Einzelhandelskonzept

für die Stadt Lippstadt

Endbericht nach Beschlussfassung vom 27.06.2016

Auftraggeber:

Wirtschaftsförderung Lippstadt GmbH

Ihre Ansprechpartner
Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail kuepper@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im Januar/ Juni 2016

Inhaltsverzeichnis

Seite

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 8

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung 8

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen 9

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung 11

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung 11

2.2 Demografische Entwicklung 12

2.3 Regionale Wettbewerbssituation 14

3 Nachfrageanalyse 19

3.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Lippstadt 19

3.2 Kundenwohnorterhebung 22

3.3 Einkaufshäufigkeit 25

3.4 Einkaufsorientierung der Bürger in Lippstadt und im Umland 28

3.5 Bewertung der Nahversorgungssituation 31

3.6 Bewertung des Einzelhandelsangebotes und vermisste Angebote 33

4 Einzelhandelssituation in der Stadt Lippstadt 35

4.1 Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen 35

4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten 39

4.3 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen 45

5 Standortanalyse Innenstadt 49

5.1 Städtebauliche Situation der Innenstadt 49

5.2 Kundenfrequenzanalyse in der Innenstadt 52

5.3 Einzelhandelsausstattung der Innenstadt 55

5.4 Exkurs: Reaktionsfähigkeit der Innenstadt auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels 57

5.4.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel 57

5.4.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten 58

5.4.3 Bedeutung der Frequenzlage 61
5.4.4 Online-Aktivitäten des stationären Handels 62
5.4.5 Fazit zur Online-Gefährdung der Lippstädter Innenstadt 65
6 Standortanalyse der Stadtteilstrukturen 68
6.1 Kernstadt-Süd 68
6.2 Kernstadt-Nord 70
6.3 Bad Waldliesborn 72
6.4 Lipperode 73
6.5 Esbeck 75
6.6 Eickelborn 76
6.7 Sonstige Stadtteile 78
7 Dezentrale Verbundstandorte 81
7.1 Erwitter Straße 81
7.2 Gewerbegebiet Am Wasserturm 83
7.3 Bökenförder Straße 85
7.4 Gewerbegebiet Am Mondschein 87
8 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Lippstadt 89
9 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung 93
10 Zentrenkonzept Lippstadt 95
10.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung 95
10.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches 97
10.3 Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lippstadt 99
10.4 Zentrenhierarchie in der Stadt Lippstadt 101
10.5 Empfehlungen für das Hauptzentrum Innenstadt 104
10.6 Empfehlungen für das Nahversorgungszentrum Bad Waldliesborn 109
10.7 Empfehlungen für das Nahversorgungszentrum Lipperode 110

10.8 Empfehlungen für die Nahversorgungslagen und die sonstige wohnungsnahe Versorgung 112

10.9 Empfehlungen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten 115

11 Bewertung von Entwicklungsflächen und konkreten Einzelhandelsvorhaben 118

11.1 Entwicklungsflächen 118

11.2 Konkrete Einzelhandelsvorhaben 123

12 Lippstädter Sortimentsliste 130

13 Fazit und abschließende Empfehlungen 136

14 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung 138

14.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten 138

14.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels 140

14.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels 142

14.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten 144

14.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten 145

14.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich 146

14.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung 146

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Lippstadt nach Altersgruppen 12

Abbildung 2: Einwohnerentwicklung der Stadt Lippstadt 12

Abbildung 3: Einwohner der Stadt Lippstadt nach Stadtteilen 13

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Lippstadt und in Nachbarkommunen 19

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Lippstadt p. a. 20

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 21

Abbildung 7: Kundenherkunft 23

Abbildung 8: Kundenwohnorte nach Sortimentsschwerpunkten der Betriebe 24

Abbildung 9: Einzugsgebiet 25

Abbildung 10: Einkaufshäufigkeit der Lippstädter Bürger an ausgewählten Standorten bzw. im Internet 26

Abbildung 11: Einkaufshäufigkeit der Umlandbewohner an ausgewählten Standorten bzw. im Internet 27

Abbildung 12: Bevorzugte Einkaufsorte der Lippstädter Bürger 28

Abbildung 13: Bevorzugte Einkaufsorte der Umlandbewohner 29

Abbildung 14: Bevorzugte Einkaufsorte in der Stadt Lippstadt 30

Abbildung 15: Bevorzugte Lippstädter Einkaufsorte für Lebensmittel nach Wohnort 31

Abbildung 16: Bewertung der Lippstädter Nahversorgung in unmittelbarer Wohnumgebung nach Wohnort 32

Abbildung 17: Vergleich der Bewertung der Nahversorgung in unmittelbarer Wohnumgebung 32

Abbildung 18: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Lippstadt 33

Abbildung 19: Vermisste Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Stadt Lippstadt 34

Abbildung 20: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Stadtteilen 35

Abbildung 21: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lippstadt 36

Abbildung 22: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lippstadt 38

Abbildung 23: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Sortimenten 39

Abbildung 24: Lebensmittelangebot der Stadt Lippstadt nach Betriebsformen 40
Abbildung 25: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Sortimenten 42
Abbildung 26: Verkaufsflächenentwicklung 2007 - 2015....44
Abbildung 27: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick 46
Abbildung 28: Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2007 - 2015....47
Abbildung 29: Kaufkraftbewegungen....48
Abbildung 30: Nutzungsstruktur in der Innenstadt 51
Abbildung 31: Passantenfrequenzen Juni 2015 52
Abbildung 32: Zählstandort Juni 2015 53
Abbildung 33: Entwicklung der Passantenfrequenzen 55
Abbildung 34: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt....56
Abbildung 35: Entwicklung der sortimentsspezifischen Marktanteile des Onlinehandels 59
Abbildung 36: Klassifizierung der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum des Onlinehandel-Marktanteils 60
Abbildung 37: Einkaufslagen der Innenstadt....61
Abbildung 38: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe 63
Abbildung 39: Aktivitäten des Lippstädter Innenstadteinzelhandels im Bereich Online-Marketing/ E-Commerce....64
Abbildung 40: Online-Gefährdung der Innenstadt....65
Abbildung 41 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Erwitter Straße-Nord 69
Abbildung 42 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Otto-Hahn-Straße 70
Abbildung 43 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Wiedenbrücker Straße 71
Abbildung 44: Verkaufsflächen und Umsätze im Stadtteilzentrum von Bad Waldliesborn 72
Abbildung 45 Nutzungsstruktur Bad Waldliesborn 73
Abbildung 46: Nutzungsstruktur Lipperode 74
Abbildung 47: Verkaufsflächen und Umsätze im Stadtteilzentrum von Lipperode....75
Abbildung 48: Nutzungsstruktur Esbeck....76
Abbildung 49: Nutzungsstruktur Eickelborn....77

Abbildung 50: Nutzungsstruktur Cappel 78

Abbildung 51: Nutzungsstruktur Lipperbruch 79

Abbildung 52: Nutzungsstruktur Hörste 80

Abbildung 53: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Erwitter Straße/ Planckstraße/ Gaußstraße 82

Abbildung 54: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Erwitter Straße-Süd 82

Abbildung 55: Ergänzungsstandorte Erwitter Straße und Am Wasserturm 83

Abbildung 56: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Wasserturm 84

Abbildung 57: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Bökenförder Straße 85

Abbildung 58: Ergänzungsstandorte Bökenförder Straße 86

Abbildung 59: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Mondschein 87

Abbildung 60: Ergänzungsstandort Am Mondschein 88

Abbildung 61: Nahversorgung in der Stadt Lippstadt 90

Abbildung 62: Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei Nahrungs- und Genussmitteln in Lippstadt nach Stadtteilen 91

Abbildung 63: Flächenausstattung nach Stadtteilen/ Siedlungsräumen 92

Abbildung 64: Zentrenkonzept 102

Abbildung 65: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 105

Abbildung 66: Zentraler Versorgungsbereich Bad Waldliesborn 109

Abbildung 67: Zentraler Versorgungsbereich Lipperode 111

Abbildung 68: Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche in Lippstadt 114

Abbildung 69: Potenzialflächen in der Kernstadt 122

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte 125

Abbildung 71: Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen 133

Abbildung 72: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Lippstadt 134

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Lippstadt beabsichtigt, ihr kommunales Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 neu aufzustellen, um die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts Lippstadt für die nächsten Jahre nachhaltig mitgestalten zu können. Dafür wird auch eine umfassende Aktualisierung der Datengrundlagen zur Einzelhandelssituation erforderlich, die zuletzt im Jahr 2007 erfolgt war.

Dies gilt umso mehr, als der Einzelhandel sich weiterhin sehr dynamisch verändert und beispielsweise Fragen zur Nahversorgung und zu den Auswirkungen von E-Commerce auf Basis des bisherigen Konzepts nicht zufriedenstellend beantwortet werden können.

Im besonderen Fokus steht dabei die Lippstädter Innenstadt, deren Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale als Einzelhandelsstandort intensiv zu beleuchten sind. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs zu überprüfen. Darüber hinaus sind auch die Auswirkungen des Onlinehandels auf den innerstädtischen Einlaufstandort zu beleuchten.

Weiterhin wird auch die Einzelhandelssituation in den sonstigen Stadtteilen analysiert und bewertet. Neben Fragen zur generellen Perspektive der Nahversorgungszentren und Fachmarktstandorte werden aktuelle Planungsüberlegungen (u. a. Entwicklung südliche Altstadt) berücksichtigt und hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit den Zielen des Entwicklungskonzeptes bewertet.

Bei der Bearbeitung des Einzelhandelskonzeptes ist auch zu berücksichtigen, dass die Landesregierung Nordrhein-Westfalen am 13.07.2013 den sachlichen Teilplan zum großflächigen Einzelhandel als Teil des neuen Landesentwicklungsplans beschlossen hat. Mit diesem landesplanerischen Fachplan werden die Ziele und Grundsätze festlegt, die im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen werden müssen. Vor diesem Hintergrund fließt dieser landesplanerische Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel in die Konzeptbearbeitung ein.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Stadt Lippstadt

Im Juni 2015 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe[1] durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 31 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in den zentralen Versorgungsbereichen die sonstigen publikumsintensiven Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) und die leerstehenden Ladenlokale kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt. Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich auf den Datenstand Juni 2015. Die zwischenzeitlich eingetretenen Veränderungen (u. a. Schließung der dm-Filiale am Südertor und der innerstädtischen Weltbild-Filiale) werden textlich kommentiert.

Kundenwohnorterhebung

Zur Ermittlung des Kundeneinzugsgebietes der Einkaufsstadt Lippstadt wurde in Zusammenarbeit mit der Lippstädter Werbegemeinschaft eine betriebliche Erfassung der Kundenwohnorte durchgeführt. An der Erhebung haben sich 50 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe der Stadt Lippstadt beteiligt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von ca. 13.700 Kunden im Zeitraum 15. bis 20.06.2015.

Telefonbefragung

Die Bürger der Stadt Lippstadt und der Nachbarkommunen (Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg, Rüthen und Wadersloh) wurden im Mai 2015 zu ihrem Einkaufsverhalten sowie zu ihren Anregungen und Wünschen zur Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Lippstadt befragt. Die Zufallsstichprobe der Telefonbefragung umfasst ca. 500 BürgerInnen (davon ca. 290 Lippstädter BürgerInnen).

---

[1] Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Passantenfrequenzzählung

Zur Bewertung der Lagequalitäten innerhalb der Innenstadt wurde eine Zählung der Passantenfrequenz an den wesentlichen Lagepunkten in der Lippstädter Altstadt durchgeführt. Gezählt wurde für jeweils eine Stunde. Dienstag (16.06.2015) und Freitag (19.06.2015) ist im Zeitraum von 16 bis 17 Uhr erhoben worden; am Samstag (20.06.2015) erfolgte die Passantenfrequenzzählung im Zeitraum von 11 bis 12 Uhr. Dabei wurden alle Passanten erfasst, die eine gedachte Zähllinie überqueren. Die Zählungen am Dienstag und Freitag dienten dazu, die Frequenzen an Werktagen ohne besondere Besuchsanlässe zu ermitteln. Mit den Erhebungen am Samstag sollten die Frequenzen in der Spitzenstunde des City-Einzelhandels erfasst werden. Als Zählstandorte wurden gewählt: Lange Straße 16 (Höhe Rathausstraße), Lange Straße 36 (Höhe City Center), Lange Straße 69 (Höhe Jakobikirche), Rathausstraße/ östlich Helle Halle, Rathausstraße/ westl. Helle Halle und Südertor 2 (südlicher Ausgang Unterführung).

Weitere Grundlagen

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Lippstadt wurden von der BBE-Marktforschung ermittelt. Zugrunde gelegt werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen Veröffentlichung der „MB-Research-Kaufkraft 2015“ in Verbindung mit den Daten der Veröffentlichung „MB-Research-Kaufkraft für Sortimente 2013“.

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Lippstadt wurden berücksichtigt.

Das GMA-Einzelhandelskonzept für die Stadt Lippstadt aus dem Jahre 2007 bzw. die Fortschreibung aus dem Jahre 2009 wurde u. a. für einen Zeitvergleich ausgewertet.

Wettbewerbsanalyse in der Region

Aufbauend auf den vorliegenden Untersuchungen in der Region wurde die regionale Angebotssituation im Einzelhandel bewertet.[2]

[2] U. a. Einzelhandelskonzepte der Städte und Gemeinden Paderborn, Soest, Wadersloh, Langenberg, Rietberg, Delbrück, Salzkotten, Geseke, Erwitte, Bad Sassendorf, Lippetal und Anröchte

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Das Mittelzentrum Lippstadt gehört seit dem Jahre 1975 als größte Stadt dem Kreis Soest an. Zum gleichen Zeitpunkt wurden die ehemaligen Gemeinden Benninghausen, Bökenförde, Cappel, Dedinghausen, Eickelborn, Esbeck, Garfeln, Hellinghausen, Herringhausen, Hörste, Lipperode, Lohe, Overhagen, Rebbeke und Rixbeck sowie Teile der Gemeinden Liesborn und Ermsinghausen nach Lippstadt eingemeindet. Damit wuchs die Gemeindefläche von ehemals 29,82 km² auf 113,3 km² und die Bevölkerung von ca. 22.300 Personen auf knapp 64.000 Einwohner an.

Die Nachbarkommunen sind im Norden Wadersloh (Kreis Warendorf), Langenberg, Rietberg (beide: Kreis Gütersloh) und Delbrück, im Osten Salzkotten (beide: Kreis Paderborn) und Geseke, im Süden Erwitte sowie im Westen Bad Sassendorf und Lippetal (Kreis Soest). Die nächstgelegenen Großstädte sind Paderborn (ca. 30 km), Bielefeld (ca. 40 km) und Dortmund (ca. 50 km).

Das Stadtgebiet von Lippstadt wird in Nord-Süd-Richtung durch die Bundesstraße 55 erschlossen, die die Anbindung an die Stadt Rheda-Wiedenbrück und die Autobahn 2 im Norden sowie an die Gemeinde Erwitte, die Bundesstraße 1 und die Autobahn 44 im Süden herstellt. Wichtige West-Ost-Achsen stellen u. a. die Landesstraße 822 und 636 im nördlichen bzw. südlichen Stadtgebiet dar.

Lippstadt liegt an der Bahnstrecke Dortmund - Hamm - Paderborn und ist Haltepunkt im Fern- und Regionalverkehr. Im lokalen Zusammenhang verfügt die Stadt über ein Stadtbusnetz mit fünf Linien sowie ergänzende Regionalbusverbindungen.

Aufgrund der Lage an der Lippefurt war Lippstadt bereits vor der Stadtgründung ein wichtiger Handelsort. Im Mittelalter waren die Lippstädter Händler Mitglied der Hanse. Später führte die Erschließung durch die Eisenbahn im Jahre 1850 zu ersten Ansiedlungen des produzierenden Gewerbes (vor allem Eisenverarbeitung). Ab den 1950er Jahren ist insbesondere durch die Entwicklung der Automobilindustrie ein starkes Wirtschaftswachstum in Lippstadt zu verzeichnen. Neben der Automobilzulieferindustrie ist die Wirtschaftsstruktur der Stadt heute durch viele mittelständische Betriebe unterschiedlicher Branchen geprägt, die einen technologischen Ansatz haben (u. a. Klimatechnik, Kunststoffsysteme, Großwälzlager, Steckverbindungen, Schweißmaschinen und Automatisierungslösungen).

Demgemäß sind heute immer noch über 40 % der Beschäftigten im verarbeitenden Gewerbe tätig. Gleichzeitig zeugt der positive Pendlersaldo von der wirtschaftlichen Bedeutung der Stadt: von den

knapp 33.700 im Stadtgebiet sozialversicherungspflichtig Beschäftigen pendeln ca. 17.700 Personen ein, während ca. 9.600 Lippstädter Bürger einem Beschäftigungsverhältnis außerhalb der eigenen Wohngemeinde nachgehen.[3]

2.2 Demografische Entwicklung

Aktuell weist die Stadt Lippstadt 68.523 Einwohner auf. Hinsichtlich der Altersstruktur liegt die Verteilung der Bevölkerung nach Altersgruppen annähernd im Bundesdurchschnitt. Lediglich die Altersgruppe der 0-19-Jährigen ist mit ca. 19 % leicht überdurchschnittlich vertreten (Bundesdurchschnitt ca. 18 %; Quelle: Destatis).

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Lippstadt nach Altersgruppen

Altersgruppen	Einwohner			
	0 – 19 Jahre	20 – 64 Jahre	65 Jahre und älter	Gesamt
absolut	13.030	41.888	13.605	68.523
in %	19,0	61,1	19,9	100,0

Quelle: Stadt Lippstadt, Stand: 31.12.2014 (nur Hauptwohnsitze)

Die Stadt Lippstadt zeigt in den letzten Jahren eine positive Bevölkerungsentwicklung, die neben der natürlichen Bevölkerungsbewegung aus leichten Überschüssen im Rahmen der Bevölkerungswanderung resultiert (1995 - 2012: + 529 Einwohner, Quelle: IT NRW). Während das Land Nordrhein-Westfalen sowie die Bundesrepublik Deutschland im Zeitraum zwischen 1995 und 2012 einen Bevölkerungsrückgang von 0,25 % bzw. 1,6 % verzeichnen, dokumentiert die Stadt Lippstadt einen leichten Bevölkerungsgewinn um rd. 0,8 %.

Abbildung 2: Einwohnerentwicklung der Stadt Lippstadt

Jahr	Einwohner					
	1995	2000	2005	2010	2012	2014
Absolut	66.636	66.933	67.446	66.976	67.165	66.518
Veränderung zum Bezugsjahr in %	-	+ 0,4	+ 1,2	+ 0,5	+ 0,8	- 0,2

Quelle: IT NRW, jeweils Stand 31.12. (ab 2013 Daten auf Basis des Zensus vom 09.05.2011, so dass keine Vergleichbarkeit)

[3] Vgl. Bundesanstalt für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten, Stand: 30.06.2014

Den Siedlungsschwerpunkt stellt die Kernstadt mit ca. 58 % der Einwohner dar. Die Stadtteile Bad Waldliesborn und Lipperode vereinigen jeweils ca. 7 % bzw. 6 % der Einwohner auf sich. Die übrigen 29 % der Bevölkerung verteilen sich auf 15 weitere Ortschaften mit Einwohnerzahlen von 200 – 2.600 Personen je Stadtteil, so dass außerhalb der Kernstadt eine geringe Bevölkerungsdichte festzustellen ist.

Abbildung 3: Einwohner der Stadt Lippstadt nach Stadtteilen

	Einwohner	
Stadtteil/ stat. Bezirk	**abs.**	**in %**
Stadtkern	4.845	7,1
LP-Nordwest	9.175	13,4
LP-Nordost	4.920	7,2
LP-Südost	7.630	11,1
LP-Südwest	13.128	19,1
Kernstadt	**39.698**	**57,9**
Cappel	2.568	3,7
Lipperbruch	2.319	3,4
Bad Waldliesborn	4.766	7,0
Lipperode	3.983	5,8
Rebbeke	525	0,8
Hörste	1.565	2,3
Garfeln	596	0,9
Esbeck	2.118	3,1
Dedinghausen	1.789	2,6
Rixbeck	1.100	1,6
Bökenförde	1.491	2,2
Overhagen	1.192	1,7
Hellinghausen	422	0,6
Herringhausen	340	0,5
Benninghausen	1.822	2,7
Eickelborn	2.024	2,9
Lohe	205	0,3
Stadt Lippstadt gesamt	**68.523**	**100,0**

Quelle: Stadt Lippstadt, Stand: 31.12.2014 (nur Hauptwohnsitze)

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Landesbetriebes Information und Technik NRW aus dem Jahre 2014 lässt für die Stadt Lippstadt bis zum Jahre 2030 eine leicht wachsende Bevölkerungs-

zahl (ca. + 0,7 %) erwarten. Für den Kreis Soest wird dagegen für diesen Zeitraum ein Bevölkerungsrückgang (ca. - 2,8 %) prognostiziert, während landesweit eine leichter Posivtrend vorausgesagt wird (ca. + 0,8 %).

2.3 Regionale Wettbewerbssituation

Das Mittelzentrum Lippstadt steht im regionalen Wettbewerb mit dem ca. 30 km entfernten Oberzentrum Paderborn, den benachtbarten Mittelzentren Delbrück, Geseke, Rietberg und Soest sowie den nahegelegenen Grundzentren Langenberg, Wadersloh, Lippetal, Bad Sassendorf, Erwitte, Anröchte und Salzkotten.

Die Kreisstadt **Paderborn** ist das nächstgelegene Oberzentrum. Hierarchisch ist Paderborn in das Innenstadtzentrum, zwei Stadtteilzentren Elsen und Schloß Neuhaus und 11 Nahversorgungszentren untergliedert.[4] Die in etwa doppelt so große Einwohnerzahl der Stadt Paderborn im Vergleich zu Lippstadt spiegelt sich auch in der absoluten Anzahl der Einzelhandelsbetriebe wider. Während die Stadt Lippstadt 479 Einzelhandels- und Ladenhandwerkbetriebe aufweist, sind in Paderborn 950 Betriebe ansässig, die insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 411.560 m² aufweisen. Das entspricht in etwa einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,83 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der neueste Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts weist für die Stadt Paderborn eine Einzelhandelszentralität von ca. 148 % aus. Dabei können in allen Sortimentsgruppen Kaufkraftzuflüsse generiert werden, die höchsten in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren sowie Möbel.

Innerhalb der Stadt Paderborn kommt der Innenstadt mit ca. 32 % der Einzelhandelsbetriebe die größte Bedeutung zu. Frequenzbringer sind dabei in der Hauptlage zwischen der Westernstraße und Marienstraße/ Marienplatz, entlang der Straße Kamp sowie im Bereich Rathausplatz und Schildern das Kaufhaus Galeria Kaufhof, die Bekleidungskaufhäuser Klingenthal, Peek & Cloppenburg und C&A sowie Saturn in der Libori Galerie. In den Stadtteil- und Nahversorgungszentren sind vor allem Lebensmittelbetriebe als Ankerbetriebe angesiedelt.

Eine übergemeindliche Ausstrahlungskraft kommt auch den fünf Sonderstandorten („Dören“, „Detmolder Straße“, „Marienloher Straße“, „Frankfurter Weg“ sowie „Möbel/Baumarkt“) und dem Ergänzungsstandort „Südring-Center/Real“ zu. Als Magnetbetriebe gelten dabei die Baumärkte und Gar-

[4] Vgl. Stadt+Handel, Entwurf Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Paderborn, 2015

tencenter Hornbach, Gärtnerei Marx und Blumen Risse, sowie die Möbelhäuser Möbel Finke, Preisrebell und Poco.

Nordöstlich von Lippstadt liegt die Stadt **Delbrück** mit der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums. Das Zentrenkonzept umfasst die Innenstadt als Hauptzentrum sowie Nahversorgungszentren in Lippling, Ostenland und Westenholz. Der Einzelhandelsbesatz von 209 Betrieben umfasst ca. 88.300 m² Verkaufsfläche. In Bezug auf die Einwohnerzahl der Stadt ergibt sich eine Arealitätsziffer im Einzelhandel von 2,94 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Im Delbrücker Stadtgebiet sind 21 großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, die 69 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche einnehmen (60.800 m²) und größtenteils Nahrungs- und Genussmittel, Gartenmarkt- und Baumarktsortimente sowie Möbel anbieten. Magnetbetriebe sind hierbei in solitären Lagen der Möbelmarkt Hansel in Westenholz mit rd. 17.600 m², die Baumärkte Gerwing in Boke mit ca. 10.000 m² und Obi in Delbrück mit rd. 6.300 m² Verkaufsfläche. Mit einer Einzelhandelszentralität von 127 % verfügt Delbrück über eine bedeutsame Ausstrahlungskraft.[5]

Auch das **Mittelzentrum Soest** stellt ein regional ausstrahlendes Mittelzentrum mit einer Zentralität von ca. 144 % dar. Der Einzelhandel der südwestlich von Lippstadt gelegenenen Stadt konzentriert sich primär auf das Hauptzentrum „Innenstadt Soest“, das Nebenzentrum „Soest-Ost“, die Nahversorgungszentren „Niederbergheimer Str.“ und „Herzog-Adolf-Weg“ sowie den Sondergebietsstandort „Soest-West“. Mit 387 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 140.920 m² beträgt die Verkaufsflächenausstattung ca. 2,7 m² je Einwohner. Der Fokus liegt auf der Innenstadt mit 260 Betrieben und ca. 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Das City-Center am Bahnhof bietet rd. 10.000 m² Verkaufsfläche. Die Anziehungskraft der Innenstadt wird von den großflächigen Betrieben Saturn, Drogerie Müller, H&M, C&A, Intersport Lobenstein, Charles Vögele, sowie den Verbrauchermarkt Hit geprägt. Neben der Innenstadt sind das Nebenzentrum „Soest-Ost“ mit den Magnetbetrieben Aldi, Edeka (im Riga-Center), Elektrofachmarkt Berlet, Möbel Boss, Bettenwelt und dem Gartenmarkt Risse sowie der Sonderstandort „Soest-West“ mit dem SB-Warenhaus Kaufland, Aldi, Modezentrum Kress, toom Baumarkt und Heimtextilienfachmarkt Hammer zu nennen.[6]

Die Stadt **Rietberg** im Norden von Lippstadt mit der Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums plant ein City-Outlet-Center im Zentrum an der Rathaustraße, um u. a. die aktuell vorhandenen strukturellen Probleme der Innenstadt zu beheben. Es sollen bekannte Markengeschäfte angesiedelt werden, die ihre Sortimente im Outlet-Vertrieb anbieten. Insgesamt ist eine Verkaufsfläche von

---

5 Vgl. Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept Stadt Delbrück, 2012

6 Vgl. Stadt Soest, Einzelhandelskonzept, 2010

ca. 9.000 m² Verkaufsfläche geplant, davon sollen ca. 5.000 m² durch einen Neubau zusätzlich entstehen. Die Realisierungchancen sind aufgrund des frühen Planungsstadiums noch nicht abschließend zu bewerten.

Das Mittelzentrum **Geseke** hat insgesamt 150 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 28.650 m² vorzuweisen, davon sind ca. 40 % dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen. Die Einzelhandelsausstattung beläuft sich auf ca. 1,4 m² je Einwohner und verdeutlich, dass Geseke keine wesentliche übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann. Das Zentrenkonzept weist das Hauptzentrum Innenstadt und das Nahversorgungszentrum Störmede aus. Der Einzelhandelsbesatz der Innenstadt ist geprägt durch kleinteilige, überwiegend inhabergeführte Betriebe, großflächige Betriebe sind nicht ansässig. Die Leitsortimente sind Bekleidung, Schuhe und Lederwaren. Strukturprägender Lebensmitteleinzelhandel ist dagegen im Hauptzentrum der Stadt nicht vorhanden, in unmittelbarer Nähe befindet sich nur ein Combi Verbrauchermarkt an der Lüdischen Straße. Der Hauptstandort der Grundversorgung für die Stadt ist die nicht-integrierte Lage Lindenweg am Bahnhof von Geseke mit E aktiv Markt Buschkühle, Aldi und Getränkemarkt Lösch Depot. Die zweitgrößte Einzelhandelskonzentration der Stadt bildet die nicht-integrierte Agglomeration an der Bürner Straße mit den Magnetbetrieben Dänisches Bettenlager, Sonderpostenmarkt Schlaukauf, Sonderpreis Baumarkt und dem Discounter Netto.[7]

Das Einzelhandelsangebot der Stadt **Salzkotten** als Grundzentrum verteilt sich auf 144 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 53.300 m². In Bezug auf die Einwohnerzahl der Stadt ergibt sich somit eine Verkaufsflächenausstattung von 2,2 m² je Einwohner. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei im Hauptgeschäftszentrum und in den Fachmarktstandorten Salinenhof und Geseker Straße im Stadtteil Salzkotten. Die Salzkottener Innenstadt präsentiert sich insgesamt attraktiv mit einem Angebotsschwerpunkt im mittelfristigen Bereich. Als Magnetbetrieb dient das Modehaus Klingenthal. Der strukturprägende Lebensmitteleinzelhandel ist im nördlichen Teil des zentralen Versorgungsbereichs mit dem Discounter Aldi und dem Verbrauchermarkt Combi sowie entlang der Geserker Straße mit einem Rewe Supermarkt und den Discountern Lidl und Penny ansässig. Dem langfristigen Bedarf (v. a. Baumarkt- und Gartensortimente) sind über 60 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen zuzurechnen (u. a. Becker-Baustoffe, Hagebaumarkt, Holzhandel Claes-Holz).[8]

Der Gemeinde **Langenberg**, nördlich von Lippstadt, sind die Funktionen eines Grundzentrums zugewiesen. Sie besitzt mit ca. 44 Einzelhandelsbetrieben und rd. 13.400 m² Verkaufsfläche eine begrenzte Versorgungsfunktion. Eine umfassende Nahversorgungsausstattung ist an der einwohner-

---

[7] Vgl. Dr. Donato Acocella, Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Geseke, 2008

[8] Vgl. Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Salzkotten, 2010

bezogenen Verkaufsflächenausstattung der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit ca. 0,50 m² je Einwohner abzulesen. Wichtige Magnetfunktionen übernimmt im Langenberger Zentrum ein Elli-Markt, ein Combi Verbrauchermarkt und der Lebensmitteldiscounter Aldi sowie im Ortsteil Benteler ein Elli-Markt. Mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche sind dem überwiegend langfristigen Bedarf zuzuordnen, dabei nehmen den größten Teil die Warengruppen Möbel und Gartenmarktsortimente mit den Ankerbetrieben Möbel Christmann und Gärtnerei Herbort im Ortskern ein.[9]

Der Kurort **Bad Sassendorf** als Grundzentrum weist 66 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 9.500 m² auf. Dies entspricht etwa einer Verkaufsflächendichte von 0,8 m² je Einwohner. Ähnlich wie in der Gemeinde Langenberg übernehmen die in Bad Sassendorf ansässigen Lebensmittelbetriebe Edeka Otterstedde und Rewe Stolper (beide jeweils ca. 900 m² VKF) im Ortskern, die Discounter Penny und Aldi (rd. 900 m² VKF) sowie der Vollsortimenter Edeka (ca. 1.500 m² VKF) außerhalb des zentralen Innenstadtbereiches die tägliche Daseinsvorsorgung des Grundzentrums.[10]

Das Einzelhandelsangebot der Stadt **Erwitte** als Grundzentrum ist ebenfalls überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Untergliedert wird das Zentrenkonzept der Gemeinde in das Hauptzentrum „Innenstadt“, in das Nebenzentrum „Bad Westernkotten“ sowie das Nahversorgungszentrum „Horn“. Magnetbetriebe sind ein Penny und ein Sonderpostenmarkt Action im Hauptzentrum. Darüber hinaus sind weitere Nahversorgungseinrichtungen für den Einzelhandelsstandort prägend, u. a. die Einzelhandelsagglomeration mit Aldi, Combi Verbrauchermarkt und Thomas Philipps Sonderpostenmarkt im Osten des Stadtteils Erwitte, das Menke-Center mit einem Combi Verbrauchermarkt in der Bahnhofstraße, ein Rewe im Nebenzentrum „Bad Westernkotten“ sowie ein Edeka im Nahversorgungszentrum „Horn“. [11]

Die Gemeinde **Lippetal,** im Westen von Lippstadt, erfüllt die Funktion eines Grundzentrums und verfügt über drei zentrale Versorgungsbereiche in den Ortsteilen Herzfeld, Lippborg sowie Oestingshausen. Der lokale Einzelhandel stellt die Deckung des kurzfristigen Bedarfs sicher. Wichtige Magnetfunktionen übernehmen in Herzfeld ein Penny- und ein Rewe-Markt, in Oestinghausen ein Aldi-Discounter und in Lippborg ebenso ein Rewe-Markt. Einen Sonderstandort bildet das Modehaus Bessmann am Dalmer Weg.[12]

---

9 Vgl. Junker und Kruse, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Langenberg, 2013

10 Vgl. bulwiengesa AG, Einzelhandelsentwicklungskonzept Bad Sassendorf, 2009

11 Vgl. Wolters Partner, Zentrenkonzept Stadt Erwitte, 2008

12 Vgl. GMA, Auswirkunsganalyse zur geplanten Erweiterung des Modehauses Bessmann, 2013

In der Gemeinde **Wadersloh** sind die vorhandenen Lebensmittelbetriebe vorwiegend auf die tägliche Daseinsversorgung ausgerichtet. Im Einzelhandelskonzept wird ein zentraler Versorgungsbereich als Hauptzentrum im Ortsteil Wadersloh ausgewiesen, in dem sich u. a. die Lebensmittelmärkte E aktiv Markt Buschkühle, Aldi, Penny und Lidl befinden. Die ergänzenden integrierten Nahversorgunsstandorte umfassen im Ortsteil Liesborn einen K+K Verbrauchermarkt sowie in Diestedde den Frischmarkt Diestedde. Am Fachmarktstandort an der Dieselstraße ist nichtzentrenrelvanter Einzelhandel angesiedelt, u.a. Ideal-Möbel und RS-Möbel.[13]

Die Einzelhandelslandschaft der Gemeinde **Anröchte** als Grundzentrum ist ebenso geprägt von Lebensmittelbetrieben. Wichtige Versorgungsfunktion im Gemeindegebiet übernehmen ein Rewe-Markt, ein Combi-Verbrauchermarkt, ein Lidl-Markt und ein Edeka-Markt im Ortsteil Anröchte.

[13] Vgl. BBE Handelsberatung Münster, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Wadersloh, 2008

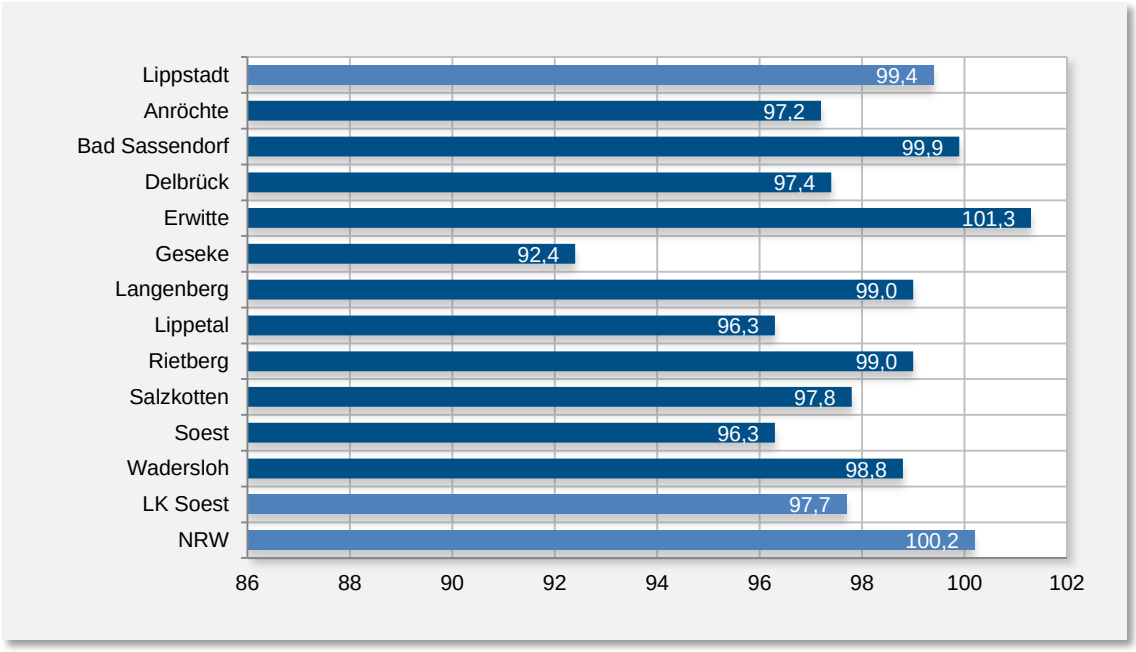
3 Nachfrageanalyse

3.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Lippstadt

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.205 € einzelhandelsrelevant.[14]

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für die Stadt Lippstadt aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 99,4 % aus. Im Kreis Soest und bei den sonstigen Umlandgemeinden liegen die Kaufkraftkennziffern weitgehend unter dem Niveau der Stadt Lippstadt. Einzig in der Gemeinde Erwitte wird ein im NRW-Vergleich überdurchschnittliches Kaufkraftniveau erreicht (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Lippstadt und in Nachbarkommunen



Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2015 (Kaufkraftbasis stellt das wohnortbezogene Einkommen dar)

[14] Quelle: BBE-Marktforschung; unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Lippstadt p. a.

Sortiment	Deutschland	Stadt Lippstadt	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.278	2.267	155,3
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	297	290	19,9
Apothekenwaren	614	602	41,3
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	48	47	3,2
Blumen	71	74	5,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	45	3,1
Bekleidung, Wäsche	504	500	34,3
Schuhe, Lederwaren	126	125	8,6
Sport-, Campingartikel	89	88	6,1
Bücher, Zeitschriften	96	93	6,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	126	122	8,4
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	49	49	3,4
Möbel, Küchen	304	306	20,9
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	96	93	6,4
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	33	32	2,2
Heimtextilien, Gardinen	27	27	1,8
Bettwaren	23	23	1,6
Lampen und Leuchten	25	25	1,7
Elektrogroßgeräte	87	85	5,8
Elektrokleingeräte	39	39	2,6
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger, Computer, Telekommunikation	287	282	19,3
Foto	58	58	4,0
Optik	62	61	4,2
Uhren, Schmuck	56	55	3,7
Bau- und Heimwerkerbedarf	297	308	21,1
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	38	39	2,7
Pflanzen, Gartenbedarf	131	136	9,3
Fahrräder, Fahrradzubehör	38	38	2,6
Autozubehör	150	149	10,2
Baby- und Kinderausstattung**	50	50	3,4
Sonstiger Einzelhandel***	59	58	4,0
Gesamt	**6.205**	**6.166**	**422,5**

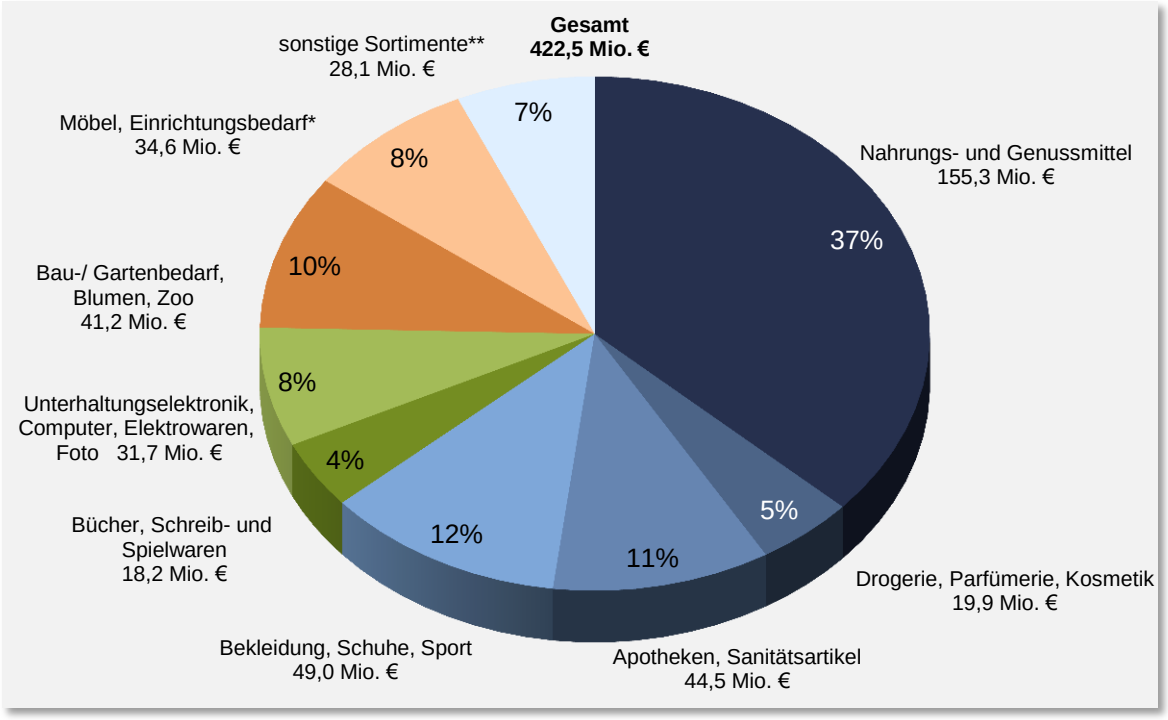
* Glas, Porzellan, Keramik
** Kinderwagen, Autositze u. a.
*** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern

Für die Stadt Lippstadt ergeben sich unter Beachtung des leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.166 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Lippstadt in Höhe von aktuell 422,5 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 5).

Mit rund 37 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 52 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport, Bücher/ Schreib- und Spielwaren sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 98,9 Mio. € (ca. 23 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf ca. 75,8 Mio. € (ca. 18 %), die sonstigen Warengruppen umfassen ca. 28,1 Mio. € Kaufkraft bzw. ca. 7 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

3.2 Kundenwohnorterhebung

Um die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Lippstadt und dessen Ausstrahlung in umliegende Orte und Gemeinden zu ermitteln, erfolgte im Juni 2015 in innerstädtischen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben der Stadt Lippstadt eine Kundenwohnorterhebung zur Ermittlung des aktuellen Einzugsgebietes der Einkaufsstadt. Im Rahmen der Kassenvorgänge wurden die Wohnorte der Kunden ermittelt.

In 50 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in Lippstadt wurden im Erhebungszeitraum vom 15. bis 20.06.2015 insgesamt ca. 13.700 Kunden hinsichtlich ihres Wohnortes befragt. Die Ergebnisse sind wie folgt zusammenfassen (vgl. Abbildung 7):

- Mit ca. 58 % kommt der überwiegende Kundenanteil aus dem eigenen Stadtgebiet.
- Die übergemeindliche Ausstrahlungskraft bezieht sich vor allem auf die benachbarten Siedlungsbereiche mit den Gemeinden Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg, Rüthen und Wadersloh (zusammen ca. 22 % der Kunden).
- Die Bindungsintensität ist für die Kunden aus Erwitte und Anröchte (59 bzw. 50 Kunden je 1.000 Einwohner) am höchsten, gefolgt von Wadersloh, Rüthen, Geseke und Langenberg. Die Bindungsindizies liegen bei diesen Gemeinden zwischen 25 und 33 % des für die Stadt Lippstadt ermittelten Index von 118 Kunden je 1.000 Einwohner.
- Der Anteil der Kunden aus dem weiteren Umland beläuft sich auf insgesamt ca. 12 %. Die Verflechtungsintensität ist vor allem für Warstein, Rietberg, Lippetal[15] und Bad Sassendorf noch relativ hoch (ca. 10 – 11 Kunden je 1.000 Einwohner).
- Geringere Kundenverflechtungen sind für Büren, Delbrück, Salzkotten, Paderborn und Soest festzustellen. Für die weiteren Umlandorte sind anhand der Bindungsquoten nur Streuumsätze abzulesen.

Die Differenzierung der Ergebnisse nach der Sortimentszuordnung der erhebenden Betriebe zeigt, dass die Bekleidungs-, Schuhe- und Sportangebote sowie der Einrichtungsbedarf die größte Ausstrahlungskraft in die Region entfalten können. Erwartungsgemäß strahlen die Betriebe mit Sorti-

[15] In Lippetal sind aufgrund der räumlichen Zuordnung vor allem die Einwohner des östlichen Gemeindegebietes (Ortsteile Herzfeld, Hovestadt, Nordwald, Schoneberg) nach Lippstadt orientiert, so dass ein Bindungsindex für diesen Siedlungsbereich von ca. 20 Kunden je 1.000 Einwohner zu unterstellen ist.

menten des kurzfristigen Bedarfs[16] weniger stark in das Umland aus als die spezialisierten Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs (vgl. Abbildung 8).

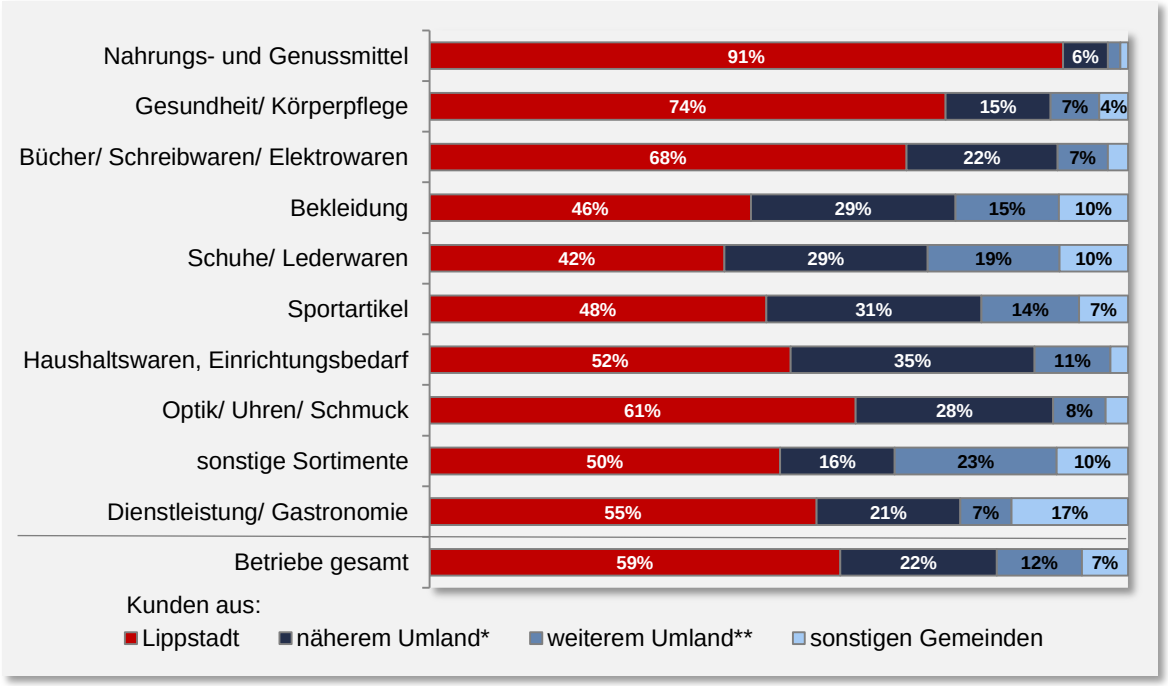
Abbildung 7: Kundenherkunft

Gemeinde/ Stadtteil	Einwohner	Kundenanzahl		Bindungsintensität (Kunden je 1.000 EW)
		abs.	in %	
- Kernstadt	39.698	5.546	40,5	140
- Stadtteile	28.825	2.505	18,3	87
Lippstadt	**68.523**	**8.051**	**58,8**	**118**
Anröchte	10.339	517	3,8	50
Bad Sassendorf	11.577	118	0,9	10
Büren	21.601	151	1,1	7
Delbrück	31.014	193	1,4	6
Erwitte	15.771	932	6,8	59
Geseke	20.560	609	4,4	30
Langenberg	8.186	186	1,4	23
Lippetal	11.788	121	0,9	10
Paderborn	144.290	159	1,2	1
Rietberg	28.930	320	2,3	11
Rüthen	10.350	342	2,5	33
Salzkotten	24.649	160	1,2	6
Soest	46.943	290	2,1	6
Wadersloh	12.243	482	3,5	39
Warstein	25.144	317	2,3	13
Sonstige Städte/ Gemeinden	./.	582	4,2	./.
Gäste/ Touristen	./.	172	1,2	./.
Gesamt	**./.**	**13.702**	**100,0**	**./.**

Quelle: Kundenwohnorterhebung Juni 2015 durch 50 Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe, Einwohnerzahlen Stadt Lippstadt (Stand 30.12.2014)/ IT.NRW (Stand 30.06.2014)

16 Hier vor allem Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit/ Körperbedarf. Die übermittelten Kundendaten eines Discountmarktbetreibers für die Lippstädter Filialen bestätigen die im Rahmen der Kundenwohnorterhebung ermittelten Ergebnisse.

Abbildung 8: Kundenwohnorte nach Sortimentsschwerpunkten der Betriebe



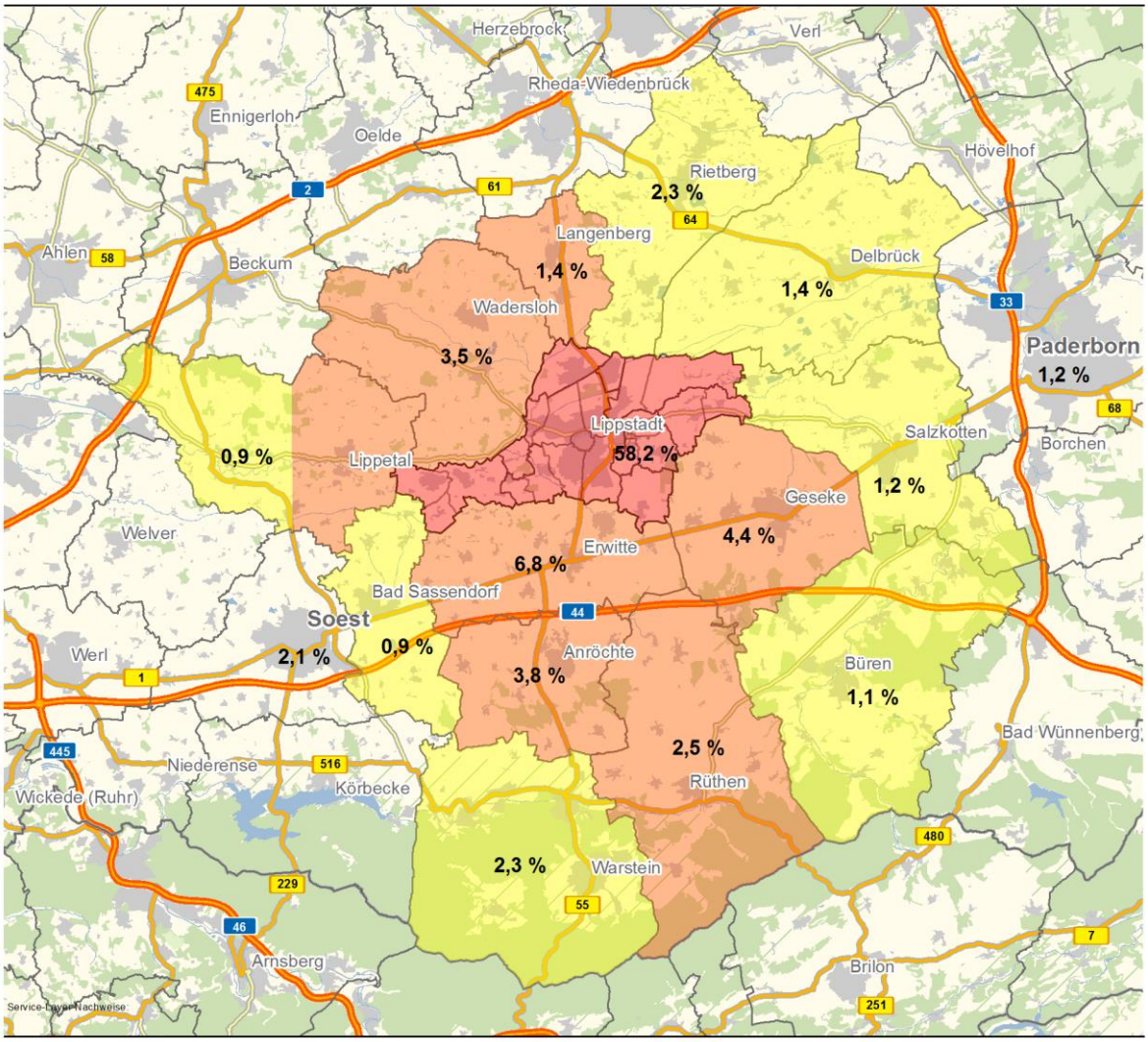
* Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg, Rüthen, Wadersloh
** Bad Sassendorf, Büren, Delbrück, Lippetal, Rietberg, Salzkotten, Soest, Warstein
Quelle: BBE-Kundenwohnorterhebung 2015, (n = 50 Betriebe/ 13.702 Kundenwohnorte)

Der Vergleich zu den Ergebnissen der Kundenwohnorterhebung aus dem Jahre 2007 zeigt keine signifikanten Unterschiede. Insbesondere die räumliche Ausstrahlungskraft und die auswärtige Kundenbindung werden durch die aktuellen Erhebungsdaten bestätigt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass keine direkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse gegeben ist, da sich unterschiedliche Betriebe beteiligt haben.[17]

Im Fazit lässt sich festhalten, dass die Einkaufsstadt Lippstadt ein Marktgebiet erreicht, das sich vor allem auf die Nachbargemeinden Anröchte, Erwitte, Wadersloh, Rüthen, Geseke, Langenberg und das östliche Gemeindegebiet von Lippetal bezieht (vgl. Abbildung 9). Darüber hinaus kann durch den spezialisierten Einzelhandel auch ein weiteres Marktgebiet erreicht werden, das sich im Wesentlichen auf die Gemeinden Rietberg, Delbrück, Salzkotten, Büren, Warstein, Bad Sassendorf und Lippetal (restliches Gemeindegebiet) bezieht. Eine eingeschränkte Verflechtungsintensität besteht mit der Stadt Soest, so dass die beiden Mittelzentren sich funktional ergänzen.

[17] Die hohe Zahl der im Jahre 2007 erfassten Kundenwohnorte lässt erwarten, dass sich mehr frequenzstarke Betriebe des Lebensmittelbereichs beteiligt haben, so dass der Anteil der auswärtigen Kunden insgesamt mit ca. 34 % im Jahre 2007 unter dem aktuellen Ergebnis lag.

Abbildung 9: Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Kundenwohnorterhebung 2015, (n = 50 Betriebe/ 13.702 Kundenwohnorte)

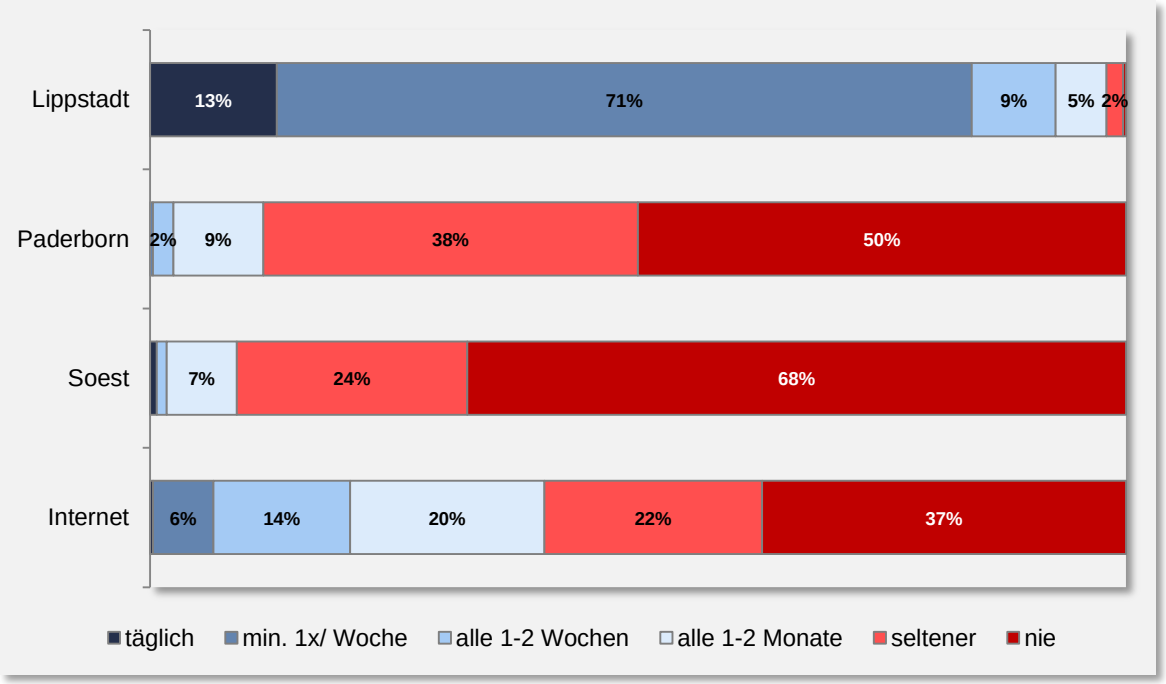
3.3 Einkaufshäufigkeit

Im Rahmen einer telefonischen Haushaltsbefragung wurden im Juni 2013 insgesamt 292 Lippstädter Bürger sowie 212 Bürger der Nachbargemeinden Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg,

Rüthen und Wadersloh per Zufallsstichprobe ausgewählt und nach ihren bevorzugten Einkaufsorten und der Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Standorten befragt.

Die Ergebnisse zur Einkaufshäufigkeit in der Stadt Lippstadt und anderen Einkaufsstädten der Region verdeutlichen, dass die Lippstädter Bevölkerung vorrangig auf den eigenen Wohnstandort orientiert ist (vgl. Abbildung 10). Der Stammkundenanteil (Einkauf einmal pro Woche oder häufiger) liegt aktuell bei ca. 84 %, so dass eine hohe Einkaufsorientierung, die bereits in der Bürgerbefragung im Jahre 2007 festgestellt wurde, bestätigt wurde. Bei den Umlandbewohnern steht erwartungsgemäß der Einkauf in Lippstadt in größeren Zeitabständen im Vordergrund, so suchen ca. 63 % der Umlandbewohner Lippstadt wöchentlich oder monatlich (alle 1 – 2 Wochen/ alle 1 – 2 Monate) auf (vgl. Abbildung 11).

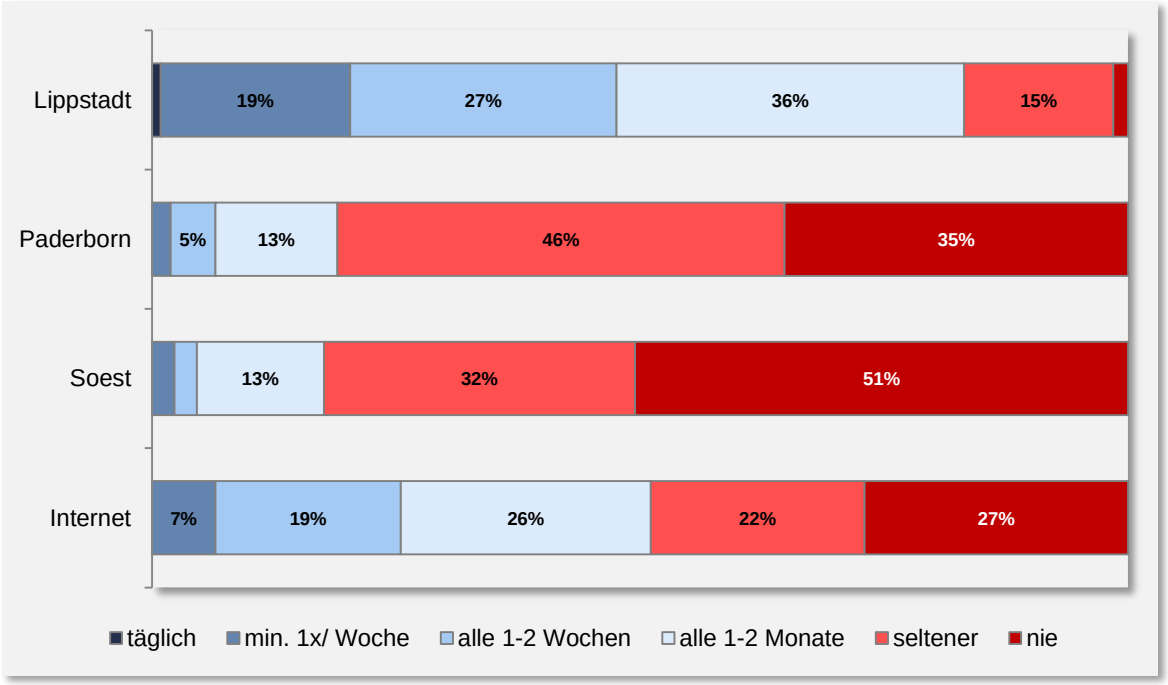
Abbildung 10: Einkaufshäufigkeit der Lippstädter Bürger an ausgewählten Standorten bzw. im Internet



Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n= 292), in % der Befragten mit Angabe

Paderborn wird von rund der Hälfte der Lippstädter Bürger zumeist in größeren Zeitabständen aufgesucht. Bei den Umlandbefragten liegt dieser Wert bei ca. 65 %. Für Soest liegt die (zumeist sporadische) Einkaufsorientierung bei den Lippstädtern bei ca. 32 % und bei den Umlandbewohnern bei ca. 49 %, wobei vor allem die Befragten aus Anröchte und Rüthen auf Soest orientiert sind.

Abbildung 11: Einkaufshäufigkeit der Umlandbewohner an ausgewählten Standorten bzw. im Internet



Quelle: BBE-Telefonbefragung Umlandbewohner (n= 216), in % der Befragten mit Angabe

Das Internet weist einen „Stammkundenanteil“ (Einkauf mind. wöchentlich) von ca. 6 - 7 % auf. Gleichzeitig geben ca. 37 % der Lippstädter bzw. 27 % der Umlandbewohner an, überhaupt nicht im Internet einzukaufen. Damit wird für Lippstadt eine unterdurchschnittliche Online-Orientierung dokumentiert. Der Anteil der Internet-Kunden liegt in Deutschland aktuell bei ca. 73 %.[18]

Tendenziell ist für den Interneteinkauf eine höhere Einkaufshäufigkeit bei den jüngeren Befragten festzustellen, während Paderborn überdurchschnittlich von den mittleren Altersgruppen (25 – 65 Jahre) aufgesucht wird. Bei den über 65-Jährigen nehmen entsprechend bundesweiter Erfahrungswerte gleichermaßen die Einkaufsmobilität und die Internet-Orientierung ab.

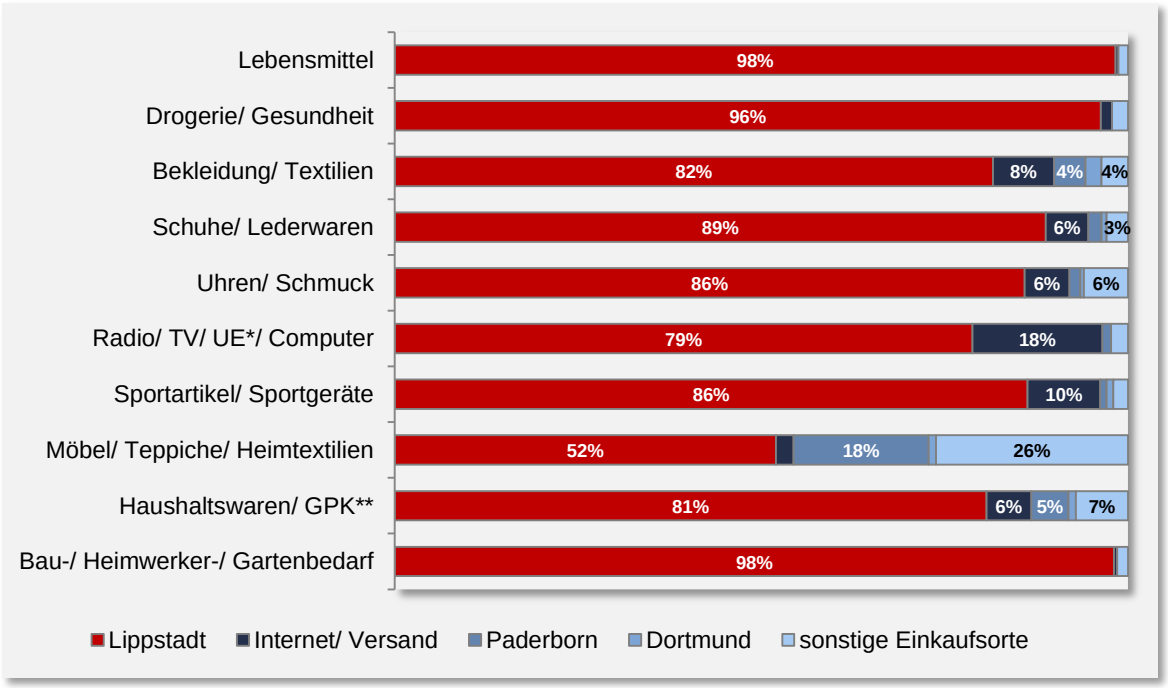
[18] Vgl. Statista, Dossier E-Commerce, 2015

3.4 Einkaufsorientierung der Bürger in Lippstadt und im Umland

Die Einkaufsstadt Lippstadt weist bei allen abgefragten Sortimenten eine hohe Akzeptanz bei der **Lippstädter Bevölkerung** auf (Einkaufsorientierung nach Lippstadt 79 – 98 %). Einzig bei Möbeln/ Teppichen/ Heimtextilien ist eine relativ hohe regionale Einkaufsorientierung abzulesen, die sich gleichermaßen auf Paderborn (ca. 18 %), Einkaufsorte in der sonstigen Region Ostwestfalen (ca. 9 %), im Ruhrgebiet (ca. 6 %) und im Münsterland (ca. 4 %) bezieht.

Dem Internet-/ Versandhandel kommt eine relativ hohe Bedeutung in den Angebotssegmenten Radio/ TV/ Unterhaltungselektronik/ Computer (ca. 18 %), Sportartikel/ -geräte (ca. 10 %) sowie Bekleidung (8 %) zu. Bei Schuhen/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck und Haushaltswaren/ Glas, Porzellan, Keramik haben jeweils ca. 6 % der Befragten den Internet-/ Versandhandel als bevorzugte Einkaufsquelle genannt (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Bevorzugte Einkaufsorte der Lippstädter Bürger

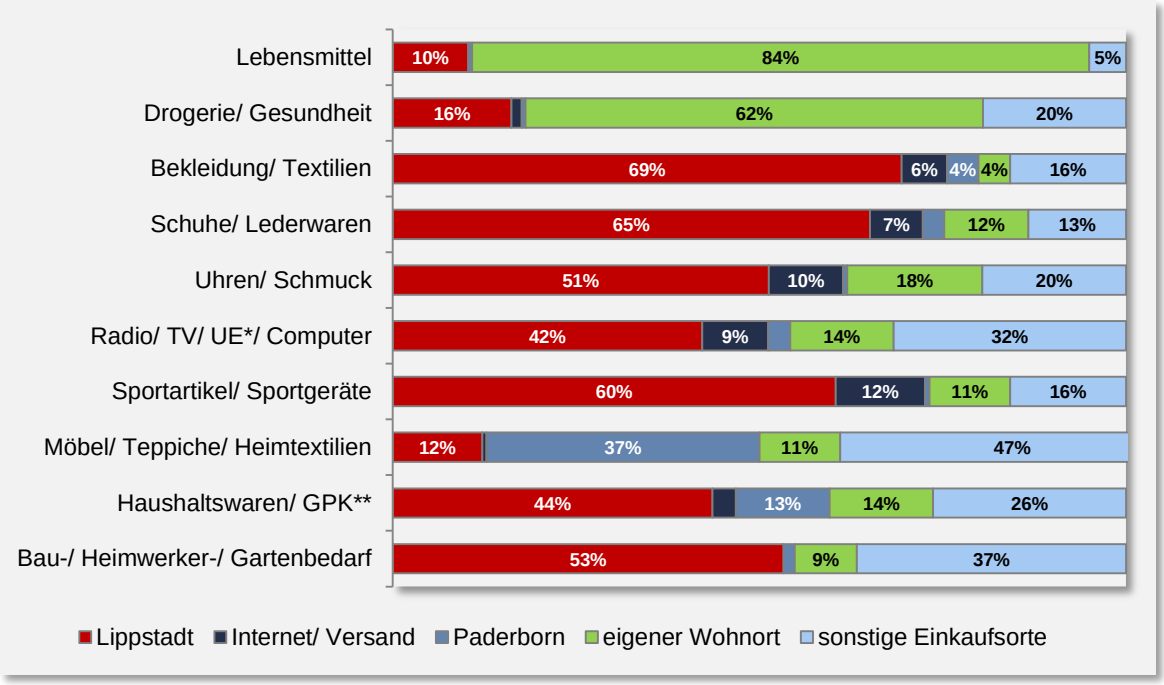


* UE: Unterhaltungselektronik ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292), in % der Befragten mit Angabe

Im Verhältnis zu den Ergebnissen aus der Bürgerbefragung im Jahre 2007 ist die Einkaufsorientierung nach Lippstadt stabil, teilweise leicht steigend, ausgeprägt. Der ebenfalls abzulesende Bedeutungsgewinn des Internet-/ Versandhandels resultiert in erster Linie aus einer geringeren Außenorientierung der Lippstädter Bürger.

Die befragten **Bürger der Umlandgemeinden** sind vor allem bei den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, Uhren/ Schmuck sowie für den Bau- und Gartenmarkteinkauf auf die Stadt Lippstadt orientiert (vgl. Abbildung 13). Eine auf verschiedene Orte ausgerichtete Einkaufsorientierung ist bei Unterhaltungselektronik/ Computern sowie bei Haushaltswaren/ Glas, Porzellan, Keramik festzustellen. Die Lippstädter Ausstrahlungskraft bei Möbeln ist dagegen relativ gering, da die regionale Bedeutung insbesondere der Großmöbelhäuser in Ostwestfalen, im Münsterland und im Ruhrgebiet auch in der Einkaufsorientierung der Umlandbewohner ablesbar ist.

Abbildung 13: Bevorzugte Einkaufsorte der Umlandbewohner



* UE: Unterhaltungselektronik ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Telefonbefragung Umlandbewohner (n = 216), in % der Befragten mit Angabe

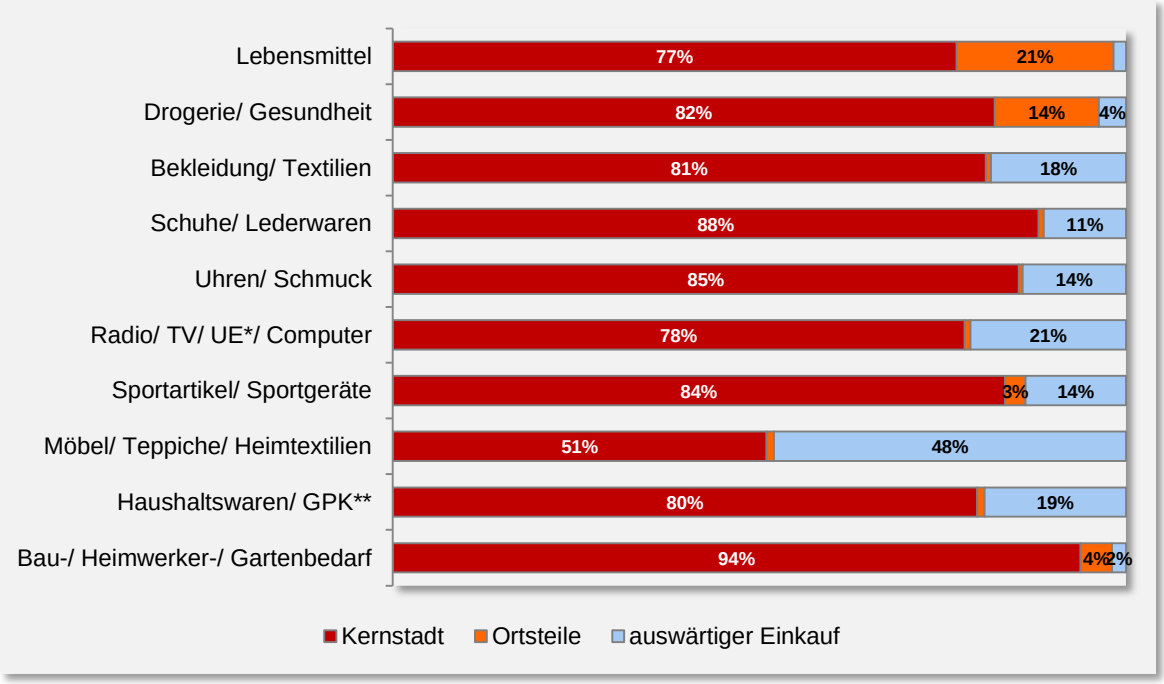
Die Artikel des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Drogeriewaren und Gesundheitsartikel werden überwiegend am Wohnstandort gekauft. Der Interneteinkauf spielt bei den Umlandbewohnern insgesamt eine vergleichbare Rolle wie bei der städtischen Bevölkerung von Lippstadt.

Im Zeitvergleich 2007 - 2015 konnte sich die starke Ausstrahlungskraft des Lippstädter Bekleidungs-, Schuh- und Sporteinzelhandels festigen.[19]

[19] Eine direkte Vergleichbarkeit der Ergebnisse der Umlandbefragungen sind nicht gegeben, da die Befragung von 2007 vor allem auf die größeren Orte im erweiterten Umland (Büren, Geseke, Rietberg, Soest und Warstein) abgestellt wurde, während die aktuelle Befragung die Einkaufsorientierung der Bevölkerung im nahen Umland erfasst (Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg, Rüthen, Wadersloh).

Innerhalb der Stadt Lippstadt ist die Einkaufsorientierung auf die Kernstadt am stärksten ausgeprägt. Nur bei Lebensmitteln und Drogeriewaren kommt der Stadtteilversorgung eine Bedeutung zu.

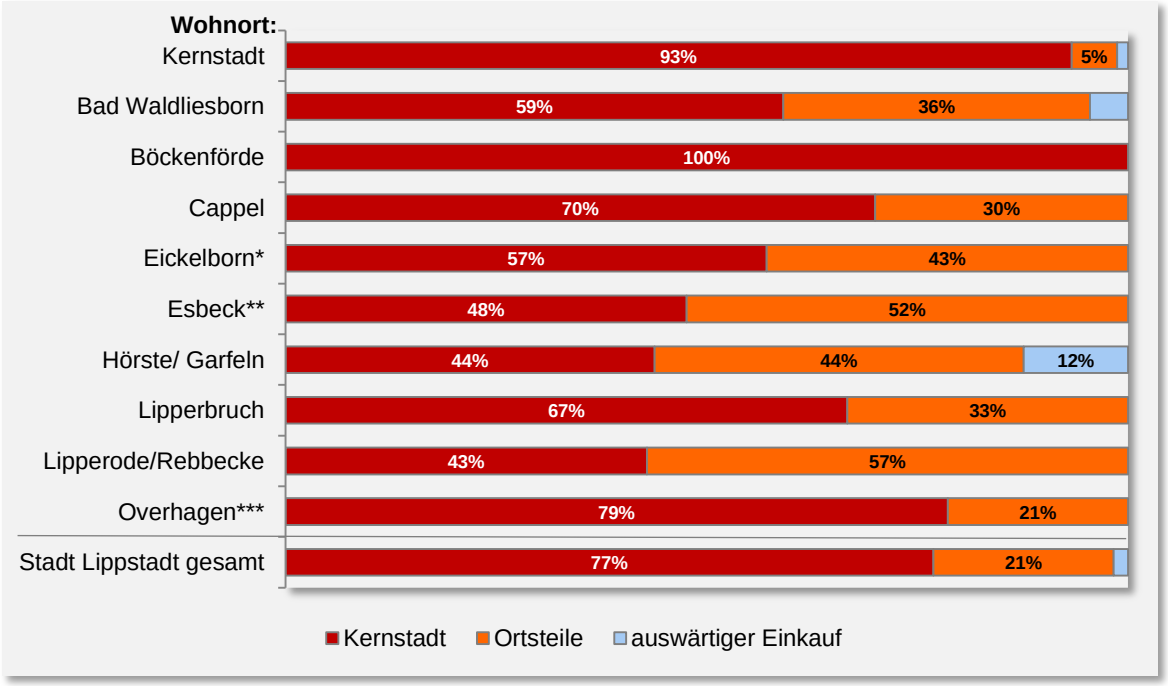
Abbildung 14: Bevorzugte Einkaufsorte in der Stadt Lippstadt



* UE: Unterhaltungselektronik ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292), in % der Befragten mit Angabe

Die Wohnortdifferenzierung lässt eine hohe Akzeptanz der wohnungsnahen Angebotsstrukturen erkennen. So binden die stadtteilbezogenen Nahversorgungsstrukturen u. a. in Eickelborn, Esbeck, Hörste, Lipperode über 40 % der Nachfrage in den umgebenden Siedlungsbereichen. Dagegen sind die Bürger in Cappel, Lipperbruch, Overhagen und Bökenförde (auch) in starkem Maße auf die Lebensmittelmärkte in der Kernstadt ausgerichtet. Dies gilt trotz einer hohen Ausstattung auch für den nördlichen Stadtteil Bad Waldliesborn.

Abbildung 15: Bevorzugte Lippstädter Einkaufsorte für Lebensmittel nach Wohnort



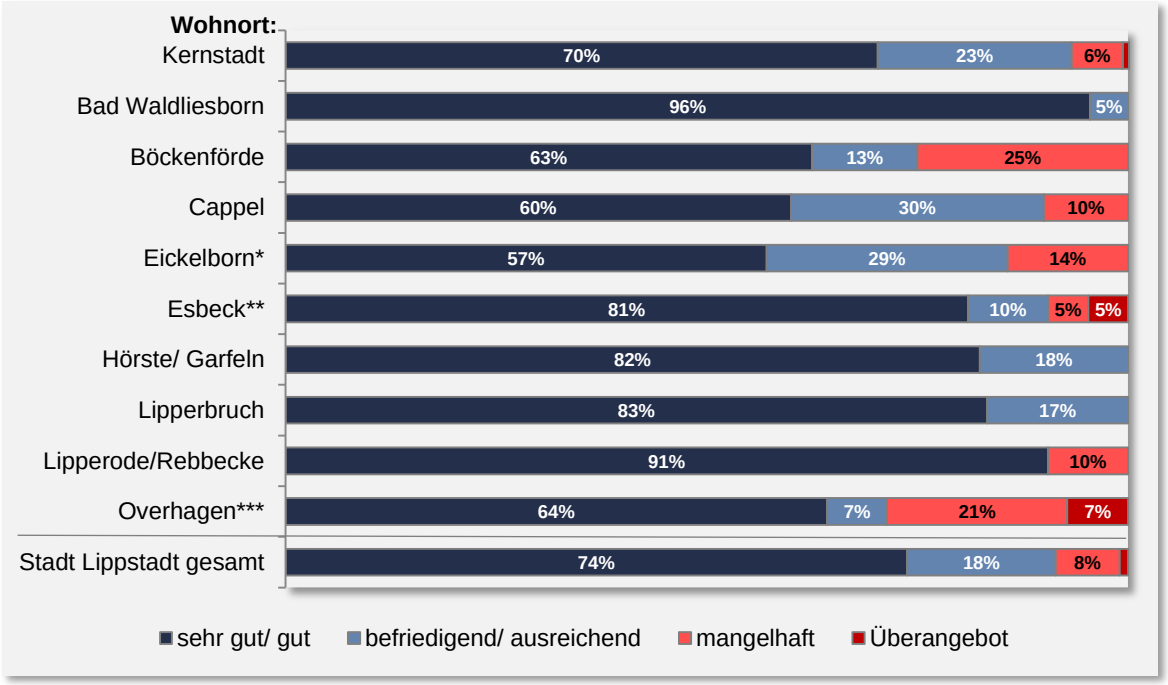
* inkl. Benninghausen/ Lohe ** inkl. Dedinghausen/ Rixbeck *** inkl. Herringhausen/ Hellinghausen
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292), in % der Befragten mit Angabe

Im Fazit kommt der Einkaufsstadt Lippstadt nach wie vor eine große Bedeutung für die Lippstädter Bürger und eine starke räumliche Ausstrahlung in das ländlich geprägte Umland zu. Dazu tragen differenzierte Nahversorgungsstrukturen, ein attraktives Innenstadtangebot bei Bekleidung, Schuhen und Sportartikeln sowie Spezialangebote wie der Bau- und Heimwerkerbedarf bei. Einzig im Bereich Möbel wird der Einkaufsstadt nur eine geringe Kompetenz von Seiten der Verbraucher zugeschrieben.

3.5 Bewertung der Nahversorgungssituation

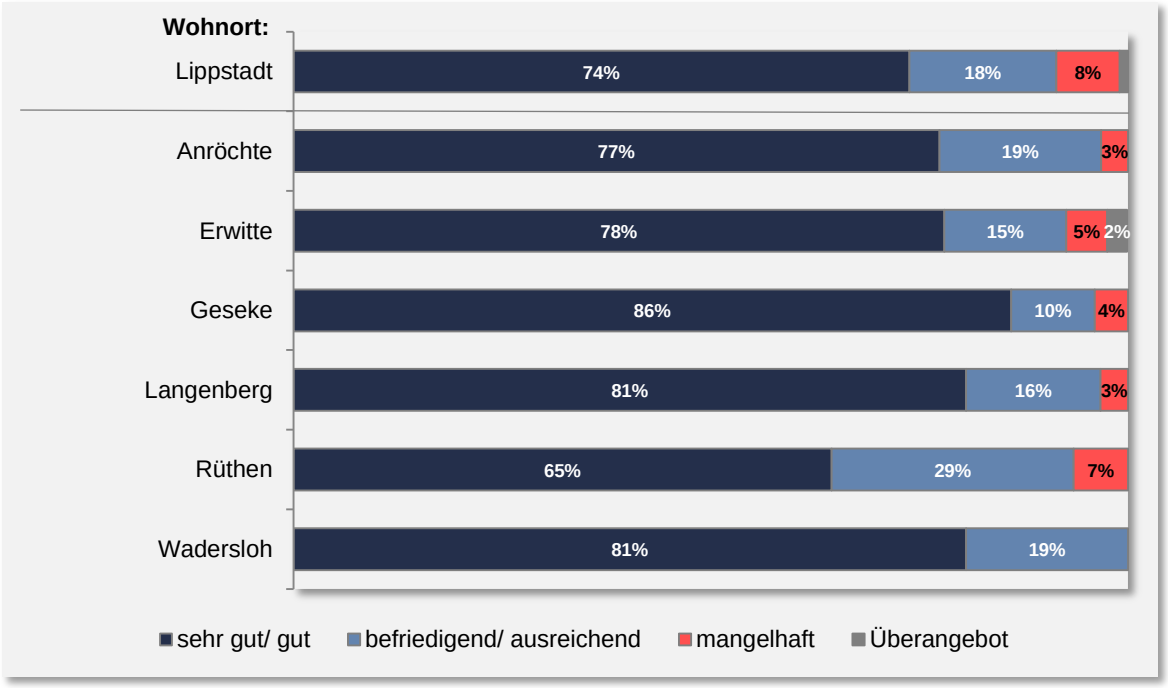
Aufgrund der differenzierten Nahversorgungsstrukturen werden von knapp drei Vierteln der Lippstädter Befragten die Nahversorgungsangebote im unmittelbaren Wohnumfeld als gut bzw. sehr gut bewertet. Überdurchschnittliche Werte werden bei den Bürgern in Bad Waldliesborn, Lipperode Lipperbruch, Hörste und Esbeck erzielt. Dagegen bewerten ca. 25 % der Befragten in Bökenförde, ca. 21 % in Overhagen und 14 % in Eickelborn die Nahversorgung im unmittelbaren Wohnumfeld als nicht ausreichend.

Abbildung 16: Bewertung der Lippstädter Nahversorgung in unmittelbarer Wohnumgebung nach Wohnort



* inkl. Benninghausen/ Lohe ** inkl. Dedinghausen/ Rixbeck *** inkl. Herringhausen/ Hellinghausen
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292), in % der Befragten mit Angabe

Abbildung 17: Vergleich der Bewertung der Nahversorgung in unmittelbarer Wohnumgebung



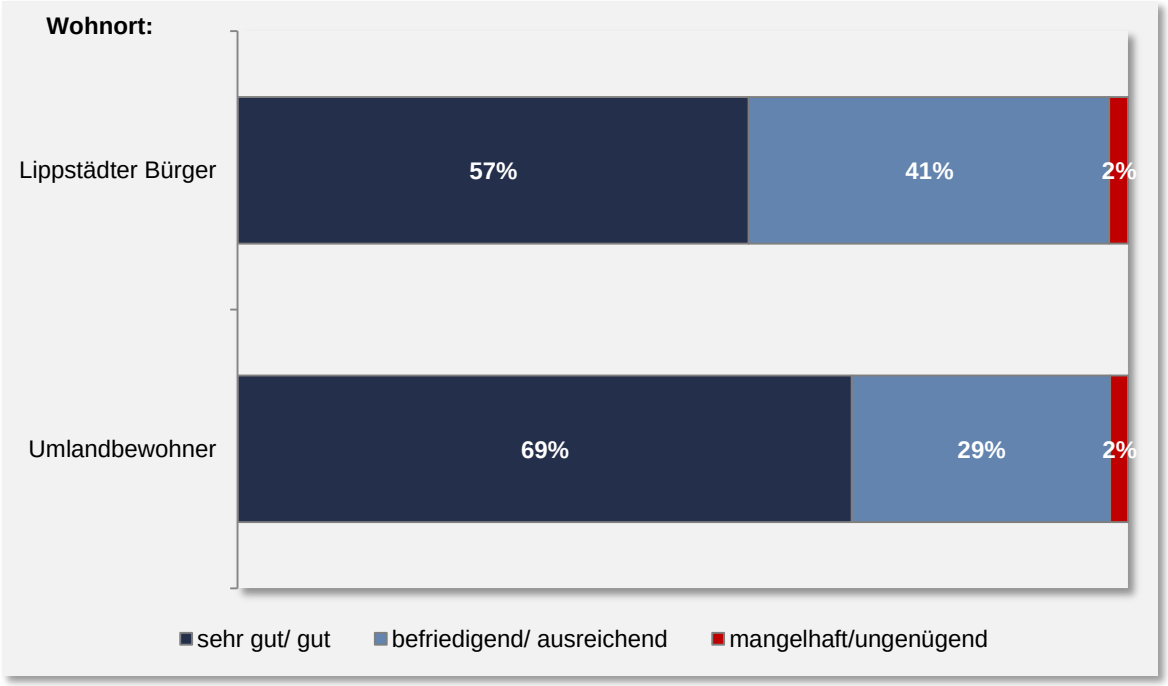
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292) und Umlandbewohner (n = 216), in % der Befragten mit Angabe

Auch in den Nachbarkommunen zeigt sich eine hohe Zufriedenheit mit der wohnungsnahen Versorgungsausstattung. Die Zufriedenheitswerte liegen mit 77 – 86 % in den meisten Nachbargemeinden sogar über der Bewertung durch die Lippstädter Befragten. Einzig in Rüthen ist der Zufriedenheitswert unterdurchschnittlich, liegt mit ca. 65 % jedoch immer noch auf einem hohen Niveau. Damit wird deutlich, dass Lippstadt im Bereich der Nahversorgung nur eine ergänzende Ausstrahlungskraft in das Umland entfalten kann.

3.6 Bewertung des Einzelhandelsangebotes und vermisste Angebote

Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Lippstadt wird von ca. 57 % der eigenen Wohnbevölkerung als sehr gut bzw. gut bewertet. Die Außenbewertung der Umlandbewohner liegt erwartungsgemäß auf einem etwas höheren Niveau, über zwei Drittel der Umlandbefragten sind (sehr) zufrieden mit den Einkaufsmöglichkeiten in Lippstadt.

Abbildung 18: Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Lippstadt



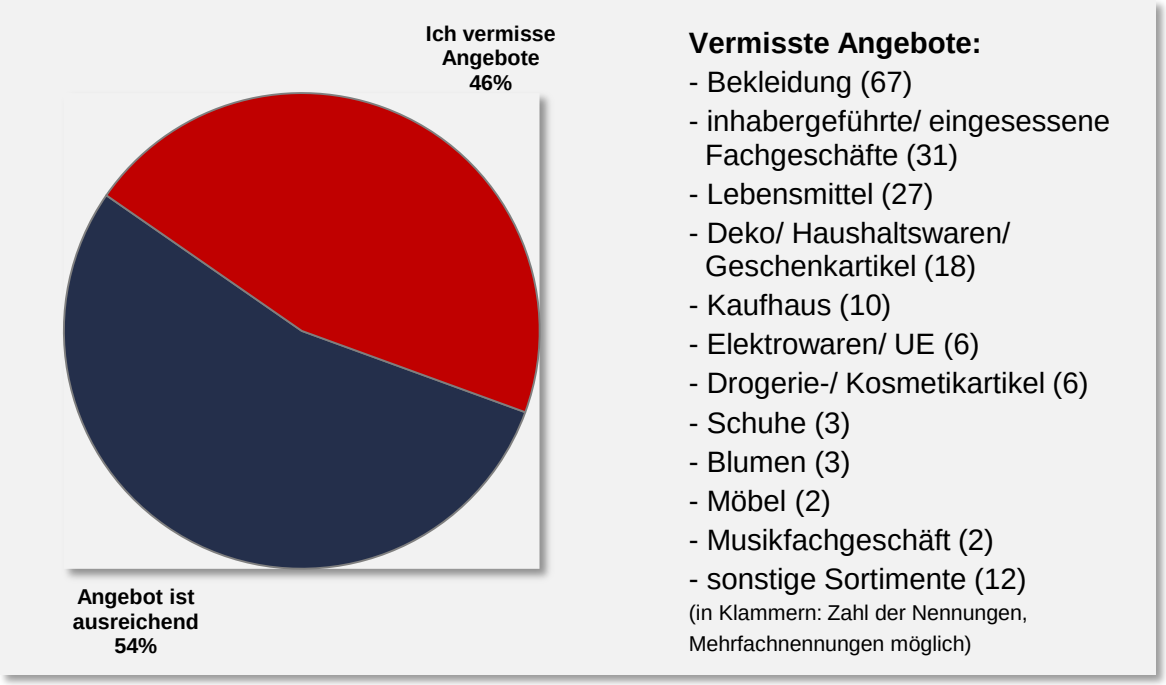
Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292)/ Umlandbewohner (n = 216), in % der Befragten mit Angabe

Gleichzeitig werden jedoch Einzelhandelsangebote vermisst, so geben ca. 46 % der Lippstädter und ca. 26 % der Umlandbewohner an, Angebote in der Stadt Lippstadt zu vermissen. Dies sind in erster Linie Angebote in den Bereichen Bekleidung, Lebensmittel, Dekorations- und Haushaltswaren, Elektrowaren, Drogerie- und Kosmetikartikel. Darüber hinaus wird von den Lippstädtern vor allem ein größeres Angebot inhabergeführter (bzw. alt eingesessener) Geschäfte und ein Kaufhaus

vermisst. Damit hat sich gegenüber den im Jahre 2007 geäußerten Bürgerwünschen wenig geändert. Einzig das Thema Gastronomie wird aktuell nur noch von einem Bürger benannt, im Jahre 2007 stand der Gastronomieausbau nach zusätzlichen Bekleidungsangeboten an zweiter Stelle.

Im Ergebnis lassen die Einkaufsorientierungen und Bewertungen der Bürger in Lippstadt und im Umland eine hohe Zufriedenheit mit dem Einzelhandelsangebot erkennen. Die Entwicklungswünsche beziehen sich in erster Linie auf eine Weiterentwicklung der Nahversorgung und des Innenstadtangebotes. Dabei geht es im Wesentlichen um eine Diversifizierung des vorhandenen Angebotes durch neue Betriebstypen und spezialisierte Angebote.

Abbildung 19: Vermisste Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Stadt Lippstadt



Quelle: BBE-Telefonbefragung Lippstädter Bürger (n = 292), in % der Befragten

4 Einzelhandelssituation in der Stadt Lippstadt

4.1 Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen

In der Stadt Lippstadt sind 479 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 160.300 m² verfügen und nach eigener Prognose einen Jahresumsatz in Höhe von ca. 482,2 Mio. € erwirtschaften.

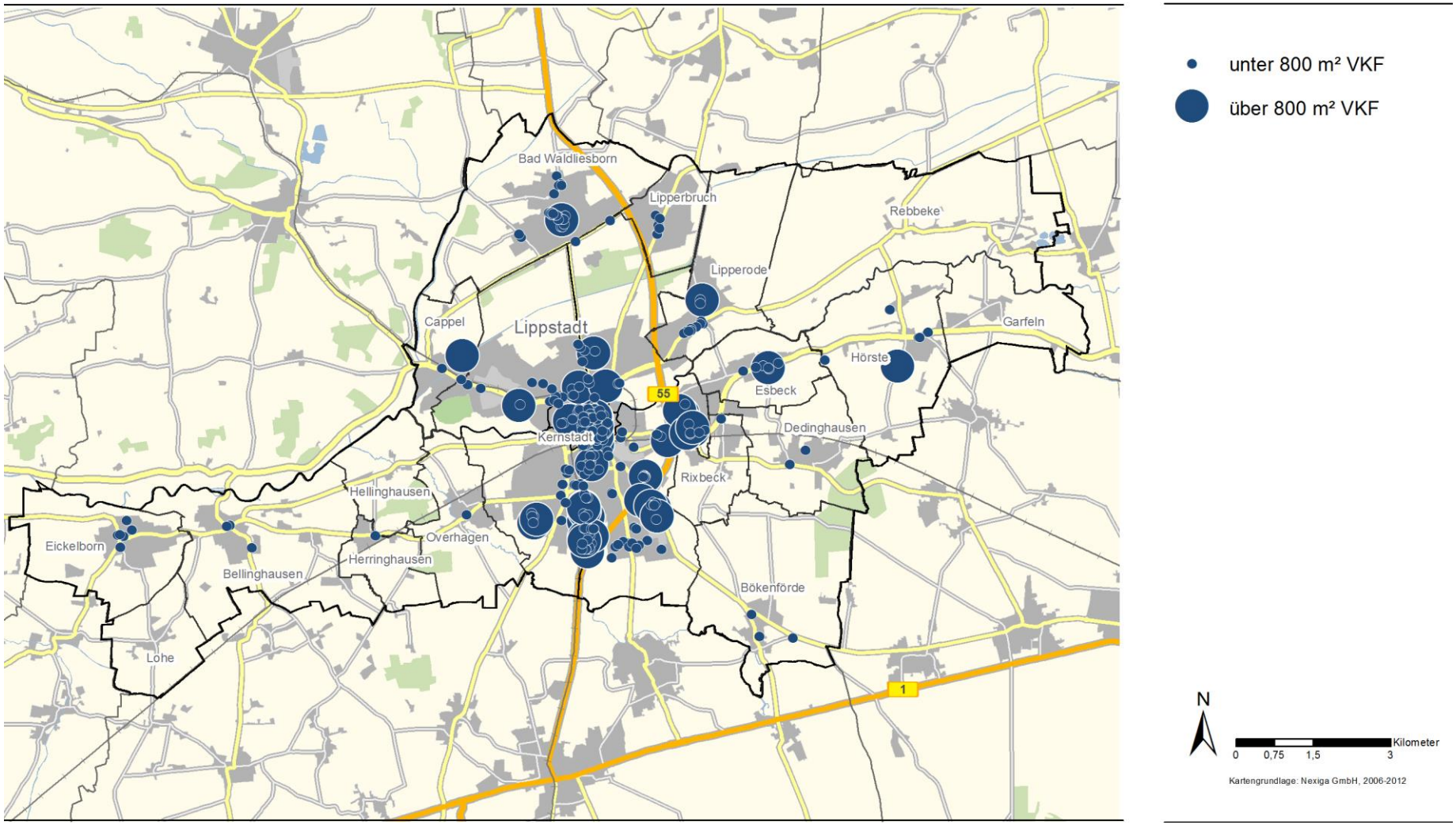
Abbildung 20: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Stadtteilen

	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz		Einwohner	
Stadtteil	**abs.**	**in %**	**in m²**	**in %**	**in Mio. €**	**in %**	**abs.**	**in %**
Stadtmitte	234	48,8	48.720	30,4	162,0	33,6	4.845	7,1
Kernstadt-Nordwest	21	4,4	4.860	3,0	23,6	4,9	9.175	13,4
Kernstadt-Nordost	9	1,9	5.020	3,1	13,6	2,8	4.920	7,2
Kernstadt-Südwest	30	6,3	7.910	5,0	34,1	7,1	13.128	19,1
Kernstadt-Südost	101	21,1	78.690	49,1	179,7	37,3	7.630	11,1
Kernstadt gesamt	**395**	**82,5**	**145.200**	**90,6**	**413,0**	**85,7**	**39.698**	**57,9**
Cappel	4	0,8	1.020	0,7	5,9	1,2	2.568	3,7
Lipperbruch	9	1,9	1.160	0,7	6,7	1,4	2.319	3,4
Bad Waldliesborn	27	5,6	4.760	3,0	22,0	4,5	4.766	7,0
Lipperode/ Rebbecke	12	2,5	1.940	1,2	10,1	2,1	4.508	6,6
Hörste/ Garfeln	7	1,5	2.910	1,8	7,3	1,5	2.161	3,1
Esbeck/ Dedinghausen/ Rixbeck	10	2,1	1.940	1,2	10,1	2,1	5.007	7,3
Bökenförde	3	0,6	80	0,0	0,3	0,1	1.491	2,2
Overhagen/ Hellinghausen/ Herringhausen	2	0,4	50	0,0	0,1	0,0	1.954	2,9
Benninghausen/ Eickelborn/ Lohe	10	2,1	1.240	0,8	6,7	1,4	4.051	5,9
Stadtteile gesamt	**84**	**17,5**	**15.100**	**9,4**	**69,2**	**14,3**	**28.825**	**42,1**
Stadt Lippstadt gesamt	**479**	**100,0**	**160.300**	**100,0**	**482,2**	**100,0**	**68.523**	**100,0**

Quelle: BBE-Erhebungen

Zur Bewertung der Versorgungsstruktur der Stadt Lippstadt ist u. a. die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl heranzuziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 2,3 m² je Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung deutlich über dem deutschen Durchschnittswert von ca. 1,6 m² je Einwohner, so dass eine hohe übergemeindliche Versorgungsbedeutung ablesbar ist.

Abbildung 21: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lippstadt

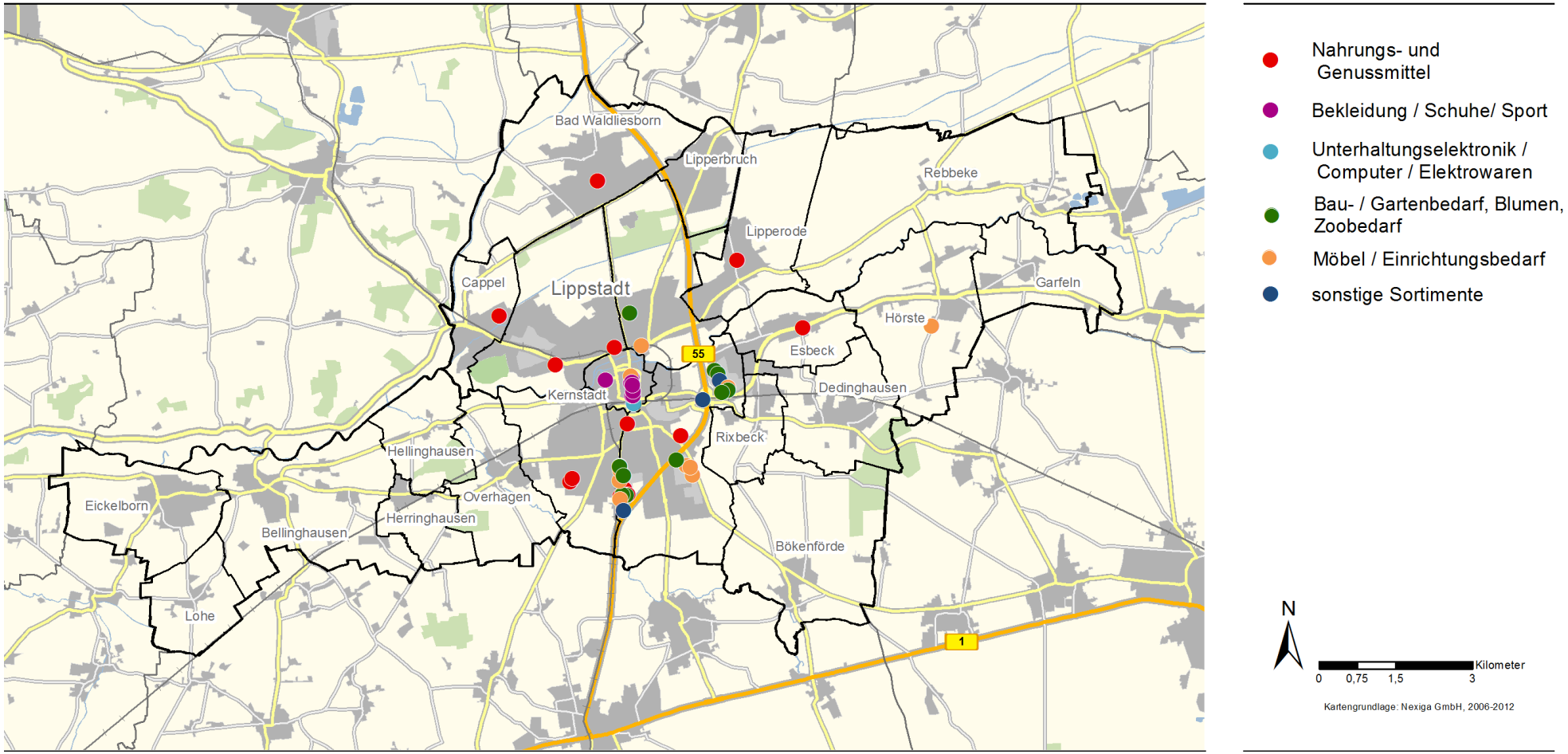


Quelle: BBE-Erhebungen

Der räumliche Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes liegt in der Kernstadt. Einzig im Stadtteil Bad Waldliesborn ist aufgrund der Kurfunktion eine über die Nahversorgung hinausreichende Einzelhandelsausstattung vorhanden. Dagegen weisen die Stadtteile Cappel, Lipperbruch, Lipperode, Hörste, Esbeck und Eickelborn eine wohnungsnahe Grundversorgung (u. a. Lebensmittelmarkt, Bäckerei, teilweise auch Metzgerei, Apotheke und Blumen) auf. Die sonstigen Ortschaften verfügen über eine ausschnittweise Einzelhandelsausstattung (u. a. Bäckerei und „Landlädchen“ in Dedinghausen, Bäckerei, Getränkehandel und Obst & Gemüse in Bökenförde sowie Bäckerei und Kiosk in Benninghausen).

Der Einzelhandelsbesatz umfasst 47 großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit insgesamt ca. 101.710 m² Verkaufsfläche, gleichbedeutend ca. 63 % an der Gesamtverkaufsfläche. Dabei handelt es sich um 13 Lebensmittelmärkte, 9 Möbelanbieter, 9 Fachanbieter für Bekleidung, Schuhe und Sport, 6 Bau- und Heimwerker- bzw. Baustoffmärkte, 3 Pflanzen- und Gartenspezialisten, 2 Fachmärkte für Einrichtungsbedarf, 2 Spielwaren- bzw. Babyfachmärkte sowie jeweils einen Fachmarkt für Elektrowaren, Zooartikel und Fahrräder. Vor allem die großflächigen Betriebe mit Bekleidung, Schuhen und Sport befinden sich überwiegend in der Innenstadt und übernehmen damit wichtige Magnetfunktionen für den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich. Darüber hinaus sind Konzentrationen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben an der Erwitter Straße, in den Gewerbegebieten Am Wasserturm und Am Mondschein sowie an der Bökenförder Straße vorzufinden. Großflächige Lebensmittelmärkte sind auch an nahversorgungsorientierten Standorten im Stadtgebiet ansässig.

Abbildung 22: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lippstadt

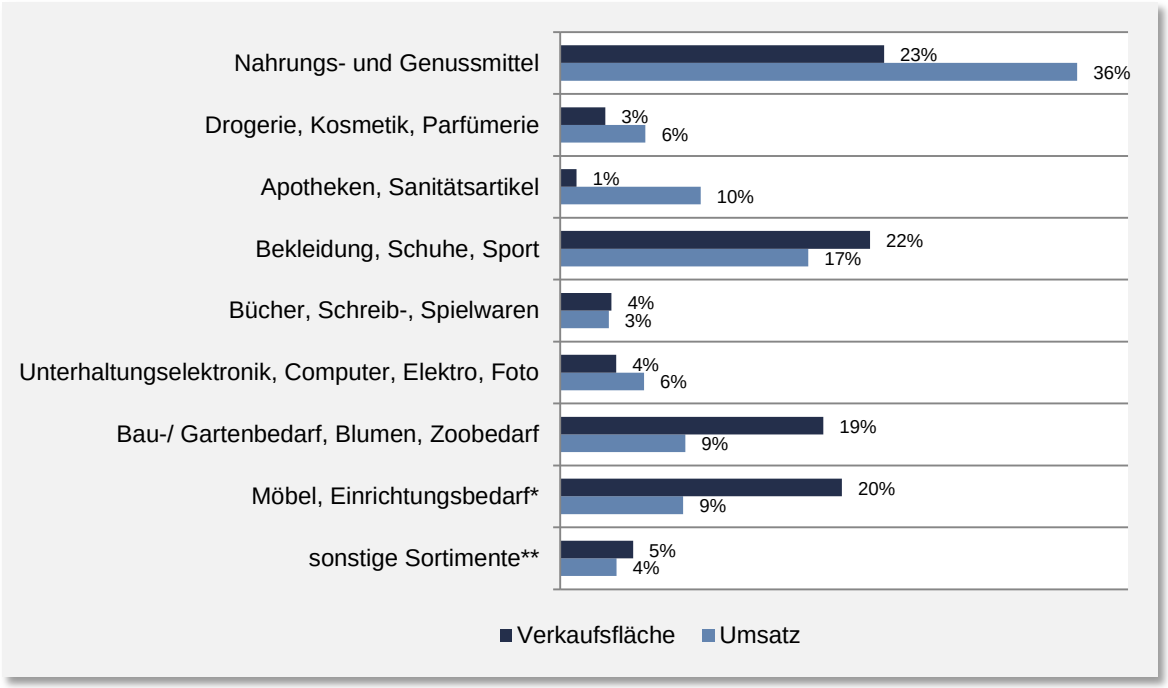


Quelle: BBE-Erhebungen

4.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Lippstadt weist verkaufsflächenbezogene Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/ Schuhe/ Sport, Bau- und Heimwerkerbedarf (inkl. Pflanzen, Blumen, Zooartikel) sowie Möbel/ Einrichtungsbedarf auf (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der höchste sortimentsbezogene Umsatz wird mit **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend sind die Lebensmittelmärkte Real, Kaufland, Aldi und Lidl mit gesamtstädtischer Ausstrahlung sowie die wohnungsnahen Strukturen mit Edeka, Elli, Markant, Penny und Netto in der Kernstadt und Edeka, Elli, Jibi, Netto und Aldi in den Stadtteilen. Eine kleinteilige Grundversorgung, vor allem durch das Lebensmittelhandwerk sowie den spezialisierten Lebensmitteleinzelhandel (u. a. Getränkehandel/ Kiosk, Obst & Gemüse-, Reformhandel), ergänzt die Nahversorgung.

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt in der Stadt Lippstadt aktuell mit rd. 0,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,43 m² Verkaufsfläche je Einwohner; vgl. Abbildung 24).[20] Betriebstypenbezogen ist eine hohe Angebotsausstattung bei SB-Warenhäusern festzustellen, während die Versorgung durch Supermärkte und Discounter dem Durchschnitt in Deutschland entspricht. Der Betriebstyp des „Großen Supermarktes“ (> 2.500 m² Verkaufsfläche) ist in der Stadt Lippstadt (noch) nicht vorzufinden.

Abbildung 24: Lebensmittelangebot der Stadt Lippstadt nach Betriebsformen

	Stadt Lippstadt (68.523 EW)		Bundesdurchschnitt (80.523.750 EW)	
Vertriebstypen	**Verkaufsfläche[1] in m²**	**Arealität in VKF m²/EW**	**Verkaufsfläche[1] in Mio. m²**	**Arealität in VKF m²/EW**
SB-Warenhäuser (> 5.000 m² VKF)	13.480	0,20	6,25	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m² VKF)	-	-	3,61	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m² VKF)	9.470	0,14	10,16	0,13
Discounter	10.960	0,16	12,09	0,15
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	1.460	0,02	2,78	0,03
Summe	**35.370**	**0,52**	**34,89**	**0,43**

[1] inkl. Verkaufsfläche für Nonfood-Sortimente
(*) marginal
Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2013), BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Darüber hinaus ist ein differenzierter Besatz mit kleinteiligen Nahrungs- und Genussmittelangeboten (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäften/ Hofläden, Getränkehandel/ Kiosk) gegeben; insgesamt sind 87 Betriebe mit ca. 7.860 m² Verkaufsfläche im Stadtgebiet ansässig.

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie/ Sanitätswaren**. Der Drogeriebereich ist nach der zwischenzeitlichen Schließung des dm-Marktes am Südertor im September 2015 durch 3 Drogeriemärkte, 3 Parfümerien, 7 Kosmetikanbieter sowie die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte ausgestattet. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Innenstadt. Nur in Bad Waldliesborn sind ein Drogeriemarkt und zwei Kosmetikanbieter in Stadtteillage vorzufinden. Ansonsten erfolgt die wohnungsnahe Drogeriewarenversorgung durch die Lebensmittelmärkte. Die Apothekenausstattung ist mit 20 Betrieben im

[20] Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte

Verhältnis zum Bundesdurchschnitt deutlich überdurchschnittlich[21] und zeigt die hohe Versorgungsbedeutung im medizinischen Bereich. Auch hier ist eine hohe Konzentration auf die Kernstadt (14 Apotheke, davon 7 in der Innenstadt) festzustellen. Die stadtteilbezogene Verteilung zeigt Apotheken in Bad Waldliesborn, Lipperbruch, Lipperode, Esbeck und Eickelborn. Das Sanitätsangebot konzentriert sich dagegen vor allem auf die Innenstadt (insgesamt 13 Betriebe inkl. medizinische, orthopädische, akustische Fachanbieter).

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein umfangreiches und leistungsfähiges Angebot auf. Magnetfunktionen für die Innenstadt kommen den größeren Bekleidungshäusern (vor allem Modehaus Lott, H & M, C & A, Kress) sowie den Schuh- und Sportanbietern (Schuhhaus Zahn, Hammerschmidt, Intersport Arndt) zu. Darüber hinaus sind in der Innenstadt über 80 weitere Fachgeschäfte/ Fachmärkte ansässig, so dass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Angebotsniveaus und Zielgruppenbezüge vorhanden ist. Im Stadtteil Bad Waldliesborn sind 7 Fachgeschäfte ansässig, so dass dem Standort aufgrund der Kurfunktion eine ergänzende Versorgungsfunktion beizumessen ist. Im sonstigen Stadtgebiet ist nur ein geringes Angebot im Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport (10 Betriebe) festzustellen.

Der Angebotsbereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist durch Fachgeschäfte/ Fachmärkte geprägt. Im Bereich Bücher sind 4 Buchhandlungen ansässig (nach zwischenzeitlicher Schließung der Weltbild-Filiale). Schreibwaren und Büroartikel werden vor allem von einem Fachanbieter für Bürobedarf, 2 innerstädtischen Fachgeschäften, Post-Agenturen und als Randsortimente von Lebensmittelbetrieben angeboten. Im Segment Spielwaren besteht mit 2 Fachmärkten und 6 Spezialanbietern im Bereich Hobby- und Freizeitbedarf ein umfassendes Angebot.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil entfällt auf den **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** (ca. 19 % der Verkaufsfläche, inkl. Blumen, Pflanzen und Tierbedarf). Damit wird in diesem Angebotssegment etwa 9 % des Lippstädter Einzelhandelsumsatzes generiert. Aus diesen Zahlen ist die flächenintensive Warenpräsentation der Anbieter von Bau- und Gartenbedarf ablesbar. Wesentliche Anbieter sind der Globus und der Hagebau Bau- und Heimwerkermarkt, der Raiffeisenmarkt, die Gärtnerei Sonnenau, Blumen Risse, Baumschule Jürgenhake, Hammer Heimtextilen sowie verschiedene Fliesen-, Sanitär- und Bodenbelagsfachmärkte, der Zoofachmarkt Fressnapf, Gartenbaubetriebe und kleinteilige Fachhandelsbetriebe (u. a. bei Blumen).

---

[21] In der Stadt Lippstadt liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke je 3.400 Einwohner. Im NRW-Landesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 4.000 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2015). Die Apothekendichte hängt jedoch auch wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab, so dass eine medizinische Versorgungsfunktion für das Umland ablesbar ist.

Abbildung 25: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Lippstadt nach Sortimenten

	Verkaufsfläche		Umsatz	
Sortiment	**in m²**	**in %**	**in Mio. €**	**in %**
Nahrungs- und Genussmittel	36.560	22,8	175,6	36,4
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	5.080	3,2	26,4	5,5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	1.840	1,1	47,7	9,9
Bekleidung, Wäsche	24.990	15,6	60,2	12,5
Schuhe, Lederwaren	7.160	4,5	15,1	3,1
Sport-, Campingartikel	2.820	1,8	8,9	1,8
Bücher, Zeitschriften	1.330	0,8	5,3	1,1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1.420	0,9	5,1	1,1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	3.040	1,9	6,1	1,3
Möbel, Küchen	21.210	13,2	22,5	4,7
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	4.230	2,6	7,9	1,6
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1.250	0,8	2,2	0,5
Heimtextilien, Gardinen	1.240	0,8	2,1	0,4
Bettwaren	2.080	1,3	3,0	0,6
Lampen und Leuchten	1.800	1,1	4,1	0,9
Elektrohaushaltsgeräte	2.110	1,3	8,8	1,8
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	4.210	2,6	19,6	4,1
Optik, Uhren, Schmuck	1.830	1,1	6,5	1,3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	21.110	13,2	26,5	5,5
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	6.900	4,3	13,0	2,7
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.700	1,1	3,0	0,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	3.840	2,4	3,4	0,7
Autozubehör	990	0,6	5,2	1,1
Baby- und Kinderausstattung**	810	0,5	3,0	0,6
Sonstiger Einzelhandel***	750	0,5	1,0	0,2
Gesamt	**160.300**	**100,0**	**482,2**	**100,0**

* Glas, Porzellan, Keramik
** u. a. Kinderwagen, Autositze
** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** wird das Angebot durch das Möbelhaus Steinmann und den Anbieter SB-Möbel Boss geprägt. Darüber hinaus sind spezialisierte Fachhändler im Bereich Möbel, Küchen, Bettwaren, Raumaustattung sowie Lampen/ Leuchten ansässig, die ein zielgruppenspezifisches Angebot aufweisen. In der Innenstadt werden vor allem Raumausstattungsartikel und Wohnaccessoires angeboten.

Das Angebot mit **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computern, Kommunikation und Foto** wird durch die innerstädtischen Betriebe MediaMarkt und Euronics Schumacher, den Elektromarkt Krüers am Wasserturm sowie durch verschiedene kleinere und mittlere Fachgeschäfte geprägt.

Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf Fachgeschäfte für Optik und Uhren/ Schmuck, Kunst sowie Fachmärkte in den Bereichen Baby-/ Kinderausstattung, Fahrräder und Autozubehör, die eine weitgehende Versorgung der Bevölkerung der Stadt Lippstadt sicherstellen können.

Im Zeitraum 2007 – 2015 ist ein Rückgang des Einzelhandelsangebotes um rd. 100 Betriebe und ein Verkaufsflächenwachstum um ca. 3.800 m² Verkaufsfläche festzustellen.[22] Damit ist ein Strukturwandel abzulesen, bei dem nach wie vor die Größe der Geschäfte ansteigt, die Zahl der Einzelhandelsbetriebe jedoch rückläufig ist.

Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. + 3.300 m²) festzustellen, die gleichermaßen auf die Flächenerweiterung ansässiger Betriebe (u. a. Erweiterung Elli Markt am Nordbahnhof, Edeka in Bad Waldliesborn) als auf Neuansiedlungen (u. a. Netto in Hörste und Eickelborn, Elli in Lipperode) zurückzuführen ist. Gleichzeitig sind vor allem Fachgeschäfte und kleinere Lebensmittelmärkte (u. a. Edeka in der Lippe-Galerie, Jibi an der Mastholter Straße, Edeka in Eickelborn) aus dem Markt ausgeschieden. Insgesamt hat sich das Nahversorgungsangebot jedoch bedarfsgerecht weiterentwickelt.

Im Bereich Drogerie- und Parfümeriewaren sind Betriebsschließungen und in der Summe ein leichter Verkaufsflächenrückgang zu verzeichnen. Dies ist vor allem auf die Schließung der Schlecker-Märkte zurückzuführen. Neue Drogeriemärkte wurden in der Innenstadt und in Bad Waldliesborn angesiedelt. Das Apotheken- und Sanitätsartikelangebot konnte dagegen leicht ausgebaut werden.

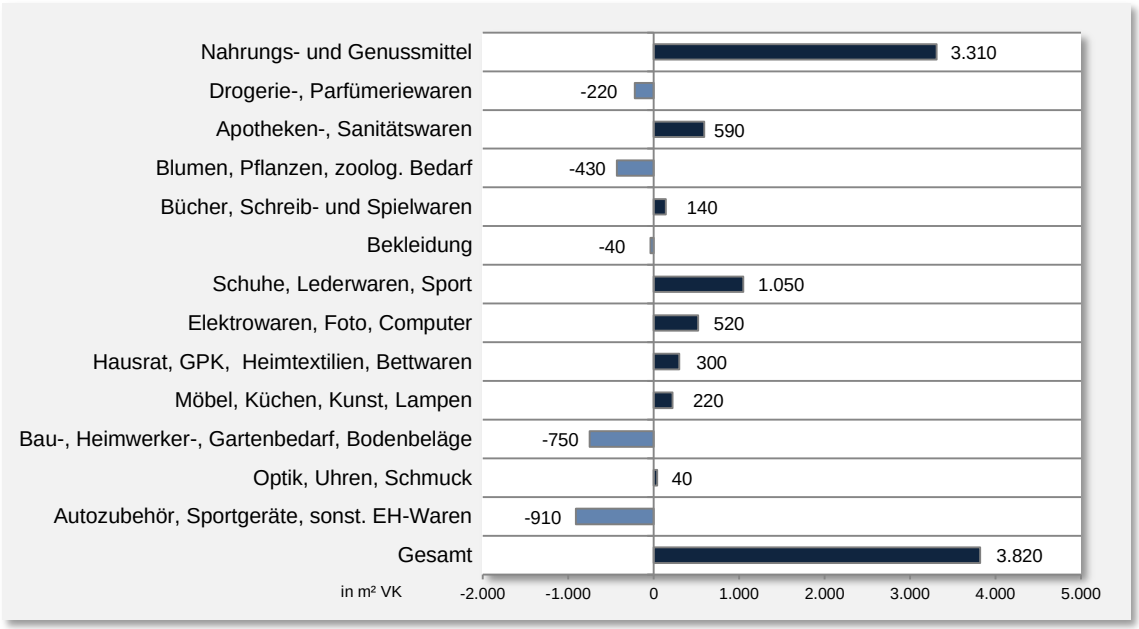
Der Flächenrückgang im Angebotssegment Blumen, Pflanzen und zoologischer Bedarf ist vor allem auf die Schließung kleinerer Blumengeschäfte sowie eines Zoofachmarktes zurückzuführen. In den Bereichen Bücher und Schreibwaren wurden seit dem Jahre 2007 per Saldo drei Fachgeschäfte geschlossen. Im Bereich Büroartikel hat sich ein Anbieter neu aufgestellt. Das Spielwarenangebot ist vergleichsweise stabil, wenngleich ein Anbieter in der Lippe-Galerie geschlossen hat, am Südertor hat dafür ein Fachmarkt eröffnet.

[22] Vgl. GMA-Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lippstadt, 2007

Im Bekleidungsangebot konnten im Wesentlichen die durch Betriebsschließung freigewordenen Verkaufsflächen durch neue Anbieter wiederbelegt werden (z. B. Schließung von Modehaus Brenken/ Nachnutzung durch C & A, Schließung von Bekleidungsgeschäften im City-Center/ Nachnutzung durch H & M, Schließung des Modehauses Kleine/ Nachnutzung durch Young Fashion-Anbieter). Im Bereich Schuhe/ Lederwaren wurde das Angebot durch zusätzliche Fachgeschäfte/ Fachmärkte (u. a. Reno, Quickschuh, Tamaris und Laufgut) ergänzt.

Das Segment Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik ist u. a. durch die Ansiedlung von MediaMarkt und die Schließung von Medimax geprägt. Auch in den Angebotssegmenten Glas/ Porzellan/ Keramik sowie Heimtextilien sind Fachgeschäfte aus dem Markt ausgeschieden, während sich neue Betriebskonzepte etablieren konnten (u. a. Depot, Nanu Nana). Der Möbeleinzelhandel weist in Lippstadt einige betriebliche Veränderungen (u. a. Verlagerungen) auf, ohne, dass eine signifikante Veränderung des Angebotes abzuleiten ist. Dagegen ist das Angebot im Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf per Saldo durch einen Verkaufsflächenrückgang geprägt, der aus Betriebsschließungen kleinerer Fachanbieter resultiert. Auch im Bereich Fahrräder/ Sportgeräte ist ein Rückgang des Angebotes vor allem kleinerer Fachgeschäfte abzulesen.[23]

Abbildung 26: Verkaufsflächenentwicklung 2007 - 2015



Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der GMA-Daten 2007; Sortimentsgliederung nach GMA

[23] Die Zuordnung der Betriebe zu den Sortimenten weichen z. T. voneinander ab. Insbesondere im Hinblick auf die Warengruppe „sonstiger Einzelhandel“ ist der Verkaufsflächenrückgang nicht vollständig zu erklären, da die Betriebszuordnung in der Vorläuferuntersuchung nicht mehr nachvollziehbar ist.

Zusammenfassend ist hervorzuheben, dass sich das Einzelhandelsangebot der Stadt Lippstadt nach wie vor durch eine starke innerstädtische Konzentration und eine hohe Angebots- und Betriebstypenvielfalt auszeichnet. Neben der Innenstadt kommt insbesondere den Gewerbegebietsstandorten Erwitter Straße, Am Mondschein und Am Wasserturm eine gesamtstädtische und teilweise übergemeindliche Versorgungsbedeutung zu. Die Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen beziehen sich vor allem auf die Nahversorgung.

4.3 Einzelhandelszentralität und Kaufkraftbewegungen

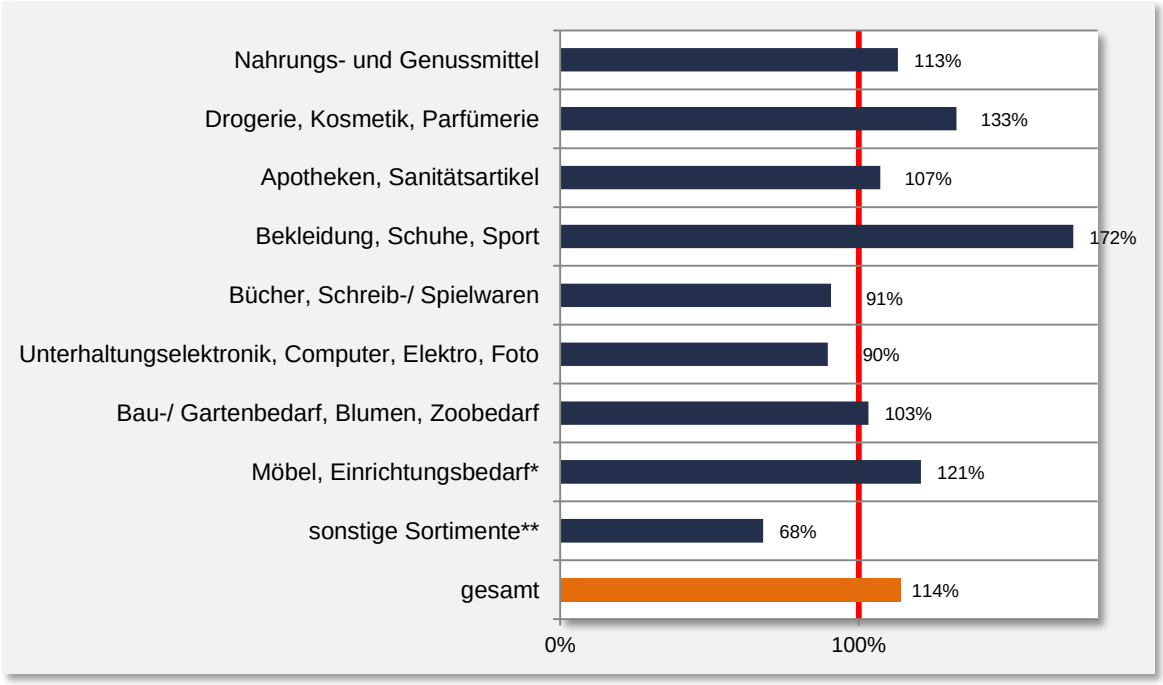
Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die Versorgungsbedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des Lippstädter Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der Lippstädter Bevölkerung dar. Für die Stadt Lippstadt liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 114 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial um ca. 14 %-Punkte überschreitet und somit per Saldo knapp 60 Mio. € Kaufkraft aus dem Umland zufließen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Lippstadt in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 27 und Abbildung 29).

Die Stadt Lippstadt übernimmt insbesondere in den innerstädtischen Leitsortimenten (vor allem Bekleidung, Schuhe, Sport) eine wichtige Versorgungsfunktion für die Umlandbevölkerung. Darüber hinaus ist eine hohe Ausstrahlungskraft für die Angebotsbereiche Spielwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien/ Bettwaren, Lampen/ Leuchten, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Fahrräder ablesbar, die vor allem durch eine umfangreiche Fachmarktausstattung geprägt ist. Die Sortimente Drogerie-/ Parfümerie-/ Kosmetikwaren sowie Apotheken-/ Sanitätswaren weisen ebenfalls eine hohe Umsatz-Kaufkraft-Relation auf.

Dagegen ist im Bereich der Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik eine deutlich geringere Ausstrahlungskraft ablesbar. Gleiches gilt auch für die Bereiche Bücher, Schreibwaren, Uhren/ Schmuck sowie Optik.

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel dokumentiert die Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 113 % eine in der Gesamtbetrachtung angemessene Nahversorgung der Bevölkerung und eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung, vor allem der SB-Warenhäuser.

Abbildung 27: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



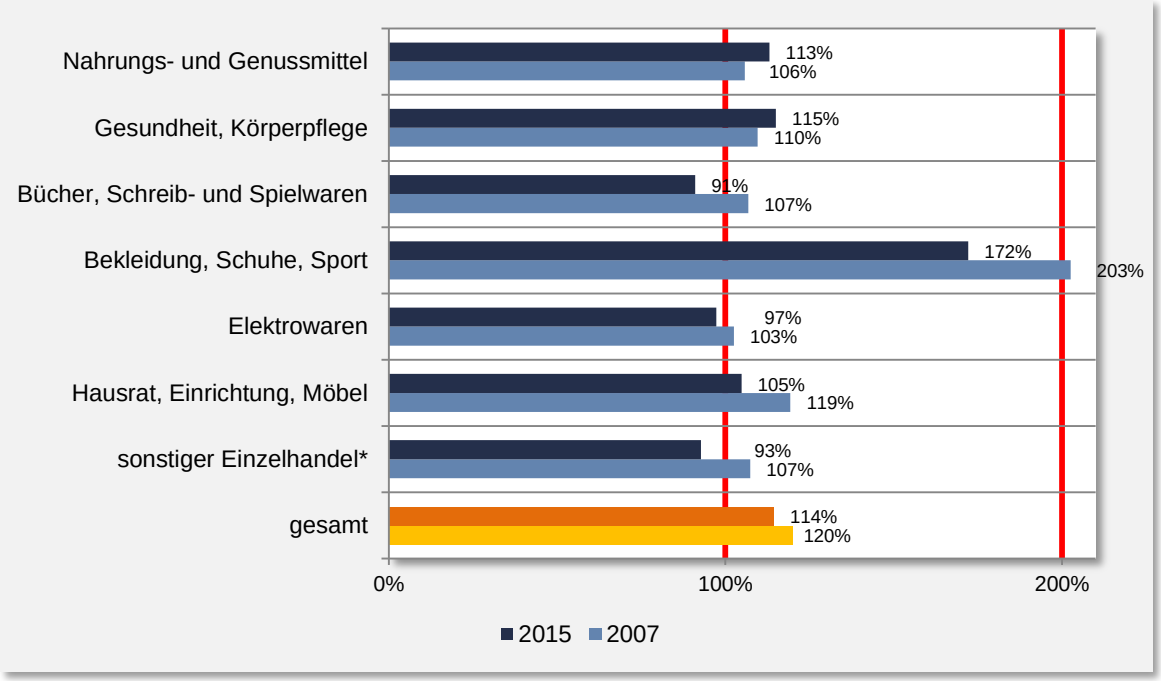
* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Berechnungen

Die Gegenüberstellung der Kennzahlen zur Einzelhandelszentralität zwischen den Jahren 2007 und 2015 zeigt für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit/ Körperpflege eine Steigerung der Umsatz-Kaufkraft-Relation. Für das sonstige Einzelhandelsangebot ist hingegen ein Rückgang der Versorgungsqualität in der Stad Lippstadt festzustellen. Hierfür sind verschiedene Gründe anzuführen:

- Rückgang des stationären Einzelhandelsangebotes in Lippstadt, z. B. bei Blumen, Pflanzen, Zooartikeln, Baustoffen
- regionale Wettbewerbsverschärfungen, z. B. bei Möbeln und Einrichtungsbedarf
- Bedeutungsgewinn des E-Commerce mit negativen Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel, z. B. bei Büchern, Elektrowaren, Bekleidung.

Insgesamt liegt für den Einzelhandelsstandort Lippstadt die Umsatzentwicklung (ca. + 12 %) im Zeitraum 2007 – 2015 hinter der Kaufkraftentwicklung (ca. + 18 %) zurück. Einzig im Nahversorgungsbereich konnte durch den Ausbau der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen eine höhere Umsatzsteigerung als Kaufkraftwachstum erzielt werden.

Abbildung 28: Vergleich der Umsatz-Kaufkraft-Relation 2007 - 2015



* Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, Teppiche/ Bodenbelage, Optik, Uhren/ Schmuck, Autozubehor, Fahrrader/ Sportgeräte
Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung der GMA-Daten 2007; Sortimentsgliederung nach GMA

Zur genauen Untersuchung der Kaufkraftströme werden aufbauend auf den Ergebnissen der Kundenwohnorterhebung die Kaufkraftzu- und -Abflüsse analysiert (vgl. Abbildung 29).

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel kann der Einzelhandel in der Stadt Lippstadt ca. 95 % der örtlichen Kaufkraft binden. Gleichzeitig werden ca. 16 % des Lebensmittelumsatzes mit auswärtigen Kunden erzielt. Damit kommt eine gute Versorgungsausstattung zum Ausdruck, gleichzeitig entfaltet der Lebensmitteleinzelhandel jedoch nur eine begrenzte Ausstrahlungskraft. Im Bereich der Drogerie- und Parfümeriewaren wird durch die Drogeriemärkte, Fachgeschäfte und die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte eine ähnlich hohe Versorgungsqualität innerhalb der Stadt Lippstadt erreicht und gleichzeitig kann vor allem der Innenstadteinzelhandel in diesem Bereich auch über ein Viertel des Umsatzes mit auswärtigen Kunden erzielen.

Bei den innerstädtischen Leitsortimenten (vor allem Bekleidung, Schuhe, Sport) stellt die Stadt Lippstadt eine regional bedeutsame Einkaufsstadt dar, so dass rd. 40 - 50 % des Umsatzes mit auswärtigen Kunden erzielt werden. Gleichzeitig kann das innerstädtische Angebot zurzeit ca. 88 % (Bekleidung) - 91 % (Schuhe/ Lederwaren) der Lippstädter Kaufkraft binden. Eine gute Versorgungsqualität besteht auch bei den Sortimenten Bücher, Optik und Uhren/ Schmuck. In den Bereichen Spielwaren, Möbel, Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Fahrräder prägen einzelne leistungsfähige Anbieter das Angebot. Auch bei GPK/ Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien, Bettwaren ist eine angemessene Versorgungsbedeutung ablesbar. Dagegen sind Angebotsdefizite vor allem bei Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren und im zoologischen Bedarf ablesbar.

Abbildung 29: Kaufkraftbewegungen

Sortiment	Kaufkraft	Umsatz	Kaufkraftbindung		Kaufkraftzufluss		Kaufkraftabfluss	
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in % der KK	in Mio. €	in % d. Ums.	in Mio. €	in % der KK
Nahrungs- und Genussmittel	155,3	175,6	147,4	95	28,2	16	7,9	5
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikw.	19,9	26,4	18,9	95	7,5	28	1,0	5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	44,5	47,7	42,1	95	5,6	12	2,4	5
Bekleidung, Wäsche	34,3	60,2	30,2	88	30,0	50	4,1	12
Schuhe, Lederwaren	8,6	15,1	7,8	91	7,3	48	0,8	9
Sport-, Campingartikel	6,1	8,9	5,4	89	3,5	39	0,7	11
Bücher, Zeitschriften	6,4	5,3	4,4	69	0,9	17	2,0	31
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	8,4	5,1	4,2	50	0,9	18	4,2	50
Spielwaren, Hobby, Musikinstrum.	3,4	6,1	3,1	91	3,0	49	0,3	9
Möbel, Küchen (inkl. Lampen)	22,6	26,6	15,6	69	11,0	41	7,0	31
GPK*, Haushaltswaren, Geschenke	6,4	7,9	4,9	77	3,0	38	1,5	23
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	5,6	7,3	4,2	75	3,1	42	1,4	25
Elektrohausgeräte, Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	31,7	28,4	24,3	77	4,1	14	7,4	23
Optik, Uhren, Schmuck	7,9	6,5	5,7	72	0,8	12	2,2	28
Bau-/ Gartenbedarf, Bodenbeläge, Teppiche, Blumen, Pflanzen	38,1	39,5	29,1	76	10,4	26	9,0	24
Tierfutter, Heimtierzubehör, Tiere	3,1	3,0	2,2	71	0,8	27	0,9	29
Fahrräder, Fahrradzubehör	2,6	3,4	2,4	92	1,0	29	0,2	8
Sonstiger Einzelhandel**	17,6	9,2	7,1	40	2,1	23	10,5	60
Gesamt	**422,5**	**482,2**	**359,0**	**85**	**123,2**	**26**	**63,5**	**15**

* Glas, Porzellan, Keramik
** u. a. Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
(*) marginal
Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Lippstadt als Mittelzentrum eine angemessene Einzelhandelsversorgung bereitstellt. Angebotsergänzungen sind vor allem bei der flächendeckenden Nahversorgung notwendig (vgl. auch Kap. 8). Zur Weiterentwicklung der Innenstadt ist insbesondere eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Angebotssegmente Bekleidung, Schuhe und Sport durch neue Angebotsformate wünschenswert (vgl. im folgenden Kap. 5.3). Im Marktsegment Möbel- und Einrichtungsbedarf beschränken sich die Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation auf eine Eigenentwicklung des ansässigen Einzelhandels. Das Angebot bei Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Büchern und Schreibwaren ist nicht optimal aufgestellt, steht jedoch in starkem Wettbewerb mit dem Online-Handel, so dass auch hier nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen. Im Bau- und Heimwerkerngebot stellen die vorhandenen Angebotsstrukturen ein angemessenes Versorgungsangebot dar; Entwicklungsbedarf besteht im Gartenbedarf.

5 Standortanalyse Innenstadt

5.1 Städtebauliche Situation der Innenstadt

Die Innenstadt bildet innerhalb der Stadt Lippstadt den größten Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt mit einem differenzierten Besatz von Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur. Das Hauptzentrum Innenstadt ist wie folgt zu beschreiben (vgl. Abbildung 30):

- Als wesentliches Charakteristikum der Innenstadt ist eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen mit dem positiven Folgeeffekt deutlicher Agglomerationswirkungen anzuführen. Den städtebaulichen Mittelpunkt stellt der Rathausplatz dar, der u. a. auch intensiv für Veranstaltungen genutzt wird.

- Der Hauptgeschäftsbereich wird durch den Straßenzug der Lange Straße beschrieben. Ein nahezu durchgehender Besatz publikumsintensiver Nutzungen findet sich auch in der Marktstraße, Rathausstraße, Poststraße und im nördlichen Abschnitt der Cappelstraße, wobei hier auch zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig sind.

- In der Fleischhauerstraße, Kahlenstraße, Spielplatzstraße, Blumenstraße, im südlichen Abschnitt der Cappelstraße, im Straßenzug Woldemei und den sonstigen Seitenstraßen der Lange Straße ist kein durchgängiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz vorzufinden, so dass der Charakter von Nebenlagen besteht.

- Südlich der Bahntrasse befindet sich die Fachmarktlage Südertor, die gemeinsam mit Kino und Gastronomiebetrieben eine Innenstadt-Ergänzungslage darstellt. Die Anbindung durch den Fußgängertunnel unter der Bahntrasse ist funktionsfähig. Die Gestaltung der Tunnelanlage ist modern, hell und offen, so dass eine funktionsfähige Fußwegeanbindung besteht (zur Passantenfrequenz vgl. auch Kap. 5.2).

- In westlicher und östlicher Innenstadtrandlage konzentrieren sich öffentliche Einrichtungen (u. a. Stadtverwaltung, Arbeitsagentur, Stadtarchiv, Kirchen, Schulen, Stadttheater, Kindergarten). Dienstleistungen (u. a. Banken) belegen vor allem Standorte in den nördlichen, östlichen und südlichen Nebenlagen. Die Gastronomiebetriebe konzentrieren sich um den Rathausplatz und die Cappelstraße sowie in den direkt angrenzenden Straßenabschnitten.

- Der Einzelhandelsbesatz umfasst eine Mischung unterschiedlicher Betriebsgrößen und Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte). Als Magnetbetriebe fungieren vor allem die entlang der Lange Straße ansässigen großflächigen Betriebe Modehaus Lott, H & M, C & A, Kress, New Yorker, Woolworth, Intersport Arndt und Schuhhaus Hammerschmidt und Depot. Dabei ist ein Schwergewicht im südlichen Abschnitt der Hauptgeschäftszone zu ver-

zeichnen. Die Cappelstraße sowie die Verbindungsachsen zur Lange Straße zeichnen sich durch einen spezialisierten, kleinteiligen Geschäftsbesatz aus. Der Standortbereich Südertor weist einen ergänzenden Fachmarktbesatz auf.

- Die bauliche Struktur ist durch eine verdichtete, kleinteilige Altstadtbebauung geprägt, so dass sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Einzig entlang der Lange Straße sind größere Grundstücks- und damit Gebäudeeinheiten vorhanden. Zum Teil erstrecken sich Betriebe auch über mehrere Gebäude.

- Der Hauptgeschäftsbereich weist in Nord-Süd-Richtung zwischen Rathausplatz und Am Bernhardbrunnen eine Längenausdehnung von ca. 500 m auf. Damit zeichnet sich der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich durch eine achsenbezogene Auffächerung aus, die aber aufgrund der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist. Die Entfernung zwischen Lange Straße und Cappelstraße beträgt 300 m. Ein Kundenrundlauf zwischen Lange Straße und Cappelstraße besteht hingegen nur sehr eingeschränkt.

- Zum Zeitpunkt der Vorort-Erhebung (Stand: Juni 2015) wurden in der Innenstadt insgesamt 65 Ladenleerstände mit einer Verkaufsfläche von ca. 12.000 m² erfasst.[24] Die größten Leerstände sind im Bereich der Lippe Galerie und des Fachmarktbereiches Südertor vorhanden (zusammen ca. 9.000 m²). Für beide Bereiche sind vor allem objektbezogene Aspekte für die Leerstände verantwortlich. Darüber hinaus sind in den Nebenlagen (u. a. südliche Cappelstraße/ Blumenstraße) vermehrt Leerstände und Mindernutzungen vorzufinden. Für den sonstigen Innenstadtbereich belegt die relativ geringe Leerstandsquote eine hohe Nutzungsintensität.

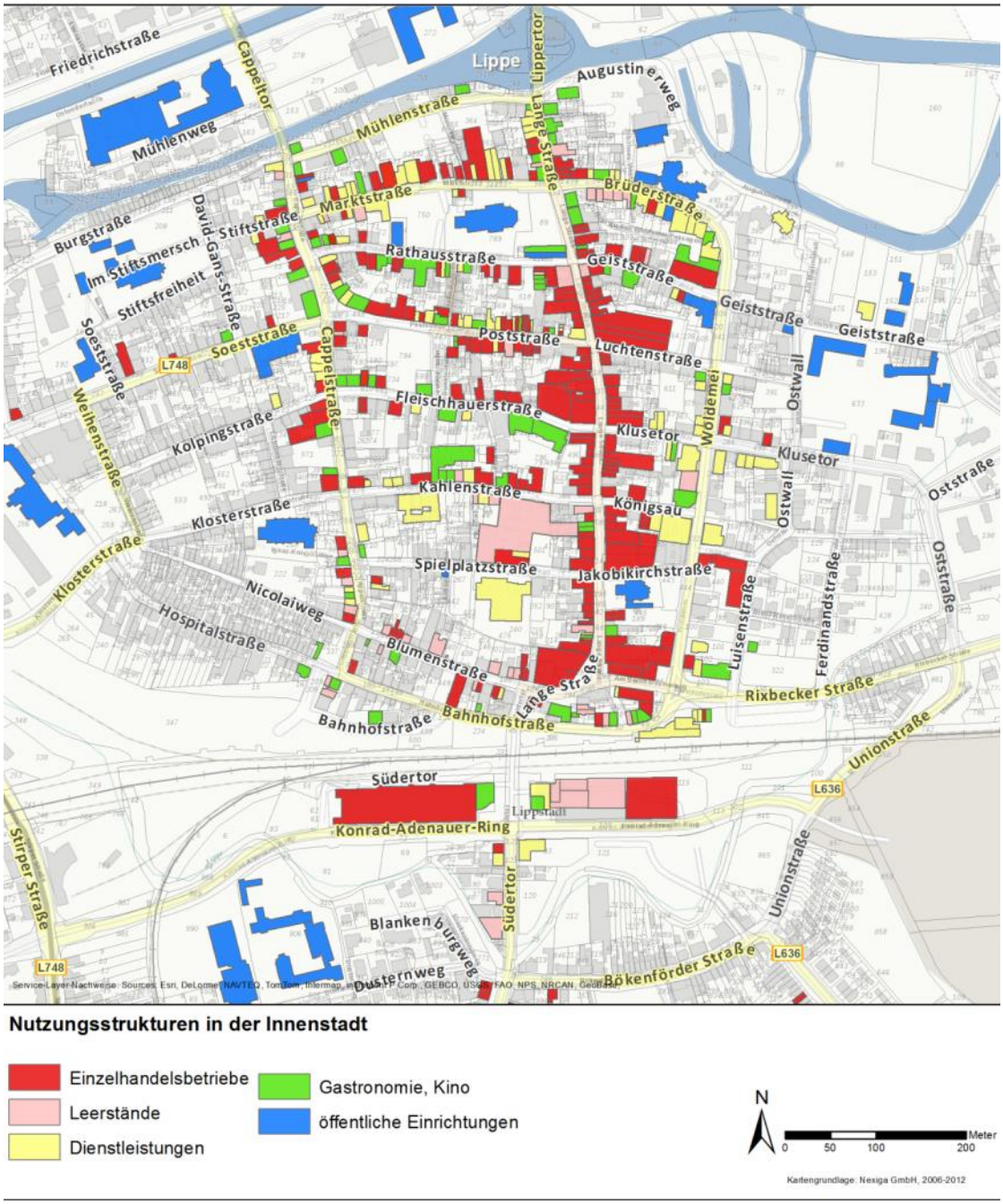
- Die Verkehrserschließung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt über die Ringerschließung Woldemei/ Brüderstraße/ Lippertor/ Dr.-Wilhelm-Röpke-Straße/ Cappeltor/ Cappelstraße/ Klosterstraße/ Stirper Straße/ Konrad-Adenauer-Ring/ Unionstraße/ Rixbecker Straße, die die Anbindung an die wichtigen Parkplatzanlagen sicherstellt. Die Innenstadt ist in weiten Teilen als Fußgängerzone bzw. verkehrsberuhigter Bereich gestaltet, so dass der Geschäftsbereich eine hohe Aufenthaltsqualität bietet.

- Für die Kfz-Besucher der Innenstadt bestehen in den Parkhäusern am Markt, Woldemei, und Südertor, in der Tiefgarage Lippe Galerie, auf den Parkplätzen Spielplatzstraße und am Ostwall (Klusestraße/ Geiststraße) größere zentrumsnahe Stellplatzanlagen zur Verfü-

[24] Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

gung, die durch straßenbegleitende Stellplatzangebote ergänzt werden. Insgesamt erscheint das Angebot für den ruhenden Verkehr bedarfsgerecht; positiv hervorzuheben ist vor allem, dass in direkter räumlicher Zuordnung zur Hauptgeschäftszone ein umfangreiches Stellplatzangebot vorhanden ist.

Abbildung 30: Nutzungsstruktur in der Innenstadt



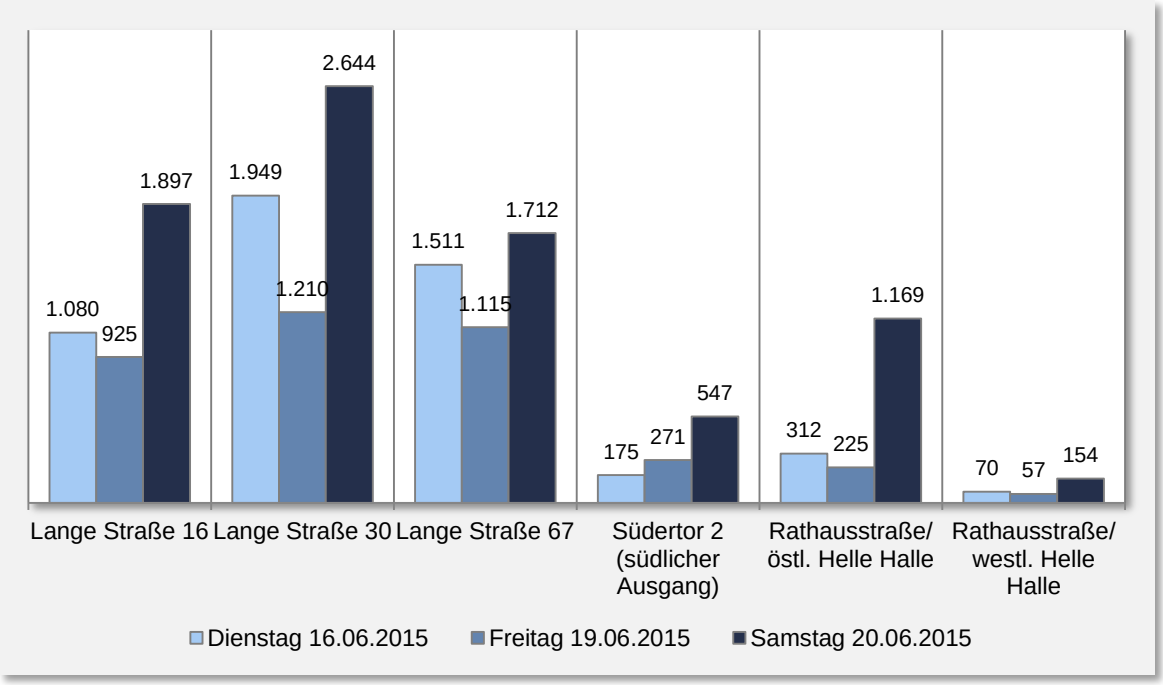
Quelle: BBE-Erhebungen

5.2 Kundenfrequenzanalyse in der Innenstadt

Zur Bewertung der Lagequalitäten innerhalb der Innenstadt wurde eine Zählung der Passantenfrequenz an wesentlichen Lagepunkten in der Lippstädter Altstadt durchgeführt. Gezählt wurde für jeweils eine Stunde. Dienstag (16.06.2015) und Freitag (19.06.2015) ist im Zeitraum von 16 bis 17 Uhr erhoben worden; am Samstag (20.06.2015) erfolgte die Passantenfrequenzzählung im Zeitraum von 11 bis 12 Uhr. Dabei wurden alle Passanten erfasst, die eine gedachte Zähllinie überqueren. Die Zählungen am Dienstag und Freitag dienten dazu, die Frequenzen an Werktagen ohne besondere Besuchsanlässe zu ermitteln. Mit den Erhebungen am Samstag sollten die Frequenzen in der Spitzenstunde des City-Einzelhandels erfasst werden. Als Zählstandorte wurden gewählt: Lange Straße 16, Lange Straße 36, Lange Straße 69, Südertor 2 (südlicher Ausgang Unterführung), Rathausstraße/ östlich Helle Halle und Rathausstraße/ westlich Helle Halle.

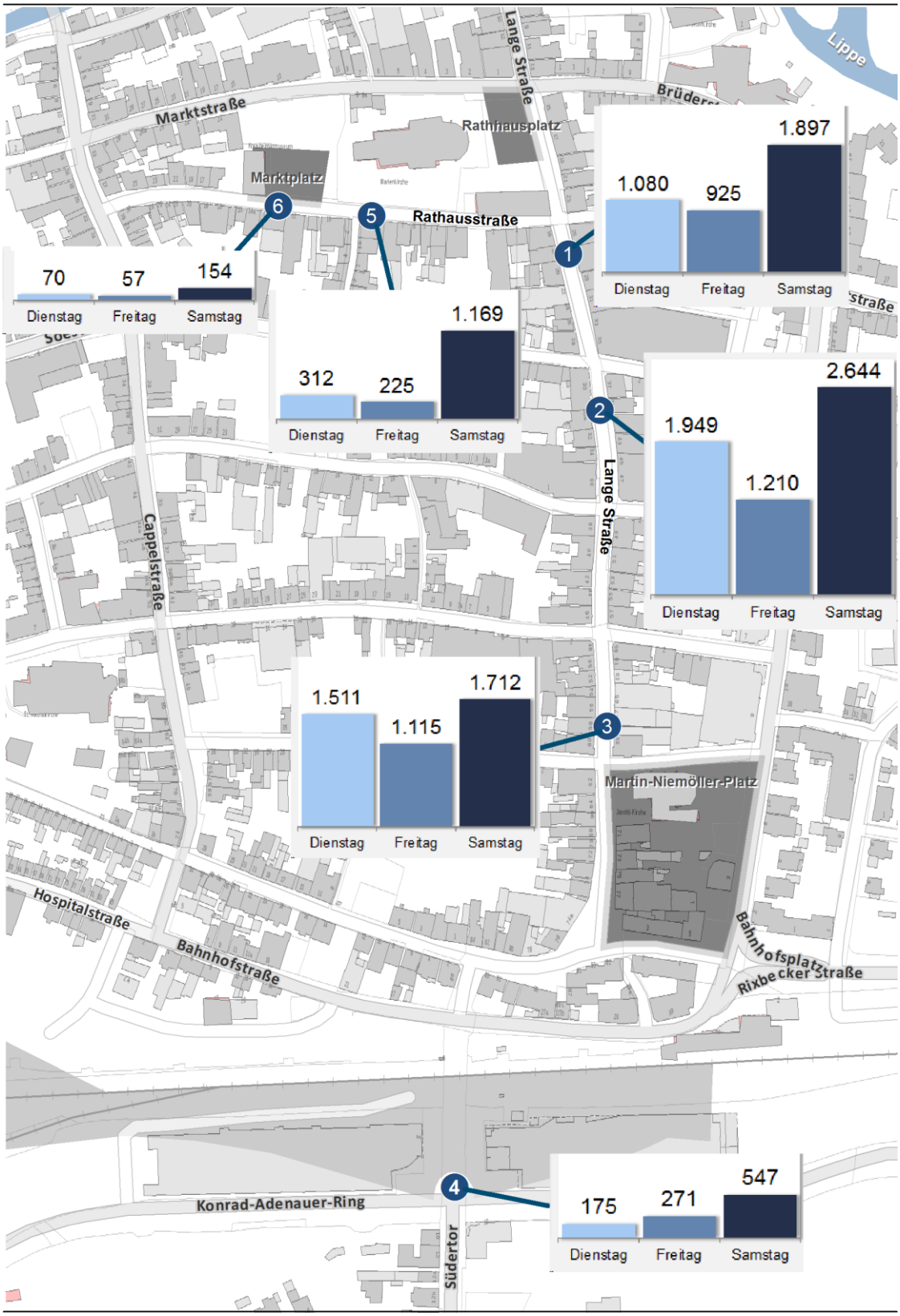
Innerhalb der drei Erhebungsstunden wurden insgesamt 17.000 Passanten gezählt. Dabei konnte erwartungsgemäß die höchste Passantenfrequenz am Samstag ermittelt werden (ca. 8.100 Passanten), während am Freitag das Passantenaufkommen aufgrund des relativ starken Regens deutlich geringer ausfiel (ca. 3.800 Passanten). Der Dienstag kann aufgrund des kühlen, aber sonnig bis bewölkten Wetters im Sinne eines „Normaltages“ als Referenz in die Bewertung eingehen (ca. 5.100 Passanten). Damit wird deutlich, dass der Spitzentag Samstag in Lippstadt knapp 60 % mehr Passanten aufweist als ein „normaler Wochentag“.

Abbildung 31: Passantenfrequenzen Juni 2015



Quelle: BBE-Passantenfrequenzzählung Juni 2015, Zahl der Passanten

Abbildung 32: Zählstandort Juni 2015



Quelle: BBE-Passantenfrequenzzählung Juni 2015, Zahl der Passanten

Die Hauptfrequenzlage bildet die Lange Straße. Gegenüber der östlichen Rathausstraße ist die Passantenfrequenz mehr als dreimal so hoch. Die Passantenfrequenz ist an allen drei Untersuchungstagen im mittleren Abschnitt der Lange Straße, gefolgt vom südlichen Abschnitt der Lange Straße, am höchsten. Der nördliche Abschnitt der Lange Straße liegt an einem Wochentag ca. 30 - 45 % unter den Frequenzwerten im mittleren und südlichen Abschnitt der Lange Straße. Am Samstag ist hingegen für den nördlichen Abschnitt wie auch für die Rathausstraße eine Frequenzsteigerung aufgrund des Wochenmarktes festzustellen, so dass an diesem Tag sogar die Frequenzzahl der nördlichen Lange Straße über der der südlichen Lange Straße liegt.

Am Standort Südertor, südlich der Bahntrasse, ist im Vergleich zur Lange Straße nur eine sehr geringe Passantenfrequenz gegeben, die eingeschränkte Wechselwirkungen im Rahmen des fußläufigen Einkaufs zwischen der Fußgängerzone und dem Fachmarktstandort erkennen lässt.

Auch für die Rathausstraße sind deutlich geringere Passantenzahlen an Wochentagen festzustellen, als im benachbarten Abschnitt der Lange Straße. Insbesondere im westlichen Bereich der Rathausstraße sind mit 70 Passanten am Dienstag und gut 150 Passanten am Samstag nur sehr geringe Werte ermittelt worden. Trotz eines durchgehenden Besatzes von publikumsorientieren Nutzungen an der Rathausstraße ist kein funktionsfähiger Leistungsaustausch mit der westlich gelegenen Cappelstraße gegeben.

Im Fazit lässt sich festhalten, dass sich die Hauptfrequenzlage die Lange Straße zwischen Rathausplatz und Bernhardbrunnen erstreckt. In den angrenzenden Seitenstraßen nimmt die Passantenfrequenz deutlich ab. Die Verbundeffekte mit der Cappelstraße im Rahmen des fußläufigen Einkaufs ist sehr eingeschränkt, gleichermaßen mit dem Fachmarktstandort Südertor. Eine starke Frequenzwirkung entfaltet der samstägliche Wochenmarkt auf dem Marktplatz. Im Vergleich zu anderen Haupteinkaufslagen starker Einkaufsstädte weist die Lande Straße eine hohe Frequenz auf.[25]

Für die drei untersuchten Abschnitte der Lange Straße bestehen Vergleichswerte einer Passantenfrequenzzählung der IHK Arnsberg, die an jeweils 3 Samstagen im September 2010 (Zählstunde 12 - 13 Uhr) und 2014 (Zählstunde 11 - 12 Uhr) vergleichbare Daten ermittelt hat.

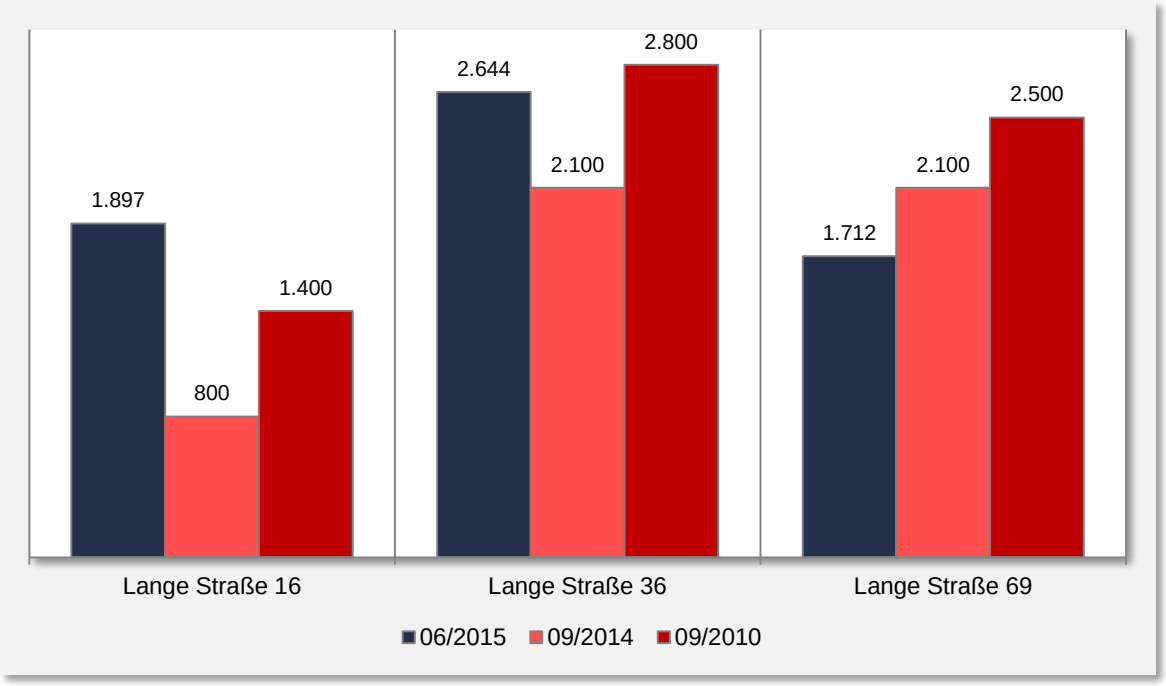
Der Vergleich der Daten zeigt vor allem für das Jahr 2014 einen erheblichen Einbruch der Frequenzzahlen. Dieser Trend konnte für den nördlichen und mittleren Abschnitt der Lange Straße durch die aktuelle Erhebung nicht bestätigt werden. Im südlichen Abschnitt der Lange Straße ist

[25] Zum Vergleich: Hamm, Allee-Center: 1.800 Passanten (Quelle: BBE 2014), Arnsberg-Neheim, Hauptstraße: ca. 3.500 Passanten (Quelle: IHK 2014)

jedoch die Frequenz noch einmal zurückgegangen, während im Norden der Lange Straße vor allem der Wochenmarkteffekt zum Tragen kommt. Relativ stabil zeigt sich die Zahl der Passanten im mittleren Abschnitt der Lange Straße.

Bei der Interpretation von Frequenzzählungen im Zeitvergleich ist zu beachten, dass die Ergebnisse u. a. von den Wetterrahmenbedingungen, Werbeaktivitäten, Veranstaltungen etc. beeinflusst werden.

Abbildung 33: Entwicklung der Passantenfrequenzen



Quelle: BBE-Passantenfrequenzzählung Juni 2015, IHK-Passantenfrequenzen in Innenstadtlagen 2010 und 2014, Zahl der Passanten

5.3 Einzelhandelsausstattung der Innenstadt

Die Innenstadt weist insgesamt 225 Einzelhandelsbetriebe (ca. 47 % der Stadt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 46.620 m² (ca. 29 %) und einem Umsatzvolumen von ca. 156,4 Mio. € (ca. 32 %) auf (vgl. Abbildung 34).

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 207 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ groß, dies resultiert aus 10 großflächigen Betrieben, auf die rund zwei Fünftel der innerstädtischen Verkaufsflächen und des Umsatzes entfallen. Damit fungieren insbesondere die 8 Bekleidungs-, Schuhe- und Sportanbieter sowie je ein Fachmarkt für Unterhaltungselektronik und Wohnaccessoires als wichtige Magnetbetriebe für die benachbarten kleineren und mittleren Fachgeschäfte.

Abbildung 34: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m²	in % der Stadt	in Mio. €	in % der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	2.210	6	12,5	7
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	2.480	49	14,5	55
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	780	42	17,8	37
Bekleidung, Wäsche	21.080	84	51,7	86
Schuhe, Lederwaren	6.060	85	12,7	84
Sport-, Campingartikel	1.620	57	5,6	63
Bücher, Zeitschriften	890	67	4,0	75
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS), Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1.450	33	3,3	29
Möbel, Küchen (inkl. Lampen)	520	2	0,6	2
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	2.150	51	3,8	48
Haus-, Tisch-, Bettwäsche; Heimtextilien, Gardinen; Bettwaren	730	16	1,2	16
Elektrohaushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	4.030	64	20,8	73
Optik, Uhren, Schmuck	1.720	94	6,2	95
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Pflanzen, Zoo	370	1	0,5	1
Sonstiger Einzelhandel**	530	8	1,2	10
Gesamt	**46.620**	**29**	**156,4**	**32**

* Glas, Porzellan, Keramik
** u.a. Fahrräder, Fahrradzubehör, Autozubehör, Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilderrahmen
(*) marginal
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sport und Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik. Darüber hinaus umfasst das Innenstadtangebot vor allem die Segmente Drogerie-/ Parfümeriewaren, Apotheken/ Sanitätswaren, Bücher, Schreib- und Spielwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegenstände sowie Optik und Uhren/ Schmuck.

Dagegen beschränkt sich bei Haus-, Tisch- und Bettwäsche, Heimtextilien, Bettwaren und Fahrrädern das Angebot auf wenige Betriebe bzw. auf kleinere Verkaufsflächenkontingente. Die Sortimente Blumen, Zooartikel sowie Teppiche werden in der Innenstadt gar nicht angeboten. Im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente (vor allem Nahrungs- und Genussmittel) bietet die Innenstadt nur ein ergänzendes Angebot innerhalb der räumlich differenzierten Nahversorgungsausstattung der Stadt Lippstadt.

Die Flächenleistung über alle Betriebe von ca. 3.400 € Umsatz je m² Verkaufsfläche ist als hoch zu bewerten und resultiert aus der Kombination von leistungsfähigen Magnetbetrieben sowie spezialisierten kleinen und mittleren Betrieben.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Innenstadt als Hauptgeschäftsbereich einen attraktiven Angebotsmix aufweist, für den vor allem eine Diversifizierung angestrebt werden sollte. Zur Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsfunktionen ist der Schwerpunkt auf eine moderate Ergänzung der Innenstadtangebote zu legen, so dass durch Verbundeffekte mit neuen Betrieben die Sicherung der vorhandenen Strukturen gewährleistet werden kann. Einzelhandelsergänzungen sind vor allem im Bereich der Ergänzung bzw. Neuaufstellung der Nahversorgungsangebote sowie bei den innenstadttypischen Nutzungen Bekleidung, Schuhe, Sport, Haushaltswaren, Wohnaccessoires möglich.

5.4 Exkurs: Reaktionsfähigkeit der Innenstadt auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

5.4.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

Die Veränderungen im Handel (u. a. Betriebsformen) in den letzten Jahrzehnten haben stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlicher Räume oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Räumen befürchtet.

Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends zum Onlinehandel und seinen Auswirkungen auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, so dass Online-Angebot und Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz an Bedeutung.

- Die Kunden werden gleichermaßen Online und Offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Der demografische Wandel wird nur sehr eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.

- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit wird der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den inhabergeführten Ein-

zelhandel weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.

- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross-Channel“). Aktuell fehlen hierzu insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, so dass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitiert. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen in den Innenstädten zumindest teilweise ablösen.

- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf die Nebenlagen beziehen werden. Damit wird es zu Konzentrationstendenzen innerhalb der Innenstädte kommen, ohne dass sich die Stadtzentren in den nächsten zehn Jahren komplett verändern werden.

Im Folgenden werden die Auswirkungen der zunehmenden Anteile des Onlinehandels auf die Lippstädter Innenstadt untersucht. Dabei sind verschiedene Faktoren zu berücksichtigen.

5.4.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

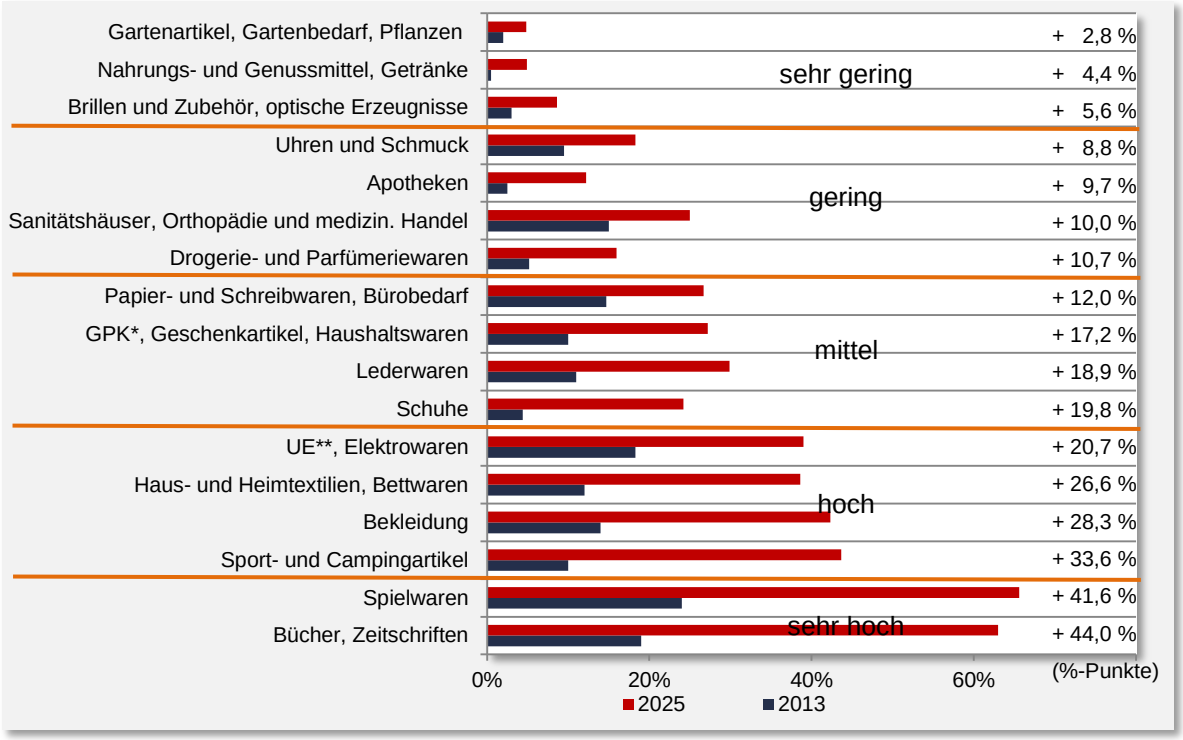
Da die Umsatzentwicklung im deutschen Einzelhandel seit Jahren stagniert, wird der wachsende Umsatzanteil im Onlinehandel den Flächenbedarf im stationären Einzelhandel verringern. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun zu Lasten der Umsätze im stationären Einzelhandel. Der stationäre Einzelhandel in Deutschland leidet seit dem Jahr 2010 an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des E-Commerce.

Dabei sind starke Unterschiede nach Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 35). Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren und Elektronik/ Medien sich bereits ein hoher Online-Anteil durchgesetzt hat, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Pflanzen, Optik und Uhren/ Schmuck die Online-Umsätze noch sehr gering. In der Trendprojektion gehen die Experten von Elaboratum[26] von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, dabei sind die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Spielwaren, Sportartikel und Bekleidung zu erwarten.

---

[26] Quelle: Elaboratum, Prognose der sortimentsbezogenen Marktanteile des Onlinehandels im Jahre 2025 (Basis: E-Commerce-Umsätze 2013)

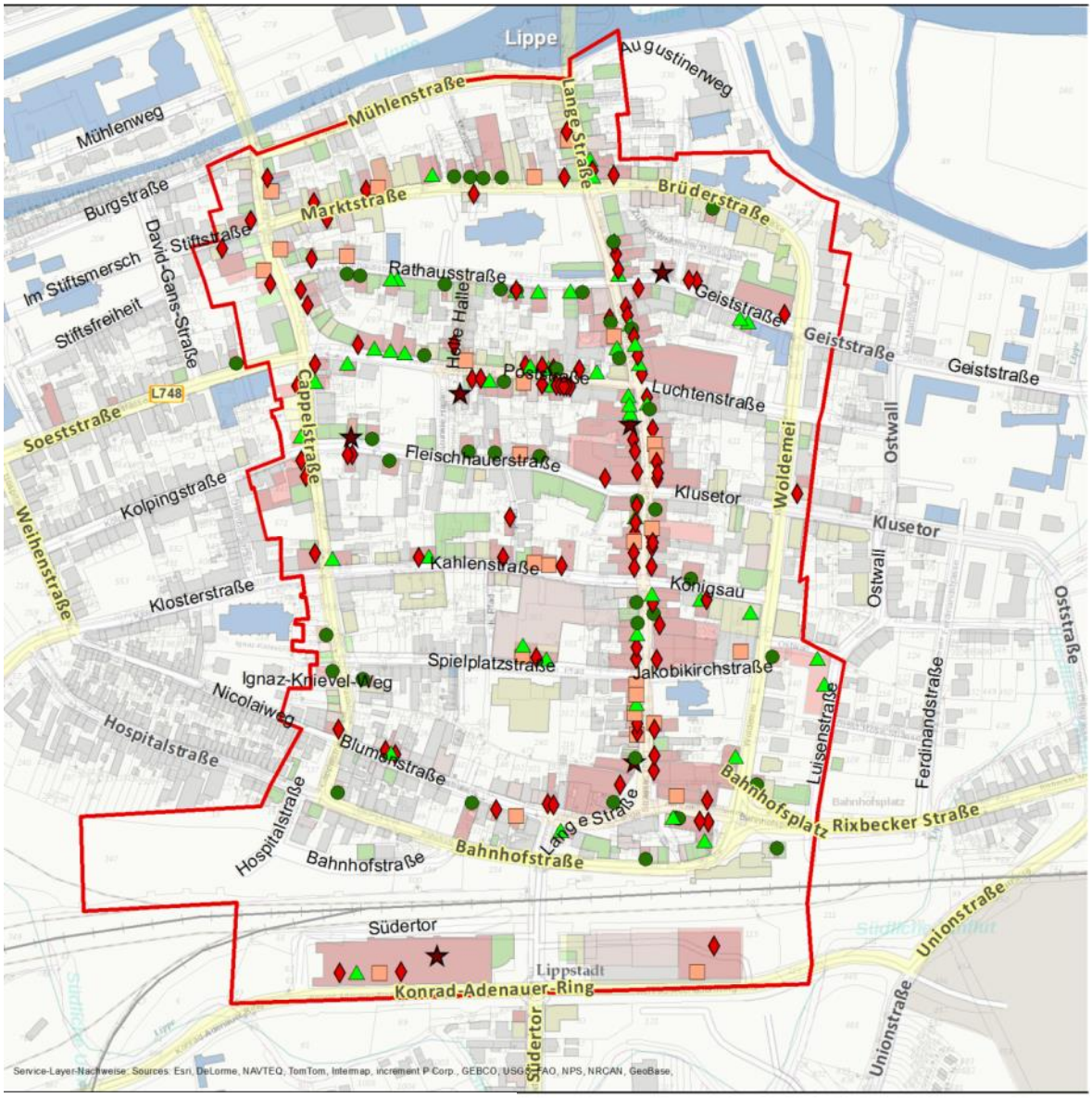
Abbildung 35: Entwicklung der sortimentsspezifischen Marktanteile des Onlinehandels



* GPK: Glas, Porzellan, Keramik
** UE: Unterhaltungselektronik
Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von Elaboratum-Prognosen

Für die Lippstädter Innenstadt wird damit deutlich, dass gerade die Sortimente, die die Hauptgeschäftslage prägen, zukünftig einem weiter wachsenden Wettbewerb ausgesetzt sein werden. Die räumliche Differenzierung ist der Abbildung 36 zu entnehmen. Hohe Online-Wachstumsraten sind dabei für die Betriebe des mittleren Abschnitts der Lange Straße zu verzeichnen, während der Angebotsmix in den Nebenlagen, vor allem Rathausstraße, Kahlenstraße und Cappelstraße, stärker durch weniger online-affine Branchen bestimmt ist. Hinzu kommt in den Nebenlagen noch eine stärkere Durchmischung mit Gastronomie und Dienstleistungen, so dass hier eine geringere Wettbewerbsverschärfung durch den weiteren Bedeutungsgewinn des Onlinehandels abzulesen ist.

Abbildung 36: Klassifizierung der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum des Onlinehandel-Marktanteils

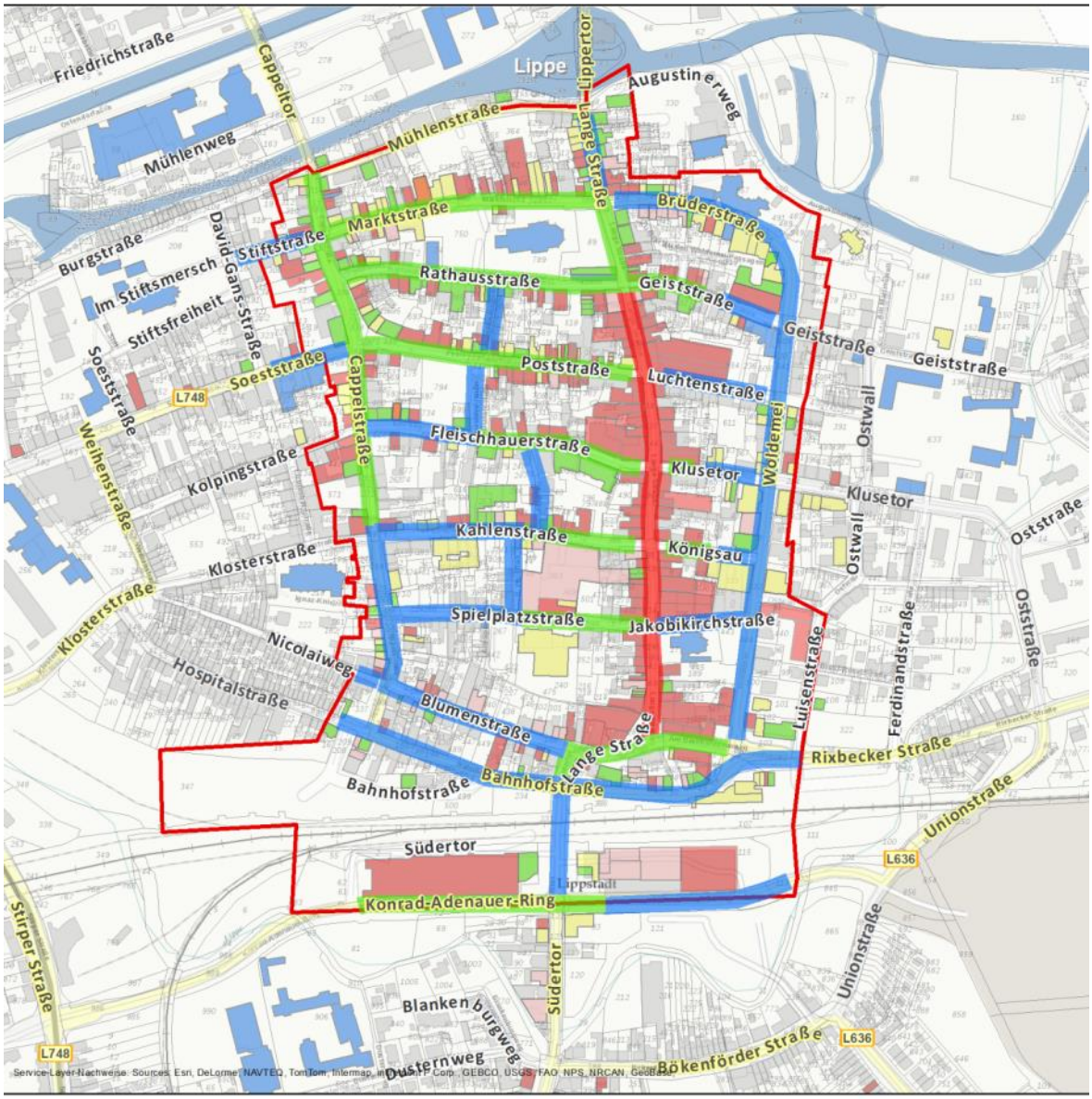


Quelle: BBE-Erhebungen

5.4.3 Bedeutung der Frequenzlage

Die sortimentsbezogene „Betroffenheit“ einer Einkaufslage wird jedoch überlagert durch die Attraktivität eines Standortes. Damit stellt die **Frequenzlage** einen wichtigen Standortfaktor dar.

Abbildung 37: Einkaufslagen der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Hintergrund ist die These, dass Einkaufsstandorte, die über ein attraktives und vielseitiges Einzelhandelsangebot sowie über eine hohe Passantenfrequenz verfügen, relativ robust auf betriebliche Veränderungen reagieren können.

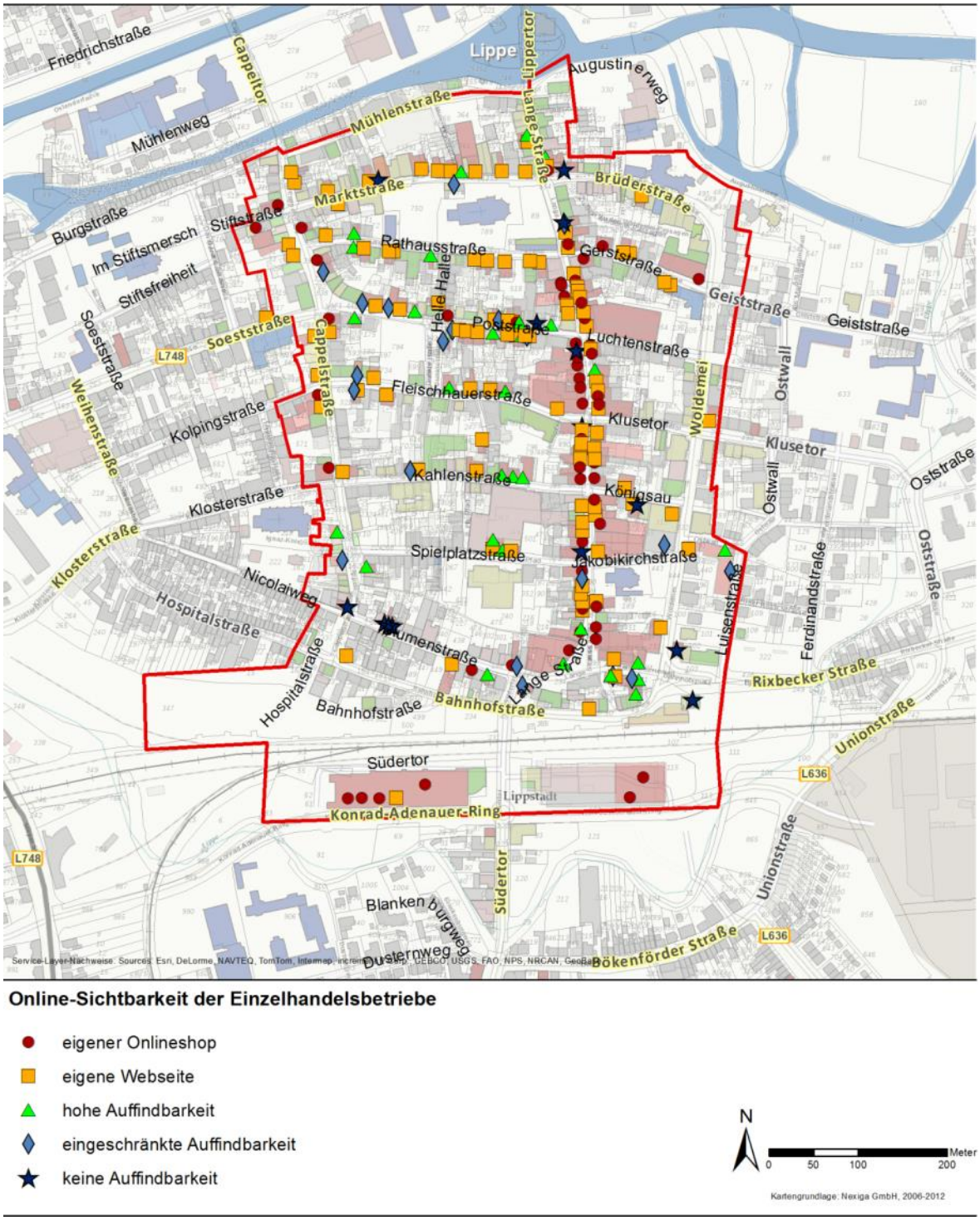
Die Attraktivität des Standortes in einer A-Lage wird auch in Zukunft so hoch sein, dass eine hohe Nutzungsintensität durch Einzelhandelsbetriebe unterstellt werden kann. Dagegen wird die Vermietbarkeit von Ladenlokalen in den B- und vor allem C-Lagen der Lippstädter Innenstadt wesentlich schwieriger, da bei einem tendenziell rückläufigen stationären Markt die Bedeutung der Lagequalität zunehmen wird. Hier sind auch in erster Linie Ladenlokale vorhanden, die hinsichtlich Größe, Zuschnitt, Ausstattung etc. nur eine eingeschränkte Zukunftsfähigkeit haben.

5.4.4 Online-Aktivitäten des stationären Handels

Darüber hinaus stellt die „Online-Sichtbarkeit“ des stationären Einzelhandels einen wichtigen Indikator für die Zukunftsfähigkeit dar. In diesem Zusammenhang sind vor allem die Multichannel-Aktivitäten der Anbieter ein wichtiger Aspekt. Da die Kunden gleichermaßen Online und Offline einkaufen, ist vor allem den Betrieben, die auf allen „Kanälen“ gleichermaßen auffindbar sind, eine hohe Bedeutung beizumessen. Die Betriebe mit einem eigenen Onlineshop haben bereits eine eigene Multichannel-Strategie umgesetzt. Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichert eine hohe Auffindbarkeit, so dass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Dagegen ist die betriebliche Überlebensfähigkeit mit einer schlechten Auffindbarkeit oder fehlenden Präsenz im Internet i. d. R. erheblich eingeschränkt zu bewerten.

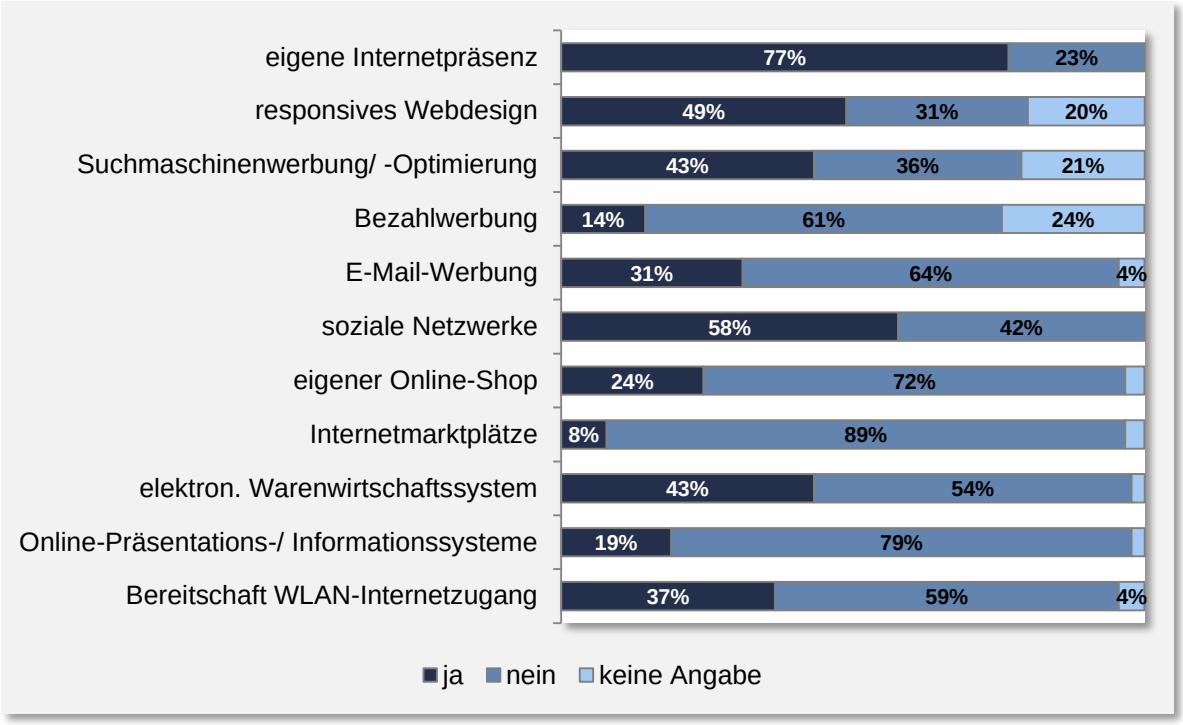
Auch hinsichtlich des Kriteriums der Online-Aktivitäten zeigt sich, dass die Betriebe in der Lange Straße als Hauptgeschäftsbereich im Vordergrund stehen. Mit anderen Worten: Die Betriebe, die hinsichtlich des Onlinewettbewerbs am stärksten betroffen sind, haben sich mit eigenen Strategien bereits auf die Situation eingestellt, während sich der spezialisierte Einzelhandel in den Nebenlagen nur teilweise auf den zusätzlichen Wettbewerb eingestellt hat.

Abbildung 38: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 39: Aktivitäten des Lippstädter Innenstadteinzelhandels im Bereich Online-Marketing/ E-Commerce



Quelle: BBE-Darstellungen auf Basis der WFL-Befragung von 90 Innenstadtbetrieben im Mai/ Juni 2015, in % der Befragten mit Angaben

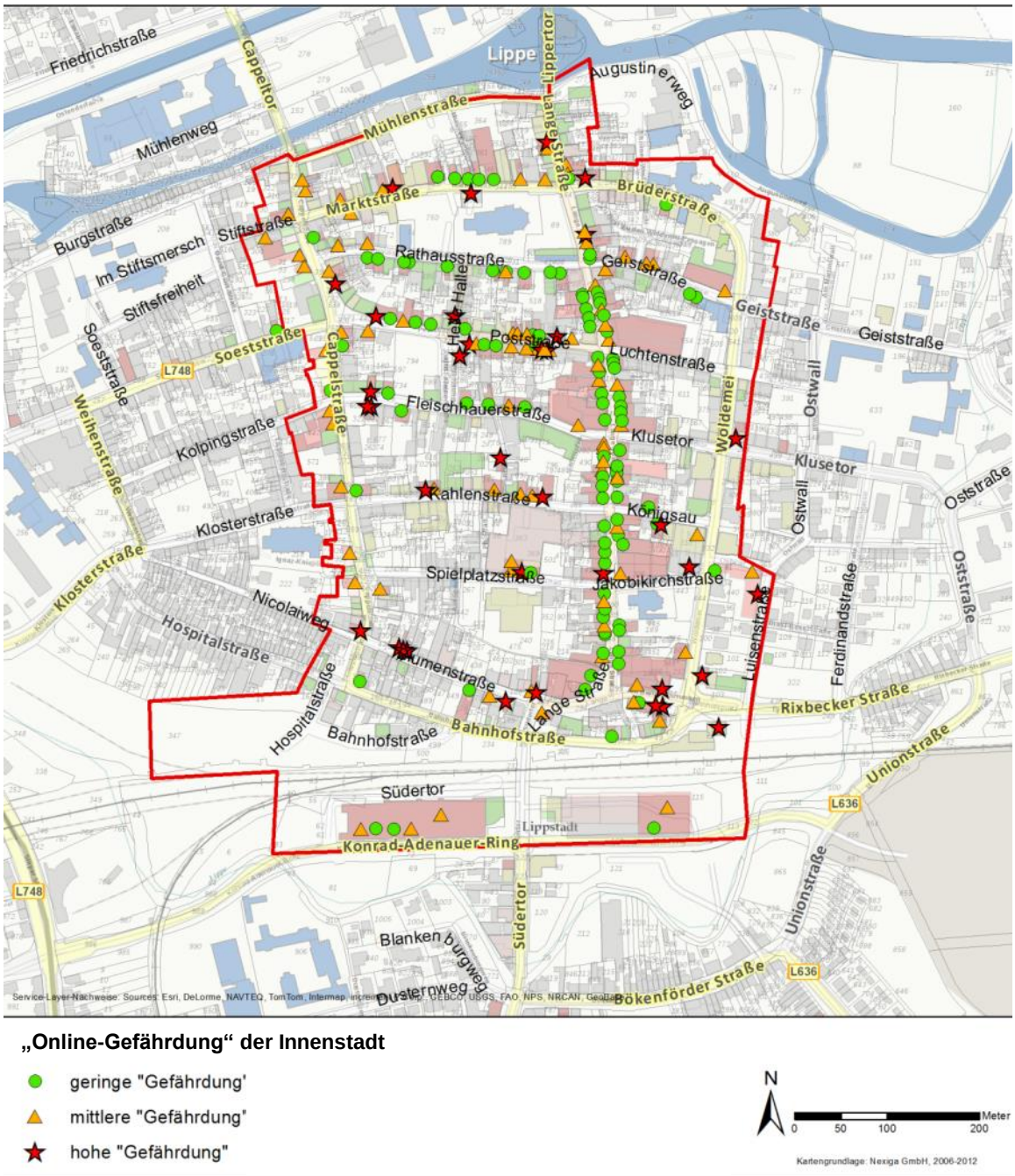
Die Befragung der Wirtschaftsförderung Lippstadt GmbH von 90 Innenstadtbetrieben zu ihren Aktivitäten im Bereich Onlinemarketing bzw. E-Commerce zeigt, dass gut drei Viertel eine eigene Internetpräsenz hat, gleichzeitig betreibt jedoch nur knapp ein Viertel einen eigenen Online-Shop. Gemeinsam mit dem Verkauf über Internetmarktplätze betreiben ca. 32 % der Lippstädter Innenstadtbetriebe parallel Internethandel.

Wichtig sind zudem für ca. 40 – 60 % der Befragten die Präsenz in sozialen Netzwerken, ein responsives Werbdesign für Smartphones/ Tablets und die Suchmaschinenwerbung. Über ein elektronisches Warenwirtschaftssystem als grundsätzliche Voraussetzung auch für funktionsfähige E-Commerce-Aktivitäten verfügt knapp die Hälfte der Betriebe. Im Bereich der Unterstützung des stationären Betriebes durch moderne Techniken (Online-Informationssysteme/ WLAN-Zugang) sind dagegen nur 19 bzw. 37 % der Betriebe tätig.

5.4.5 Fazit zur Online-Gefährdung der Lippstädter Innenstadt

Unter Würdigung der Kriterien Frequenzlage und Zukunftsfähigkeit der Ladenlokale, sortimentsbezogener Wettbewerb mit dem Onlinehandel sowie eigene Onlineaktivitäten lässt sich ein standortbezogener „Onlinehandel-Gefährdungsindex“ ableiten.

Abbildung 40: Online-Gefährdung der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Für die Lange Straße als Haupteinkaufslage mit einem prägenden Angebot in den innenstadttypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, die jedoch auch zu den Sortimenten mit hohen Online-Wachstumsraten gehören, ist eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen. Die Lagequalität und die Attraktivität für Betriebe mit einer ausgeprägten Multichannel-Strategie lassen ein geringes Gefährdungspotenzial für die Haupteinkaufslage erkennen.

Dagegen werden die spezialisierten Geschäftsnebenlagen, insbesondere die Querachsen Marktstraße, Rathausstraße, Poststraße, Fleischhauerstraße und Kahlenstraße sowie die Cappelstraße deutlich stärker von dem zunehmenden Onlinewettbewerb betroffen sein. In diesem Bereich ist eine eigenständige Vermarktungsstrategie zu entwickeln, die auf das individuelle Einkaufserlebnis abstellt, um sich deutlich von dem Internetangebot abzusetzen.

Ebenfalls ein „mittleres“ Gefährdungspotenzial ist im Bereich des innerstädtischen Fachmarktstandortes Südertor abzulesen. Hier sind vor allem preisorientierte Anbieter in „internetaffinen“ Branchen vorhanden, so dass nur ein eingeschränktes Anpassungspotenzial für diesen Geschäftsstandort zu ermitteln ist.

Eine hohe Gefährdung ist für die bereits heute relativ schwach aufgestellten C-Lagen zu prognostizieren, da diese Geschäftsbereiche mangels Lagequalitäten überproportional von einem Nachfragerückgang nach Einzelhandelsflächen betroffen sein werden.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen. An dieser Stelle ist auch Unterstützung durch Kooperationspartner wie die Verbände, IHK und Wirtschaftsförderung notwendig, um die digitale Kompetenz sowohl für die Nutzung des Internets als auch für die Veränderungen in den stationären Geschäften zu stärken.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels, jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken des Einzelhandels notwendig (digitale Kompetenz).

- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg – aber in zunehmender Verbindung mit anderen Vertriebswegen. Langfristig werden daher die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – auch wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen (Multichannel).

- Das Einkaufserlebnis und die individuelle Kundenbetreuung sind wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann nicht primär über den Preis mit dem Online-Handel konkurrieren.

- Nachwievor stellt eine attraktive Einkaufsstadt mit einem schönen Stadtbild, Gastronomie- und Einzelhandelsmix sowie Freizeitaktivitäten einen wichtigen Faktor für die Kundenorientierung dar.

6 Standortanalyse der Stadtteilstrukturen

In Ergänzung zur Innenstadt befinden sich Nahversorgungsstrukturen in den Stadtteilen Bad Waldliesborn, Cappel, Lipperbruch, Lipperode, Esbeck, Hörste und Eickelborn sowie in der südlichen und der nördlichen Kernstadt.

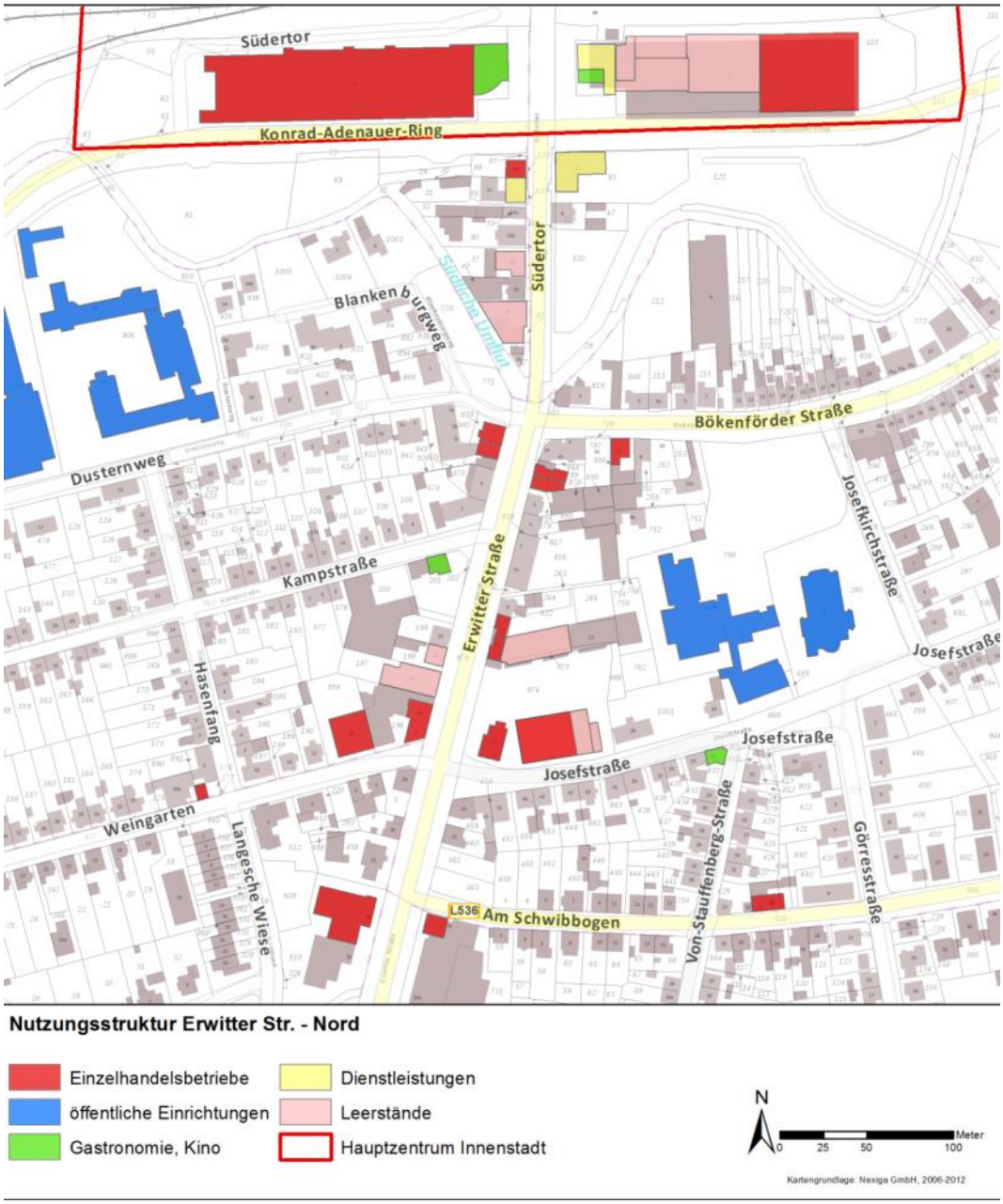
6.1 Kernstadt-Süd

Die Versorgungsstrukturen der südlichen Kernstadt sind wesentlich durch die Geschäftsagglomerationen entlang der Erwitter Straße geprägt. Nahversorgungsstrukturen sind im Bereich der nördlichen Erwitter Straße, in der Südstraße, der Overhagener Straße, der Stirper Straße und der Otto-Hahn-Straße vorhanden. Hierbei handelt es sich überwiegend um Betriebe in Streulage, ohne größere Agglomeration verschiedener Betriebe (Sortimente/ Betriebstypen).

Einzig im Bereich der **nördlichen Erwitter Straße** ist ein differenzierter Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz vorhanden, der vor allem Ergänzungsfunktionen für die nördlich angrenzende Innenstadt übernimmt, ohne dieser räumlich und funktional zugeordnet zu sein. Neben den Lebensmittelmärkten Netto (Erwitter Straße) und Penny (Overhagener Straße) sind u. a. Ladenhandwerksbetriebe und ein Bioladen, Apotheken und sonstige gesundheitsbezogene Betriebe, Blumenläden und ein Matratzenhandel ansässig, ohne dass der Geschäftsbereich eine ausgeprägte Verdichtung aufweist.

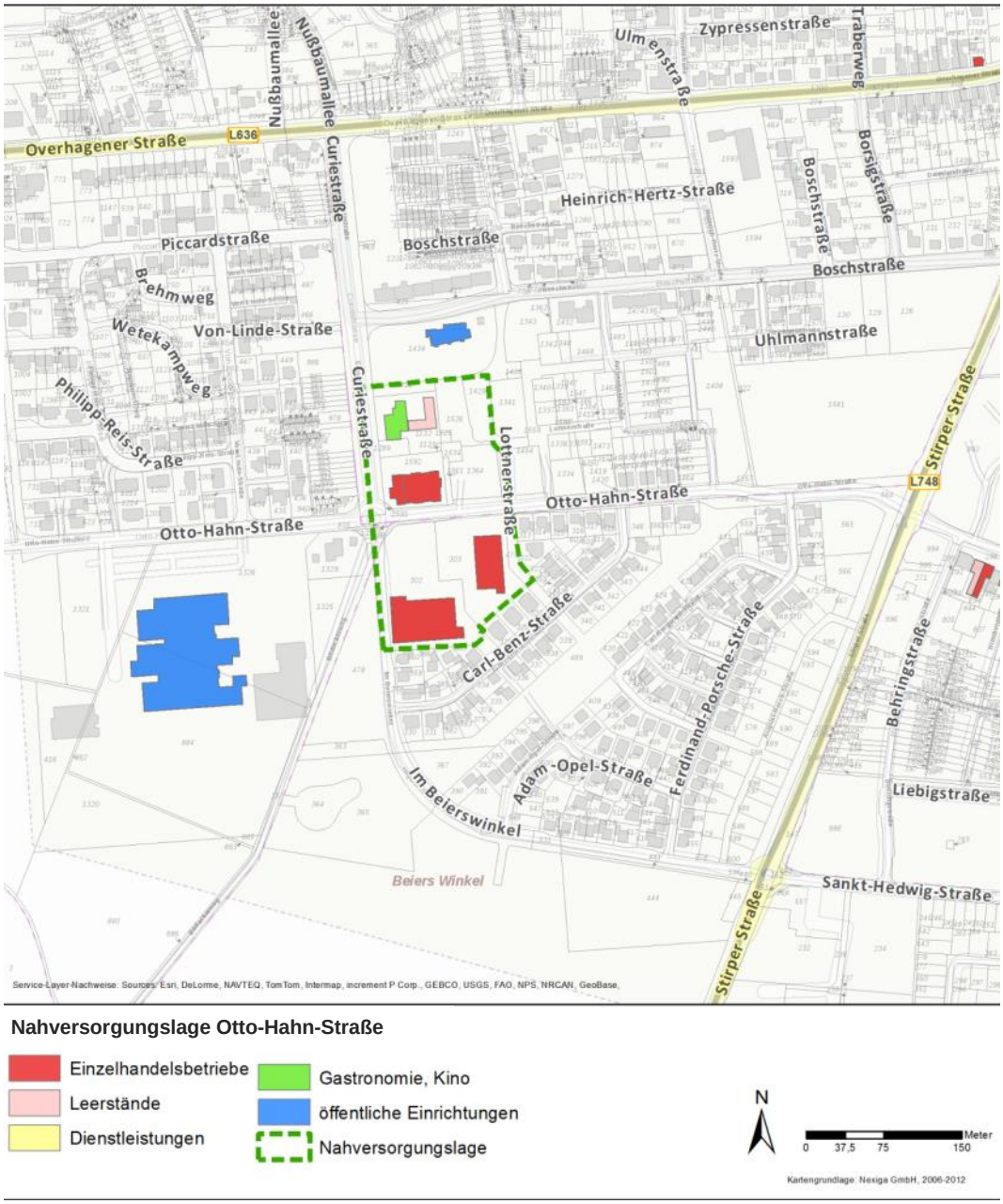
Im Bereich **Otto-Hahn-Straße** ist dagegen ein Verbundstandort verschiedener Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Mit den Lebensmittelmärkten Edeka und Aldi übernimmt der Standort eine Versorgungsfunktion, die über die Versorgung des unmittelbaren Nahbereichs hinausgeht. Eine Ergänzungsfunktion kommt dem kleinteiligen Einzelhandel (u. a. Apotheke, Lebensmittelspezialitäten) zu. Insgesamt sind 6 Betriebe, ca. 3.510 m² Verkaufsfläche und ca. 18,5 Mio. € Umsatz dem Geschäftsbereich zugeordnet.

Abbildung 41 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Erwitter Straße-Nord



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 42 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Otto-Hahn-Straße

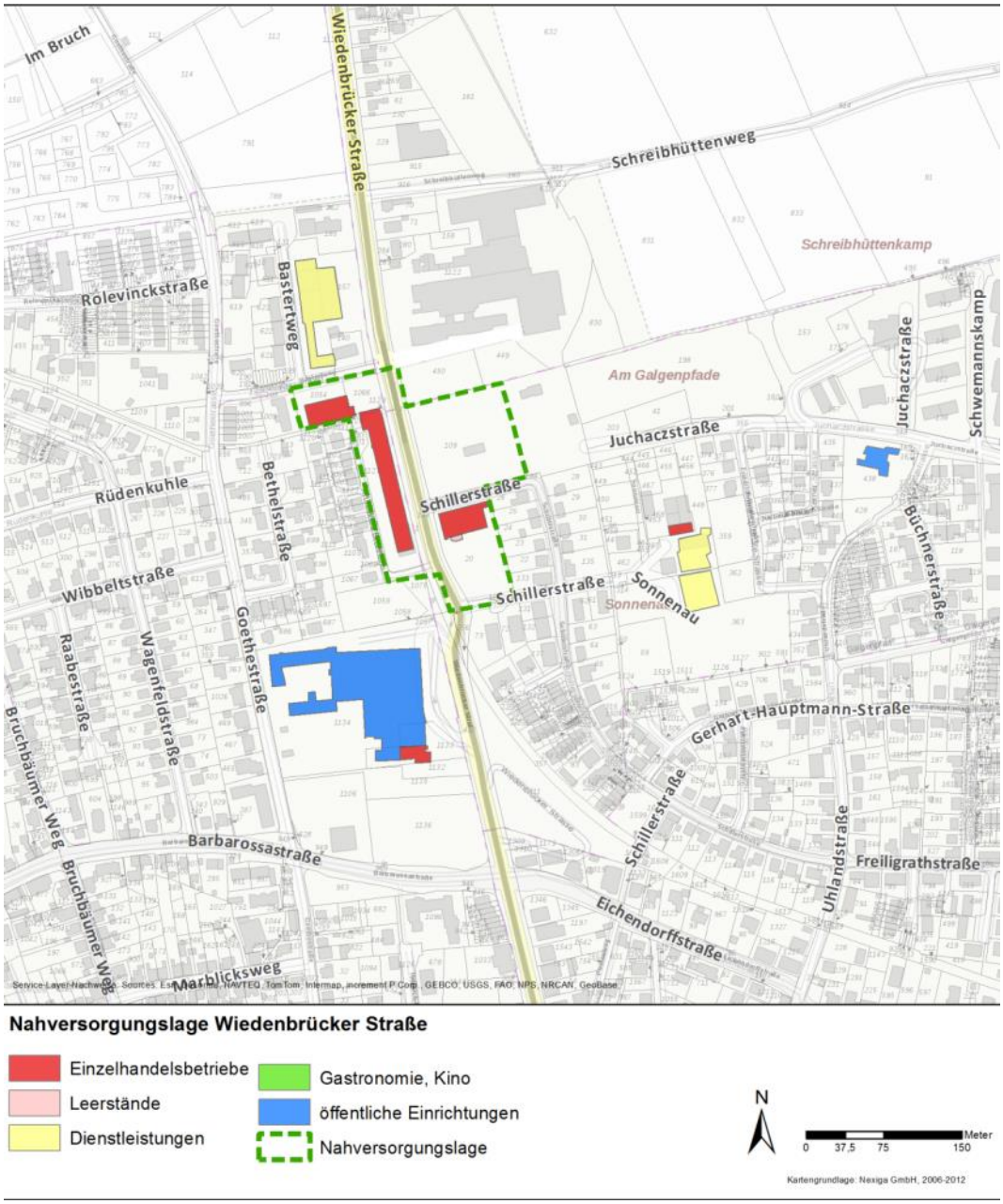


Quelle: BBE-Erhebungen

6.2 Kernstadt-Nord

In der nördlichen Kernstadt sind Nahversorgungsbetriebe vor allem im Bereich Am Weinberg, Am Nordbahnhof mit isoliert gelegenen Lebensmittelmärkten sowie entlang der Wiedenbrücker Straße vorzufinden.

Abbildung 43 Nutzungsstruktur Geschäftsbereich Wiedenbrücker Straße



Quelle: BBE-Erhebungen

Während im südlichen Abschnitt der Wiedenbrücker Straße ein Streubesatz spezialisierter Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe vorhanden ist (u. a. Bioladen, Tankstelle), besteht im Bereich Wiedenbrücker Straße/ Bastertweg ein Standort mit verschiedenen Lebensmittel- und Getränkemärkten (Lidl, Netto, Getränke Oase), ohne dass dieser als Geschäftszentrum mit ausgeprägten Verbundeffekten fungiert.

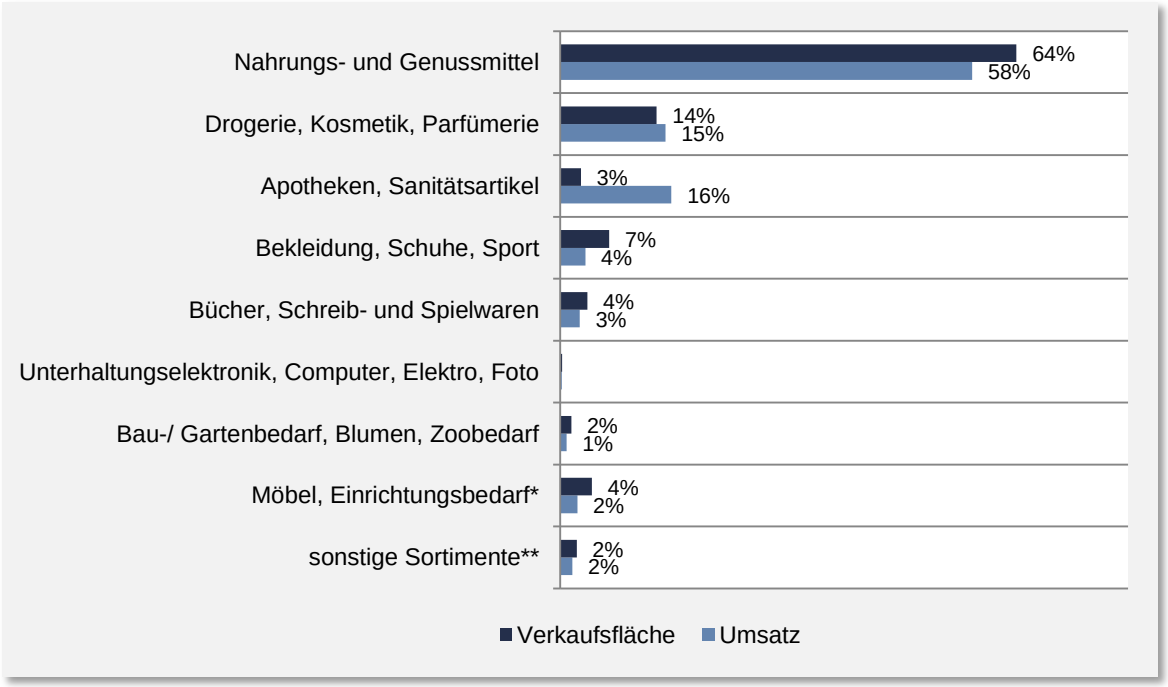
6.3 Bad Waldliesborn

Der Stadtteil Bad Waldliesborn nimmt - auch aufgrund der Kurfunktionen – eine besondere Stellung ein. Im Einzelhandelsbereich ist neben einem umfassenden Nahversorgungsangebot mit Super-, Getränke- und Drogeriemarkt, Bäckerei und Metzgerei auch ein kleinteiliger Fachgeschäftsbesatz mit Artikeln des persönlichen Bedarfs vorhanden. Darüber hinaus ist ein hoher Anteil an Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen festzustellen.

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Apothekenwaren (vor allem EDEKA, Rossmann). Das Angebot wird durch Fachgeschäfte für Bekleidung, Blumen, Optik und Geschenkartikel ergänzt.

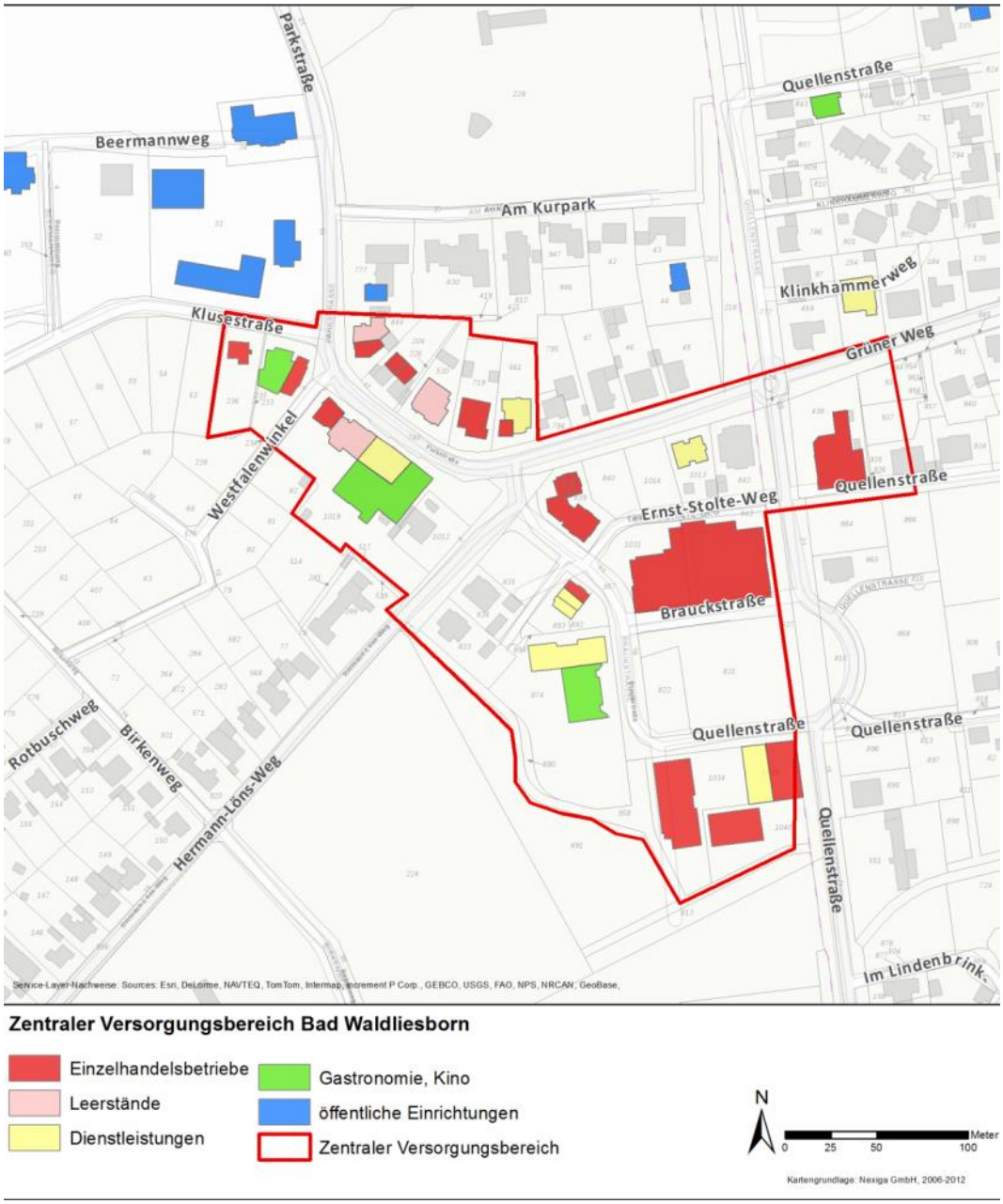
Der Geschäftsbereich erstreckt sich entlang der Parkstraße, der Brauckstraße und des südlichen Abschnitts der Quellenstraße. Insgesamt sind 20 Betriebe mit etwa 4.140 m² Verkaufsfläche ansässig, die zusammen einen Jahresumsatz von etwa 18,1 Mio. € tätigen. Nördlich des Kurparks sind weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe in Streulagen vorhanden.

Abbildung 44: Verkaufsflächen und Umsätze im Stadtteilzentrum von Bad Waldliesborn



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 45 Nutzungsstruktur Bad Waldliesborn



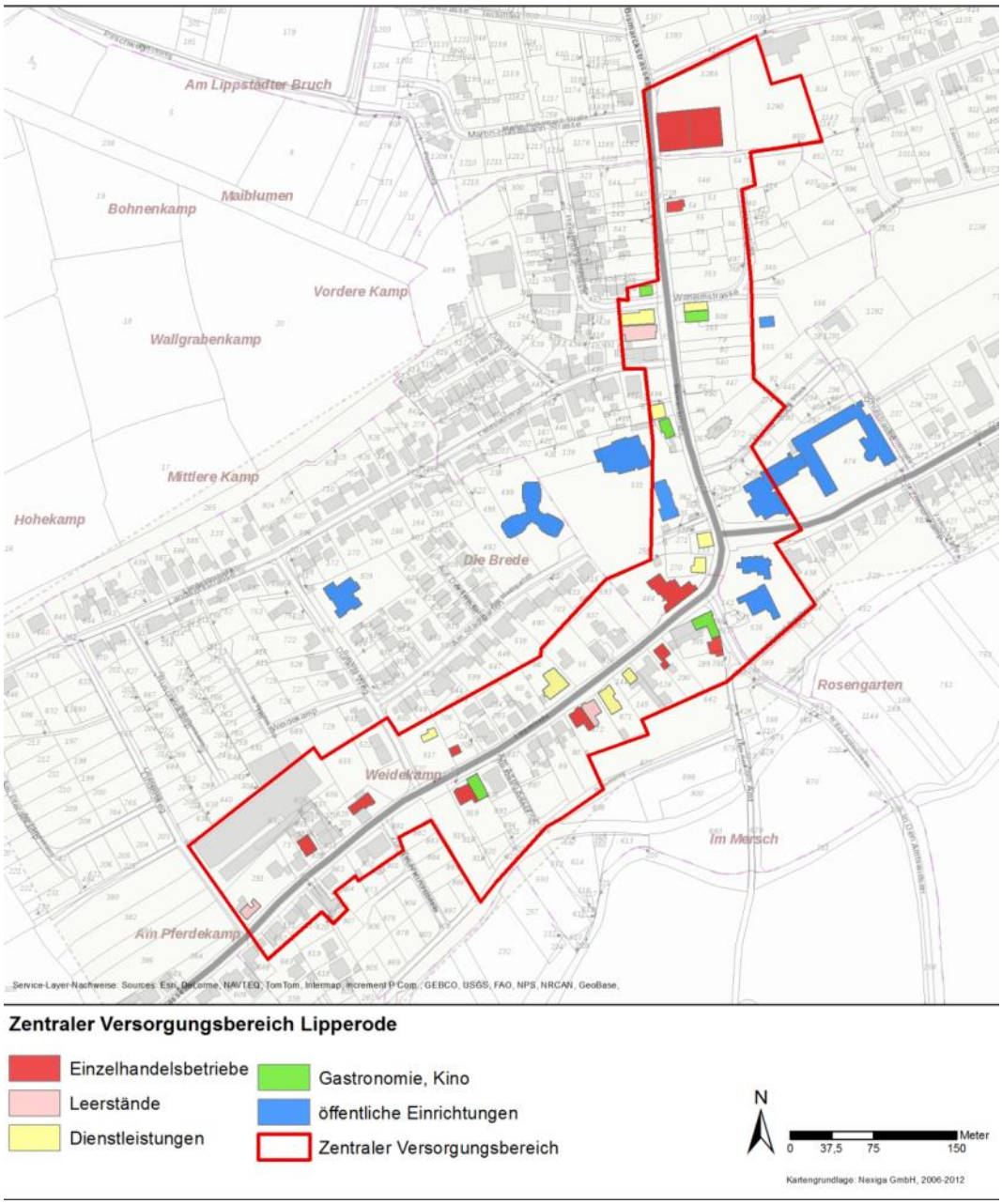
Quelle: BBE-Erhebungen

6.4 Lipperode

Der Geschäftsbereich Lipperode erstreckt sich entlang der Lippestraße und der Bismarckstraße. Den nördlichen Abschluss bildet der Elli Lebensmittelsupermarkt an der Bruchstraße. Straßenach-

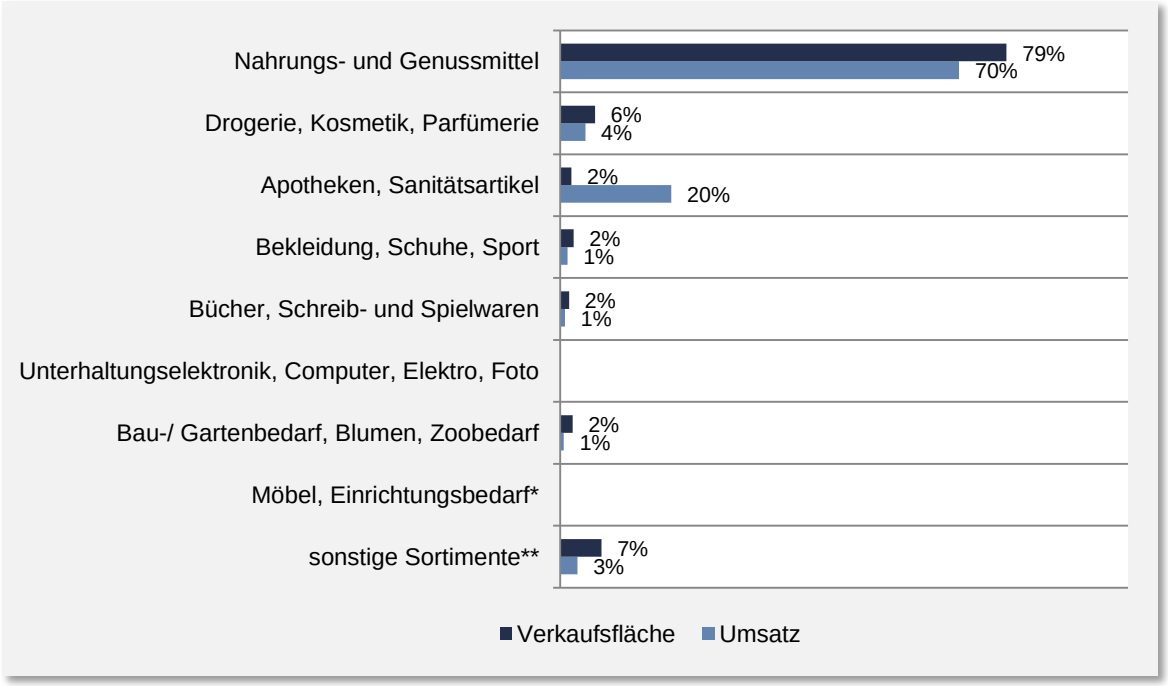
senbezogen sind mit geringer Verdichtung kleinteilige Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden. Insgesamt sind dem Geschäftsbereich 12 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 1.940 m² Verkaufsfläche und ca. 10,1 Mio. € Umsatz zugeordnet. Den Angebotsschwerpunkt bildet das Lebensmittelangebot, während in den sonstigen Segmenten nur ein ausschnittweises Angebot vorhanden ist.

Abbildung 46: Nutzungsstruktur Lipperode



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 47: Verkaufsflächen und Umsätze im Stadtteilzentrum von Lipperode

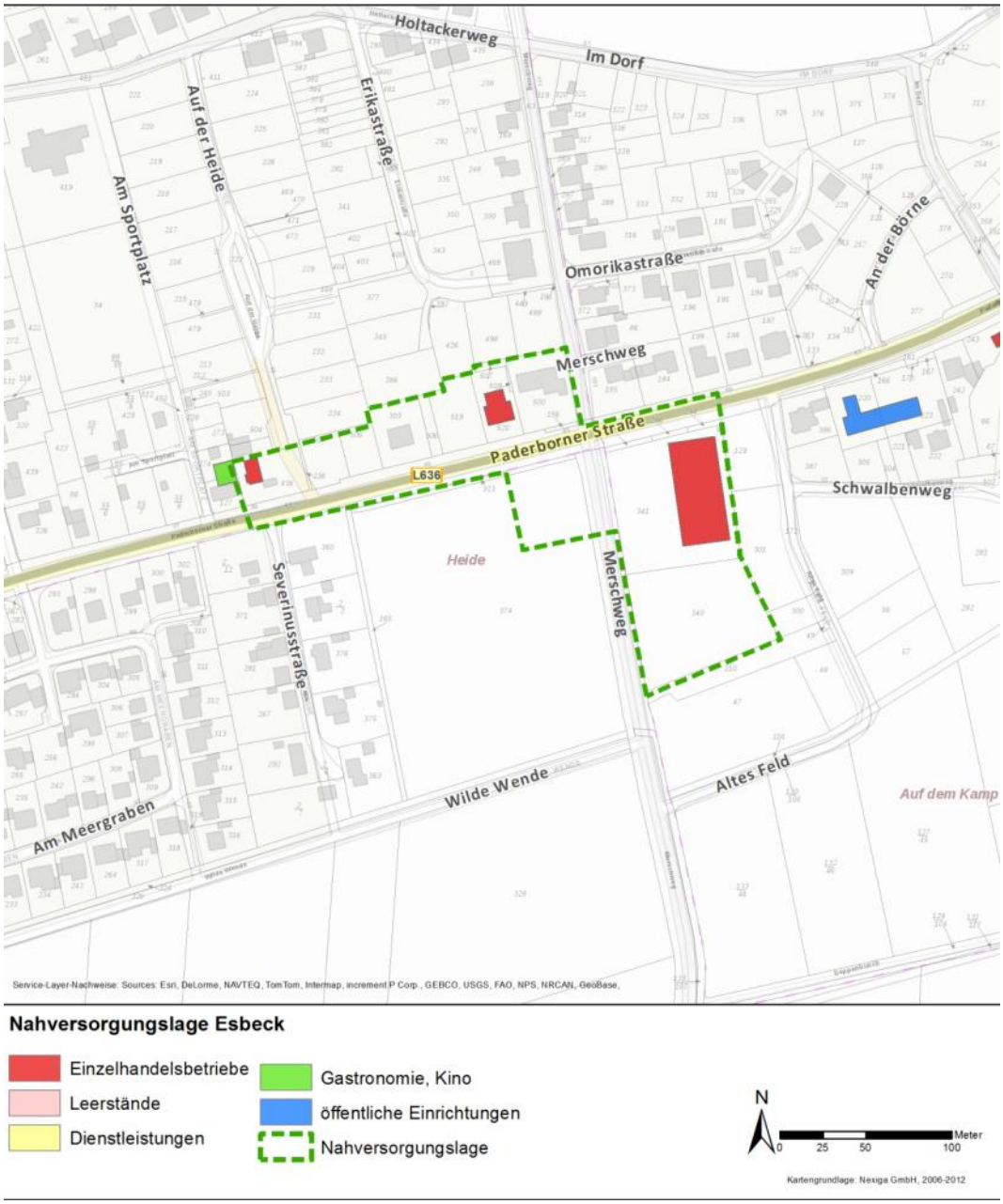


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

6.5 Esbeck

Dem Stadtteil Esbeck ist eine Nahversorgungsausstattung mit dem Jibi Supermarkt sowie Bäckerei, Metzgerei und Apotheke zugeordnet. Die Einzelhandelsbetriebe sind entlang der Paderborner Straße ansässig, ohne dass sich ein Verdichtungsbereich mit großer Angebotsvielfalt herausgebildet hat. Auch sind nur wenige ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen vorhanden. Insgesamt sind der Geschäftslage entlang der Paderborner Straße 4 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 1.260 m² Verkaufsfläche und ca. 7,4 Mio. € Umsatz zugeordnet.

Abbildung 48: Nutzungsstruktur Esbeck



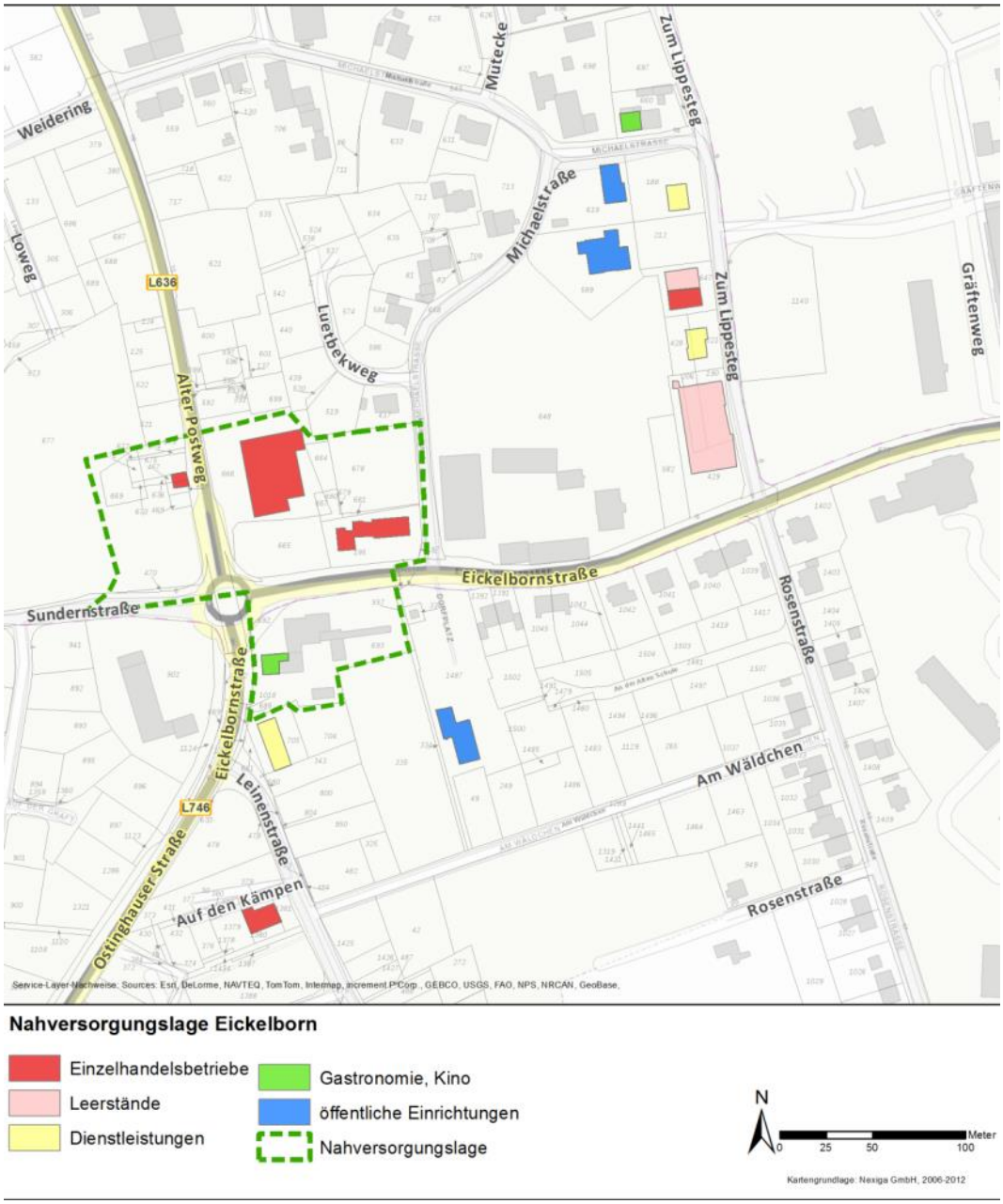
Quelle: BBE-Erhebungen

6.6 Eickelborn

In Eickelborn sichert vor allem der Netto Lebensmitteldiscounter am Standort Alter Postweg/ Eickelbornstraße die wohnungsnahe Versorgung. Im Umfeld ergänzen einzelne Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe die Versorgung der Bevölkerung. Der ehemalige Super-

marktstandort Zum Lippesteg weist heute keine Einzelhandelsprägung mehr auf. Insgesamt sind im Stadtteil Eickelborn 7 Einzelhandelbetriebe mit ca. 1.110 m² Verkaufsfläche ansässig, davon sind der zentralen Lage Alter Postweg/ Eickelbornstraße 4 Betriebe mit ca. 950 m² Verkaufsfläche zugeordnet.

Abbildung 49: Nutzungsstruktur Eickelborn



Quelle: BBE-Erhebungen

6.7 Sonstige Stadtteile

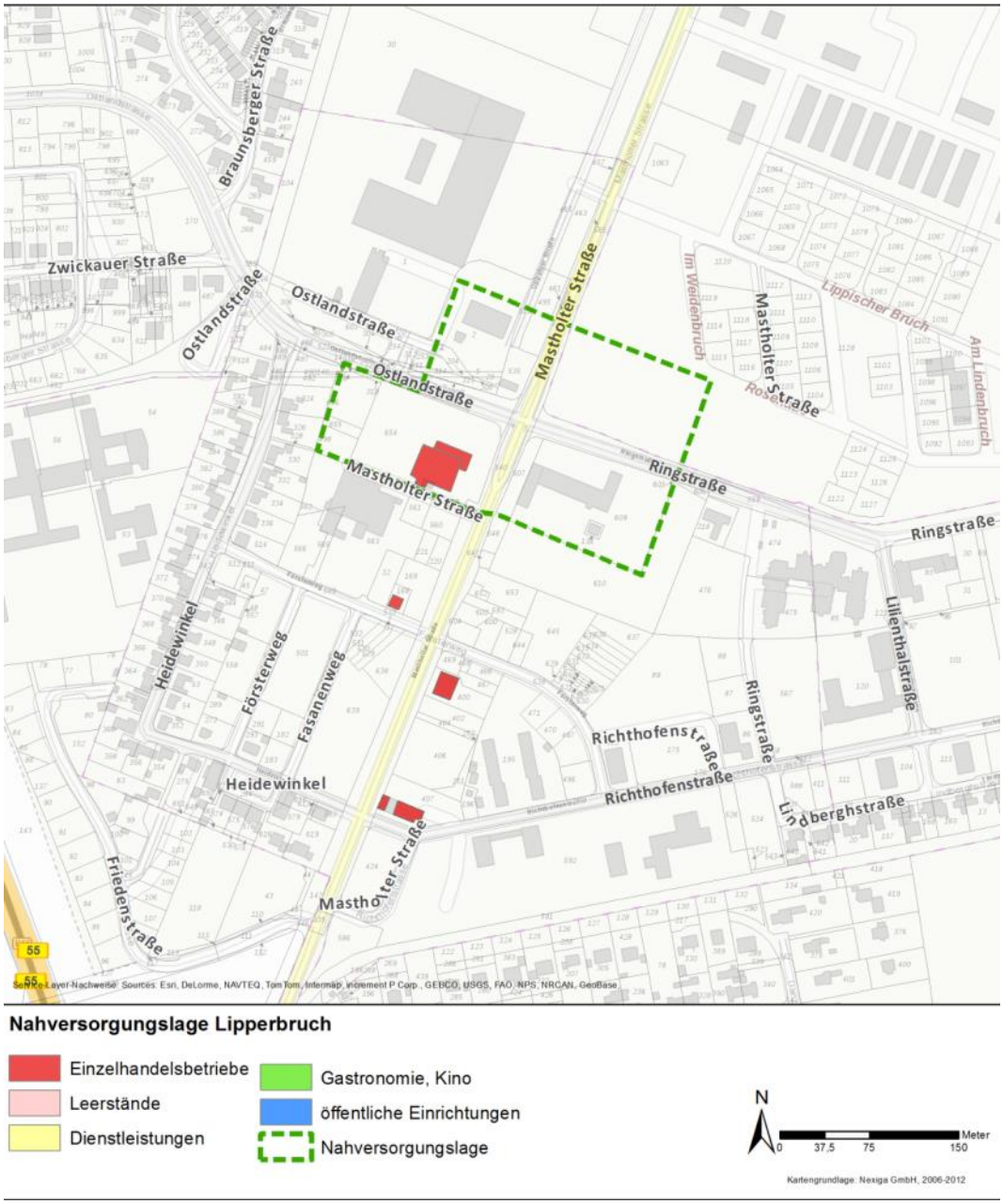
Im Stadtteil **Cappel** sind kleinteilige Nahversorgungsstrukturen entlang der Beckumer Straße sowie der Verbundstandort Aldi an der Cappeler Stiftsallee vorhanden. Insgesamt weist der Stadtteil eine Einzelhandelsausstattung mit 4 Betrieben und ca. 1.020 m² Verkaufsfläche auf.

Abbildung 50: Nutzungsstruktur Cappel

Quelle: BBE-Erhebungen

Im Stadtteil **Lipperbruch** konnte die Nahversorgung durch die Ansiedlung eines Netto-Marktes neu aufgestellt werden. Kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind entlang der Mastholter Straße ansässig. Insgesamt sind der Nahversorgungslage 9 Betriebe mit ca. 1.160 m² Verkaufsfläche zugeordnet.

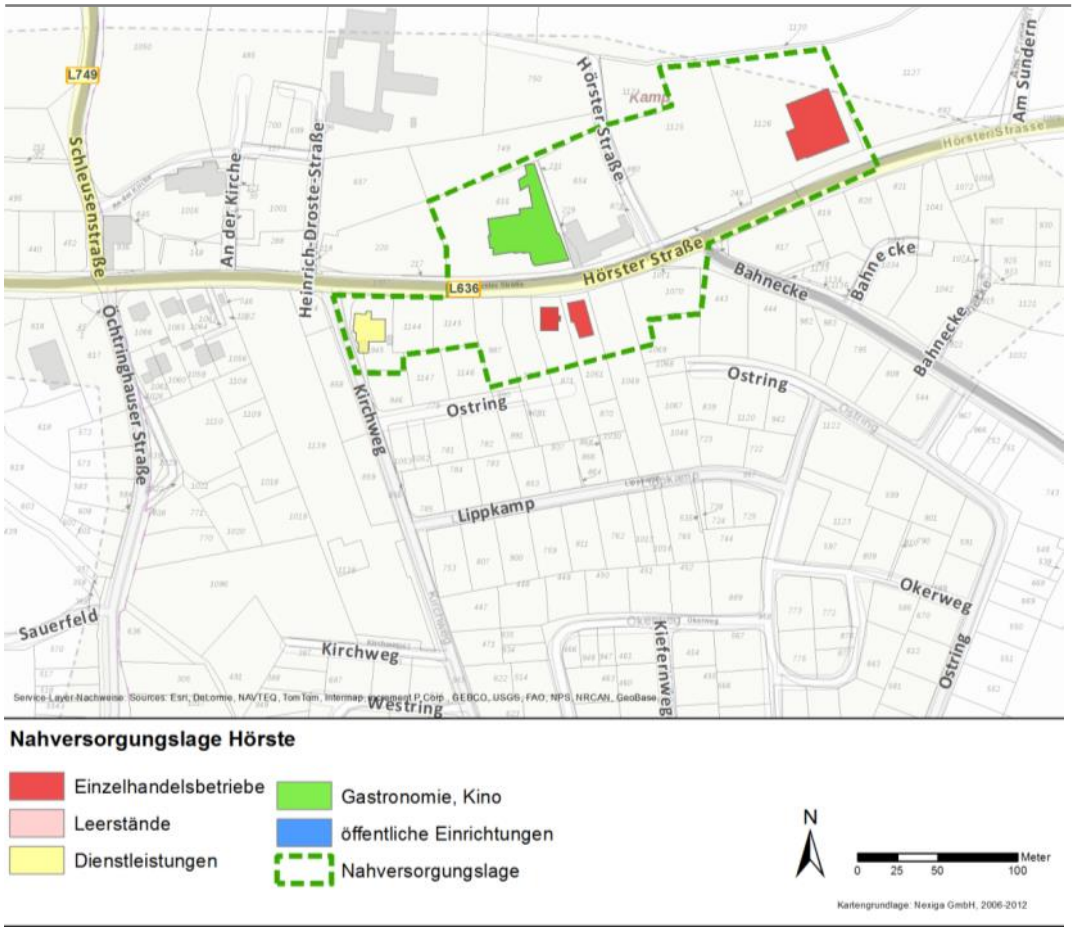
Abbildung 51: Nutzungsstruktur Lipperbruch



Quelle: BBE-Erhebungen

Auch im Stadtteil **Hörste** übernimmt der Netto Lebensmittelmarkt die Funktion eines Magnetbetriebes für die Nahversorgung. Darüber hinaus sind entlang der Hörster Straße 2 weitere Einzelhandelsbetriebe ansässig. Zusammen mit einem Kreditinstitut und weiteren Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben besteht somit eine Nahversorgungslage mit einer einzelhandelsbezogenen Verkaufsfläche von knapp 900 m².

Abbildung 52: Nutzungsstruktur Hörste



Quelle: BBE-Erhebungen

Der Stadtteil **Bökenförde** verfügt über 3 kleinteilige Einzelhandelsbetriebe in Streulagen (Bäckerei, Getränke- und Obst & Gemüsehandel, zusammen unter 100 m² Verkaufsfläche), die keine umfassende Nahversorgung sicherstellen können.

7 Dezentrale Verbundstandorte

Die Versorgungsstrukturen der Stadt Lippstadt werden durch fünf städtebaulich nicht-integrierte Verbundstandorte ergänzt, auf die sich vor allem der größere bzw. großflächige Einzelhandel mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten[27] konzentriert. Darüber hinaus finden sich an diesen Standorten auch Großformen des Lebensmittelhandels (vor allem SB-Warenhäuser und Lebensmitteldiscounter).

7.1 Erwitter Straße

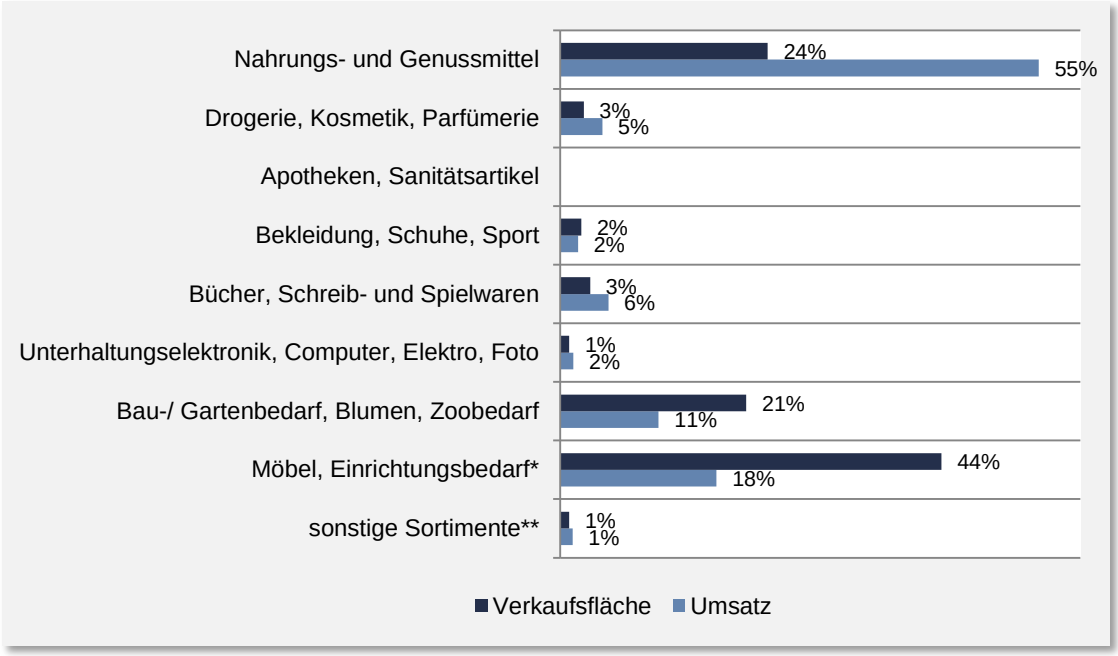
Entlang der Erwitter Straße zwischen Südstraße und Berliner Straße erstreckt sich ein fast durchgehender Standortbereich des großflächigen Einzelhandels, der überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet ist. Der nördliche Abschnitt (**Erwitter Straße/ Planckstraße/ Gaußstraße**) ist durch den Kaufland-Standort geprägt, der neben Kaufland mit seiner Vorkassenzone auch die Lebensmitteldiscountmärkte Aldi und Lidl, Fachanbieter wie Bürocenter Lippstadt und Blumen Risse, zentrenrelevante Fachmärkte wie Takko und Kodi sowie Möbel- und Einrichtungsanbieter (u. a. Möbel Steinmann, Bettenhaus Wapelhorst, Polsterwelt, Dänisches Bettenlager, Hammer Heimtex sowie diverse Anbieter für Fliesen und Bodenbeläge) aufweist.

Im Standortbereich Erwitter Straße/ Planckstraße/ Gaußstraße sind insgesamt 26 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 24.700 m² Verkaufsfläche und ca. 61,1 Mio. € Umsatz ansässig. Damit stellt der Standort gemessen an Verkaufsfläche (ca. 15 % der Lippstädter Verkaufsfläche) und Umsatz (ca. 13 % des Lippstädter Umsatzes) nach der Innenstadt den bedeutendsten Geschäftsbereich der Stadt Lippstadt dar.

In dem südlich angrenzenden Abschnitt der Erwitter Straße (**Erwitter Straße-Süd**) sind insgesamt 12 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 5.000 m² Verkaufsfläche und einem Umsatzvolumen von ca. 10,0 Mio. € ansässig. Das Angebotsspektrum ist in diesem Teilbereich vor allem durch Spezialanbieter (Happy Baby, Sommer Computer) sowie durch Anbieter des Einrichtungsbedarfs (u. a. Lippstädter Leuchtenhaus, Plana Küchenwelt, Bettenwelt) geprägt.

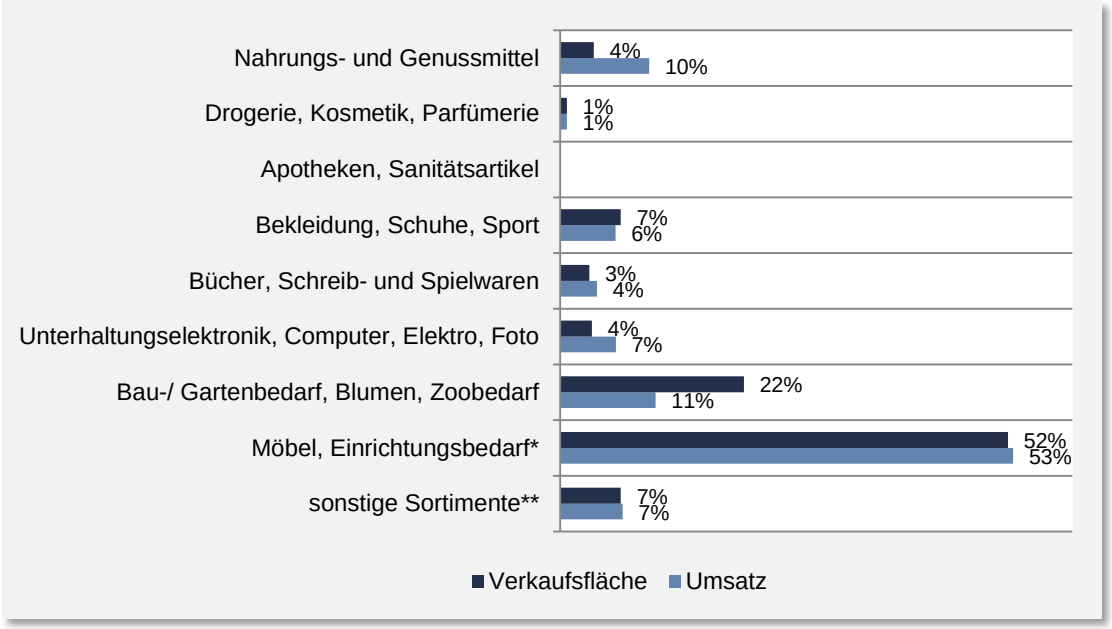
[27] U. a. Möbel, Einrichtungsbedarf, Bau- und Gartenbedarf; vgl. hierzu auch die Sortimentsliste in Kapitel 12

Abbildung 53: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Erwitter Straße/ Planck-straße/ Gaußstraße



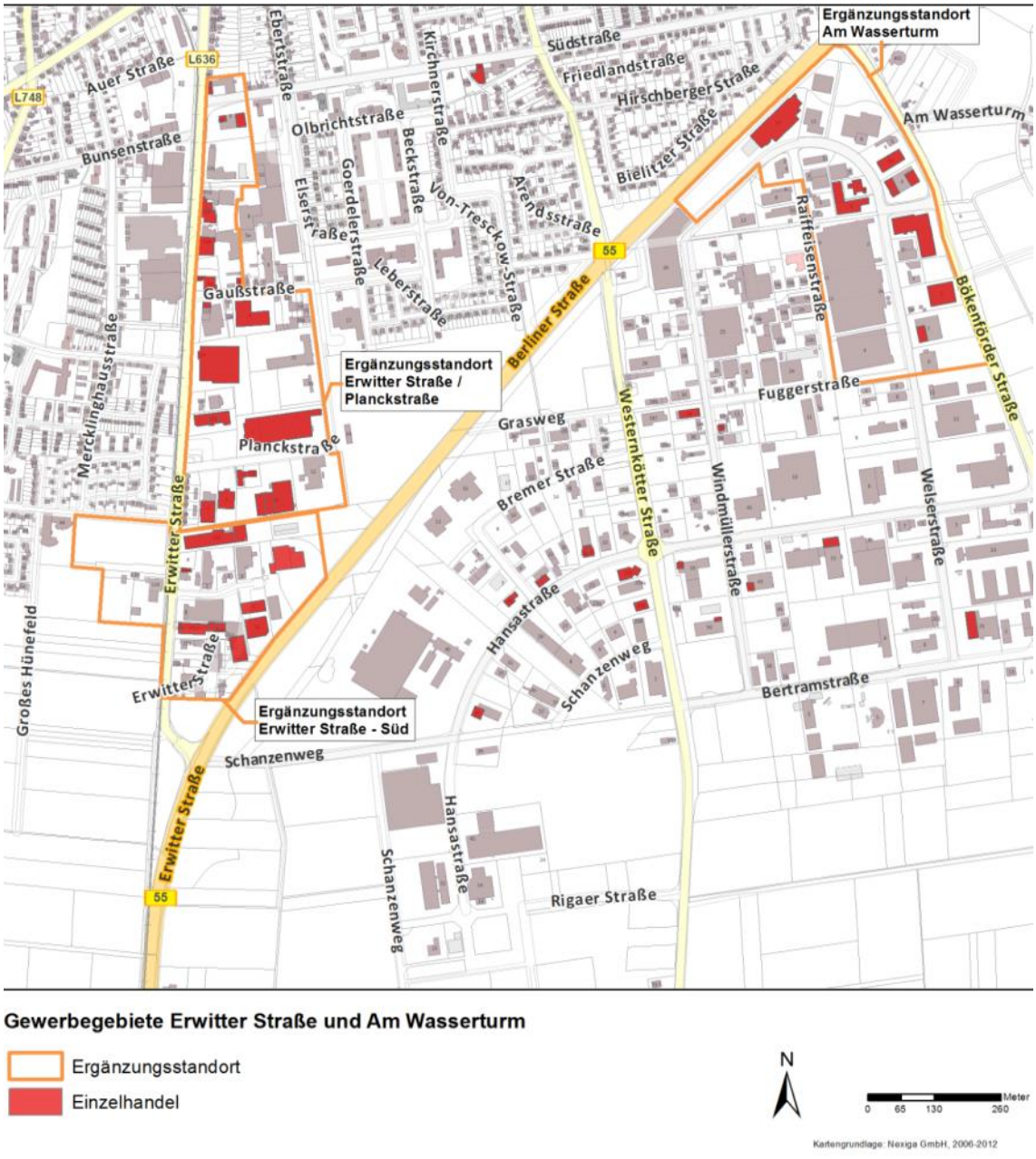
* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 54: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Erwitter Straße-Süd



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 55: Ergänzungsstandorte Erwitter Straße und Am Wasserturm



Gewerbegebiete Erwitter Straße und Am Wasserturm

Ergänzungsstandort
Einzelhandel

Quelle: BBE-Erhebungen

7.2 Gewerbegebiet Am Wasserturm

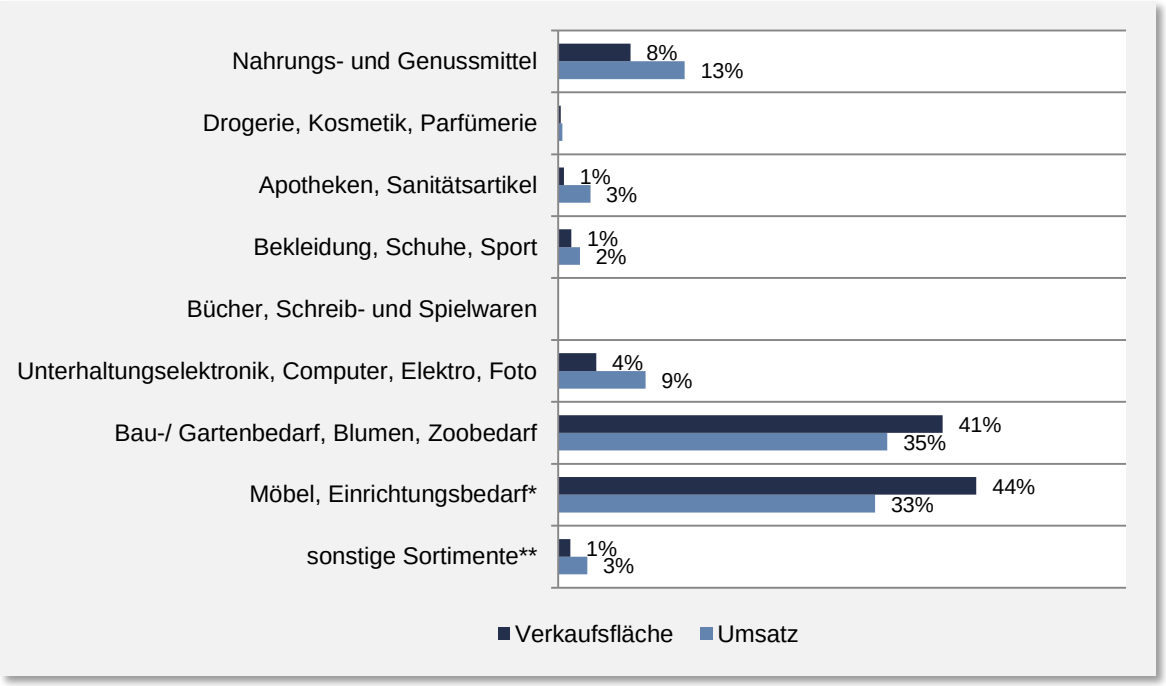
Im Süden der Kernstadt übernimmt das Gewerbegebiet Am Wasserturm die Funktion eines Ergänzungsstandortes für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Hier konzentrieren sich Anbieter rund

um das Thema Heimwerken und Einrichten, Elektrowaren sowie Spezialanbieter (u. a. Bürobedarf, Sanitätsbedarf, Reitsportartikel). Die größten Einzelhandelsbetriebe sind der Hagebaumarkt, Möbel Boss sowie der Elektromarkt Krüers.

Insgesamt belegen 24 Einzelhandelsbetriebe im Gewerbegebiet Am Wasserturm ca. 17.130 m² Verkaufsfläche (ca. 11 % der Lippstädter Verkaufsfläche) und erzielen ca. 26,1 Mio. € Umsatz (ca. 5 % des Lippstädter Umsatzes).

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist eine gewerbliche Prägung des Gebietes hervorzuheben, da sich das Gebiet vor allem durch Produktionsstätten und Logistik sowie durch größere Büroobjekte auszeichnet. Dem Einzelhandel kommt nur im nordöstlichen Abschnitt eine prägende Bedeutung zu.

Abbildung 56: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Wasserturm

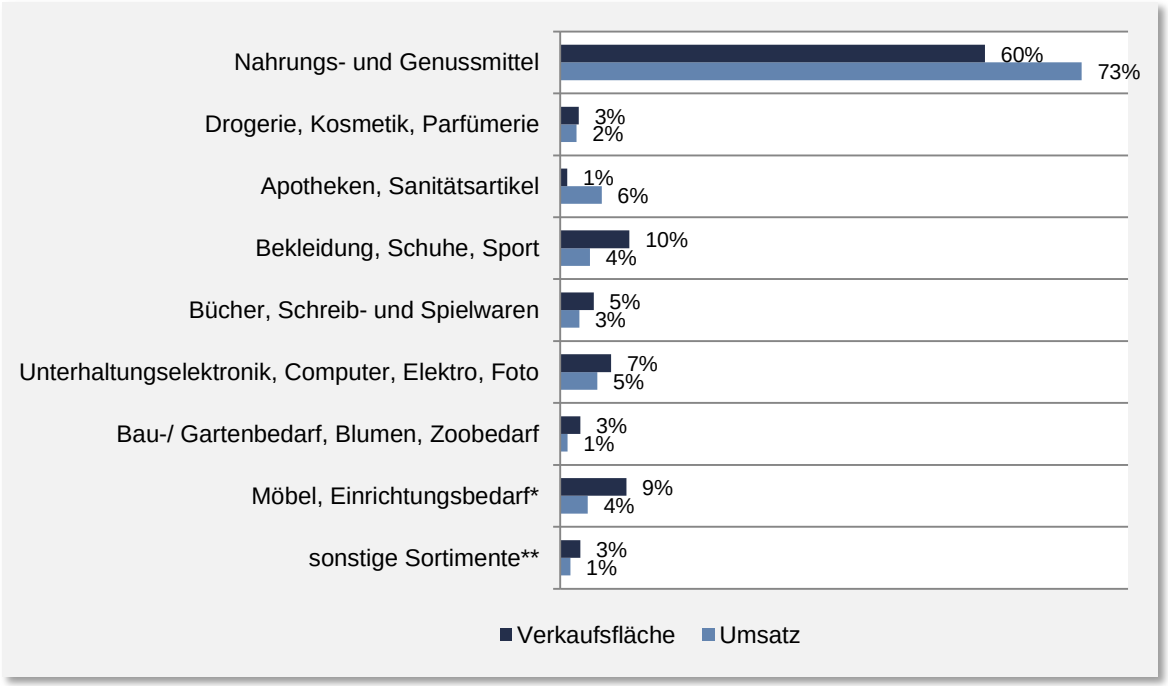


* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

7.3 Bökenförder Straße

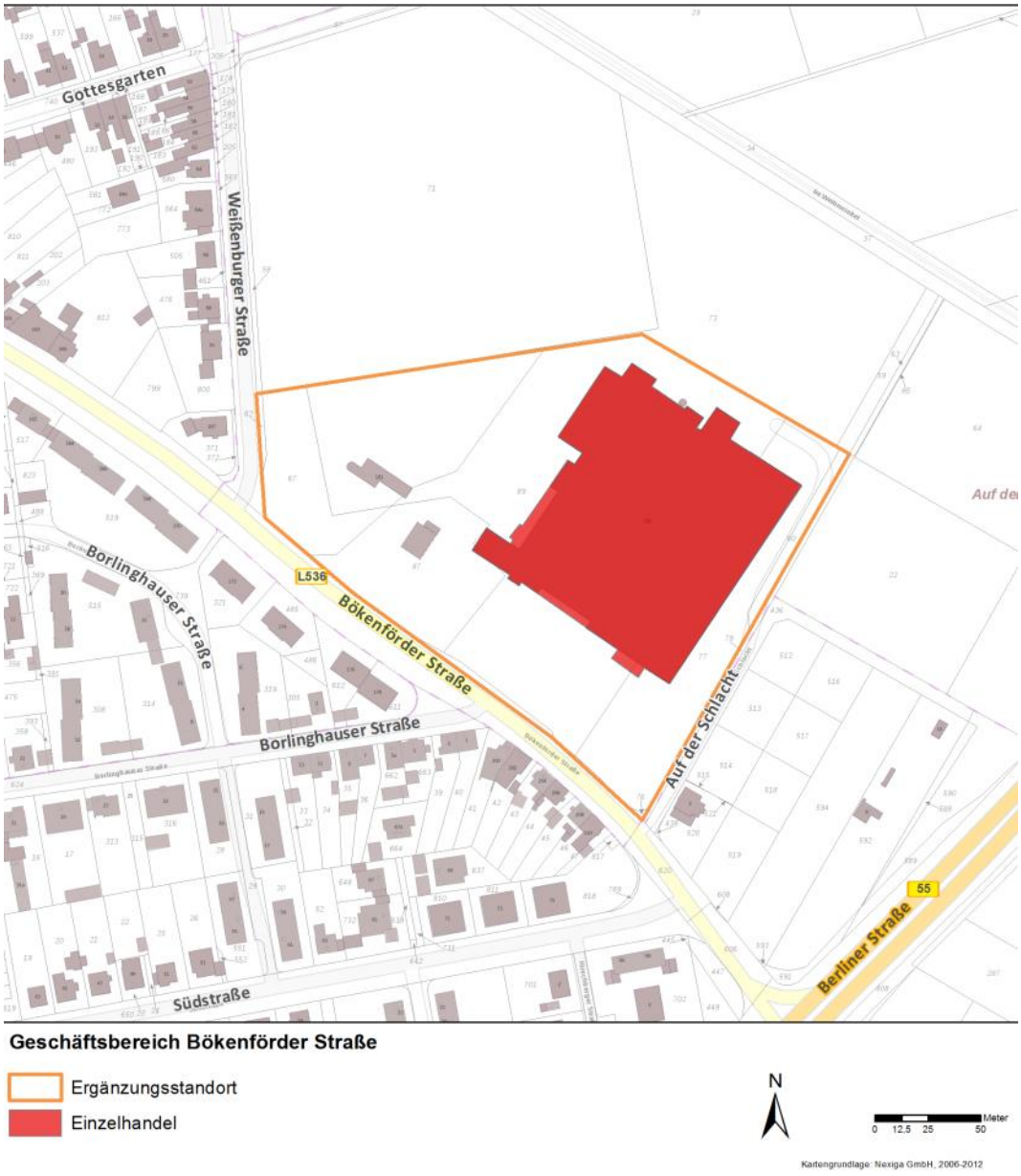
Der Geschäftsbereich Bökenförder Straße umfasst das Real SB-Warenhaus mit den Fachgeschäften in der Vorkassen-Mall. Insgesamt sind 10 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 8.280 m² Verkaufsfläche (ca. 5 % der Lippstädter Verkaufsfläche) und einem Umsatzvolumen von ca. 35,7 Mio. € (ca. 7 % des Lippstädter Umsatzes) ansässig. Das Angebotsspektrum bezieht sich vor allem auf die Nahversorgung, ein darüber hinausreichendes Angebot ist im Bereich Bekleidung und Schuhe festzustellen.

Abbildung 57: Verkaufsflächen und Umsätze im Geschäftsbereich Bökenförder Straße



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 58: Ergänzungsstandorte Bökenförder Straße

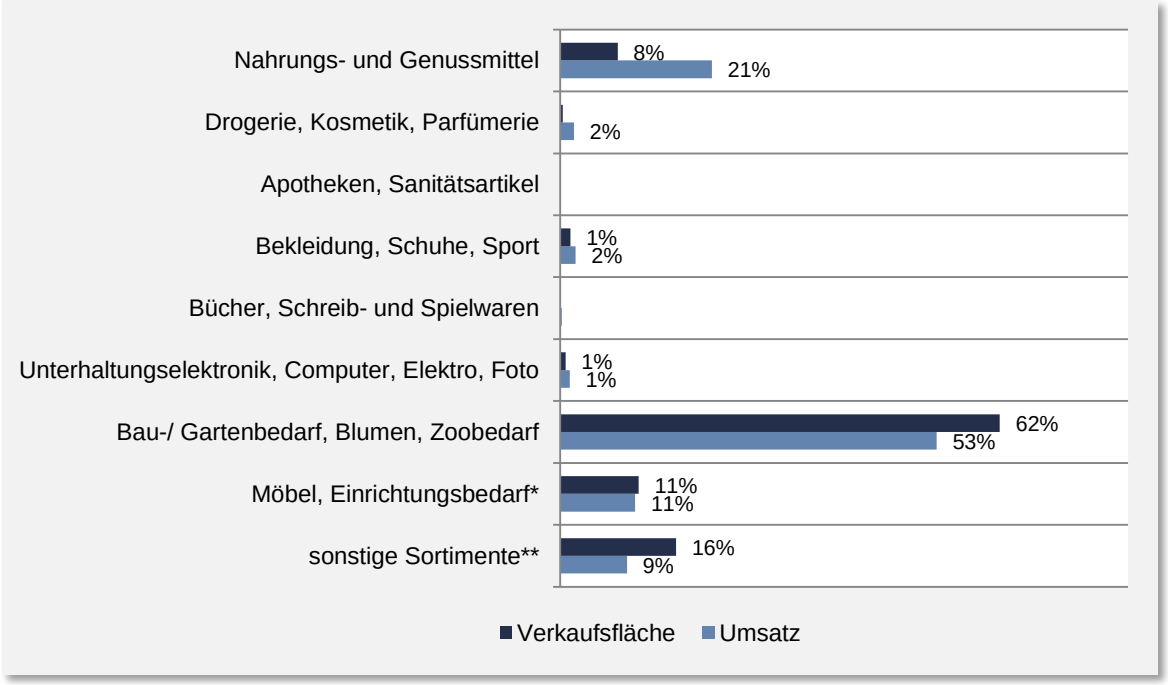


Quelle: BBE-Erhebungen

7.4 Gewerbegebiet Am Mondschein

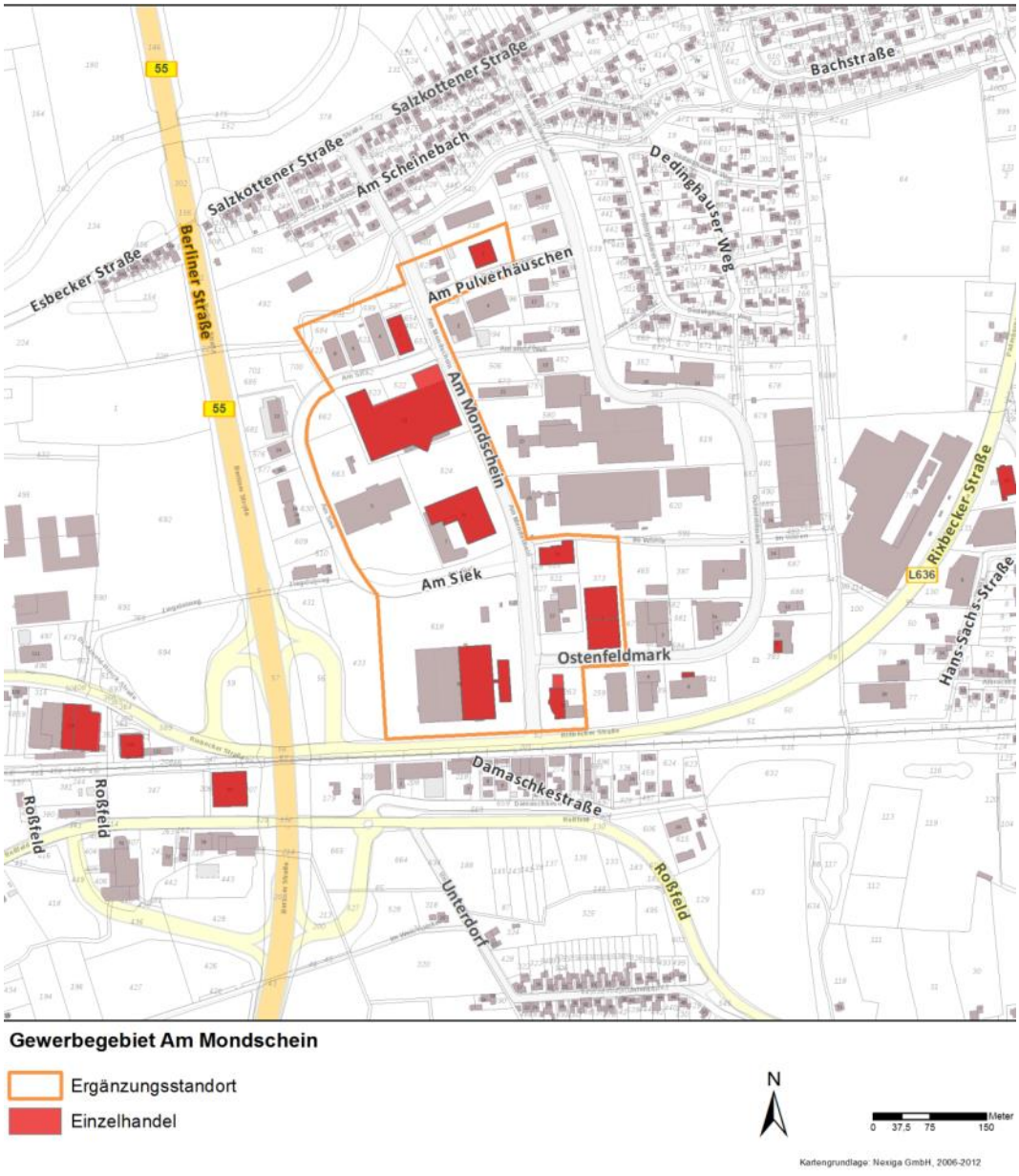
Das Gewerbegebiet Am Mondschein weist in den westlichen Bereichen einen überwiegend durch Einzelhandel geprägten Besatz auf. Insgesamt sind 12 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 19.710 m² Verkaufsfläche und ca. 30,1 Mio. € Umsatz ansässig. Als größere Einzelhandelsbetriebe sind u. a. die Anbieter Globus Baumarkt, Zweirad Löckenhoff, Raiffeisenmarkt, We & Pe Raumdesign, Fliesen Bach, Gartenmöbel-Sport-Fachmarkt und Aldi Discountmarkt zu benennen. Damit bezieht sich das Angebotsspektrum vor allem auf Bau-, Garten- und Einrichtungsbedarf sowie auf Fahrräder und damit überwiegend auf nicht-zentrenrelevante Sortimente. Einzig der Lebensmittelmarkt bietet überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente an.

Abbildung 59: Verkaufsflächen und Umsätze im Gewerbegebiet Am Mondschein



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 60: Ergänzungsstandort Am Mondschein



Quelle: BBE-Erhebungen

8 Wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Lippstadt

Als wohnungsnahe Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (in einer fußläufigen Entfernung von ca. 700 – 1.000 m) erfolgen soll.[28]

Die räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte lässt erkennen, dass in der Kernstadt fast von jedem Wohnstandort innerhalb von 700 m Fußwegentfernung ein Lebensmittelmarkt erreicht werden kann (vgl. Abbildung 61). Ausnahmen stellen die Wohnsiedlungsbereiche in der nordöstlichen Kernstadt im Übergang zu Lipperode, in der nordwestlichen Kernstadt im Übergang zu Cappel und in der südwestlichen Kernstadt dar.

Lebensmittelmärkte sind in den Stadtteilen Bad Waldliesborn, Cappel, Lipperbruch, Lipperode, Esbeck, Hörste und Eickelborn vorhanden, die innerhalb des eigenen Stadtteils eine wohnungnahe Versorgung in zentraler Lage sicherstellen. Die Stadtteile ohne „eigene“ Lebensmittelmarktversorgung weisen Einwohnerzahlen von ca. 200 – 1.800 Einwohner auf, so dass die wirtschaftliche Auslastung eines Lebensmittelmarktes nicht gewährleistet ist.[29]

Zur quantitativen Beurteilung der Nahversorgungssituation in der Stadt Lippstadt wird als Indikator die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel herangezogen (vgl. Abbildung 62).

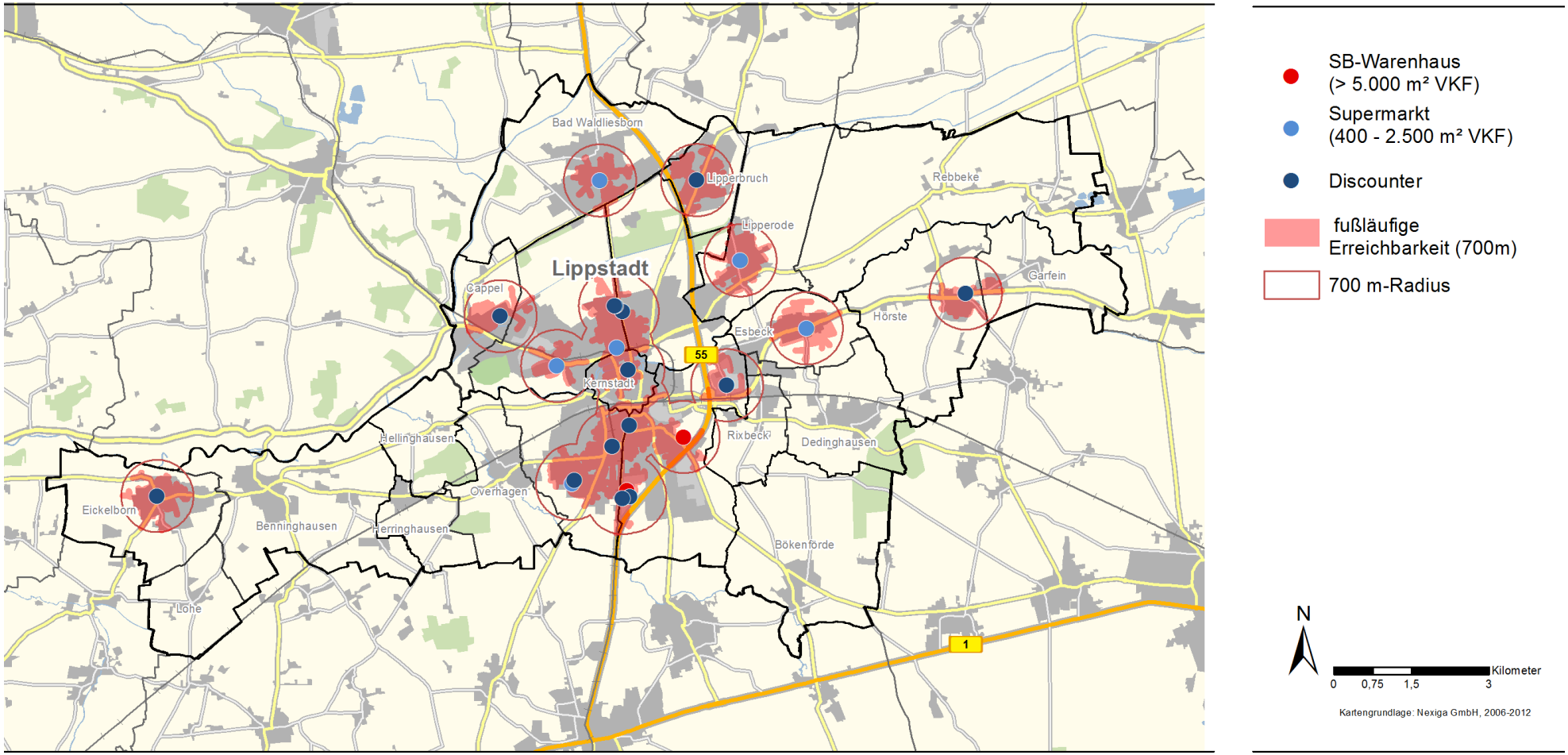
Die Stadt Lippstadt verzeichnet bei Nahrungs- und Genussmitteln per Saldo Kaufkraftzuflüsse. So liegt der Gesamtumsatz bei rd. 175,6 Mio. €, während im Stadtgebiet eine sortimentsspezifische Kaufkraft von rd. 155,3 Mio. € verfügbar ist. Der Kaufkraftzufluss beträgt per Saldo rd. 20,3 Mio. €. Der Umsatzanteil bei Nahrungs- und Genussmitteln mit auswärtigen Kunden liegt bei ca. 16 %, so dass auf gesamtstädtischer Ebene eine positive Umsatz-Kaufkraft-Bilanz besteht, die aus einer bedarfsgerechten Versorgungsausstattung resultiert.

---

[28] Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

[29] Die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Lebensmittelmarktes erfordert i. d. R. ein Kundeneinzugsgebiet von mindestens 5.000 Einwohnern.

Abbildung 61: Nahversorgung in der Stadt Lippstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Abbildung 62: Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei Nahrungs- und Genussmitteln in Lippstadt nach Stadtteilen

Stadtteil / Siedlungsraum	Umsatz	Kaufkraft	Umsatz-Kaufkraft-Relation	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €[1]
Kernstadt-Nord/ Altstadt	35,7	42,9	83	- 7,2
Kernstadt-Süd	101,1	47,1	215	+ 54,0
Bad Waldliesborn	10,5	10,8	97	- 0,3
Bökenförde	0,3	3,4	9	- 3,1
Cappel	5,1	5,8	88	- 0,7
Eickelborn*	3,6	9,2	39	- 5,6
Esbeck**	5,8	11,3	51	- 5,5
Hörste/ Garfeln	3,3	4,9	67	- 1,6
Lipperbruch	3,1	5,3	58	- 2,2
Lipperode/Rebbecke	7,1	10,2	70	- 3,1
Overhagen***	-	4,4	-	- 4,4
Summe	**175,6**	**155,3**	**113**	**+ 20,3**

[1] +: Kaufkraftzufluss/ -: Kaufkraftabfluss
* inkl. Benninghausen/ Lohe ** inkl. Dedinghausen/ Rixbeck *** inkl. Herringhausen/ Hellinghausen
Quelle: BBE-Berechnungen

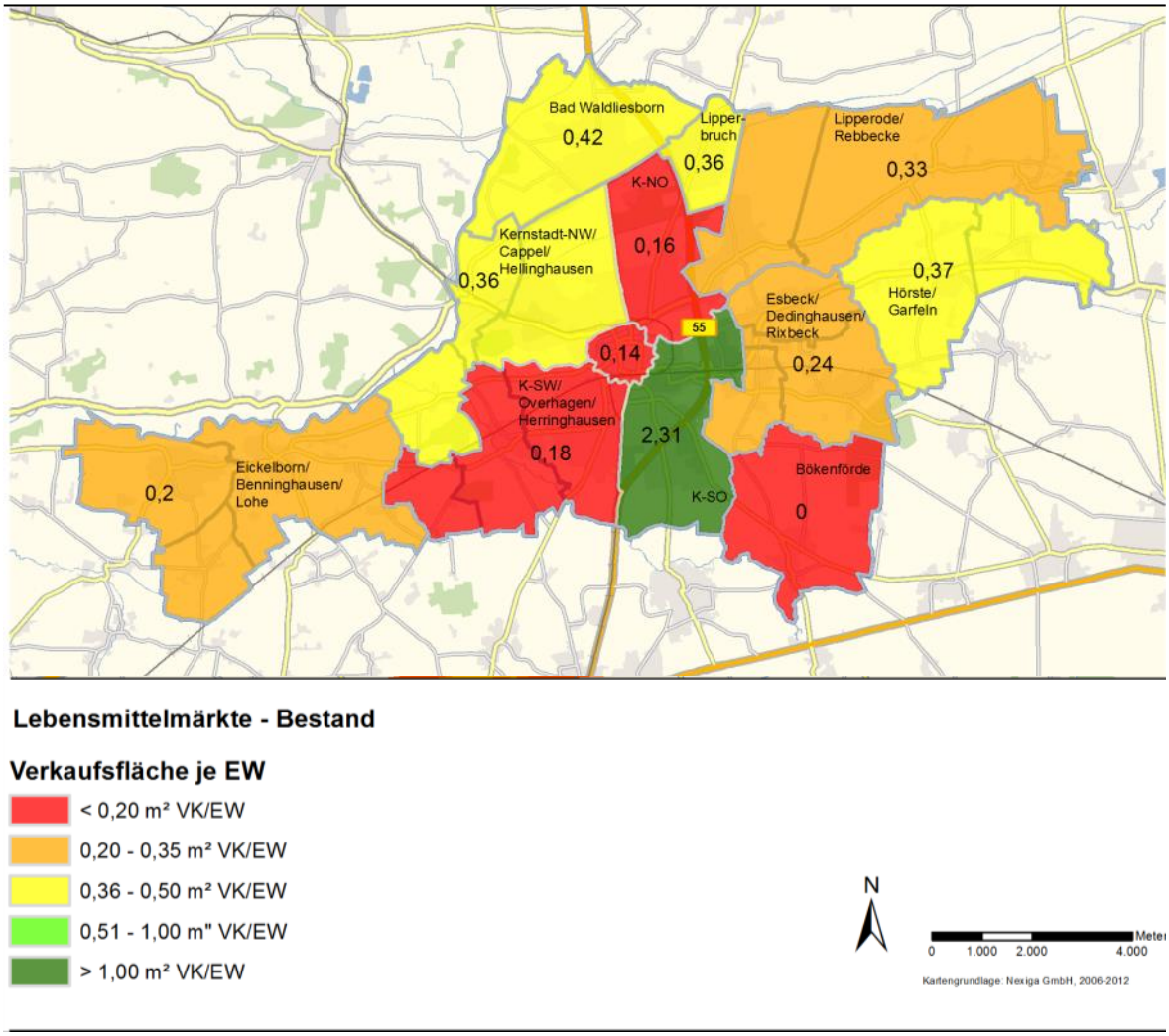
Bei einer Betrachtung auf Stadtteilebene zeigt sich, dass sich die größten Angebote im Lebensmittelbereich auf die südliche Kernstadt konzentrieren (vgl. Abbildung 62). Vor allem die Lebensmittelanbieter an den Standorten Erwitter Straße/ Planckstraße sowie Bökenförder Straße übernehmen gesamtstädtische (z. T. sogar übergemeindliche) Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus zeigt sich in den Stadtteilen Bad Waldliesborn, Cappel und Lipperode eine bedarfsgerechte Lebensmittelversorgung. Über 50 % der Lebensmittel-Kaufkraft werden per Saldo in den Stadtteilen Esbeck, Lipperbruch und Hörste/ Garfeln vor Ort gebunden, keine bedarfsgerechte eigene Nahversorgung ist in den Siedlungsbereichen Overhagen/ Herringhausen/ Hellinghausen, Bökenförde und Eickelborn/ Benninghausen/ Lohe gegeben.

Auch die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung der Lebensmittelmärkte nach Stadtteilen bzw. Siedlungsräumen (vgl. Abbildung 63) zeigt auf, dass eine relativ geringe Nahversorgungsausstattung in den Siedlungsbereichen Altstadt, Kernstadt-Nordost, Kernstadt-Südwest (Bereich Pappelallee), Bökenförde, Eickelborn/ Benninghausen/ Lohe und Esbeck/ Dedinghausen/ Rixbeck vorhanden ist, während vor allem in der Kernstadt-Südost eine deutlich überdurchschnittliche Ausstattung prägend ist.

Im Fazit ist festzuhalten, dass in der Stadt Lippstadt eine differenzierte wohnungsnahe Versorgung besteht, die im Bestand marktgerecht weiterentwickelt und standortbezogen ergänzt werden sollte. Hierbei stehen vor allem die Standortbereiche im Vordergrund, die aktuell über keine angemesse-

ne wohnungsnahe Versorgung verfügen. Neue Standorte für die Lebensmittel(markt)versorgung könnten in der Altstadt, in der Kernstadt-Nordost und in der Kernstadt-Südwest (Bereich Pappelallee) entwickelt werden.

Abbildung 63: Flächenausstattung nach Stadtteilen/ Siedlungsräumen



Quelle: BBE-Erhebungen

9 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung

Die Stadt Lippstadt weist eine Einzelhandelsausstattung auf, die eine hohe regionale Ausstrahlungskraft entfalten kann. Dabei sind Kaufkraftzuflüsse vor allem aus den Nachbarkommunen Anröchte, Erwitte, Geseke, Langenberg, Rüthen, Wadersloh und dem östlichen Gemeindegebiet von Lippetal gegeben. Im Rahmen der Kundenwohnorterhebung des Innenstadteinzelhandels konnte ein auswärtiger Kundenanteil von insgesamt über 40 % ermittelt werden.

Leitfunktionen übernimmt die Innenstadt mit einer differenzierten Einzelhandelsausstattung. Hier konzentrieren sich vor allem zentrenprägende Angebote im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik sowie kleinteilige ergänzende Sortimente (Drogerie-/ Parfümeriewaren, Bücher, Schreibwaren- und Spielwaren, GPK/ Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien sowie Optik, Uhren und Schmuck), so dass die Innenstadt der Mittelpunktfunktion innerhalb der Stadt gerecht wird.

Die Sonderstandorte Erwitter Straße, Am Mondschein und Am Wasserturm sind durch Fachmärkte geprägt, die eine Ergänzung zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot sicherstellen, ohne dass eine räumliche Verbindung besteht. Es handelt sich jeweils um räumlich isolierte Ergänzungsstandorte mit Versorgungsfunktionen überwiegend bei nicht-zentrenrelevanten Angeboten sowie im Lebensmittelsegment.

Die Nahversorgung wird durch größere Lebensmittelmärkte (Kaufland/Aldi/ Lidl am Standort Erwitter Straße/ Planckstraße und Real am Standort Bökenförder Straße) geprägt, die durch Super- und Discountmärkte an überwiegend wohnungsnahen Standorten ergänzt werden.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite erkennen. Insbesondere die Innenstadt kann eine übergemeindliche Ausstrahlung entfalten. Zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort ist eine **Diversifizierung des zentrumstypischen Angebotes u. a. um kompetente Bekleidungs- und Schuhanbieter** sinnvoll. Dies sollte mit einem Ausschluss von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche einhergehen, um durch die Vorrangstellung des Hauptzentrums eine innenstadtbezogene Entwicklung zu unterstützen.

Angesichts der Leistungsdaten bestehen in der Stadt noch Entwicklungspotenziale in einer weiteren **Diversifizierung der wohnungsnahen Versorgung** vor allem mit Lebensmittelmärkten. Diese ergeben sich auch aus dem steigenden Flächenbedarf der Betriebe und sollten auf die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen sowie ggf. sonstige geeignete wohnungsnahe Standorte gelenkt werden.

Im Bereich der **Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik** ist vor allem eine moderate betriebliche Weiterentwicklung der ansässigen Betriebe zu unterstützen.

Die Entwicklungsperspektiven der dezentralen Einzelhandelsstandorte liegen vor allem in einer Bestandssicherung der Versorgungsstrukturen und einer Weiterentwicklung durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Insbesondere in den Bereichen **Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel/ Einrichtungsbedarf** sind mit Blick auf die regionale Wettbewerbssituation Ergänzungen im spezialisierten Angebot möglich (u. a. Gartencenter).

10 Zentrenkonzept Lippstadt

10.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt eine Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten dar. Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel am 13.07.2013 bestehen folgende Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanverfahren in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen und somit auch den Rahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept bilden:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet werden (Ziel 1).

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden (Ziel 2).

  Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.

  Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Ziel 3).

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz 4).

- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel 5). Der Umfang der zentrenrele-

vanten Randsortimente soll 2.500 m² Verkaufsfläche je Betrieb nicht überschreiten (Grundsatz 6).

- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten ist (Ziel 7).

- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden (Ziel 8).

- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen (Ziel 9).

- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Ziel 10).

Der **„Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“** in der Fassung vom 22. September 2008 fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Dieser Erlass soll[30]

> „ (…) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

---

30 Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. D. Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

> „Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.
>
> In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

Mit einem Bundesverwaltungsgerichtsurteil von 2013 wurde nochmals die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten für die Bauleitplanung klargestellt. Demnach kann sich die Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung allein auf das beschlossene Einzelhandelskonzept berufen.[31]

10.2 Begriff des zentralen Versorgungsbereiches

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich - nach entsprechender Beschlussfassung durch den Rat der Stadt - um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche**

[31] Vgl. hierzu ausführlicher Kapitel 14.1

spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB, 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und Funktionen** der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte zu bestimmen.

Für den einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB hat der Bundesgesetzgeber die Bedeutung von Einzelhandelskonzepten im Satz 2 ausdrücklich betont. Diese Regelung lautet wie folgt:

> „Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält".

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des OVG NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts, räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das Bundesverwaltungsgericht in einem Urteil vom 17.12.2009 (4C 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 „zentral" ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen.

Betont hat das Bundesverwaltungsgericht in der genannten Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**" voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (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.

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 wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung. In dem OVG

NRW-Urteil vom 15.02.2012 (10 D 32/11.NE bzw. 10 A 1770/09) wurden die Kriterien konkretisiert. Demgemäß muss die ansässige Einzelhandelsausstattung geeignet sein, „den allgemeinen Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum“ zu entsprechen. Als Grundvoraussetzung sollte im Allgemeinen mindestens ein moderner und zukunftsfähiger Anbieter aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor ansässig sein. Bei einem zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Begründung auch belegen, dass die Entwicklung in einem überschaubaren Zeitraum wahrscheinlich ist bzw. durch den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums realisierbar erscheint.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich folgend Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen:

- **Hauptzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,

- **Nebenzentren**, deren Einzugsbereich sich regelmäßig auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie, sowie

- **Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel (einschließlich Getränke) und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

10.3 Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Lippstadt

Den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandelskonzept für die Stadt Lippstadt bilden die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung. Darauf aufbauend werden für die Stadt Lippstadt die Leitziele für die Einzelhandelsentwicklung wie folgt konkretisiert:

- **Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der zentralen Versorgungsbereiche**

  Der Einzelhandel der Stadt Lippstadt soll auch zukünftig die mittelzentralen Versorgungsfunktionen erfüllen, so dass eine nach städtebaulichen Kriterien ausgerichtete Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen erfolgen soll. Den zentralen Versorgungsbereichen wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebote eingeräumt.

- **Priorität der Innenstadtentwicklung**

  Das Hauptzentrum Innenstadt stellt den wichtigsten Geschäftsbereich der Stadt Lippstadt dar, für das eine quantitative und qualitative Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen angestrebt wird. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und vor allem zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für großflächige Betriebe, die die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen.

  Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird damit die Funktion eines Vorrangstandortes für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Gleichzeitig soll die Innenstadt auch Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung**

  Die wohnungsnahe Versorgung stellt ein städtebauliches Schutzgut dar. Die wohnungsnahe Versorgung soll erhalten und marktgerecht weiterentwickelt werden. Dazu ist neben der Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche die Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungslagen sowie ggf. die Realisierung von weiteren Nahversorgungsstandorten möglich.

  Dabei kann auf die in Ziel 2 des LEP – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – formulierte Ausnahmeregelung zur Sicherung einer flächendeckenden Nahversorgung zurückgegriffen werden. Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann demnach auch an siedlungsstrukturell integrierten Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Betracht kommen, wenn

  - die wohnungsnahe Versorgung nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann,
  - der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
  - keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

- **Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf geeignete Ergänzungsstandorte**

  Durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte soll eine weitere Streuung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebiets vermieden werden. Somit wird auch für den überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eine Konzentration möglicher neuer Betriebe auf im Stadtgebiet gut erreichbare Standorte verfolgt, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu

ermöglichen. Zudem wird durch die Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf ausgewählte Standorte der Ressourceneinsatz reduziert (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen).

Als Verbundstandort weist die bereits vorhandene Fachmarktachse Erwitter Straße günstige Rahmenbedingungen auf. Für die sonstigen, bereits entwickelten Standorte des großflächigen Einzelhandels (vor allem „Am Mondschein“ und „Am Wasserturm“) ist eine bestandssichernde Weiterentwicklung zu unterstützen. Die Schaffung zusätzlicher Standorte für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten soll nur dann möglich sein, wenn die Fachmarktachse Erwitter Straße keine geeigneten Entwicklungsflächen aufweist.

Grundsätzlich sind die Standorte für den großflächigen (nicht-zentrenrelevanten) Einzelhandel nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen zulässig. Bei der Ansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, so dass im Rahmen einer Einzelfallprüfung für die Zulässigkeit die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu bewerten sind. Dabei sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente in Anlehnung an den Sachlichen Teilplan des LEP NRW auf max. 10 % der Verkaufsfläche zu beschränken.

10.4 Zentrenhierarchie in der Stadt Lippstadt

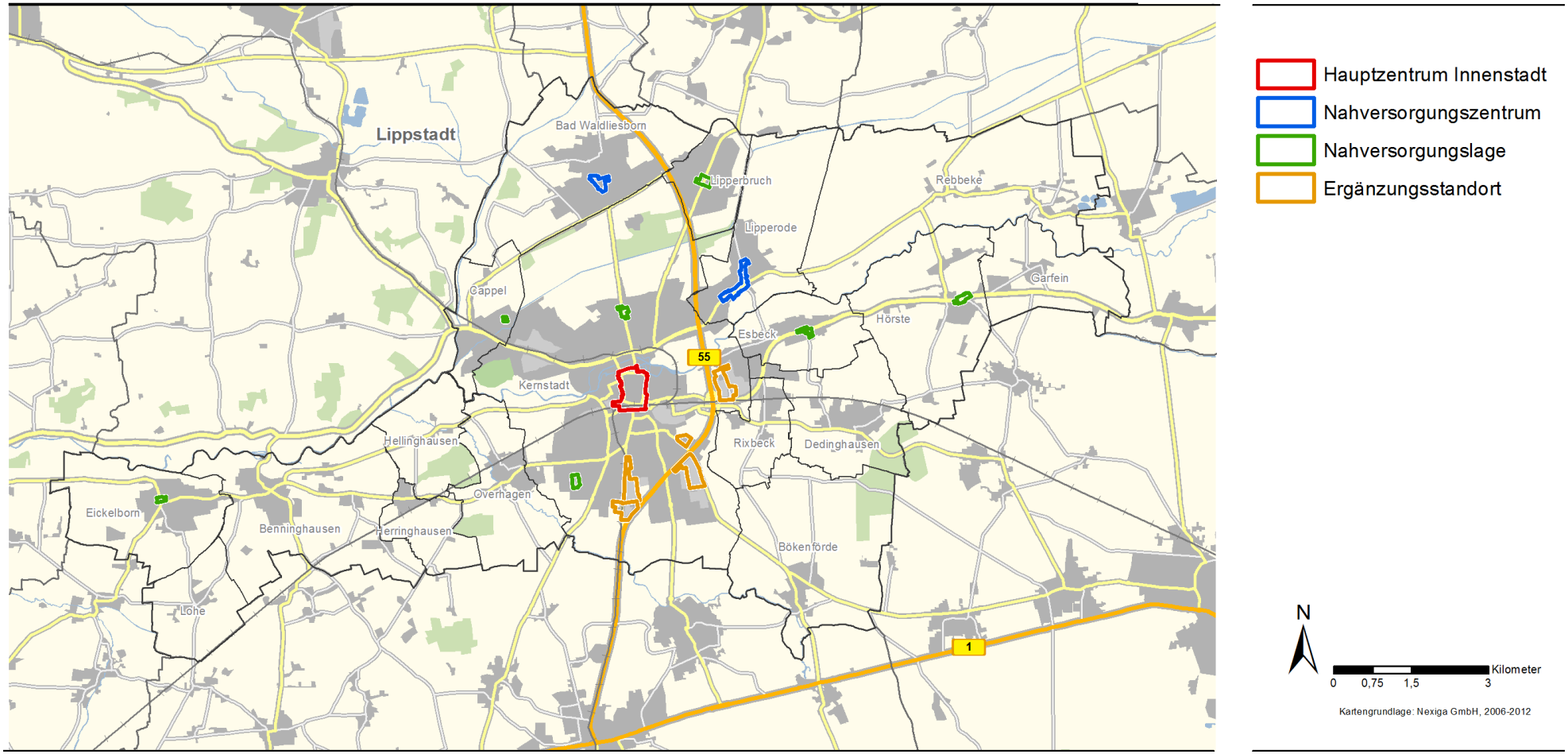
Für das Zentrenkonzept wird folgende Zentrenhierarchie vorgeschlagen:

- Hauptzentrum Innenstadt
- Nahversorgungszentrum Bad Waldliesborn
- Nahversorgungszentrum Lipperode.

Darüber hinaus übernehmen die Nahversorgungslagen wichtige Funktionen zur Bündelung der wohnungsnahen Versorgung, ohne dass diese Geschäftslagen die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen, da zumeist die Angebotsvielfalt nicht ausreicht.

Die Ergänzungsstandorte sind als Vorrangstandorte zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes durch Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu bewerten.

Abbildung 64: Zentrenkonzept



Quelle. BBE-Darstellung

In der Stadt Lippstadt übernehmen die vorgeschlagenen Typen zentraler Versorgungsbereiche/ Geschäftslagen folgende Funktionen:

- **Hauptzentrum Innenstadt**, das einen gesamtstädtischen, tlw. übergemeindlichen Einzugsbereich versorgt und in dem ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf ebenso angeboten wird, wie ein umfassendes Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturangebot sowie das sonstiger öffentlicher Einrichtungen.

  Das Hauptzentrum stellt den Vorrangstandort für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten dar und soll Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- **Nahversorgungszentren**, deren Einzugsbereich sich auf die benachbarten Wohnsiedlungsbereiche (Stadtteile) beschränkt und die ein auf die Nahversorgung bezogenes und ein kleinteiliges zentrenrelevantes Angebot anbieten.

  Ziel der Weiterentwicklung ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung. Daher soll in den Nahversorgungszentren die Ansiedlung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie ergänzenden kleinteiligen Angeboten mit zentrenrelevanten Sortimenten zulässig sein, wenn diese der Versorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsbereich (vgl. Abbildung 68) dienen.

- **Nahversorgungslagen**, die einen Einzugsbereich mit nahversorgungsrelevanten Waren versorgen, der sich auf die benachbarten Wohnsiedlungsbereiche (Stadtteile) bezieht. Die Angebotsvielfalt im Bereich Einzelhandel und ergänzender Dienstleistungen ist jedoch nicht so umfangreich, dass die Kriterien für ein Nahversorgungszentrum erfüllt werden.

  Ziel ist auch hier die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung durch Erhalt und Weiterentwicklung des bestehenden Nahversorgungsangebotes; dabei ist auch eine Erweiterung von Lebensmittelmärkten über die Grenze der Großflächigkeit möglich, wenn der (ggf. großflächige) Einzelhandelsbetrieb der Grundversorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im zugeordneten Versorgungsbereich (vgl. Abbildung 68) dient und damit die wohnungsnahe Versorgung in anderen Wohnsiedlungsbereichen / Stadtteilen nicht gefährdet.

- **Ergänzungsstandorte**, die als städtebaulich nicht-integrierte Verbundsstandorte des (großflächigen) Einzelhandels ein gesamtstädtisches und tlw. übergemeindliches Einzugsgebiet haben. Das Angebotsspektrum weist einen Schwerpunkt bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auf. Darüber hinaus übernehmen die Ergänzungsstandorte faktisch Versorgungsfunktionen durch größere Lebensmittelmärkte.

Ziel ist die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf die Ergänzungsstandorte. Für den sonstigen Einzelhandel ist eine bestandsorientierte Weiterentwicklung zu verfolgen, soweit die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung nicht negativ beeinträchtigt sowie die landesplanerischen Vorgaben erfüllt werden.

Im Folgenden wird eine Überprüfung der räumlichen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen und Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen aufgezeigt.

10.5 Empfehlungen für das Hauptzentrum Innenstadt

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen auf die Achsen Lange Straße und Cappelstraße sowie die Verbindungsachsen konzentrieren (vgl. Abbildung 65).

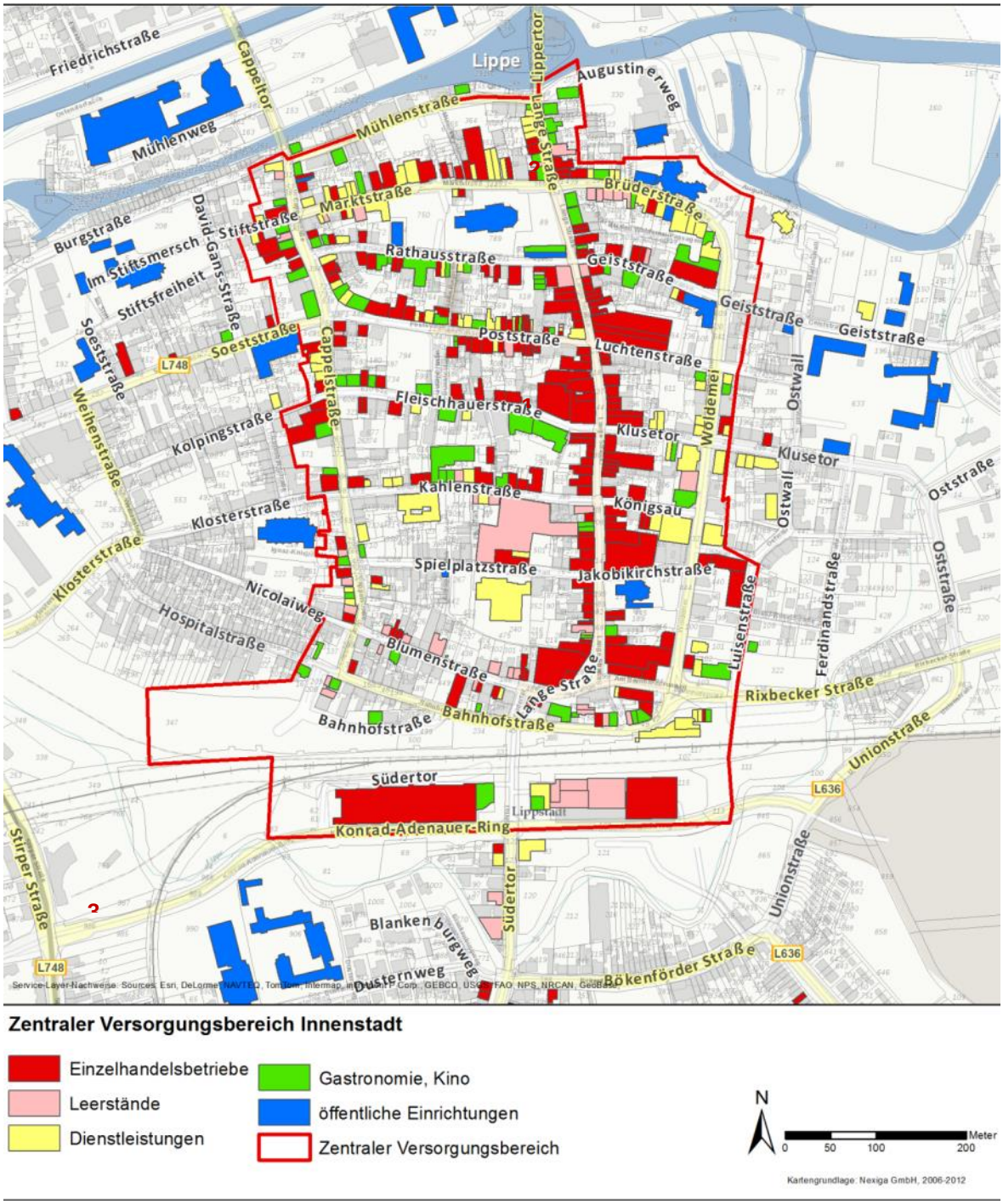
Im Norden stellt der Flusslauf der Lippe eine stadträumliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches dar. Im Süden konnte die Bahntrasse durch eine attraktiv gestaltete Fußwegverbindung (Tunnel) übersprungen werden, so dass der Standortbereich Südertor als fachmarktbezogene Arrondierung der Innenstadt dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet ist. Die Einzelhandelsnutzungen in der sich südlich anschließenden Erwitter Straße sind in den letzten Jahre auch innerhalb der südlichen Umflut deutlich zurückgegangen, so dass dieser Bereich den Status einer Geschäftsnebenlage weitgehend verloren hat. Aufgrund der vergleichsweise kleinteiligen Gebäudegrundrisse sind auch leerstehende Gewerbeeinheiten vorhanden, die nur noch begrenzt den Ansprüchen moderner Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe genügen, so dass die faktische Prägung und die Entwicklungsfähigkeit des südlich des Konrad-Adenauer-Rings gelegenen Abschnitts des Südertors keine Zuordnung zum zentralen Versorgungsbereich rechtfertigt.

Im Westen und Osten findet der Einkaufsbereich seine Begrenzungen durch die deutlich abnehmende Nutzungsdichte. So stellen die Cappelstraße und der Straßenzug Woldemei die Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches dar. Außerhalb besteht nur noch ein sporadischer Besatz publikumsintensiver Nutzungen. Vielmehr sind in diesem Abschnitt typische kleinteilige Nutzungen einer frequenzschwachen Nebenlage ansässig. Auch bricht der fußläufige Passantenlauf außerhalb der beiden Achsen deutlich ab.

Im südwestlichen Bereich des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches (insbesondere Spielplatzstraße, Blumenstraße, Bahnhofstraße, südlicher Abschnitt der Cappelstraße) ist zu berücksichtigen, dass vor allem im Einzelhandel die Nutzungsdichte deutlich abnimmt, gleichzeitig jedoch wichtige Dienstleistungseinrichtungen (u. a. Sparkasse) diesen Bereich des innerstädtischen

Geschäftszentrums prägen. Mit dem südlich der Bahnhofstraße gelegenen ehemaligen Güterbahnhofsgelände besteht hier zudem eine Entwicklungsfläche, die im Rahmen einer langfristigen Innenstadtentwicklung durch die geplante Ansiedlung des Stadthauses und ergänzenden Lebensmitteleinzelhandels einen Entwicklungsimpuls setzen kann.

Abbildung 65: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Die Längenausdehnung beläuft sich in Nord-Süd-Richtung auf ca. 900 m, so dass das Versorgungszentrum (nur) im Zusammenhang mit der hohen Nutzungsdichte fußläufig erlebbar ist.

Für die Lippstädter Innenstadt ist eine moderate Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes zu empfehlen, damit auch der ansässige Einzelhandel von Verbundeffekten profitieren kann. Dabei steht eine Diversifizierung des Angebotes Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren und Haustextilien im Vordergrund. Darüber hinaus ist das Nahversorgungsangebot in der Innenstadt neu aufzustellen, da vor allem im Lebensmittelangebot Ergänzungs- bzw. Erweiterungsflächen notwendig sind.

Die Entwicklung der Lippstädter Innenstadt wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein. Denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computern und Smartphones sowie den barrierefreien Zugang zum Internet basiert. Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch (vgl. Kap. 5.4).

So wird durch den Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Nur Einzelhändler, die diesen Multichannel-Ansatz konsequent verfolgen, werden sich auch weiterhin auf dem Markt mit einem immer härter werdenden Preiswettbewerb behaupten können.

Investoren und damit auch die Kommunen müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den potenziellen Verlust zahlreicher Ankermieter das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass auch bei Städten, die ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, nur noch in den A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten ist. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen

rückläufig entwickeln. So werden Handelsnutzer in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe eingehen.

Im Fazit wird somit damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf in Lippstadt stärker auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Für die Weiterentwicklung der Lippstädter Innenstadt ist somit vor allem von Bedeutung, dass es weiterhin gelingt, attraktive Angebotsformate in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen zu integrieren. Dazu bestehen in der Lippstädter Innenstadt grundsätzlich gute Rahmenbedingungen.

Die möglichen Nutzungen sollten vor allem das Bekleidungs-, Schuh- und Sportangebot der Stadt ergänzen. Durch eine Angebotsdiversifizierung in der Innenstadt kann die Ausstrahlungskraft der Einkaufsstadt im regionalen Vergleich erhalten werden. Darüber hinaus können mit der Etablierung weiterer kundenfrequenzstarker Filialisten auch die Standortbedingungen für den kleinteiligen Einzelhandel verbessert werden.

Das Nahversorgungsangebot der Innenstadt ist neben der Neuaufstellung des ansässigen Discountmarktes vor allem durch die Ansiedlung eines Supermarktes zu ergänzen. Darüber hinaus bietet die Innenstadt für weitere Angebotsarrondierungen dann gute Voraussetzungen, wenn es gelingt, die Lange Straße durch die kontinuierliche Anpassung von Angebotsformaten weiterzuentwickeln.

Zur Weiterentwicklung der Innenstadt stehen zwei mögliche Entwicklungsflächen zur Verfügung, die im Folgenden bewertet und in den städtebaulichen Zusammenhang gesetzt werden.

Entwicklungsstandort 1 – östlicher Abschnitt des ehem. Güterbahnhofgeländes

Das Gelände des Güterbahnhofs ist seit Jahren als Entwicklungsfläche für die Lippstädter Innenstadt in der Diskussion. Mit der Entwicklung des Fachmarktbereiches am Südertor dürfte der innerstädtische Bedarf an ergänzender Fachmarktfläche jedoch weitgehend gedeckt sein.

Einzig im Bereich des innerstädtischen Lebensmittelangebots besteht noch ein größerer Entwicklungsbedarf. In Zusammenhang mit der geplanten Verlagerung des Stadthauses auf das Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs ist auch die Ansiedlung von Lebensmittelmärkten an diesem Standort in der Diskussion.

Das Areal befindet sich in einer Innenstadtrandlage und soll durch die Fortführung der Jakob-Koenen-Straße an die Stirper Straße im Westen verkehrlich angebunden werden. Der Standort bietet aufgrund seiner Grundstücksgröße und der Verkehrsanbindung die Möglichkeit, einen marktüblichen Lebensmittelmarkt (ggf. auch eine Kombination von Super- und Discountmarkt) so-

wie die notwendigen Stellplatzkapazitäten im Umfeld des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches anzusiedeln, so dass die angestrebte Verbesserung der Nahversorgung in der Innenstadt und die gewünschten Verbundeffekte innerhalb des innerstädtischen Geschäftsbereiches ausgelöst werden können.

Der östliche Bereich des ehemaligen Güterbahnhofareals wird daher als Entwicklungsfläche in den zentralen Versorgungsbereich mit dem Ziel aufgenommen, eine innenstadtnahe Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln an diesem Standort sicherzustellen.

Dabei kommt der Bahnhofstraße eine Schanierfunktion zwischen der Fußgängerzone und dem vorgeschlagenen Ergänzungsstandort für Lebensmittel und damit eine hohe Bedeutung für die Einbindung des Standortes in die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen zu.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes kann somit einerseits das bestehende Angebotsdefizit der Innenstadt abmildern und andererseits auch zur Stabilisierung der Innenstadt als Einkaufsstandort beitragen, da der Lebensmittelhandel auch in den nächsten Jahren noch in relativ geringem Maße von der E-Commerce-Konkurrenz betroffen sein wird (vgl. auch Kap. 5.4.2).

Entwicklungsstandort 2: Umstrukturierung Lippe Galerie

Die Lippe Galerie war bislang ein wichtiger Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Hauptgeschäftslage der Innenstadt. Zwischenzeitlich ist ein Großteil der Ladenlokale ungenutzt.

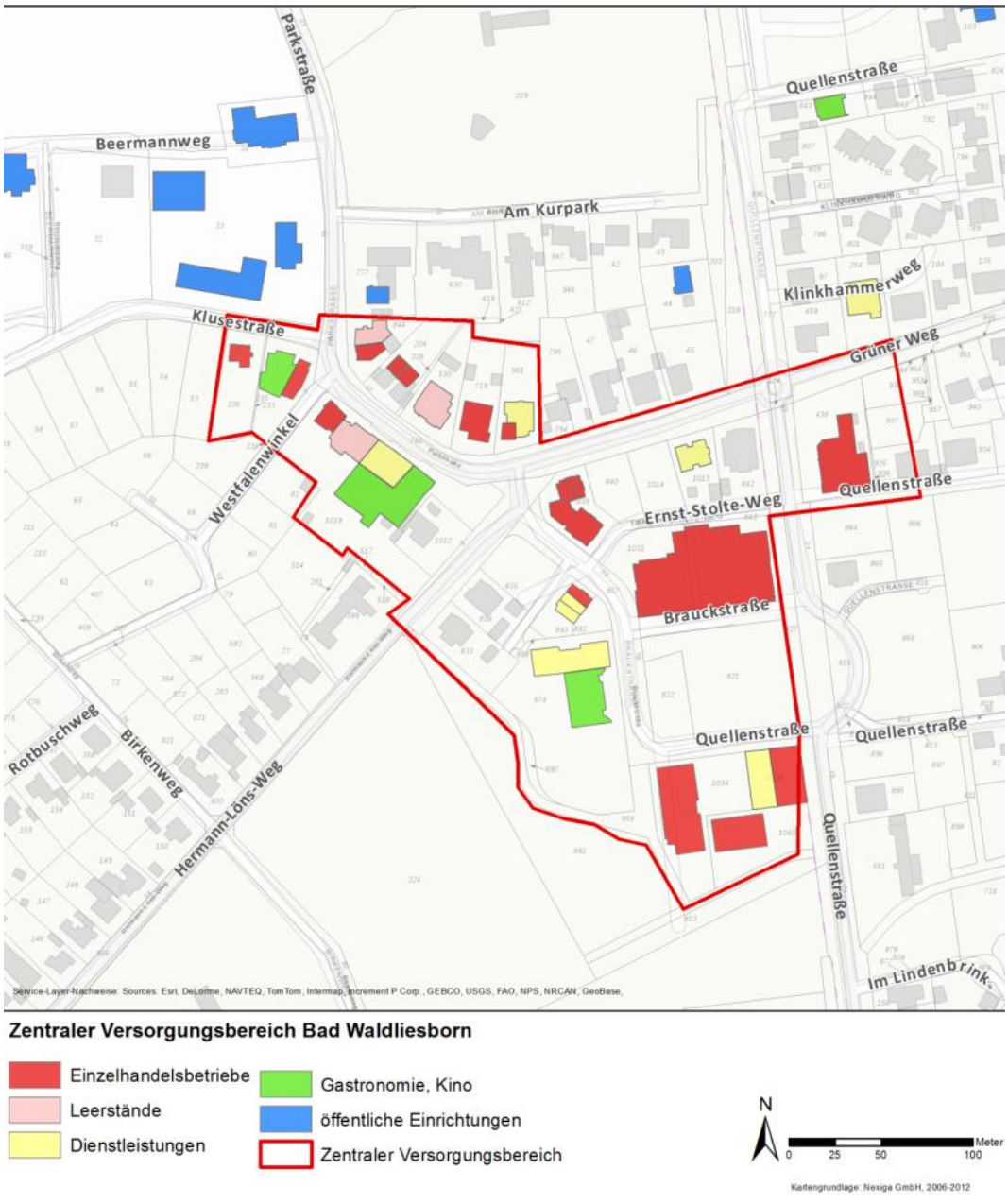
Es erscheint eine umfassende Umstrukturierung des Gebäudes notwendig, um für moderne Einzelhandelsnutzungen wieder attraktiv zu sein. Dabei stellt das Objekt einen wichtigen Entwicklungsstandort der Innenstadt dar, der aufgrund der direkten Zuordnung zum Hauptgeschäftsbereich einen unmittelbaren Entwicklungsimpuls auf die Innenstadt auslösen kann. Die Größe des Areals lässt auch die Ansiedlung von weiteren größeren Betriebseinheiten zu, die eine Weiterentwicklung der Lippstädter Innenstadt unterstützen.

Mit der Wiederbelegung der Einzelhandelsflächen im direkten Umfeld des vorhandenen Hauptgeschäftsbereiches sind Verbundeffekte für den örtlichen Einzelhandel zu erwarten. Dabei ist vor allem von Bedeutung, dass es gelingt, den Einkaufsstandort der Innenstadt auch für die auswärtigen Verbraucher attraktiv zu erhalten, damit auch der ansässige Einzelhandel profitieren kann. Dazu ist es notwendig, eine bauliche Umstrukturierung der Passage vorzunehmen, so dass die Ladenlokale zukünftig wieder den Ansprüchen moderner Betriebskonzepte entsprechen.

10.6 Empfehlungen für das Nahversorgungszentrum Bad Waldliesborn

Im Süden des Stadtteils Bad Waldliesborn befindet sich eine Verdichtung publikumsintensiver Nutzungen im Kreuzungsbereich Braukstraße/ Quellenstraße. Im Rahmen des fußläufigen Einkaufs ist der zentrale Versorgungsbereich entlang der Achse Parkstraße zwischen der Klusestraße im Nordosten und dem Kreuzungsbereich Quellenstraße erlebbar.

Abbildung 66: Zentraler Versorgungsbereich Bad Waldliesborn



Quelle: BBE-Erhebungen

Am Standort Braukstraße/ Quellenstraße befindet sich der Lebensmittelsupermarkt und Drogeriemarkt in Verbindung mit weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, so dass dem Geschäftsstandort insgesamt eine hohe Angebotsvielfalt mit Schwerpunkt bei der Nahversorgung beizumessen ist.

Der zugeordnete Verflechtungsbereich bezieht sich auf den Stadtteil Bad Waldliesborn. Die Entwicklungspotenziale bestehen vor allem in einer bestandsorientierten Weiterentwicklung und in der Nachnutzung der kleinteiligen Leerstände durch Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen.

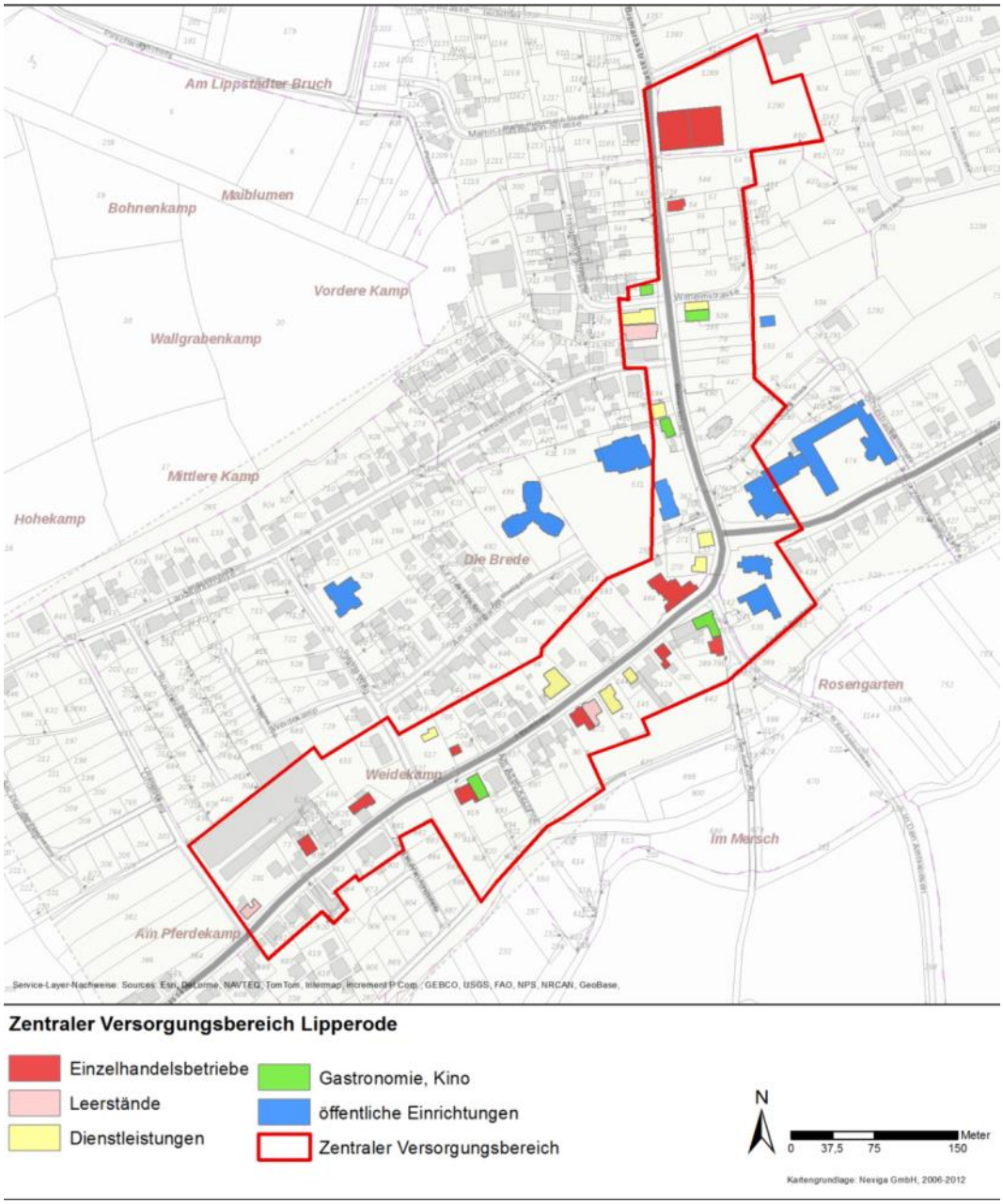
10.7 Empfehlungen für das Nahversorgungszentrum Lipperode

Im Stadtteil Lipperode befindet sich entlang der Lippestraße/ Bismarckstraße ein gewachsener Geschäftsbereich, der jedoch eine geringe Nutzungsdichte aufweist.

Ziel der Stadtentwicklung für den Stadtteil Lipperode ist es, die Nutzungsdichte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wieder zu erhöhen. Hierbei sind gleichermaßen kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen zur Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen denkbar. Darüber hinaus bezieht sich das Entwicklungspotenzial auf eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Lebensmittelangebotes für den zugeordneten Verflechtungsbereich, der sich auf die Stadtteile Lipperode und Rebbecke mit ca. 4.500 Einwohnern bezieht.

Vor dem Hintergrund der Nutzungsstrukturen wird der zentrale Versorgungsbereich entlang der Lippestraße/ Bismarckstraße zwischen den Einmündungen Dunkler Weg im Westen und Bruchstraße im Norden abgegrenzt. Mit der Freifläche an der Bruchstraße verfügt das Nahversorgungszentrum über eine Entwicklungsfläche zur Erweiterung des Elli Lebensmittelsupermarktes, so dass das nahversorgungsbezogene Versorgungsangebot bedarfsgerecht ergänzt werden kann.

Abbildung 67: Zentraler Versorgungsbereich Lipperode



Quelle: BBE-Erhebungen

10.8 Empfehlungen für die Nahversorgungslagen und die sonstige wohnungsnahe Versorgung

Die Nutzungsstrukturen an den Standorten Wiedenbrücker Straße (Kernstadt-Nord), Otto-Hahn-Straße (Kernstadt-Südwest) sowie in den Stadtteilen Lipperbruch, Esbeck, Hörste, Cappel und Eickelborn zeichnet sich durch eine Mischung von Lebensmittelmärkten und wenigen ergänzenden publikumsintensiven Nutzungen aus (u. a. Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen).

Damit erreichen die Geschäftslagen nicht die für einen zentralen Versorgungsbereich notwendige Nutzungsvielfalt. Insbesondere im Bereich des Einzelhandels besteht kein ausreichendes, zentrentypisches Angebot unterschiedlicher Betriebstypen und -größen sowie Sortimente. Vielmehr handelt es sich um isolierte Nahversorgungsstandorte, die der wohnungsnahen Lebensmittelversorgung der im Umfeld wohnhaften Bevölkerung dienen.

Die Standorte sind als siedlungsstrukturell integriert und als wohnungsnahe Versorgungsstandorte zu bewerten, die über eine notwendige Mantelbevölkerung verfügen.

Eine Entwicklung der Standorte zu zentralen Versorgungsbereichen mit einem umfassenden Nahversorgungsangebot für den jeweiligen Verflechtungsbereich ist allerdings aufgrund der geringen Mantelbevölkerung bzw. der Wettbewerbssituation zu anderen zentralen Versorgungsbereichen (insb. Innenstadt) nicht zu erwarten bzw. zu empfehlen.

Aufgrund der Ausgangslage, dass vor allem in den kleineren Stadtteilen die Ausstattung in den Geschäftslagen nicht den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches entspricht, gleichzeitig aber eine differenzierte wohnortnahe Versorgung in der Stadt Lippstadt gesichert und weiterentwickelt werden soll, kommt auch den Nahversorgungslagen eine wichtige Bedeutung zu. Neben den im räumlichen Zusammenhang der zentralen Versorgungsbereiche ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe sind im Stadtgebiet Lippstadt zahlreiche Lebensmittelbetriebe außerhalb von Nahversorgungszentren vorhanden, die wichtige Aufgaben dieser wohnungsnahen Versorgung übernehmen (Schutzgut der wohnungsnahen Versorgung).

Dies trifft insbesondere auf die Lebensmittelmärkte in Cappel, Lipperbruch, Esbeck, Hörste und Eickelborn sowie in der Kernstadt zu. Diese Standorte sollen langfristig im Bestand gesichert werden.[32] Möglichkeiten der Stärkung können sein: die Umstrukturierung und Anpassung der beste-

[32] Die Empfehlung der bestandssichernden Weiterentwicklung orientiert sich an marktüblichen Betriebsgrößen. So belegen moderne Supermärkte üblicherweise Verkaufsflächen von 1.200 – 2.000 m², die zeitgemäßen Discounter verfügen über 1.000 – 1.400 m² Verkaufsfläche.

henden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben im unmittelbaren Umfeld der bestehenden Nahversorgungsstandorte. Zur Sicherung einer differenzierten wohnungsnahen Versorgung soll sich die Dimensionierung an dem im zugeordneten Verflechtungsraum vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzial orientieren.

Die Verflechtungsräume sind der Abbildung 68 zu entnehmen und lassen sich aus der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsangebote ableiten. So übernehmen die Nahversorgungszentren Bad Waldliesborn und Lipperode Nahversorgungsfunktionen für die jeweils eigenen Stadtteile (inkl. Rebbecke). Die Nahversorgungslage Wiedenbrücker Straße kann in Verbindung mit den sonstigen wohnungsnah gelegenen Versorgungsstrukturen (insbesondere Lebensmittelmärkte Am Nordbahnhof und Am Weinberg) das nördliche Kernstadtgebiet (ca. 14.100 Einwohner) versorgen. Für die Nahversorgungslage Otto-Hahn-Straße ist ein Nahversorgungsbereich abzugrenzen, der neben den Siedlungsbereichen in der Kernstadt-Südwest auch die benachbarten Stadtteile Overhagen, Herringhausen und Hellinghausen umfasst (ca. 15.100 Einwohner). Die Nahversorgungslagen Cappel und Lipperbruch versorgen jeweils die Bevölkerung des eigenen Stadtteils (ca. 2.600 bzw. 2.300 Einwohner). Der Einzelhandel in Esbeck strahlt auf die Stadtteile Esbeck, Dedinghausen und Rixbeck sowie auf das östlich der B 55 gelegene Kernstadtgebiet aus (zusammen ca. 5.500 Einwohner). Die Nahversorgung in Hörste und Garfeln (zusammen ca. 2.200 Einwohner) übernimmt die Nahversorgungslage Hörste. Im westlichen Stadtgebiet (Eickelborn, Benninghausen, Lohe zusammen ca. 4.100 Einwohner) übernimmt die Nahversorgungslage Eickelborn die Versorgung.

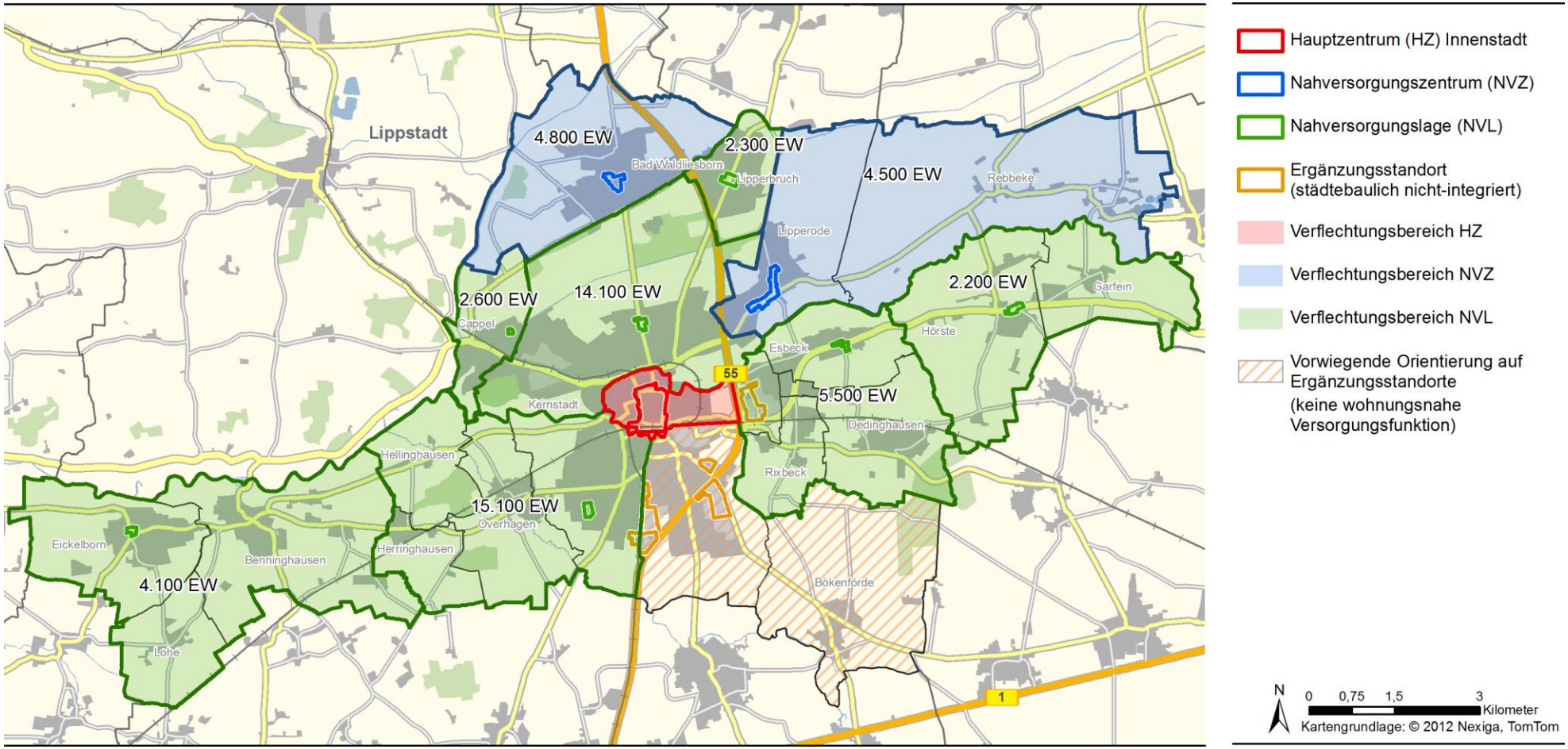
Die Bezirke Kernstadt-Südost und Bökenförde sind keinem Verflechtungsbereich städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandorte zugeordnet, da sich die Bevölkerung vorwiegend auf die städtebaulich nicht-integrierten Ergänzungsstandorte orientiert.

Den Lebensmittelmärkten in der Innenstadt sollen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet zukommen.

Damit besteht ein räumlich differenziertes Nahversorgungssystem, das Grundlage der Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen sein soll. Demgemäß ist die Ansiedlung bzw. Weiterentwicklung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten in den Nahversorgungslagen auf die Verflechtungsbereiche abzustimmen.

Die Nahversorgungsangebote an den Ergänzungsstandorten Erwitter Straße/ Planckstraße, Bökenförder Straße und Am Mondschein ergänzen das nahversorgungsbezogene Angebot in der Stadt Lippstadt durch überwiegend Pkw-orientierte Betriebsstandorte. Zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung soll die Entwicklung der Ergänzungsstandorte auf eine Bestandssicherung der ansässigen Lebensmittelbetriebe beschränkt sein.

Abbildung 68: Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche in Lippstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Die Stadt Lippstadt weist damit eine relativ umfassende Lebensmittelversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen, in den Nahversorgungslagen sowie an ergänzenden Standorten auf. Die vorhandene Nahversorgung soll gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei sind ggf. eine Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an aktuelle Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben notwendig. Die Entwicklungsperspektiven liegen in einer bedarfsgerechten Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung, vor allem durch Lebensmittelmärkte, deren Dimensionierung sich am Kaufkraftpotenzial im Verflechtungsbereich orientieren soll.

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsmodell. Die Schaffung großflächiger Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte grundsätzlich auf die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen beschränkt werden. Die Realisierung weiterer Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion wird als Ausnahmeregelung an die Bedingungen geknüpft, dass

- die wohnungsnahe Versorgung nicht durch einen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich/ einer Nahversorgungslage sichergestellt werden kann,
- der Betrieb nach Standort, Sortiment und Größe der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung in dem zugeordneten Siedlungsbereich dient und
- durch den geplanten Nahversorgungsbetrieb keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung).

10.9 Empfehlungen für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten

Als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind Standorte geeignet, die folgende Kriterien erfüllen:

- Zentrale Lage innerhalb des städtischen Siedlungsraumes (Allgemeiner Siedlungsbereich – ASB),
- funktionsfähige Verkehrsanbindung im Kontext der Gesamtstadt,
- leistungsfähige Erschließung des Grundstücks,
- ggf. Nachnutzungsmöglichkeiten leer stehender Gebäude oder mindergenutzter Grundstücke.

Für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird die Empfehlung ausgesprochen, Ansiedlungen auf die vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen Erwitter Straße/ Planckstraße, Erwitter Straße-Süd, Am Mondschein und Am Wasserturm zu konzentrieren, um Verbundeffekte zu nutzen, einen sparsamen Flächenverbrauch sicherzustellen und Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für emittierende Betriebe vorzuhalten. Darüber hinaus ist dem Union-Gelände als innenstadtnaher Entwicklungsfläche mit guter Verkehrserschließung die Funktion eines Entwicklungsstandortes zur Ergänzung des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuweisen.

Für die Ergänzungsstandorte **Am Wasserturm** und **Am Mondschein** wird eine auf den **Bestand orientierte Weiterentwicklung** empfohlen. In diesem Zusammenhang ist auf die Vorgaben des Regionalplanes zu verweisen, der für den Bereich südöstlich der Berliner Straße (B 55) und den östlichen Kernstadtbereich östlich der Steinstraße/ Weißenburger Straße Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) darstellt, so dass die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe, auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, nicht mit den Zielen der Landesplanung vereinbar ist. Für die ansässigen Betriebe besteht Bestandsschutz, der nach Ziel 7 auch im Ausnahmefall eine bestandssichernde Erweiterung umfasst.[33] Für die projektierte Aldi-Erweiterung im Gewerbegebiet Am Mondschein lässt sich jedoch keine bestandssichernde Erweiterung nach Ziel 7 geltend machen, da der Bebauungsplan für das Grundstück nur kleinflächigen Einzelhandel zulässt und somit eine andere Gebietskategorie im Bebauungsplan (Sondergebiet großflächiger Einzelhandel statt derzeit Gewerbegebiet = Schaffung von Baurecht für großflächigen Einzelhandel) notwendig wird. Die Schaffung von Baurecht für weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe (somit auch für einen erweiterten Aldi-Markt) wäre hingegen nur bei einer Regionalplanänderung möglich.[34]

Dagegen wird für die Geschäftsbereiche entlang der **Erwitter Straße** eine **aktive Weiterentwicklung** als Konzentrationsstandorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel vorgeschlagen. Die landesplanerische Voraussetzung der Darstellung eines Allgemeinen Siedlungsbereiches erfüllt der Standortbereich.

---

33 Ziel 7 umfasst eine „geringfügige Erweiterung“. Nach allgemeiner Rechtsauffassung findet dies i. d. R. bei max. 10 % Verkaufsflächenzuwachs seine Grenze.

34 Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dienen der Ansiedlung und Weiterentwicklung gewerblicher Betriebe, die aufgrund eines großen Flächenbedarfs, ihrer Emissionen oder besonderer Standortanforderungen nicht in den ASB (Allgemeiner Siedlungsbereich) integriert werden können. Damit stellt sich die Frage, inwieweit die genannten Standortbereiche durch die Realnutzungen inzwischen die Qualifikation zur Ansiedlung und Weiterentwicklung größerer gewerblicher und industrieller Nutzungen verloren haben, so dass zumindest für Teilbereiche Änderungen des Regionalplans möglich sind.

Grundvoraussetzung für eine Ansiedlung ist allerdings, dass die Ziele des Landesentwicklungsplans zur Größenordnung und Sortimentsstruktur (Festlegungen 4 bis 6 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel) berücksichtigt werden. Damit ist jedes potenzielle Ansiedlungsvorhaben einer umfassenden Einzelfallprüfung zu unterziehen und zu klären, ob das geplante Vorhaben negative Auswirkungen auf die Entwicklung der Lippstädter Innenstadt und Nahversorgungszentren bzw. die wohnungsnahen Versorgung oder die zentralen Versorgungsbereiche in Nachbarkommunen haben könnte.

Im Falle konkreter Ansiedlungsersuche sollte die Stadt Lippstadt mittels geeigneter Bebauungspläne sicher stellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten, zentrenverträglichen Randsortimenten realisiert werden.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen durch die zentrenrelevanten Randsortimente keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sein, so dass im Rahmen einer Einzelfallprüfung die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens zu prüfen sind.

Der Ergänzungsstandort **Bökenförder Straße** ist durch das Real SB-Warenhaus und Konzessionäre geprägt. Für den Standort wird eine **bestandssichernde Weiterentwicklung** empfohlen, ohne dass der Geschäftsbereich hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung und des Sortimentsangebotes wesentlich ausgebaut wird.

Im Sinne einer langfristigen Einzelhandelsentwicklung ist auch dem **Union-Gelände** die Funktion eines **Potenzialstandortes** zur Konzentration von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zuzuschreiben. In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass für die nächsten Jahre nur ein relativ geringer Flächenbedarf zusätzlicher Einzelhandelsansiedlungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu erwarten ist, so dass für Teilflächen des Union-Geländes auch alternative Nutzungsformen in Betracht gezogen werden könnten.

11 Bewertung von Entwicklungsflächen und konkreten Einzelhandelsvorhaben

11.1 Entwicklungsflächen

In der Stadt Lippstadt bestehen Entwicklungsflächen, für die Empfehlungen zu einer möglichen Einzelhandelsnutzung durch Einordnung in das vorgeschlagene Zentrenkonzept ausgesprochen werden sollen.

Standort 1 ehemaliges Güterbahnhofareal

Der östliche Abschnitt des ehemaligen Güterbahnhofareals ist dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zugeordnet. Es ist geplant, in Verbindung mit einer Verlagerung des Stadthauses einen Lebensmittelsupermarkt, ggf. auch einen Lebensmitteldiscounter anzusiedeln.

Die Altstadt verfügt aktuell über keine bedarfsgerechte Ausstattung mit Lebensmittelmärkten, so dass die Ansiedlung eines neuen Anbieters das festgestellte Versorgungsdefizit mindern könnte. Es wäre ebenso die Neuaufstellung eines Lebensmitteldiscountmarktes an diesem Standort denkbar.

Die Größe des Grundstücks, die Lage am Rande der Innenstadt und die geplante verkehrliche Anbindung verleihen dem Standort eine hohe Eignung zur Weiterentwicklung des innerstädtischen Lebensmittelangebotes. Dabei ist unter städtebaulichen Aspekten zu prüfen, ob zwei Märkte inkl. der notwendigen Stellplatzanlage auf der zur Verfügung stehenden Fläche sinnvoll untergebracht werden können.

Dem Standort kann damit eine ergänzende gesamtstädtische Versorgungsfunktion beigemessen werden, so dass sich mögliche Wettbewerbswirkungen insbesondere auf die anderen gesamtstädtischen Versorgungsstandorte (vor allem Erwitter Straße und Bökenförder Straße) beziehen werden. Die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in der Stadt Lippstadt werden dagegen - aufgrund begrenzter Nachfrageüberschneidungen - nur in geringem Maße tangiert werden.

Versorgungsstrukturell werden marktübliche Betriebsgrößen für einen Lebensmittelsupermarkt (bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche) und ggf. einen Lebensmitteldiscountmarkt (bis zu 1.400 m² Verkaufsfläche) empfohlen.

Standort 2 ehemaliges Union-Gelände

Das ehemals gewerblich genutzte Union-Gelände nimmt eine zentrale Lage in der östlichen Kernstadt ein. Das Gelände wird über die Weißenburger Straße, den Konrad-Adenauer-Ring inklusive der zukünftigen Führung über das Uniongelände und die Unionstraße funktionsfähig erschlossen. Damit ist dem Standort grundsätzlich eine Eignung zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes der Stadt Lippstadt zuzuschreiben. Die Entfernung zur innenstädtischen Fußgängerzone beträgt ca. 500 m. Das Standortumfeld ist durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Damit ist das Areal als städtebaulich nicht-integriert zu bewerten. Mögliche Einzelhandelsnutzungen sollten sich daher auf Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten beschränken.

Damit könnte das Union-Gelände perspektivisch eine Ergänzungsfunktion zu den bereits entwickelten Vorrangstandorten des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels für großflächigen Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten einnehmen, wenn die bestehenden Ergänzungsstandorte keine ausreichende Flächenverfügbarkeit mehr aufweisen.

Standort 3 Rixbecker Straße 124

Der Standort befindet sich in einem gewerblich geprägten Umfeld im Osten der Kernstadt. Nördlich grenzt das Campus-Gelände der Hochschule Hamm-Lippstadt an. Aufgrund der Lage an der Rixbecker Straße als wichtiger Ausfallstraße und der direkten Anbindung an die Bundesstraße 55 profitiert der Standort von einer guten Verkehrslage.

Die Immobilie wird aktuell durch einen Getränkemarkt, eine Bäckerei (Drive-in-Bäcker) und Gastronomie genutzt. Im Nachbargebäude ist ein Anbieter von Autozubehör mit Werkstatt untergebracht. Der Bebauungsplan setzt ein Gewerbegebiet fest, der Regionalplan stellt einen GIB dar.

Der Standort ist als städtebaulich nicht-integriert zu bewerten. Eine Weiterentwicklung als Standort für großflächigen Einzelhandel ist weiterhin nicht zu empfehlen.

Standort 4 Erwitter Straße 9 – 17

Das Grundstück befindet sich ca. 400 m südlich der Innenstadt in einer Streulage. Im Umfeld ist insbesondere ein Netto Lebensmittelmarkt ansässig, entlang der Erwitter Straße ist kein durchgehender Geschäftsbesatz vorhanden. Dem Standort kommt eine wohnungsnahe Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche zu, gleichzeitig profitiert der Standort von der Verkehrslage an der Erwitter Straße.

Die einzelhandelsbezogene Nutzung des Grundstücks sollte sich vor allem im Hinblick auf die Wettbewerbswirkung zur Innenstadt auf Betriebe mit einem Nahversorgungsbezug beschränken. Dagegen sollten (auch nicht-großflächige) Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort nicht zulässig sein.

Standort 5/ 6 Erwitter Straße 114 – 118

Der Standortbereich Erwitter Straße 114 – 118 ist dem Vorrangbereich zur Konzentration von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten entlang der Erwitter Straße (Ergänzungsstandort Erwitter Straße-Süd) zugeordnet. Auf einer östlichen Teilfläche ist geplant, den Einrichtungsfachmarkt Hammer Heimtex anzusiedeln. Im Umfeld bestehen noch ungenutzte Grundstücksareale, die ebenfalls planerisch für den (großflächigen) Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zur Verfügung gestellt werden sollten. Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sind auf ein verträgliches Maß zu beschränken.

Es wird eine Überplanung angeraten, da die Steuerung der zulässigen Einzelhandelsnutzung nach städtebaulichen Kriterien im ungeplanten Innenbereich nicht ausreichend möglich ist.

Standort 7 Grünfläche an der Weißenburger Straße

Der Standort weist über die Weißenburger Straße eine günstige Verkehrserschließung auf. Für den Standort sind darüber hinaus auch Verbundeffekte mit dem benachbarten Real-Markt zu erwarten. Eine Nutzung durch zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel scheidet allerdings aufgrund der geringen siedlungsstrukturellen Integration aus. Bei zentrenrelevanten Nutzungen stünde ein Wettbewerbsbezug zur Innenstadt im Vordergrund. Die Eignung als Standort für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ist angesichts möglicher Entwicklungsstandorte an der Erwitter Straße (Weiterentwicklung eines bestehenden Standortes) und auf dem Union-Gelände mit einer zentralen Lage im Stadtgebiet als gering zu bewerten. Eine einzelhandelsbezogene Entwicklung an diesem Standort wird daher nicht empfohlen.

Standort 8 Striper Straße/ Pappelallee

Der Standort ist als wohnungsintegriert zu bewerten. Im weiteren Umfeld ist ein Streubesatz mit Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen vorhanden. Für den Nordwesten der Kernstadt-Südwest wurde ein Defizit in der wohnungsnahen Versorgung festgestellt. Der Standort kann eine wohnungsnahe Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen und dazu beitragen, das Angebotsdefizit zu mindern.

Die einzelhandelsbezogene Nutzung des Standortes sollte sich auf Betriebe mit einem Nahversorgungsbezug für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche beschränken. Bei Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes kann die vorgeschlagene Ausnahmeregelung für weiterer Nahversorgungsstandorte (vgl. Kap. 10.8) angewandt werden.

Standort 9 Waldschlösschen

Das Grundstück wird aktuell als Sportplatz genutzt. Westlich schließen gewerblich genutzte Flächen (Hella, Thyssen Rote Erde) an, während sich nordöstlich die gewachsenen Wohnsiedlungs-

strukturen der nördlichen Kernstadt erstrecken. Der Standort könnte damit Nahversorgungsfunktionen übernehmen, würde jedoch in Wettbewerb zu den vorhandenen Nahversorgungsstrukturen treten.

Die Realisierung von nahversorgungsrelevantem großflächigem Einzelhandel an diesem Standort ist nur dann sinnvoll, wenn ein Ersatzstandort für einen bestehenden Lebensmittelmarkt realisiert werden soll. Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollte an diesem Standort ausgeschlossen werden.

Im Falle der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes wären erhebliche Wettbewerbswirkungen auf die benachbarten Lebensmittelsupermärkte an den Standorten Am Weinberg und Am Nordbahnhof sowie auf die wohnungsnahe Versorgung im Umfeld zu erwarten. Darüber hinaus würden Interdependenzen mit der Entwicklungsmaßnahme am Standort des ehem. Güterbahnhofs (zentraler Versorgungsbereich Innenstadt) ausgelöst, so dass städtebaulich negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in der Kernstadt nicht auszuschließen sind.

Standort 10 RLG-Gelände Am Siek 5

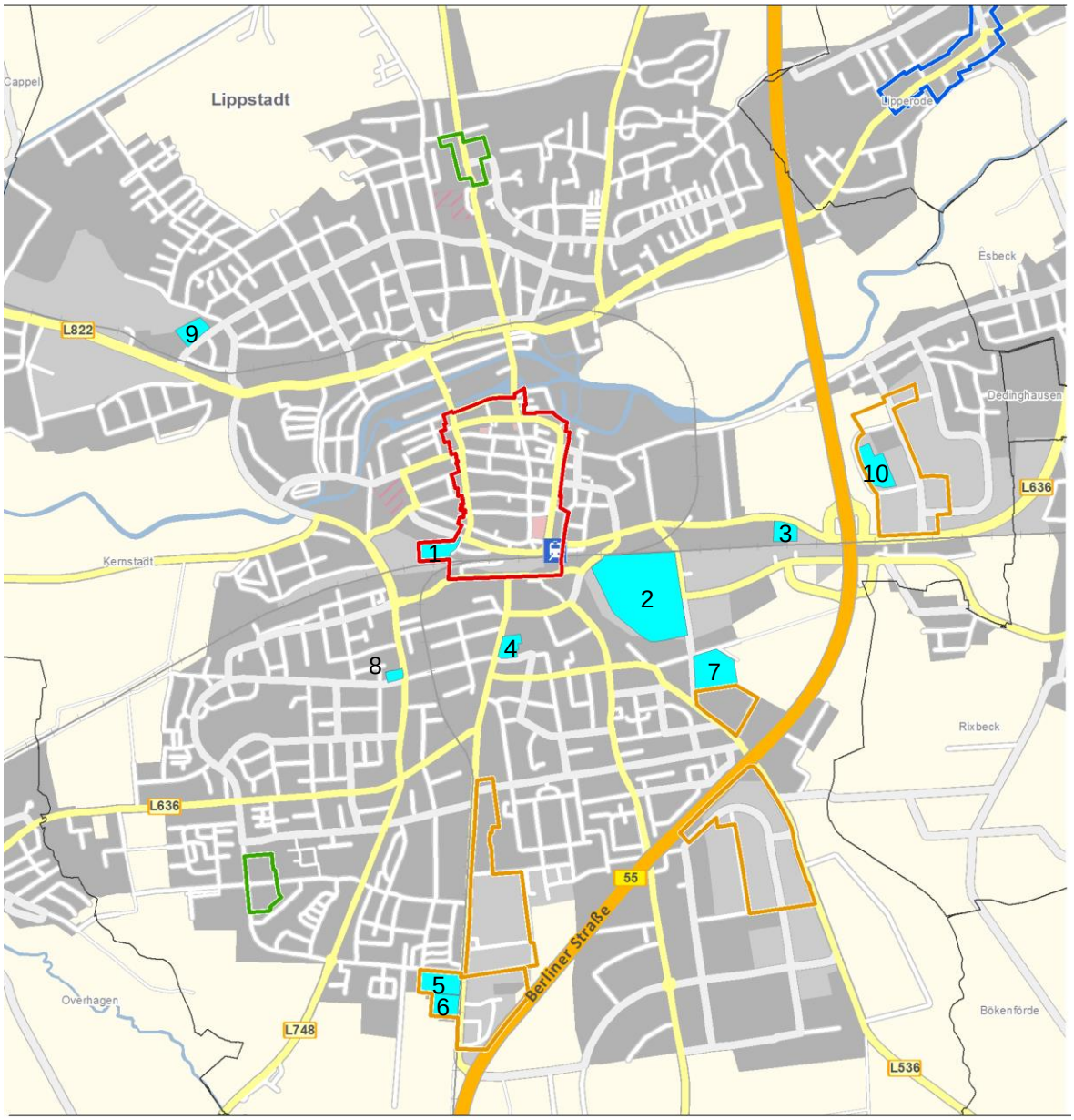
Das RLG-Gelände ist dem Ergänzungsstandort Am Mondschein zugeordnet, so dass bei Aufgabe der derzeitigen Nutzungen grundsätzlich eine Nachnutzung durch Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sinnvoll ist. Denkbar wäre u. a. eine Erweiterungsfläche für die benachbarten Fachmärkte.

Es bleibt jedoch zu klären, inwieweit an diesem Standort die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zur Genehmigung von großflächigem Einzelhandel geschaffen werden können, da das Grundstück einem im Regionalplan dargestellten GIB zugeordnet ist, in dem Bauleitplanung für großflächige Einzelhandelsbetriebe nicht zulässig ist.[35]

Die Entwicklung von Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollte an diesem städtebaulich nicht-integrierten Standort jedoch in jedem Fall planungsrechtlich ausgeschlossen werden.

[35] Vgl. LEP NRW, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, 2013, Ziel 1

Abbildung 69: Potenzialflächen in der Kernstadt



Quelle: BBE-Erhebungen

Standort 11 Ostlandstraße/ Mastholter Straße (ohne Darstellung)

Im Stadtteil Lipperbruch werden in den nächsten Jahren neue Wohngebiete erschlossen, so dass ein Einwohnerwachstum erwartet wird. Im Zuge der Wohnungsbaumaßnahmen sollen die einzelhandels- und gemeinbedarfsbezogenen Einrichtungen weiterentwickelt werden. Die Entwicklungsfläche Ostlandstraße/ Mastholter Straße ist somit geeignet, die Einzelhandelsausstattung der Nahversorgungslage zu ergänzen. Hierbei ist ein Besatz mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu entwickeln, der der Versorgung der im Stadtteil Lipperbruch (zukünftig) wohnenden Bevölkerung dienen soll.

11.2 Konkrete Einzelhandelsvorhaben

Insbesondere im Bereich der Versorgung mit Lebensmittelmärkten liegt eine Vielzahl von Planungen zur Erweiterung bzw. Ansiedlung von Lebensmittelmärkten vor. Die Projektdaten werden im Folgenden zusammengestellt und bewertet.

Vor dem Hintergrund der Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Einkaufsstadt Lippstadt sind bestandssichernde Erweiterungen von städtebaulich-integrierten Betrieben grundsätzlich positiv zu bewerten, wenn sie hinsichtlich der Dimensionierung auch weiterhin der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Verflechtungsbereich dienen. Aufgrund der fehlenden Zielkompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben sind hingegen die Planvorhaben außerhalb von Allgemeinen Siedlungsbereichen grundsätzlich nicht umsetzungsfähig.

Die Ansiedlung zusätzlicher Lebensmittelmärkte an wohnungsnahen Standorten ist im Hinblick auf die Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen zu bewerten. Demgemäß wird empfohlen, der Entwicklung der Lebensmittelversorgung in der Innenstadt (u. a. ehem. Güterbahnhofareal) Vorrang vor neuen Versorgungsstandorten im Stadtgebiet (u. a. „Waldschlössschen“) einzuräumen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird folgende standortbezogene Differenzierung der geprüften Planvorhaben (Lebensmittelmärkte) vorgeschlagen:

- **Lebensmittelmärkte in zentralen Versorgungsbereichen, an Nahversorgungslagen und sonstigen integrierten Lagen**:
  Entwicklungen zur Verbesserung der Nahversorgung sind durch das Einzelhandelskonzept abgedeckt, soweit die Versorgungsfunktion des jeweiligen Vorhabens dem zugewiesenen Verflechtungsbereich entspricht und sich das Vorhaben nicht negativ auf die bestehende wohnungsnahe Versorgung auswirkt. Die nachfolgende Abbildung 70 zeigt, für welche Planvorhaben an den städtebaulich integrierten Standorten die Kriterien des Einzelhan-

delskonzeptes erfüllt sind. Für diese Planvorhaben ist in der Regel keine weitere Auswirkungsanalyse erforderlich.

Die Ansiedlung zusätzlicher Lebensmittelmärkte in sonstigen integrierten Lagen wird in Anlehnung an die Ausnahmeregelung des Ziels 2 des LEP - sachlicher Teilplan an die Bedingungen geknüpft, dass die wohnungsnahe Versorgung nicht durch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen/ Nahversorgungslagen sichergestellt werden kann, das Vorhaben der wohnungsnahen Versorgung dient und negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden können. Damit ist eine einzelfallbezogene Auswirkungsanalyse erforderlich.

- **Lebensmittelmärkte an städtebaulich nicht-integrierten Standorten**:
  Neuansiedlungen an städtebaulich nicht-integrierten Standorten sind nicht durch das Einzelhandelskonzept abgedeckt. Für ansässige Betriebe ist eine bestandssichernde Erweiterung möglich. Dabei wird angesichts der aktuellen Marktanforderungen für Discountmärkte eine bestandssichernde Verkaufsflächenobergrenze von 1.200 m² vorgeschlagen. Die Erweiterungen dürfen sich nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgungsstruktuen auswirken und müssen die landesplanerischen Anforderungen erfüllen. Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens ist zum Nachweis der städtebaulichen und landesplanerischen Verträglichkeit eine Auswirkungsanalyse erforderlich.

Im Fazit können mit den nachfolgend bewerteten Planvorhaben bis zu 7.700 m² zusätzliche Verkaufsfläche realisiert werden. Diese sind vor dem Hintergrund der Marktentwicklung als sinnvoll zur Sicherung der wohnungsnahen Versorgung zu bewerten. Von besonderer Bedeutung sind jedoch die standortbezogenen Empfehlungen, da die Neuaufstellung wie die Ansiedlung von Lebensmittelmärkten Wettbewerbswirkungen auslösen. Demgemäß ist der Beurteilung der Vorhaben auf Basis der dargelegten Standortsystematik eine große Bedeutung zur Sicherung der differenzierten wohnungsnahen Versorgung beizumessen.

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte

Lfd. Nr.	1	2	3	4
Standort	Kernstadt-SW Otto-Hahn-Straße 19	Kernstadt-SW Otto-Hahn-Straße 17	Kernstadt-SW Otto-Hahn-Straße	Kernstadt-SO Am Mondschein 29
Kategorie	Vollsortimenter	Discounter	Getränkemarkt	Discounter
Anfrage	Erweiterung bis max. 2.500 m² VK	Erweiterung bis max. 1.400 m² VK	Nachnutzung bis max. 1.000 m² VK (vorher: 720 m² VK)	Erweiterung bis max. 1.200 m² VK bzw. zwischenzeitl. 1.400 m² VK (besondere Fallkonstellation)
Regionalplan	ASB			GIB
Flächennutzungsplan	SO			G
Bebauungsplan	Nr. 190: SO 1 Vollsortimenter max. 1.800 m² VK	Nr. 190: SO 1 Discounter max. 900 m² VK	Nr. 190: SO 2 Lebensmittel max. 1.000 m² VK	Nr. 186: GE mit EH-Ausschluss, Ausnahme LM-Markt mit 800 m² VK
Einzelhandelskonzept	Nahversorgungslage			Ergänzungsstandort für überw. nicht-zentrenrelevanten EH
Lage	Wohngebiet, im Umfeld Schule			Gewerbegebiet, im Umfeld nicht-zentrenrelevanter EH
Einwohner im 700 m-Radius	4.700 EW			900 EW
Städtebauliche Bewertung	Eingeführter Nahversorgungsstandort, im Umfeld weitere Versorgungseinrichtungen			Nicht-integrierte Lage, Pkw-orientierter Standort
Versorgungsbereich	Kernstadt-Südwest, Overhagen, Herringhausen: ca. 14.660 EW			Östliches Stadtgebiet Lippstadt: 8.000 EW
Fazit	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, B-Plan-Änderung notwendig	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, B-Plan-Änderung notwendig	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, Ansiedlung grds. sinnvoll, planungsrechtliche Voraussetzung besteht	Die aktuellen landesplanerischen Ziele lassen die Erweiterung nicht zu. Da der Betrieb eine wichtige Versorgungsfunktion für das östliche Stadtgebiet einnimmt, ist ggf. ein Ersatzstandort zu suchen alternativ der Regionalplan zu überprüfen (Änderung von GIB in ASB).
Empfehlung	Erweiterung auf max. 2.500 m² VK (inkl. Getränkemarkt) **durch EHK abgedeckt**	Erweiterung auf max. 1.400 m² VK **durch EHK abgedeckt**	Nachnutzung bis max. 1.000 m² VK **durch EHK abgedeckt**	Aufgrund nicht-integrierter Lage nur Erweiterung zur Bestandssicherung (Schaffung marktüblicher Betriebsgröße max. 1.200 m² VK). Auswirkungsanalyse zum Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit liegt vor. Die Änderung des Regionalplans ist zu prüfen.
	Standort Otto-Hahn-Straße insgesamt 4.900 m² VK			

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte (Fortsetzung)

Lfd. Nr.	5	6	7	8
Standort	**Altstadt Güterbahnhof**	**Altstadt Güterbahnhof**	**Altstadt Lippe-Galerie, Kahlenstraße 2**	**Kernstadt-SW Erwitter Straße**
Kategorie	**Discounter**	**Vollsortimenter**	**Vollsortimenter**	**Vollsortimenter**
Anfrage	Ansiedlung/ Verlagerung bis max. ?? m² VK	Ansiedlung bis max. 1.700 m² VK	Ansiedlung bis max. 820 m² VK (Anm.: ist zwischenzeitl. erfolgt)	Verlagerung mit Erweiterung bis max.1.200 m² VK
Regionalplan	ASB			
Flächennutzungsplan	M			G
Bebauungsplan	Nr. 128/ Veränderungssperre	Nr. 128/ Veränderungssperre	Nr. 65: MK	Nr. 306: GE
Einzelhandelskonzept	Hauptzentrum			Ergänzungsstandort für überw. nicht-zentrenrelevanten EH
Lage	Randlage zur Innenstadt		Zentrale Lage der Innenstadt	Randlage Wohngebiet
Einwohner im 700 m-Radius	7.900 EW		5.400 EW	k. A.
Städtebauliche Bewertung	Sinnvoller Nahversorgungsstandort innerhalb der Innenstadt, in Zusammenhang mit Stadthaus-Planung, Bahnhofsnähe, Pkw-Erreichbarkeit kann sichergestellt werden		sinnvoller Nahversorgungsstandort in der Innenstadt, grundlegende Umstrukturierung der Lippe-Galerie als Einzelhandelsstandort notwendig, Wettbwerbswirkungen aufgrund der Güterbahnhofsplanung.	Pkw-orientierter Versorgungsstandort, dient überwiegend nicht der wohnungsnahen Versorgung
Versorgungsbereich	Gesamtstadt ca. 68.500 EW			k. A.
Fazit	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, Ansiedlung/ bestandssichernde Verlagerung sinnvoll; FNP/ B-Plan-Änderung notwendig		Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, Ansiedlung sinnvoll, planungsrechtliche Voraussetzung bestehen, aber Standortrahmenbedingungen nicht optimal für Lebensmittelmarkt	Da EH-Betrieb mit nahverversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist die Ansiedlung nicht mit den Empfehlungen des EHK/ den landesplanerischen Zielen vereinbar
Empfehlung	Ansiedlung eines marktgängigen Supermarktes (max. 2.000 m² VK) und eines Discountmarktes (max. 1.400 m² VK) **durch EHK abgedeckt.** Aufgrund der Größe der verfügbaren Grundstücksfläche ist zu **prüfen, ob zwei Märkte unter städtebaulichen Gesichtspunkten realisierbar sind.**		Ansiedlung eines Frischemarktes in Ergänzung der Güterbahnhofsplanung **durch EHK abgedeckt**	Kein Nahversorgungsstandort, deshalb Suche nach einem alternativen Standort; **durch EHK nicht abgedeckt.**

Fortsetzung folgt

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte (Fortsetzung)

Lfd. Nr.	9	10	11	12
Standort	**Cappel Cappeler Stiftsallee 72**	**Cappel Cappeler Stiftsallee 72**	**Kernstadt-NW Barbarossastraße/ Waldschlösschen**	**Bökenförde, Rüthener Straße/ Puisterweg**
Kategorie	**Discounter**	**Discounter**	**Vollsortimenter**	**Discounter**
Anfrage	Erweiterung bis max. 1.200 m² VK bzw. zwischenzeitl. 1.400 m² VK	Ansiedlung bis max. 1.000 m² VK	Ansiedlung bis max. 2.800 m² VK, zzgl. Drogeriemarkt	Ansiedlung bis max. 1.000 m² VK
Regionalplan	ASB			Allgemeiner Freiraum
Flächennutzungsplan	SO		W	Landwirtschaftliche Fläche
Bebauungsplan	Nr. 265 SO SB-Markt (Nahversorgungszentrum), Lebensmittelmarkt max. 950 m² VK,. Bäcker/ Metzger etc. max. 300 m² VK		Kein B-Plan (Beurteilungsgrundlage § 34 BauGB)	Kein B-Plan (Beurteilungsgrundlage § 35 BauGB)
Einzelhandelskonzept	Nahversorgungslage		./.	./.
Lage	Wohngebiet		Wohngebiet	Randlage zum Wohngebiet
Einwohner im 700 m-Radius	2.400 EW		4.500 EW	1.300 EW
Städtebauliche Bewertung	wohnungsnaher Versorgungsstandort		Wohnungsnaher Standort, Wettbewerb zu Markant (Am Weinberg) und Nahversorgungsstandort Cappeler Stiftsallee	Aufbau einer wohnungsnahen Versorgung grundsätzlich sinnvoll
Versorgungsbereich	Cappel, Kernstadt-NW ca. 5.000 EW		Kernstadt-NW, Cappel ca. 11.740 EW	Bökenförde 1.490 EW
Fazit	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, B-Plan-Änderung notwendig	Aufgrund geringer Einwohnerzahl ist die wohnungsnahe Versorgung durch Bestand gesichert, Standortrahmenbedingungen nicht optimal.	Standort grds. geeignet für die wohnungsnahe Versorgung, aber hohe Wechselwirkungen zu Markant, Care-Kauf und Elli sowie Güterbahnhof-Planung, negative städtebauliche Auswirkungen gem. vorliegender Auswirkungsanalyse (2011).	Ansiedlung ist nicht mit den landesplanerischen Zielen vereinbar, max. 800 m² VK, jedoch geringe Einwohnerzahl im Versorgungsbereich
Empfehlung	**Erweiterung auf 1.200 m² VK** entspricht der standortbezogenen Versorgungsfunktion. Erweiterung auf 1.400 m² VK überschreitet bezogen auf die zu versorgende Bevölkerung im Verflechtungsbereich die standortbezogene Versorgungsfunktion. Auswirkungen auf die wohnungsnaher Versorgung sind nicht auszuschließen.	keine weitere Ansiedlung; **durch nicht EHK abgedeckt**	Zurzeit keine Ansiedlung sinnvoll, ggf. Optionsfläche oder Ersatzstandort für Verlagerung; **durch EHK nicht abgedeckt**	allenfalls Ansiedlung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes, ggf. Suche nach integrierterem Standort; **durch EHK nicht abgedeckt**

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte (Fortsetzung)

Lfd. Nr.	13	14	15	16
Standort	Esbeck, Merschweg 100	Eickelborn, Alter Postweg 2	Lipperode, Bruchstraße 2	Lipperode, Lippestraße/ Lindenweg
Kategorie	Vollsortimenter	Discounter	Vollsortimenter	Discounter
Anfrage	Erweiterung bis max. 1.700 m² VK	Erweiterung bis max. 1.200 m² VK	Erweiterung bis max. 1.700 m² VK	Ansiedlung bis max. 1.000 m² VK
Regionalplan	ASB			
Flächennutzungsplan	SO gEH-N	M	SO	G
Bebauungsplan	Nr. 286: SO Lebensmittelvollsortimente max. 2.000 m² VK	Nr. 4: MD	Nr. 258: SO gEH LM/ Nahversorgung max. 1.480 m² VK	Nr. 292: GE
Einzelhandelskonzept	Nahversorgungslage		Nahversorgungszentrum	Randlage zu Nahversorgungszentrum
Lage	Ortslage			
Einwohner im 700 m-Radius	1.300 EW	1.500 EW	2.700 EW	1.800 EW
Städtebauliche Bewertung	Eingeführter Nahversorgungsstandort			Ergänzung der Nahversorgung in zentraler Lage von Lipperode
Versorgungsbereich	Esbeck, Dedinghausen, Rixbeck ca. 5.010 EW	Eickelborn, Benninghausen, Lohe ca. 4.050 EW	Lipperode, Rebbecke ca. 4.510 EW	Lipperode (tw), Kernstadt-Nordost (tw) ca. 4.500 EW
Fazit	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, planungsrechtliche Voraussetzung bestehen	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, B-Plan-Änderung notwendig	Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, bestandssichernde Erweiterung sinnvoll, B-Plan-Änderung notwendig	Aufgrund geringer Einwohnerzahl ist wohnungsnahe Versorgung durch Bestand gesichert, Standortrahmenbedingungen nicht optimal
Empfehlung	Erweiterung auf max. 2.000 m² VK durch B-Plan möglich; **durch EHK abgedeckt**	Erweiterung auf max. 1.200 m² VK **durch EHK abgedeckt**	Erweiterung auf max. 1.700 m² VK **durch EHK abgedeckt**	Zurzeit keine Ansiedlung sinnvoll; **durch EHK nicht abgedeckt**

Fortsetzung folgt

Abbildung 70: Planvorhaben in Lippstadt – Lebensmittelmärkte (Fortsetzung)

Lfd. Nr.	17	18	19	20
Standort	Kernstadt-SO Planckstraße 10	Kernstadt-SO Planckstraße 2	Kernstadt-NO Wiedenbrücker Straße 50	Kernstadt-NO Wiedenbrücker Straße
Kategorie	Discounter	Discounter	Discounter	Discounter
Anfrage	Erweiterung bis max. 1.400 m² VK	Erweiterung bis max. 1.200 m² VK	Verlagerung/ Erweiterung bis max. 1.400 m² VK	Verlagerung/ Erweiterung bis max. 1.200 m² VK
Regionalplan	ASB			
Flächennutzungsplan	SO		G	
Bebauungsplan	Nr. 35 SO Verbrauchermarkt/ Discounter/ Großhandelsbetriebe max. 2.700 m² VK	Nr. 35 SO Verbrauchermarkt max. 800 m² VK	Nr. 98 GE	
Einzelhandelskonzept	Ergänzungsstandort für überw. nicht-zentrenrelevanten EH		Nahversorgungslage	
Lage	Städtebaulich nicht-integriert		Randlage Wohngebiet	
Einwohner im 700 m-Radius	2.800 EW		4.800 EW	
Städtebauliche Bewertung	Pkw-orientierter Standort, dient überwiegend nicht der wohnungsnahen Versorgung		wohnungsnaher Versorgungsstandort	
Versorgungsbereich	Ergänzende Versorgungsfunktion für Gesamtstadt, ca. 68.500 EW		Kernstadt-NO, Kernstadt-NW (tw.) ca. 11.000 EW	
Fazit	Ggf. bestandssichernde Weiterentwicklung sinnvoll, Auswirkungsanalyse zur Absicherung Bauleitplanung notwendig		Entspricht der zugewiesenen standortbezogenen Versorgungsfunktion, Ausbau der Nahversorgung sinnvoll, FNP/ B-Plan-Änderung notwendig	
Empfehlung	Aufgrund nicht-integrierter Lage nur Erweiterung zur Bestandssicherung (Schaffung marktüblicher Betriebsgrößen max. 1.200 m² VK je Discounter – insgesamt max. 2.400 m² VK); **Auswirkungsanalyse** zum Nachweis der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit (zentrale Versorgungsbereiche und wohnungsnahe Versorgungsstrukturen)		Erweiterung (auch bei Verlagerung in das nähere Umfeld) zur Bestandssicherung (max. 1.400 m² VK je Discounter – insgesamt max. 2.800 m² VK); **durch EHK abgedeckt**	

Quelle: BBE-Bewertung

12 Lippstädter Sortimentsliste

Die Lippstädter Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel zu überprüfen. Dabei werden folgende Charakterisierungen zu Grunde gelegt:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.

- Dagegen sind als nicht-zentrenrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Im Rahmen des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel

- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2007 bzw. der Konkretisierung aus dem Jahre 2009 wurde bereits eine stadtspezifische Sortimentsliste vorgelegt, die vor dem Hintergrund der landesplanerischen und marktbezogenen Veränderungen zu überprüfen ist.

Für die Bewertung der Innenstadtrelevanz der ausgewählten Sortimente wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Angebotsstruktur nach Standorten
- Bewertung der sortimentsbezogenen Ausstattung in zentralen Versorgungsbereichen
- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Lippstadt.

Unter Berücksichtigung der strukturellen Gegebenheiten und der Marktentwicklung ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz der Sortimente in der Stadt Lippstadt wie folgt zu bewerten:

- Die Nahversorgung wird aufgrund der Einkaufshäufigkeit durch die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel sowie Apothekenwaren sichergestellt. Die strukturprägenden Betriebe mit diesen Sortimenten befinden sich in der Stadt Lippstadt in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen wohnungsnahen Standorten. Sie sind als **zentrenrelevant und gleichzeitig auch als nahversorgungsrelevant** zu bewerten.
- Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) sind die wesentlichen Angebote in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, Bücher/ Zeitschriften, Schreibwaren, Spiel-/ Hobbywaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren Haushaltstextilien, Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik, Computer, Telekommunikation, Foto, Optik und Uhren/ Schmuck sowie Sanitätsartikel konzentriert. Aufgrund der strukturellen Gegebenheiten sind diese Sortimente in der Stadt Lippstadt faktisch als **zentrenrelevant** zu bewerten.
- Die Sortimentsbereiche Blumen, Kunst, Bilder, -Rahmen zeichnen sich durch ein relativ kleinteiliges Sortiment („Handtaschensortiment“) aus, das hinsichtlich des Flächenbedarfs und der Leistungsfähigkeit (Flächenproduktivität) in die zentrale Geschäftslage integrierbar ist. Auch wenn aktuell in der Stadt Lippstadt kein bzw. nur ein geringes Angebot im zentra-

len Versorgungsbereich vorhanden ist, wären diese Sortimentsbereiche für einen attraktiven Branchenmix in der Innenstadt wünschenswert. Aufgrund der Kleinteiligkeit des Sortiments ist auch eine grundsätzliche Entwicklungsfähigkeit im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Lippstadt gegeben, so dass die Kriterien der Zentrenrelevanz erfüllt sind.

- Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und des großen Flächenbedarfs der Artikel sind die Sortimente Bau- und Gartenbedarf (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie Möbel/ Küchen und Elektrogroßgeräte (sog. „weiße Ware“) in der Stadt Lippstadt als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten. Die strukturprägenden Betriebe befinden sich außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Für die Angebotssegmente ist eine Entwicklungsfähigkeit innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten.

- Heimtierzubehör und lebende Tiere sollten in der Stadt Lippstadt als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Die Angebotsstruktur wird in der Stadt Lippstadt vor allem durch einen Fachmarkt an der Erwitter Straße geprägt. Aufgrund des Flächenanspruchs ist eine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Lippstadt zukünftig nicht mehr zu erwarten.

- Die Sortimente Bettwaren und Teppiche werden im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Lippstadt in nur sehr begrenztem Umfang angeboten. Aufgrund der Sperrigkeit der angebotenen Waren ist auch bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten, so dass diese als nicht-zentrenrelevant zu bewerten sind.

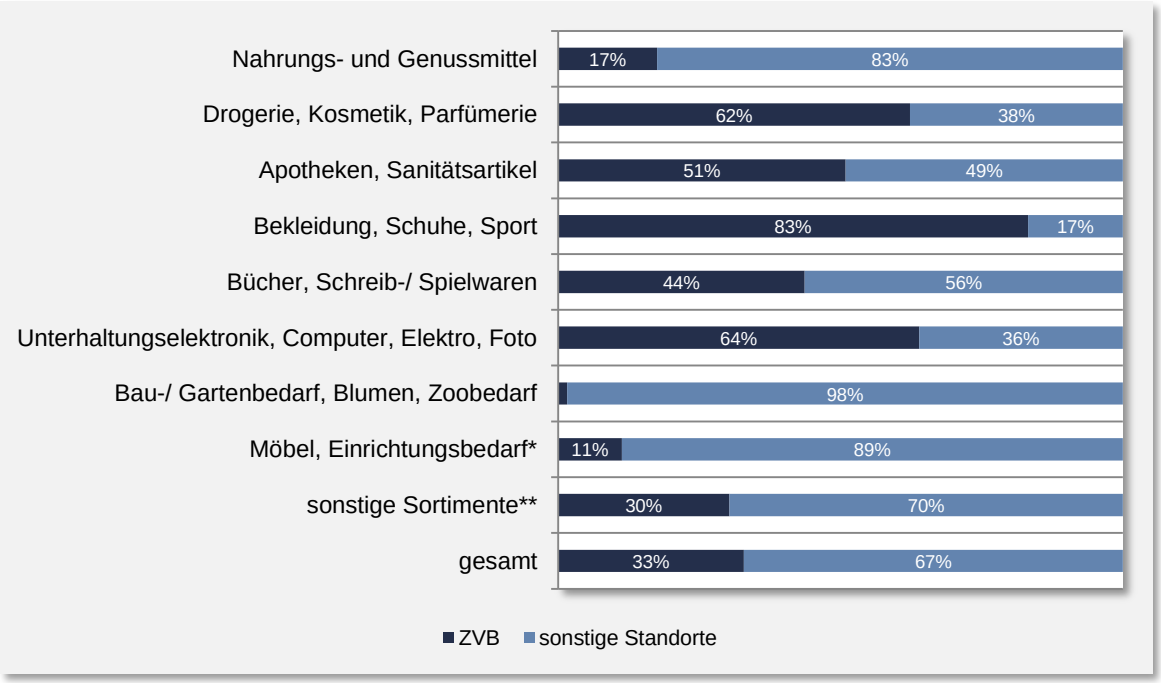
- Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird in der Stadt Lippstadt vor allem durch einen Betrieb außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie als Randsortiment angeboten. In der Innenstadt ist ein Fachanbieter vorhanden. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes Sortiment für die Lippstädter Zentren entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

- Die Angebotsstrukturen für Fahrräder und Zubehör sind in der Stadt Lippstadt durch Betriebe überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche geprägt. Der zunehmende Flächenbedarf und die geringe Flächenproduktivität in diesem Angebotssegment lassen eine Zentrenintegration nicht erwarten. Das Sortiment ist als nicht-zentrenrelevant zu bewerten. Letzteres gilt auch für Campingartikel, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf.

- Die Spezialsortimente Musikalien sowie Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Kindersitze, ohne Spielwaren, Bekleidung) werden in der Stadt Lippstadt überwiegend außerhalb der Innenstadt angeboten. Aufgrund der betriebswirtschaftlichen Aspekte werden sie

sich auch zukünftig nicht als prägende Sortimente für das Lippstädter Zentrum entwickeln. Es wird empfohlen, diese Spezialsortimente als nicht-zentrenrelevant einzustufen, soweit es sich dabei nicht um Angebote aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Warengruppen handelt (z. B. Bekleidung, Spielwaren, Haustextilien, Drogerieartikel).

Abbildung 71: Verkaufsflächenanteil nach Standortbereichen



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
** Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Berechnungen

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird für die Stadt Lippstadt eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Warengruppen in einer Positivliste sowie die nicht-zentrenrelevanten Sortimente in einer Negativliste darstellt. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).[36]

[36] Veränderungen gegenüber der vorherigen Sortimentsliste ergeben sich aus der aktuellen Bewertung der Sortimente Baby- und Kinderartikel (u. a. Kinderwagen, Autositze, ohne Spielwaren, Bekleidung, Hygieneartikel) als nicht-zentrenrelevant.

Abbildung 72: Sortimentsliste der zentren- und nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente der Stadt Lippstadt

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	**Bezeichnung**	**WZ**	**Bezeichnung**
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		**nicht-zentrenrelevante Sortimente**	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche		
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		47.53	Vorhänge, Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte wie Herd, Waschmaschine)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
		47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für dem Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		

Fortsetzung folgt

Definition innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	**Bezeichnung**	**WZ**	**Bezeichnung**
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
aus 47.76.1	Blumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		47.79	Antiquitäten und Gebrauchtwaren
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP, Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel

13 Fazit und abschließende Empfehlungen

Zusammenfassend lässt sich der Handlungsbedarf zur Weiterentwicklung des Mittelzentrums Lippstadt wie folgt darstellen:

- Die Einkaufsstadt Lippstadt ist nachwievor die wichtigste Einkaufsstadt der Region. Zur Sicherung dieser Position besteht unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten die Notwendigkeit zur Weiterentwicklung. Hierbei ist im „Zeitalter des Online-Einkaufs“ weniger die Schaffung von zusätzlicher Verkaufsfläche notwendig, als vielmehr eine abgestimmte Strategie zur Optimierung von Cross-Channel-Angeboten, um die Verbindung von stationärem Einkaufen und E-Commerce für die Kunden attraktiv zu gestalten. Dabei kann vor allem auf die gewachsenen Strukturen und die günstigen Rahmenbedingungen der Innenstadt aufgebaut werden. Daneben ist auch eine Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung notwendig.
- Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird die Vorrangstellung zur Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugewiesen. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass grundsätzlich die Ansiedlung von großflächigen **Betrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches** gelegenen Standorten und ggf. auch von nicht-großflächigen Betrieben (je nach Sortiment/ Standort) durch entsprechende Bauleitplanung **ausgeschlossen** werden soll.
- Der nicht-zentrenrelevante Einzelhandel soll auf die bestehenden **Ergänzungsstandorte Erwitter Straße** konzentriert werden, um Verbundeffekte zwischen den Nutzungen zu ermöglichen und den Flächenverbrauch zu minimieren. Die Bebauungspläne sind an dieses Ziel anzupassen. Für die **Ergänzungsstandorte Am Wasserturm, Am Mondschein und Bökenförder Straße** wird eine bestandssichernde Weiterentwicklung empfohlen. Das Entwicklungsareal **Union-Gelände** könnte im Rahmen eines Gesamtkonzepts auch großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufnehmen, wenn an den entwickelten Ergänzungsstandorten keine geeigneten Flächenpotenziale vorhanden sind.
- Die Weiterentwicklung der **Nahversorgung** soll sich vor allem in den zentralen Versorgungsbereichen sowie den Nahversorgungslagen vollziehen. Darüber hinaus können im Einzelfall Standorte mit Wohngebietsbezug weiterentwickelt werden, die der wohnungsnahen Versorgung dienen und keine städtebaulich negativen Auswirkungen auslösen.

  Angesichts der Vielzahl der nahversorgungsbezogenen Erweiterungsvorhaben sind weitere Vorhaben kritisch hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen zu prüfen, um die bestehenden Nahversorgungsstrukturen nicht zu gefährden.
- Die Möglichkeiten des Internets werden von den örtlichen Akteuren noch nicht ausreichend genutzt. Dies liegt vorwiegend an der fehlenden **Online-Präsenz** individueller Einzelhänd-

ler und an der unzureichenden Verknüpfung von vorhandenem lokalen Angebot und der Informationslandschaft des Internets.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Lippstadt im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes Lippstadt erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenschädlichkeit eines Sortimente bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch wurde der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle eingegangenen Bedenken und Anregungen wurden intensiv geprüft, abgewogen und sind in das vorliegende Konzept eingeflossen (Stand der Änderungen 08.06.2016).

Köln, im Januar/ Juni 2016
BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Corinna Küpper i. V. Jörg Lehnerdt

14 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

14.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Lippstadt zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Lippstadt weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013[37] klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

---

[37] Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe[38] begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

[38] Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 14.2.

14.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.

- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

  Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

  - einen eigenen Eingang,
  - eine eigene Anlieferung und
  - eigene Personalräume haben sowie
  - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften, vgl. OVG Münster, Az. 10 A 1144/11 vom 29. Mai 2013).

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

14.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten

Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet" muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.[39]

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

[39] BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

14.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.[40] In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.
(OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11)

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

---

[40] Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

14.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Lippstadt steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der im zentralen Versorgungsbereich gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

14.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „… ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)[41].

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

14.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur innerhalb der abgegrenzten zentralen

[41] zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Versorgungsbereiche möglich. An den sonstigen Nahversorgungsstandorten (Nahversorgungslagen) soll durch einen aktiven Bestandsschutz die wohnungsnahe Versorgung erhalten werden.

- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.

- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, sofern die Zielsetzung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.

- Um die Innenstadt zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden.

- Für die Ergänzungsstandorte des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sollte eine bestandssichernde Weiterentwicklung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich unterstützt werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).

- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.