

EINZELHANDELSKONZEPT

für die Gemeinde Havixbeck

- Aktualisierung

Mai 2025



Mai 2025

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck

- Aktualisierung -

Im Auftrag der Gemeinde Havixbeck

Stefan Kruse
Peter Rennebaum

Unter Mitarbeit von:
Til Reher

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

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

Mai 2025

Quelle Bild Deckblatt: *Digitale Orthophotos (DOP), Land NRW (2023), „Datenlizenz Deutschland – Zero“ (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)*

Hinweise

Geschlechtssensible Sprache

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit wird im Folgenden vorrangig vom generischen Maskulinum Gebrauch gemacht. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Menschen unterschiedlicher Geschlechteridentitäten 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.

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung personenbezogener Daten sind für wissenschaftliche Forschungszwecke sowie für statistische Zwecke im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z.B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Markt 5 | D-44137 Dortmund

Dipl.-Geogr. Stefan Kruse

Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 |

Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50

E-Mail: info@junker-kruse.de |

www.junker-kruse.de

INHALTSVERZEICHNIS

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts	6
2	Raumordnerische und rechtliche Rahmenbedingungen	8
2.1	Landesplanerische Vorgaben	8
2.2	Regionalplan Münsterland.....	11
2.3	Einzelhandelserlass NRW 2021.....	12
3	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	13
3.1	Megatrends	13
3.2	Entwicklungen im Einzelhandel.....	17
3.3	Herausforderungen für die Stadt- und Zentrenentwicklung.....	26
4	Methodik	27
4.1	Angebotsanalyse.....	27
4.2	Nachfrageanalyse.....	31
4.3	Städtebauliche Analyse	32
4.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	33
5	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur Havixbeck	35
5.1	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung	35
5.2	Bevölkerung und räumliche Gliederung	36
5.3	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.....	37
6	Bestandsaufnahme und -analyse.....	41
6.1	Einzelhandelsangebot in Havixbeck	41
6.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes in Havixbeck	45
6.3	Großflächiger Einzelhandel.....	47
6.4	Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte.....	49
6.4.1	Hauptzentrum Havixbeck.....	49
6.4.2	Nahversorgungszentrum Havixbeck.....	53
6.4.3	Fachmarktstandort Hohenholter Straße.....	55
6.4.4	Fachmarktstandort Lasbeck	57
6.5	Nahversorgungssituation.....	58
6.6	Analyse der Nachfrageseite	63
6.7	Fazit der aktuellen Angebots- und Nachfrageanalyse.....	66

7	Konzept für die Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Havixbeck	68
7.1	Übergeordnete Ziele	68
7.2	Standortstruktur.....	73
7.2.1	Zentrale Versorgungsbereiche	74
7.2.2	Sonderstandorte.....	80
7.2.3	Integrierte (solitäre) Nahversorgungsstandorte	82
7.3	Sicherung der Nahversorgung	83
7.4	Havixbecker Sortimentsliste.....	87
7.5	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung in Havixbeck	93
7.5.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	94
7.5.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	98
7.5.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten	99
7.5.4	Ausnahmen	101
7.6	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben.....	103
8	Anhang A.....	105
8.1	Legenden.....	105
8.2	Abkürzungen	106
8.3	Verzeichnisse	108
9	Anhang B: Glossar - Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	110

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Die Gemeinde Havixbeck verfügt über ein Einzelhandelskonzept, das der Rat der Gemeinde 2009 politisch beschlossen hat.¹ Eine bedeutsame Grundlage solcher Einzelhandelskonzepte – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst dieser Konzepte. Seit dem Einzelhandelskonzept 2009 haben Veränderungen in der Havixbecker Einzelhandelslandschaft stattgefunden und wurden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Gemeindegebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Havixbecker Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Kapitel 6.5) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt².

Von daher ist es folgerichtig, dass die Gemeinde Havixbeck im Jahr 2024 eine Fortschreibung/Aktualisierung ihres Einzelhandelskonzeptes beauftragt hat. Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Havixbeck im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde Havixbeck, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation, eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Gemeinde Havixbeck erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Ratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie auch zukünftig in die Lage versetzt – für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen – Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.³ Dies wiederum „entlastet“ die Gemeinde von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig

1 BBE Handelsberatung (2009): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck. Münster.

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

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

zu anderen Ergebnissen kommen, als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist in einschlägigen Urteilen, z.B. des BVerwG, 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 eingebunden ist.“⁴

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Havixbeck. Darauf aufbauend sind die im Jahr 2009 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

Der europäische Gerichtshof (EuGH) hat in dem Urteil vom 30.01.2018 (Az. C-360/15 und C-31/16) entschieden, dass Einzelhandel eine Dienstleistung im Sinne der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG) ist. Demgemäß sind wirtschaftliche Bedarfsprüfungen (im Sinne von prognostischen Ermittlungen der Verkaufsflächenbedarfe) nicht mehr zulässig. Die Steuerung des Einzelhandels muss zudem nicht diskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig sein. Das vorliegende Einzelhandelskonzept, welches konkrete städtebauliche Zusammenhänge und Kriterien berücksichtigt und bewusst auf eine bedarfsorientierte Argumentation verzichtet, bietet die Grundlage für eine EuGH-konforme Steuerung des Einzelhandels in Havixbeck und erfüllt die Anforderung der Artikel 14 und 15 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie.

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

2 Raumordnerische und rechtliche Rahmenbedingungen

Im Rahmen des Planungssystems in Nordrhein-Westfalen stehen stadtentwicklungsplanerische Entscheidungen einer Kommune – insbesondere auch zur Einzelhandelssteuerung – in einem Bezug zu übergeordneten Planungen, auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene.

2.1 Landesplanerische Vorgaben

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der – in seiner aktuellen Fassung am 01.05.2024 in Kraft getretene – Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP NRW beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 (LEP NRW) befasst sich mit vorgezogenen Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie einem entsprechenden Wohnungsangebot im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege gewährleistet wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Gemeinde Havixbeck wird als Grundzentrum eingestuft (LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1).

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) festgesetzt werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die

Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und welche die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP NRW im Kapitel 6.5 festgelegt:

6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen
Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

Zentrenrelevant sind

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

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

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

6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht- zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der dazu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht-zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomeration

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S.1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

Anlage 1 (Leitsortimente)

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

Die konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Havixbeck (siehe dazu Kapitel 7) berücksichtigen die landesplanerischen Vorgaben.

2.2 Regionalplan Münsterland

Der Regionalplan Münsterland berücksichtigt als einheitlicher, flächendeckender und fachübergreifender Plan veränderte Rahmenbedingungen der Raumentwicklung wie den demographischen Wandel, den Struktur- und Klimawandel sowie die Chancengleichheit.

Der Regionalplan Münsterland erstreckt sich räumlich um die kreisfreie Stadt Münster. Zum Verbandsgebiet gehören die Kreise Borken, Coesfeld, Steinfurt, Warendorf sowie die Stadt Münster.

Mit der Veröffentlichung im Gesetz- und Verordnungsblatt Nordrhein-Westfalen am 17. April 2014 ist der Regionalplan Münsterland offiziell in Kraft getreten.⁵

Der Regionalplan Münsterland greift die Ziele und Grundsätze zur Raumentwicklung in Nordrhein-Westfalen aus dem LEP NRW auf. Er sieht in seinen Hinweisen zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel (S. 41) vor, dass kommunale Einzelhandelskonzepte Gemeinden eine ganzheitliche Betrachtung städtebaulicher und stadtentwicklungspolitischer Belange ermöglichen, als Grundlage für die bauleitplanerische Steuerung von Standorten für den Einzelhandel herangezogen werden, die regionalplanerische Beurteilung erleichtern und zentrale Versorgungsbereiche vor unverträglichen Planungen benachbarter Kommunen schützen.

⁵ Bezirksregierung Münster (2025): Regionalplan Münsterland. Münster

2.3 Einzelhandelserlass NRW 2021

Mit seinen Hinweisen und Empfehlungen sowie den Definitions- und Interpretationshilfen einerseits, aber auch mit den zahlreichen Verweisen zu aktuellen obergerichtlichen und höchstrichterlichen Entscheidungen ist der am 31. Dezember 2021 in Kraft gesetzte neue Einzelhandelserlass des Landes NRW⁶ ein wichtiges Instrument für die Kommunen im Land. Denn ihnen kommt primär die Aufgabe zu, die Einzelhandelsentwicklung so zu steuern, dass ihre Zentrenstruktur und Nahversorgungssituationen nicht nur nicht geschwächt, sondern idealerweise gestärkt bzw. weiterentwickelt werden. Aber auch Betreiberinnen und Betreiber; Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer, Investorinnen und Investoren, sowie Projektentwicklerinnen und Projektentwickler können von dem neuen Einzelhandelserlass profitieren, bietet er mit seinem umfassenden Ansatz einen höchstmöglichen Grad an Planungs- und Investitionssicherheit. Nicht zuletzt soll der Einzelhandelserlass für die in diesem Zusammenhang tätigen Behörden, Verbände und Institutionen eine aktuelle und sachgerechte Beurteilungsgrundlage für die Vielzahl der möglichen Fragestellungen dienen. Das vorliegende Einzelhandelskonzept beachtet die relevanten Hinweise und Empfehlungen des neuen Einzelhandelserlasses NRW.

6 Quelle: Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW, Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes NRW: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen 2021).

3 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund des Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. Zudem haben Megatrends und aktuelle Krisen wie die Corona-Pandemie, der Ukraine-Krieg mit seinen Folgen sowie die bestehende Inflation einen erheblichen Einfluss auf die Entwicklung des Einzelhandels. In den Städten und Zentren überlagern sich somit stadtstrukturelle und städtebauliche **Wandlungsprozesse**, angetrieben von übergeordneten Trends und Entwicklungen, die in Wechselbeziehungen stehen und sich teilweise bedingen.

3.1 Megatrends

Zu den sogenannten Megatrends, die sich auch räumlich in den Städten und Innenstädten niederschlagen, zählen:

- **Gesellschaftlicher Wandel:** Städte sind Spiegelbilder der Gesellschaft und zeigen die Folgen des sozialen Wandels auf räumlicher Ebene. In den letzten Jahren und Jahrzehnten haben sich verschiedene Veränderungen in der Gesellschaft abgezeichnet, die Auswirkungen auf Stadtstrukturen haben. Zunächst ändert sich mit dem demografischen Wandel die Zusammensetzung der Bevölkerung. Dabei sind die Alterung der Gesellschaft und die zurückgehende Geburtenrate zentrale Aspekte. Aber auch die Migration trägt zu Veränderung der demografischen Struktur bei.⁷ Gleichzeitig zeichnen sich in der Stadtbevölkerung immer stärkere Individualisierungs- und Pluralisierungstendenzen ab. Im Zuge der Individualisierung kommt es zur Entfremdung von traditionellen gesellschaftlichen Bindungen und Normen zugunsten der Freiheit und Selbstverwirklichung. Pluralisierung hingegen bezieht sich auf die Zunahme von Vielfalt und Verschiedenartigkeit. Dadurch kann eine Gesellschaft diverser werden, es können aber auch Konflikte auftreten, wenn das Nebeneinander und Miteinander zu unterschiedlich ist. Auch die Stadtplanung muss sich auf diese Veränderungen aufgrund unterschiedlicher Ansprüche einstellen und entsprechende Lösungen finden.
- **Verkehrswandel:** Das aktuelle Verkehrssystem bzw. die Zentren sind durch dominante Hauptstraßen mit viel Autoverkehr und damit einhergehenden Umweltbelastungen gekennzeichnet. Gleichzeitig sind die städtischen Zentren auf eine gute Erreichbarkeit sowie Wirtschafts- und Lieferverkehre angewiesen. Wenngleich ein Wandel der Mobilität für die Zukunft unabdingbar ist, wird diese Thematik polarisiert diskutiert. Für eine nachhaltige Mobilität ist ein Mix aus verschiedenen Maßnahmen nötig,

⁷ vgl. https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Demografischer-Wandel/_inhalt.html#sprg588250 (Zugriff: 02.03.2023)

wobei insbesondere die Stärkung des Umweltverbunds⁸ als eine maßgebliche Stell- schraube gilt. Durch die Beschränkung des motorisierten Individualverkehrs (in den Zentren) bei gleichzeitig verdichtetem Netz für den Fuß- und Radverkehr und des öffentlichen Nahverkehrs, kann die Mobilität der Zukunft eingeleitet werden. So haben beispielsweise insbesondere in größeren Städten Sharing-Angebote an Bedeutung ge- wonnen. Diese sollen zu einer Reduzierung des Verkehrsaufkommens, zur Verringe- rung des Parkplatzbedarfs sowie zur Reduzierung privater Pkw und Förderung von umweltfreundlicheren Transportoptionen beitragen. Die Kombination umweltfreundli- cher Verkehrsmittel (multimodale Verkehrssysteme) sollte sowohl in städtischen als auch in ländlichen Gebieten verbessert werden. Dabei sollte vor allem die Möglich- keit geboten werden, sich zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln auf einer Strecke ent- scheiden und je nach Bedarf und Situation das Verkehrsmittel wechseln zu können. Es gibt eine Vielzahl von planerischen Ansätzen und Beispielen im In- und Ausland, die eine Verkehrsberuhigung und die Priorisierung von Fuß- und Radverkehr explizit mit einer Stärkung von Zentren und ihrer Aufenthaltsqualität verknüpfen (z. B. Konzept der „15-Minuten-Stadt“/Paris, Umgestaltung der Mariahilfer Straße/Wien).

- **Klimaresiliente Stadt/Klimaanpassung:** Städte sind durch ihren hohen Energiebedarf Beschleuniger des Klimawandels und sind je nach Lage und Struktur selbst unter- schiedlich intensiv von ihm betroffen. Klimafolgen schaden dem gesamtstädtischen System und haben negative Auswirkungen auf das Verkehrs- und Abwassersystem, das Stadtklima und die Lebensmittel- und Trinkwasserversorgung. Durch einen hohen Versiegelungsgrad und einen Mangel an Grünräumen entstehen urbane Hitzeinseln. Zudem häufen sich Extremwetterereignisse in Form von Starkregen, Überschwem- mungen und Stürmen. So stehen insbesondere die verdichteten städtischen Zentren im Mittelpunkt des Interesses hinsichtlich künftiger Maßnahmen zum Klimaschutz sowie zur Klimafolgenanpassung mit den Handlungsfeldern Abkühlung, Verschattung, Re- genwassermanagement. Diese sind notwendig, um zukünftig die Lebensqualität und Aufenthaltsqualität zu gewährleisten. Dabei ist beispielsweise der Ausbau der grünen und blauen Infrastruktur bedeutend. Neue urbane Grünräume, Dach- und Fassaden- begrünungen und eine nachhaltige Wasserinfrastruktur sorgen für Verschattung und haben gleichzeitig einen Kühlungseffekt in stark versiegelten Städten. Zusätzlich wird die Lebensqualität durch Frisch- und Kaltluftschneisen und eine bessere Luftqualität erhöht. Weitergehend lassen sich die Klimafolgen etwa durch die Installation von Trinkbrunnen für den Menschen sowie Tiere angenehmer gestalten. Grün- und Freiflä- chen sollten sinnvoll miteinander vernetzt werden und neben der Klimaanpassung weitere Funktionen für Sport, Freizeit und Erholung anbieten. Neben den Begrünungs- maßnahmen ist der Ausbau erneuerbarer Energien von hoher Bedeutung, um Emissio- nen einzusparen. Ebenso sollte der Ressourcenverbrauch durch Ausschöpfung von energetischen Sanierungspotenzialen, Optimierung der Gebäudehüllen und Nutzen von nachhaltigen Baumaterialien reduziert werden. Diese Verringerung des

8 Kooperation der umweltfreundlichen Verkehrsmittel

Ressourcenverbrauchs kann sich u. a. aufgrund der steigenden Energiepreise, die für Gewerbetreibende eine große Herausforderung darstellen, als eine Hilfe herausstellen.

- **Digitale Transformation:** Die Digitalisierung hat erhebliche Auswirkungen auf die städtischen Systeme und Zentren. Dabei haben die Kontaktbeschränkungen und übrigen Maßnahmen im Zuge der Eindämmung der Corona-Pandemie gezeigt, dass digitale Angebote von weiten Bevölkerungsteilen sehr schnell angenommen wurden. Daneben wurde auch der Strukturwandel im Einzelhandel weiter beschleunigt. Streaming- und Lieferdienste haben ihre Angebote erweitert, stationär gebundene, urbane Erlebnisse wie Kinos oder Restaurants haben Konkurrenz in der digitalen Welt bekommen. Hinzu kommt die gestiegene Akzeptanz von Arbeit im Homeoffice bzw. Remote Work. Es ist davon auszugehen, dass immer mehr Technologien der Smart City zum Einsatz kommen. Intelligente Informations- und Kommunikationstechnologien können eingesetzt werden, um die Lebensqualität in Städten durch eine Vernetzung städtischer Infrastrukturen zu erhöhen und Teilhabemöglichkeiten zu verbessern. Digitale Formen der Kommunikation und Informationsbereitstellung können einen positiven Einfluss auf Entwicklungs- und Planungsprozesse haben und dafür sorgen, dass diese effizienter, partizipativer und transparenter gestaltet werden. Bürgerinnen und Bürger können beispielsweise in städtebaulichen Planungsprozessen leichter und schneller eingebunden werden.
- **Urbanisierung/neue Urbanität:** Im Zeitalter von veränderten Arbeitswelten (u. a. Remote Work, Co-Working), explodierenden Online-Angeboten und gut ausgebauten Pendlerverbindungen minimiert sich die individuelle Abhängigkeit der Menschen von städtischen Zentren. Neben der „**Verdörflichung**“ der Stadt kommt es zu einer „**Verstädterung**“ des Landes. Urbanität löst sich damit vom physischen Raum: denn die Rückkehrenden, Wochenend-Dörflerinnen und -Dörfler und Landliebhaberinnen und -liebhaber bringen ihr urbanes Mindset mit und verändern ihr Umfeld entsprechend.⁹ Trotzdem wird die Urbanisierung auch in Zukunft weiter zunehmen. Die urbanen Reize wie etwa kulturelle und soziale Diversität, differenzierte Arbeits- und Bildungsmöglichkeiten sowie letztendlich das Versprechen von individueller Freiheit werden wie bisher für einen überwiegenden Zuzug in urbane Räume sorgen.
- **Funktionswandel der Zentren:** Es lässt sich ein Bedeutungs- und Funktionswandel der Stadtzentren beobachten. Wenngleich die städtischen Zentren seit jeher multifunktional geprägt sind, d. h. eine Nutzungsmischung insbesondere aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerk, Kunst/Kultur und Bildung aufweisen, stellte doch der Einzelhandel die wesentliche, tragende Säule als innerstädtischer Magnet und Frequenzerzeuger dar. Im Zuge der Digitalisierung und der Zunahme des Onlinehandels kam und kommt es zunehmend zu Schließungen von inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben, die die Umsatzeinbußen nicht so gut verkraften wie große Filialunternehmen. In der Folge ist eine Zunahme von Leerständen zu beobachten. Nicht

⁹ <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-urbanisierung/> (Zugriff 11/2023)

in allen Fällen ist eine Nachnutzung durch Einzelhandel sinnvoll und möglich, so dass neue/innovative Konzepte und Lösungen gefragt sind.

- **Wachsende Bedeutung Dritter Orte:** Der Begriff „Dritter Ort“ stammt aus der Philosophie: Dabei versteht man unter dem Ersten Ort das Zuhause eines Menschen, unter dem Zweiten Ort den Arbeits- oder Bildungsort. Als Dritten Ort bezeichnet man einen Ort, den man gerne aufsucht und wo zwischenmenschliche Begegnungen stattfinden (bspw. öffentliche Räume wie Parks und Plätze, Sport- und Kulturstätten oder Geschäfte und Gastronomie). Die Zentren können und sollen auch vor dem Hintergrund der Schaffung von Aufenthaltsräumen (insbesondere ohne Konsumzwang), eine solche Funktion wahrnehmen. Die Inflation sorgt derzeit für eine spürbare Kaufzurückhaltung, ob im Einzelhandel, der Gastronomie oder im Freizeitbereich. Um die Zentren trotzdem mit Leben zu füllen, sind diese Räume von zunehmender Bedeutung.¹⁰

Räumliche Konsequenzen für die Zentren und Innenstädte aus den übergeordneten Megatrends

- Innenstädte müssen sich klimaangepasst und klimaresilient aufstellen (Schaffung von mehr Grün- und Versickerungsflächen, von verschatteten Räumen und Installation von Trinkbrunnen u. a.), insbesondere um die Aufenthaltsqualität auch künftig zu gewährleisten.
- Der Verkehrswandel geht einher mit einer Umnutzung von Flächen in den städtischen Zentren, die zum einen zu einer Verbesserung der verkehrlichen Situation aber zum anderen auch der Aufenthaltsqualität beitragen können.
- Die Zentren werden multifunktionaler: der stationäre Einzelhandel bleibt tragende Säule, wird jedoch zunehmend und stärker als bisher mit anderen Nutzungen durchmischt. Innovative Nutzungen, hybride Angebote und auch das Thema Wohnen im Zentrum gewinnen an Bedeutung.
- Nicht jede vormals mit Einzelhandel belegte Immobilie lässt sich auch wieder mit der renditestarken Nutzung Einzelhandel nachnutzen. Viele Immobilieninhabende sind derzeit in einer abwartenden Haltung, ein Umdenken diesbezüglich findet noch zu zögerlich statt. Die Dauer von Leerständen erhöht sich dadurch, was wiederum städtebauliche Missstände zur Folge haben kann.
- Eine immer älter werdende und immobilere Gesellschaft braucht dezentrale Versorgungsangebote vor allem im Bereich Lebensmittel in Wohnortnähe – auch außerhalb der Zentren. Dennoch bleiben Anbieter von Lebensmitteln als frequenzerzeugende und funktionstragende Bausteine in den Zentren relevant, nicht zuletzt auch, weil sich Synergien zu anderen Nutzungen im Zentrum ergeben können.

¹⁰ vgl. <https://wb-web.de/aktuelles/der-dritte-ort-versuch-einer-beschreibung.html> (Zugriff: 08.02.2024)

3.2 Entwicklungen im Einzelhandel

Wesentliche Trends mit direktem Bezug zum Einzelhandel, die einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung städtischer Zentren und der räumlichen Einzelhandels- bzw. Versorgungsstruktur haben, werden nachfolgend skizziert:

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

- Deutschland zeichnet sich im Wesentlichen durch eine stabile gesamtwirtschaftliche Entwicklung aus, die – auch durch das stetige Bevölkerungswachstum – zu einem kontinuierlich wachsenden Kaufkraftpotenzial geführt hat. Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes¹¹ an den privaten Konsumausgaben beläuft sich im Jahr 2023 auf 31 % (HDE Zahlenspiegel 2024).
- „Die **demografischen Veränderungen** und ihre Folgen sind in Deutschland seit vielen Jahren in nahezu allen Lebensbereichen spürbar. Ihre Ursachen sind in erster Linie die kontinuierlich steigende Lebenserwartung, das dauerhaft niedrige Geburtenniveau und die wachsende nationale und internationale Mobilität. Diese drei demografischen Dauertrends führen dazu, dass sich die Bevölkerung in ihrer Struktur bereits gewandelt hat und laufend weiter verändern wird.“¹² Das bleibt nicht ohne Folgen für den Einzelhandel.
- Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur bedingen im Zusammenhang mit der Digitalisierung eine Zunahme der **Bedeutung des Onlinehandels**. So wird festgestellt, dass knapp ein Drittel der Menschen in Deutschland präferiert, Produkte im Internet zu erwerben, wenngleich sich das Gros jedoch als Käufertyp bezeichnet, bei dem neben dem Einkauf online auch der Gang in ein Geschäft Relevanz hat¹³. So sind traditionelle Handelskäuferinnen und -käufer, selektive Onlineshopperinnen und -shopper sowie begeisterte Online-Shopperinnen und -shopper zu unterscheiden.
- Bezogen auf den stationären Einzelhandel entscheiden sich die Kaufenden weiterhin bewusst für einen **Versorgungs- oder Erlebniseinkauf**. Dabei zählt beim Versorgungseinkauf die Erreichbarkeit, der Preis oder der dringende bzw. kurzfristige Bedarf (auch in Abgrenzung zum Online-Einkauf), während der Erlebniseinkauf durch Faktoren wie Qualität und Atmosphäre gekennzeichnet ist. Der Erlebniseinkauf ist Bestandteil der Freizeitgestaltung. Vor diesem Hintergrund sind Kopplungen mit anderen Aktivitäten und Nutzungen (Shopping, Dienstleistung, Gastronomie) von besonderer Bedeutung, während der Versorgungseinkauf durch eine zunehmende Discountorientierung und Schnäppchenkäufe gekennzeichnet ist.

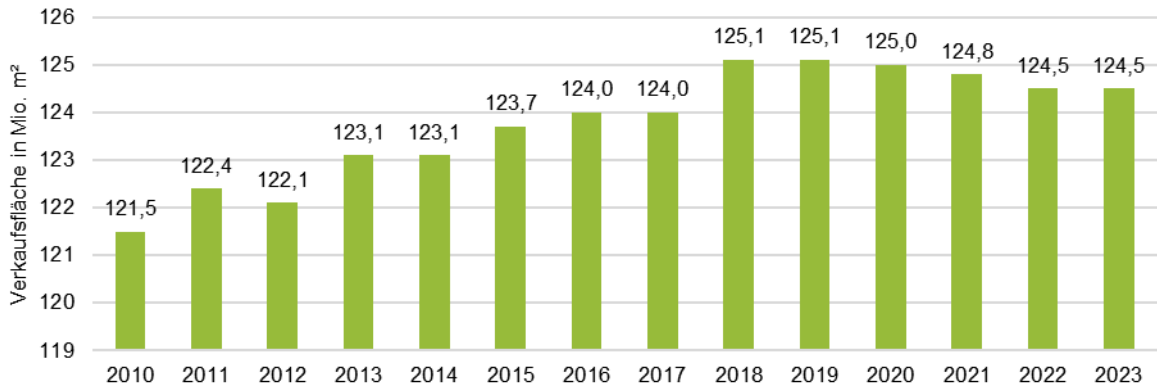
¹¹ Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe sowie Apotheken

¹² Quelle: <https://www.demografie-portal.de>, (Zugriff im März 2020)

¹³ siehe dazu: HDE Online-Monitor 2023, S. 46

Trends auf der Angebotsseite

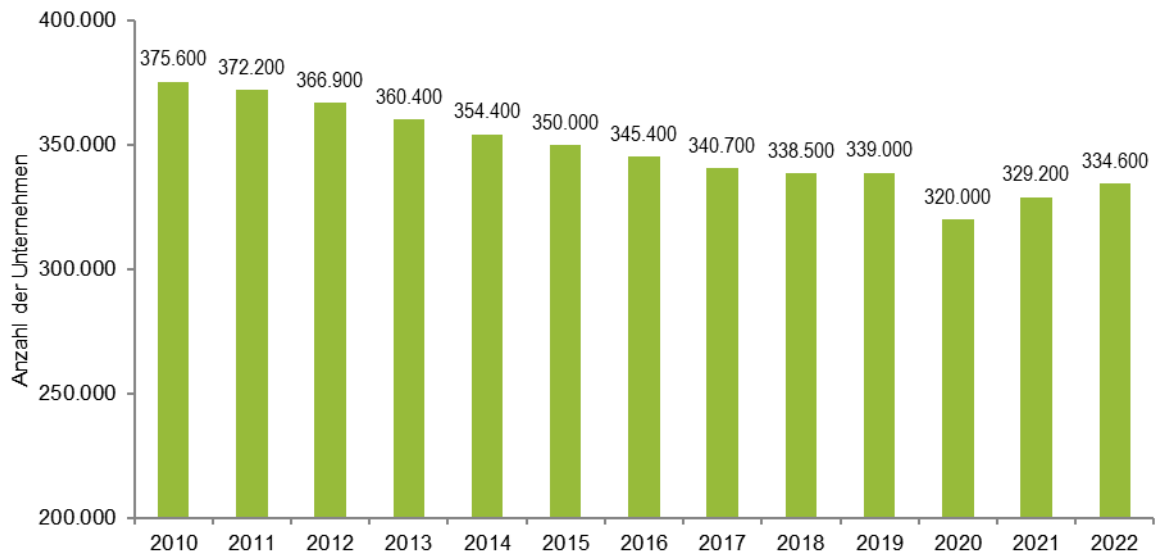
Abbildung 1: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2023)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage: Handelsverband Deutschland (HDE Zahlenspiegel 2024): Flächenentwicklung Einzelhandel in Deutschland 1980-2023, Verkaufsfläche in Mio. Euro

- Zwischen den Jahren 2010 und 2020 erhöhte sich die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels in Deutschland von rund 122 Mio. m² um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² ¹⁴. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und weisen auf Sättigungstendenzen und einen sich verschärfenden Wettbewerb hin. Dieser Trend hat sich bis 2023 fortgesetzt.

Abbildung 2: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2022

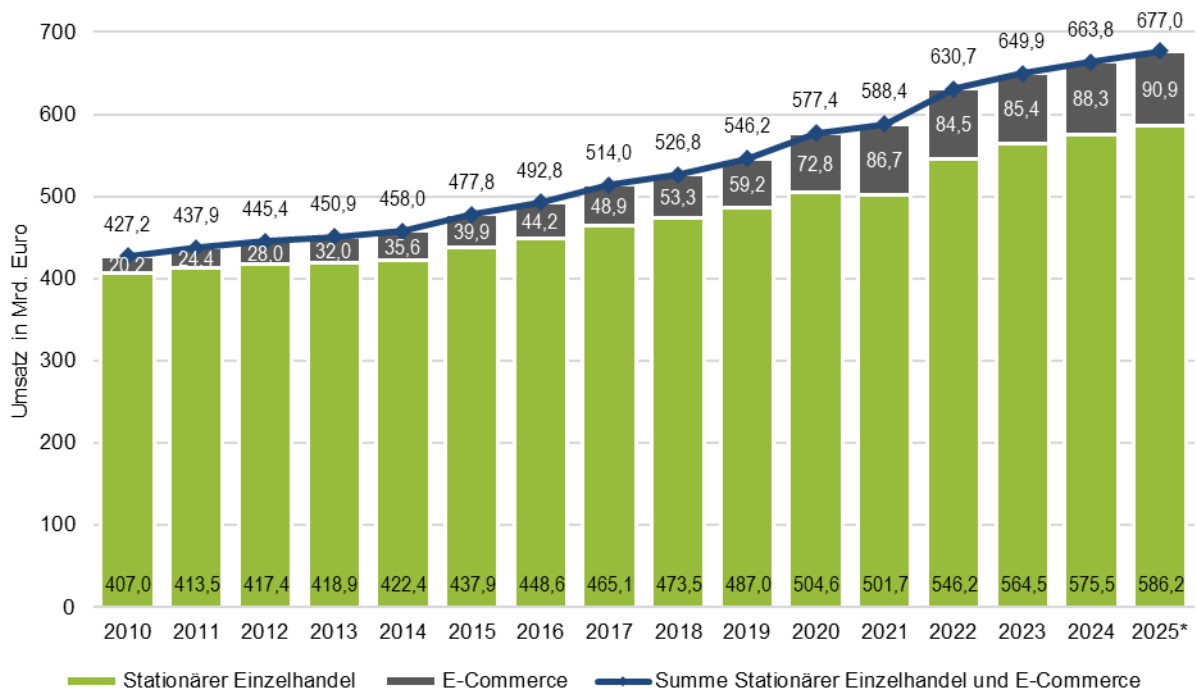


Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2022; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 02/2025), gerundete Werte

¹⁴ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 07/2022)

- Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 376.000 um etwa 10 % auf rund 339.000¹⁵. Im Jahr 2020 ist ein deutlicher Rückgang der Anzahl der Betriebsstätten auf 320.000 zu verzeichnen (Schließungen aufgrund der COVID-19-Pandemie). In den Jahren 2021 und 2022 stieg die Anzahl dann wieder an, jedoch nicht auf das Vor-Krisen-Niveau. Die Situation entwickelt sich derzeit jedoch noch so drastisch, wie vor der COVID-19-Pandemie vielfach prognostiziert (vgl. dazu z. B. IFH Köln GmbH in einer mittleren Prognosevariante bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der COVID-19-Pandemie¹⁶).

Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2025)



Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2025 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2024; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 02/2025); *2025 Prognose

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Im Jahr 2010 wurde ein Gesamtumsatz von rund 427 Mrd. Euro und im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von rund 546 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 28 % entspricht. Im Jahr 2024 wurde ein Gesamtumsatz von rund 664 Mrd. Euro erzielt, für das laufende Jahr 2025 wird in der Prognose ein Umsatz von ca. 677 Mrd. Euro erwartet.

¹⁵ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 07/2022)

¹⁶ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschäftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 08/2023)

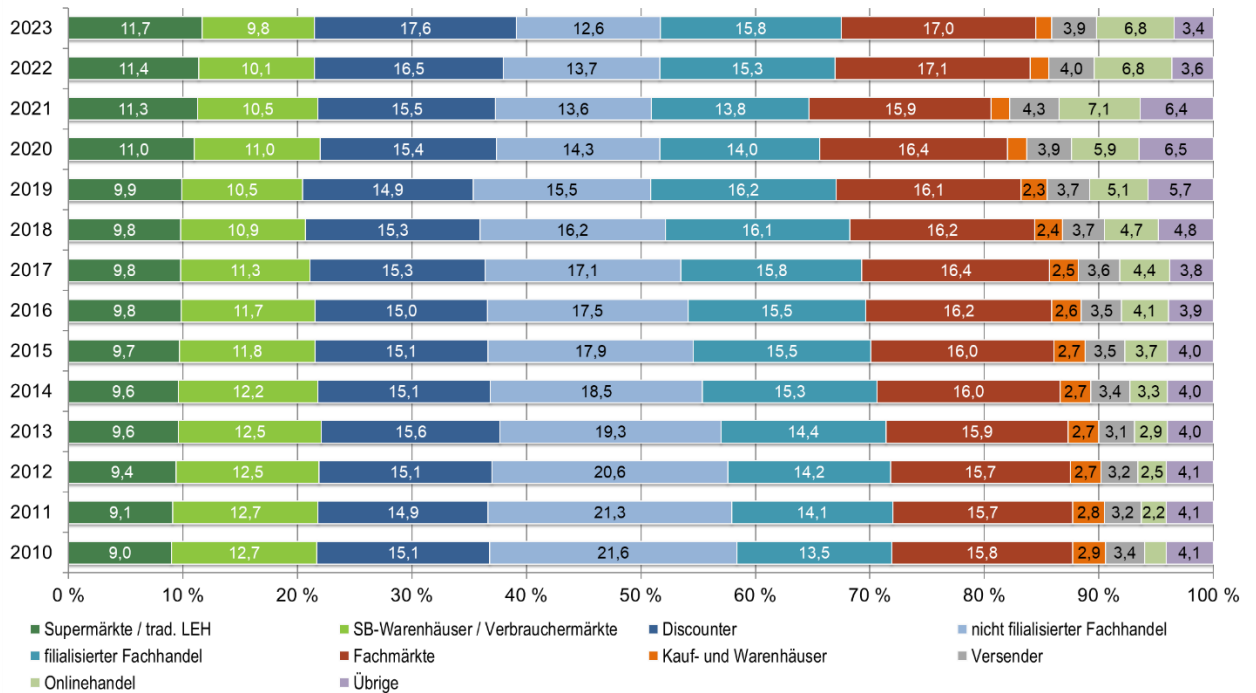
- Infolge der COVID-19-Pandemie kam es 2021 zu leichten **Umsatzrückgängen** im Vergleich zum Vorjahr, jedoch blieb der Umsatz auf weiterhin hohem Niveau trotz der Lockdowns im stationären Einzelhandel. Für das Jahr 2022 ist ein weiterer Umsatzanstieg auf rund 631 Mrd. Euro zu verzeichnen, der damit im Bereich der jährlichen Zuwachsraten vor der COVID-19-Pandemie liegt. Allerdings ist dabei auch zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsumsatz 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr wächst, preisbereinigt jedoch zwei Prozent seiner Erlöse verliert.¹⁷ Ein wesentlicher Grund, der insgesamt weiterhin nominal steigenden Umsatzzahlen ist auf den Onlinehandel zurückzuführen, dessen Anteil am Gesamtumsatz sich 2022 von rund 5 % im Jahr 2010 auf ca. 16 % mehr als verdreifacht hat. 2024 hat sich der Anteil bei 13 % eingependelt.
- Es lässt sich ungebrochen eine fortschreitende **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel erkennen: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2023 nur noch bei 12,6 %¹⁸. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten. Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ (Galeria Karstadt Kaufhof GKK) war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Adler, Bonita, Esprit, Hallhuber, Promod) ablesbar.
- Die Gesamtzahl der **Einkaufszentren** ist zwischen 2010 und 2023 konstant, wenn auch langsam, gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m². Im Jahr 2022 ist jedoch kein Einkaufszentrum dazugekommen und auch die Verkaufsfläche der bestehenden stagnierte.¹⁹ Im Jahre 2023 war durch Neueröffnungen wieder ein Anstieg auf 509 Einkaufszentren zu verzeichnen, der sich jedoch im Jahre 2024 (506 Einkaufszentren) abschwächte²⁰. Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.

¹⁷ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

¹⁸ Quelle: IfH Köln GmbH, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2023; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 02/2025)

¹⁹ Quelle: EHI Retail Institute e. V.; Zahl der Shopping-Center in Deutschland stagniert; Abruf unter <https://www.ehi.org/news/zahl-der-shopping-center-in-deutschland-stagniert/> (Zugriff 01/2023)

²⁰ Quelle: EHI Retail Institute e. V.: EHI Shopping-Center Report 2024

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2023


Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlage: IFH Köln GmbH, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2023; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 02/2025); Werte < 2 % nicht beschriftet

- In den 1980er- und 1990er-Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sogenannte sekundäre Standortnetze) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Auch wenn diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmittel-discountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.

Auch für **Factory-Outlet-Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige, üblicherweise großflächige Anbieter, auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder

Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).

- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „neue“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark oder Decathlon, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Onlinehandel

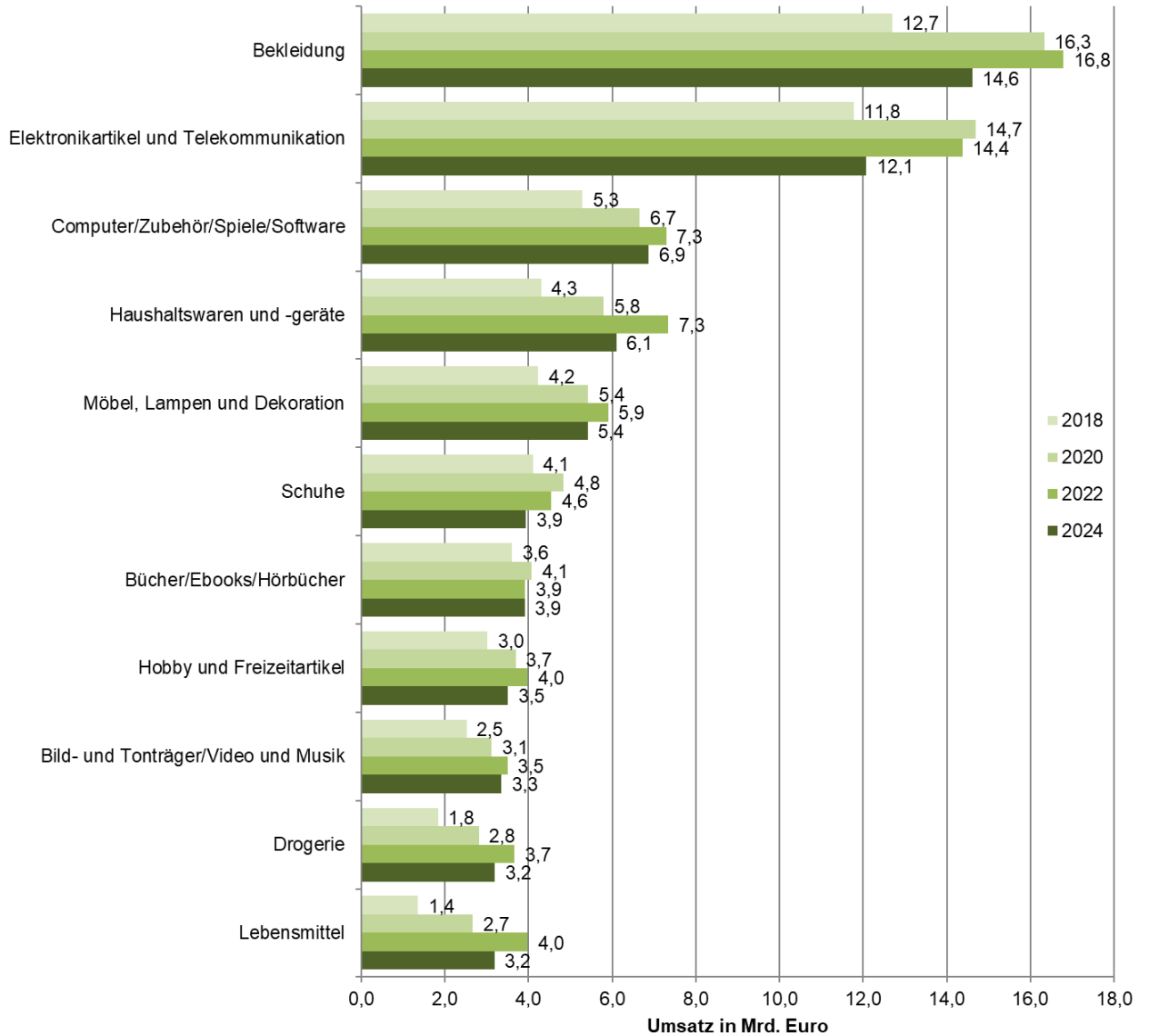
- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen sich verändernde Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen und steigenden Wettbewerbsdruck. Dazu gehört vor allem die wachsende Bedeutung von **E-Commerce²¹/Onlinehandel**, die durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und/oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und/oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, weiter zunehmen dürfte. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig steigende Marktanteile auf, die durch die COVID-19-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 60 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der COVID-19-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2021 sogar auf rund 87 Mrd. Euro ansteigen.²² Nach den starken Wachstumsraten in den Coronajahren führte 2022 eine gedämpfte Nachfrage zu einem Rückgang der Onlineumsätze um 2,5 % auf rund 84,5 Mrd. Euro. Im Jahr 2024 erzielte der Onlinehandel einen weiteren Anstieg auf rund 88,3 Mrd. Euro, für das Jahr 2025 wird ein weiterer, wenn auch geringer Zuwachs auf rund 90,9 Mrd. Euro prognostiziert. Diese gedämpfte Entwicklung begründet sich in der aktuell schwachen Konsumstimmung. Zwar gibt es weiterhin eine hohe Kundenzufriedenheit und Bestellfrequenz, die die Funktionalität der Handelsform bestätigen, jedoch sind die Kaufsummen pro Bestellung gesunken. Die Entwicklung des Onlinehandels in den kommenden Jahren ist

²¹ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

²² Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; HDE Zahlenspiegel 2024

somit hauptsächlich an konjunkturelle Effekte gebunden.²³ Der Wettbewerbsdruck auf den stationären Einzelhandel bleibt trotz der aktuell stagnierenden Umsatzentwicklung aber weiterhin hoch.

Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2024



Quelle: Darstellung Junker + Kruse, Grundlagen: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Onlinehandel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2022 und 2022 bis 2024; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 21/2025)

- Wesentlichen **Anteil an der Umsatzentwicklung** haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuften Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit ca. 14,6 Mrd. Euro im Jahr 2024, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 12,1 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 5). Aufgrund der Einschränkungen während der COVID-19-Pandemie wurden besonders in diesen Warengruppen hohe Anteile am Onlinevolumen generiert. Wenngleich diese beispielsweise in der Kernbranche Bekleidung zurückgegangen

²³ Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Pressemitteilungen: 09.10.2023 Onlinehandel ohne positive Impulse (Daten BEYONDATA GmbH 2023)

sind, wird immerhin 2024 noch ein Umsatzvolumen von 14,6 Mrd. Euro erreicht, was einem Anteil von rund 17 % am gesamten Onlinevolumen entspricht. Generell waren nach den Coronajahren deutliche Umsatzrückgänge zu erwarten, die neben den Warengruppen Elektroartikel und Telekommunikation, Schuhe und Bekleidung auch die Warengruppen Lebensmittel (im Vergleich 2021/2024 Abnahme um 18,6 %) und Drogerie (im Vergleich 2021/2024 Abnahme um 14,8 %) betreffen.²⁴ Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass in einzelnen Warengruppen mit geringem Onlineanteil ein überdurchschnittliches Wachstum zu beobachten ist. Dazu gehören Lebensmittel (Wachstumsrate 2021 – 2023: 9,0 %), Drogeriewaren (Wachstumsrate 2021 – 2023: 6,2 %), Augenoptik (Wachstumsrate 2021 – 2023: 4,0 %) und Sanitätswaren (Wachstumsrate 2021 – 2023: 3,6 %). Dagegen zeigen sich in einzelnen Warengruppen mit hohem Onlineanteil zunehmend unterdurchschnittliche Wachstumsraten, wie beispielsweise bei Elektroklein- und -großgeräten (Wachstumsrate 2021 – 2023: -8,6 und -6,6 %) sowie Consumer Electronics (Wachstumsrate 2021 – 2023: 5,2 %).²⁵

- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen. Kunden haben bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben. So nutzen im Jahr 2022 39 % aller Onlinekunden Click&Collect-Angebote, die einen Umsatz von 5,0 Mrd. Euro generierten (5,9 % des Onlineumsatzes gesamt)²⁶.
- Der Onlinehandel ist affiner gegenüber Zukunftstechnologien als der stationäre Einzelhandel. Künstliche Intelligenz (KI) nimmt bereits heute einen bedeutenden Einfluss auf den Onlinehandel. 23 % aller Unternehmen im Onlinehandel wenden KI-Systeme an, Tendenz stark steigend (+213 % seit 2020)²⁷. Dies ermöglicht neben Prozessoptimierungen auch die Schaffung eines automatisierten und personalisierten Einkaufserlebnisses. Darüber hinaus bieten Technologien wie sprachgesteuertes Einkaufen, Headless Commerce oder Augmented und Virtual Reality neue Potenziale. Es bleibt abzuwarten, in welchem Ausmaß diese neuen Technologien das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden verändern wird und welche Wachstumspotenziale sich daraus für den Onlinehandel ergeben.

²⁴ Vgl. dazu auch: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Pressemeldungen: 09.10.2023, Onlinehandel ohne positive Impulse; (Daten BEYONDATA GmbH 2023)

²⁵ HDE Handelsverband Deutschland 2024: Online-Monitor 2024

²⁶ HDE Handelsverband Deutschland 2023: Online-Monitor 2023

²⁷ HDE Handelsverband Deutschland 2023: Online-Monitor 2023

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Onlinehandel, aber zunehmend auch kleinformatische Angebote, die auch in dünn besiedelten, ländlichen Bereichen zum Einsatz kommen, wie beispielsweise die „Dorfladenbox“, in der zudem regionale Produkte 24/7 angeboten werden.

Abbildung 6: Neue Handelsformate – Smart Store 24/7



Quellen: Rewe: [invidis.com](https://www.invidis.com); www.tegut.com; [Dorfladenbox.com](https://www.dorfladenbox.com)

- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren, in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- In der Lebensmittelbranche ist ein **nachhaltiges Onlinewachstum** zu beobachten. Gemäß HDE Online-Monitor 2023 beläuft sich der Anteil der Fast Moving Consumer Goods am Onlinehandel auf 12,1 % bzw. rund 10 Mrd. Euro. Onlinehandel oder Bringdienste können entstehende Lücken im Versorgungsnetz aber nur bedingt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

3.3 Herausforderungen für die Stadt- und Zentrenentwicklung

Mit den zuvor dargelegten Einflussfaktoren gehen strukturelle und räumliche Angebotsverschiebungen einher, die auch die räumliche Planung vor große Herausforderungen stellen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb städtischer Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene städtebauliche Strukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch die Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht-integrierte Standorte auf der anderen Seite, bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Städte und Stadtteile größerer Städte.

4 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Havixbeck stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Havixbecker Gemeindegebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Gemeinde Havixbeck gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Köln GmbH.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsgebiete i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Havixbeck ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

4.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Zeitraum (Mai – Juni 2024) eine flächendeckende **Vollerhebung des Havixbecker Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Sie basiert auf einer flächendeckenden Begehung/Befahrung des Gemeindegebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wurde eine Lagezuordnung vorgenommen (vgl. dazu Tabelle 2). Veränderungen der Einzelhandelsstruktur (Eröffnungen und Schließungen), die sich nach dem Erhebungszeitraum ergeben haben, werden nicht berücksichtigt. Die Zahlen und Daten beziehen sich auf den Stand von Juni 2023. Dadurch kann es in Teilen zu Abweichungen kommen.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

- Gemäß dem Urteil des BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04, ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören

auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

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

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

Tabelle 1: Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimente
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren/Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke

Warengruppe	Sortimente
	Drogeriewaren
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren
	Zeitungen/Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung/Textilien	Bekleidung
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle
Schuhe/Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren
Spielwaren	Hobbyartikel
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Sportartikel
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren/Matratzen
	Heimtextilien
	Teppiche (Einzelware)
	Wohneinrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe
	Baumarktspezifisches Sortiment
	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen/Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	Erotikartikel
	Kinderwagen

Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht-

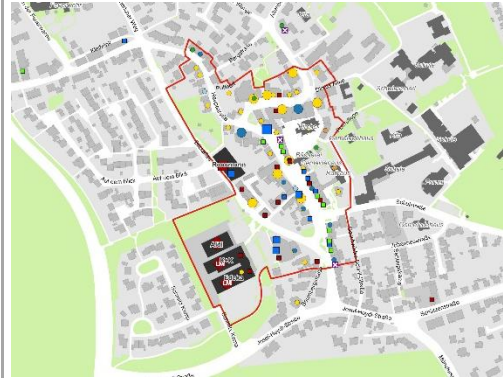
integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentrale Versorgungsbereiche

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

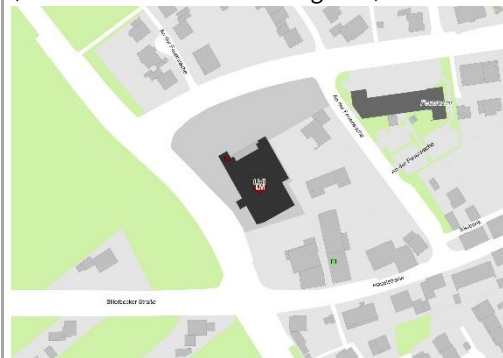
Beispiel: zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum)



Städtebaulich integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde Havixbeck integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

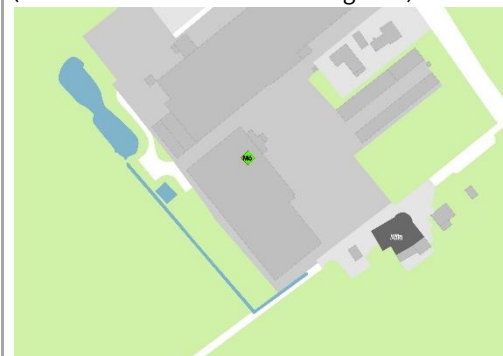
Beispiel: städtebaulich integrierte Lage (Lebensmittelmarkt im Wohngebiet)



Städtebaulich nicht-integrierte Lage

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

Beispiel: städtebaulich nicht-integrierte Lage (Fachmarktstandort im Gewerbegebiet)



Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Havixbecker Einzelhandels im Gemeindegebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten.

4.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Havixbeck und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Köln GmbH zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

Umsatzberechnung

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

Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Zentralität

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt stellt ein Kriterium 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 Kommune. Die gesamtstädtische Zentralität sagt dabei jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Kommune zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu sind weitergehende Analysen erforderlich.

In der vorliegenden Untersuchung wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer auf Basis der errechneten Einzelhandelsumsätze, deren Grundlage u. a. die empirisch ermittelten Verkaufsflächen darstellen, sowie dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen (in Anlehnung an IFH Köln GmbH) berechnet. Somit hat diese Berechnungsmethode einen eindeutigen lokalen Bezug zur aktuellen Situation in der Gemeinde Havixbeck und bildet die Situation realitätsnah ab. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin. Eine Abweichung unterhalb des Basiswertes dagegen zeigt mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der Stadt auf. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

4.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Havixbeck im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009 ist die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Die vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

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

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte²⁸

²⁸ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

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

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

4.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 7): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Havixbeck zum Status quo, die Darstellung und Bewertung von Entwicklungsperspektiven (Potenziale/Strategien) und die Entwicklung einer künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung). Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Rat der Gemeinde. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Das Konzept stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert es Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

Abbildung 7: Untersuchungsaufbau

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines städtebaulichen Konzeptes zur Einzelhandelsentwicklung hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess mit einzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzeptes, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Folgende Beteiligungsformate wurden im Rahmen der Erarbeitung durchgeführt:

- zwei projektbegleitende Arbeitskreise unter Beteiligung der Gemeindeverwaltung Havixbeck, der Politik, der IHK Nord Westfalen, der Bezirksregierung Münster, Handelsverband Münster sowie der Handwerkskammer Münster (11.07.2024; 02.12.2024),
- interne Abstimmungsgespräche mit der Gemeindeverwaltung.

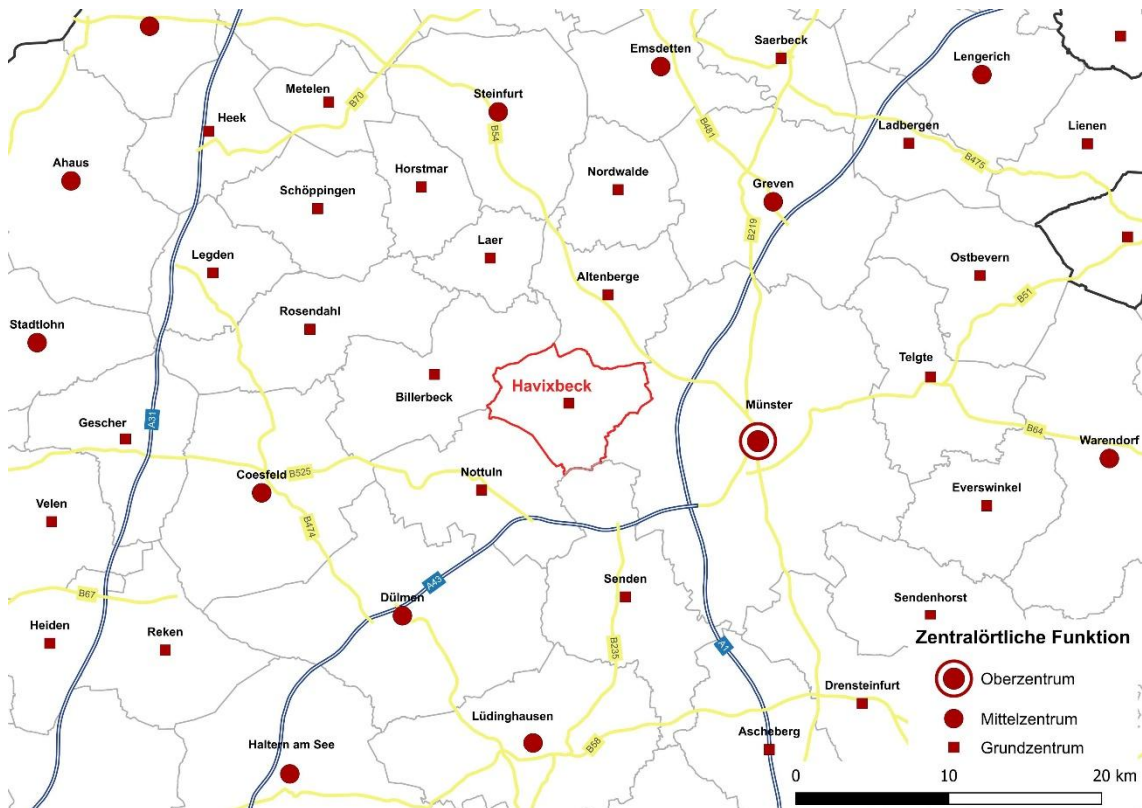
5 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur Havixbeck

Zur Einordnung der Gemeinde Havixbeck hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Havixbeck auswirken können.

5.1 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Gemeinde Havixbeck befindet sich im zentralen Münsterland und fungiert landesplanerisch als **Grundzentrum**. In direkter Nachbarschaft befindet sich mit Münster ein Oberzentrum, sowie die Mittelzentren Dülmen, Coesfeld, Steinfurt, so dass das regionale Wettbewerbsumfeld als sehr ausgeprägt zu charakterisieren ist (vgl. Karte 1).

Karte 1: Lage im Raum und zentrale Orte



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Grundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

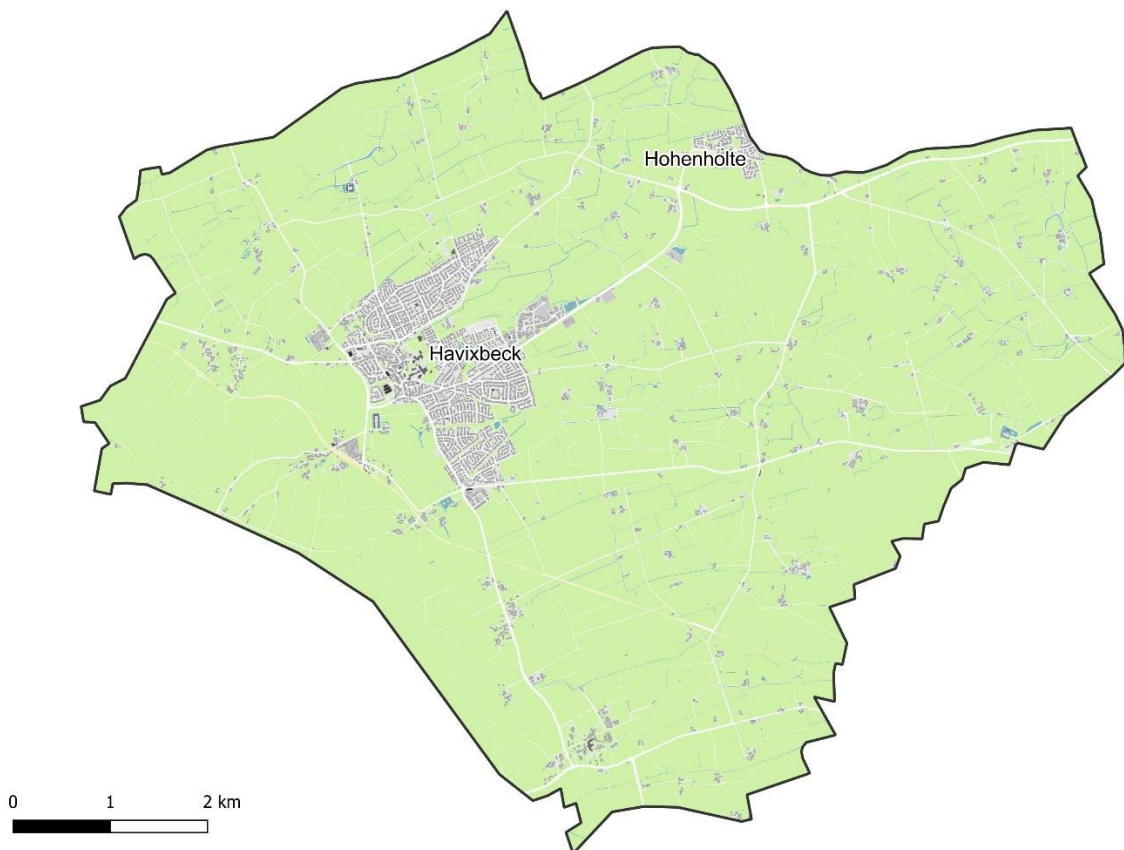
Gleichzeitig profitiert die Gemeinde Havixbeck auch von der zentralen Lage im Münsterland sowie den hier existierenden intensiveren Pendelbeziehungen und leistungsfähigen verkehrsinfrastrukturellen Rahmenbedingungen. Durch die räumliche Nähe zu den

Autobahnen A1 und A43 sowie zu den Bundesstraßen B54 und B67 ist die Gemeinde an das überregionale Straßennetz gut angebunden. Daneben besitzt die Gemeinde einen guten Anschluss an das Netz des Schienenpersonennahverkehrs in Richtung Münster und Coesfeld. Komplettiert wird die gute verkehrliche Infrastruktur durch das Angebot der innerstädtischen und interkommunalen Buslinien in die benachbarten Städte und Gemeinden.

5.2 Bevölkerung und räumliche Gliederung

Die Gemeinde Havixbeck verfügt zum Untersuchungszeitpunkt im Jahr 2024 über ca. 12.215 Einwohnerinnen und Einwohner²⁹. Das Gemeindegebiet umfasst dabei eine Fläche von rund 53 km². Gegenüber dem Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzepts 2009 (Bevölkerungsdaten vom 31.12.2008), als die Gemeinde Havixbeck rd. 11.800 Einwohnerinnen und Einwohner verzeichnete, hat die Bevölkerung um rund 3,5 % zugenommen.

Karte 2: Räumliche Gliederung und Siedlungsstruktur der Gemeinde Havixbeck



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024

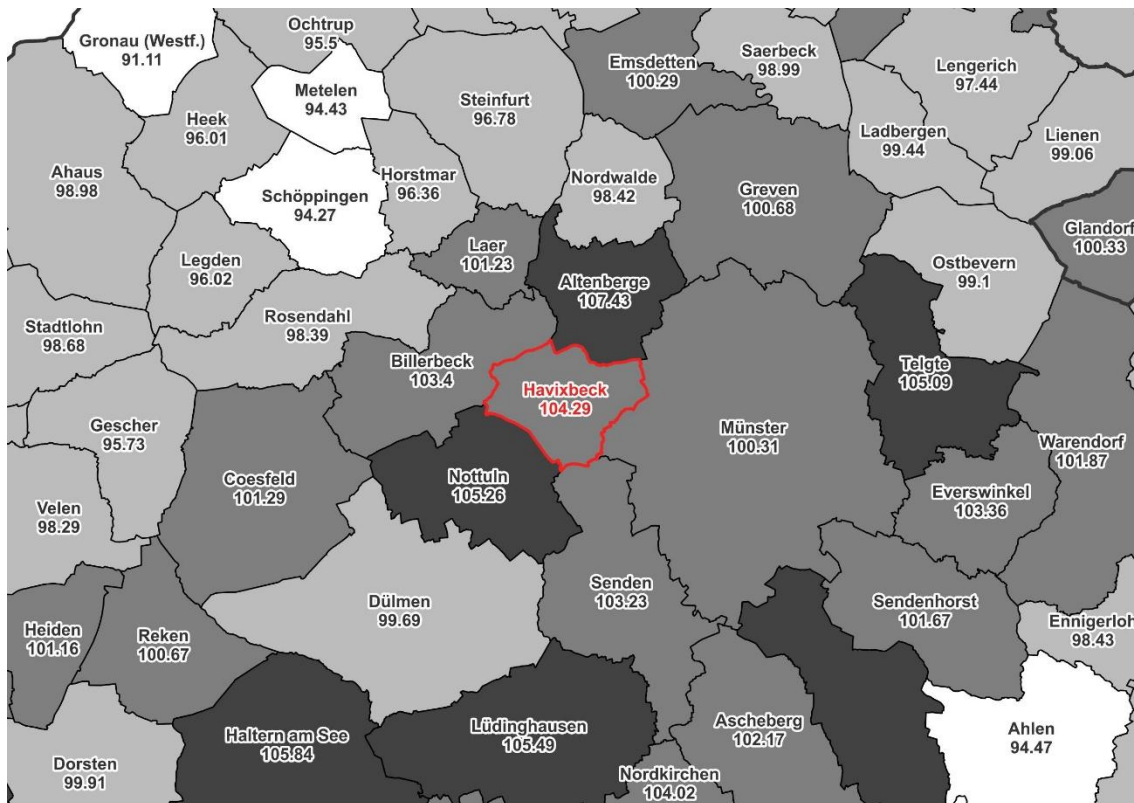
²⁹ Quelle: IT.NRW: Bevölkerung NRW nach Gemeinden; Stand: 31. Dezember 2023.

5.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Sekundärstatistische Einordnung

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern³⁰ lässt sich ein Vergleich des Havixbecker Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Karte 3 zeigt, dass im Hinblick auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer die Gemeinde Havixbeck im Vergleich zu ihren Nachbarkommunen leicht überdurchschnittlich aufgestellt ist. Wobei in der Region ein leichtes Südost-Nordwest-Gefälle erkennbar ist: Die nordwestlichen Kommunen des Münsterlands weisen überwiegend ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau auf, die südöstlichen Umlandkommunen ein überdurchschnittliches.

Karte 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Havixbeck und den umliegenden Kommunen



Quelle: IFH Köln GmbH, 2024; Darstellung Junker + Kruse

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

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.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen für die Gemeinde Havixbeck beträgt bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 104,29 (2024) rund 97,2 Mio. Euro (vgl. dazu auch Kapitel 6.6). Anhand der Bevölkerungszahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und differenziert nach Warengruppen ermitteln. Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Havixbeck stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Havixbeck 2024 in Mio. Euro nach Branchen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (gesamt)			Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil	Euro pro Kopf	in Mio. Euro	Anteil
Nahrungs- und Genussmittel	3.211	39,2	44,1	3.132	38,3	46,0
Blumen (Indoor)/Zoo	149	1,8	2,0	122	1,5	1,8
Gesundheit und Körperpflege	527	6,4	7,2	479	5,9	7,1
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	235	2,9	3,2	183	2,2	2,6
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.122	50,4	56,7	3.916	47,8	57,4
Bekleidung/Textilien	554	6,8	7,6	334	4,1	4,9
Schuhe/Lederwaren	147	1,8	2,0	92	1,1	1,3
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	136	1,7	1,9	114	1,4	1,7
Spielwaren	164	2,0	2,3	87	1,1	1,3
Sport und Freizeit	273	3,3	3,8	211	2,6	3,1
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.275	15,6	17,5	839	10,2	12,2
Wohneinrichtung	194	2,4	2,7	135	1,6	1,9
Möbel	456	5,6	6,3	407	5,0	6,0
Elektro/Leuchten	218	2,7	3,0	144	1,8	2,2
Elektronik/Multimedia	503	6,1	6,9	334	4,1	4,9
medizinische und orthopädische Artikel	109	1,3	1,5	92	1,1	1,3
Uhren/Schmuck	92	1,1	1,3	73	0,9	1,1
Baumarktsortimente	526	6,4	7,2	480	5,9	7,1
Gartenmarktsortimente	127	1,5	1,7	118	1,4	1,7
überwiegend langfristiger Bedarf	2.224	27,2	30,6	1.782	21,8	26,2
Sonstiges	334	4,1	4,6	283	3,5	4,2
Gesamt	7.273	97,2	100	6.820	83,3	100,0

Quelle: IFH Köln GmbH, 2024; Darstellung Junker + Kruse

Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit 39,2 Mio. Euro bzw. 44,1 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (6,8 Mio. Euro bzw. 7,6 %), Baumarktsortimente (6,4 Mio. Euro bzw. 7,2 %) und Gesundheits- und Körperpflegeartikel (6,4 Mio. Euro bzw. 7,2 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Elektronik/Multimedia sowie Möbel.

Von den gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkräften sind jedoch nur 85,7 % für den stationären Einzelhandel relevant. Der restliche Anteil wird hauptsächlich vom Onlinehandel gebunden (vgl. Kapitel 3.2). Die einzelnen Warengruppen sind unterschiedlich stark vom Onlinehandel betroffen. Während bei der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel noch 97,5 % auf den stationären Einzelhandel entfallen, bindet der Onlinehandel bei den Warengruppen Bekleidung (39,6 %), Spielwaren (46,8 %) und Schuhe/Lederwaren (37,4 %) weit mehr als ein Drittel der gesamten Kaufkraft.

6 Bestandsaufnahme und -analyse

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel aufgeführten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die aktuellen Einzelhandelsstrukturen in Havixbeck sowie ihre Entwicklung in den vergangenen Jahren analysiert. Hierfür findet zunächst eine gesamtstädtische Betrachtung statt. Danach erfolgen in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Nahversorgungssituation im Gemeindegebiet.

6.1 Einzelhandelsangebot in Havixbeck

Zum Erhebungszeitpunkt (Mai - Juni 2024) stellen sich die relevanten Kennwerte des Havixbecker Einzelhandels (vgl. Tabelle 4) wie folgt dar:

- Es existieren **72 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **14.500 m² (ohne Leerstände)**. Gegenüber dem Jahr 2009 bedeutet dies einen Rückgang der Verkaufsfläche um 12,1 % bei einer gleichzeitig rückläufigen Betriebszahl (-7,7 %). Der nennenswerte, deutliche Rückgang bei der Anzahl der Betriebe entspricht einer in nahezu allen Städten, unabhängig von der Größe, festzustellenden Entwicklung. In einigen Städten liegt dieser Wert über die letzten 10 bis 15 Jahre betrachtet bei über 20 % Rückgang (bspw. verlor die Stadt Minden von 2006 bis 2023 rund 27 % ihrer Einzelhandelsbetriebe).
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt bei rund **202 m²**. Sie ist gegenüber dem Jahr 2009 leicht gesunken (212 m²).
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt rund **1,19 m²/EW**. Sie ist seit dem Jahr 2009 (1,4 m²/EW) infolge rückläufiger Gesamtverkaufsfläche und wachsender Bevölkerung um 15 % gesunken.
- Dem in der Gemeinde Havixbeck vorhandenen **stationären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von rund **83,3 Mio. Euro** steht ein geschätztes Jahresumsatzvolumen von **55 Mio. Euro** gegenüber.
- Die **gesamtstädtische Zentralität**, als das Verhältnis des Umsatzes zur lokal vorhandenen (stationären), einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, errechnet sich für die Gemeinde Havixbeck zu 0,66, was auf starke Kaufkraftabflüsse hindeutet.
- Die **Flächenproduktivität** des Einzelhandels beträgt rund **3.789 Euro pro m²**.

Tabelle 4: Eckdaten Einzelhandelsbestand - Kennzahlen 2008/2024

	2008	2024	Veränderung
Einwohner	~ 11.830	~ 12.215	+ 385 (3 %)
Kaufkraftkennziffer	104,0	104,29	+ 0,29 (0,3 %)
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe	78	72	- 6 (8 %)
Gesamtverkaufsfläche	~ 16.550 m ²	~ 14.500 m ²	- 2.050 (12 %)
☉ Verkaufsfläche je Betrieb	212 m ²	202 m ²	- 10 m ² (5 %)
Verkaufsfläche je Einwohner	1,40 m ² /EW	1,19 m ² /EW	- 0,21 m ² (15 %)

Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage von Datenerhebung Junker + Kruse 05-06/2024; BBE Handelsberatung Münster Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck 2009; Einwohner: BBE Handelsberatung Münster 2009; IT.NRW, Stand: 31.12.2023

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Havixbecker Einzelhandels, untergliedert nach Warengruppen, wie folgt (vgl. Tabelle 5) dar.

Tabelle 5: Einzelhandelsangebot in Havixbeck nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	5.000	34,5	23
Blumen (Indoor)/Zoo	450	3,1	2
Gesundheit und Körperpflege	1.050	7,2	4
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	300	2,1	2
überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.750	46,6	31
Bekleidung/Textilien	850	5,9	11
Schuhe/Lederwaren	150	1,0	1
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	450	3,1	1
Spielwaren	100	0,7	1
Sport und Freizeit	1.600	11,0	5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	3.150	21,7	19
Wohneinrichtung	250	1,7	3
Möbel	2.250	15,5	5
Elektro/Leuchten	100	0,7	1
Elektronik/Multimedia	200	1,4	2
medizinische und orthopädische Artikel	200	1,4	4
Uhren/Schmuck	50	0,3	1
Baumarktsortimente	850	5,9	4
Gartenmarktsortimente	700	4,8	2
überwiegend langfristiger Bedarf	4.650	32,1	22
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	14.500	100,0	72

Quelle: Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen sind rundungsbedingt. Abkürzungen siehe Abkürzungsverzeichnis

Das Einzelhandelsangebot in Havixbeck weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

- Insgesamt rd. 47 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche werden in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe vorgehalten. Hierbei tritt – vergleichbar der Verteilung in anderen Kommunen – die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel quantitativ hervor.
- Mit rund 5.000 m² entfällt knapp 35 % der Gesamtverkaufsfläche in Havixbeck auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, die damit den größten Einzelanteil in Havixbeck aufweist. Auch der größte Teil der Betriebe (23 Betriebe) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang

insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wichtige Rolle spielen (7 Betriebe im gesamten Gemeindegebiet). Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in dieser Warengruppe von rd. 0,41 m² pro Einwohnerinnen und Einwohner liegt innerhalb des bundesdurchschnittlichen Orientierungswertes von etwa 0,40 - 0,45 m² pro Einwohner.

- Mit zwei Supermärkten und drei Lebensmitteldiscountern, einem Getränkefachmarkt sowie zahlreichen Lebensmittelläden und Betrieben des Lebensmittelhandwerks, besteht im Lebensmittelbereich ein breites Spektrum unterschiedlicher Betriebsformen, was – von der räumlichen Verteilung losgelöst – insgesamt auch auf eine quantitativ gute Angebotsausstattung schließen lässt. Hinsichtlich der Angebotszusammensetzung zeigt sich jedoch eine leichte Discounterlastigkeit.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Gemeinde Havixbeck wider. Rund 1.050 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe Gesundheit und Körperpflege, die sich im Gemeindegebiet auf zahlreiche Apotheken, einen Drogeriemarkt sowie die Randsortimente der größeren Lebensmittelanbieter verteilt.
- Auf die Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe entfallen mit rund 3.150 m² Verkaufsfläche 21,7 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Dabei bildet die Warengruppe Sport und Freizeit mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche den quantitativen Angebotsschwerpunkt. Der Großteil des mittelfristigen Angebots findet sich im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Havixbeck wieder. Neben den flächenmäßig größten Betrieben innerhalb des Hauptzentrums (u. a. Radkult by Hensmann & Pferdewelt Baumberge) umfasst das Angebot auch weitere kleinteilig strukturierte inhabergeführte Betriebe im Hauptzentrum sowie in sonstiger integrierter Lage.
- Mit rund 4.650 m² Verkaufsfläche nehmen die Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe mit rd. 32,1 % den quantitativ zweithöchsten Stellenwert im Havixbecker Gemeindegebiet ein. Mit 22 Betrieben liegt der Anteil hierbei bei rund 30 %. Innerhalb dieser Bedarfsstufe ragen vor allem die Warengruppen Möbel mit rund 2.250 m² Verkaufsfläche und der Bau- und Gartenmarktsortimente mit rd. 1.550 m² Verkaufsfläche deutlich hervor (zusammen rd. 26,2 % der Gesamtverkaufsfläche). Der Großteil des Angebotes wird dabei an den Fachmarkstandorten „Hohenholter Straße“ und „Lasbeck“ sowie in sonstiger nicht-integrierter Lage abgebildet.

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Havixbeck ein Spektrum über alle Warengruppen umfasst. Die Verkaufsfläche ist, ebenso wie die Zahl der Einzelhandelsbetriebe, dem allgemeinen Trend folgend zurückgegangen. Zur weiteren Bewertung dieses quantitativen Angebotes im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind neben quantitativen Betrachtungen qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentral sowie nachfrageseitige Entwicklungen zu berücksichtigen.

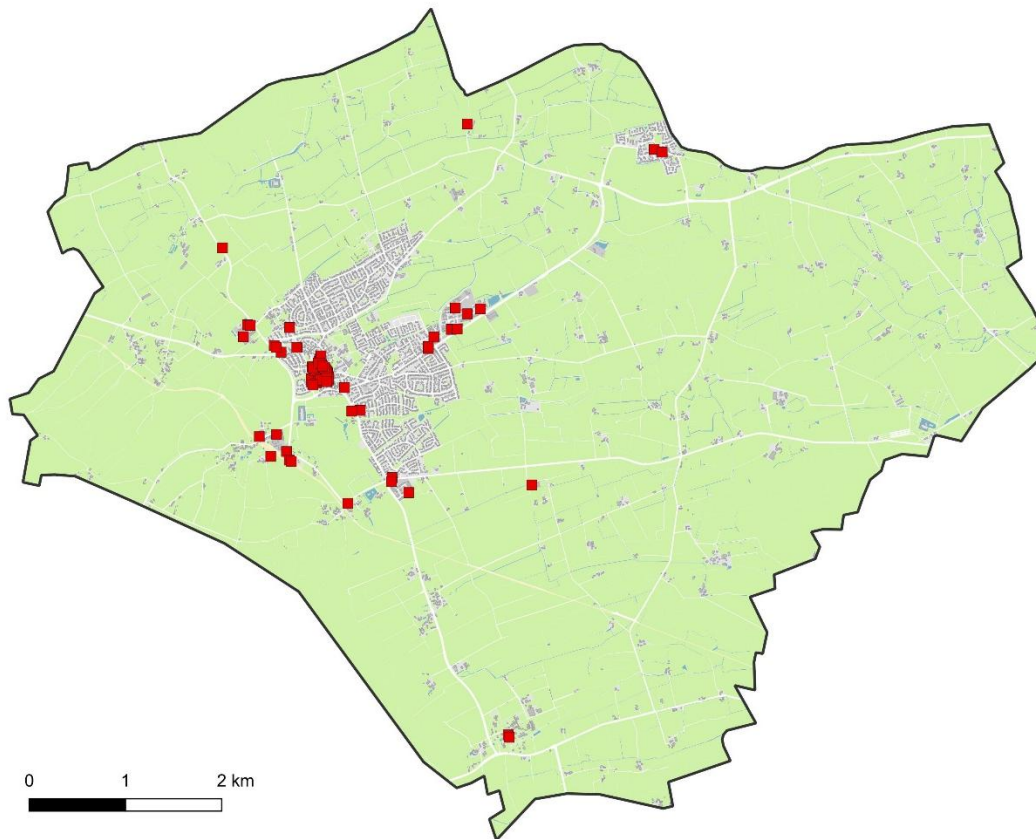
Leerstandsituation

- Zum Erhebungszeitpunkt im Jahr 2024 bestanden im Gemeindegebiet vier Leerstände von Ladenlokalen mit einer geschätzten Verkaufsfläche von rd. 400 m². Daraus ergibt sich eine Leerstandsquote von 2,5 % bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Gesamtgemeinde. Die Leerstandsquote bezogen auf die Anzahl der Ladenlokale liegt bei 5,3 %.
- Insgesamt kann in Havixbeck kein strukturelles Leerstandsproblem festgestellt werden.

6.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes in Havixbeck

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Gemeindegebiet ist mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. Mit Blick auf die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe, die in Karte 4 dargestellt ist, ist nicht verwunderlich, dass diese sich auf den Angebotsschwerpunkt Havixbeck konzentrieren. Daneben sind leichte räumliche Konzentrationen entlang der Ausfallstraßen feststellbar. Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Gemeindegebiet ist, insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung, von grundlegender Bedeutung.

Karte 4: Lage der Einzelhandelsbetriebe im Havixbecker Gemeindegebiet



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 05 – 06/2024; ALKIS NRW 2024

Angebotsituation nach Lagen

Im Zuge der Erhebung der Havixbecker Einzelhandelsbetriebe wurden diese in die drei Lagekategorien zentraler Bereich, städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht-integrierte Lage sowie zusätzlich nach der Lagekategorie Sonderstandort unterteilt. Ein besonderes Augenmerk im Rahmen der Fortschreibung gilt daher der Betrachtung der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots hinsichtlich der städtebaulichen Lage (siehe Tabelle 6) und ihrer Veränderung.

Tabelle 6: Einzelhandelsangebot in Havixbeck nach Lagen

Warengruppe	Verkaufsflächen			Gesamt
	zentrale Versorgungsbe- reiche*	städtebaulich integrierte Lage	städtebaulich nicht-inte- grierte Lage	
Nahrungs- und Genussmittel	2.900	1.600	450	4.950
Blumen (Indoor)/Zoo	250	<50	200	450
Gesundheit und Körperpflege	850	150	-	1.050
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	200	100	-	300
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.200	1.900	600	6.750
Bekleidung/Textilien	500	<50	350	850
Schuhe/Lederwaren	100	<50	50	150
Glas, Porzellan, Keramik/Haushalts- waren	300	50	50	450
Spielwaren	100	<50	<50	100
Sport und Freizeit	750	<50	850	1.600
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.700	150	1.300	3.150
Wohneinrichtung	100	150	<50	250
Möbel	<50	50	2.150	2.250
Elektro/Leuchten	50	<50	50	100
Elektronik/Multimedia	150	<50	-	200
medizinische und orthopädische Arti- kel	200	-	-	200
Uhren/Schmuck	<50	<50	-	50
Baumarktsortimente	<50	<50	800	850
Gartenmarktsortimente	<50	<50	650	700
überwiegend langfristiger Bedarf	600	300	3.700	4.650
Sonstiges	-	-	-	-
Gesamt	6.550	2.350	5.600	14.500

Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen/Abbildungen sind rundungsbedingt

* Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche gemäß EHK 2009

- Aktuell entfallen in Havixbeck rund 45 % Verkaufsfläche auf zentrale Versorgungsbe-
reiche, etwa 39 % auf städtebaulich nicht-integrierte Lagen, sowie die restlichen 16 %
auf integrierte Lagen.

- In den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen städtebaulich integrierten Lagen sind knapp 67 % der Betriebe zu finden. Das entspricht 61 % der Gesamtverkaufsfläche im Gemeindegebiet. Dieses Bild zeigt, dass es der Gemeinde bisher teilweise gelungen ist, flächenintensive Betriebsformen in zentrale und damit integrierte Lagen zu lenken bzw. dort zu halten.
- Ergänzend zu den zuvor genannten Lagekategorien befinden sich 39 % der einzelhandelsrelevanten Angebote der Gemeinde Havixbeck in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Dieses Einzelhandelsangebot vereint eine Gesamtverkaufsfläche von rund 5.600 m² (verteilt auf 24 Einzelhandelsbetriebe).

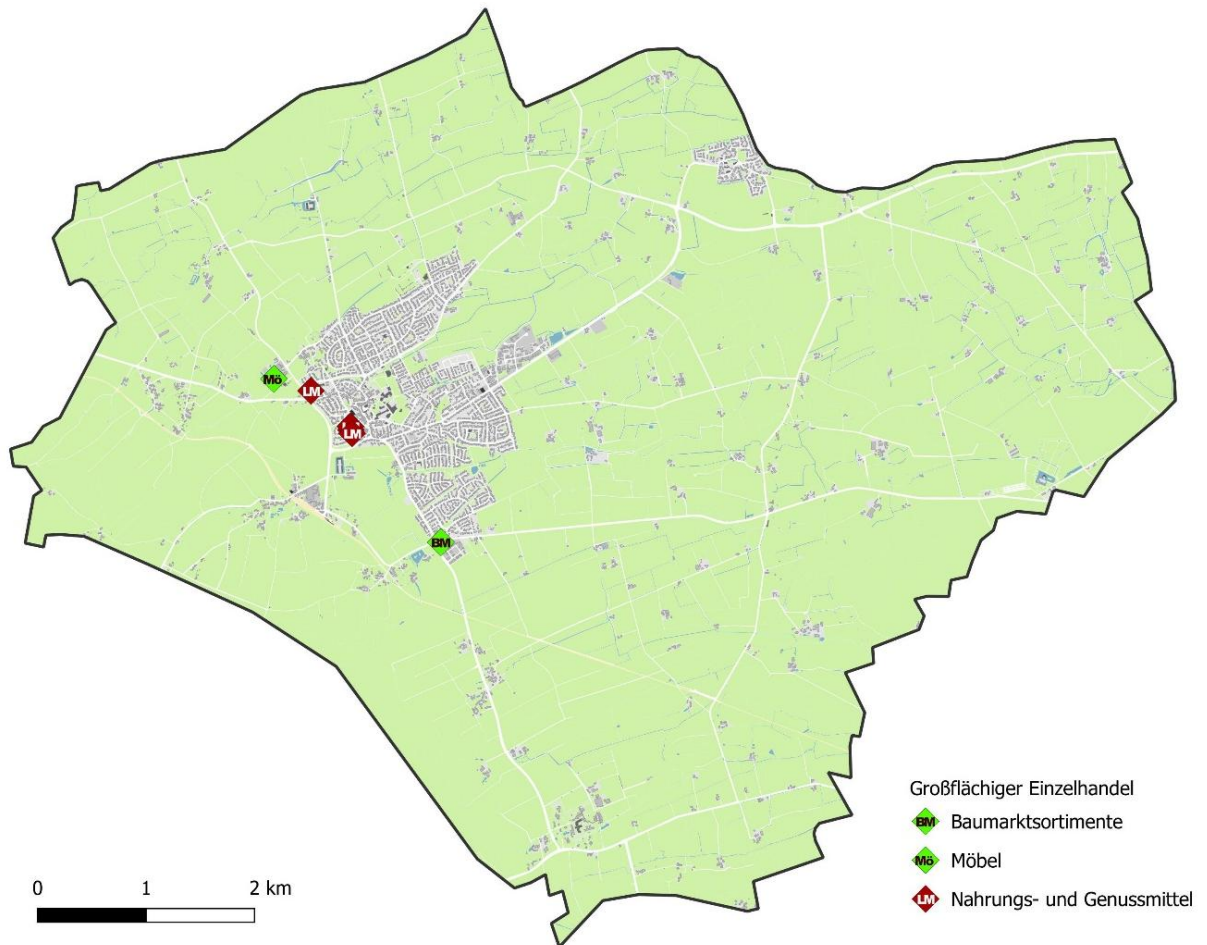
6.3 Großflächiger Einzelhandel

Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u. a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m².³¹

Zum Zeitpunkt der Erhebung existierten in Havixbeck **6** großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rund **6.350 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund 8 % aller Anbieter darstellen, vereinen sie rund 44 % der Gesamtverkaufsfläche der Gemeinde Havixbeck. Die sortimentspezifischen Schwerpunkte liegen, entsprechend den verkaufsflächenintensiven Betriebsformen, in den Warengruppen Möbel und der Baumarkt- und Gartenmarktsortimente sowie aufgrund der natürlich hohen Nachfrage in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Die größten Anbieter in Havixbeck sind die Anbieter Form exclusiv mit rund 1.500 m², K+K mit rund 1.150 m² sowie Lidl mit rund 1.000 m² Verkaufsfläche. Neben dem Hauptgeschäftsbereich zeigen sich keine weiteren räumliche Konzentrationen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Die weiteren großflächigen Einzelhandelsbetriebe können entlang der Landesstraße L550 in städtebaulich integrierter und nicht-integrierter Lage verortet werden.

31 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: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 5: Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche) im Havixbecker Gemeindegebiet



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 05 – 06/2024; ALKIS NRW 2024

6.4 Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte

Die **Standortstruktur** des Einzelhandels in Havixbeck ist durch mehrere **räumliche Angebotsschwerpunkte** geprägt, die sich durch das Vorhandensein mehrerer räumlich konzentrierter Einzelhandelsbetriebe kennzeichnen. Dazu zählen insbesondere der zentrale Versorgungsbereich gemäß EHK 2009³²:

- Hauptzentrum Havixbeck
- Nahversorgungszentrum Havixbeck

Ergänzend treten zwei Sonderstandorte hinzu:

- Fachmarktstandort „Hohenholter Straße“
- Fachmarktstandort „Lasbeck“

Detailliertere Aussagen zu den Havixbecker Angebotsschwerpunkten finden sich in den folgenden Unterkapiteln:

6.4.1 Hauptzentrum Havixbeck

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Havixbeck (vgl. zur Abgrenzung Karte 6) umfasst gemäß der Abgrenzung des Einzelhandelskonzepts von 2009 im Wesentlichen den historischen Ortskern Havixbecks, der im Norden durch die Bergstraße bzw. die Hauptstraße sowie im Westen durch die Blickallee begrenzt wird. Im Osten bilden Bellegarde-Platz und Geschwister-Scholl-Straße die Grenze des zentralen Versorgungsbereichs Havixbeck. Im Süden geht die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs bis hin zur Josef-Heydt-Straße.

Das Hauptzentrum ist durch eine Mischung unterschiedlicher Nutzungen geprägt, die sich vor allem entlang der Hauptstraße sowie der Altenberger Straße konzentrieren. Die Hauptstraße ist als Fußgängerzone angelegt. Das Einzelhandelsangebot besteht aus einem Mix aus Filialbetrieben (u.a. Rossmann, Kodi und Ernsting's family) und inhabergeführten Geschäften (u.a. Radkult, Fräulein Wunder und Bücher Janning). Neben Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten befinden sich im Hauptzentrum Havixbeck auch zentrale öffentliche Einrichtungen wie das Rathaus. Ergänzt werden diese Funktionen durch Wohnnutzungen: Insbesondere in den Randbereichen befindet sich eine Vielzahl an Ein- und Zweifamilienhäusern. Die bauliche Substanz im Hauptzentrum ist insgesamt in einem guten Erhaltungsstand. Besonders stadtbildprägend sind die Arkadengänge entlang der Altenberger Straße, die der Straße einen eigenen Charakter verleihen. Die Aufenthaltsqualität wird jedoch durch Parkflächen vor den Gebäuden reduziert. Zudem gibt es einige Fachwerkhäuser und Sandsteinbauten, die das städtebauliche Erscheinungsbild positiv beeinflussen.

³² BBE Handelsberatung (2009): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck. Münster.

Die Hapterschließung des Hauptzentrums Havixbeck für den motorisierten Individualverkehr (MIV) erfolgt über die Blickallee. Kostenlose Parkmöglichkeiten befinden sich entlang der Straßen im gesamten Ortskern.

Karte 6: Abgrenzung des Hauptzentrums Havixbeck gemäß EHK 2009



- | | | |
|---|--|---|
| Abgrenzungen | Bedarf | Sonstige Nutzungen |
| Zentraler Versorgungsbereich 2009 | ■ kurzfristige Bedarfsstufe | ● Dienstleistung & Handwerk |
| Leerstände | ■ mittelfristige Bedarfsstufe | ● Gastgewerbe |
| Leerstände | ■ langfristige Bedarfsstufe | ● Kunst, Kultur, Bildung |
| Großflächiger Einzelhandel | Größenklassen | ● Öffentliche Einrichtung |
| LM Nahrungs- und Genussmittel | < 100 m ² Gesamtverkaufsfläche | ● Sonstiges |
| | 100-399 m ² Gesamtverkaufsfläche | Größenklassen |
| | 400-800 m ² Gesamtverkaufsfläche | 1 sonst. Nutzung |
| | | 2-4 sonst. Nutzungen |

Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024

Tabelle 7: Einzelhandelsangebot in dem Hauptzentrum Havixbeck nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	350	10,6	5
Blumen (Indoor)/Zoo	200	5,3	2
Gesundheit und Körperpflege	650	18,2	4
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	100	3,3	1
überwiegend kurzfristiger Bedarf	1.300	37,4	12
Bekleidung/Textilien	450	13,5	6
Schuhe/Lederwaren	100	2,4	1
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	200	6,2	1
Spielwaren	100	2,4	1
Sport und Freizeit	750	21,6	2
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.600	46,0	11
Wohneinrichtung	100	2,4	1
Möbel	< 50	0,3	-
Elektro/Leuchten	50	1,3	-
Elektronik/Multimedia	150	4,1	2
medizinische und orthopädische Artikel	200	6,1	4
Uhren/Schmuck	50	1,4	1
Baumarktsortimente	< 50	0,6	-
Gartenmarktsortimente	< 50	0,4	-
überwiegend langfristiger Bedarf	550	16,6	8
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	3.450	100,0	31

Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen/Abbildungen sind rundungsbedingt

* Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzept der Gemeinde Havixbeck 2009 berücksichtigt

- Das Einzelhandelsangebot in dem Hauptzentrum Havixbeck umfasst **31 Betriebe** mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **3.450 m²**. Schwerpunkte des Einzelhandelsangebots sind in den kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufen vorzufinden.
- Innerhalb der **kurzfristigen Bedarfsstufe** ist die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege mit etwa 650 m² Verkaufsfläche am größten. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit rund 350 m² Verkaufsfläche für ein Hauptzentrum unterrepräsentiert. Die geringe Verkaufsfläche ergibt sich daher, dass drei großflächige Lebensmittelbetriebe (Aldi, Edeka und K+K) sich direkt angrenzend an das Hauptzentrum im Nahversorgungszentrum Havixbeck befinden.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist innerhalb der **mittelfristigen Bedarfsstufe** mit rund 750 m² (21,6 % der gesamten Verkaufsfläche) die größte Warengruppe. Dabei ist herauszuheben, dass alle Betriebe mit der Hauptwarengruppe Sport und Freizeit inhabergeführte Angebote darstellen und von den Randsortimenten der Filialisten ergänzt werden.
- Rund 17 % bzw. etwa 550 m² der Gesamtverkaufsfläche verteilt sich auf Warengruppen der **langfristigen Bedarfsstufe**, wobei hier ein Schwerpunkt bei den Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel und Elektronik/Multimedia vorhanden ist.
- Der Hauptzentrum Havixbeck hat drei Leerstände zu verzeichnen, was einer geringen Leerstandsquote von rund 8,8 % entspricht. Die Leerstandssituation ist gemessen an der Verkaufsfläche mit etwa 175 m² Verkaufsfläche (4,9 %) noch weniger besorgniserregend. Das deutet daraufhin das hauptsächlich kleinere Ladenlokale leer stehen. Niedrige Leerstandsquoten begünstigen die Ansiedlung neuer Geschäftsbetriebe.

6.4.2 Nahversorgungszentrum Havixbeck

Das Nahversorgungszentrum befindet sich südwestlich des Hauptzentrums. Der Standort wird durch die Blickallee vom Hauptzentrum getrennt und stellt eine Vielzahl von Parkplätzen bereit. Hier befinden sich drei großflächige Lebensmittelmärkte und zwei Bäckereibetriebe, die eine architektonische Einheit bilden. Nördlich und südlich des Zentrums befinden sich Grünflächen. Im Westen grenzt die Wohnsiedlung Schmitz Kamp an.

Karte 7: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums gemäß EHK 2009



- | | | |
|--|---|--|
| <p>Abgrenzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> Zentraler Versorgungsbereich 2009 <p>Großflächiger Einzelhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> LM Nahrungs- und Genussmittel <p>Bedarf</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ kurzfristige Bedarfsstufe ■ mittelfristige Bedarfsstufe ■ langfristige Bedarfsstufe | <p>Größenklassen</p> <ul style="list-style-type: none"> < 100 m² Gesamtverkaufsfläche 100-399 m² Gesamtverkaufsfläche 400-800 m² Gesamtverkaufsfläche <p>Sonstige Nutzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Dienstleistung & Handwerk ● Gastgewerbe | <p>Größenklassen</p> <ul style="list-style-type: none"> 1 sonst. Nutzung 2-4 sonst. Nutzungen |
|--|---|--|

Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024; Legende siehe Anhang

Tabelle 8: Einzelhandelsangebot in dem Nahversorgungszentrum nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	2550	82,7	5
Blumen (Indoor)/Zoo	50	1,8	0
Gesundheit und Körperpflege	250	7,8	0
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	50	2,2	0
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2950	94,6	5
Bekleidung/Textilien	< 50	0,7	0
Schuhe/Lederwaren	-	-	0
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	100	3,3	0
Spielwaren	< 50	0,4	0
Sport und Freizeit	< 50	0,2	0
überwiegend mittelfristiger Bedarf	150	4,6	0
Wohneinrichtung	-	-	0
Möbel	-	-	0
Elektro/Leuchten	< 50	0,1	0
Elektronik/Multimedia	< 50	0,4	0
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	0
Uhren/Schmuck	-	-	0
Baumarktsortimente	< 50	0,4	0
Gartenmarktsortimente	-	-	0
überwiegend langfristiger Bedarf	50	0,8	0
Sonstiges	-	-	0
Gesamt	3.100	100,0	5

Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen/Abbildungen sind rundungsbedingt

* Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzept der Gemeinde Havixbeck 2009 berücksichtigt

- Das Nahversorgungszentrum Havixbeck mit seinen drei Lebensmittelmärkten und zwei Bäckereien ist hauptsächlich auf Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln (2.550 m² Verkaufsfläche) ausgerichtet. Diese Warengruppe macht rund 82 % der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums aus.
- Das Nahversorgungszentrum hat eine herausragende Bedeutung für die Lebensmittelversorgung in Havixbeck. Rund 51 % des Verkaufsflächenangebots in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert sich auf diesen Standort.
- Das Warenangebot des überwiegend mittelfristigen und langfristigen Bedarfs besteht aus den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte.

6.4.3 Fachmarktstandort Hohenholter Straße

Die Standortagglomeration an der Hohenholter Straße befindet sich östlich des Ortskerns und wird durch die Bahntrasse davon getrennt. In dem Fachmarktstandort sind 7 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.650 m² angesiedelt. Schwerpunkt des Warenangebots sind Nahrungs- und Genussmittel sowie Sport und Freizeit. Es sind keine großflächigen Betriebe angesiedelt.

Karte 8: Abgrenzung des Sonderstandorts Hohenholter Straße



Abgrenzungen	Bedarf	Größenklassen
 Sonderstandort 2009	■ kurzfristige Bedarfsstufe	 < 100 m ² Gesamtverkaufsfläche
Leerstände	■ mittelfristige Bedarfsstufe	 100-399 m ² Gesamtverkaufsfläche
✕ Leerstände	■ langfristige Bedarfsstufe	 400-800 m ² Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Junker+Kruse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024

- Im aktuellen Regionalplan Münsterland wird der Großteil der Fläche des Fachmarktstandorts als „Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen“ (GIB) dargestellt. Ausgenommen der Teilbereich westlich der Straße Hangwerfeld, der als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesen wird. Diese GIB-Flächen sind regionalplanerisch

für gewerbliche und industrielle Nutzungen³³ und nicht für den Einzelhandel, der über den Bestandsschutz hinausgeht, reserviert. Kern- und Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen gemäß Ziel 6.5.1 LEP NRW nur im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesen werden.

- Deshalb wird der Fachmarktstandort Hohenholter Straße nicht als Sonderstandort fortgeführt.
- Der Lebensmittelmarkt Netto wird als Nahversorgungsstandort eingestuft.

³³ Vorranggebiet – ohne Eignungs-/Ausschlusswirkung (Ziel der Raumordnung)

6.4.4 Fachmarktstandort Lasbeck

Die Standortagglomeration Lasbeck befindet sich südwestlich des zusammenhängenden Siedlungsbereichs der Gemeinde Havixbeck, südwestlich des Haus Havixbeck. Hier befinden sich 2 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 400 m². Der Sonderstandort ist durch diese Lage autokundenorientiert. Schwerpunkt des Warenangebots sind Möbel.

Karte 9: Abgrenzung des Sonderstandorts Lasbeck



Abgrenzungen 2009	Bedarf	Größenklassen
 Sonderstandort 2009	■ kurzfristige Bedarfsstufe	 < 100 m ² Gesamtverkaufsfläche
	■ mittelfristige Bedarfsstufe	 100-399 m ² Gesamtverkaufsfläche
	■ langfristige Bedarfsstufe	 400-800 m ² Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024

6.5 Nahversorgungssituation

Einen besonderen Stellenwert in der Einzelhandelsstruktur nehmen die im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge bedeutenden Nahversorgungsbetriebe, auch in solitären Lagen, ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang **die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, **die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden (sollen)**.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Papier/Bücher/Schreibwaren, Zeitschriften/Zeitungen sowie Blumen/Zoologische Artikel gezählt. Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch vereinzelte kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote.

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) Aspekte unerlässlich.

In der Gemeinde Havixbeck bestehen zum Erhebungszeitpunkt 23 Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Die Verkaufsfläche in dieser Warengruppe beläuft sich auf rund 5.000 m².

Eine rein **quantitative Einordnung** geschieht über die Betrachtung der Ausstattung an Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Der gesamtstädtische Durchschnitt der Verkaufsfächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt bei rund 0,41 m²/Einwohner. Dieser rangiert innerhalb der bundesdurchschnittlichen Spannweite von 0,40 – 0,45 m² Lebensmittelverkaufsfläche/Einwohner. Im Rahmen einer ersten gesamtstädtischen Einschätzung ist eine überdurchschnittliche quantitative Ausstattung festzustellen, die im Weiteren und unter strukturellen und räumlichen Gesichtspunkten zu untersuchen ist.

Im Hinblick auf die Bewertung **struktureller Aspekte der Grundversorgung** werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

Tabelle 9: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff	Erläuterung
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche i. d. R. mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> , Standort häufig in städtebaulich nicht-integrierter Lage, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Kaufland).
Verbrauchermarkt	Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 m ² und 5.000 m ² , das ein breites und tiefes Angebot im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel bereithält.
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche i. d. R. zwischen 800 m ² und 1.500 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren anbietet. Der Non-Food-Anteil liegt nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Neben den typischen Lebensmittelvollsortimentern sind in diesem Bereich auch spezialisierte Formen, z. B. Biomärkte oder ausländische Anbieter, vertreten.
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.

Quelle: Zusammenstellung Junker + Kruse

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, überwiegend Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m² Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, überwiegend Selbstbedienung), Fach- und Spezialgeschäfte (z. B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können kleinflächige Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Sie unterliegen nicht den bauplanerischen Steuerungsmöglichkeiten i. S. v. § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel).

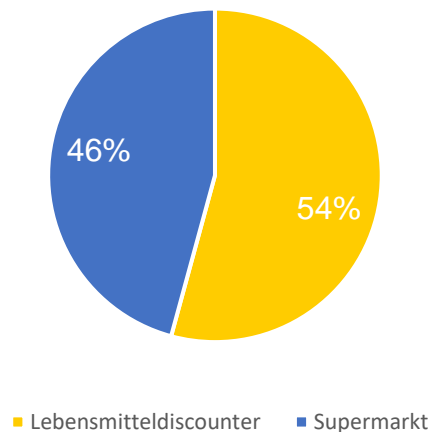
Auf den strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandel entfallen rund 22 % bzw. 5 Betriebe der Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Rund 78 % bzw. 18 Betriebe gehören der Kategorie sonstiger Lebensmitteleinzelhandel, u. a. mit Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Lebensmittelgeschäften und -läden sowie Tankstellenshops und Kiosken, an.

Der gesamtstädtische Betriebstypenmix der strukturprägenden Betriebe mit dem Kernsortiment an Nahrungs- und Genussmitteln in der Gemeinde Havixbeck ist in Abbildung 8

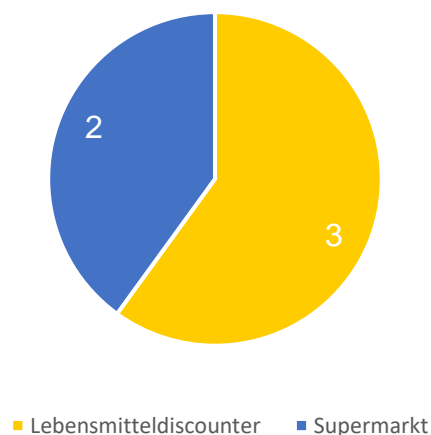
unter Berücksichtigung der Kriterien Anzahl der Betriebe sowie Gesamtverkaufsflächen der Betriebe dargestellt. Bezogen auf die Verkaufsfläche treten die Lebensmitteldiscounter mit einem Anteil von rund 54 % etwas hervor. Demgegenüber nimmt der Betriebstyp Supermarkt mit einem Wert von 46 % leicht untergeordnete Anteile am Betriebstypenmix ein. Es herrscht somit eine leichte Dominanz der Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 8: Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebstypen

Gesamtverkaufsfläche



Anzahl



Quelle: Junker + Kruse auf Basis der Bestandsdaten gemäß Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, 05 – 06/2024

Neben der quantitativen Analyse ist die Qualität des Angebots ein wichtiger Aspekt zur Beurteilung der wohnstandortnahen Grundversorgung. Hierzu zählen der **Betriebstypenmix** einerseits und die **fußläufige Erreichbarkeit** der Anbieter andererseits. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 Metern als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine

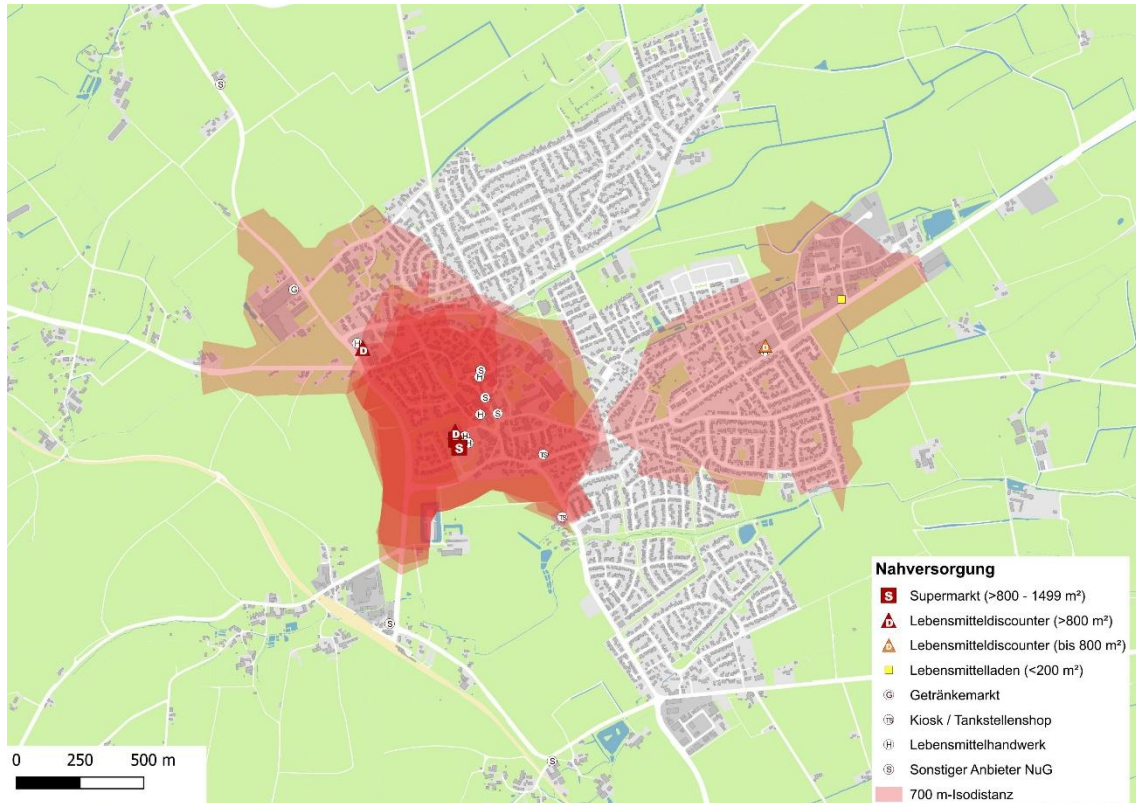
kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen. Dieser Radius ist eine allgemein anerkannte, zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten anzusetzende, Entfernung. Letztendlich ist allerdings – gerade mit Blick auf das Ziel, eine möglichst gute Versorgung auch für ältere und immobile Bevölkerungsgruppen bereitzustellen – ein Fußweg von einem Kilometer das äußerste Maximum einer realistischen Zeit-Weg-Schwelle. Es ist davon auszugehen, dass nur noch ein sehr geringer Anteil der potenziellen fußläufigen Kunden diesen Weg in Anspruch nehmen wird und (teilweise) kann.

In der folgenden Darstellung (Karte 10) wurde daher für die dargestellten Lebensmittelanbieter ein Wert von rd. 700 Metern zugrunde gelegt. Darüber hinaus wird in der kartographischen Darstellung nach unterschiedlichen Betriebstypen differenziert, wobei eine Mindestgröße von ca. 400 m² zugrunde gelegt wurde. Es ist deutlich darauf hinzuweisen, dass in der schematischen Kartendarstellung alle Lebensmittelanbieter – inklusive der städtebaulich nicht-integrierten Betriebe – mit entsprechenden Radien unabhängig von der tatsächlichen Qualität ihrer fußläufigen Erreichbarkeit dargestellt sind.

Die grafische Darstellung verdeutlicht, dass eine weitreichende, flächendeckende Versorgung mit Lebensmittelmärkten gegeben ist. In einigen Bereichen in Havixbeck lassen sich mehrfache Überlappungen der Isodistanzen feststellen, die regelmäßig auch im Zusammenhang mit einem hohen quantitativen Angebot stehen. Räumliche Versorgungsdefizite ergeben sich im Rahmen einer ersten Einschätzung vornehmlich in den südlichen und nordöstlichen Randlagen des Kernortes sowie im Ortsteil Hohenholte.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind außerdem übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln notwendig. Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung in räumlich unterversorgten Bereichen durch die Ansiedlung zusätzlicher strukturprägender Lebensmittelanbieter ist immer auch zu beachten, dass dabei nur solche Standorte sinnvoll sind, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt. Voraussetzung hierfür ist u. a. eine entsprechende **Mantelbevölkerung** (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) im Nahbereich. Eine differenzierte Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten der Verbesserung der Nahversorgungssituation in der Gemeinde Havixbeck (u. a. Definition von Suchbereichen) erfolgt im Rahmen von Kapitel 7.3.

Karte 10: Strukturprägende (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelbetriebe in Havixbeck mit 700-Meter-Radien



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 05 – 06/2024; ALKIS NRW 2024

6.6 Analyse der Nachfrageseite

Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Havixbeck speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche primärstatistische und sekundärstatistische Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Havixbecker Einzelhandels ermöglichen. Wesentliche Aspekte bei der Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrageseite sind auf der einen Seite das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial sowie auf der anderen Seite Einzelhandelsumsätze, die in der Zusammenschau Aussagen zur Ausstrahlungskraft und Prosperität des Havixbecker Einzelhandels zulassen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Zur Ermittlung des gesamtstädtischen Volumens wird auf Kennziffern der IFH Köln GmbH zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln. Der Durchschnittswert für die Bundesrepublik Deutschland wird dabei durch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern modifiziert. Sie beschreiben das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zur einzelhandelsrelevanten Einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevanten Kennziffern der IFH Köln GmbH wurden dabei z. T. an die Sortimentsstruktur der erhobenen Bestandsdaten angepasst, so dass sich in der Zusammenfassung einzelner Warenbereiche im Vergleich zu den von den IFH Köln GmbH herausgegebenen Werten zum Teil geringfügige Unterschiede ergeben bzw. auch über den Einzelhandel im engeren Sinne hinaus gehende Sortimente (insbesondere der rezeptpflichtige Teil der Apotheken) herausgenommen wurden.

Anhand der bevölkerungs- und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in der Gemeinde Havixbeck vorhandene **einzelhandelsrelevante stationäre Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel insgesamt und nach Warengruppen** differenziert darstellen (vgl. dazu Tabelle 10).

Tabelle 10: Einzelhandelsrelevantes stationäres Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Havixbeck

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (stationär)		
	Euro pro Kopf	Mio. Euro	Anteil in %
Nahrungs- und Genussmittel	3.132	38,3	46,0
Blumen (Indoor)/Zoo	122	1,5	1,8
Gesundheit und Körperpflege	479	5,9	7,1
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	183	2,2	2,6
überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.916	47,8	57,4
Bekleidung/Textilien	334	4,1	4,9
Schuhe/Lederwaren	92	1,1	1,3
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	114	1,4	1,7
Spielwaren	87	1,1	1,3
Sport und Freizeit	211	2,6	3,1
überwiegend mittelfristiger Bedarf	839	10,2	12,2
Wohneinrichtung	135	1,6	1,9
Möbel	407	5,0	6,0
Elektro/Leuchten	144	1,8	2,2
Elektronik/Multimedia	334	4,1	4,9
medizinische und orthopädische Artikel	92	1,1	1,3
Uhren/Schmuck	73	0,9	1,1
Baumarktsortimente	480	5,9	7,1
Gartenmarktsortimente	118	1,4	1,7
überwiegend langfristiger Bedarf	1.782	21,8	26,2
Sonstiges	283	3,5	4,2
Gesamt	6.820	83,3	100

Quelle: Gemeinde Havixbeck, Einwohnerstatistik. Stand: 31.12.2023; Kaufkräfte: IFH Köln GmbH 2024; Berechnung Junker + Kruse; Abkürzungen siehe Abkürzungsverzeichnis

Umsätze und Zentralität des Havixbecker Einzelhandels

Als weitere Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels können der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Gemeindegebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität herangezogen werden.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelsituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich folgende warengruppenspezifischen Umsätze in Havixbeck (vgl. Tabelle 11). Insgesamt setzte der Havixbecker Einzelhandel im Jahr 2024 rund 55 Mio. Euro um. Unter Berücksichtigung des lokalen stationären Kaufkraftpotenzials in der Gemeinde Havixbeck ergibt

sich entsprechend eine einzelhandelsrelevante Zentralität von 0,66. Der Havixbecker Einzelhandel kann damit sein lokales stationäres Kaufkraftpotenzial nicht vollständig binden und dazu Kaufkraftabflüsse hinnehmen.

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial (stationär) und Zentralität in Havixbeck 2024

Warengruppe	Einzelhandels-relevanter Umsatz	Einzelhandels-relevante Kaufkraft (stationär)	Einzelhandels-relevante Zentralität
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	
Nahrungs- und Genussmittel	29,8	38,3	0,78
Blumen (Indoor)/Zoo	1,0	1,5	0,70
Gesundheit und Körperpflege	6,6	5,9	1,12
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1,4	2,2	0,65
überwiegend kurzfristiger Bedarf	38,8	47,8	0,81
Bekleidung/Textilien	2,5	4,1	0,62
Schuhe/Lederwaren	0,5	1,1	0,40
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	0,9	1,4	0,65
Spielwaren	0,4	1,1	0,36
Sport und Freizeit	3,8	2,6	1,48
überwiegend mittelfristiger Bedarf	8,1	10,2	0,79
Wohneinrichtung	0,4	1,6	0,26
Möbel	2,2	5,0	0,45
Elektro/Leuchten	0,5	1,8	0,28
Elektronik/Multimedia	1,2	4,1	0,31
medizinische und orthopädische Artikel	1,2	1,1	1,05
Uhren/Schmuck	0,5	0,9	0,58
Baumarktsortimente	1,4	5,9	0,24
Gartenmarktsortimente	0,6	1,4	0,43
überwiegend langfristiger Bedarf	8,1	21,8	0,37
Sonstiges	0,0	3,5	0,0
Gesamt	55,0	83,3	0,66

Quelle: IFH Retail Consultants Köln 2024, Einzelhandelserhebung 05 – 06/2024: Berechnung Junker + Kruse.

- Als Grundzentrum übernimmt Havixbeck primär die Aufgabe der Grundversorgung für die eigene Bevölkerung. In diesem hierarchischen System ist ein gewisser Kaufkraftabfluss aus Havixbeck in die übergeordneten Kommunen strukturell bedingt.

6.7 Fazit der aktuellen Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit insgesamt 78 Einzelhandelsbetrieben, die rund 14.500 m² Gesamtverkaufsfläche bereitstellen, präsentiert sich die Gemeinde Havixbeck derzeit mit einer ausreichenden quantitativen Angebotsausstattung für ein Grundzentrum. Havixbeck kommt als Grundzentrum eine Versorgung für die eigene Bevölkerung zu. Umgerechnet auf die rund 12.215 Einwohnerinnen und Einwohner ergibt sich eine Verkaufsflächenausstattung von rund 1,19 m² je Einwohner, die jedoch sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m² pro Einwohner) als auch im Vergleich mit Gemeinden ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion³⁴ (1,8 m² pro Einwohner) einen unterdurchschnittlichen Wert darstellt. Die Gesamtverkaufsfläche und die Verkaufsflächenausstattung sind seit 2008 gesunken.
- Bei den Betrieben ist seit 2008 entsprechend dem allgemeinen Trend ein Rückgang von rund 8 % zu verzeichnen. Jedoch fällt der Rückgang nicht so deutlich wie in vielen anderen Städten aus (in der Regel deutlich über 10 %, vereinzelt sogar über 20 %)
- Mit einer Kaufkraftkennziffer von 104,29 verfügt die Bevölkerung der **Gemeinde Havixbeck** über ein leicht über dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau**. Das einzelhandelsrelevante stationäre Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Havixbeck umfasst 83,3 Mio. Euro. Dem gegenüber steht ein jährlicher Umsatz von rund 55,0 Mio. Euro im Havixbecker Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine Zentralitätskennziffer von 0,66 ergibt. Per Saldo sind demnach Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Städte und Gemeinden nachweisbar.
- Der bedeutendste Angebotsschwerpunkt liegt im Ortskern mit den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Havixbeck und dem angrenzenden Nahversorgungszentrum, die rund 45 % der Gesamtverkaufsfläche ausmachen. Der Ortskern präsentiert sich mit einer gewachsenen städtebaulichen Struktur und einer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungseinrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um einen Standort mit Angebotsschwerpunkten im kurzfristigen Bedarf und hier vor allem in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel. Die Leerstandsquote ist im Ortskern wie auch auf gesamtstädtischer Ebene gering.
- Die Fachmarktstandorte „Hohenholter Straße“ und „Lasbeck“ vereinen auf sich rund 11 % der gesamten Verkaufsfläche Havixbecks. Angebotsschwerpunkte sind neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten der mittelfristige Angebotsbereich der Warengruppe Sport und Freizeit und der langfristige Angebotsbereich der Warengruppe Möbel.
- Die Nahversorgung in Havixbeck ist vielfältig und differenziert, auch wenn Ortschaften abseits des Kernortes über keine eigenständige Nahversorgung verfügen.

³⁴ Junker + Kruse Datenbank – eigene Erhebungen in Grundzentren mit einer Einwohnerzahl von 8.000 – 15.000 im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Havixbecker Einzelhandel mit Blick auf die landesplanerische Versorgungsfunktion als Grundzentrum eine ausreichende Angebotsausstattung aufweist. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung des Einzelhandels im Gemeindegebiet ist festzustellen, dass der Ortskern den quantitativen Angebotsschwerpunkt darstellt und die ausgewiesenen Fachmarktstandorte nur eine untergeordnete Rolle spielen.

7 Konzept für die Einzelhandelsentwicklung der Gemeinde Havixbeck

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den zentralen Versorgungsbereich Havixbeck zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie Ergänzungsstandorte zentrenverträglich (weiter-) zu entwickeln. Das Einzelhandelskonzept der Gemeinde Havixbeck umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 7.1)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.2)
- Einordnung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kapitel 7.2.1)
- Definition von Sonderstandorten (vgl. Kapitel 7.2.2)
- Identifikation und Definition von Nahversorgungsstandorten zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.2.3)
- Sicherung der Nahversorgung (vgl. 7.3)
- Havixbecker Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.4)
- Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 7.5)

7.1 Übergeordnete Ziele

In der Gemeinde Havixbeck soll der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung weiterhin auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Gemeindegebiet Havixbecks konzentriert werden. Eine stringente Steuerung der Gemeinde Havixbeck innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktional gegliederten (Weiter-) Entwicklung des Einzelhandels.

Grundsätzlich ist nach der Grundlagenanalyse festzuhalten, dass die bisherigen Zielvorstellungen weitgehend auch weiterhin Bestand haben und somit die bisherige Planungspraxis weitergeführt wird. Ein besonderer Fokus wurde – insbesondere auch vor dem Hintergrund rechtlicher Anforderungen an zentrale Versorgungsbereiche – auf die künftige Zentren- und Nahversorgungsstruktur und die damit verbundenen Handlungs- und Steuerungsempfehlungen gelegt.

Vorangeschickt sei an dieser Stelle, dass es bei der Einzelhandelsentwicklung und -steuerung im Rahmen der Stadtplanung darum geht, städtebaulich sinnvolle Standorte zu

sichern und zu stärken. Dadurch wird der Wettbewerb nicht verhindert, sondern allenfalls an diese Standorte gelenkt.

Folgende übergeordnete Ziele sind der künftigen Einzelhandelsentwicklung gemäß Einzelhandelskonzept in Havixbeck zugrunde zu legen:

1. Sicherung und - wo erforderlich - Ausbau Stärkung der landesplanerischen Funktion der Gemeinde Havixbeck als Grundzentrum

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentral-örtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Grundzentrum übernimmt die Gemeinde Havixbeck somit den Versorgungsauftrag für den allgemeinen täglichen Grundbedarf der in Havixbeck lebenden Bevölkerung. Damit ist ein zeitgemäßes Angebot an Einrichtungen und Angeboten verbunden, das in einer angemessenen Entfernung erreichbar ist.

Eine Entwicklung von Standorten mit Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten außerhalb der stadtentwicklungsplanerisch definierten Versorgungsstandorte (insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgungsstandorte) können eine Angebotsverschiebung vor allem in Richtung städtebaulich nicht integrierter Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Havixbeck sollte es daher sein, einer solchen drohenden räumlichen „Schieflage“ zu begegnen und gleichwohl die grundzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch weiterzuentwickeln. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf den Ortskern als „Aushängeschild“ der Gemeinde sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung der Sonderstandorte.

2. Sicherung und Stärkung der Versorgungsstruktur des Ortskerns der Gemeinde Havixbeck

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die Quantität des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Havixbeck auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken, das der Versorgungsfunktion der Gemeinde Havixbeck als Grundzentrum innerhalb der Region gerecht wird. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Einzelhandelsentwicklung in die einzelnen, sich räumlich-funktional ergänzenden Standortbereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt dem Havixbecker Ortskern eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu.

3. Sicherung und – wo möglich – Ausbau des attraktiven Ortskerns (Innenstadt Havixbeck)

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Havixbecker Ortskern stellt historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich den wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Gemeinde

Havixbeck dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität des Ortskerns.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den zentralen Versorgungsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt als einziger zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Havixbeck oberste Priorität. Darüber hinaus sind weitere Qualifizierungen des Angebots durch Ergänzungen der Sortimentsstruktur und Betriebsformen bzw. -größen anzustreben. Die Ansiedlung weiterer Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten kann zur Verbesserung des Angebotes und zur Attraktivitätssteigerung im zentralen Versorgungsbereich Havixbeck beitragen. Auch die Verlagerung einzelner Betriebe von bestehenden Standorten sollte verstärkt in solche Überlegungen einbezogen werden.

4. Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Havixbeck

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Havixbeck auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken.

Darüber hinaus ist es von entscheidender Bedeutung, das Ortsbild von Havixbeck zu fördern und attraktiv zu gestalten. Dies umfasst die Schaffung ansprechender und einladender öffentlicher Räume, die Integration von Grünflächen sowie die Berücksichtigung architektonischer Gestaltungselemente, die das historische und kulturelle Erbe der Gemeinde widerspiegeln. Ein attraktives Ortsbild trägt nicht nur zur Identität von Havixbeck bei, sondern zieht auch Besucher an und unterstützt die lokale Wirtschaft, indem es ein angenehmes Einkaufserlebnis schafft.

5. Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs prägen die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels die Standortstruktur in Havixbeck. Auf der einen Seite stellen Standorte mit (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte) im Rahmen der arbeitsteiligen Standortstruktur eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Nahversorgungsstandorten dar. Auf der anderen Seite stehen jene Standorte mit großflächigen Anbietern nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Sortimente außerhalb zentraler oder städtebaulich integrierter Lagen in einem ausgeprägten Wettbewerb zu den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten, welcher vor allem auch durch die Dimension des jeweiligen Angebotes und der damit verbundenen Ausstrahlung (Kaufkraftabschöpfung deutlich über den Nahbereich hinaus) geprägt wird.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung gelten diese Standorte (auch zukünftig) als Standorte, die in Ergänzung des vorhandenen zentralen Versorgungsbereichs gesichert und ggf. weiterentwickelt werden können. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe³⁵ angestrebt werden muss.

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

6. Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mithilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, d. h. dem Handwerk sowie produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

7. Digitalisierung im stationären Einzelhandel/zentrenaffine Nutzungen unterstützen

Die weiter zunehmende Bedeutung des Onlinehandels stellt für den stationären Einzelhandel in Havixbeck wie auch in anderen Städten und Gemeinden eine besondere Herausforderung dar. Dabei ist insbesondere für den inhabergeführten, kleinteiligen Einzelhandel festzustellen, dass digitale Veränderungen und innovative Geschäftsmodelle – nicht zuletzt aufgrund zeitlicher, personeller oder finanzieller Prämissen – nur zögernd, durch einige wenige Händler umgesetzt werden (können). Der stationäre Einzelhandel, vor allem auch im Ortskern, ist vor diesem Hintergrund dazu aufgefordert, die Digitalisierung zur Positionierung im Wettbewerb mit dem Onlinehandel zu nutzen. Kunden möchten sich heute zunehmend vor dem Kauf (online oder stationär) im Netz über Standorte, Anbieter sowie auch über verfügbare Sortimente oder Warenverfügbarkeit informieren. Dies geschieht vor allem auch über mobile Geräte (Smartphones, Tablets). Dabei ist es von besonderer Bedeutung, dass ein Geschäft im Netz auffindbar ist, über eine eigene Webseite verfügt, die Präsenz in sozialen Netzwerken (z. B. Instagram oder Facebook), elektronische Verzeichnisse (z. B. Telefonbuch), Plattformen (z. B. Mein Prospekt oder KaufDA) oder Dienste wie Google Business Profile, wo neben der Auffindbarkeit in Google Maps auch spezifische Firmendaten (z. B. Webseite, Öffnungszeiten, Kontaktdaten) hinterlegt werden können, nutzt. Gestützt durch die Nutzung der Möglichkeiten der Digitalisierung können

³⁵ Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11(3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in das Ortskern von Havixbeck bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

einzelne Händler ihre Kundenbindung, Kundenbetreuung und Serviceleistungen weiterentwickeln. Gemeinsame Aktionen (z. B. Bonusprogramme, freies WLAN, Veranstaltungen) einzelner Akteure (u. a. Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomen, Kulturschaffende) sollen dazu beitragen, diese im Sinne einer digitalen Einkaufsstadt weiterhin attraktiv und zukunftsfähig zu entwickeln.

8. Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzuzielnden Einzelhandel

Im Rahmen der Diskussion über neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Gemeinde ist es entscheidend, bestehende Einzelhandelsbetriebe angemessen in die Planungen einzubeziehen, da sie maßgeblich die Attraktivität und die Anziehungskraft eines Einkaufsstandortes mitbestimmen. Die Berücksichtigung dieser Strukturen ist wichtig für die Bestandspflege und zukünftige Planungen.

Um Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzuzielnden Einzelhandel zu gewährleisten, müssen die Rahmenbedingungen, die z. T. von der Gemeinde geschaffen werden, stabil und wettbewerbsneutral sein. Investitionen werden wahrscheinlicher, wenn politische Risiken, wie „ungerechtfertigte Wettbewerbsvorteile“, vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor „ruinösem Wettbewerb“ (mit entsprechenden städtebaulichen Auswirkungen) geschützt werden sollen.

Eng mit diesem Ziel verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z. B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

9. Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere kompakte Hauptzentren mit kurzen Wegen sind hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Einzelhandelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Eine Öffnung neuer (im Allgemeinen autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen aufgrund einer Verschärfung des Wettbewerbes. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

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

7.2 Standortstruktur

Die Einzelhandelsstandorte in Havixbeck wurden aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten überprüft, bewertet und in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet. Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil haben die vorhandenen Nutzungen, insbesondere im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und ergänzende gastronomische und Dienstleistungsangebote (Multifunktionalität) sowie künftige Entwicklungsmöglichkeiten. Zu den zu berücksichtigenden städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen zählen vor allem die Stärkung und der Schutz des zentralen Versorgungsbereichs und die Stärkung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Abbildung 9: Standortstrukturmodell

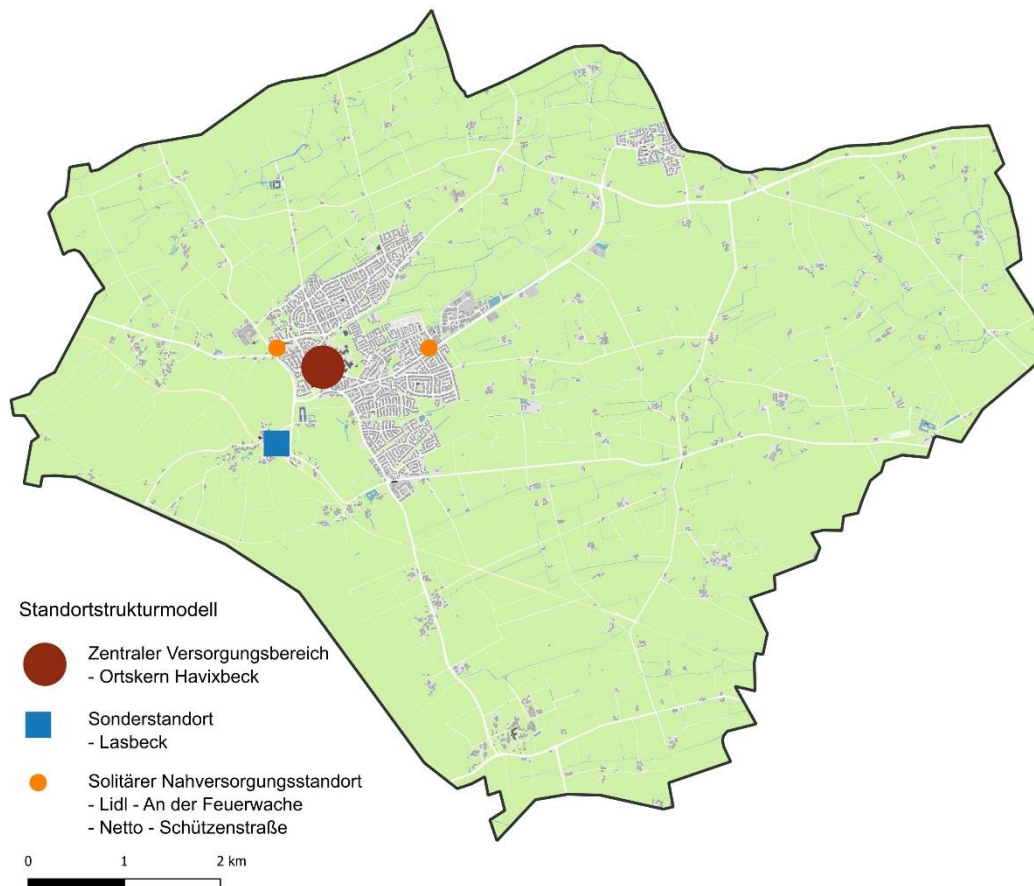


Quelle: Darstellung Junker + Kruse

Drei Kategorien stellen die wesentlichen Bestandteile der Havixbecker Standortstruktur dar: die zentralen Versorgungsbereiche, die Sonderstandorte/Ergänzungsstandorte und die solitären Nahversorgungsstandorte (vgl. dazu Abbildung 9). Der zentrale Versorgungsbereich besteht aus dem Ortskern Havixbeck. Bei den übrigen Standorten sind die Standorte des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, die der Gewährleistung der Nahversorgung dienen und die Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) zu unterscheiden.

Die räumliche Verteilung der prägenden Standorte in der Gemeinde Havixbeck wird in der folgenden Karte 11 abgebildet. Anschließend werden die einzelnen Standorttypen erläutert.

Karte 11: Standortstruktur Havixbeck 2025



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; ALKIS NRW 2024

7.2.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Einordnung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in der Gemeinde Havixbeck folgt definierten Kriterien, welche zunächst erläutert werden. Der zentrale Versorgungsbereich wird in diesem Kapitel mitsamt Zentrenabgrenzungen abgebildet.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage

für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Havixbeck dar. Den zentralen Versorgungsbereichen kommt dabei auch vor dem Hintergrund der Gesetzgebung und Rechtsprechung eine besondere Bedeutung zu. Sie nehmen durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine hervorzuhebende Stellung als schützenswerte Bereiche ein.

Unter zentralen Versorgungsbereichen sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Dabei kann es innerhalb einer Kommune mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch Nahversorgungszentren können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten und gegebenenfalls auch teilweise mit zentrenrelevanten Sortimenten versorgen. Erforderlich ist dabei, dass Grund- und Nahversorgungszentren eine Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus einnehmen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.

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

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

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

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

Die **Abgrenzung** sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Havixbeck dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung

des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/Entwicklung des Havixbecker Ortskerns sowie die Sicherung einer möglichst flächen-deckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Havixbeck sind als zentraler Versorgungsbereich jener Bereich im Gemeindegebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem (ihrer Versorgungsbedeutung entsprechenden) breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in erster Linie das Ortskern Havixbeck.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs sind:

Funktionale Kriterien

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

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

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

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

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Havixbecker Sortimentsliste; siehe Kapitel 7.4) unabdingbar.

Ortskern Havixbeck

Der Ortskern ist sowohl quantitativ als auch unter qualitativen und städtebaulichen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsschwerpunkt der Gemeinde. Er stellt unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten einen schützenswerten zentralen Versorgungsbe-
 reich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Ortskern Havixbeck, wie in nachfolgender Karte 12 (durch das Polygon mit roter Umrandung, während die Abgrenzung des EHK 2009 als gestrichelte pinkle Linie dargestellt ist) markiert.

Karte 12: Abgrenzung der Ortskerns Havixbeck (zentraler Versorgungsbereich)



Abgrenzungen	Bedarf	Sonstige Nutzungen
<ul style="list-style-type: none"> Zentraler Versorgungsbereich 2024 Zentraler Versorgungsbereich 2009 	<ul style="list-style-type: none"> kurzfristige Bedarfsstufe mittelfristige Bedarfsstufe langfristige Bedarfsstufe 	<ul style="list-style-type: none"> ● Dienstleistung & Handwerk ● Gastgewerbe ● Kunst, Kultur, Bildung ● Öffentliche Einrichtung ● Sonstiges
<ul style="list-style-type: none"> Leerstände Großflächiger Einzelhandel LM Nahrungs- und Genussmittel 	<ul style="list-style-type: none"> < 100 m² Gesamtverkaufsfläche 100-399 m² Gesamtverkaufsfläche 400-800 m² Gesamtverkaufsfläche 	<ul style="list-style-type: none"> 1 sonst. Nutzung 2-4 sonst. Nutzungen

Quelle: Junker + Kruse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: ALKIS NRW 2024;

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs ist im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie ergänzender zentrenprägender Einrichtungen (wie Dienstleistung und Gastronomie) geprägt. Der aktuelle Bestand ist im Hinblick

auf eine zukünftige Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Havixbeck überprüft worden. Seit dem EHK 2009 haben sich Veränderungen ergeben, welche zu einer veränderten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs führen.

Die bedeutendste Veränderung ist die **Zusammenführung des Hauptzentrums und Nahversorgungszentrums** zu einem zentralen Versorgungsbereich. Die Lebensmittelmärkte des ehemaligen Nahversorgungszentrums befinden sich in unmittelbarer Nähe zum (ehemaligen) Hauptzentrum. Eine direkte fußläufige Verbindung zum Kern des (ehemaligen) Hauptzentrums wird über die westliche Hauptstraße gewährleistet. Entlang dieser Achse besteht zudem ein signifikanter Einzelhandelsbesatz, der die Wegeverbindung funktional stärkt und zur Attraktivität der Fußgängerzone beiträgt. Die räumliche Verknüpfung wird durch einen Fußgängerübergang mit Zebrastreifen über die Blickstraße weiter gefestigt. Die gezielte Zusammenführung des ehemaligen Nahversorgungszentrums mit dem Hauptzentrum zu dem Ortskern (als einen zentralen Versorgungsbereich) stellt einen zentralen Aspekt dar, um die Nahversorgung funktional in das bestehende Zentrum zu integrieren.

Zusätzlich haben sich folgende Bereiche gegenüber der alten Abgrenzung verändert. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Einkürzungen der Randlagen anhand der Flurstücksgrenzen:

- im nördlichen Bereich entlang der Altenberger Straße und Potthoff
- im südlichen Bereich mit der Baumbergerstraße und der unteren Hauptstraße
- im östlichen Bereich entlang der Geschwister-Scholl-Straße und Bellegarde-Platz

Die Verkleinerungen erfolgten einerseits aufgrund des Einzelhandelsangebots, das in diesem Bereich zu lückenhaft ist, zu oft durch Leerstände unterbrochen wird. Zum anderen wird der zentrale Versorgungsbereich gestrafft und kompakter gestaltet.

Diese Umgestaltungen tragen einer notwendigen Aktualisierung des zentralen Versorgungsbereichs Rechnung. Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereichs Ortskern Havixbeck liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität des Ortskerns ist es auch zukünftig ratsam, die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Geschäftsbereichs zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Durch die neue Abgrenzung der Innenstadt Havixbecks ergibt sich ein Einzelhandelsbestand von rund 6.550 m² Verkaufsfläche bei 36 Betrieben (vgl. Tabelle 12).

Tabelle 12: Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Havixbeck nach Warengruppen (Abgrenzung 2025)

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	2.900	44,8	10
Blumen (Indoor)/Zoo	250	3,6	2
Gesundheit und Körperpflege	850	13,3	4
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	200	2,8	1
überwiegend kurzfristiger Bedarf	4.200	64,5	17
Bekleidung/Textilien	500	7,4	6
Schuhe/Lederwaren	100	1,3	1
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	300	4,8	1
Spielwaren	100	1,4	1
Sport und Freizeit	750	11,4	2
überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.700	26,4	11
Wohneinrichtung	100	1,3	1
Möbel	<50	0,2	-
Elektro/Leuchten	<50	0,7	-
Elektronik/Multimedia	150	2,3	2
medizinische und orthopädische Artikel	200	3,2	4
Uhren/Schmuck	<50	0,7	1
Baumarktsortimente	<50	0,5	-
Gartenmarktsortimente	<50	0,2	-
überwiegend langfristiger Bedarf	600	9,1	8
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	6.550	100	36

Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen/Abbildungen sind rundungsbedingt

7.2.2 Sonderstandorte

Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels dienen i. S. d. Zielkonzeption (Standortstrukturmodell) der Unterbringung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Sie ergänzen mit ihrem Angebot funktional die zentralen Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgungsstruktur. Der Standorttyp des Sonderstandorts des großflächigen Einzelhandels zeichnet sich insbesondere durch folgende Merkmale aus:

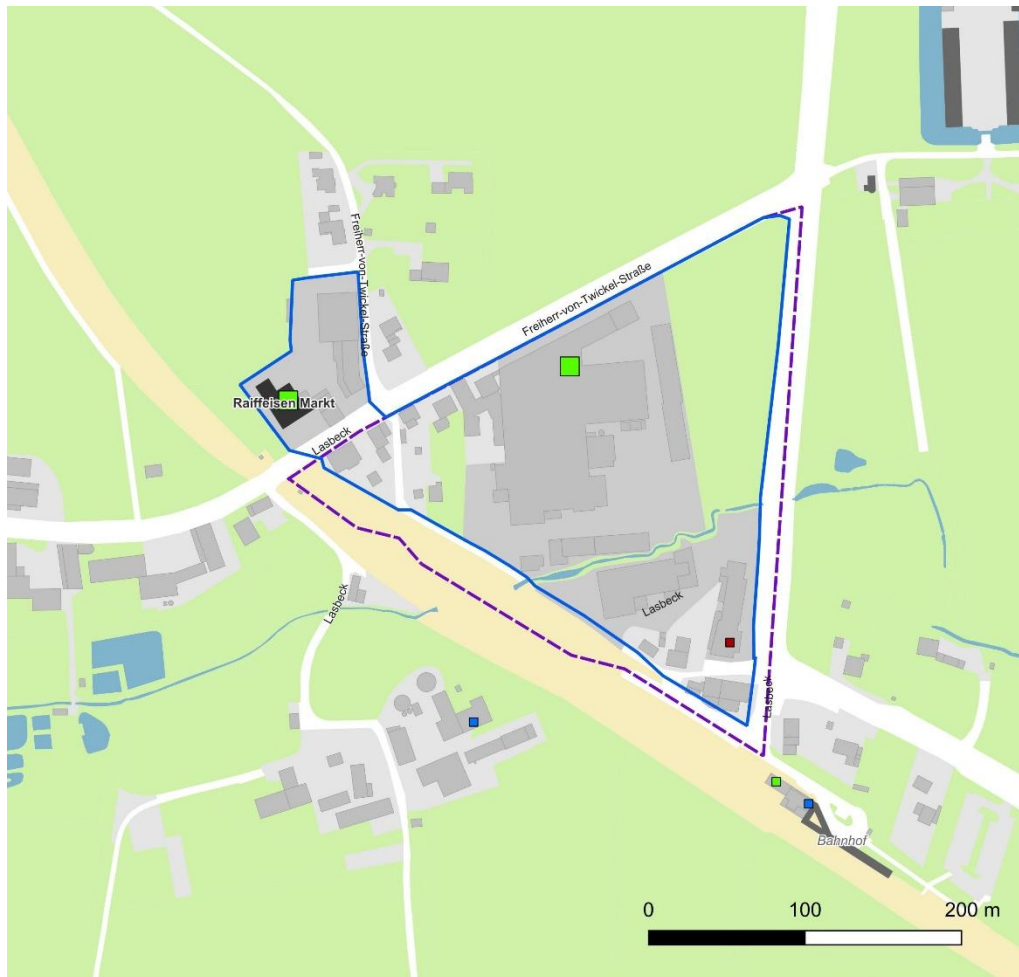
- städtebaulich nicht-integrierte Lage,
- gesamtstädtische(s) und z. T. überörtliche(s) Einzugsgebiet(e)/Versorgungsbedeutung,

- Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen,
- vereinzelt Mehrfachbesatz von Anbietern der gleichen Warengruppe,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur sehr geringes Dienstleistungsangebot.

Sonderstandort Lasbeck

Der Sonderstandort Lasbeck in Havixbeck verfügt über einen Raiffeisenmarkt mit rund 800 m² Verkaufsfläche, ein Möbelgeschäft mit rund 400 m² Verkaufsfläche und einen kleinflächigen Getränkemarkt. Gegenüber der Abgrenzung von 2009 wurde der Raiffeisenmarkt aufgenommen. Zusätzlich wurde der Sonderstandort sich an Flurstückgrenzen orientierend im westlichen und östlichen Bereich enger gefasst.

Karte 13: Abgrenzung des Sonderstandorts Lasbeck



Abgrenzungen	Bedarf	Größenklassen
 Sonderstandort 2024	■ kurzfristige Bedarfsstufe	 < 100 m ² Gesamtverkaufsfläche
 Sonderstandort 2009	■ mittelfristige Bedarfsstufe	 100-399 m ² Gesamtverkaufsfläche
	■ langfristige Bedarfsstufe	 400-800 m ² Gesamtverkaufsfläche

Quelle: Junker+Krusse, Einzelhandelserhebung 05-06/2024; Kartengrundlage: AIKIS NRW 2024

Das Einzelhandelsangebot nach Warengruppen des Sonderstandorts Lasbeck ist Tabelle 13 zu entnehmen.

Tabelle 13: Einzelhandelsangebot in dem Sonderstandort Lasbeck nach Warengruppen (Abgrenzung 2025)

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Anzahl der Betriebe
	in m ² (gerundet)	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	100	8,2	1
Blumen (Indoor)/Zoo	200	14,4	
Gesundheit und Körperpflege	-	-	-
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	-	-	-
überwiegend kurzfristiger Bedarf	300	22,6	1
Bekleidung/Textilien	<50	1,6	-
Schuhe/Lederwaren	<50	1,2	-
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	-	-	-
Spielwaren	<50	0,8	-
Sport und Freizeit	<50	2,9	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	100	6,6	-
Wohneinrichtung	0	-	-
Möbel	400	33,6	1
Elektro/Leuchten	-	-	-
Elektronik/Multimedia	-	-	-
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren/Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	-	-
Gartenmarktsortimente	450	37,2	1
überwiegend langfristiger Bedarf	850	70,9	2
Sonstiges	-	-	-
Gesamt	1200	100	3

Quelle: Grundlage Junker + Kruse: Einzelhandelserhebung Havixbeck, Mai bis Juni 2024. Abweichungen zu anderen Tabellen/Abbildungen sind rundungsbedingt

7.2.3 Integrierte (solitäre) Nahversorgungsstandorte

Bei den ergänzenden Standorten des Einzelhandels handelt es sich um nahversorgungsrelevante Anbieter, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde Havixbeck integriert sind und eine Versorgungsbedeutung für die umliegenden Wohngebiete übernehmen, jedoch keinen städtebaulich-funktionalen zentralen Versorgungsbereich ausbilden. In der Gemeinde Havixbeck sind dies die solitären Nahversorgungsstandorte.

Als relevante Kriterien für die Einstufung als solitären Nahversorgungsstandort sind herauszustellen:

- städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche mit ausreichender Mantelbevölkerung und fußläufiger Erreichbarkeit sowie
- Vorhandensein eines strukturprägenden (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) Lebensmittelmarktes, Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in Havixbeck sind in Kapitel 7.3 aufgeführt.

Folgende Standorte erfüllen im Rahmen der hierarchischen Zentrenstruktur der Gemeinde Havixbeck als Nahversorgungsstandorte eine wichtige Funktion zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung:

Bestehende Nahversorgungsstandorte in Havixbeck:

- **Nahversorgungsstandort Schützenstraße (Netto):** Der Nahversorgungsstandort an der Schützenstraße übernimmt mit dem dort ansässigen Netto im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im östlichen Havixbeck. Zukünftig sollte die Sicherung im Vordergrund stehen. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden, um den Entwicklungsschwerpunkt des Standortes auch weiterhin auf den Bereich Nahversorgung zu legen.
- **Nahversorgungsstandort an der Feuerwache (Lidl):** Am Nahversorgungsstandort an der Feuerwache ist aktuell der Lebensmitteldiscounter Lidl vorhanden. Der Standort ergänzt die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs um das nördliche Havixbeck. Der Standort verfügt über ein modernes Betriebsgebäude mit einer betriebstypenadäquaten Verkaufsflächengröße.

7.3 Sicherung der Nahversorgung

Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich insbesondere in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte, wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte, aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für unmotorisierte Haushalte schwieriger. Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung im Havixbecker Gemeindegebiet ist somit ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Gemeinde Havixbeck und rechtfertigt die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an die städtebaulich geeigneten Standorte. Eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes ist zu vermeiden. Oberste Priorität besitzt dabei die **Sicherung** der Angebote im **zentralen Versorgungsbe- reich** sowie der ergänzenden **Nahversorgungsstandorte** in den Siedlungsbereichen.

Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele

Einwohnerinnen und Einwohner gegeben ist. Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisierten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,
- die Gemeinde Havixbeck städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen schafft, die einen gewünschten Nahversorgungsstandort auch aus Betreibersicht mit den wichtigsten Standortfaktoren ausstatten,
- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft umgehen wollen und können.

Für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in Havixbeck lassen sich folgende Empfehlungen ableiten:

Lokale Versorgungslücken

- Bei einer im Bundesdurchschnitt liegenden Verkaufsflächenausstattung der Gemeinde Havixbeck im Lebensmittelbereich von **0,41 m² pro Einwohner** und einer relativ ausgewogenen Verteilung der Betriebe im Havixbecker Gemeindegebiet bestehen nur vereinzelt **räumliche Versorgungslücken** (vgl. auch Kapitel 6.5).
- Es sollte generell möglich sein, dass zur Behebung solcher Versorgungslücken auch weitere, strukturprägende Lebensmittelmärkte (kleinflächig sowie unter bestimmten Voraussetzungen auch großflächig) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umgesetzt werden können³⁶, die als schützenswerte Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.2.3) das System der zentralen Versorgungsbereiche ergänzen. Für eine entsprechende Einstufung müssen sie jedoch bestimmte Kriterien erfüllen (vgl. im Detail hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 7.5.1), zu denen insbesondere zählen:
 - städtebauliche Integration des Standortes in Wohnsiedlungsbereiche und fußläufige Erreichbarkeit,
 - keine direkte Konkurrenz zu zentralen Versorgungsbereichen,
 - ausreichendes Bevölkerungspotenzial in Abhängigkeit von der Verkaufsfläche.
- Zur Operationalisierung des letztgenannten Kriteriums bietet sich die **35 - 50 %-Regel**³⁷ an, die im Rahmen von Grundsatz 1 in Kapitel 7.5.1 näher erläutert wird. Unter Anwendung der 35 - 50 %-Regel ergibt sich für einen strukturprägenden Markt in der Minimalgrößenordnung von 400 m² ein erforderliches Bevölkerungspotenzial von mindestens 2.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Nahbereich; für einen Markt in

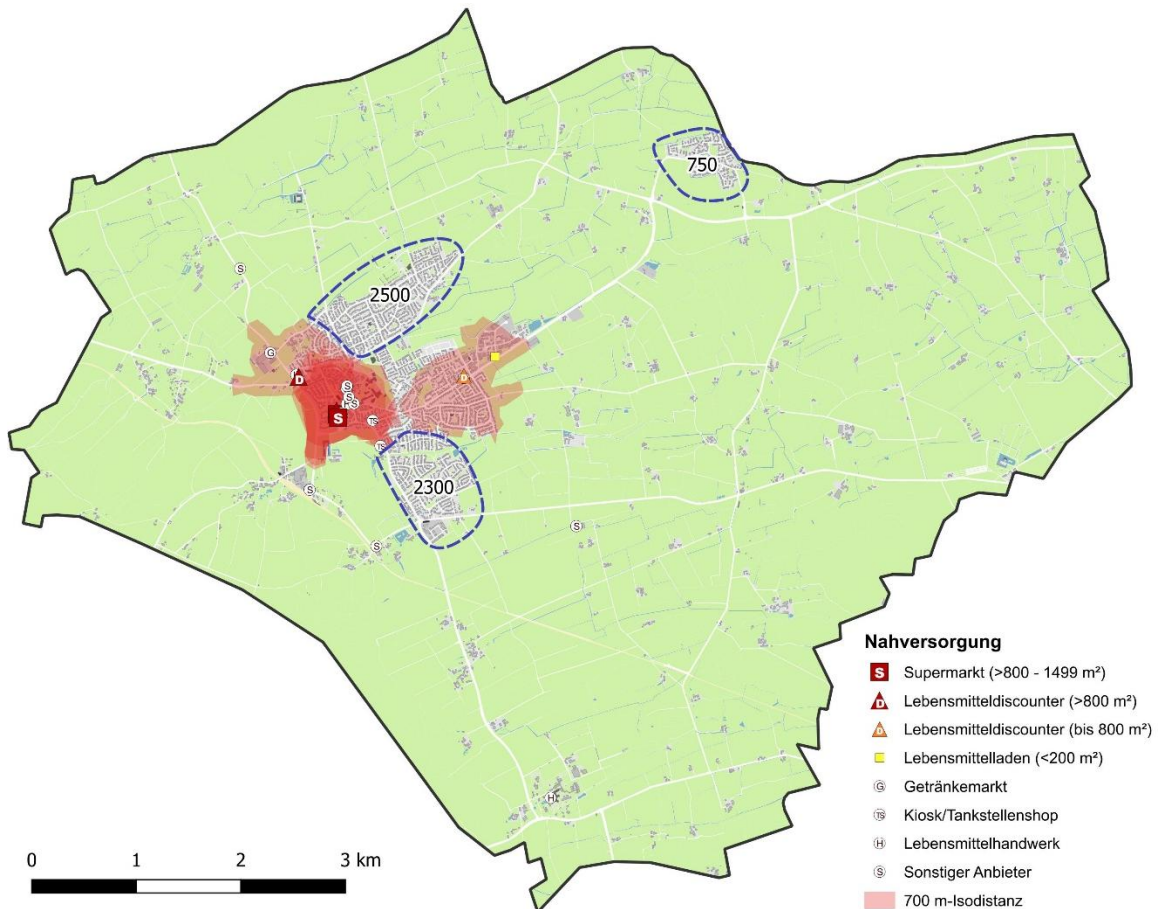
36 Zu den sinnvollen, flankierenden Maßnahmen zählen insbesondere die aktive Erschließung und Vermarktung geeigneter Grundstücke, die regelmäßige Erfassung von Angebots- und Nachfragestrukturen auf Stadtteilebene und die Hilfestellung für Inhaber bei Investitionsentscheidungen und Nachfolgeregelungen.

37 Der sortimentspezifische Umsatz eines Lebensmittelmarktes sollte demnach eine Quote von 35 -50 % der entsprechenden lokalen Kaufkraft im fußläufigen Einzugsbereich nicht überschreiten.

einer modernen Größenordnung von mindestens 800 m² Verkaufsfläche ein rd. doppelt so hohes. Sodass realistischerweise ein Potenzial von mindestens 4.000 Einwohnerinnen und Einwohnern benötigt wird.

- Alle in Havixbeck bestehenden strukturprägenden Märkte ab ca. 400 m² Verkaufsfläche sind in der nachfolgenden Karte 14 mit roten **700-Meter-Radien** dargestellt.
- Die Verschneidung mit der Bevölkerungsdichte (Zensus 2022) ermöglicht hierbei eine Lokalisierung der **unterversorgten Bereiche** mit den größten Bevölkerungspotenzialen.
- Alle Versorgungslücken sind in der nachfolgenden Karte 14 Nennung der Bevölkerungszahlen markiert (= **Suchbereiche Nahversorgung**). Es handelt sich um folgende Bereiche:
 - **Nordöstliches Havixbeck:** Hier befindet sich ein knapp **2.500 Einwohnerinnen und Einwohner** umfassender, unterversorgter Bereich. Die Versorgung erfolgt aktuell über den nahegelegene **zentralen Versorgungsbereich** und den **Nahversorgungsstandort an der Feuerwache**. Grundsätzlich wäre ist die Ansiedlung eines Nahversorgers innerhalb des Siedlungsbereiches wünschenswert. Gleichzeitig ist jedoch sicherzustellen, dass eine entsprechende Entwicklung dem nahegelegenen zentralen Versorgungsbereich keine weiteren Kaufkraftpotenziale abzieht. Das geringe Bevölkerungspotenzial würde jedoch nur einen kleinflächigen Markt zulassen. Dieser Umstand sowie fehlende Potenzialflächen machen somit die mittelfristige Ansiedlung eines Nahversorgers unwahrscheinlich.
 - **Südliches Havixbeck:** In dem unterversorgten Gebiet ist eine Bevölkerung von etwa 2.300 Personen. Derzeit erfolgt die Versorgung primär durch den nahegelegene **zentralen Versorgungsbereich** und wird ergänzt durch den bestehenden **Nahversorgungsstandort Schützenstraße**. Langfristig wäre die Etablierung eines kleinflächigen Nahversorgers innerhalb dieses Siedlungsbereichs wie auch im nordöstlichen Havixbeck wünschenswert, ist jedoch aus den oben genannten Gründen auch hier nicht realistisch.
 - In den sonstigen räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen wie dem **Ortsteil Hohenholte** sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von „Nachbarschaftsläden“ oder Betrieben des Lebensmittelhandwerks möglich und sinnvoll. Darüber hinaus können auch mobile Verkaufswagen und Lieferangebote von Online-Supermärkten einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung vor Ort leisten.

Karte 14: Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Havixbeck mit 700-Meter-Isodistanzen und Suchbereiche Nahversorgung (blau umrandet) mit Bevölkerungszahlen



Quelle: Darstellung Junker + Kruse auf Basis der Einzelhandelserhebung 05 – 06/2024; ALKIS NRW

Erreichbarkeit verbessern

Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit für alle Verkehrsteilnehmerinnen und -teilnehmer sowie der Bereitstellung einer angemessenen Stellplatzanzahl gefunden werden.

Märkte unterstützen

Wochenmärkte mit Schwerpunkt auf Frischwaren haben in der Region Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. Münsterland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz.

7.4 Havixbecker Sortimentsliste

Bei Entscheidungen zu Einzelhandelsentwicklungen ebenso wie bei der Einzelhandelssteuerung in der Bauleitplanung stellt die Havixbecker Sortimentsliste eine wichtige, weil unverzichtbare Ergänzung zu den bereits vorliegenden Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche dar. Eine ortsspezifische Vorgehensweise ist notwendig und zielführend, reicht doch z. B. zum Ausschluss von Warengruppen im Rahmen von Bauleitplanverfahren gerade vor dem Hintergrund der Rechtsprechung insbesondere des OVG Münster (Urteile z. B. zu Vorhaben in Rhede und Sundern), die Berufung z. B. auf die Leitsortimente des LEP NRW oder aber auch den Einzelhandelserlass des Landes NRW nicht aus, ja führt sogar zu einem bedeutenden Abwägungsmangel.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

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) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

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

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mithilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten und – letztendlich entscheidend – entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige (> 800 m² Verkaufsfläche) Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine **stadtspezifische Sortimentsliste** abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in

Einzelhandelserlassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Sortimentslisten im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

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

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Tabelle 14: Merkmale zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	zentrenrelevanter Sortimente	Nicht-zentrenrelevanter 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
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Kopplungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherfrequenzen und eine große Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen

sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Gemeinde Havixbeck – eine hohe Leitfunktion für den Ortskern als zentralen Versorgungsbereich zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise in den Hauptgeschäftsbereichen zentrenprägende Funktionen ein und haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Havixbeck – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sind stets zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Gemeinde diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern.

Zentrenrelevante Leitsortimente (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Zentrenrelevante Leitsortimente

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche

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

Havixbecker Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus/Bischopink/Wirth³⁸ stellen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht-integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen].
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. 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,

38 Vgl. dazu Kuschnerus, U., Bischopink, O, Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage Bonn, Rd.Nr. 519ff

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 einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Havixbeck sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche aufgeteilt. Z. T. sind die Sortimente zu Warengruppen aggregiert, wie beispielsweise die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege, welche Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren umfasst.

Tabelle 15: Sortimentsliste für die Gemeinde Havixbeck

Zentrenrelevante Sortimente (abschließende Auflistung)	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Backwaren/Konditoreiwaren Drogeriewaren/Körperpflegeartikel Fleischwaren Getränke	Nahrungs- und Genussmittel Reformwaren Schnittblumen Zeitungen/Zeitschriften
Bekleidung/Wäsche Bettwaren Bücher Elektrokleingeräte Elektrogroßgeräte Elektronik und Multimedia ¹ Fahrräder und technisches Zubehör Glaswaren/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren Heimtextilien (z.B. Gardinen/Dekostoffe) Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle Lampen, Leuchten, Leuchtmittel Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	<i>Künstlerartikel/Bastelzubehör</i> Medizinische und orthopädische Artikel ² Musikinstrumente und Zubehör Papier, Büroartikel, Schreibwaren Parfümerie- und Kosmetikartikel <i>Pharmazeutische Artikel</i> Schuhe Spielwaren Sportartikel Sportbekleidung Sportschuhe Uhren/Schmuck Wohndekorationsartikel
Alle anderen Sortimente gelten als nicht zentrenrelevant: Beispiele für nicht zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließende Auflistung)	
Angler- und Jagdartikel ³ , Waffen Bauelemente Baumarktspezifisches Sortiment Campingartikel Gartenartikel/-geräte Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze) Kinderwagen	Matratzen Möbel Pflanzen/Samen <i>Sportgroßgeräte</i> Teppiche (Einzelware) Topfpflanzen/Blumentöpfe/Vasen (Indoor) Zoologische Artikel (<i>inkl. Heim- und Kleintierfutter</i>)

Erläuterungen

Kursiv: Veränderungen zum EHK 2009

¹dazu gehören u. a.: Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

²dazu gehören u.a.: Hörgeräte, Optik/Augenoptik, Sanitätsartikel

³ohne Bekleidung und Schuhe

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuften Warensortimenten, wie z. B. **Drogeriewaren/Körperpflegeartikel** und **Nahrungs- und Genussmittel**, der überwiegende Teil der Verkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente besitzen für den zentralen Versorgungsbereich eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion, auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen. Ebenfalls überwiegend wohnungsnah bzw. auch im zentralen Versorgungsbereich und i. d. R. auch im Zusammenhang mit den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Körperpflegeartikel werden die Sortimente Backwaren/Konditoreiwaren, Getränke, Fleischwaren, Reformwaren, Schnittblumen sowie Zeitungen/Zeitschriften angeboten. Daher sind auch sie als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Sortimente sind als Leitsortimente gemäß LEP NRW als zentrenrelevante Sortimente eingeordnet. Sie weisen ebenfalls einen Angebotsschwerpunkt in den Havixbecker zentralen Versorgungsbereichen auf:

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

Aufgrund ihres Anteils in den zentralen Versorgungsbereichen in Havixbeck prägen diese Sortimente in besonderem Maße das dortige Einzelhandelsangebot. In ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Zentren. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion. Im Sinne des LEP NRW, Kapitel 6.5, und auch aufgrund der lokalen Situation bzw. künftiger städtebaulicher Zielvorstellungen in Havixbeck sind daher diese Sortimente (mit Ausnahme einzelner Teilsortimente) als zentrenrelevante Sortimente in die Havixbecker Sortimentsliste aufzunehmen.

Die Warengruppe **Wohneinrichtung** umfasst verschiedene, unterschiedliche Einzelsortimente, dazu gehören vor allem Bettwaren, Matratzen; Heimtextilien (z.B. Gardinen/Dekostoffe); Wohndekorationsartikel; Teppiche (Einzelware). Während die Sortimente Matratzen und Teppiche (Einzelware) eine geringe zentrentragende Funktion einnehmen und auch aufgrund ihrer Beschaffenheit weniger als typische zentrenrelevante Sortimente

einzustufen sind, werden im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auch der Hauptgeschäftsbereiche, die Sortimente **Bettwaren; Heimtextilien (z.B. Gardinen/Dekostoffe)** und **Wohndekorationsartikel** als zentrenrelevant eingestuft, da sie insbesondere auch in Form kleinerer Fachgeschäfte (z. B. Gardinenfachgeschäfte, Raumausstatter) einen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Angebotes leisten können.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht zentrenrelevanten Sortimente

Zu den typischen nicht zentrenrelevanten Sortimenten gehören **Möbel** sowie **Bau- und Gartenmarktsortimente**, die üblicherweise, und so auch in der Gemeinde Havixbeck, an dezentralen Standorten bzw. Sonderstandorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind.

7.5 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung in Havixbeck

Die Ansiedlungsregeln zur Standortfindung der Einzelhandelsentwicklung in Havixbeck präzisieren und ergänzen die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung gemäß Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck.

Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Ansiedlungsregeln gemäß Einzelhandelskonzept sind voranzustellen:

- Die Ansiedlungsregeln geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.
- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Ansiedlungsregeln gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen/Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.
- Zur Systematik der Ansiedlungsregeln ist festzuhalten: Einzelhandelsbetriebe definieren sich über das Kernsortiment³⁹. Entsprechend werden die nachfolgenden Steuerungsregeln für zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel differenziert.

³⁹ Das Kernsortiment eines Einzelhandelsbetriebs bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Kernsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebs (z. B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.).

7.5.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Stärkung eines attraktiven, funktionsfähigen Zentrums zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung und Sicherung der Magnetfunktion als ökonomischer Motor für die anderen innerörtlichen Funktionen. Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel, dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich den zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Stadt als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

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

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

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikel in der o. g. Anlage 1 als zentrenrelevant und gleichzeitig nahversorgungsrelevant eingestuft sind.

Ansiedlungsregel 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich und – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten ermöglicht. Standorte für Drogeriemärkte sollen konsequent nur im zentralen Versorgungsbereich liegen.

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Havixbeck liegen; sie können, wenn sie der Nahversorgung dienen sowie an städtebaulich integrierten Standorten liegen, ausnahmsweise auch im übrigen Gemeindegebiet liegen (Nachweis der bloßen Nahversorgungsfunktion erforderlich)
- Weitere Bedingungen für Standorte als Nahversorger:
 - städtebaulich integriert in Wohnsiedlungsbereiche
 - (auch) fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar (i. d. R. 700 m-Radius)
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dürfen nicht in Gewerbegebieten (GE) angesiedelt werden (mögliche Ausnahmen: Tankstellenshop, Kiosk zur Versorgung des Gebietes).

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelsbetriebe **sind zusätzlich die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.**

Erläuterung

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch nicht großflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Havixbeck liegen.

Um eine möglichst umfassende Grundversorgung für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es hierbei sinnvoll und zielführend, die Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von dem Kaufkraftpotenzial im zu versorgenden Bereich zu steuern. So soll gewährleistet werden, dass Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich der Sicherung und Stärkung der wohnortnahen Grund- und Nahversorgung dienen und negative städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren- sowie Versorgungsstruktur ausgeschlossen werden. Dabei geht es grundsätzlich nicht darum, den Wettbewerb an einzelnen Standorten (zentrale Versorgungsbereiche sowie auch ergänzende Nahversorgungsstandorte) auszuschließen, sondern darum, die wohnungsnahe Nahversorgung zu sichern und zu stärken. Die maximale Dimensionierung eines Nahversorgungsbetriebes soll sich dabei an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standorts orientieren:

- Der Havixbecker Ortskern übernimmt die gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion.

- (Solitäre) Nahversorgungsstandorte übernehmen hingegen nur eine Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete (funktionales Versorgungsgebiet).

Für die Verkaufsflächendimensionierung von entsprechenden Einzelhandelsbetrieben bietet die Gegenüberstellung von projiziertem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine bewährte Möglichkeit zur Operationalisierung der genannten Kriterien.

Von einem städtebaulich sinnvollen **Nahversorgungsstandort** (Nahrungs- und Genussmittel) kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich integrierten Standort handelt und
- das Vorhaben der Nahversorgung dient
- (Von einer Nahversorgungsfunktion kann in der Regel ausgegangen werden, wenn die sortimentspezifische Umsatzerwartung des Vorhabens im Nahbereich/im funktionalen Versorgungsgebiet eine Quote von i. d. R. 35 % (bis 50 % in begründeten Einzelfällen) der sortimentspezifischen Kaufkraft nicht überschreitet.)
- und keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Gemeinde Havixbeck werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und somit ein Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen besteht, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Bahngleise, Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Als **Nahbereich** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den ein Vorhaben fußläufig versorgen soll (700 m-Isodistanz). Um die vorstehende Bedingung zu erfüllen, müsste für moderne Lebensmittelmärkte in einer Größenordnung ab rund 800 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 4.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Nahbereich vorhanden sein⁴⁰. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstände.

Ein **funktionales Versorgungsgebiet** kann im begründeten Einzelfall auch über den Nahbereich (700-m-Isodistanz) hinaus gehen und dem Vorhabenstandort räumlich zuzuordnende Siedlungsbereiche, die nicht über eigene Versorgungsstrukturen verfügen, umfassen:

⁴⁰ Bei einer Flächenproduktivität von rund 5.000 Euro/m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 % (das impliziert regelmäßig einen Anteil des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments von rund 90 %).

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Veränderung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an **städtebaulich nicht-integrierten Standorten** sind hingegen konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete und das Zentrum sowie eine wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten. In Gewerbe- und Industriegebieten können z. B. kleinteilige Anbieter (wie Kioske und Tankstellenshops) zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich sein.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich. Ggf. ist im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsstudie i. S. v. § 11 (3) BauNVO nachzuweisen, dass negative städtebauliche Auswirkungen (in Havixbeck und ggf. anderen Kommunen) auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung nicht zu erwarten sind.

Bei einer atypischen Fallgestaltung kann die Regelvermutung gemäß § 11 (3) S. 3 BauNVO widerlegt werden. In einem solchen Fall ist der LEP NRW mit seinem Ziel 6.5-2 nicht einschlägig.

Die erste Einordnung gemäß Ansiedlungsregel 1 **ersetzt nicht die Prüfung gemäß den landesplanerischen Vorgaben (Ziel 6.5-2 LEP NRW).**

Ausgehend von der Analyse und eines für eine Gemeinde der Größe Havixbecks bereits erhöhten Wettbewerbs innerhalb der Gemeinde, muss der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen **Drogeriemarkt (sowohl großflächig i. S. von § 11 (3) BauNVO als auch nicht großflächig)** aus versorgungsstruktureller und städtebaulicher Sicht **konsequent in dem zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde liegen**. Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. Diese Frequenzen sollten in Havixbeck konsequent innerhalb des fußläufig gut erreichbaren zentralen Versorgungsbereichs generiert werden. Diese Steuerungspraxis

- verhindert die Situation, dass Drogeriemärkte den zentralen Versorgungsbereich verlassen und so die Frequenz im gewachsenen Zentrum abnimmt.
- erhält bzw. schafft die herausragende Anker- und Magnetfunktion dieser Märkte für den übrigen Einzelhandel (und weitere Nutzungen) im zentralen Versorgungsbereich.

Die Ansiedlung von großflächigen Drogeriemärkten nach § 11 (3) BauNVO oder im Fall einer Agglomeration eines nicht großflächigen Drogeriemarktes im Standortverbund mit beispielsweise einem oder mehreren Lebensmittelmärkten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, ist zudem landesplanerisch unzulässig.

7.5.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

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

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Gemäß Ziel 6.5-1 des LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel, dürfen Standorte des großflächigen Einzelhandels lediglich in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. Gemäß Ziel 6.5-2 werden Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausschließlich zentralen Versorgungsbereichen zugewiesen.

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 des LEP NRW und
- weitere von der jeweiligen Stadt als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ansiedlungsregel 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne Nahversorgungsfunktion)

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in dem zentralen Versorgungsbereich Havixbeck möglich.

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevantem Kernsortiment gemäß Grundsatz 1) sind zukünftig nur noch in der Innenstadt (ZVB Havixbeck) zulässig.

Ausnahme: kleinflächige Läden zur „Gebietsversorgung“ an solitären städtebaulich integrierten Standorten (z. B. Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD) gemäß Baunutzungsverordnung) auch in den Ortsteilen möglich.

Erläuterung

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs zu gewährleisten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach (auch) zukünftig in dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Ortskern Havixbecks liegen, um diesen mit seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Das gilt auch für die räumliche Konzentration von mindestens zwei⁴¹, selbständigen, für sich nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben (**Einzelhandelsagglomeration**) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten von denen in der Gesamtheit zentrenschädliche Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO ausgehen können. Derartige Agglomerationen sind (analog zu Ziel 6.5-8 LEP NRW) zu vermeiden.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind kleinflächige Läden mit zentrenrelevanten Kernsortimenten zur „Gebietsversorgung“ solitären städtebaulich integrierten Standorten (z. B. Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD) gemäß Baunutzungsverordnung) auch in den Ortsteilen möglich.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“ (vgl. hierzu Kap. 7.5.4).

7.5.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

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.

Dieses Ziel steht im Einklang mit den landesplanerischen Vorgaben.

Landesgesetzgebung:

Kern- und Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt (Ziel 6.5-1 LEP NRW) und
- der zu erwartende Gesamtumsatz des Vorhabens die Kaufkraft der Einwohnerinnen und Einwohner der Gemeinde Havixbeck in den geplanten Sortimenten nicht überschreitet (Grundsatz 6.5-4 LEP NRW) und
- der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente maximal bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche beträgt (Ziel 6.5-5 LEP NRW) und

⁴¹ Definition gemäß Einzelhandelserlass NRW, 2021

- die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 2.500 m² umfasst (Grundsatz 6.5-6 LEP NRW).

Ansiedlungsregel 3: **Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind zukünftig im zentralen Versorgungsbereich und außerhalb an dem Vorrangstandort (Sonderstandort Lasbeck) möglich.

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zukünftig im zentralen Versorgungsbereich und außerhalb an dem Vorrangstandort (Sonderstandort Lasbeck) möglich.
- Zentrenrelevante Randsortimente sind bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zu begrenzen (max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 800 m² Verkaufsfläche). Dabei muss ein funktionaler Zusammenhang zwischen dem Kern- und dem Randsortiment bestehen.
- Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind grundsätzlich zwar überall im Gemeindegebiet möglich, wo Einzelhandel zulässig ist. Empfohlen wird jedoch vorrangig die Konzentration auf den Sonderstandort Lasbeck sowie den ehemaligen Sonderstandort Hohenholter Straße.

Erläuterung

Großflächige Einzelhandelsbetriebe i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z.T. häufig nicht in die gewachsenen Zentren integriert werden. Sie dürfen daher auch an den **ausgewiesenen Sonderstandorten (Lasbeck)** angesiedelt werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten – definitionsgemäß – keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind Gefährdungen bei zentrenrelevanten Randsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieser Evaluierung des Einzelhandelskonzepts grundsätzlich widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbeln z. B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein⁴². Eine Begrenzung auf rund 10 % der

⁴² Vgl. dazu Erläuterung Ziel 6.5-5 LEP NRW: „Zur Auslegung des Begriffs der "Randsortimente" kann auf die zu dieser Frage ergangene Rechtsprechung zurückgegriffen werden. Danach haben Randsortimente lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem Kernsortiment in Umfang und Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein ("keine ins Gewicht fallende Bedeutung"); Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebs (vgl. u. a. OVG NRW, Urt. v. 22.06.1998, 7a D

gesamten Verkaufsfläche großflächiger Einzelhandelsbetriebe entspricht der landesplanerischen Zielsetzung (vgl. dazu Ziel 6.5-6 LEP NRW). Diese wird durch den Grundsatz 6.5-6 LEP NRW durch eine Verkaufsflächenobergrenze von maximal 2.500 m² ergänzt. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Das heißt, dass (im Bebauungsplan) weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich. Eine Begrenzung der Randsortimente erfordert im Rahmen der Bauleitplanung eine Sondergebietsfestsetzung.

Auch für nicht großflächige Betriebe bis 800 m² Verkaufsfläche mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gilt, dass ein mögliches **zentrenrelevantes Randsortiment** dem Kernsortiment deutlich untergeordnet sein muss⁴³ und zwischen dem Kernsortiment und den Randsortimenten ein funktionaler Zusammenhang bestehen muss. Eine Anhäufung entsprechender Ansiedlungen des nicht großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels ist auch bei einer generellen Zulässigkeit unter wirtschaftlichen Aspekten in der Realität nicht zu erwarten. Aufgrund der anteilig wie absolut geringen Größenordnung der zentrenrelevanten Randsortimente in solchen Betrieben wie auch des typischerweise qualitativ eher niedrigen Niveaus kann für die Gemeinde Havixbeck ausgeschlossen werden, dass diese – auch in summarischer Betrachtung – ein erhebliches Gewicht erlangen und den Zielen der Evaluierung des Einzelhandelskonzepts der Gemeinde Havixbeck zuwiderlaufen.

7.5.4 Ausnahmen

Annexhandel/„Handwerkerprivileg“/Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können angesiedelt werden, 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 Produktions-/Handwerksleistungen stehen.
- Die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und

108/96.NE = BauR 1998, 1198; OVG Rheinland-Pfalz, Urt. v. 24.08.2000, 1 C 11457/99 = BauR 2011, 221; Thüringer OVG, Urt. v. 21.08.2001, 1 KO 1240/97 = juris; OVG NRW, Urt. v. 26.01.2000, 7 B 2023/99 = BauR 2000, 1021). Ist dies nicht der Fall, stellen sie ein wesentliches Standbein des Einzelhandelsbetriebs und damit kein "Rand"sortiment mehr dar (OVG NRW, Urt. v. 26.01.2000, 7 B 2023/99 = BauR 2000, 1021).

⁴³ Hiervon ist in der Regel dann auszugehen, wenn ein Verkaufsflächenanteil von 10 % nicht wesentlich überschritten wird.

- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO nicht überschritten wird.

Verkaufsstätten in Verbindung mit überwiegend oder ausschließlich auf den Online-/Internethandel ausgerichteten Gewerbe- und Logistikbetrieben sind von dieser Regelung nicht erfasst.

Erläuterung

Konzeptionell ist der nahversorgungs- und zentrenrelevante Einzelhandel in Gewerbe- und Industriegebieten grundsätzlich ausgeschlossen. Das „Handwerkerprivileg“ als gängige Praxis, ermöglicht einem produzierenden Gewerbebetrieb unter Wahrung der oben aufgeführten Punkte, die Errichtung einer kleinen Verkaufsflächeneinheit im Zusammenhang mit dem jeweiligen Gewerbebetrieb (z. B. ein Backshop angegliedert an eine Großbäckerei im Gewerbegebiet).

Hofläden

Verkaufsstätten in Verbindung mit Hofstellen/bäuerlichen Betrieben können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung des landwirtschaftlichen Betriebes stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes eine Obergrenze von 500 m² nicht überschreitet.

Erläuterung

Hofläden mit landwirtschaftlicher Produktion sind gemäß der Gewerbeordnung nicht als Gewerbe zu klassifizieren. Es liegt erst dann eine gewerbliche Tätigkeit vor, wenn eigene Erzeugnisse in einer zweiten Stufe der Be- oder Verarbeitung verarbeitet werden oder wenn fremde Erzeugnisse bearbeitet werden. Ebenso unterliegt der Mitverkauf von Produkten anderer Hersteller und Erzeuger der Anzeigepflicht. Wenn der Anteil des Warenzukaufs jedoch unter 10 % des Umsatzes liegt, wird dies nach der aktuellen Verwaltungspraxis noch nicht als Gewerbe betrachtet. Falls Verkauf und Produktion räumlich getrennt sind (z. B. ein Ladengeschäft in der Stadt und ein Verkaufsstand an der Straße im Nachbarort), handelt es sich ebenfalls um ein Gewerbe.

Entscheidend ist zudem die Frage, ob der Hofladen dem übergeordneten Betrieb räumlich zugeordnet ist und das Warenangebot sowie Verkaufsfläche und Umsatz in Bezug zu diesem verhältnismäßig ist. Ein Zukaufen von Waren, die nicht in unmittelbarem Zusammenhang mit den Waren eigener Produktion stehen, erhöht Konkurrenz mit den bestehenden städtebaulich integrierten Lebensmittelläden und ist daher konsequent zu vermeiden.

7.6 Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

Das folgende Prüfschema dient der **ersten Bewertung** neuer Vorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und den darin formulierten Zielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen gemäß Einzelhandelskonzept folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur für die Gemeinde Havixbeck 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**.

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

Tabelle 16: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Zentren-/Standortkategorie	zentrenrelevantes Kernsortiment		nahversorgungsrelevantes Kernsortiment		nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment	
	nicht großflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	nicht großflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)	nicht großflächige EH-Betriebe (≤ 800 m² VKF)	großflächige EH-Betriebe (> 800 m² VKF)
ZVB Ortskern Havixbeck	ja	Ja	ja		ja	
Städtebaulich integrierte Lagen	Nachweis der Gebietsversorgung erforderlich	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit (Nahversorgungsausnahme nach LEP)	Nachweis der Nahversorgungsrelevanz und Zentrenverträglichkeit (Nahversorgungsausnahme nach LEP)	ja, aber bevorzugte Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich bzw. in den Sonderstandorten	nein
Sonderstandort Lasbeck	nein	nein, gem. LEP NRW nicht zulässig	nein		ja, bei Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der VKF ¹	
Städtebaulich nicht integrierte Lagen	nein	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	nein	nein, gem. LEP NRW Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nicht zulässig	ja, aber bevorzugte Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich bzw. in den Sonderstandorten	nein

¹ Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Gemäß Ansiedlungsregel 3.4 sind sie außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann (Einzelfallprüfung).

VKF = Verkaufsfläche, EH-Betrieb = Einzelhandelsbetrieb

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

8 Anhang A

8.1 Legenden

Kartengrundlage

-  Siedlungsflächen
-  Gewerbeflächen
-  Strassennetz
-  Freiflächen
-  Gewässer
-  Bundesstraße
-  Autobahn
-  Bahnflächen
-  Stadtbereiche

8.2 Abkürzungen

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
B-Plan	Bebauungsplan
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d. h.	das heißt
EH	Einzelhandel
EW	Einwohnerinnen und Einwohner
FMA	Fachmarkttagglomeration
FNP	Flächennutzungsplan
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
grds.	grundsätzlich
ha	Hektar
i. d. R.	in der Regel
i. S. d.	im Sinne des
i. S. v.	im Sinne von
inkl.	inklusive
Kfz	Kraftfahrzeug
km	Kilometer
km ²	Quadratkilometer
m ²	Quadratmeter
Mio.	Million
NVZ	Nahversorgungszentrum
OVG NRW	Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
PBS	Papier; Bücher; Schreibwaren
Pkt.	Punkt

rd.	rund
s. o.	siehe oben
SRZ	Stadttraumzentrum
STZ	Stadtteilzentrum
u. a.	unter anderem
u. Ä.	und Ähnliches
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

Gebietsausweisungen

EZH	Einzelhandel
GE	Gewerbegebiet
GI	Industriegebiet
MD	Dorfgebiet
MDW	dörfliches Wohngebiet
MI	Mischgebiet
MK	Kerngebiet
MU	Urbanes Gebiet
SO	Sondergebiet
VKF	Verkaufsfläche
WA	Allgemeine Wohngebiete
WB	Besondere Wohngebiete
WR	Reine Wohngebiete
WS	Kleinsiedlungsgebiete

8.3 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2023)	18
Abbildung 2:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2022	18
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2025).....	19
Abbildung 4:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2023	21
Abbildung 5:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2024	23
Abbildung 6:	Neue Handelsformate – Smart Store 24/7	25
Abbildung 7:	Untersuchungsaufbau.....	34
Abbildung 8:	Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel nach Betriebstypen	60
Abbildung 9:	Standortstrukturmodell	73

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	28
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	30
Tabelle 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Havixbeck 2024 in Mio. Euro nach Branchen.....	39
Tabelle 4:	Eckdaten Einzelhandelsbestand - Kennzahlen 2008/2024	42
Tabelle 5:	Einzelhandelsangebot in Havixbeck nach Warengruppen	43
Tabelle 6:	Einzelhandelsangebot in Havixbeck nach Lagen	46
Tabelle 7:	Einzelhandelsangebot in dem Hauptzentrum Havixbeck nach Warengruppen.....	51
Tabelle 8:	Einzelhandelsangebot in dem Nahversorgungszentrum nach Warengruppen.....	54
Tabelle 9:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel	59
Tabelle 10:	Einzelhandelsrelevantes stationäres Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Havixbeck	64
Tabelle 11:	Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial (stationär) und Zentralität in Havixbeck 2024	65
Tabelle 12:	Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Havixbeck nach Warengruppen (Abgrenzung 2025)	80
Tabelle 13:	Einzelhandelsangebot in dem Sonderstandort Lasbeck nach Warengruppen (Abgrenzung 2025)	82
Tabelle 14:	Merkmale zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente..	88
Tabelle 15:	Sortimentsliste für die Gemeinde Havixbeck	91
Tabelle 16:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	104

Karten

Karte 1:	Lage im Raum und zentrale Orte	35
Karte 2:	Räumliche Gliederung und Siedlungsstruktur der Gemeinde Havixbeck	36
Karte 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Havixbeck und den umliegenden Kommunen.....	37
Karte 4:	Lage der Einzelhandelsbetriebe im Havixbecker Gemeindegebiet	45
Karte 5:	Großflächiger Einzelhandel (> 800 m ² Verkaufsfläche) im Havixbecker Gemeindegebiet.....	48
Karte 6:	Abgrenzung des Hauptzentrums Havixbeck gemäß EHK 2009	50
Karte 7:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrums gemäß EHK 2009	53
Karte 8:	Abgrenzung des Sonderstandorts Hohenholter Straße	55
Karte 9:	Abgrenzung des Sonderstandorts Lasbeck	57
Karte 10:	Strukturprägende (ab ca. 400 m ² Verkaufsfläche) Lebensmittelbetriebe in Havixbeck mit 700-Meter-Radien	62
Karte 11:	Standortstruktur Havixbeck 2025.....	74
Karte 12:	Abgrenzung der Ortskerns Havixbeck (zentraler Versorgungsbereich) .	78
Karte 13:	Abgrenzung des Sonderstandorts Lasbeck	81
Karte 14:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Havixbeck mit 700-Meter- Isodistanzen und Suchbereiche Nahversorgung (blau umrandet) mit Bevölkerungszahlen	86

9 Anhang B: 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-Waren- und Kaufhäuser, Verbraucher- sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf 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 wie die IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge durch Verbraucherstichproben ermittelt und von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
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 IFH Retail Consultants GmbH, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der GfK oder MB Research ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Bevölkerungszahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt bzw. Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar. 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 Stadt bzw. Region.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert

Begriff	Erläuterung
	(Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin, während Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hindeuten.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere 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.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohnerinnen und Einwohner eines Ortes, der von den Einzelhandelsbetrieben gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Kernsortiment	Das Hauptsortiment (bzw. Kernsortiment) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Kernsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Bau-, Möbel-, Lebensmittelmarkt etc.). Zum Kernsortiment eines Baumarktes gehören beispielsweise Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Eisenwaren und -beschläge, Werkzeuge und Maschinen, Elektroinstallationsmaterial, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Sanitärartikel etc.
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind i. d. R. auch innenstadt- bzw. zentrenrelevant.
Randsortiment	Randsortimente haben lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem Kernsortiment in Umfang und Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein. Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebes. Wenngleich hier kein allgemeingültiger Maßstab definiert

Begriff	Erläuterung
	werden kann, da dies im Einzelfall von der Gesamtgröße des Betriebs sowie von der Art der Sortimente abhängen kann, wird in der Praxis zumeist davon ausgegangen, dass bei einem Anteil von mehr als 10 % an der Gesamtverkaufsfläche kein „Randsortiment“ mehr vorliegt.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche i. d. R. mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Standort häufig in städtebaulich nicht integrierter Lage, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Kaufland).
Streulage	Als Streulagen werden Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Standorttypen bezeichnet. Es kann sich dabei um einzelne groß- oder kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sowohl in städtebaulich integrierter als auch nicht integrierter Lage handeln.
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um großflächige Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Garten-, Bau-, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche i. d. R. zwischen 800 m ² und 1.500 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren anbietet. Der Non-Food-Anteil liegt nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche.
Verkaufsfläche	Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden. <ul style="list-style-type: none"> ● Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in denen das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt. ● Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials). ● Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. ● Flächen für die Pfandrücknahme sind ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.

Begriff	Erläuterung
	<ul style="list-style-type: none"> • Flächen für Einkaufswagen außerhalb von Gebäuden gehören grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Bevölkerungszahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des § 1(6) Nr. 4 BauGB, §2(2) BauGB, §9(2a) BauGB, § 34(3) BauGB, §11(3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (vgl. dazu auch Urteil des BVerwG vom 11.10.2007, AZ 4 C 7/07 bzw. Urteil des OVG NW vom 11.12.2006, AZ 7 A 964/05). Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4 C 2.08) weitergehend konkretisiert. Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnungsnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. Betont hat das Bundesverwaltungsgericht auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „integrierte Lage“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NW in seinem Urteil vom 16.08.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem Pkw günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.</p> <p>Aus alledem folgt, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Haupt- oder Innenstadtzentren, die in der Regel das gesamte Gemeindegebiet und ggf. auch ein weiteres Umland mit einem breiten Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten versorgen, • Nebenzentren, deren Einzugsbereich sich zumindest auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein

Begriff	Erläuterung
	<p>nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie die erste Kategorie, sowie</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Grund- und Nahversorgungszentren, die vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente – namentlich Lebensmittel (inkl. Getränke) und Drogeriewaren – und ggf. auch Waren für den mittelfristigen Bedarf anbieten. <p>(vgl. zu alledem: Kuschnerus, Der sachgerechte Bebauungsplan, 4. Auflage, Rn. 201 ff)</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs 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:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie) ● Städtebauliche Kriterien: Bauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation
Zentrenrelevante Sortimente	<p>Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) 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 Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Warengruppen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>