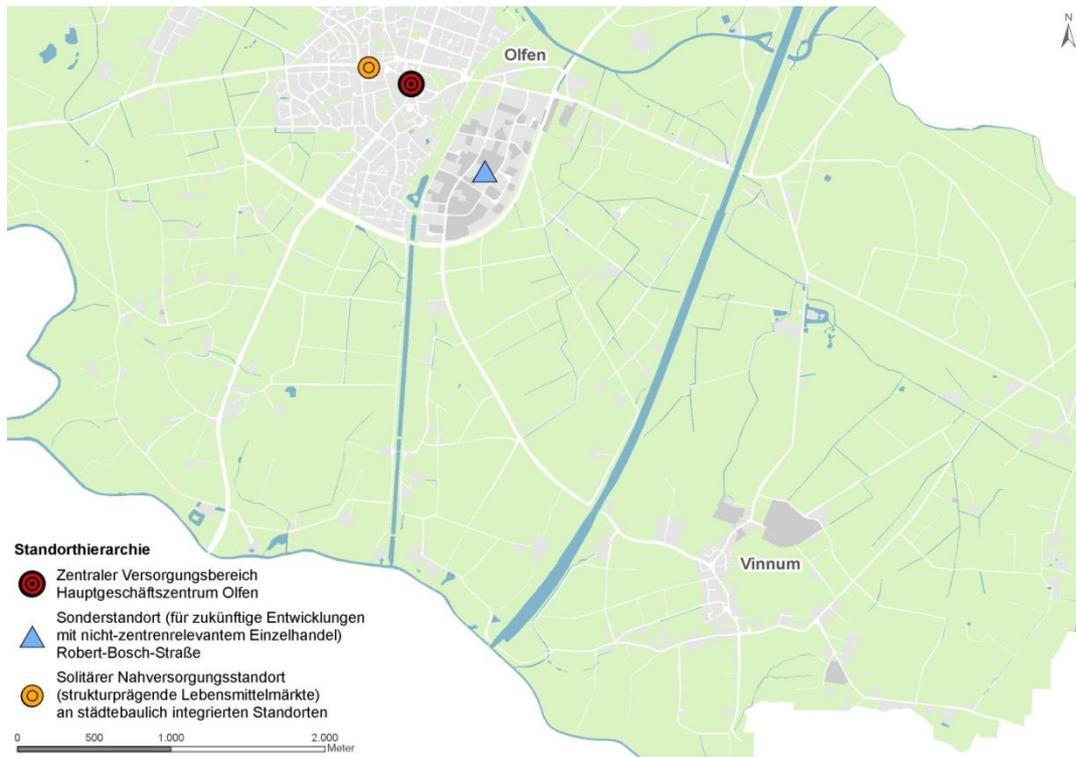


Quelle: eigene Darstellung

8.4 Standorthierarchie für die Stadt Olfen

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

Abbildung 21: Standorthierarchie in Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen

Der Hauptgeschäftsbereich ist gleichzusetzen mit dem Ortskern von Olfen und bietet mit einem möglichen Entwicklungspotenzial an der Bilholtstraße die Grundlage für den zentralen Versorgungsbereich. Ein weiterer mit einer Nahversorgungsfunktion einzustufender Standort, liegt unmittelbar westlich des Ortskernes und erhält als solitärer Nahversorgungsstandort ebenfalls einen rechtlichen Schutz über § 11 (3) BauNVO. Ergänzt werden diese beiden innerstädtischen Standorte durch den Sonderstandort Robert-Bosch-Straße, der sich durch überwiegend nicht zentrenrelevante Sortimente auszeichnet.

8.4.1 Zentraler Versorgungsbereich – Abgrenzungskriterien

Um neben den überwiegend quantitativen Aspekten der Analyse auch qualitative (städtebauliche) Kriterien bei der Bewertung verstärkt mit einfließen zu lassen und somit eine fundierte Grundlage für zukünftige Beurteilungen im politischen wie im planungsrechtlichen Sinne (z. B. im Hinblick auf §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) zu erhalten, wurde eine städtebauliche Analyse des Stadtkerns durchgeführt, die Aufschluss über Stärke, Ausstrahlung und Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches geben soll.

Mit dem Ziel der Sicherung und Stärkung der Kernfunktionen sind künftig zentrenrelevante Entwicklungen, d. h. nicht ausschließlich einzelhandelsrelevante, auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. Dieser Bereich nimmt als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen eine zentrale Rolle ein. Insbesondere der ansässige Einzelhandel stellt einen wichtigen Baustein dar, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum erzeugt erst die gewünschte Lebendigkeit bzw. Attraktivität eines Zentrums. Aus diesem Grund ist es für die Stadt Olfen von großer Bedeutung, die städ-

tebauliche und architektonische Attraktivität des zentralen Bereiches zu sichern und zu stärken.

Begriffsdefinitionen

Unter **zentralen Versorgungsbereichen** sind räumlich abgegrenzte Bereiche einer Stadt zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.¹⁶ Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.¹⁷

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

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olfen ist als zentraler Versorgungsbereich jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit aus Einkaufen, Versorgung und Dienstleistungen bildet, also der Ortskern mit dem Hauptgeschäftszentrum. Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben funktionalen Aspekten auch städtebauliche Kriterien zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche heranzuziehen sind:

Funktionale Kriterien:

- Einzelhandelsdichte in den Erdgeschosslagen
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

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

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

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

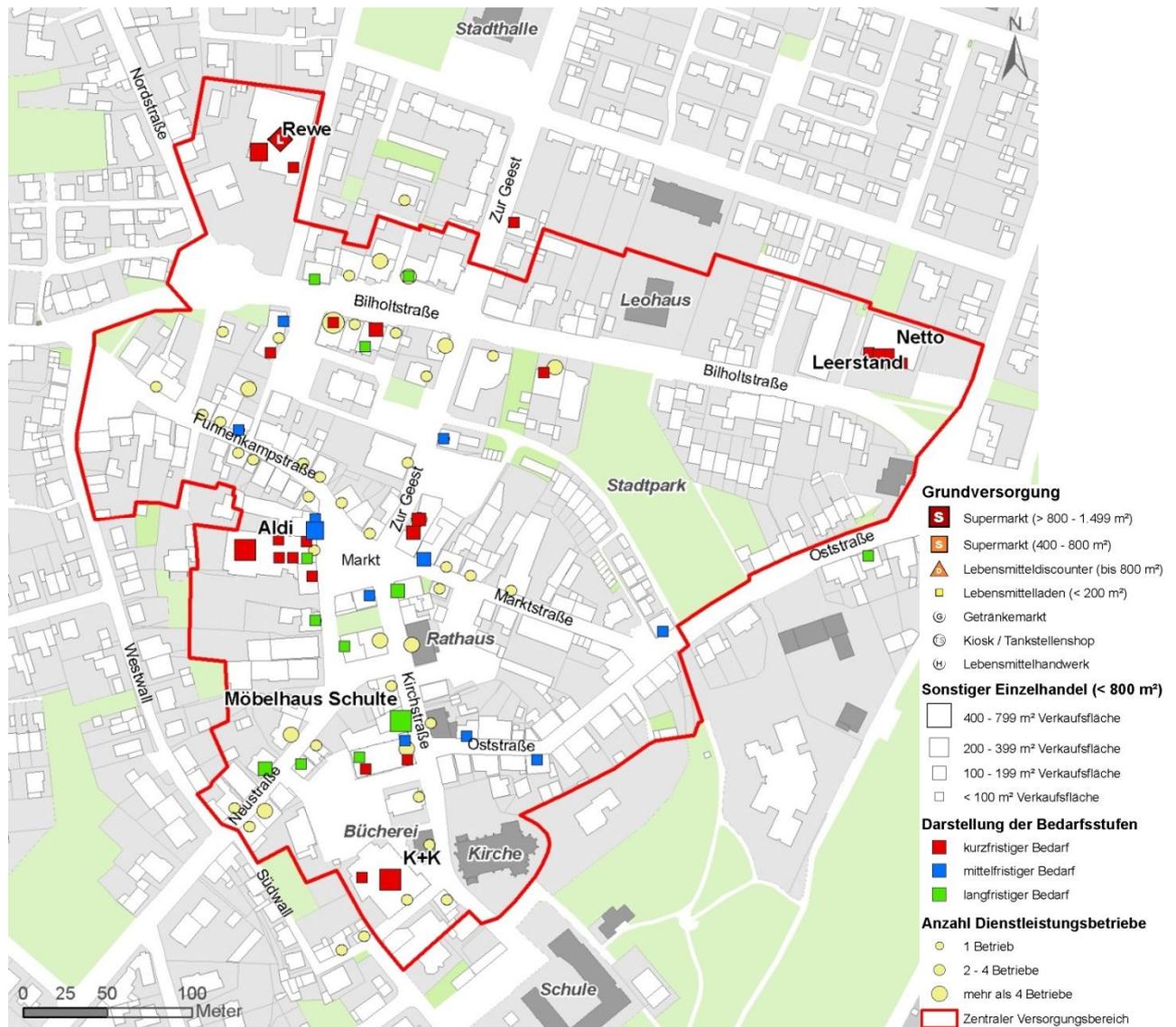
Flächen für den Gemeinbedarf wie z. B. Schulen, Kindergärten oder auch Kirchen sind dabei zu dem zentralen Versorgungsbereich hinzugenommen worden, sofern ihre Grundstücke unmittelbar an die Straßen der jeweiligen Einzelhandelslagen heranreichen und von Einzelhandelsnutzungen im weiteren Verlauf umgeben sind. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der zentrale Versorgungsbereich i. d. R. nur einen Teil einer Innenstadt darstellt. Kerngebietsausweisungen können z. B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen.

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 eine entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen i. d. R. gewährleistet bleibt.

8.4.2 Zentraler Versorgungsbereich in der Olfener Innenstadt

In Olfen umfasst der zentrale Versorgungsbereich den Hauptgeschäftsbereich und den in östlicher Richtung angrenzenden Bereich bis zum Kreisverkehr an der Oststraße bzw. Bilholtstraße. Der Einzelhandelsschwerpunkt konzentriert sich auf den Bereich rund um den Markt, in der Neustraße sowie in der Kirchstraße bis zur Kirche. Dieser Bereich umfasst in erster Linie den historisch gewachsenen Ortskern in Olfen und ist zudem als verkehrsberuhigter Bereich ausgebaut und gekennzeichnet. Des Weiteren existieren zwei Standorte an der Bilholtstraße, zum einen im Bereich zwischen der Nordstraße und Zur Geest und zum anderen im Kreuzungsbereich der Bilholtstraße mit der Straße Im Selken (unmittelbar am Kreisverkehr). Die Bilholtstraße stellt mit den angrenzenden Grundstücken die nördliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches dar. Die übrigen Grenzen gestalten sich östlich durch die Oststraße, südlich durch die Schulstraße bzw. der Südwall und westlich durch die Neustraße bzw. im weiteren Verlauf die Funnenkampstraße bis zum Westwall, mit den jeweils angrenzenden Grundstücken.

Abbildung 22: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Olfen



Quelle: eigene Darstellung auf der Kartengrundlage der Stadt Olfen und der Einzelhandelsbestandserhebung 2011

In diesem zentralen Innenstadtbereich der Stadt Olfen konzentrieren sich neben Einzelhandelsangeboten weitere innerstädtische Leitfunktionen dazu u. a. gehören das Rathaus, die Bücherei, die Pfarrkirche St. Vitus sowie das Leohaus als öffentliche Einrichtungen, ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomieangebote und zahlreiche Parkplätze. Durch die Integration des Netto-Standortes an der Bilholtstraße in den zentralen Versorgungsbereich ergibt sich folgende Verteilung der Verkaufsflächen:

Tabelle 12: Verteilung der Verkaufsflächen im neuen zentralen Versorgungsbereich

Warengruppe	Verkaufsfläche zentraler Bereich (in m ²)	Anzahl der Betriebe	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	3.120	12	16,4
Blumen / Zoo	120	1	0,6
Gesundheit und Körperpflege	630	5	3,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	200	4	1,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.070	22	21,4
Bekleidung / Textilien	660	7	3,5
Schuhe / Lederwaren	150	1	0,8
GPK / Haushaltswaren	140	1	0,7
Spielwaren / Hobbyartikel	50	-	0,3
Sport und Freizeit	100	1	0,5
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.100	11	5,8
Wohneinrichtung	500	3	2,6
Möbel	580	1	3,0
Elektro / Leuchten	90	1	0,5
Elektronik / Multimedia	180	3	0,9
Medizinische und orthopädische Artikel	90	2	0,5
Uhren / Schmuck	10	-	0,1
Baumarktsortiment	40	1	0,2
Gartenmarktsortiment	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	1.490	11	7,8
Sonstiges	30	-	0,2
Gesamt	6.690	44	35,1

Quelle: eigene Berechnungen auf der Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme der Stadt Olfen, 2011

Die Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich wird durch die verkehrsberuhigten Zonen, die auch optisch durch Pflasterungen in den Vordergrund rücken, geprägt. Insbesondere die städtebauliche Struktur am Markt und die sternförmig abgehenden Straßen, mit einer Mischung aus Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen, verdeutlichen die Attraktivität im historisch gewachsenen Ortskern von Olfen.

Foto 3/ 4: Einzelhandel am Markt



Quelle: Junker und Kruse

Neben kleineren Leerständen, die sich vor allem in den Randlagen befinden, besitzt der zentrale Versorgungsbereich eine ausgewogenen Mischung von Fachgeschäften, Filialbetrieben sowie großflächigen Nahversorgungsangeboten. Ergänzt durch öffentliche Einrichtungen und zahlreiche gastronomische Angebot (saisonal auch mit Außengastronomie) wird dem Besucher und Kunden vor allem rund um den Markt ein attraktives und lebendiges Erscheinungsbild vermittelt. Dennoch darf diese Aufenthaltsqualität nicht über funktionale Schwächen des Einzelhandels hinweg täuschen. Die teilweise in die Jahre gekommenen Außendarstellungen einzelner Immobilien, bieten zukünftig Möglichkeiten um die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Olfen noch weiter zu stärken.

Foto 5/ 6: Einzelhandel am Markt und Blick in den Nordwall



Quelle: Junker und Kruse

Zukünftige Entwicklungspotenziale bieten sich vor allem in den derzeit leergefallenen Erdgeschoss-lagen an, aber auch eine Qualitätsverbesserung bestehender Nutzungen kann zum verbesserten Stadtbild beitragen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Wiederbelebung bzw. Wiedernutzung des Leerstandes an der Bilholtstraße in unmittelbarer Nähe zum Netto-Lebensmitteldiscounter.

Foto 7/ 8: Östliche Bilholtstraße in Olfen

Quelle: Junker und Kruse

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Olfen soll einer weiter fortschreitenden Ausdehnung von Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet gegenwirken und zukünftige Entwicklungen auf den Ortskern der Stadt lenken. Insbesondere die gute fußläufige Erreichbarkeit ergänzt durch die Nahversorgungsangebote, die durch ihre Lage ein stabiles Rückgrat bilden, zeichnet den heutigen zentralen Versorgungsbereich aus. Die Bilholtstraße mit einer Mischung aus Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen sowie kulturellen und städtischen Institutionen bietet darüber hinaus Potenzialflächen für stadtentwicklungspolitische Entscheidungen und Vorhaben die zur Stärkung der Grundversorgung der Bevölkerung beitragen können.

8.4.3 Städtebauliche Empfehlungen für den Ortskern Olfen

Zur Sicherung und Stärkung des durch konsequente Planung und Umsetzung in der Vergangenheit entstandenen Olfener Ortskerns ist es auch zukünftig notwendig, zentrenrelevante Sortimente außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches auszuschließen. Für einen vitalen und attraktiven Ortskern ist ein florierender Einzelhandel unerlässlich, nach wie vor ist das Einkaufen als wichtigster Besuchsgrund für Zentren zu sehen.

Neben der Stärkung der einzelhandelsrelevanten, städtischen Struktur durch Stärkung bzw. Ansiedlung von Fachgeschäften mit zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen sind auch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen ein wichtiger Aspekt zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität des Ortskerns in Olfen. In diesem Zusammenhang sind folgende Maßnahmen zu empfehlen:

Intensivierung der Einzelhandelsnutzungen – keine weitere räumliche Ausdehnung

Ziel der Verdichtung im Olfener Ortskern sollte es sein, die heutigen Abgrenzungen zu erhalten und räumlich nicht weiter auszudehnen. Notwendige Entwicklungen sollten demnach innerhalb des heutigen zentralen Versorgungsbereiches umgesetzt werden. Die Einzelhandelsschwerpunkte am Markt und an der Bilholtstraße sind zu erhalten und möglichst auszubauen sowie durch fußläufige Verbindungen zu stärken.

Gestaltung und Aufwertung des öffentlichen und vor allem privaten Raums

Neben dem gestalterischen und ästhetischen Anspruch an den öffentlichen Raum ist auch ein guter Erhaltungs- und Pflegezustand der privaten Immobilien und Fassaden erforderlich. In Olfen konnte von Seite der öffentlichen Hand bereits durch die Integration von großen Nahversorgungsanbietern mit angeschlossenen Parkmöglichkeiten im Ortskern und die Entwicklung öffentlicher Einrichtungen wie z. B. der Bürgerhalle mit zu einer Attraktivitätssteigerung im Innstadtbereich beigetragen. Aufwertungsmaßnahmen an einzelnen Immobilien durch private Investitionen tragen nicht nur zur Wertsteigerung bei, sondern ermöglichen es den gesamten Standort weiter zu stärken und die Ausstrahlung der Gesamtstadt in das regionale Umfeld zu erhöhen.

Förderung von Gastronomie und kulturellen Angeboten

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

8.4.4 Tabubereiche für den Einzelhandel in Olfen

Tabubereiche für Einzelhandelsentwicklungen sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang mit Wohnfunktionen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereiche definiert sind. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf der Basis von zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. In Gewerbe- und Industriegebieten bzw. entsprechende Alternativstandorten ohne Einzelhandelsvorprägung sind jegliche großflächige Einzelhandelsentwicklungen auszuschließen.

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

8.5 Olfener Sortimentsliste

Die Olfener Sortimentsliste stellt ein wichtiges baurechtliches Instrument zur Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Olfen dar. Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie die Herleitung der für Olfen ortstypischen Sortimentsliste werden im Folgenden dargestellt.

8.5.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Ausgangssituation

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

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für Sortimentsbedingungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO relevant. Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten bspw. in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden.¹⁸ Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) Bau NVO kern- und sondergebietspflichtig zu werden.

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

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen auch nicht zentrenrelevanten Sortimente empfoh-

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

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

len wird.²⁰

Begriffsdefinition

Im Hinblick auf die in der Praxis übliche Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten, bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen - der Standort an dem die Sortimente angeboten werden - sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Gruppen. Vorab wird zur Erläuterung der Begriffe zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente eine Zuordnung der unterschiedlichen Merkmale nach folgendem Kriterienkatalog vorgenommen:

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

Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i. d. R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten nehmen diese zentrenprägende Funktion ein, wie dies auch in Olfen im Ortskern der Fall ist. Eine Ansiedlung an Einzelhandelsstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann ausnahmsweise i. S. eine wohnungsnahe Grundversorgung sinnvoll sein. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind somit nicht stets, sondern i. d. R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

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

8.5.2 Herleitung der Olfener Sortimentsliste

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

- Im Rahmen der Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in die Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhalt der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

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

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

Tabelle 13: Olfener Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Apotheke / Pharmazeutika ¹ Back- und Fleischwaren Drogeriewaren Getränke ² (75% außerhalb des ZVB) Nahrungs- und Genussmittel ³ Parfümerie- und Kosmetikartikel Reformwaren Schnittblumen Zeitungen / Zeitschriften
Bekleidung Bettwaren / Matratzen ⁴ Bücher Blumen Elektrogroßgeräte (derzeit nicht vorhanden) Elektrokleingeräte Elektronik / Multimedia ⁵ Glas, Porzellan, Keramik ⁶ / Haushaltswaren ⁷ Handarbeitswaren / Kurzwaren	Heimtextilien Lederwaren / Taschen / Koffer medizinische und orthopädische Artikel Büro / Papier / Schreibwaren Schuhe Spielwaren (30 ZVB -70 außerhalb) Sportartikel ⁸ Sportbekleidung und Sportschuhe Uhren / Schmuck
Nicht zentrenrelevante Sortimente	
Anglerartikel und Waffen ⁹ Bauelemente ¹⁰ baumartspezifisches Sortiment Campingartikel ¹¹ Fahrräder und technisches Zubehör (50 ZVB – 50) Gartenartikel und –geräte Hobbyartikel (100% außerhalb des ZVB) Kfz ¹² -, Caravan ¹³ - und Motorradzubehör Kinderwagen (derzeit nicht vorhanden)	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel (35 ZVB-65 außerhalb) Möbel ¹⁴ Musikinstrumente (100 % außerhalb des ZVB) Pflanzen und Samen Teppiche (derzeit nicht vorhanden) Topfpflanzen, Blumentöpfe, Vasen Wohneinrichtungsbedarf (20 ZVB-80 außerhalb) Zoologische Artikel

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Olfen Januar 2011

Erläuterungen zur Sortimentsliste:

1. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
2. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
3. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
4. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche; Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken,

Matratzenschoner

5. Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Foto, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör Gartenbedarf und -geräte beinhaltet auch Pflanzgefäße (Terrakotta) und Gartenhäuser
6. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
7. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
8. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
9. ohne Schuhe und Bekleidung
10. inkl. Holz
11. Zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke; (ohne Wohnwagenzubehör, Bekleidung und Schuhe)
12. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
13. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
14. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen

Einordnung der Sortimente

Im Rahmen der Einordnung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ergeben sich für die einzelnen Sortimente Abweichungen von der Bestandsituation (vgl. dazu Abbildung 23). Dabei lassen sich grundsätzlich zwei Kategorien beschreiben:

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

Die Verteilung der Verkaufsflächen im Einzelhandelsbestand zeigt, dass bei den Warensortimenten Fleischwaren und Getränke das Gros der Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen (über 55%). Gleichwohl übernehmen sie eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige innenstadtbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen im zentralen Versorgungsbereich. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann i. S. einer wohnungsnahen Grundversorgung jedoch im Einzelfall ebenfalls sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

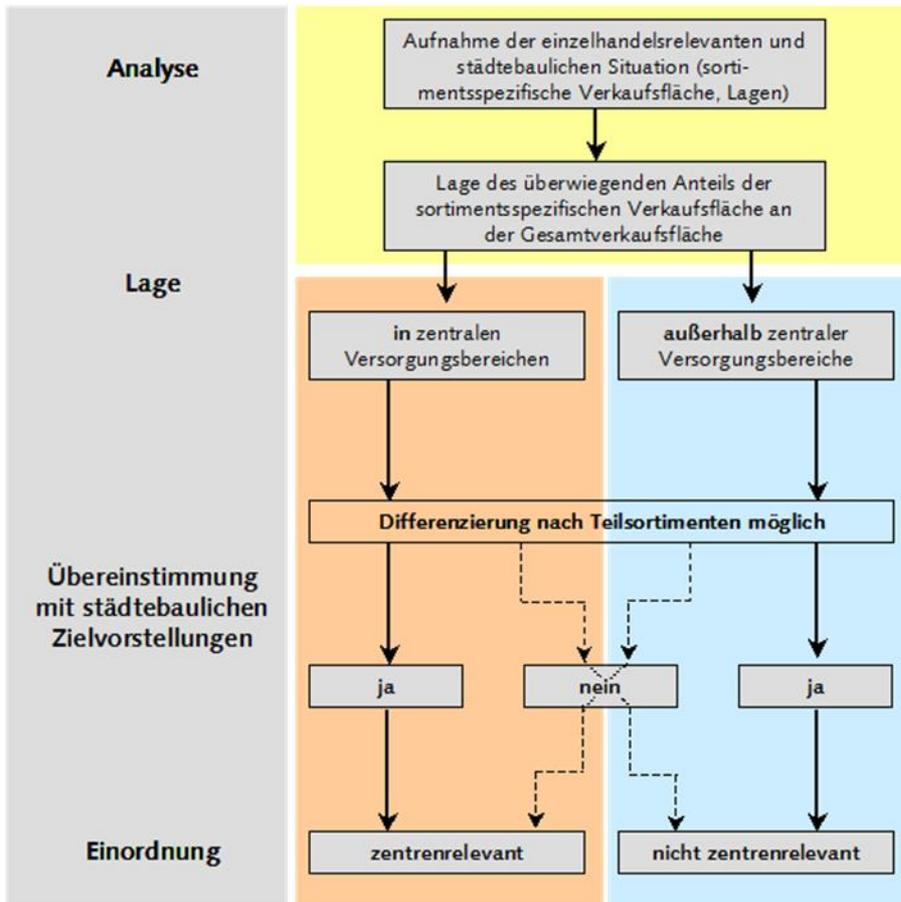
2. Sortimente bzw. Sortimentsgruppen, die hinsichtlich des Einzelhandelsbestandes nicht zentrenrelevant sind – der Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsflächen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist $> 55\%$ - und in der Olfener Sortimentsliste aufgrund stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen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

Aufgrund der bisherigen Planungs- und Ansiedlungspraxis in der Stadt Olfen besitzen erfreulicherweise viele, der unter Bezug auf die Grundsätze der landesplanerischen Ansiedlungsregeln

sowie städtebaulicher Zielvorstellungen als zentrenrelevant einzustufenden Sortimente einen Verkaufsflächenschwerpunkt im Olfener zentralen Versorgungsbereich.

Lediglich in dem Warensortiment Spielwaren befindet sich der Angebotsschwerpunkt flächenmäßig außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Des Weiteren ist das Sortiment Elektrokleingeräte heute nicht flächenmäßig vertreten.

Abbildung 23: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

8.6 Grundsätze zur zukünftigen Entwicklung der Olfener Einzelhandels- und Zentrenstruktur

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

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

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

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

8.7 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sind u. a.:

- großflächig (> 800 m²): Lebensmitteldiscounter, Supermarkt, SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt
- nicht großflächig (bis 800 m²): Lebensmitteldiscounter, Supermarkt, Fachgeschäfte (Bäcker, Metzger)

Ziel

Stärkung eines attraktiven, funktionsfähigen Zentrums zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung und Sicherung der Magnetfunktion als ökonomischer Motor für die anderen innerörtlichen Funktionen.

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Olfen liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Olfen liegen und können, wenn sie der Nahversorgung in den Ortsteilen sowie an städtebaulich integrierten Standorten dienen, auch im übrigen Stadtgebiet liegen. (Nachweis der bloßen Nahversorgungsfunktion erforderlich)
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dürfen nicht in Gewerbegebieten (GE) angesiedelt werden (mögliche Ausnahmen: Tankstellenshop, Kiosk zur Versorgung des Gebietes).

Ausnahme

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

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

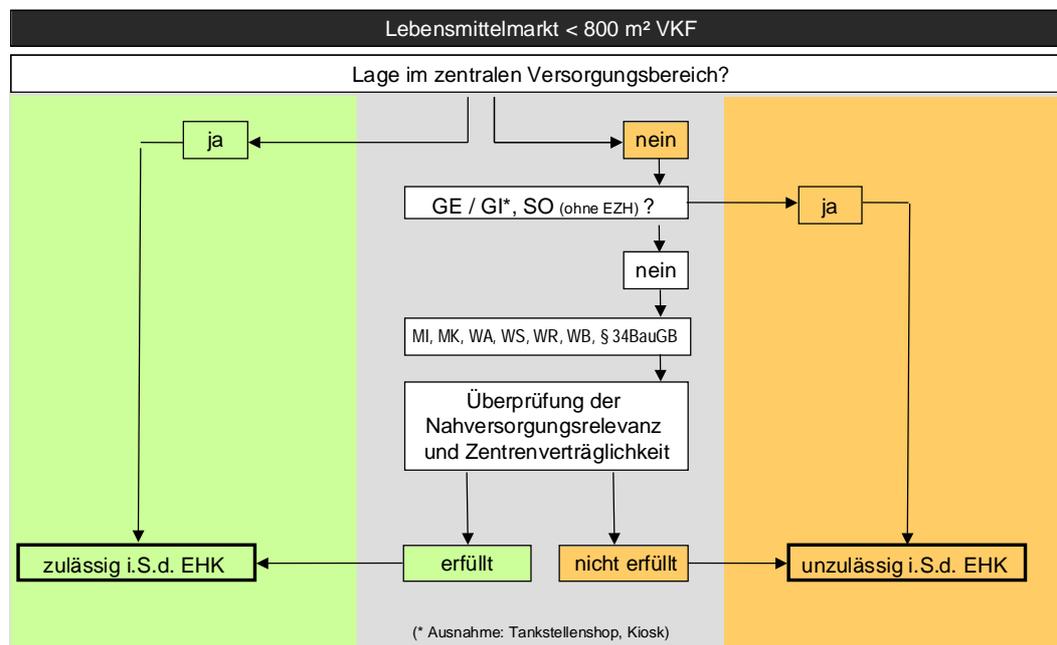
Nachweis der bloßen Nahversorgungsfunktion

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

- die sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens in einem fußläufigen 600-m-Radius an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel²³) der Bevölkerung nicht überschreitet und
- keine mehr als unwesentliche (> 10 %) Überschneidung des 600-Meter-Radius mit dem 600-Meter-Radius des zentralen Versorgungsbereiches besteht.

Um diese Bedingung zu erfüllen, wären moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung von rd. 800 m² Verkaufsfläche (Lebensmitteldiscounter) bzw. 1.200 m² Verkaufsfläche (Lebensmittelvollsortimenter) auf ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 bis 6.000 Einwohnern innerhalb eines 600-m-Radius angewiesen²⁴. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen der Stadt Olfen wären entsprechende Betriebseinheiten außerhalb des Hauptgeschäftszentrums auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegensteht.

Abbildung 24: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben nicht großflächiger Lebensmittelmärkte (< 800 m² Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung

²³ Diese liegt im Bundesdurchschnitt derzeit bei rund 2.150 Euro pro Einwohner (Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2011: IBH Köln Retail Consultants).

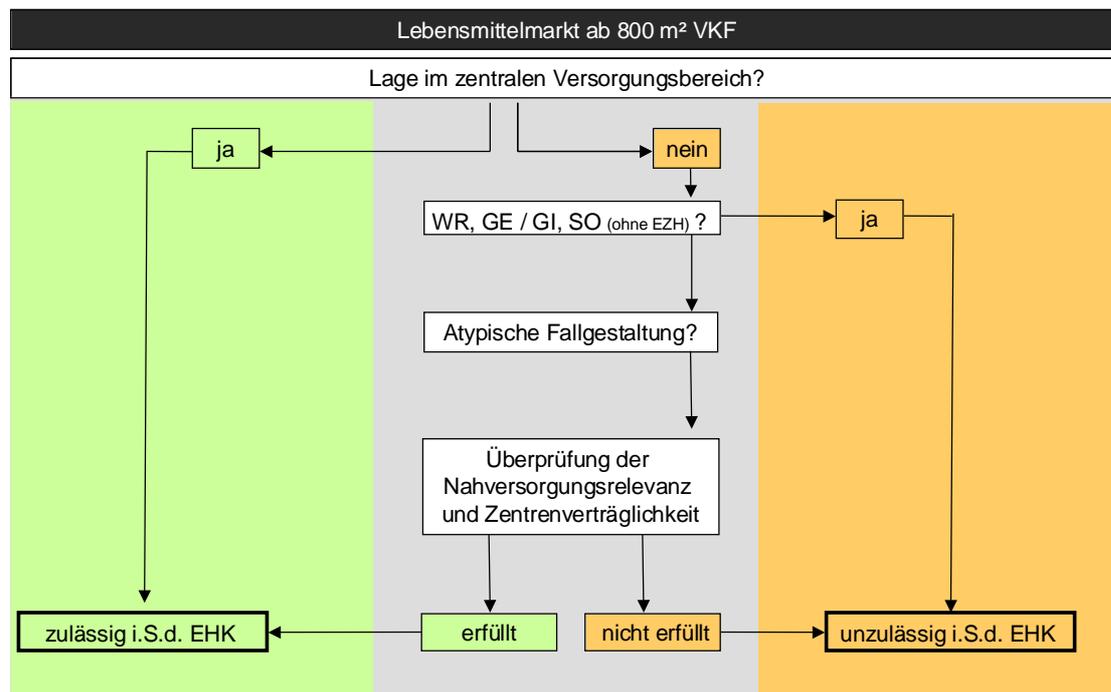
²⁴ Bei einer Flächenproduktivität von 4.600 Euro / m² für Lebensmittelvollsortimenter bzw. 5.500 Euro / m² für Lebensmitteldiscounter und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %.

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

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

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

Abbildung 25: Prüfschema für die Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (> 800m² Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung

8.8 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind u. a.:

- großflächig (> 800 m²): Textilkaufhaus, Elektronikfachmarkt, Schuhfachmarkt, Sportfachmarkt
- nicht großflächig (bis 800 m²): Textildiscounter, Schuhfachmarkt, Fachgeschäfte

Ziel

Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion und der Standortstrukturen unter besonderer Berücksichtigung des schützenswerten zentralen Versorgungsbereiches. Und die Stärkung der Ausstrahlung des Hauptgeschäftszentrums als Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten.

Grundsatz 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Olfener Ortskern

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

Ausnahme 1:

An Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Sonderstandorten) sind Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten und zentrenrelevanten Randsortimenten zulässig, wenn diese 10 % der Gesamtverkaufsfläche (in der Summe 800 m²) nicht überschreiten.

Ausnahme 2:

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben im GE-Gebiet („Handwerkerprivileg“), wenn

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

8.9 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind u. a.:

- großflächig (> 800 m²): Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter
- nicht großflächig (bis 800 m²): Bad- und Sanitärfachgeschäft

Ziel

Räumliche Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte sowie Sicherung und Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung auch mit diesen Sortimenten.

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zukünftig vorrangig am Sonderstandort (Gewerbegebiet Robert-Bosch-Straße) sowie im zentralen Versorgungsbereich.

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten im zentralen Versorgungsbereich.
- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sollen die Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten nur an den dafür ausgewiesenen Sonderstandorten liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind grundsätzlich zwar im gesamten Stadtgebiet möglich, wo Einzelhandel zulässig ist, aber vorrangig sollten diese auch auf definierte Entwicklungsbereiche konzentriert werden.

Ausnahme 1

Entwicklungsperspektiven für bestehende großflächige Einzelhandelsstandorte mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb der Zentren und Sonderstandorte (Erweiterung um max. 10 % der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche und nur in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten)

Ausnahme 2

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben (Handwerkerprivileg), wenn die

- Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Erläuterung

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann – aus baurecht-

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

Im bestehenden Gewerbegebiet Robert-Bosch-Straße existieren bereits Vorprägungen durch Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (unterhalb und oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit). Um den Vorrangstandort für Gewerbenutzungen zukünftig nicht noch weiter einzuschränken, ist zukünftig bei Einzelhandelsansiedlungen darauf zu achten, Betriebe nicht zentrenrelevanten Sortimenten an die dafür vorgesehenen Standortbereiche zu lenken.

8.10 Prüfschema zur ersten Einordnung von Anfragen

Das folgende Prüfschema dient zur ersten Bewertung von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept, der darin formulierten übergeordneten Entwicklungsstrategien mit ihren Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung von Einzelhandelsentwicklungen.

Den übergeordneten Zielen folgend, sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur in Olfen zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine erste Einordnung ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – konkrete landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.

Tabelle 14: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

	Zentrenrelevantes Kernsortiment	Nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	Nicht zentrenrelevantes Kernsortiment
Zentraler Versorgungsbereich	ja	ja	ja
GE-, GI-Gebiete (gem. BauNVO)	nein	nein (Ausnahme: Kiosks / Tankstellenshops)	</= 800 m ² grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich
Sonstige Standorte im Siedlungsgebiet			
WR-Gebiete (gem. BauNVO)	nein	Läden zur Gebietsversorgung (z. B. Nachbarschaftsläden)	nein
WA-Gebiete (gem. BauNVO)	Läden zur Gebietsversorgung	Ferner zulässig, wenn Kaufkraftabschöpfung im 600-m-Radius < 35% und keine mehr als unwesentliche (ca. 10%) Überschneidung des 600-m-Radius mit dem 600-m-Radius um das Zentrum)	Läden zur Grundversorgung
MI-Gebiete (gem. BauNVO)	Einzelfallprüfung erforderlich		</= 800 m ² grundsätzlich möglich; Einzelfallprüfung erforderlich

Quelle: eigene Darstellung

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

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

chungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, i.d.R. ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, wenn von ihnen negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können (1.200 m ² Geschossfläche als widerlegbare Vermutungsgrenze). Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i.d.R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deut-

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

	<p>kungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
SB-Warenhaus	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil) / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
Sonderstandort	<p>Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i.d.R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
Sortimentsliste (ortsspezifische)	<p>Eine ortsspezifische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenbildende Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortsspezifischen Sortimentsliste sind zudem auch Vorgaben der Landesebene (z.B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i.d.R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>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</p>

	Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevanten Randsortimenten.
<i>Umsatzkennziffer</i>	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m ² , breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
Verkaufsfläche	Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schau-fenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstat-tung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (ge-samtstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die je-weilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitati- ver Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jewei- ligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungs- bereich	Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (i. S. der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumord- nungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen

Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, 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 Geschäftsbereichs 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 Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebauli-

cher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Beispiel: Alter zentraler Versorgungsbereich Olfen	17
Abbildung 2: Beispiel: K+K Markt an der Funnenkampstraße in Olfen.....	18
Abbildung 3: Beispiel: Raiffeisen Lüdinghausen im Gewerbegebiet	18
Abbildung 4: Untersuchungsaufbau.....	20
Abbildung 5: Siedlungsstruktur der Stadt Olfen.....	22
Abbildung 6: Landesplanerische Einordnung der Stadt Olfen und Lage im Raum.....	23
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 201124	
Abbildung 8: Verteilung der Verkaufsflächen nach Hauptsortimenten.....	28
Abbildung 9: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet Olfen	29
Abbildung 10: Alter Zentraler Versorgungsbereich Olfen	30
Abbildung 11: Integrierter Standort an der Funnenkampstraße	32
Abbildung 12: Gewerbegebiet Robert-Bosch / Rudolf-Diesel-Straße	33
Abbildung 13: Verteilung der Betriebe im Ortsteil Vinum	35
Abbildung 14: Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe nach Lagen	35
Abbildung 15: Angebotsverteilung der Lebensmittelanbieter in Olfen.....	38
Abbildung 16: Einzugsgebiet des Olfener Einzelhandels	42
Abbildung 17: Kundenanteile des Einzelhandels in der Stadt Olfen nach Einzugsgebieten.....	42

Abbildung 18: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch	48
Abbildung 19: Aktuelle Zentralitäten und Zielzentralitäten des Olfener Einzelhandels	50
Abbildung 20: Standortstrukturmodell für die Stadt Olfen	56
Abbildung 21: Standorthierarchie in Olfen	56
Abbildung 22: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Olfen	60
Abbildung 23: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	70
Abbildung 24: Prüfschema für Ansiedlungsvorhaben nicht großflächiger Lebensmittelmärkte (< 800 m² Verkaufsfläche).....	73
Abbildung 25: Prüfschema für die Ansiedlungsvorhaben großflächiger Lebensmittelmärkte (> 800m² Verkaufsfläche).....	74
 Tabellen	
Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in Olfen.....	15
Tabelle 2: Sekundärstatistische Einordnung der Stadt Olfen.....	24
Tabelle 3: Verkaufsflächenangebot des Olfener Einzelhandels nach Warengruppen.....	27
Tabelle 4: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe im alten zentralen Versorgungsbereich	31
Tabelle 5: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in städtebaulich integrierten Lagen	32
Tabelle 6: Verteilung der Verkaufsflächen und prozentuale Verteilung in nicht integrierten Lagen der Stadt Olfen	34
Tabelle 7: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung.....	36

Tabelle 8: Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	37
Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Olfen	44
Tabelle 10: Sortimentsspezifische Umsätze und einzelhandelsrelevante Zentralitäts-kennziffern	45
Tabelle 11: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel - Trendaussagen.....	49
Tabelle 12: Verteilung der Verkaufsflächen im neuen zentralen Versorgungsbereich	61
Tabelle 13: Olfener Sortimentsliste	68
Tabelle 14: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema) .	78

Fotos

Foto 1/2: Beispiele für das Nahversorgungsangebot in Olfen.....	39
Foto 3/ 4: Einzelhandel am Markt.....	62
Foto 5/ 6: Einzelhandel am Markt und Blick in den Nordwall.....	62
Foto 7/ 8: Östliche Bilholtstraße in Olfen	63