

ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

Amt/Eigenbetrieb:

61 Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung

Beteilt:

Betreff:

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hagen

Beratungsfolge:

20.01.2016 Bezirksvertretung Hohenlimburg
20.01.2016 Bezirksvertretung Hagen-Nord
21.01.2016 Bezirksvertretung Haspe
26.01.2016 Bezirksvertretung Hagen-Mitte
02.02.2016 Bezirksvertretung Eilpe/Dahl
16.02.2016 Stadtentwicklungsausschuss
18.02.2016 Rat der Stadt Hagen

Beschlussfassung:

Rat der Stadt Hagen

Beschlussvorschlag:

Der Rat weist nach eingehender Prüfung der öffentlichen und privaten Belange die im Rahmen der öffentlichen Auslegung eingegangenen Anregungen entsprechend der Stellungnahme in der Sitzungsvorlage zurück bzw. entspricht ihnen im Sinne der vorgenannten Stellungnahme.

Der Rat der Stadt Hagen beschließt die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2015 als städtebauliches Entwicklungskonzept zur Steuerung des Hagener Einzelhandels gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.



Kurzfassung

Im Oktober 2011 hat der Rat der Stadt Hagen die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beschlossen. Vor dem Hintergrund veränderter Rahmenbedingungen wurden die Zielvorstellungen des Konzeptes aus 2009 überprüft und an die aktuellen Anforderungen angepasst. Der Entwurf von 2013 wurde in allen Gremien diskutiert. Aufgrund der erforderlichen Beratungsdauer bezüglich aktuell bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen in der Stadt wurde Anfang 2015 eine Aktualisierung der Datenbasis, ein Abgleich mit der neuen Rechtsprechung und Gesetzgebung und eine Anpassung damit verbundener Konzeptaussagen vorgenommen. Darüber hinaus wurden Ergebnisse aus den entsprechenden Bürgerinformationsveranstaltungen in der Aktualisierung des Gutachtens berücksichtigt.

Das aktualisierte Einzelhandelskonzept liegt nun vor.

Begründung

Mit dem im Jahre 2009 beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfügt die Stadt Hagen über eine umfassende Grundlage für die strategische Beurteilung und Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet. Seitdem haben sich zahlreiche Änderungen bei den planungsrechtlichen und marktseitigen Rahmenbedingungen ergeben, sodass die damaligen Ergebnisse als Beurteilungsmaßstab und Planungsgrundlage nur noch bedingt geeignet sind. Folgerichtig hat der Rat der Stadt Hagen am 6.10.2011 die Fortschreibung des Konzeptes beschlossen. In Hagen soll damit die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auf eine zeitgemäße planerische Grundlage gestellt werden, die der dynamischen Entwicklung der vergangenen Jahre gerecht wird. Dabei standen weiterhin die Stärkung der Innenstadt, der Stadtbezirks- und Nahversorgungszentren sowie die Sicherung der wohnortnahmen Grundversorgung der Bevölkerung in allen Stadtteilen im Vordergrund. Darüber hinaus wurden die bestehenden städtebaulichen Leitziele betrachtet und Aussagen, z. B. zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche überprüft.

Ablauf

23.01.2012 Der Stadtentwicklungsausschuss bestätigt die Empfehlung der Verwaltung zur Auftragsvergabe an die CIMA aus Köln.

Die gesamte Konzepterarbeitung wurde vom AK Einzelhandel regelmäßig begleitet und die Inhalte mit den Teilnehmern diskutiert.

Ende 2013 Vorlage des Entwurfes durch Herrn Karutz (Gutachter der CIMA).

12/2013 - 2/2014 Beratung in den politischen Gremien (s. Vorlage Nr. 0046/2013)

- 20.2.2014 Aufgrund einiger abweichender Beschlüsse aus den Bezirksvertretungen und kontroverser Diskussionen zu bedeutsamen Einzelhandelsplanungen (Brandt- Gelände, Nahversorgung auf Emst und Entwicklung der Innenstadt Hohenlimburg) wurde die Verwaltung beauftragt - neben der Einleitung des offiziellen Beteiligungsprozesses der Träger öffentlicher Belange - in den entsprechenden Stadtbezirken Haspe, Mitte und Hohenlimburg Bürgerinformationsveranstaltungen durchzuführen.
- 10.09.2014 Bürgerinformationsveranstaltung zur Entwicklung des Brandt- Geländes in Westerbauer
- 28.10.2014 Bürgerinformationsveranstaltung zur Nahversorgung auf Emst
- 02.12.2014 Bürgerinformationsveranstaltung zur Einzelhandelsentwicklung in Hohenlimburg
- 29.01.2015 Auftrag zur Aktualisierung der Datenbasis und Überarbeitung des Konzeptentwurfes
- April 2015 Vorlage des überarbeiteten Entwurfes zum Einzelhandelskonzept
- 24.06.2015 Fachveranstaltung zur Präsentation der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes - Gesamtstadt.
- 22.06 - 28.08.2015 Öffentliche Auslegung des Konzeptes in den Räumen des Fachbereiches Stadtentwicklung- planung und Bauordnung.
- 30.09.2015 Präsentation des überarbeiteten Konzeptes und der eingegangenen Anregungen im Arbeitskreis Einzelhandel

Maßgebliche Änderungen des aktualisierten Konzeptes zum Entwurf von 2013

Die Inhalte, Ziele und Grundsätze für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Hagen wurden bereits in der Vorlage Nr. 0046/2013 dargestellt und haben weiterhin Bestand.

Im Rahmen der Aktualisierung erfolgte eine aktuelle Bestandserhebung, die z.B. auch die Eröffnung der Rathaus-Galerie und des Sportfachmarktes Decathlon erfasste. Die relevanten Strukturdaten wurden angepasst. Darüber hinaus wurde das Konzept ergänzt durch eine Betrachtung und Bewertung der Angebotsqualitäten und Warenpräsentation in der Innenstadt. Siehe Kapitel 4.5, Seite 39/40.

Unter Berücksichtigung politischer Beschlüsse, der Erkenntnisse aus den Bürgerbeteiligungen, Abstimmungsgesprächen mit dem Fachbereich und der Bewertung durch den Gutachter haben sich folgende Änderungen im Rahmen der Aktualisierung ergeben:

- **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Eilpe**
Die aktuelle Planung zur Verlagerung des ALDI zwischen Eilper Straße und Franzstraße wurde vom Gutachter bewertet und durch eine modifizierte Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches berücksichtigt.
Siehe Anlage 1.
- **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Haspe**
Unter Berücksichtigung des Beschlusses der BV-Haspe ist der Marktplatz nicht mehr im Zentralen Versorgungsbereich enthalten.
Siehe Anlage 2.
- **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Hohenlimburg**
Eine im ersten Entwurf diskutierte Ausweitung des Zentralen Versorgungsbereiches in östlicher Richtung (Langenkampstraße) wird vom Gutachter weiterhin nicht empfohlen. Eine Einschätzung, die sich in der Diskussion mit Bürgern und Politik vor Ort bestätigt hat und vor dem Hintergrund der konkreten Eigentümerabsichten in diesem Bereich keine Bedeutung mehr hat.
- **Standortentscheidung für Nahversorgung auf Emst**
Im Entwurf von 2013 wurde eine Standortentscheidung für den notwendigen Ausbau einer zukunftsähigen Nahversorgung im Stadtteil Emst empfohlen (Variante am Marktplatz oder Haßleyer Straße). Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Bürgerinformationsveranstaltung auf Emst hat sich die BV-Mitte für den Standort an der Haßleyer Straße entschieden. Da für den Gutachter beide Standorte denkbar waren wurde diese Entscheidung vom Gutachter im Konzept nachrichtlich übernommen.
- **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Westerbauer**
Der aktuelle Planungsstand zur Reaktivierung des Brandt-Geländes wurde im Konzept berücksichtigt. Die Beschlusslage zur Einzelhandelsentwicklung an diesem Standort wird vom Gutachter weiterhin kritisch bewertet, jedoch im Konzeptentwurf nachrichtlich vollzogen.
Siehe Anlage 3.
- **Berücksichtigung einer Potenzialfläche in Hohenlimburg für einen Baumarkt**
Aufgrund der zwischenzeitlich erfolgten Schließung des Max-Bahr Baumarktes in Eckesey und der dadurch entstandenen Potenziale in Hagen für dieses Sortimentsangebot wurde ein Standort in Elsey zur möglichen Ansiedlung eines Baumarktes in Hohenlimburg im Entwurf berücksichtigt und markiert.
Siehe Konzept Seite 116.

Öffentliche Auslegung / Behördenbeteiligung

Um das Einzelhandelskonzept in seiner Funktion als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB nutzen zu können, wurde eine

Beteiligung im Sinne einer interkommunalen Abstimmung gemäß Einzelhandelserlass NRW 2008 durchgeführt.

Im Anschluss an die öffentliche Fachveranstaltung vom 24.6.2015, in der die aktualisierte Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes präsentiert und mit den Bürgern und Bürgerinnen diskutiert wurde fand in der Zeit vom 22.06. – 28.08.2015 die Offenlage statt (verlängerte Beteiligungszeit unter Berücksichtigung der Ferienzeiten).

Parallel dazu wurden die Träger öffentlicher Belange beteiligt.

Nach Auswertung der Anregungen aus dem Beteiligungsprozess wurde dem Arbeitskreis Einzelhandel der Entwurf des Konzeptes nochmals vorgestellt. Der Arbeitskreis hat in der Sitzung am 30.09.2015 dem vorliegenden Konzept zugestimmt.

Zusammenfassung der Abwägung der eingegangenen Anregungen und Stellungnahmen

In der o.g. Fachveranstaltung in der SIHK wurde das Einzelhandelskonzept für die Gesamtstadt vorgestellt. Zu dieser öffentlichen Veranstaltung, die in den Räumen der SIHK stattfand, waren die Bürger und Bürgerinnen der Stadt Hagen, der Nachbarstädte, sowie die Vertreter der TÖB eingeladen. Es waren jedoch nur ca. 25 Personen dem Angebot gefolgt. Die Inhalte dieser Veranstaltung können dem beiliegenden Protokoll (s. Anlage 4) entnommen werden.

Im Beteiligungszeitraum der öffentlichen Auslegung und Beteiligung der Träger öffentlicher Belange wurden 11 abwägungsrelevante Anregungen vorgebracht.

Träger öffentlicher Belange	Stellungnahmen Eingang
1. Stadt Gevelsberg	29.07.2015
2. Fa. Kaufland	07.08.2015
3. SIHK	17.08.2015
4. Regionalverband Ruhr	27.08.2015
5. Stadt Wetter	03.09.2015
6. Bezirksregierung Arnsberg	09.09.2015
7. Stadt Dortmund	23.09.2015

Bürger / Bürgerinnen	Stellungnahmen Eingang
8. 1 Bürger, 1 Bürgerin, incl. Unterschriftenliste (47 Unterzeichner)	18.08.2015
9. 1 Bürger, 1 Bürgerin	27.08.2015
10. 1 Bürger, 1 Bürgerin	27.08.2015
11. Anwaltskanzlei	28.08.2015

1.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen der Stadt Gevelsberg, die mit Schreiben vom 21.07.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf die weitere Beteiligung der Stadt Gevelsberg bei Auswirkungen auf ihre Zentralen Versorgungsbereiche im Allgemeinen und insbesondere bezüglich der Einzelhandelsentwicklungen auf dem Brandt-Gelände. Darüber hinaus werden Bedenken zur Nachnutzung der Altstandorte und der Hagener Sortimentsliste geäußert.

Die Definition des „erweiterten Bestandsschutzes“ ist grundsätzlich schwierig, da es hierzu keine eindeutige Rechtsprechung gibt. Da der Begriff in der Tat missverständlich ist, wurde er ersetzt durch die in Ziel 7 des Sachlichen Teilplans verwendeten Formulierung der „geringfügige Erweiterungen“. Soweit die Stadt Gevelsberg von einer solchen Erweiterung betroffen sein sollte, wird eine Beteiligung zugesagt.

Der Anregung wird gefolgt.

Weitere Beteiligungen im Verfahren auf dem Brandt-Gelände werden erbeten. Bezuglich der potenziellen Verkaufsflächen in Westerbauer wurde die Stadt Gevelsberg intensiv beteiligt. Diesbezügliche Änderungen an den Planungen werden auch zukünftig mit der Nachbarstadt abgestimmt. Eine Beteiligung bei möglichen Auswirkungen, die an den Altstandorten entstehen, ist ebenfalls vorgesehen.

Der Anregung wird gefolgt.

Weitere Anregungen folgen zur Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches und den zukünftigen Festsetzungen zum Einzelhandel. Die Ansiedlung eines Gesundheitszentrums ist weiterhin geplant. Im Rahmen der Bauleitplanung sind umfangreiche Festsetzungen zu Einschränkungen, bzw. Ausschluss von Einzelhandel vorgesehen. Die Auswirkungen auf die Stadt Gevelsberg aber auch auf das eigene Zentrum von Haspe sind unbedingt zu berücksichtigen. Gemäß des Ratsbeschlusses der Stadt Hagen sind Verkaufsflächen von maximal 4550m² zulässig, wobei auch der Anteil der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zu berücksichtigen ist. Dies entspricht der Bewertungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung der BBE. Im weiteren Bauleitplanverfahren wird die Stadt Gevelsberg natürlich beteiligt.

Der Anregung wird gefolgt.

Ein genereller Ausschluss von Einzelhandel an den Altstandorten (Kaufpark, Schuhshop) ist nicht vorgesehen. Die Bedingung zur Schließung des Kaufparks zur Zeit der Eröffnung des neuen Betriebes auf dem Brandt-Gelände ist vertraglich gesichert. Die Nachnutzung an den Altstandorten wird beschränkt auf nicht zentrenrelevantes Sortiment. Diese Zielsetzung wurde in den Gesprächen mit der Stadt Gevelsberg auch so kommuniziert.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Der Hinweis zur Sortimentsliste der Stadt Hagen ist wie folgt zu bewerten:
Auch wenn im Zentrum der Stadt Hagen mit dem Elektronikfachmarkt Saturn ein großflächiger Anbieter besteht, gibt es weitere Anbieter dieses Sortiments an Sonderstandorten oder solitären Standorten. Elektrogeräte werden dort als Randsortiment größerer Fachmärkte (Möbelmarkt, Elektronikfachmarkt, Baumarkt) angeboten. Aufgrund der örtlichen Angebotsverteilung (nach Betrieben), der Beschaffenheit des Sortimentes (u.a. Transportfähigkeit) und geringen Magnetfunktion wird dieses Sortiment in Hagen als nicht zentrenrelevant eingestuft. Diese örtliche Spezifizierung entspricht auch dem Regionalen Einzelhandelskonzept und den Konzepten der umliegenden Kommunen.
Im Falle einer Ansiedlung eines großflächigen Elektrofachmarktes wäre im Rahmen der Auswirkungsanalyse auf die Stadt Gevelsberg die Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment bezüglich der Gevelsberger Sortimentsliste zu berücksichtigen.

Die Anregung wird zurückgewiesen. Die Einstufung in der Gevelsberger Sortimentsliste wird jedoch berücksichtigt.

2.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen der Fa. Kaufland, die mit Schreiben vom 03.08.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf die beiden Standorte der Fa. Kaufland in der „Alexanderstraße“ und „Auf dem Lölfert“.

Beide Standorte sind nicht als Zentrale Versorgungsbereiche zu definieren, auch wenn die Sortimentsstruktur u.a. der Nahversorgung dient. Zur Definition eines Zentralen Versorgungsbereiches sind verschiedene Kriterien zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung, ob ein Einzelstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat sich der Gutachter an den Kernaussagen des BVerwG, der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB orientiert. Darüber hinaus wurde die Unterscheidung der Zentralen Versorgungsbereiche zu Sonderstandorten bereits mit der Bezirksregierung Arnsberg im Konzept von 2009 abgestimmt.

Die Anregung wird zurückgewiesen.

Die Empfehlung zur Begrenzung der nah- und zentrenrelevanten Sortimente auf den Bestandsschutz entspricht dem zu berücksichtigenden Ziel 7 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW. Ausnahmsweise können geringfügige Erweiterungen in Betracht kommen, wenn dadurch keine wesentlichen Beeinträchtigungen Zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Den Anregungen wird gefolgt.

3.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen der SIHK. Die mit Schreiben vom 14.08.2015 vorgebracht wurden.

Bei den meisten Anregungen handelt es sich um redaktionelle Anmerkungen. Die Hinweise zu den Bestandserhebungen wurden überprüft und korrigiert. Der ALDI-Markt an der Eppenhauser Straße war jedoch zur Zeit der Bestandserhebung im März 2015 noch ansässig und bleibt somit in der Datenbasis erhalten.

Der kritisierte Satz (S.65) war in der Tat missverständlich, er wurde gestrichen. Die vorgenommenen redaktionellen Korrekturen haben keine Auswirkungen auf das Zahlen- und Datenwerk der Fortschreibung.

Den Anregungen wurde gefolgt.

4.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen des Regionalverbandes Ruhr, die mit Schreiben vom 20.08.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregung bezieht sich auf die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Vorhalle, mit dem Hinweis, dass dieser im nordöstlichen Bereich nicht in einem Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt und somit gegen Ziel 1 des Landesentwicklungsplans NRW verstieße.

Ein ausdrücklicher Hinweis auf die erforderliche Änderung der regionalplanerischen Festsetzung wurde im Text ergänzt.

Der Anregung wurde gefolgt.

Die Forderung nach entsprechender Bauleitplanung zur Reduzierung von nah- und zentrenrelevanten Sortimenten an den falschen Standorten wird in der derzeitigen Planungspraxis Rechnung getragen.

Die Anregung wird berücksichtigt.

5.

Stellungnahme der Stadt Wetter, die mit Schreiben vom 11.06.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf mögliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche von Wetter durch die Planungen des neuen Zentralen Versorgungsbereiches Westerbauer und der Ansiedlungen auf dem Brandt-Gelände. Darüber hinaus wird die notwendige planungsrechtliche Absicherung des Vorhabens gefordert.

Die Verträglichkeit der geplanten Einzelhandelsansiedlungen auf dem Brandt - Gelände wurde bereits durch die Auswirkungsanalyse der BBE (2014) festgestellt. Erforderliche Verträge bezüglich der Nutzungseinschränkungen auf den Altstandorten wurden abgeschlossen. Das Bauleitplanverfahren befindet sich in der Bearbeitung.

Den Anregungen wird gefolgt.

Für Planungen im neuen Zentralen Versorgungsbereich von Vorhalle werden ebenfalls Aussagen zur Verträglichkeit mit den Zentralen Versorgungsbereichen von Wetter gefordert. Eine entsprechende Untersuchung ist im weiteren Planverfahren zu erarbeiten.

Der Anregung wird gefolgt.

6.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen der Bezirksregierung Arnsberg, die mit Schreiben vom 08.09.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf vorgenommene Abgrenzungen Zentraler Versorgungsbereiche, einiger Sonderstandorte und auf einen Grundsatz der Einzelhandelsentwicklung.

Zur Klärung der Anregungen wurden in einem Abstimmungsgespräch mit der Bezirksregierung die Punkte gemeinsam erörtert und entsprechend berücksichtigt. Die Ergebnisse des Abstimmungsgespräches wurden in der Abwägung übernommen.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Bei der Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgte die Orientierung an der abgestimmten Abgrenzung des geltenden Einzelhandelskonzeptes von 2009. Alle Betriebe außerhalb der Abgrenzung sind u.E. eindeutig als Randlagenstandorte einzuordnen. Der Sachverhalt ist auf Seite 75 im Konzept nochmals herausgestellt worden. Bereits im Konzept von 2009 wurde die Zäsur des Bergischen Rings als östliche Grenze des Zentralen Versorgungsbereiches vereinbart, auch um möglichst kompakte Einzelhandelsstrukturen zu schaffen. Dieser Erläuterung konnte die Bezirksregierung folgen.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen

Die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches verläuft parzellenscharf entlang der Grundstücke des EDEKA und ALDI und beinhaltet lediglich die Flächen für die Baukörper und dazu gehörigen Stellplatzanlagen. Somit wurde die geforderte engmaschige Abgrenzung vorgenommen.

Die Anregungen sind bereits berücksichtigt.

Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord

Durch die Einbeziehung der Wohnblöcke im südwestlichen Bereich ist eine im Gespräch befindliche Potenzialfläche einbezogen. Für eine nachhaltige Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches Altenhagen-Nord und die Vermeidung einer Zergliederung dieses Bereiches wurde diese Abgrenzung gewählt. Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind somit auch künftige Entwicklungspotentiale berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Nach dem o.g. Gespräch wird diese Zielsetzung von der Bezirksregierung mitgetragen.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Abgrenzung der Sonderstandorte „Poco“ und „Am Paulshof“

Auf der Seite 105 wird die Abgrenzung der Sonderstandorte erörtert. Die Abgrenzungen weisen auf den erforderlichen Steuerungsbedarf hin und sind kein

Hinweis auf Ansiedlungspotenziale. Der Text wurde nochmals ergänzt, um die Aussage zu verdeutlichen, dass die im Einzelfall großzügige Abgrenzung somit potenzielle Gefährdungslagen aufzeigen soll und die Schaffung von Planungsrecht erforderlich wird.

Der Anregung wurde gefolgt.

Sonderstandort Berlet

Die Umstellung des Planungsrechtes auf die aktuelle Baunutzungsverordnung und eine absichernde Bauleitplanung ist derzeit in der Bearbeitung.

Der Anregung wird gefolgt.

Hinweis:

Die Vertreter der Bezirksregierung brachten grundsätzliche Bedenken vor bezüglich der missverständlichen Darstellung und Beschreibung der Sonderstandorte mit ihren Gefährdungsflächen. Es wurde vereinbart, dieses Kapitel noch einmal zu überarbeiten, um die Aussagen und Empfehlungen zu verdeutlichen. Dieser Vorgabe wurde gefolgt, sodass es zu redaktionellen Ergänzungen kam, die jedoch keine inhaltlich konzeptionellen Änderungen mehr beinhalteten.

Hinweis zum Grundsatz 3

Die Handlungsempfehlung des Grundsatzes wird zurückgenommen auf die Ausführungen des Ziel 7 des Sachlichen Teilplans. Der Begriff des „erweiterten Bestandsschutzes“ ist missverständlich. Der entsprechende Begriff der „geringfügigen Erweiterungen“ wird übernommen. Der Text wurde entsprechend geändert.

Der Anregung wurde gefolgt.

7.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen der Stadt Dortmund, die mit Schreiben vom 17.09.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf eine Ergänzung zum Regionalen Einzelhandelskonzept und der dort vereinbarten Restriktionen bezüglich der Randsortimente.

Eine entsprechende Textergänzung mit Hinweis auf die Kriterien des Regionalen Einzelhandelskonzeptes östliches Ruhrgebiet wurde vorgenommen.

Der Anregung wurde gefolgt.

8.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen zweier Bürger, die mit Schreiben vom 16.08.2015 vorgebracht wurden. Diesem Schreiben ist eine dreiseitige Liste mit 47 Unterschriften anhängig.

Die Anregungen beziehen sich auf den geplanten Standort eines Vollsortimenters auf Emst an der Haßleyer Straße.

Die Darstellung der Verfasser bezüglich des derzeit bestehenden Planungsrechtes ist korrekt. Es handelt sich bei diesem Standort um eine Grünfläche, die umgebende Bebauung ist im Bebauungsplan teilweise als Reines und teilweise als Allgemeines Wohngebiet festgesetzt.

Die Anregungen werden berücksichtigt.

Die im Weiteren dargestellten Konflikte mit der angrenzenden Wohnbebauung, der damit verbundenen Lärm- und Emissionsbelastung und der zu erwartenden Parkraumproblematik wurden seitens der Verwaltung ebenfalls kritisch in der Bürgerversammlung am 28.10.2014 angemerkt und diskutiert.

Der Hinweis auf die bestehenden Einrichtungen zur Fernwärme- und Trinkwasserversorgung wird ebenfalls berücksichtigt und im weiteren Planungsverlauf untersucht.

Den Anregungen wird nicht gefolgt. Sie sind im sich anschließenden Bauleitplanverfahren zu berücksichtigen.

Der vorgesehene Standort an der Haßleyer Straße dient in erster Linie der fußläufig erreichbaren Nahversorgung des Stadtteiles Emst. Aufgrund der Lage kann ein Einzelhandelsbetrieb jedoch auch den Autokunden benachbarter Ortsteile mitversorgen.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Im aktuellen Verfahren ist zu berücksichtigen, dass das Beteiligungsverfahren mit der Offenlage, der Bürgerinformationsveranstaltung, der Präsentation für die Gesamtstadt im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen durchgeführt wurde. Für Emst steht derzeit nur die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches und der Standort zur Diskussion. Alle Anregungen aus dem vorliegenden Schreiben beziehen sich auf Kriterien, die erst im Rahmen eines weiteren Bauleitplanverfahrens geprüft und bewertet werden können. Der Stadtentwicklungsausschuss hat den Standort an der Haßleyer Straße beschlossen unter Abwägung der vorhandenen Untersuchungen und örtlichen Kriterien. Dies erfolgte auch unter Berücksichtigung der Diskussion in der o.g. Bürgerversammlung.

Der Verfasser wurde auf die Beteiligungsmöglichkeiten in weiteren Planungsverfahren hingewiesen.

Den Anregungen wird nicht gefolgt.

9.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen zweier Bürger, die per Mail und Schreiben vom 27.08.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf den geplanten Standort eines Vollsortimenters auf Emst an der Haßleyer Straße.

Die Frage des Bedarfes eines erweiterten Nahversorgungsangebotes wurde in der Bürgerversammlung am 28.10.2014 diskutiert und von den Anwesenden unterschiedlich bewertet. Die anschließende Untersuchung /Befragung des Institutes InWIS hat eine entsprechende Nachfrage attestiert. Der Hinweis, dass es sich bei den Meinungsäußerungen nicht um eine repräsentative Umfrage handelt, ist nachzuvollziehen. Bezüglich dieses Themas hat es jedoch seit geraumer Zeit verschiedene Mitwirkungsmöglichkeiten gegeben.

Als Grundlage des Beschlusses der Bezirksvertretung Mitte sowie des Stadtentwicklungsausschusses für den Standort an der Haßleyer Straße dienten jedoch noch weitere Kriterien, die es zu berücksichtigen galt. Die Ansiedlung eines entsprechenden Angebotes auf Emst ist auch nach Ansicht des Gutachters erforderlich, um langfristig eine ausreichende Nahversorgung in dem Stadtteil zu sichern. Auch wenn derzeit die meisten Kunden noch das Auto zum Einkaufen nutzen, ist der demographische Wandel und damit auch das Ziel einer fußläufige Erreichbarkeit bei einer zukunftsfähigen Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Bezüglich der geplanten Bebauung der Grünfläche an der Haßleyer Straße ist auf die umfangreichen Grünflächen im Stadtteil Emst hinzuweisen. Insbesondere der zentrale Fritz-Steinhoff-Park verfügt über drei Spielplätze und einen Bolzplatz.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Im aktuellen Verfahren ist zu berücksichtigen, dass das Beteiligungsverfahren mit der Offenlage, der Bürgerinformationsveranstaltung, der Präsentation für die Gesamtstadt im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen durchgeführt wurde. Für Emst steht derzeit nur die Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches und der Standort zur Diskussion. Alle Anregungen aus dem vorliegenden Schreiben beziehen sich auf Kriterien, die erst im Rahmen eines weiteren Bauleitplanverfahrens geprüft und bewertet werden können. Der Stadtentwicklungsausschuss hat den Standort an der Haßleyer Straße beschlossen unter Abwägung der vorhandenen Untersuchungen und örtlichen Kriterien. Dies erfolgte auch unter Berücksichtigung der Diskussion in der o.g. Bürgerversammlung.

10.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen zweier Bürger, die per Mail vom 27.08 2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf den geplanten Standort eines Vollsortimenters auf Emst an der Haßleyer Straße.

Die Verfasser plädieren für den Erhalt des Bolzplatzes und der Freifläche an der Haßleyer Straße. Da die Pferdewiese einer Bebauung zugeführt werden soll, sollte die Ansiedlung eines Nahversorgers an diesem Standort integriert werden.

Der Standort am Marktplatz wurde vom Gutachter zwar favorisiert, der beschlossene Standort jedoch auch mitgetragen und aufgrund der Beschlusslage nachrichtlich übernommen.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

11.

Stellungnahme der Stadt Hagen zu den Anregungen Kanzlei Dahmen, Stryczek & Partner, die per Fax vom 28.08.2015 vorgebracht wurden.

Die Anregungen beziehen sich auf einen Discounterstandort an der Preußenstraße und das Schwenke Zentrum.

Auf der Seite 75 des Konzeptes sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter an der Elberfelder Straße benannt und somit nur der LIDL im Schwenke-Zentrum aufgeführt. Die im Schreiben genannten weiteren Anbieter des Schwenke-Zentrums sind sehr wohl in der Bestandsanalyse der Gesamtstadt erfasst. Die Behauptung, dass diese nicht erhoben und in der konzeptionellen Beurteilung nicht berücksichtigt wurden, ist somit falsch.

Die Anregung wird zurück gewiesen.

Der empfohlene Ausschluss weiteren Einzelhandels am Standort Preußenstraße, um die Gefahr einer Agglomeration auszuschließen, berücksichtigt die Vorgaben der Landesplanung. Ziel 8 beschreibt die „Vermeidung von Agglomerationen“. Dabei haben die Gemeinden dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Dies kann sich auch durch eine Agglomeration von Betrieben unterhalb der Großflächigkeit entwickeln. Der in Ziel 8 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel formulierte Steuerungsauftrag ist eindeutig. Das Einzelhandelskonzept hat das Gefährdungspotenzial durch etablierte Einzelhandelsagglomeration an der Preußenstraße identifiziert. Das fortgeschriebene Einzelhandelskonzept enthält folgerichtig Maßnahmenempfehlungen zur Eindämmung und Verhinderung solcher Fehlentwicklungen und bestätigt somit auch diese Forderung aus dem bestehenden Konzept von 2009.

Der Hinweis, dass eine Agglomeration nicht möglich ist, weil sämtliche baulich zur Verfügung stehenden Flächen bereits bebaut sind ist nicht nachvollziehbar, da im Jahre 2012 noch Bauanfragen für die Ansiedlung von Einzelhandelsfachmärkten für Tierbedarf und Matratzen gestellt wurden.

Der Anregung wird nicht gefolgt.

Der ALDI in der Vollbrinkstraße ist bereits geschlossen. Dieser Hinweis ist richtig. Das Ziel der Stärkung der Zentralen Versorgungsbereiche bleibt allerdings vorrangig, um ein zukunftsfähiges Einzelhandelsangebot zu gewährleisten. Dieses Ziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes soll durch Bauleitplanung entsprechend gesetzt werden.

Die Anregung wird zurückgewiesen.

Fazit

Der Einzelhandel – gemessen am Umsatz – ist der drittgrößte Wirtschaftszweig und übernimmt daher für den Bestand und die Entwicklung der Städte eine besondere Bedeutung.

Die vorliegende Untersuchung soll Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung in der Stadt Hagen unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sollen die städtebaulichen Zielvorstellungen, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, die Sicherung und Weiterentwicklung einer ausreichenden Grundversorgungssituation mit einem funktionierenden Nahversorgungsnetz aber auch die Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels auf bestehende Standorte zur Eindämmung einer zunehmenden Flächeninanspruchnahme in Gewerbegebieten durch den Einzelhandel und die Vermeidung von zusätzlich durch Einzelhandel induzierten Verkehr, Bestandteil einer nachhaltigen Einzelhandelspolitik sein.

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte – als städtebauliche Konzepte i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB – stellen für Städte und Gemeinden eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsvorhaben dar.

Das Konzept dient dabei sowohl als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Planvorhaben als auch dem Aufzeigen möglicher Entwicklungsperspektiven und erforderlicher (insbesondere baurechtlicher) Handlungsnotwendigkeiten. Der Stadtverwaltung und Politik soll es mit Hilfe der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes erleichtert werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen in der Stadt einschätzen zu können.

Hinweis:

Das gesamte Einzelhandelskonzept umfasst 175 Seiten. Aufgrund der Karten, die im Konzept Sachverhalte verdeutlichen, wäre ein Farbdruck notwendig. Da ein derartiger Farbausdruck für alle Mitglieder /-innen der politischen Gremien mit enormen Kosten verbunden wäre, wird das Einzelhandelskonzept aus Kostengründen nicht mit der ansonsten üblichen Anzahl an Druckexemplaren zur Verfügung gestellt.

Wie bereits zur Beratung des Konzeptentwurfes von 2013 wird stattdessen in den Fraktionen und Bezirksvertretungen mindestens ein ausgedrucktes Exemplar zur Verfügung gestellt. Damit besteht die Möglichkeit, dort Einblick zu nehmen.

Darüber hinaus steht das vollständige Konzept im Ratsinformationssystem und auf der Internetseite der Stadt Hagen digital zur Verfügung. Falls kein Zugriff auf diese Systeme gegeben ist, kann auf Nachfrage das Konzept per Mail zur Verfügung gestellt werden.

Anlage 1: ZVB Eilpe

Anlage 2: ZVB Haspe

Anlage 3: ZVB Westerbauer

Anlage 4: Protokoll der Fachveranstaltung am 24.06.2015

Finanzielle Auswirkungen

(Bitte ankreuzen und Teile, die nicht benötigt werden löschen.)

Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen

Rechtscharakter

Beschluss RAT

gez.

Eric O. Schulz
Oberbürgermeister

gez.

Thomas Grothe
Technischer Beigeordneter

Verfügung / Unterschriften

Veröffentlichung

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich

Oberbürgermeister

Gesehen:

Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer

Stadtsyndikus

Beigeordneter/r Die Betriebsleitung Gegenzeichen:

Amt/Eigenbetrieb:

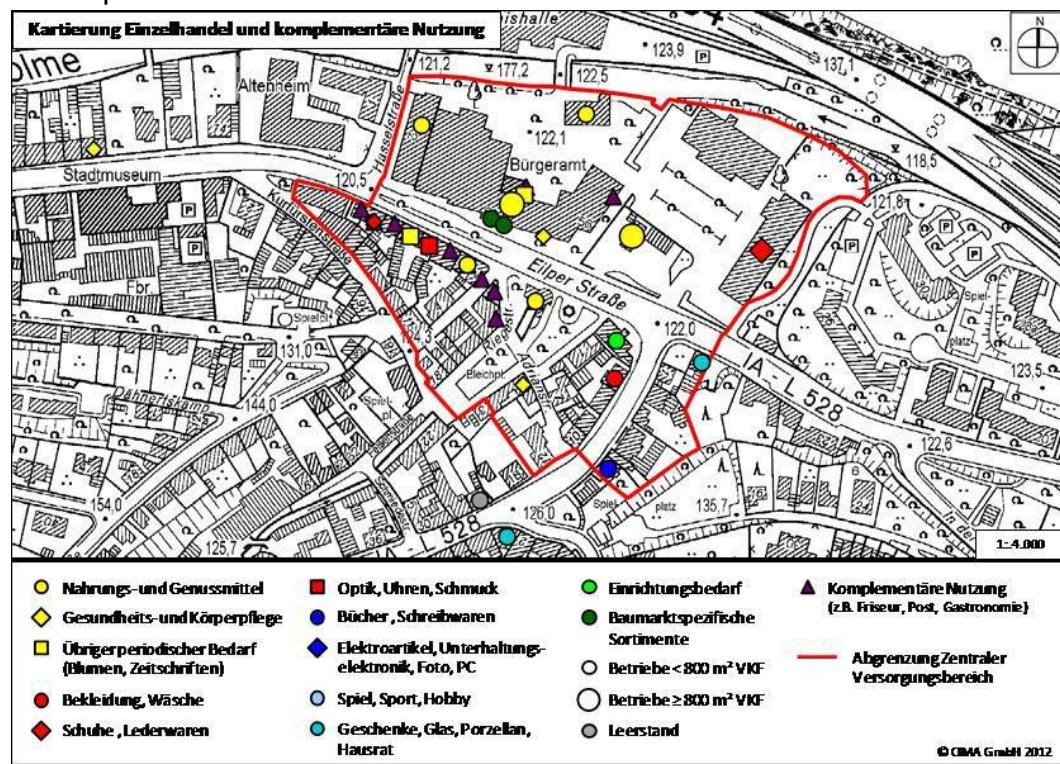
Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:

Amt/Eigenbetrieb: **Anzahl:**

Anlage 1

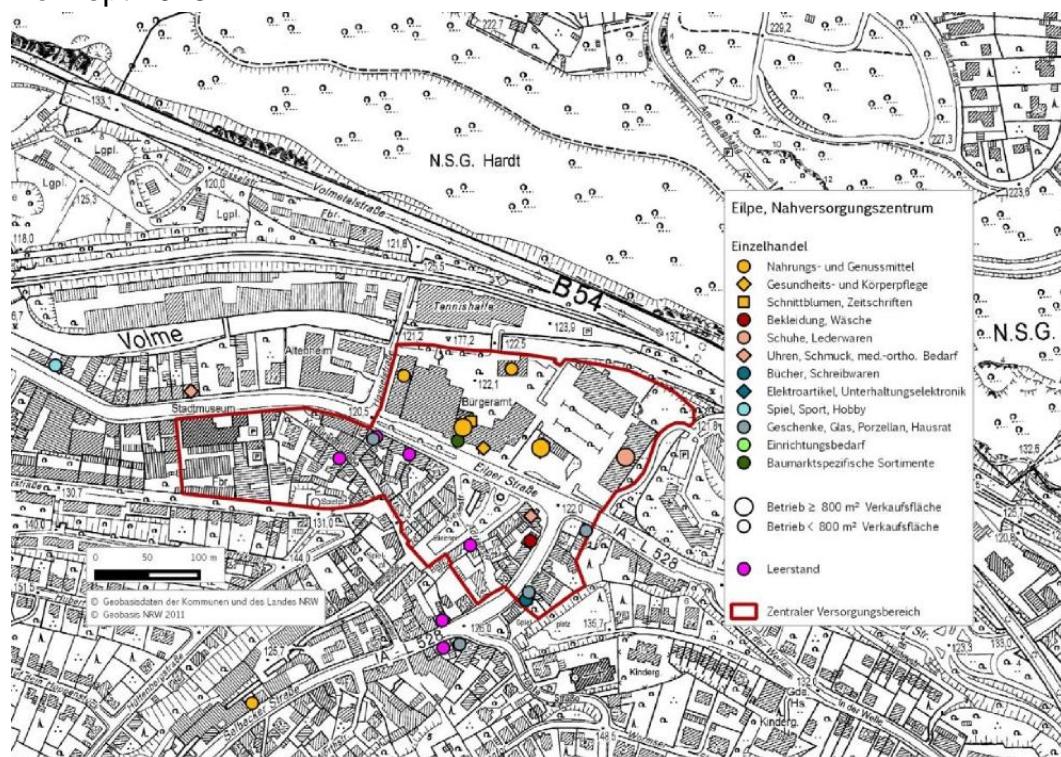
Zentraler Versorgungsbereich Eilpe

Konzept 2013



Quelle : CIMA 2012

Konzept 2015

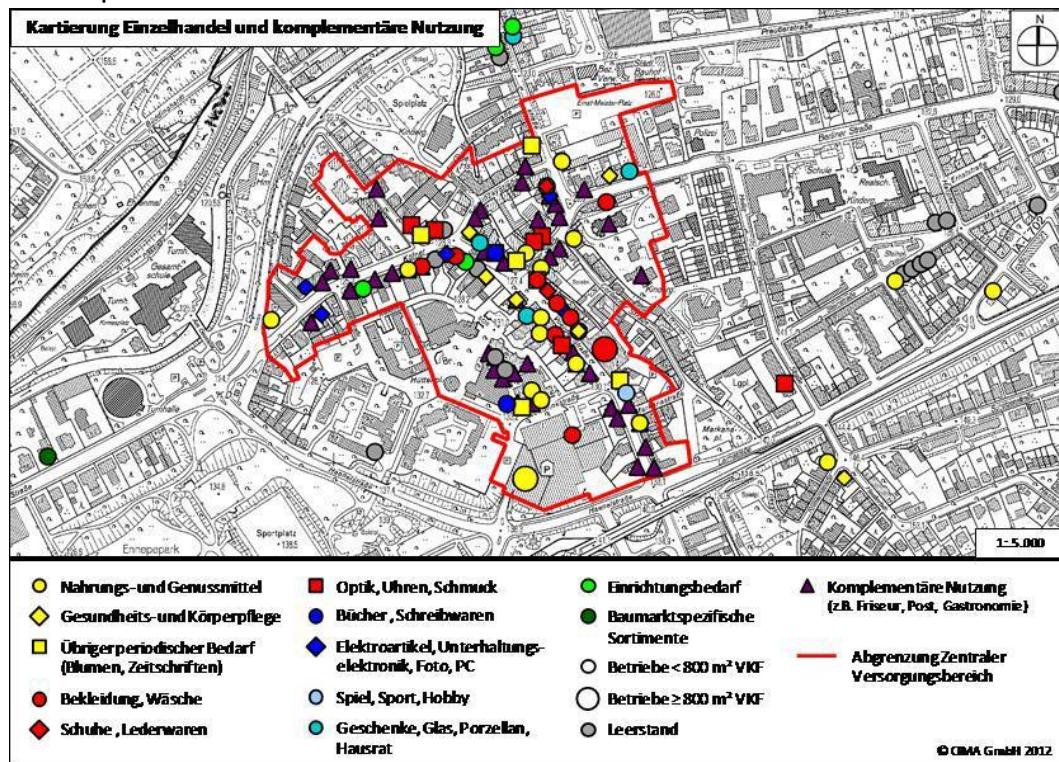


Quelle: CIMA 2015

Anlage 2

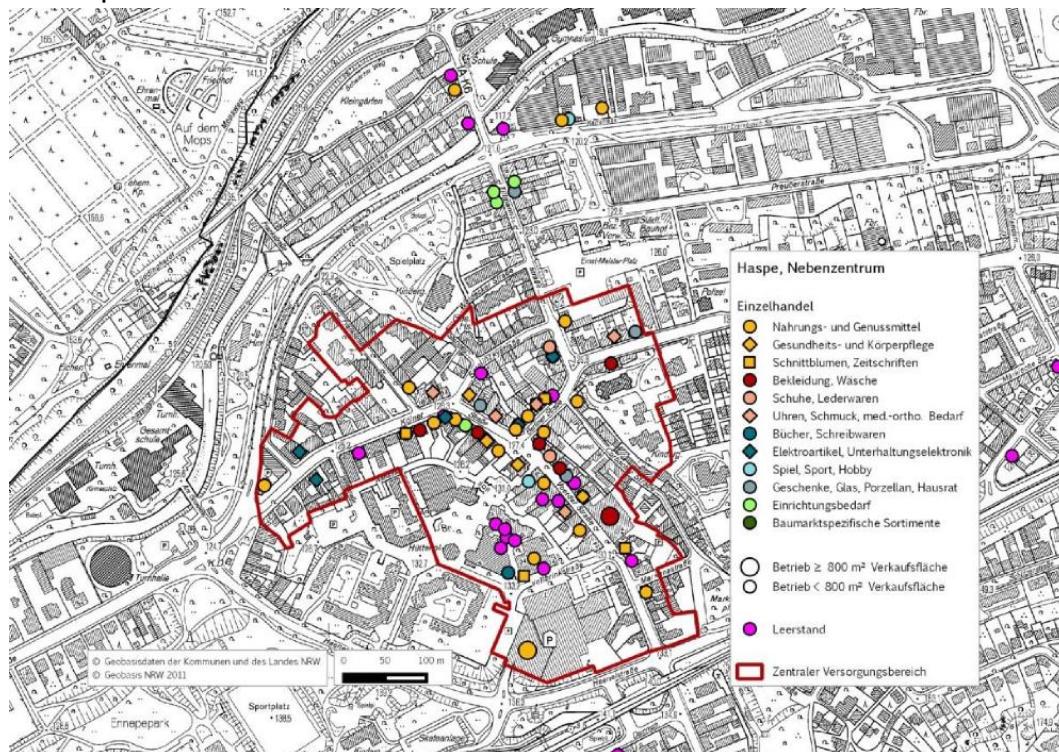
Zentraler Versorgungsbereich Haspe

Konzept 2013



Quelle : CIMA 2012

Konzept 2015

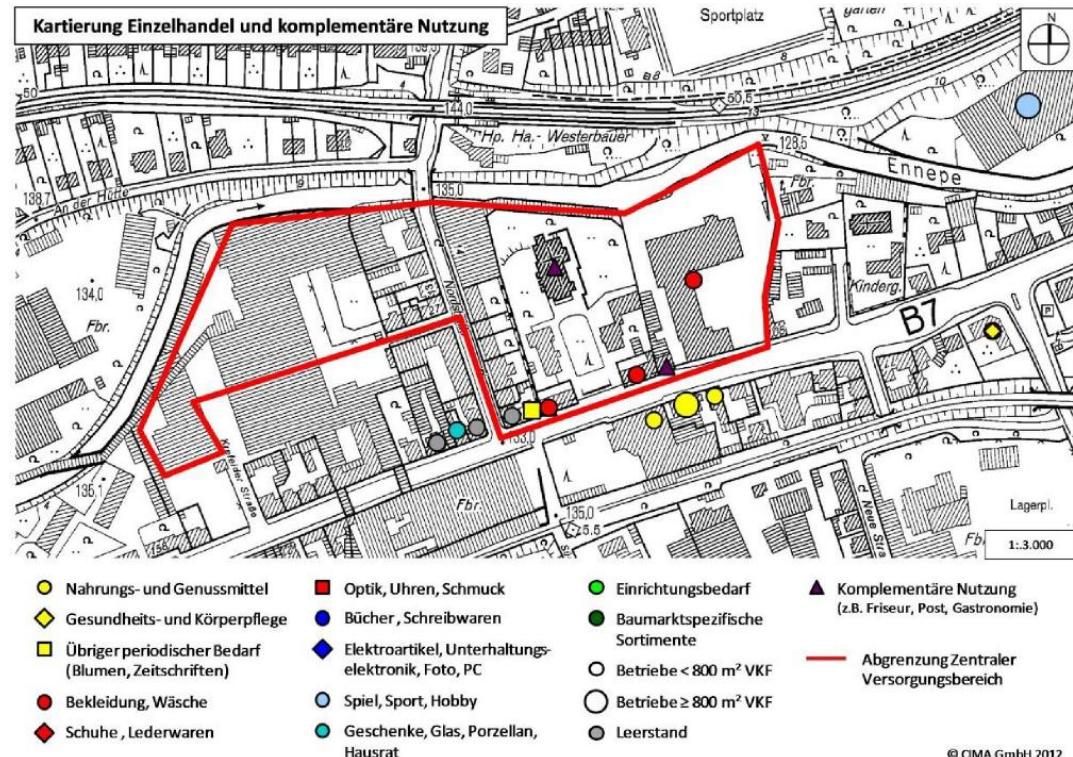


Quelle: CIMA 2015

Anlage 3

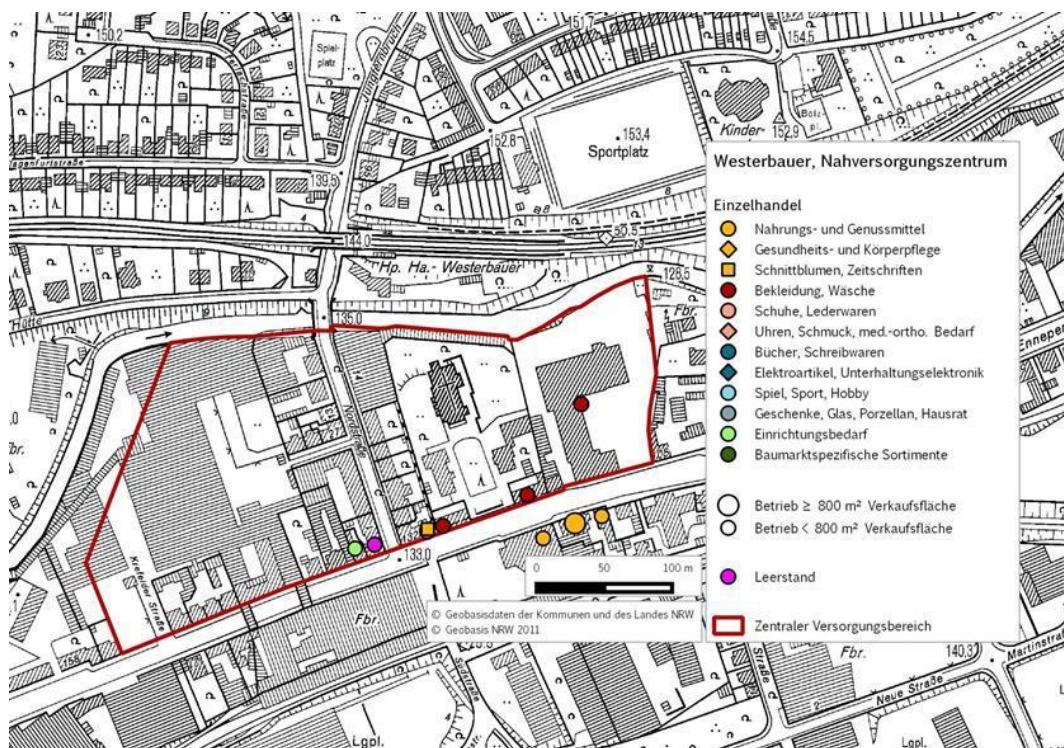
Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer

Konzept 2013



Quelle : CIMA 2012

Konzept 2015



Quelle: CIMA 2015

Hagen, den 25.6.15

Bürgerinformationsveranstaltung zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen

Protokoll

Datum: 24.6.2015
Ort: Sitzungssaal der SIHK Hagen
Beginn: 19.10h
Ende: 20.55h

Anwesende
der Verwaltung: Frau Hammerschmidt, FB 61
Herr Bleja, FB 61
Frau Jacobs, FB 61
Referenten: Frau Erben, SIHK
Frau Brühmann, EHV
Herr Karutz, CIMA Köln
Bürger: ca. 25

Als Gastgeberin begrüßt **Frau Erben** die Anwesenden und übergibt Frau Hammerschmidt das Wort, die die Moderation des Abends übernimmt.

Nach der Begrüßung erläutert **Frau Hammerschmidt** den Ablauf der Veranstaltung und stellt die Mitarbeiter der Verwaltung, die Vertreterin des EHV und den Gutachter Herrn Karutz vor.

Frau Brühmann beschreibt in einem kurzen Statement die Bedeutung der Einzelhandelssteuerung für die städtebauliche Entwicklung.

Anschließend unterstreicht auch **Frau Erben** die Notwendigkeit eines Konzeptes zur Steuerung des Einzelhandels an die richtigen Standorte, um auch die notwendige Investitionssicherheit für die Betriebe zu gewährleisten. Das vorliegende Konzept gibt Richtlinien aber auch ausreichenden Spielraum für Einzelhandelsentwicklungen vor und sollte in Zukunft durch Verwaltung und Politik konsequent umgesetzt werden.

Herr Karutz beginnt seine Präsentation des aktuellen Konzeptes mit dem Hinweis auf den langen Bearbeitungsprozess, der durch einen erhöhten Beratungsbedarf für verschiedene Planungsvorhaben begründet war. In Bürgerinformationsveranstaltungen im vergangenen Jahr wurden kontroverse Themen mit allen Beteiligten diskutiert und die Ergebnisse im vorliegenden Konzeptentwurf berücksichtigt. Darüber hinaus war eine Anpassung der aktuellen Datenlage und der geänderten Rechtslage erforderlich. Er erläutert die gesamtstädtischen Marktdaten, beschreibt die Einzelhandelsstrukturen in den einzelnen Stadtbezirken und die Nahversorgungsstrukturen in Hagen. Anschließend stellt er die Zentralen Versorgungsbereiche vor und erläutert die Grundlagen für deren Abgrenzung. Die Sonderstandorte werden anhand von 2 Beispielen exemplarisch benannt. Diesbezüglich macht Herr Karutz auf das überdurchschnittliche Verhältnis der Sonderstandorte zu den integrierten Einzelhandelslagen

aufmerksam. Hagen verfügt über 18 Sonderstandorte, die fast 44 % der Gesamtverkaufsfläche ausmachen und in denen ein Umsatzanteil von über 30 % generiert wird. Die zukünftige Steuerung des Einzelhandels sollte unbedingt restriktiv bezüglich neuer Sonderstandorte erfolgen. Der Vorrang der Zentralen Versorgungsbereiche sollte absolute Priorität haben. Letztendlich werden die Hagener Sortimentsliste und die Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung vorgestellt.

Frau Hammerschmidt verweist auf die derzeitige Offenlage, in der bis zum 28.8.2015 Anregungen eingebracht werden können. Die Mitarbeiter der Verwaltung stehen für Fragen zur Verfügung. Das Konzept ist im Internet abrufbar.

Frau Hammerschmidt eröffnet die Diskussion.

Ein Bewohner aus Emst, der unmittelbar von der geplanten Ansiedlung eines Vollsortimenters an der Haßleyer Straße betroffen wäre, äußert sich kritisch zu diesem Vorhaben und beschreibt die für die Anwohner unzumutbare Situation. Es handelt sich um ein reines Wohngebiet und er informiert darüber, dass die Anwohner auf jeden Fall beabsichtigen, gegen den erforderlichen Bebauungsplan zu klagen.

Frau Hammerschmidt erläutert die rechtlichen Möglichkeiten der Bürger gegen einen Bebauungsplan vorzugehen und Einfluss im Rahmen der Beteiligung auszuüben.

Herr Bleja erinnert noch mal an die Bürgerversammlung in Emst. Der Bedarf nach Einzelhandelserweiterung wurde durch die Bürgerbefragung eines Institutes der Bochumer Universität bestätigt. Alternative Standorte wurden diskutiert, wobei die Verwaltung den Marktplatz favorisiert hat. Die Bezirksvertretung Mitte und der Stadtentwicklungsausschuss haben sich einstimmig für den Standort an der Haßleyer Straße entscheiden. Die Verwaltung hat nun die Aufgabe, Planungsrecht zu schaffen.

Ein Vertreter der Werbegemeinschaft Hohenlimburg bittet Herrn Karutz um eine Einschätzung bezüglich der geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Bereich des Gotenweges. **Herr Karutz** spricht sich eindeutig gegen eine solche Ansiedlung aus. Die Attraktivität dieses Standortes würde dadurch erhöht, was den Negativtrend der Hohenlimburger City weiter beschleunigen würde. Jede weitere Konkurrenz zur City sollte unbedingt vermieden werden. Er plädiert anhand dieses Beispiels nochmals für eine grundsätzlich konsequente Umsetzung des Konzeptes, um lebenswerte Stadtteile zu erhalten bzw. zu schaffen. Auch wenn im Einzelfall Kompromisse erforderlich sind, müssten diese mit der Zielsetzung des Konzeptes vereinbar sein. Viele kleine Ausnahmen führen in der Gesamtauswirkung zu maßgeblichen Problemen.

Frau Hammerschmidt unterstreicht ebenfalls, dass die Verwaltung die Entwicklung der Gesamtstadt berücksichtigen muss. Investorenwünsche können nicht immer vollständig umgesetzt werden. Sie signalisiert, dass die Vertreter der Verwaltung sich mit „breiten Schultern“ für eine konsequente Umsetzung des Konzeptes einsetzen werden.

Sie verweist noch einmal auf die Beteiligungsmöglichkeiten der Bürger und Bürgerinnen im laufenden Verfahren und bittet um eine rege Beteiligung.

Sie bedankt sich bei den Anwesenden für ihre Teilnahme und schließt die Veranstaltung.

cima.

- Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt HAGEN

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)



Köln, Dezember 2015

CIMA Beratung + Management GmbH
Eupener Straße 150 50933 Köln
T 0221-93 729 620
F 0221-93 729 621
cima.koeln@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung
Marketing
Regionalwirtschaft
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Citymanagement
Immobilien
Organisationsberatung
Kultur
Tourismus

Nutzungs- und Urheberrechte

Der Auftraggeber kann den vorliegenden Projektbericht innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Der Bericht fällt unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches durch andere als den Auftraggeber auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH, Köln.

Inhalt

1 Auftrag	10	4.6 Einzelhandelsstrukturen in den Hagener Stadtbezirken	42
2 Einzelhandelsstandort Hagen – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	12	4.6.1 Stadtbezirk Hagen-Nord	44
2.1 Makrostandort Hagen – Zentralörtliche Bedeutung	12	4.6.2 Stadtbezirk Hagen-Mitte	45
2.2 Sozioökonomische Strukturdaten	14	4.6.3 Stadtbezirk Hagen-Haspe	46
3 Marktgebiet und Marktpotenziale	16	4.6.4 Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg	47
3.1 Marktgebiet der Stadt Hagen	16	4.6.5 Stadtbezirk Hagen-Süd (Eilpe / Dahl)	48
3.2 Marktpotenziale des Einzelhandels in der Stadt Hagen	18	5 Nahversorgungssituation in Hagen	49
4 Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Hagen	22	5.1 Nahversorgungsstrukturen im Hagener Stadtgebiet	49
4.1 Einzelhandelsstrukturen im Stadtgebiet	22	5.2 Nahversorgung in den Hagener Stadtbezirken	53
4.2 Einzelhandelszentralität in Hagen	25	5.3 Nahversorgung in den Hagener Stadtteilen	56
4.3 Kaufkraftstromanalyse des Hagener Einzelhandels	29	5.3.1 Nahversorgungssituation in Hagen-Vorhalle (Stadtbezirk Hagen-Nord)	56
4.3.1 Warengruppenspezifische Kaufkraftzuflüsse nach Hagen	30	5.3.2 Nahversorgungssituation in Hagen-Boele (Stadtbezirk Hagen-Nord)	57
4.3.2 Warengruppenspezifische Kaufkraftabflüsse aus Hagen	31	5.3.3 Nahversorgungssituation in Hagen-Altenhagen (Stadtbezirk Hagen-Mitte)	58
4.4 Zusammenfassung der gesamtstädtischen Strukturdaten zum Hagener Einzelhandel	33	5.3.4 Nahversorgungssituation in Hagen-Hochschulviertel (Stadtbezirk Mitte)	59
4.5 Einzelhandelsstrukturen in der Hagener Innenstadt	34	5.3.5 Nahversorgungssituation in Hagen-Mittelstadt (Stadtbezirk Mitte)	61
		5.3.6 Nahversorgungssituation in Hagen-Ernst (Stadtbezirk Mitte)	62
		5.3.7 Nahversorgungssituation in Hagen-Wehringhausen (Stadtbezirk Mitte)	63

5.3.8 Nahversorgungssituation in Hagen-Lennetal (Stadtbezirk Hohenlimburg)	64	6.2.7 Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum)	87
5.3.9 Nahversorgungssituation in Hagen-Hohenlimburg (Stadtbezirk Hohenlimburg)	65	6.2.8 Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord (Nahversorgungszentrum)	89
5.3.10 Nahversorgungssituation in Hagen-Haspe-West (Stadtbezirk Haspe)	66	6.2.9 Zentraler Versorgungsbereich Emst (Nahversorgungszentrum)	91
5.3.11 Nahversorgungssituation in Hagen-Haspe-Ost (Stadtbezirk Haspe)	67	6.2.10 Zentraler Versorgungsbereich Elsey (Nahversorgungszentrum)	93
5.3.12 Nahversorgungssituation in Hagen-Eilpe (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)	68	6.2.11 Zentraler Versorgungsbereich Helfe (Nahversorgungszentrum)	95
5.3.13 Nahversorgungssituation in Hagen-Dahl (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)	69	6.2.12 Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle (Nahversorgungszentrum)	97
6 Zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche und relevanter Ergänzungsstandorte	70	6.2.13 Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen (Nahversorgungszentrum)	99
6.1 Zur Hierarchie und Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Hagen	70	6.2.14 Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer (Nahversorgungszentrum)	101
6.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte im Überblick	70	6.3 Sonderstandorte	104
6.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Hagen	73	6.3.1 Sonderstandort Im Mühlenwert	106
6.2.1 Zur Hierarchie der Zentralen Versorgungsbereiche in Hagen	73	6.3.2 Sonderstandort MÖBELPIRATEN (ehemals MAXXIPOLSTER)	106
6.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)	74	6.3.3 Sonderstandort B1 DISCOUNT BAUMARKT	107
6.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Boele (Nebenzentrum)	77	6.3.4 Sonderstandort PODI	107
6.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Eilpe (Nebenzentrum)	80	6.3.5 Sonderstandort KAUFLAND (Alexanderstraße)	108
6.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Haspe-Zentrum (Nebenzentrum)	82	6.3.6 Sonderstandort Eckeseyer Straße	109
6.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg (Nebenzentrum)	85	6.3.7 Sonderstandort Pettenkofer Straße	110
		6.3.8 Sonderstandort POCO (Am Ringofen)	111
		6.3.9 Sonderstandort Becheltestraße	111
		6.3.10 Sonderstandort REAL (Kabeler Straße)	113
		6.3.11 Sonderstandort Schwerter Straße	114
		6.3.12 Sonderstandort MÖBEL BOSS (Feldmühlenstraße)	115
		6.3.13 Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Lölfert)	116

6.3.14 Sonderstandort BERLET	117	9.5 Zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche	148
6.3.15 Sonderstandort GARTENCENTER AUGSBURG (Verbandsstraße)	119	9.5.1 Zur Definition Zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung	148
6.3.16 Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch)	120	9.5.2 Bewertung der Auswirkungen auf „Zentrale Versorgungsbereiche“	155
6.4 „Gefährzungsbereiche“ rund um vorhandene Sonderstandorte	121	9.6 Zur rechtlichen Einordnung von kommunalen Einzelhandelskonzepten in Nordrhein-Westfalen: Landesplanung und Einzelhandelssteuerung	158
7 Hagener Sortimentsliste	125	9.6.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen	158
7.1 Vorbemerkung	125	9.6.2 Ziele und Grundsätze des „Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW -	159
7.2 Zur Ableitung der Hagener Sortimentsliste	126	9.6.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte	164
8 Zentrenkonzept Hagen	135	9.7 Dokumentation der Kartierung der ergänzenden Nut- zungen in den Zentralen Versorgungsbereichen im Jahr 2012	168
8.1 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Hagen	136		
8.2 Schlussfolgerungen für die Praxis der Bauleitplanung	138		
8.3 Zusammenfassung Zentrenkonzept Hagen	139		
9 Anhang	141		
9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	141		
9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	142		
9.3 Abgrenzung von Betriebstypen	144		
9.4 Methodische Hinweise und Definitionen zum cima City- Qualitäts-Check	145		

Abbildungen

Abb. 1: Makrostandort Hagen	13	Abb. 18: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes: Innenstadt Hagen – Übriges Stadtgebiet	36
Abb. 2: Sozioökonomische Strukturdaten der Stadt Hagen	14	Abb. 19: Warengruppenspezifische Umsatzverteilung des Einzelhandels: Innenstadt Hagen – übriges Stadtgebiet	37
Abb. 3: Touristische Strukturdaten der Stadt Hagen	15	Abb. 20: Leerstände in der Hagener Innenstadt	38
Abb. 4: Engerer Verflechtungsbereich des Oberzentrums Hagen	17	Abb. 21: cima City Qualitäts-Check: Zielgruppen- und Qualitätsorientierung in der Innenstadt von Hagen	39
Abb. 5: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Hagen (in Mio. €)	18	Abb. 22: cima City Qualitäts-Check: Warenpräsentation und Ladengestaltung in der Innenstadt von Hagen	40
Abb. 6: Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumina in den Stadtteilen der Stadt Hagen	20	Abb. 23: Marktabschöpfungsquoten des Einzelhandels in der Innenstadt von Hagen	41
Abb. 7: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2014)	21	Abb. 24: Teirläufige Gliederung der Stadt Hagen	42
Abb. 8: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen, Umsätze in Hagen	22	Abb. 25: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet	43
Abb. 9: Verkaufsfläche je Einwohner Stadt Hagen	24	Abb. 26: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Nord	44
Abb. 10: Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität in Hagen	25	Abb. 27: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Nord	44
Abb. 11: Ranking: Handelszentralitäten in Hagen	28	Abb. 28: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Mitte	45
Abb. 12: Kaufkraftstrombilanz des Hagener Einzelhandels	29	Abb. 29: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Mitte	45
Abb. 13: Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Hagen	30	Abb. 30: Datenblatt zum Stadtbezirk Haspe	46
Abb. 14: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Hagen	32	Abb. 31: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Haspe	46
Abb. 15: Datenblatt der Stadt Hagen	33	Abb. 32: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg	47
Abb. 16: Abgrenzung der Innenstadt von Hagen	34	Abb. 33: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg	47
Abb. 17: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt von Hagen	35	Abb. 34: Datenblatt zum Stadtbezirk Eilpe / Dahl	48

Abb. 35: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen Süd	48	Abb. 53: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Eilpe	68
Abb. 36: Nahversorgungssituation in Hagen	49	Abb. 54: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Dahl	69
Abb. 37: Nahversorgungsstruktur in Hagen (700 m Nahversorgungsradius)	50	Abb. 55: Zentrale Versorgungsbereiche und Sonderstandorte im Überblick	71
Abb. 38: Auflistung der maßgeblich relevanten Nahversorger in Hagen	51	Abb. 56: Zentrenstruktur der Nahversorger in Hagen im Überblick	72
Abb. 39: Lagequalitäten der Nahversorger in Hagen	52	Abb. 57: Hierarchie der Zentralen Versorgungsbereiche	73
Abb. 40: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ in den Stadtbezirken der Stadt Hagen	53	Abb. 58: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt	74
Abb. 41: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Vorhalle	56	Abb. 59: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt – Kartierung Einzelhandel	76
Abb. 42: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Boele	57	Abb. 60: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Boele	77
Abb. 43: Nahversorgungsrelevante Kenndaten für Hagen-Altenhagen	58	Abb. 61: Zentraler Versorgungsbereich Boele – Kartierung Einzelhandel	79
Abb. 44: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Hochschulviertel	59	Abb. 62: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe	80
Abb. 45: Einzelhandelsbestand in Hagen-Hochschulviertel	60	Abb. 63: Zentraler Versorgungsbereich Eilpe – Kartierung Einzelhandel	81
Abb. 46: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Mittelstadt	61	Abb. 64: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Haspe	82
Abb. 47: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Emst	62	Abb. 65: Zentraler Versorgungsbereich Haspe Zentrum – Kartierung Einzelhandel	84
Abb. 48: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Wehringhausen	63	Abb. 66: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Hohenlimburg	85
Abb. 49: Nahversorgungsrelevante Kenndaten: Hagen-Lennetal	64	Abb. 67: Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg – Kartierung Einzelhandel	86
Abb. 50: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Hohenlimburg	65		
Abb. 51: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Haspe-West	66		
Abb. 52: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Haspe-Ost	67		

Abb. 68: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen	87	Abb. 82: Einzelhandelsstrukturen im derzeitigen Zentralen Versorgungsbereich Westerbauer	101
Abb. 69: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen – Kartierung Einzelhandel	88	Abb. 83: Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer – Kartierung Einzelhandel (Perspektivische Abgrenzung mit Realisierung der Einzelhandelsflächen auf dem Brandt-Areal)	103
Abb. 70: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen-Nord	89	Abb. 84: Sonderstandort Im Mühlenwert/ MÖBELPIRATEN (ehemals MAXXIPOLSTER)	106
Abb. 71: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord	90	Abb. 85: Sonderstandort B1 DISCOUNT BAUMARKT/ PODI	107
Abb. 72: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Emst	91	Abb. 86: Sonderstandort KAUFLAND (Alexanderstraße)	108
Abb. 73: Zentraler Versorgungsbereich Emst- Kartierung Einzelhandel	92	Abb. 87: Sonderstandort Eckeseyer Straße	109
Abb. 74: Einzelhandelsstrukturen im Zentralenversorgungsbereich Elsey	93	Abb. 88: Sonderstandort Pettenkofer Straße	110
Abb. 75: Zentraler Versorgungsbereich Elsey – Kartierung Einzelhandel	94	Abb. 89: Sonderstandort POCO (Am Ringofen)/ Becheltestraße	112
Abb. 76: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Helfe	95	Abb. 90: Sonderstandort REAL (Kabeler Straße)	113
Abb. 77: Zentraler Versorgungsbereich Helfe – Kartierung Einzelhandel	96	Abb. 91: Sonderstandort Schwerter Straße	114
Abb. 78: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle	97	Abb. 92: Sonderstandort MÖBEL BOSS (Feldmühlenstraße)	115
Abb. 79: Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle – Kartierung Einzelhandel	98	Abb. 93: Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Lölfert)	116
Abb. 80: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Wehringhausen	99	Abb. 94: Sonderstandort BERLET (Elseyer Straße)	118
Abb. 81: Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen	100	Abb. 95: Sonderstandort GARTENCENER AUGSBURG/ Am Paulshof	119
		Abb. 96: Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch)	120
		Abb. 97: Sonderstandort „Kabeler Straße“ mit angrenzenden Gefährdungsbereich	121
		Abb. 98: Sonderstandort „Bechelte Straße“ mit angrenzendem Gefährdungsbereich	122

Abb. 99: Sonderstandort Elseyer Straße mit angrenzendem Gefährdungsbereich	122	Abb.114: Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	172
Abb.100: Sonderstandort Eckeseyer Straße mit angrenzenden Gefährdungsbereichen	123	Abb.115: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	173
Abb.101: Sonderstandort Feldmühlenstraße mit angrenzendem Gefährdungsbereich	123	Abb.116: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	174
Abb.102: Sonderstandort „Verbandsstraße“ mit benachbartem Gefährdungsbereich	124	Abb.117: Zentraler Versorgungsbereich Elsey (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	175
Abb.103: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt auf Sortimentsebene	127	Abb.118: Zentraler Versorgungsbereich Helfe (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	176
Abb.104: Hagener Sortimentsliste	133	Abb.119: Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	177
Abb.105: Zentrenkonzept Hagen (schematische Darstellung)	139	Abb.120: Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen (Nahversorgungszentrum) – Ergänzende Nutzungen 2012	178
Abb.106: Zentrenkonzept Hagen (kartografische Darstellung)	140	Abb.121: Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer (Nahversorgungszentrum) - Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	179
Abb.107: CIMA Warengruppen	143		
Abb.108: Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche	151		
Abb.109: Standortkategorien und maßgebliche konzeptionelle Handlungsansätze in kommunalen Einzelhandelskonzepten mit Blick auf die Anforderungen der Landesplanung	167		
Abb.110: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) – Kartierung ergänzende Nutzungen 2012	168		
Abb.111: Zentraler Versorgungsbereich Boele (Nebenzentrum) - Kartierung der ergänzenden Nutzungen 2012	169		
Abb.112: Zentraler Versorgungsbereich Eilpe (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	170		
Abb.113: Zentraler Versorgungsbereich Haspe-Zentrum (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012	171		

1 Auftrag

Auftrag

- Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen als Grundlagen für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet auf Basis der aktuellen landesplanerischen Rahmenbedingungen

Auftraggeber

- Stadt Hagen

Bearbeitungszeitraum

- Erstfassung März bis Dezember 2012; aufgrund außerplanmäßigen Beratungsbedarfs in den Gremien der Stadt Hagen Aktualisierung der Markt- und Bestandsdaten im März und April 2015

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis der vollständigen Bestandserhebungen des Einzelhandels in der Stadt Hagen
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Hagen
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Stadt Hagen und im weiteren Marktgebiet

- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Überprüfung der vorliegenden Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Hagen unter Berücksichtigung einer Hagen spezifischen und den landesplanerischen Vorgaben entsprechenden Zentrenhierarchie
- Dokumentation relevanter Ergänzungsstandorte hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und städtebaulichen Integration
- Ableitung der Hagener Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben des Sachlichen Teilplan „Großflächiger Einzelhandel“ zum LEP NRW (In Kraft getreten am 12.07.2013)
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Hagen zu binden bzw. nach Hagen zu ziehen (lokale und regionale Sichtweise) (Einzelhandelsentwicklung)
- Darstellung der Entwicklungsspielräume des Einzelhandels in der Stadt Hagen – Individuelle Standortbewertungen und räumliche Entwicklungsstrategien

Vorbemerkung zur Methodik

- Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in Hagen basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch die CIMA im März und April 2015

- Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Stadt Hagen und das Marktgebiet beziehen sich auf das Jahr 2014. Es wurde der Bevölkerungsstand in der Stadt Hagen zum 31.12.2014 berücksichtigt.

2 Einzelhandelsstandort Hagen – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

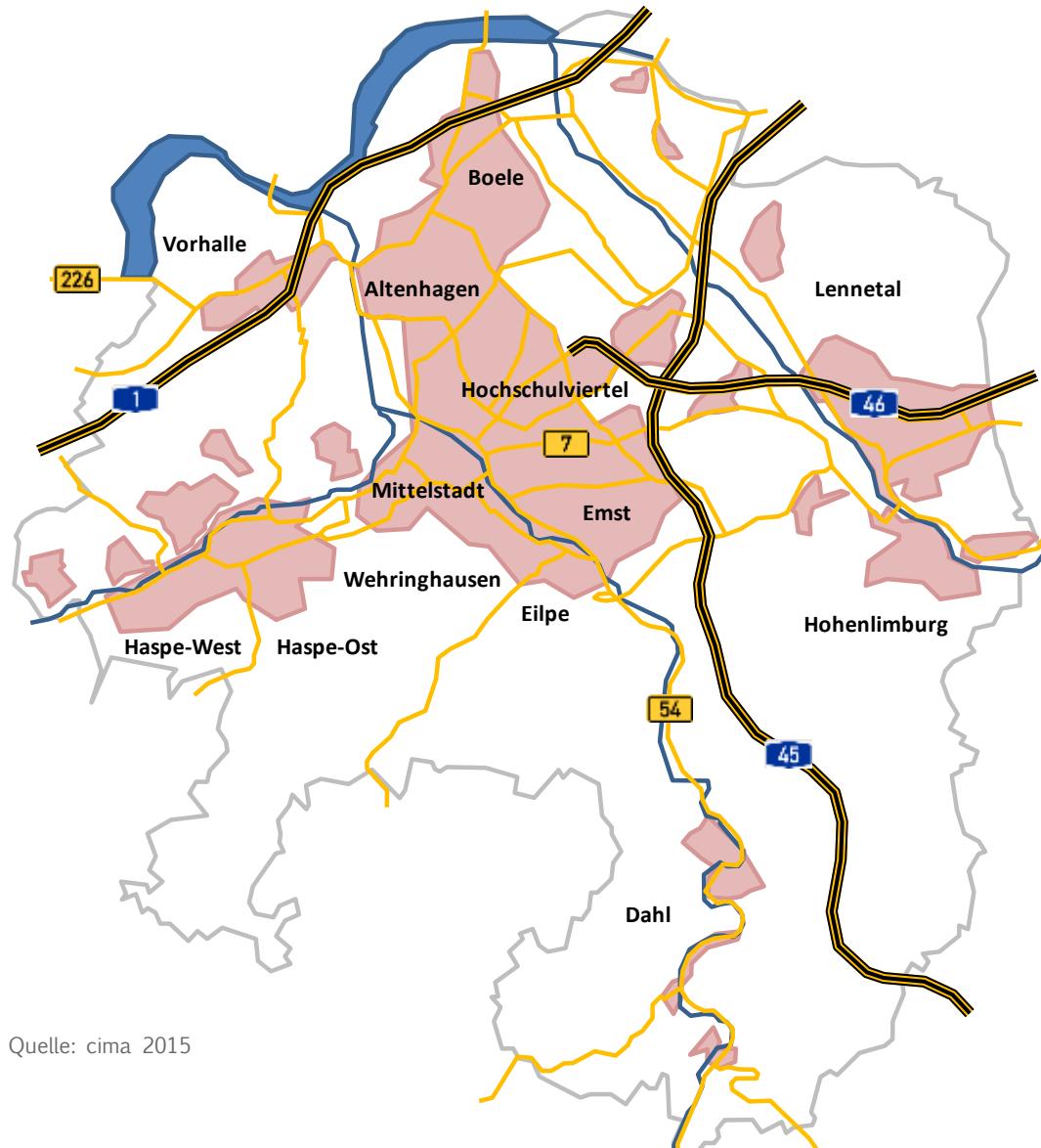
2.1 Makrostandort Hagen – Zentralörtliche Bedeutung

Der Makrostandort Hagen ist durch folgende Faktoren gekennzeichnet:

- In der Stadt Hagen leben 190.454 Einwohner¹.
- Die Stadt Hagen übernimmt als Oberzentrum die Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung sowie des zugehörigen Verflechtungsbereiches mit Gütern des periodischen und des aperiodischen Bedarfs sowie verschiedenen (zentralörtlichen) Dienstleistungen. Im engeren Verflechtungsbereich leben ca. 466.600 Einwohner (vgl. Abschnitt 3 zum Marktgebiet der Stadt Hagen).
- In näherer Umgebung zu Hagen sind die Oberzentren Dortmund und Wuppertal sowie die Mittelzentren Witten, Wetter (Ruhr), Herdecke, Iserlohn, Gevelsberg und Ennepetal als wettbewerbsrelevante Einzelhandelsstandorte zu nennen. Im Süden schließen die Grundzentren Breckerfeld, Schalksmühle, Nachrodt-Wiblingwerde an die Siedlungsbereiche der Stadt Hagen an.
- An das überregionale Straßennetz ist Hagen über die Autobahnen A 1 sowie die A 45 hervorragend angebunden, die das Stadtgebiet im Norden und Osten passieren. Die A 46 durchquert den Stadtteil Hohenlimburg in östlicher Ausrichtung. Die ebenfalls viel frequentierten Bundesstraßen 7, 54 und 226 verbinden die Stadt Hagen mit dem überregionalen Verkehrsnetz.
- Die verkehrliche Anbindung der Stadt Hagen an das schienengebundene Netz der Bahn ist zudem als sehr gut zu bewerten. Hagen ist überregionaler ICE- und IC Haltepunkt. Vom Hauptbahnhof Hagen bestehen zudem regelmäßige RE-Anbindungen in die nähere und weitere Region, einschließlich Dortmund, Siegen und Düsseldorf. Darüber hinaus liegt ein dichtes Netz an Stadt- und Regionalbuslinien vor.
- Die Stadt Hagen ist einerseits durch einen kompakten städtischen Siedlungskörper (Bezirke Hagen-Mitte, Hagen-Nord, Hagen-Haspe) und andererseits stärker ländlich geprägte Siedlungsbereiche im Süden der Stadt geprägt (Stadtbezirk Eilpe / Dahl). Der separat gelegene Stadtbezirk Hohenlimburg im Osten des Stadtgebietes ist als eigenständiger Siedlungsbereich einzuordnen.

¹ Quelle: eigene Fortschreibung Stadt Hagen, Stand 31.12.2014

Abb. 1: Makrostandort Hagen



Quelle: cima 2015

2.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Abb. 2: Sozioökonomische Strukturdaten der Stadt Hagen

Indikatoren		Stadt Hagen	NRW
Bevölkerungsentwicklung	30.06.2006	195.671	18.028.745
	30.06.2008	192.177	17.933.064
	30.06.2010	188.529	17.845.154
	30.06.2014	185.823	17.591.450
	+/- in % 2006 -2014	-5,0%	-2,4%

Quelle: it.NRW; Stand 13.04.2015

Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer	30.06.2006	65.827	5.665.640
	30.06.2008	64.933	5.766.861
	30.06.2010	67.071	5.963.603
	30.06.2013	66.254	6.108.033
	+/- in % 2006 - 2013	0,6%	7,8%

Quelle: it.NRW; Stand 30.06.2015

Einpendler	30.06.2006	38.980	4.156.051
Auspender	30.06.2006	28.498	4.111.468
	Saldo 2006	10.482	44.583
Einpendler	30.06.2010	37.708	4.135.361
Auspender	30.06.2010	28.259	4.033.110
	Saldo 2010	9.449	102.251
Einpendler	30.06.2014	38.951	4.372.314
Auspender	30.06.2014	31.894	4.274.675
	Saldo 2014	7.057	97.639

Quelle: it.NRW; Stand 13.04.2015

Arbeitslosenquote im Jahresschnitt (%)	2006	14,0	11,4
	2008	10,7	8,5
	2010	11,5	8,7
	2014	10,4	8,2
	+/- in % 2006 - 2014	-25,7%	-28,1%

Bundesagentur für Arbeit; Stand: 13.04.2015

Anmerkung: Die Dokumentation der Einwohnerdaten auf Basis von it.nrw erfolgt nur mit Blick auf den Zeitreihenvergleich. Die Kaufkraftdaten für die Stadt Hagen fußen auf der seitens der Stadt Hagen publizierten Einwohnerzahl zum 31.12.2014 von 190.454 Einwohnern.

- Die Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Hagen ist im Zeitraum 2006-2014 auf Basis von it.nrw negativ. Dabei übersteigt der Negativtrend sowohl die Landes- als auch Bundesentwicklung. Der demographische Wandel mit einsetzender Überalterung der Bevölkerung ist in vollem Gange. Dementsprechend sind mittel- bis langfristig aus der Bevölkerungsentwicklung keine Kaufkraftzuwächse zu erwarten. Im Gegenteil gehen die Prognosen von IT NRW für das Jahr 2030 von einem Bevölkerungsrückgang in Hagen von bis zu 15 % aus (Bevölkerungsvorausberechnung für das Jahr 2030: 160.735 Einwohner). Entsprechend ist mit einem vergleichbar drastischen Kaufkraftverlust in Hagen zu rechnen. Dieser könnte noch stärker ausfallen, wenn der auch weiterhin sinkende Anteil des Einzelhandels am Gesamtverbrauch der Bevölkerung (Miete, Energie, Altersvorsorge etc.) sowie Verlagerungen zum e-commerce berücksichtigt werden. Positiver Gegenefekt ist derzeit die deutlich über der Bevölkerungsprognose liegende Zuwanderung.²
- Dem bundesdeutschen Trend folgend, ist die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in Hagen von 2006 bis 2010 leicht angestiegen (+ 0,6 %). Die Steigerung liegt jedoch unterhalb der Steigerungsrate des Landes Nordrhein-Westfalen, hier konnte die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort sogar um 7,8 % zunehmen. D.h. die sich auf Bundesebene abzeichnende positive wirtschaftliche Entwicklung wird in Hagen nur in deutlich abgeschwächter Form sichtbar. Im Zeitraum 2010 bis 2012 erfolgte sogar ein leichter Rückgang der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung in Hagen.

² Diese Entwicklung ist maßgeblich entscheidend zur aktuellen Kaufkraftberechnung auf die seitens der Stadt Hagen publizierten Daten zurückzuführen. Im Vergleich zu 2012 stieg die Einwohnerzahl von 189.240 Einwohner auf 190.454 Einwohner.

- Die positiven Pendlersalden verdeutlichen hingegen die starke Bedeutung der Stadt Hagen als Arbeitsort und bescheinigen der Stadt eine robuste Wirtschaftsstruktur. Allerdings ist im Vergleich 2006/ 2014 ein kontinuierlicher Rückgang des Einpendlerüberschusses erkennbar.
- Die Arbeitslosenquoten in der Stadt Hagen liegen auch aktuell über den Werten des Landesdurchschnitts. Hagen kann sich bis heute nicht vom Trend einer negativen Entwicklung abkoppeln.

Abb. 3: Touristische Strukturdaten der Stadt Hagen

Indikatoren	Stadt Hagen		NRW
Anzahl der Ankünfte	2006	88.077	16.794.624
	2008	91.805	17.683.902
	2010	89.592	18.585.514
	2013	96.964	20.372.192
	+/- in % 2006 -2013	10,1%	21,3%

Quelle: it.NRW; Stand 13.04.2015

Übernachtungen insgesamt	2006	171.819	39.262.311
	2008	249.183	41.521.488
	2010	250.010	42.109.693
	2013	266.266	46.141.384
	+/- in % 2006 -2013	55,0%	17,5%

Quelle: it.NRW; Stand 30.06.2015

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2006	2,0	2,3
	2008	2,7	2,3
	2010	2,8	2,3
	2013	2,8	2,3

Quelle: it.NRW; Stand 13.04.2015

Entwurf: cima 2015

- Die maßgeblichen Kennziffern zum Geschäftsreise- und Erholungstourismus weisen eine erfreuliche Entwicklung auf. Auch die Stadt Hagen am Rande des Ruhrgebietes profitiert davon, dass sich die touristische Destination RUHR weiterentwickelt. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 2,8 Tagen in den Jahren 2010 bzw. 2013 ist als positiv zu bewertet. Sie steht für einen konzentrierten „Wochenend-Tagestourismus“ mit dem Aufsuchen mehrerer touristischer Highlights in der Region. Langfristig kann der örtliche Einzelhandel noch stärker an der touristischen Entwicklung partizipieren.
- Auffallend ist die überdurchschnittlich ansteigende Anzahl der Übernachtungen; von 2006 bis 2013 konnte die Zahl der Übernachtungen um 55 % gesteigert werden.

Mit Blick auf die sozioökonomischen Rahmendaten steht die Stadt Hagen vor erheblichen Herausforderungen. Nur über die konsequente Profilierung als Wohn- und Arbeitsstandort können die erwarteten Schrumpfungstrends aus dem demographischen Wandel etwas abgedeckt werden. Erfreulich ist, dass trotz schwieriger konjunktureller und globaler Rahmenbedingungen (Finanzkrise) die Hager Wirtschaft eine robuste Entwicklung vorweist. Mit Blick auf die Absicherung attraktiver Wohngebietslagen hat der Erhalt einer wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung.

3 Marktgebiet und Marktpotenziale

3.1 Marktgebiet der Stadt Hagen

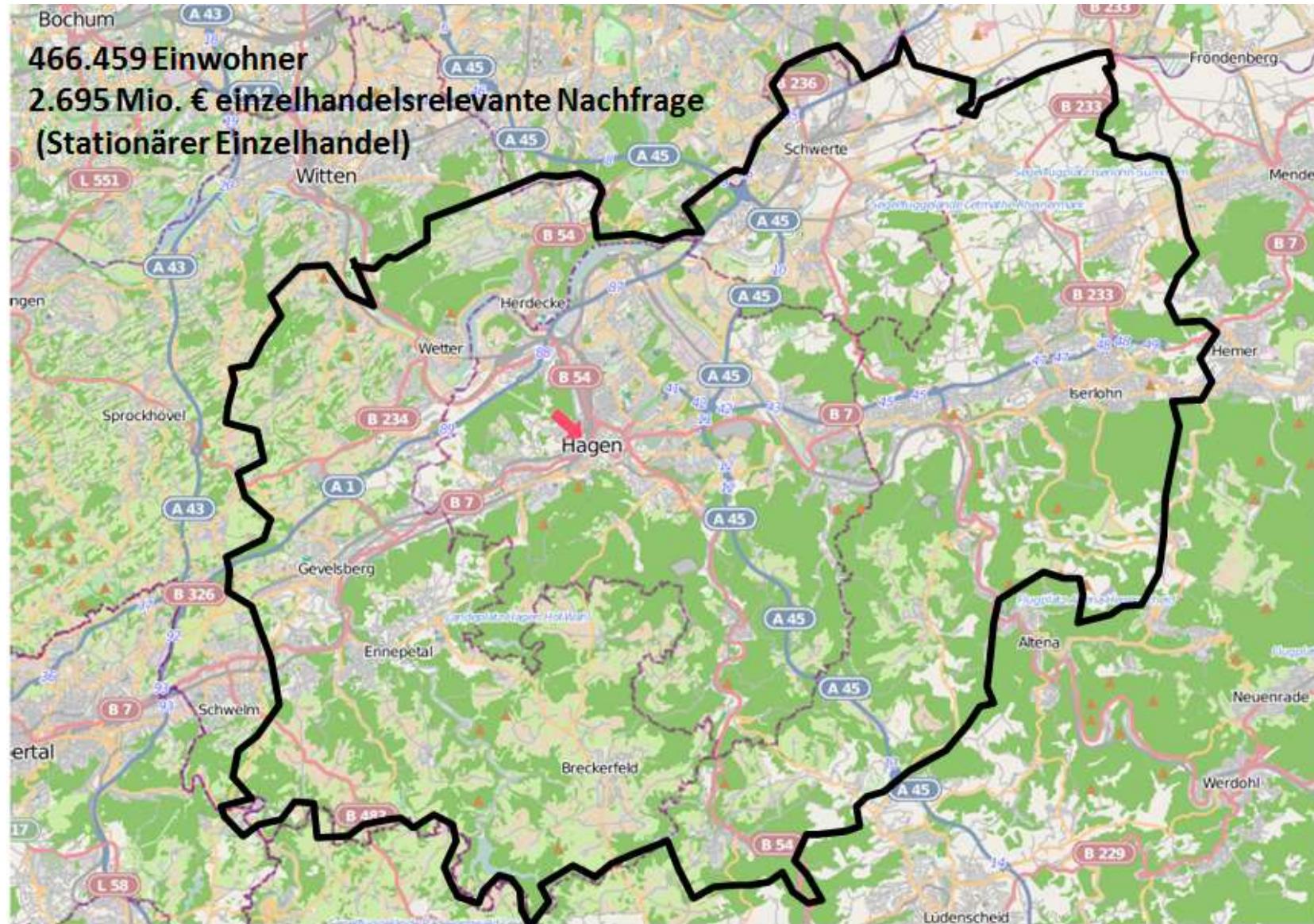
Das Marktgebiet des Hagener Einzelhandels umfasst die umliegenden Mittel- und Grundzentren. Im Osten sind die Mittelzentren Schwerte und Iserlohn dem Marktgebiet zugerechnet, im Nord-Osten grenzt das Oberzentrum Dortmund bereits den Einflussbereich der Stadt Hagen deutlich ein.

Die Mittelzentren Herdecke und Wetter (Ruhr) begrenzen den Einflussbereich des Hagener Einzelhandels nach Norden. Im Westen werden dem Marktgebiet von Hagen wiederum die Mittelzentren Gevelsberg und Ennepetal zugerechnet. Im Süden sind die Grundzentren Breckerfeld, Schalksmühle und Nachrodt-Wiblingwerde dem Marktgebiet des Hagener Einzelhandels zuzuordnen.

Relevant ist die zudem die intensive Wettbewerbskulisse mit den nächstgelegenen Oberzentren Dortmund, Wuppertal und Bochum. Trotz des räumlich weitläufigen Marktgebietes sind spezifische markante Kaufkraftströme und Kaufkraftverflechtungen nach Dortmund auszumachen. Ebenso wird die Fachmarktagglomeration an der B7 in Gevelsberg von Bewohner der westlichen Stadtteile (insbesondere aus dem Stadtteil Haspe) aufgesucht.

Die Abgrenzung des engeren Verflechtungsbereichs des Einzelhandels im Oberzentrum Hagen ist auf der nachfolgenden Seite dokumentiert.

Abb. 4: Engerer Verflechtungsbereich des Oberzentrums Hagen



3.2 Marktpotenziale des Einzelhandels in der Stadt Hagen

Das Marktpotenzial des Hagener Einzelhandels bezieht sich auf die vorhandene Nachfrage innerhalb des Hagener Stadtgebietes (Zone I) und die umliegenden Städte und Gemeinden (Zone II).

Die Berechnung des Nachfragepotenzials³ erfolgt auf der Basis der gemeindescharfen Einwohnerzahl und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer⁴. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.506 € für das Jahr 2012 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Stadt mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wurde.

In der Stadt Hagen (Zone I) leben aktuell 190.454 Einwohner⁵, die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Hagen beträgt 97,1. Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Stadt Hagen entspricht 5.504 € im Jahr 2014. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Hagen nur leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in Hagen auf rund 1029,3 Mio. €⁶. Davon entfallen etwa 555,0 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf 474,3 Mio. €.

³ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung einer jeden Kommune, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁴ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2011

⁵ Quelle: eigene Fortschreibung Stadt Hagen, Stand: 31.12.2014

⁶ Die Berechnung des Marktpotenzials beruht auf den stadtteilspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern. Diese bewegen sich zwischen 89,9 und 107,2.

Abb. 5: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Hagen (in Mio. €)

CIMA Warengruppen	Zone I: Stadt Hagen	Zone II: engerer Verflechtungs- bereich	Potenzial- reserve	insgesamt
Periodischer Bedarf	555,0	870,3	27,7	1.453,0
Lebensmittel und Reformwaren	379,0	594,3	18,9	992,3
Gesundheits- und Körperpflege	159,3	249,7	8,0	417,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	16,7	26,2	0,8	43,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	142,2	223,0	7,1	372,3
Bekleidung, Wäsche	87,3	137,0	4,4	228,7
Schuhe, Lederwaren	29,1	45,6	1,5	76,1
Uhren, Schmuck, Optik	25,8	40,4	1,3	67,5
Medien und Technik insgesamt	107,9	169,2	5,4	282,4
Bücher, Schreibwaren	21,2	33,3	1,1	55,6
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik				
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	86,6	135,8	4,3	226,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	42,9	67,2	2,1	112,2
Sportartikel	20,2	31,6	1,0	52,8
Spielwaren	10,4	16,2	0,5	27,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	12,3	19,4	0,6	32,3
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, ausrat	16,2	25,3	0,8	42,3
Einrichtungsbedarf	70,8	111,1	3,5	185,4
Möbel, Antiquitäten	57,6	90,3	2,9	150,7
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	13,3	20,8	0,7	34,7
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente)	94,4	148,1	4,7	247,2
SUMME	1029,3	1614,1	51,5	2.694,9
EINWOHNER	190.454	276.005		466.459

In der Zone II des Marktgebietes leben weitere 276.005 Einwohner. Das Nachfragepotenzial beläuft sich auf insgesamt 1.624,1 Mio. €.

Zusätzlich wird eine Potenzialreserve in Höhe von 51,5 Mio. € in den Berechnungen zum Marktpotenzial zu Grunde gelegt. Sie entspricht 5 % des in der Stadt Hagen realisierten Nachfragevolumens.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial im abgegrenzten Verflechtungsbereich einschließlich der Potenzialreserve auf 2.694,9 Mio. €.

Die nachfolgende Abb. 6 dokumentiert die stadtteilspezifischen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumina.

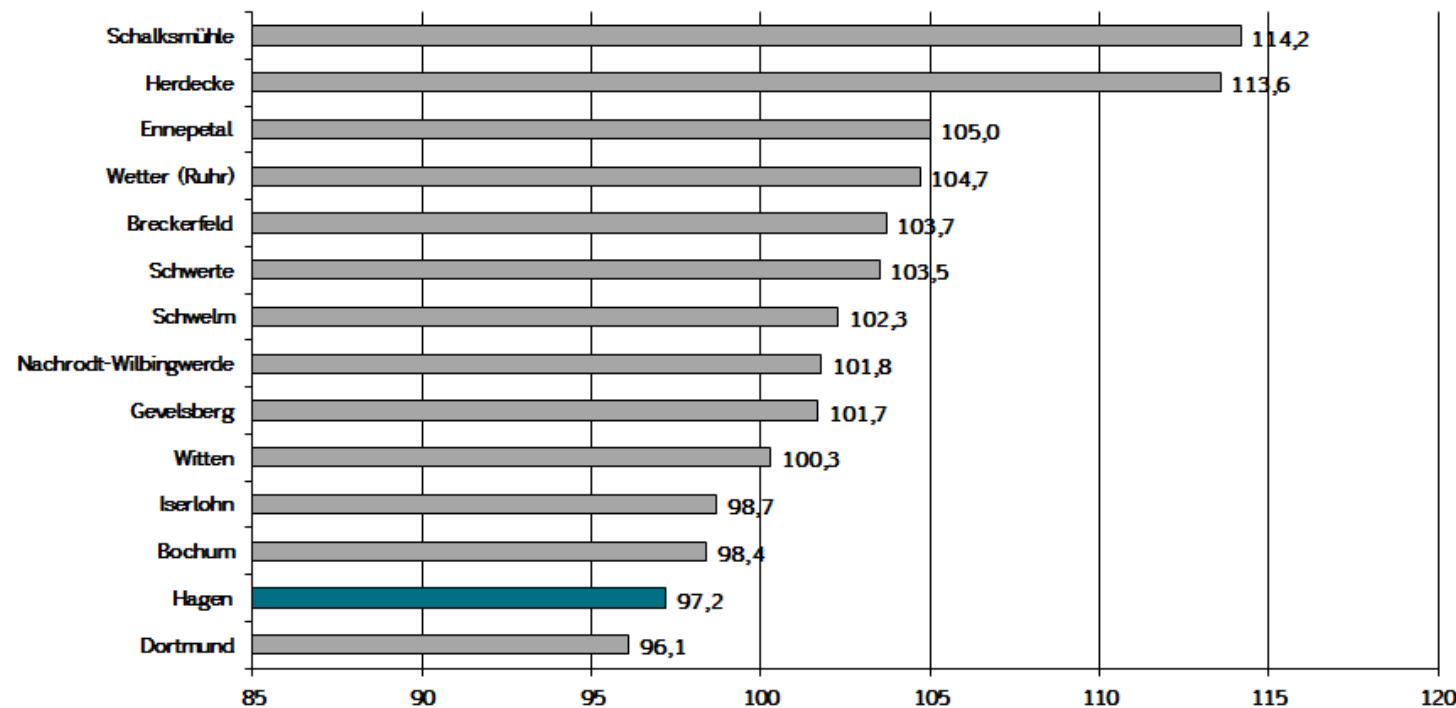
Abb. 6: Einzelhandelsrelevante Nachfragevolumina in den Stadtteilen der Stadt Hagen

CIMA Warengruppen	Mittelstadt	Altenhagen	Hochschulviertel	Emst	Wehringhausen	Vorhalle	Boele	Lennetal	Hohenlimburg	Eilpe	Dahl	Haspe-Ost	Haspe-West	Stadt Hagen
Periodischer Bedarf	56,4	48,4	34,8	35,3	42,4	27,8	82,4	16,6	73,1	34,0	15,1	51,0	37,6	555,0
Lebensmittel und Reformwaren	38,5	33,0	23,8	24,1	28,9	19,0	56,2	11,3	49,9	23,2	10,3	34,8	25,7	379,0
Gesundheits- und Körperpflege	16,2	13,9	10,0	10,1	12,2	8,0	23,6	4,7	21,0	9,8	4,3	14,6	10,8	159,3
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,7	1,5	1,0	1,1	1,3	0,8	2,5	0,5	2,2	1,0	0,5	1,5	1,1	16,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	14,5	12,4	8,9	9,1	10,9	7,1	21,1	4,2	18,7	8,7	3,9	13,1	9,6	142,2
Bekleidung, Wäsche	8,9	7,6	5,5	5,6	6,7	4,4	13,0	2,6	11,5	5,4	2,4	8,0	5,9	87,3
Schuhe, Lederwaren	3,0	2,5	1,8	1,8	2,2	1,5	4,3	0,9	3,8	1,8	0,8	2,7	2,0	29,1
Uhren, Schmuck, Optik	2,6	2,2	1,6	1,6	2,0	1,3	3,8	0,8	3,4	1,6	0,7	2,4	1,7	25,8
Medien und Technik insgesamt	11,0	9,4	6,8	6,9	8,2	5,4	16,0	3,2	14,2	6,6	2,9	9,9	7,3	107,9
Bücher, Schreibwaren	2,2	1,9	1,3	1,4	1,6	1,1	3,2	0,6	2,8	1,3	0,6	2,0	1,4	21,2
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik														
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8,8	7,5	5,4	5,5	6,6	4,3	12,9	2,6	11,4	5,3	2,4	8,0	5,9	80,7
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	4,4	3,7	2,7	2,7	3,3	2,1	6,4	1,3	5,6	2,6	1,2	3,9	2,9	42,9
Sportartikel	2,0	1,8	1,3	1,3	1,5	1,0	3,0	0,6	2,7	1,2	0,5	1,9	1,4	20,2
Spielwaren	1,1	0,9	0,6	0,7	0,8	0,5	1,5	0,3	1,4	0,6	0,3	1,0	0,7	10,4
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,3	1,1	0,8	0,8	0,9	0,6	1,8	0,4	1,6	0,8	0,3	1,1	0,8	12,3
Geschenke, Glas, Porzellan, KeramikHausrat	1,6	1,4	1,0	1,0	1,2	0,8	2,4	0,5	2,1	1,0	0,4	1,5	1,1	16,2
Einrichtungsbedarf	7,2	6,2	4,4	4,5	5,4	3,6	10,5	2,1	9,3	4,3	1,9	6,5	4,8	70,8
Möbel, Antiquitäten	5,9	5,0	3,6	3,7	4,4	2,9	8,5	1,7	7,6	3,5	1,6	5,3	3,9	57,6
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1,3	1,2	0,8	0,8	1,0	0,7	2,0	0,4	1,7	0,8	0,4	1,2	0,9	12,4
Baumarktspezifische Sortimente	9,6	8,2	5,9	6,0	7,2	4,7	14,0	2,8	12,4	5,8	2,6	8,7	6,4	94,4
SUMME	104,6	89,7	64,6	65,5	78,6	51,6	152,8	30,7	135,6	63,1	28,1	94,6	69,8	1.029,3
EINWOHNER	20.134	17.259	12.434	10.785	15.427	10.130	27.813	5.052	24.642	11.423	5.084	17.413	12.858	190.454

Quelle: cima Kaufkraftanalysen 2015; Rundungsunterschiede möglich (Quellen-nachweis gilt auch für Abb.4)

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich. Die Städte und Gemeinden im Einzugsbereich der Stadt Hagen verzeichnen ein Kaufkraftniveau, das über dem der Stadt Hagen liegt.

Abb. 7: Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2014)



4 Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Hagen

4.1 Einzelhandelsstrukturen im Stadtgebiet

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Stadt Hagen im März/ April 2015. Die Daten aus dem Jahr 2012 wurden mit erneuten Begehungen ‚vor Ort‘ fortgeschrieben.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina erfolgten aufgrund der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich wurden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Hagen wurden 1.103 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 306.375 m² erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 1.057,9 Mio. €. Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der nebenstehenden Abb. 8 dokumentiert.

Abb. 8: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen, Umsätze in Hagen

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	539	94.160	546,3
Lebensmittel und Reformwaren	392	74.440	383,6
Gesundheits- und Körperpflege	77	15.370	146,5
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	70	4.350	16,2
Persönlicher Bedarf insgesamt	247	57.775	188,3
Bekleidung, Wäsche	147	44.175	133,7
Schuhe, Lederwaren	35	10.210	33,9
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	65	3.390	20,7
Medien und Technik insgesamt	106	29.155	109,9
Bücher, Schreibwaren	32	7.555	26,7
Elektroartikel/UnterhaltungselektronikFoto, PC und Zubehör	74	21.600	83,2
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	34	17.610	49,1
Sportartikel	12	7.845	24,4
Spielwaren, Bastelbedarf	11	7.110	16,8
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	11	2.655	7,9
Geschenke, Glas, Porzellan, KeramikHausrat	47	11.760	25,3
Einrichtungsbedarf	64	32.715	50,9
Möbel, Antiquitäten	45	26.380	36,9
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	19	6.335	14,0
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencenterrelevanter Sortimente)	66	63.200	88,1
Einzelhandel insgesamt	1.103	306.375	1.057,9

Quelle: cima Bestandserhebungen 2015; Rundungsdifferenzen möglich

- Die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren beherbergt 392 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 74.440 m². Sie realisieren einen Umsatz von 383,6 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt damit bei 24,3 % bzw. 36,4 % am gesamten Einzelhandel. Insbesondere der Umsatzanteil von 36,4 % spricht grundsätzlich für eine angemessene Präsenz der Nahversorgung im Stadtgebiet.
- In der Warengruppe Bekleidung, Wäsche sind 147 Betriebe etabliert, die eine Verkaufsfläche von 44.175 m² beherbergen. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 133,7 Mio. €. Dies entspricht einem Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 14,4 % bzw. 12,6 % am gesamten Hagener Einzelhandel. Es handelt sich hierbei, bezogen auf das gesamtstädtische Angebot, um durchschnittliche Anteilswerte.
- Die Hauptwarengruppe Medien und Technik realisiert in der Stadt Hagen einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 9,5 % bzw. 10,4 % am gesamten Hagener Einzelhandel. Auch dieses Segment ist umfassend vertreten. 106 Betriebe beherbergen eine Verkaufsfläche von 29.155 m², auf der ein Einzelhandelsumsatz von 109,9 Mio. € erwirtschaftet wird.
- Die Warengruppe Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat erreicht mit 11.760 m² einen Verkaufsflächenanteil von 3,8 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt bei 25,3 Mio. € (= 2,4 %). Die größten Verkaufsflächenanteile dieser Branche sind jedoch in den Randsortimenten von Verbrauchermärkten und Sonderpostenmärkten außerhalb der Hagener Innenstadt vorhanden. Das innerstädtische Qualitätssegment ist kaum vertreten.
- In der Hauptwarengruppe Einrichtungsbedarf realisieren 64 Betriebe auf einer Verkaufsfläche von 32.715 m² (= 10,7 % der Verkaufsflächen in Hagen) einen Einzelhandelsumsatz von 50,9 Mio. € (= 4,8 % des in der Stadt Hagen realisierten Einzelhandelsumsatzes). Die geplante Realisierung eines Möbelhauses (XXL LUTZ nach Übernahme der Firma SONNEBORN) dürfte die Verkaufsflächen- und Umsatzanteile deutlich erhöhen und dazu beitragen, dass Hagen ein Angebot erhält, das der Versorgungsfunktion eines Oberzentrums entspricht.
- In der Warengruppe der baumarktspezifischen Sortimente wird ein Umsatzvolumen von 88,1 Mio. € generiert. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Stadt Hagen von 8,4%. Der Verkaufsflächenanteil liegt sogar bei 20,6 % (63.3200 m²). Nach Schließung des MAX BAHR Baufachmarktes ist die Ausstattung hier zwar immer noch überdurchschnittlich, doch besteht nunmehr Potenzial zu einer Angebotsergänzung.

Verkaufsfläche je Einwohner

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,5 m² Verkaufsfläche je Einwohner (inkl. ländlich geprägte Räume). In der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren wird ein bundesdurchschnittlicher Wert von 0,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner als Vergleichswert angenommen.

Eine Ausnahme stellt das Segment Möbel dar. Auch im Segment der baumarktspezifischen Sortimente besteht ein gewisses Gestaltungspotenzial.

Abb. 9: Verkaufsfläche je Einwohner Stadt Hagen

Stadtbezirk Hagen insgesamt	
Einwohner (Dezember 2014)	190.454
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,61
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,39

Quelle: cima Bestandserhebungen 2015

Die Verkaufsfläche je Einwohner im Segment Lebensmittel / Reformwaren liegt bei 0,39 m² und damit im Bundesdurchschnitt. Einzelne Arrondierungsmöglichkeiten und ein gewisser Nachverdichtungsbedarf sollten dennoch möglich sein.

In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche erreicht Hagen einen Wert von 1,61 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Diese Kennziffer signalisiert auf gesamtstädtischer Ebene keinen akuten Handlungsbedarf in Bezug auf weitere großflächige Verkaufsflächenentwicklungen.

4.2 Einzelhandelszentralität in Hagen

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten können für einzelne Stadtteile und das Stadtgebiet insgesamt ausgewiesen werden. Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

In kompakten Städten mit oberzentraler Versorgungsfunktion für ein weites Umland sind Handelszentralitäten im Durchschnitt alle Warengruppen von deutlich über 100 zu erwarten. In Verdichtungsräumen bewegen sich die gesamtstädtischen Handelszentralitäten in der Regel zwischen 90 und 110, je nach Bedeutung der überörtlichen Versorgungsfunktion und des regionalen Wettbewerbsdrucks.

Abb. 10: Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität in Hagen

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. € Stadt Hagen	Handelszentralität Stadt Hagen	Kaufkraftstrom per Saldo (in Mio. €)
Periodischer Bedarf	546,3	555,0	98	-8,7
Lebensmittel, Reformwaren	383,6	379,0	101	4,6
Gesundheits- und Körperpflege	146,5	159,3	92	-12,8
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	16,2	16,7	97	-0,5
Persönlicher Bedarf insgesamt	188,3	142,2	132	46,1
Bekleidung/Wäsche	133,7	87,3	153	46,4
Schuhe, Lederwaren	33,9	29,1	117	4,8
Uhren, Schmuck, Optik	20,7	25,8	80	-5,1
Medien und Technik insgesamt	109,9	107,9	102	2,0
Bücher, Schreibwaren	26,7	21,2	126	5,5
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik				
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	83,2	86,6	96	-3,4
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	49,1	42,9	115	6,2
Sportartikel	24,4	20,2	121	4,2
Spielwaren, Bastelbedarf	16,8	10,4	162	6,4
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	7,9	12,3	64	-4,4
Geschenke, Glas, Porzellan, KeramikHausrat	25,3	16,2	157	9,1
Einrichtungsbedarf	50,9	70,8	72	-19,9
Möbel, Antiquitäten	36,9	57,6	64	-20,7
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	14,0	13,3	106	0,7
Baumarktspezifische Sortimente (inklusive gartencenterrelevanter Sortimente)	88,1	94,4	93	-6,3
Einzelhandel insgesamt	1.057,9	1.029,3	103	28,6

Quelle: cima Bestandserhebungen und Kaufkraftanalysen 2015. Rundungsdi-
ferenzen bei der Ermittlung der Handelszentralitäten, da nicht ausge-
wiesene Nachkommastellen der berechneten Nachfragevolumina in die
Berechnung mit einfließen

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität in der Stadt Hagen vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbskulisse als gut zu bewerten (103). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität von 103 mit 28,6 Mio. € leichte Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Städten und Gemeinden nach Hagen. Eine Zunahme der Handelszentralität auf eine Größenordnung von 105 ist realistisch, wenn im Standortbereich der VOLME-GALERIE ein weiteres Bekleidungshaus etabliert, die Schließung des MAX BAHR Baufachmarktes kompensiert und im Segment Möbel ein Großmöbelhaus angesiedelt wird.

Im periodischen Bedarf insgesamt wird eine Zentralität von 98 realisiert. Für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren resultiert eine Handelszentralität von 101. Einem Einzelhandelsumsatz von 383,6 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 379,0 Mio. € gegenüber. Nach dem erfolgten Ausbau des Nahversorgungsangebotes in Altenhagen und Hohenlimburg resultiert ein leichter Kaufkraftzufluss von 4,6 Mio. €. Die vorhandenen großflächigen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser im Hagener Stadtgebiet (u.a. REAL SB-Warenhäuser an der Vollbrinkstraße und Kabeler Straße, KAUFLAND SB-Warenhäuser an der Freiligrathstraße und Auf dem Lölfert) tragen maßgeblich zur Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet sowie zur Gewinnung von Kaufkraftzuflüssen aus dem Umland bei. Zudem besteht ein dichtes Netz an kleineren Supermärkten und Lebensmitteldiscountern im Hagener Stadtgebiet. Entwicklungsspielräume für weitere Ansiedlungen im Segment Lebensmittel/ Reformwaren sind nur in sehr begrenztem Umfang auszumachen und sollten maßgeblich für Arrondierungen im Bestand genutzt werden.

In der Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege signalisiert die Handelszentralität von 92 ebenfalls nur begrenztes Entwicklungspotenzial. Nach der Schließung der SCHLECKER-Märkte sind die Flächenproduktivitäten der verbliebenen Drogerimärkte sowie der

Apotheken und der relevanten Fachabteilungen der Lebensmittelmärkte deutlich angestiegen.⁷

In den Warengruppen Bekleidung/ Wäsche und Schuhe/ Lederwaren wird eine Handelszentralität von 153 bzw. 117 erzielt. Diese Kennziffern dokumentieren einen deutlichen Angebotsüberschuss in diesen innenstadtprägenden Branchen. Die Eröffnung der RATHAUS-GALERIE konnte in diesen Warengruppen keine deutlichen Zentralitätsgewinne erzielen, da nunmehr sich die VOLME-GALERIE in der Umstrukturierung befindet. Infolge des Markteintritts der RATHAUS-GALERIE kam es zu umfänglichen Geschäftsaufgaben in der VOLME-GALERIE. Für die Warengruppe Bekleidung / Wäsche ist dann ein Zentralitätssprung möglich, sollte in der VOLME-GALERIE die Ansiedlung eines weiteren Bekleidungshauses erfolgen.

In der Warengruppe Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC signalisiert die ermittelte Handelszentralität von 96 vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation ein akzeptables Angebotsniveau im Hagener Stadtgebiet. Einem branchenspezifischen Nachfragevolumen von 86,8 Mio. € steht ein tatsächlich erzielter Umsatz von 83,2 Mio. € gegenüber. Aufgrund der Schließung des PRO-Marktes am Standort ‚Schwenke‘ ist die Handelszentralität knapp unter 100 gerutscht. Aktuell ist in der Hagener Innenstadt der Elektronikfachmarkt SATURN in der RATHAUS-GALERIE adressiert. Im Stadtbezirk Hohenlimburg ist im Standortbereich des Sonderstandortes Elseyer Straße der ebenfalls großflächige Fachmarkt für Unterhaltungselektronik BERLET vorhanden.

Die Handelszentralität von 157 in der Warengruppe Geschenke/ Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat entfällt einerseits auf Filial- und

⁷ Im Vergleich zur Entwurfssatzung 2012 sind die Umsatzdaten nunmehr umfassend aktualisiert und korrigiert.

Fachmarktkonzepte in der Innenstadt sowie andererseits auf die Randsortimente von Verbrauchermarkten, SB-Warenhäusern und Baumärkten und nur in geringem Umfang auf spezialisierte Facheinzelhändler in der Hagener Innenstadt und den weiteren Zentralen Versorgungsbereichen. Die Handelszentralität signalisiert insgesamt ein gutes Angebotsniveau⁸.

Für die Warengruppe Einrichtungsbedarf insgesamt (Möbel, Gardinen, Heimtextilien etc.) lassen sich aktuell deutliche Angebotsdefizite und Entwicklungsspielräume ausmachen (Handelszentralität 72). In relevantem Umfang müssen Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Städte und Regionale Möbelhausstandorte hingenommen werden. Die bedeutendste Anbieter in dieser Warengruppe sind aktuell der Möbelfachmarkt POCO am Ringofen und MÖBELPIRATEN an der Kölner Straße. Die Marktdaten weisen nach, dass die Entwicklung eines marktgerechten Möbelmarktes (XXL als Nachfolge der MÖBEL SONNEBORN)⁹ weiter verfolgt werden sollte. Das planerisch definierte Entwicklungsziel ist das Zurückgewinnen heutiger Kaufkraftabflüsse. Dabei realisiert das Segment ‚Möbel, Antiquitäten‘ lediglich eine Handelszentralität von 64; im Segment Gardinen, Heimtextilien signalisiert eine Handelszentralität von 106 leichte Kaufkraftzuflüsse.

Im Segment der baumarktspezifischen Sortimente (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente) erreicht der Hagener Einzelhandel eine Handelszentralität von 98. Diese Kennziffer signalisiert nunmehr Gestaltungsspielräume zur Ansiedlung eines zusätzlichen Baufachmarktes in Hagen-Hohenlimburg.

Hohe Zentralitätswerte werden zudem in den Branchen Spielwaren (162) und Sportartikel (121) erzielt. Die ermittelte Handelszentralität in der Branche Spielwaren belegt die Bedeutung des Spielzeugfachmarktes TOYS“R“US im Hagener Stadtgebiet. Ergänzende Spezialanbieter tragen ebenso zu dieser positiven Angebotssituation bei. Der deutliche Anstieg der Verbrauchsausgaben im Segment ‚Sportartikel‘ führt dazu, dass trotz der Ansiedlung von DECATHLON die Handelszentralität im Vergleich zu 2012 nicht gestiegen ist. IN Rechnung zu stellen ist auch ein Rückgang der Flächenproduktivitäten im Fachhandel.

Im Segment Fahrräder können weiterhin, auch nach Ansiedlung von DECATHLON Ansiedlungspotenziale für einen modernen Fahrradfachmarkt nachgewiesen werden. Die Handelszentralität der zusammengeführten Warengruppe Hobbybedarf liegt nur bei 64.

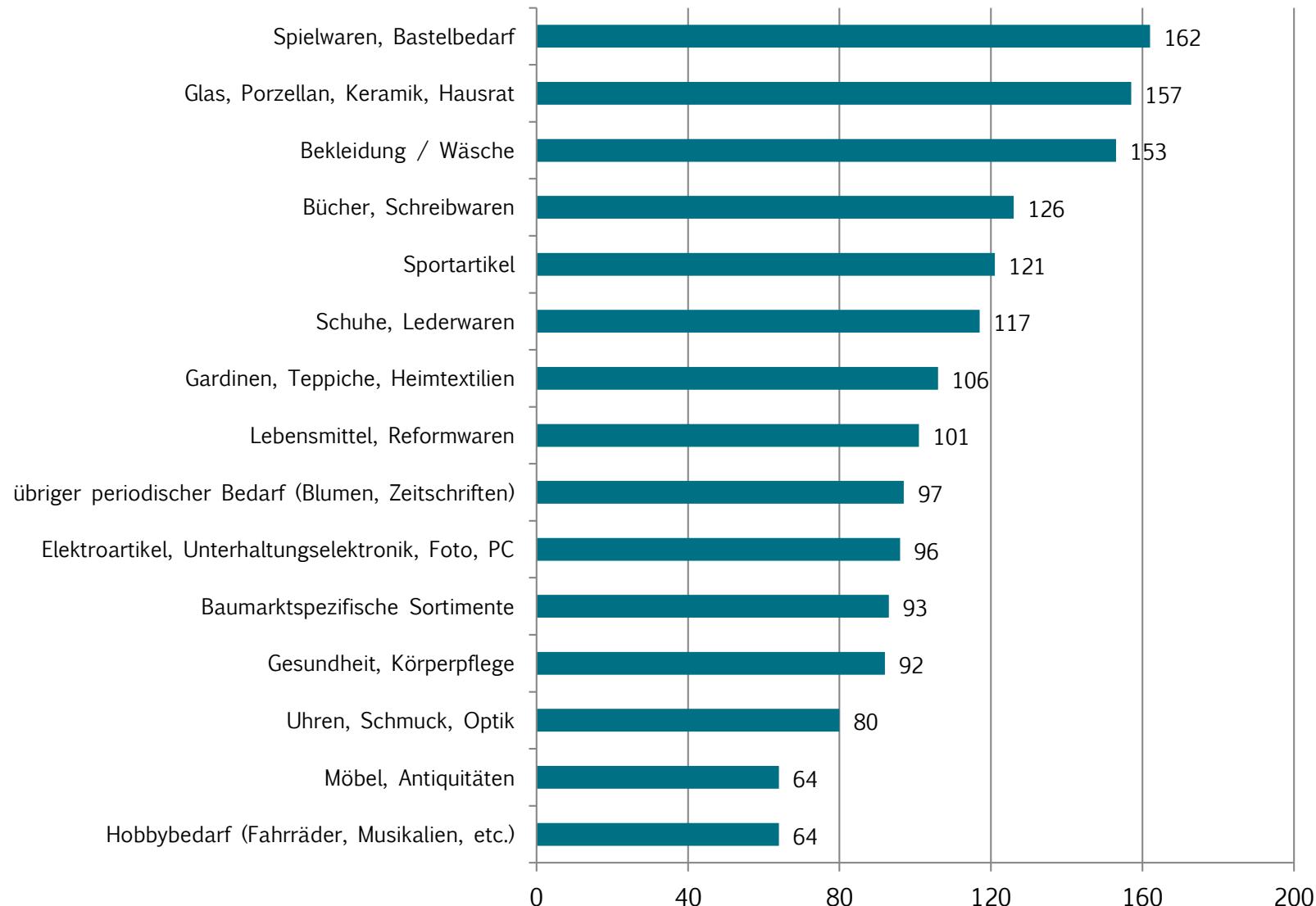
Die nachfolgende Abb. 11 zeigt die Rangfolge der warentypenspezifischen Handelszentralitäten des Hagener Einzelhandels. Lediglich in den Segmenten Möbel und Antiquitäten und Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien) werden Kennziffern von unter 80 realisiert.

Die innenstädtischen Kernsortimente (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Geschenke/ Glas/ Porzellan/ Keramik und Unterhaltungselektronik) realisieren Handelszentralitäten zwischen 96 und 162. Vielfach wird ein kaum zu steigerndes Zentralitätsniveau erreicht.

⁸ Der deutliche Kaufkraftzufluss entfällt auf das breite Angebot im Segment des Massenkonsums. Spezialisten könnten das Angebot weiter profilieren.

⁹ Die Handelszentralität in der Branche Möbel/ Antiquitäten dürfte nach der Realisierung des Möbelhauses SONNEBORN von heute 72 auf rd. 110 ansteigen.

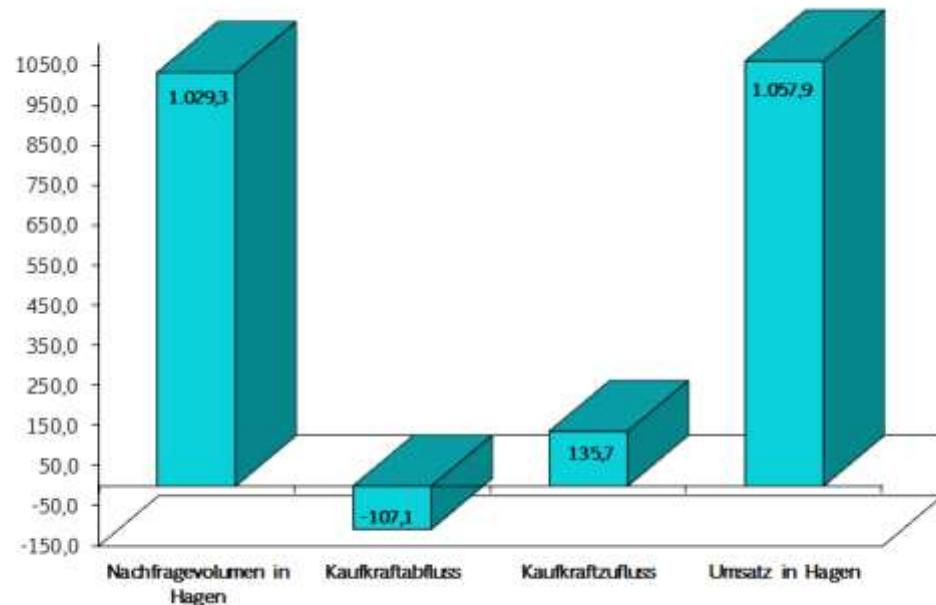
Abb. 11: Ranking: Handelszentralitäten in Hagen



4.3 Kaufkraftstromanalyse des Hagener Einzelhandels

Die nachfolgende Abb. 12 dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Stadt Hagen. Einem Kaufkraftzufluss von 140,5 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 111,9 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 1.057,9 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumens liegt in der Stadt Hagen bei 1.029,3 Mio. €.

Abb. 12: Kaufkraftstrombilanz des Hagener Einzelhandels



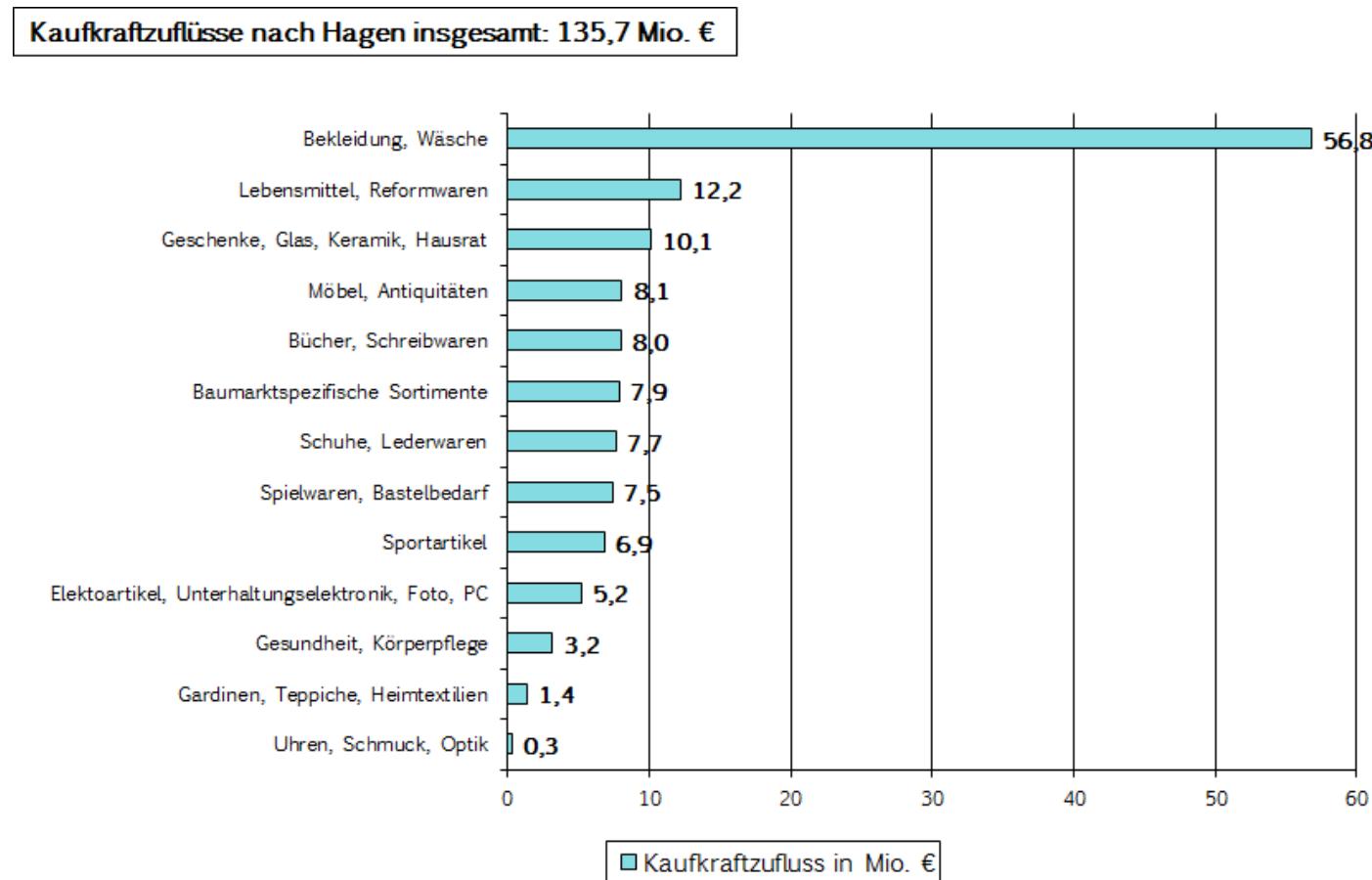
Quelle: cima GmbH 2015

Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 10 % des in der Stadt Hagen vorhandenen Nachfragevolumens. Die vergleichsweise geringe Kaufkraftabflussquote fußt auf dem guten Angebotsniveau im Segment der innerstädtischen Kernsortimente.

Die Kaufkraftzuflüsse generieren rd. 13 % des in Hagen realisierten Einzelhandelsumsatzes. Die Kaufkraftzuflussquote basiert in erster Linie auf der Angebotskompetenz im innerstädtischen Einzelhandel.

4.3.1 Warengruppenspezifische Kaufkraftzuflüsse nach Hagen

Abb. 13: Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Hagen



Quelle: cima Kaufkraftanalysen 2015

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse (vgl. Abb. 13) werden in der innenstadtprägenden Warengruppe Bekleidung/ Wäsche erzielt (56,8 Mio. €). Wie bereits die Dokumentation der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten verdeutlicht hat, sind die innerstädtischen Angebotsstrukturen, ergänzt durch die Fachmärkte in den Außenbereichen, maßgeblich für die Kaufkraftzuflüsse verantwortlich.

Der zweithöchste Kaufkraftzufluss entfällt auf die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren. Der Ausbau des Angebotes in Altenhagen und Hohenlimburg schlägt durch. Der dritthöchste Kaufkraftzufluss entfällt auf die Warengruppe Geschenke, Glas, Keramik, Hausrat.

Die Warengruppe Möbel / Antiquitäten profitiert mit einem Kaufkraftzufluss von 8,1 Mio. € insbesondere durch die Nachfrage im preisorientiertem Segment.

Mit Schließung des MAX BAHR Baumarktes und weiterer Betriebsstillegungen kleinfächiger Anbieter sowie einem Rückgang der Flächenproduktivitäten in der Branche beläuft sich der Kaufkraftzufluss hier nur noch auf 7,9 Mio. €.

Auf die Warengruppen Schuhe, Lederwaren sowie Spielwaren, Bastelbedarf entfallen mit 7,7 Mio. € bzw. 7,5 Mio. € noch verhältnismäßig hohe Kaufkraftzuflüsse.

In der Warengruppe „Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC“ liegt der Kaufkraftzufluss nach Schließung des PRO Elektrofachmarktes in der Innenstadt und der zunehmenden Abschöpfung durch den Online-Handel bei nur noch 5,2 Mio. €.

In allen übrigen Warengruppen liegt der Kaufkraftzufluss bei unter 5,0 Mio. €.

4.3.2 Warengруппenspezifische Kaufkraftabflüsse aus Hagen

Das Ranking der warengruppenspezifischen Kaufkraftabflüsse ist in Abb. 14 auf der nächsten Seite dokumentiert.

Die höchsten Kaufkraftabflüsse aus Hagen entfallen auf die Warengruppen Möbel, Antiquitäten mit 28,2 Mio. €. Dieses Niveau spiegeln die regionale Wettbewerbssituation und das bisherige Fehlen eines leistungsstarken Anbieters wider.

Darauf folgt die Warengruppe Gesundheit, Körperpflege mit 15,9 Mio. €. Diese Kaufkraftabflüsse fußen noch auf Pendlerverflechtungen und Nachfrage im hochwertigen Parfümeriesegment, die nur zum Teil in Hagen bedient wird. Das Niveau des Kaufkraftabflusses erlaubt noch Optimierungen innerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche.¹⁰

Nach Schließung des MAX BAHR Baumarktes und Betriebsstillegungen weiterer spezifischer Anbieter beläuft sich der Kaufkraftabfluss im Segment der Baumärktspezifischen Sortimente auf 14,2 Mio. €.

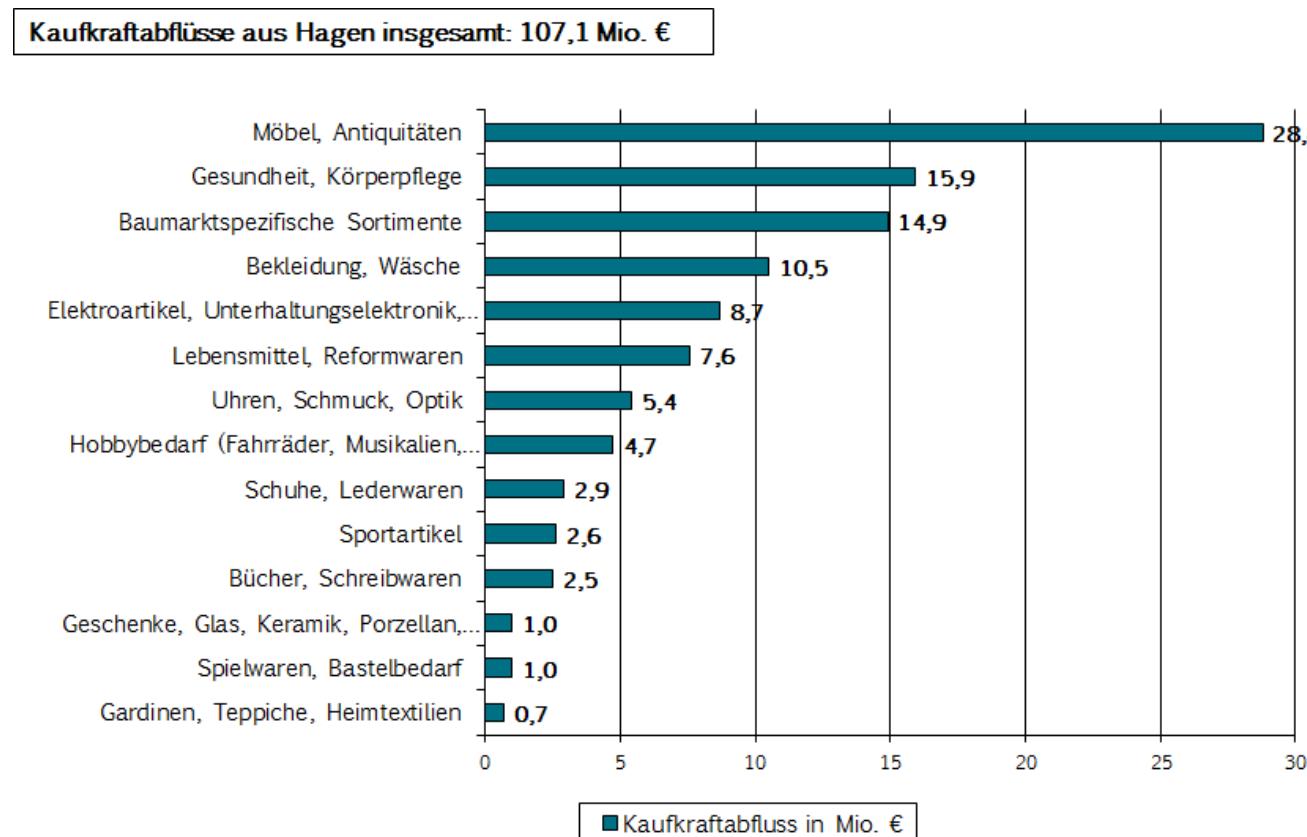
Der vierthöchste Kaufkraftabfluss entfällt mit auf die Warengruppe Bekleidung, Wäsche. Die Ursache liegt im verschärften regionalen Wettbewerb (u.a. THIER-GALERIE in Dortmund) und dem Strukturwandel im Textileinzelhandel insgesamt. Abnehmende Flächenproduktivitäten erschweren Zuwächse in der Handelszentralität.

In der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren liegt der Kaufkraftabfluss bei 7,9 Mio. Insbesondere die Branchen des periodischen

¹⁰ Im Vergleich zur Entwurfssatzung von 2012 wird hier nunmehr mit Korrektur der Umsatzdaten ein um mehr als die Hälfte niedriger Kaufkraftabfluss ausgewiesen.

Bedarfs werden über Kopplungskäufe im Kontext von Pendlerverflechtungen an Wettbewerbsstandorten außerhalb der Stadt Hagen gebunden. Nur ein geringerer Teil des jetzt noch bestehenden Kaufkraftabflusses dürfte reaktivierbar sein. Die bestehenden Kaufkraftabflüsse signalisieren nur noch begrenzte Spielräume für Bestandserweiterungen und Bestandsoptimierung.

Abb. 14: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Hagen



Die ermittelten Kaufkraftabflüsse in der Warengruppe Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ PC liegen nach der Schließung des PRO Elektrofachmarktes bei 8,7 Mio. €). Die Verlagerung des innerstädtischen SATURN Marktes in die RATHAUS_GALERIE konnte diese Bestandsaufgabe nicht vollends kompensieren.

In allen weiteren Warengruppen belaufen sich die Kaufkraftabflüsse auf deutlich unter 6,0 Mio. €.

4.4 Zusammenfassung der gesamtstädtischen Strukturdaten zum Hagener Einzelhandel

Abb. 15: Datenblatt der Stadt Hagen

Stadt Hagen insgesamt	
Verkaufsfläche in m ²	306.375
Umsatz in Mio. €	1.057,9
Flächenproduktivität in € / m ²	3.453
Nachfragevolumen in Mio. €	1.029,3
Zentralität	103
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	101
Einwohner (Dezember 2014)	190.454
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,61
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,39
Umsatz je Einwohner in €	5.555
Anzahl der Betriebe	1.103
Anzahl der Leerstände	373
Leerstandsquote	25,3%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Stadt Hagen insgesamt	97,2

Die links stehende Abb. 15 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des gesamtstädtischen Einzelhandels zusammen.

Leerstände in Hagen

Wie auch viele andere Städte und Gemeinden ist Hagen zunehmend von der Problematik leer stehender Ladenlokale betroffen. Insgesamt stehen 373 Ladenlokale im gesamten Hagener Stadtgebiet leer; dies entspricht einer überdurchschnittlich hohen Leerstandsquote von 25 %. Die Leerstände befinden sich sowohl in solitären Randlagen als auch den Zentralen Versorgungsbereichen und führen zu städtebaulichen Defiziten und Funktionsverlusten. Die Leerstände sind zumeist ein Beleg für den Rückzug des Handels aus diesen Bereichen.

Das Gros der Ladenleerstände entfällt auf die Randlagen der Innenstadt und die Rückzugsbereiche des Einzelhandels in den einzelnen Stadtteilen.

Die Leerstandsquote von rd. 25 % auf das Stadtgebiet insgesamt weist auf anhaltende Strukturwandlungsprozesse hin. Sie ist im bundesdeutschen Vergleich hoch, liegt jedoch erfreulicherweise nicht im Spitzengbereich von 'schrumpfenden' Städten. Hier werden zum Teil Quoten von über 35 % erreicht.

4.5 Einzelhandelsstrukturen in der Hagener Innenstadt

Die Abgrenzung der Innenstadt entspricht der parzellenscharfen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt.¹¹

Abb. 16: Abgrenzung der Innenstadt von Hagen



Quelle: CIMA GmbH 2015

Die Innenstadt ist das Handels- und Dienstleistungszentrum der Stadt Hagen. Dies wird insbesondere durch den Bedeutungsüberschuss in den Branchen des aperiodischen Bedarfsbereiches deutlich. Die Innenstadt profitiert vor allem von ihren Magnetbetrieben, von der Vielzahl inhabergeführter Einzelhandelsbetriebe sowie regionalen und überregionalen Filialkonzepten.

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden in der Innenstadt von Hagen 285 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 71.175 m² erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 268,2 Mio. €

¹¹ Siehe hierzu Kap. 6.6.2

Abb. 17: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt von Hagen

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	77	9.770	68,0
Lebensmittel und Reformwaren	44	5.300	28,6
Gesundheits- und Körperpflege	23	4.130	36,9
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	10	340	2,5
Persönlicher Bedarf insgesamt	140	39.420	132,9
Bekleidung, Wäsche	89	32.450	105,2
Schuhe, Lederwaren	20	5.150	17,2
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	31	1.820	10,5
Medien und Technik insgesamt	35	8.965	35,9
Bücher, Schreibwaren	10	3.365	12,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	25	5.600	23,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	7	4.405	11,6
Sportartikel	4	2.720	7,2
Spielwaren, Bastelbedarf	1	1.640	X
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2	45	X
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	13	4.675	11,9
Einrichtungsbedarf	7	3.320	6,5
Möbel, Antiquitäten	2	900	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	5	2.420	X
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	6	620	1,4
Einzelhandel insgesamt	285	71.175	268,2

Quelle: cima Bestandserhebungen 2015; X = Nichtausweisung wegen Datenschutz

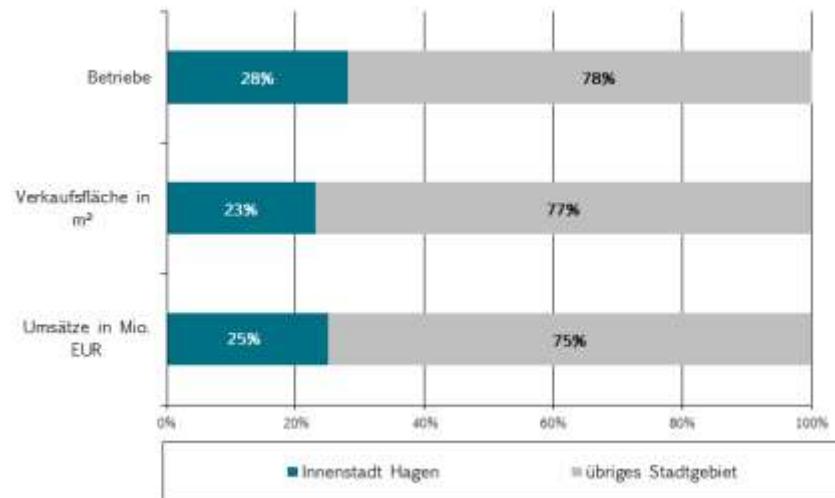
Die Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren belegt 5.300 m² Verkaufsfläche in der Innenstadt und realisiert dort ein Umsatzvolumen von 28,6 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil am gesamten innerstädtischen Einzelhandelsumsatz ist mit 7,4 % und 10,7 % nunmehr akzeptabel. Die Wiedereröffnung des KAUFPARK in der RATHAUS-GALERIE hat das Nahversorgungsangebot in der Innenstadt wieder verbessert. Die Warengruppe Gesundheit, Körperpflege realisiert in der Innenstadt von Hagen 5,8 % der Verkaufsflächen (4.130 m²), jedoch 13,8 % des realisierten Einzelhandelsumsatzes (36,9 Mio. €).

Bei den Innenstadtprägenden Sortimenten sticht die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche besonders heraus. Sie belegt mit 32.450 m² knapp. 46 % der innerstädtischen Verkaufsflächen. Bezogen auf den innerstädtischen Einzelhandelsumsatzes bedeuten ein realisiertes Umsatzvolumen von 105,2 Mio. € einen Umsatzanteil von 39,2 %. Maßgebliche Anker sind die leistungsstarken Kaufhäuser PEEK & CLOPPENBURG und GALERIA KAUHFHOF sowie die beispielhaften Filialisten H&M, ESPRIT, MARCO POLO, S.OLIVER, C&A. Weitere Betriebe des Facheinzelhandels sowie ergänzende Fachmarktkonzepte (TAKKO, KIK, ZEEMANN, TK MAXX) sprechen in erster Linie den Preis orientierten Konsumenten an.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung entfallen auf die Warengruppe Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel 7,9 % der innerstädtischen Verkaufsflächen und 8,9 % des erzielten Umsatzes. Der SATURN Elektrofachmarkt ist der maßgeblich relevante Anbieter.

Die übrigen Warengruppen erzielen einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von deutlich unter 10 % in der Innenstadt von Hagen und signalisieren eine ausgewogene Gewichtung innerhalb des innerstädtischen Branchenmixes.

Abb. 18: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes: Innenstadt Hagen – Übriges Stadtgebiet



Quelle: cima Bestandserhebungen 2015

Bezogen auf die gesamtstädtischen Einzelhandelsstrukturen beherbergt die Hagener Innenstadt 28 % der Betriebe und belegt 23 % der Verkaufsflächen. Der innerstädtische Umsatzanteil liegt bei 25%.

Dieser Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau und spiegelt zugleich die polyzentrische Siedlungsstruktur mit insgesamt vier Nebenzentren wider. Mit Blick auf die Restrukturierung der VOLME-GALERIE ist dieser Anteil jedoch noch etwas ausbaufähig. Ein Umsatzanteil von 30 % erscheint jedoch mit Blick auf den anhaltenden Strukturwandel und

der steigenden Bedeutung des ‚Online-Handels‘ nicht mehr angezeigt.

Eine optimale Entwicklung der Hagener City erfordert eine umfassende restriktive Steuerung des großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandels außerhalb der Innenstadt und den ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichen.

Abb. 19 dokumentiert die warengruppenspezifische Umsatzverteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet. Die innerstädtischen Kernsortimente

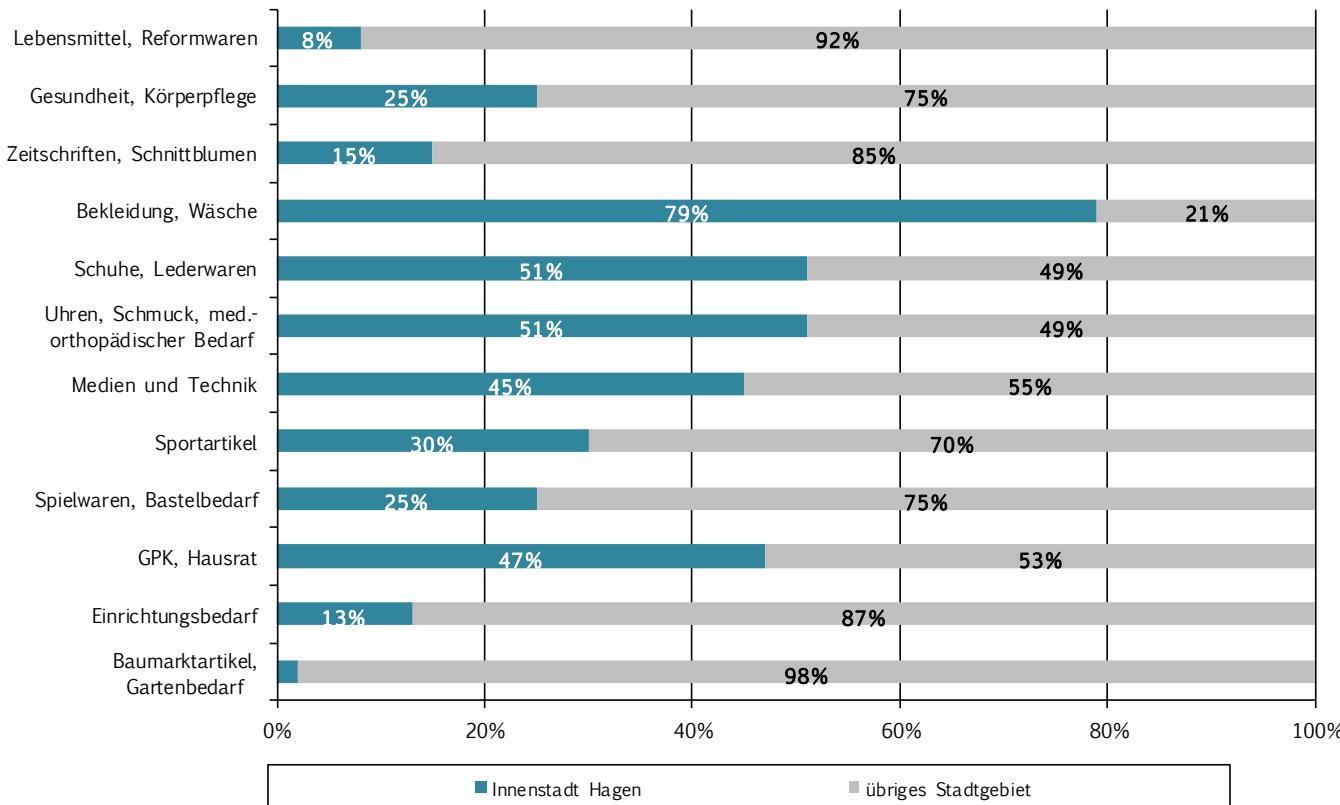
- Bekleidung/ Wäsche,
- Schuhe/ Lederwaren,
- Uhren/ Schmuck/ Optik/ Akustik

dominieren in der Standortorientierung auf die Innenstadt. In den Sortimenten Bücher/ Schreibwaren, Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Spielwaren sowie Geschenkartikel, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat wäre eine stärkere Umsatzbindung in der Innenstadt wünschenswert.

Alles in allem zeigt die warengruppenspezifische Umsatzverteilung des Einzelhandelsbesatzes in Hagen ein zu starkes Ungleichgewicht zu Gunsten der Einzelhandelslagen außerhalb der Innenstadt. Stadtentwicklungsziel sollte es sein, der Innenstadt hinreichend Gestaltungsspielräume zu verschaffen, um im Wettbewerb mit den nicht-integrierten Lagen bestehen zu können. Die eindeutige Orientierung des zentrenrelevanten Einzelhandels auf integrierte Lagen innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche und insbesondere

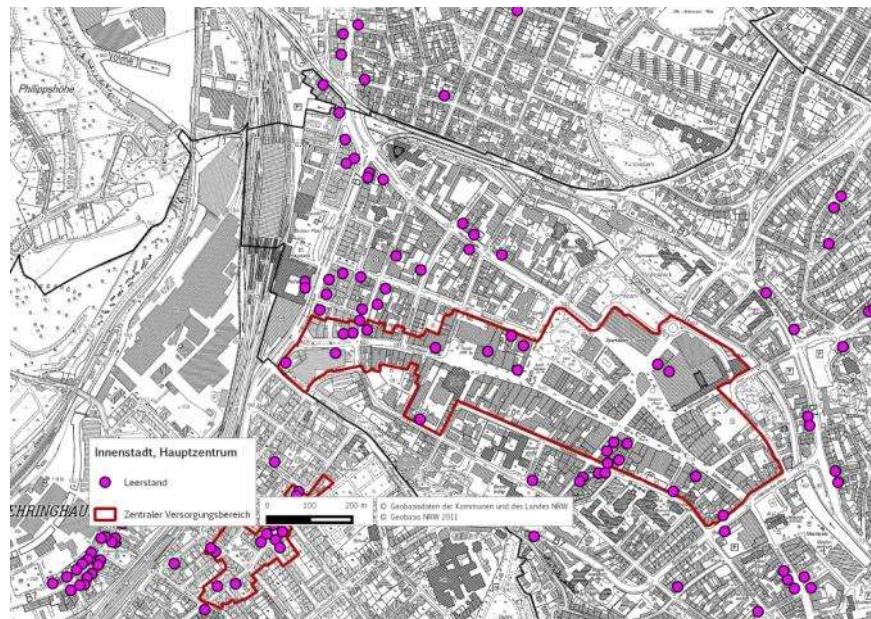
die Innenstadt sollte in Zukunft verstärkt das Leitmotiv der Einzelhandelsentwicklung in Hagen sein.

Abb. 19: Warengruppenspezifische Umsatzverteilung des Einzelhandels: Innenstadt Hagen – übriges Stadtgebiet



Quelle: cima Bestandserhebungen 2015

Abb. 20: Leerstände in der Hagener Innenstadt



Quelle: CIMA GmbH 2015

Insgesamt wurden 21 leer stehende Ladenlokale in der Hagener Innenstadt erfasst¹². Grundsätzlich sind Leerstände nicht allein ein Problem des Immobilieneigentümers, denn sie führen in aller Regel zu Frequenzverlusten und ziehen ihr Umfeld optisch in Mitleidenschaft. Oberste Priorität sollte daher der Abbau der bestehenden Leerstände in den Hauptfrequenzlagen der Hagener Innenstadt haben. Die Leerstände befinden sich jedoch überwiegend in den Randlagen der Innenstadt. Diese sind ein Beleg für den Rückzug des Handels aus diesen Bereichen.

Der anhaltende Qualitätsverlust des Einzelhandels zwischen den Standortbereichen Schwenke und Theaterplatz ist langfristig kaum aufzuhalten. Dieser Bereich übernimmt die Funktion eines Ergänzungsbereiches, in dem auch verstärkt kundenorientierte Dienstleistungsunternehmen etabliert werden können. Das Entwicklungsziel sollte sein, den Einzelhandel zwischen dem Theaterplatz und der RATHAUS_GALERIE bis an den Märkischen Ring zu entwickeln. Hier sollten Leerstände und Fehlnutzungen vermieden werden. Vergnügungsstätten sollten nach Möglichkeit innerhalb der gesamten Innenstadt ausgeschlossen werden.

Langfristig ist die vorliegende Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu überdenken und ggf. im Bereich des Theaterplatzes (bis zur Schwenke) zu modifizieren.

¹² Unberücksichtigt bleiben die Leerstände in der VOLME-GALERIE vor dem Hintergrund der andauernden Umbauarbeiten und in der RATHAUS-GALERIE im Kontext der immer noch vorliegenden Startphase der Galerie.

Angebotsqualitäten und Warenpräsentation

Mittel des Instrumentes cima City Qualitäts-Check können Angebotsqualitäten und Warenpräsentation für die Innenstadt von Hagen bewertet werden. Im Rahmen der Bestandserhebungen wurden erweiterte Zielgruppenorientierung / Angebotsqualität und die Warenpräsentation / Ladengestaltung bewertet. Die Kriterien der Bewertung der Einzelmerkmale sind im Anhang im Abschnitt 9.4 dokumentiert.

30 % der bewerteten Betriebe in der Innenstadt von Hagen zeichnet sich durch eine mehr oder weniger strikte Orientierung an Marken aus. Diese Betriebe sind von maßgeblicher Bedeutung kaufkraftstarke Bevölkerungsgruppen an die Hagener Innenstadt zu binden. Immerhin 3 % der Betriebe dokumentieren ihre Kompetenz im Segment der Premiummarken.

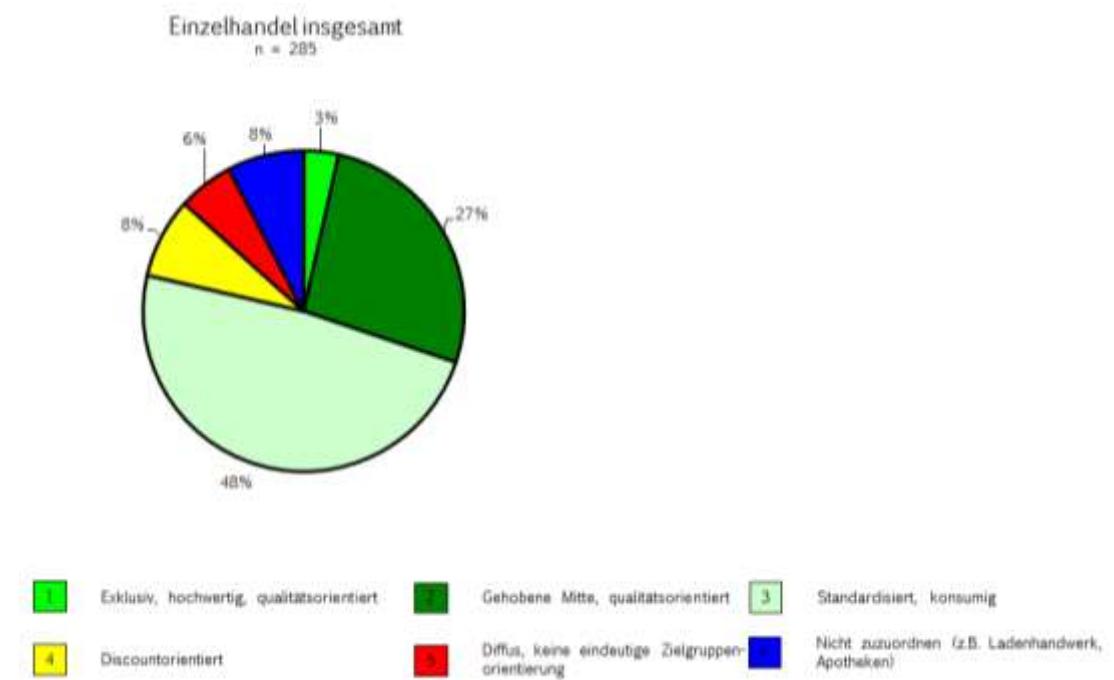
48 % der Betriebe bedienen als „konsumig“ bewertet den Mainstream und das „Young Fashion“-Segment. Die Hagener City ist hier sehr breit aufgestellt. Imagestarke und eher teurere „Young Fashion“-Labels sind dabei jedoch rar (z.B. Superdry, Drykorn, Bench, Desigual).

Nur 8 % der Betriebe profilieren sich ausschließlich über den Preis. Diese discountorientierten Betriebe sind vor allem im Standortbereich zwischen „Schwenke“ und Theaterplatz zu finden. Dieses gilt auch für die „negativ“ bewerteten Betriebe, die lediglich 6 % der Betriebe der Innenstadt ausmachen. Diese beiden eher „negativen“ Angebotsausprägungen sind in einem noch akzeptablen Rahmen präsent.

Dies gilt auch für von der Bewertung hier auszuschließender Betriebe des Ladenhandwerks und der Apotheken, die einen Anteil von 8 % an allen Betrieben stellen. Das Problem „versteckten“ La-

denleerstandes existiert in den Kernlagen der Innenstadt von Hagen nicht.

Abb. 21: cima City Qualitäts-Check: Zielgruppen- und Qualitätsorientierung in der Innenstadt von Hagen



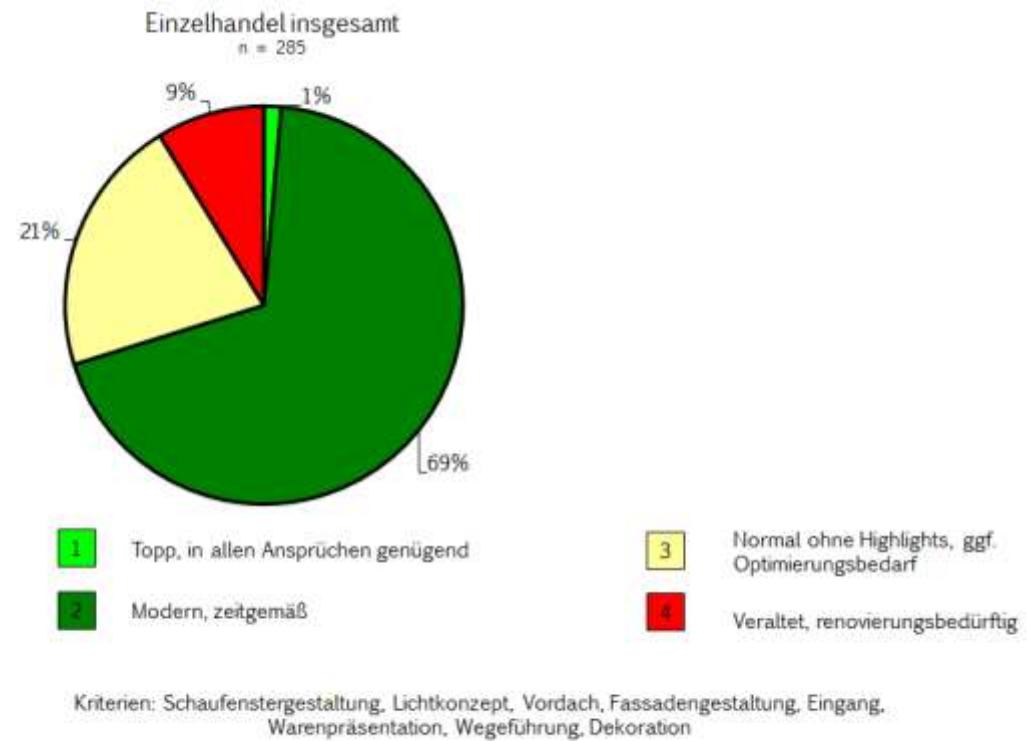
Quelle: cima Bestandserhebungen 2015

Hinsichtlich der Warenpräsentation und Ladengestaltung wurden 70 % der Betriebe positiv bewertet. Dieser Wert liegt im Rahmen ‚konsumig‘ orientierter Oberzentren. Es besteht jedoch Luft nach oben.

Bei 21 % der Betriebe wurde Optimierungsbedarf ausgemacht. Die Defizite lagen zum Teil in einer Überfrachtung der Läden mit Ware, in einem Modernisierungsbedarf bei den Warenträgern sowie einem nicht stimmigen Erscheinungsbild zwischen Ladengestaltung und Warenpräsentation. Das Gros der ‚kritischen‘ Bewertungen entfällt auf Randlagen.

Grundsätzlich negativ bewertet wurden lediglich 9 % der bewerteten Betriebe. Diese Quote liegt im akzeptablen Rahmen.

Abb. 22: cima City Qualitäts-Check: Warenpräsentation und Laden-
gestaltung in der Innenstadt von Hagen



Quelle: cima Bestandserhebungen 2015

Marktabschöpfung des innerstädtischen Einzelhandels

Die Marktabschöpfung des innerstädtischen Einzelhandels liegt bei 26. Einem in der Innenstadt von Hagen realisierten Einzelhandelsumsatz von 268,2 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 1.029,3 Mio. € gegenüber. Diese Marktabschöpfungsquote ist akzeptabel, sollte aber mit Blick auf eine nachhaltige Absicherung der Angebotsqualitäten ausgebaut werden.

Im innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung / Wäsche liegt die Marktabschöpfungsquote bei guten, jedoch nicht überragenden, 120. Einem Einzelhandelsumsatz von 105,2 Mio. € steht hier ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen von 87,3 Mio. € im Stadtgebiet von Hagen gegenüber. Marktabschöpfungsquoten von über 50 realisieren noch die Warengruppen Schuhe / Lederwaren (59) sowie Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat (siehe rechts stehende Abb. 23).

Abb. 23: Marktabschöpfungsquoten des Einzelhandels in der Innenstadt von Hagen

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. € Stadt Hagen	Marktabschöpfung Hagen Innenstadt
Periodischer Bedarf	68,0	555,0	12
Lebensmittel, Reformwaren	28,6	379,0	8
Gesundheits- und Körperpflege	36,9	159,3	23
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2,5	16,7	15
Persönlicher Bedarf insgesamt	132,9	142,2	93
Bekleidung/Wäsche	105,2	87,3	120
Schuhe, Lederwaren	17,2	29,1	59
Uhren, Schmuck, Optik	10,5	25,8	41
Medien und Technik insgesamt	35,9	107,9	33
Bücher, Schreibwaren	12,1	21,2	57
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	23,8	86,6	27
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	11,6	42,9	27
Sportartikel	7,2	20,2	36
Spielwaren, Bastelbedarf	4,2	10,4	<50
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0,2	12,3	<10
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	11,9	16,2	74
Einrichtungsbedarf	6,5	70,8	9
Möbel, Antiquitäten	1,2	57,6	<10
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	5,3	13,3	<50
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1,4	94,4	1
Einzelhandel insgesamt	268,2	1.029,3	26

Quelle: cima Bestandserhebungen und Kaufkraftanalysen 2015. Rundungsdifferenzen bei der Ermittlung der Marktabschöpfungsquoten, da nicht ausgewiesene Nachkommastellen der berechneten Nachfragevolumina in die Berechnung mit einfließen

4.6 Einzelhandelsstrukturen in den Hagener Stadtbezirken

Abb. 24: Teilräumliche Gliederung der Stadt Hagen



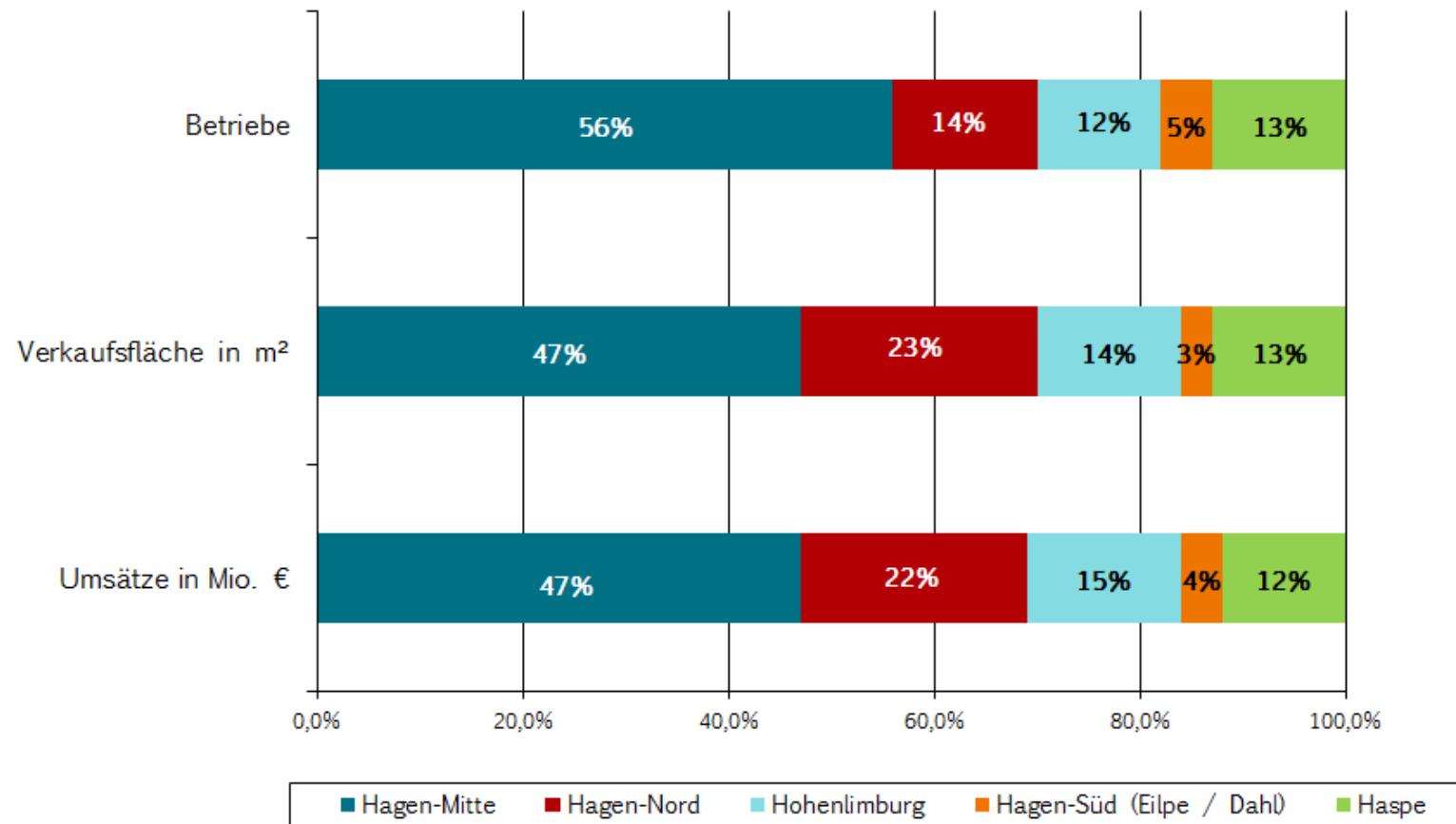
Das Hagener Stadtgebiet ist in die statistischen Bezirke Hagen-Nord (37.943 Einwohner), Hagen-Mitte (76.039 Einwohner), Hagen-Hohenlimburg (29.694 Einwohner), Hagen-Haspe (30.271 Einwohner) und Hagen-Süd (Eilpe / Dahl) (16.507 Einwohner) untergliedert.

Hagen-Mitte ist sowohl der einwohnerstärkste Bezirk, als auch der bedeutendste Bereich hinsichtlich der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen (siehe Abb. 25). Mehr als die Hälfte (56 %) der erfassten Einzelhandelsbetriebe befinden sich im Stadtbezirk Mitte. Das Einzelhandelsangebot im Bezirk Mitte wird maßgeblich durch die Innenstadt geprägt.

Nach dem Stadtbezirk Hagen-Mitte stellt der Stadtbezirk Hagen-Nord den größten Verkaufsflächenanteil (23 %) am gesamten Hagener Einzelhandel. Die SB-Warenhausstandorte REAL und KAUF-LAND sowie der großflächige Sonderstandort an der Weststraße (TOYSRUS, POCO; DECATHLON etc.) begründen den hohen Verkaufsflächenanteil.

Die geringste Bedeutung hinsichtlich des Einzelhandelsbesatzes nimmt der Hagener Stadtbezirk Süd (Eilpe / Dahl) ein. Nur 3 % der Gesamtverkaufsfläche findet sich im Stadtbezirk Hagen-Süd. Die südlichen Siedlungsbereiche sind bereits sehr ländlich geprägt; die topografische Lage im Volmetal erschwert die Anbindung und Erreichbarkeit an die nördlichen Stadtgebiete.

Abb. 25: Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet



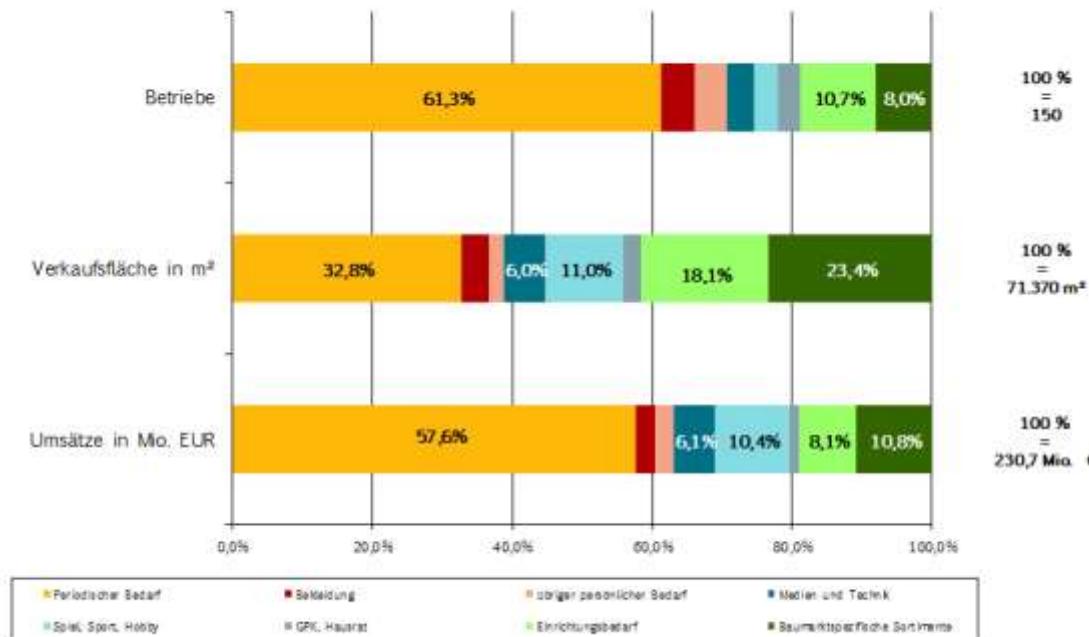
4.6.1 Stadtbezirk Hagen-Nord

Abb. 26: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Nord

Stadtbezirk Hagen-Nord	
Verkaufsfläche in m ²	71.370
Umsatz in Mio. €	230,7
Flächenproduktivität in € / m ²	3.232
Nachfragevolumen in Mio. €	204,4
Zentralität	113
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	129
Einwohner (Dezember 2014)	37.943
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,88
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,51
Umsatz je Einwohner in €	6.080
Anzahl der Betriebe	150
Anzahl der Leerstände	23
Leerstandsquote	13,3%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Vorhalle	89,9
Boele	96,9

Quelle: cima 2015

Abb. 27: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Nord



Quelle: cima 2015

Die Angebotssituation im Stadtbezirk Hagen-Nord von den Branchen des periodischen Bedarfs dominiert. Die SB-Warenhäuser RE-AL und KAUFLAND stellen rd. 60 % der Verkaufsfläche im periodischen Bedarf. Ebenfalls die Warengruppe der baumarktspezifischen Sortimente prägt die Angebotssituation (u.a. HELLWEG an der Schwerter Straße). Einen bedeutenden Verkaufsflächenanteil nimmt zudem die Branche Möbel ein. Gut 23 % der Verkaufsfläche im Stadtbezirk Nord entfällt auf diese Branche (POCO, MÖBEL BOSS etc.).

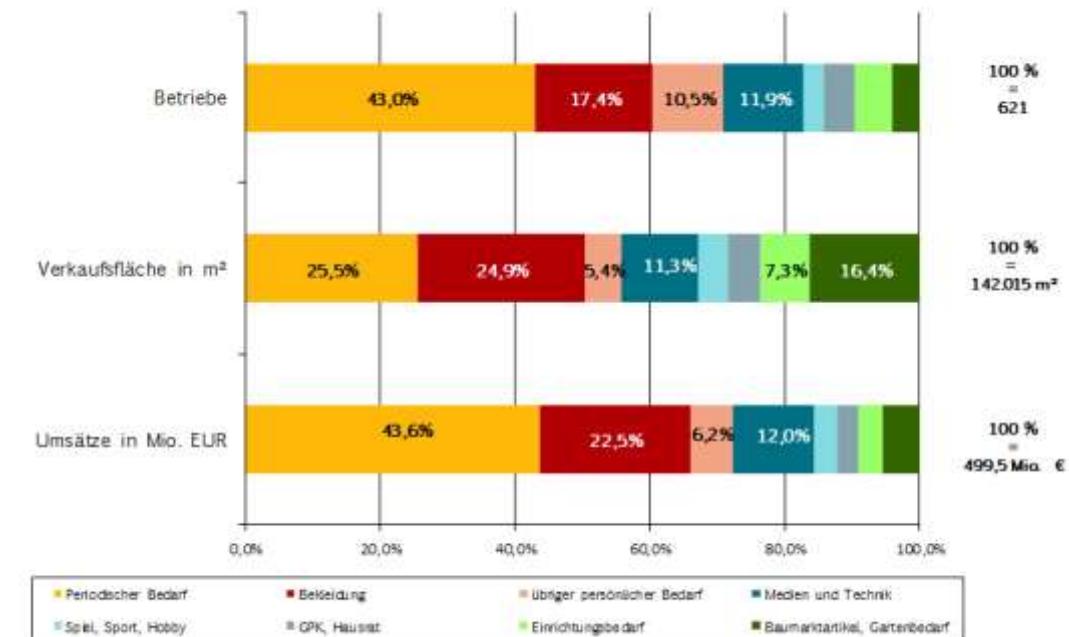
4.6.2 Stadtbezirk Hagen-Mitte

Abb. 28: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Mitte

Stadtbezirk Hagen-Mitte	
Verkaufsfläche in m ²	142.015
Umsatz in Mio. €	499,5
Flächenproduktivität in € / m ²	3.517
Nachfragevolumen in Mio. €	403,1
Zentralität	124
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	96
Einwohner (Dezember 2014)	76.039
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,87
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,35
Umsatz je Einwohner in €	6.569
Anzahl der Betriebe	621
Anzahl der Leerstände	208
Leerstandsquote	25,1%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Mittelstadt	91,7
Altenhagen	91,7
Hochschulviertel	91,7
Emst	107,2
Wehringhausen	89,9

Quelle: cima 2015

Abb. 29: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Mitte



Quelle: cima 2015

In Bezug auf die Anzahl der Betriebe stellt der periodische Bedarf den bedeutendsten Anteil (43 %). Zahlreiche kleinere Lebensmittelmärkte sowie Spezialgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks prägen das Angebot im Bezirk Mitte. Von besonderer Relevanz sind im Stadtbezirk Mitte zudem die Angebotsstrukturen in den innenstadtprägenden Sortimenten (Bekleidung/ Wäsche, Medien und Technik). Der ebenfalls hohe Verkaufsflächenanteil der bauarktspezifischen Sortimente entfällt auf den großflächigen Bau- und Heimwerkermarkt BAUHAUS an der Eckeseyer Straße.

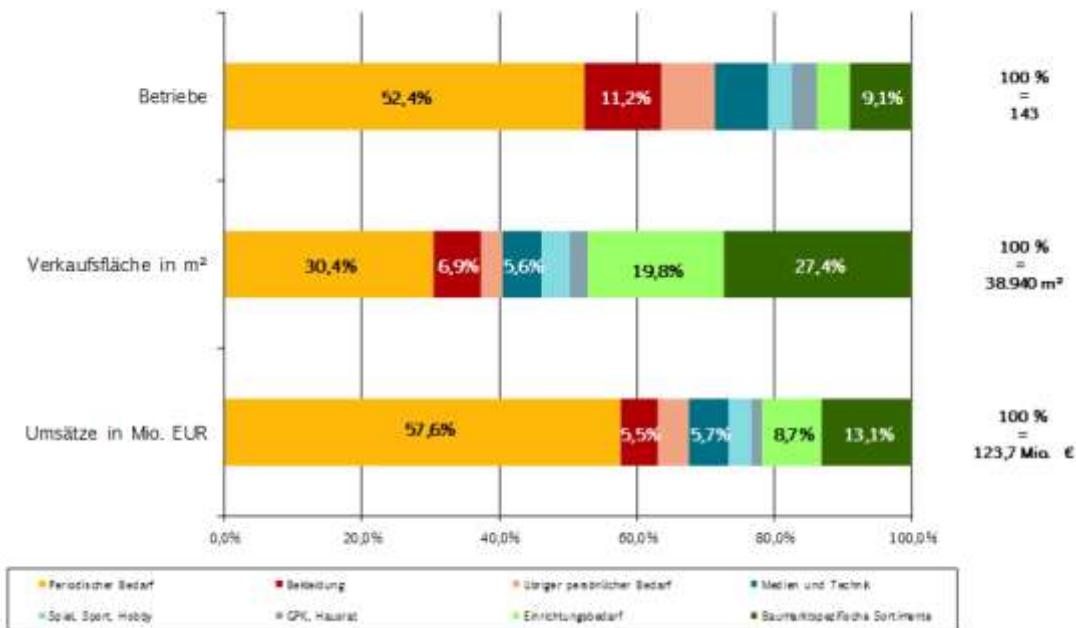
4.6.3 Stadtbezirk Hagen-Haspe

Abb. 30: Datenblatt zum Stadtbezirk Haspe

Stadtbezirk Haspe	
Verkaufsfläche in m ²	38.940
Umsatz in Mio. €	123,7
Flächenproduktivität in € / m ²	3.177
Nachfragevolumen in Mio. €	91,1
Zentralität	136
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	153
Einwohner (Dezember 2014)	30.271
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,29
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,32
Umsatz je Einwohner in €	4.086
Anzahl der Betriebe	143
Anzahl der Leerstände	65
Lehrstandsquote	31,3%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Haspe-Ost	95,8
Haspe-West	95,8

Quelle: cima 2015

Abb. 31: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Haspe



Quelle: cima 2015

Auch im Stadtbezirk Haspe stellt der periodische Bedarf den größten Anteil an der Verkaufsfläche, des Umsatzes und der Betriebe dar. Die Angebotsanalyse verdeutlicht ebenso eine gewisse Angebotskompetenz in der Branche Bekleidung/ Wäsche. Neben den Angeboten im Zentralen Versorgungsbereich Haspe-Zentrum (Nebenzentrum) sind eine Reihe Fachmärkte außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche vorhanden. Das Angebot in den baumarktspezifischen Sortimenten wird einerseits durch den B1 DISCOUNT-BAUMARKT geprägt, andererseits durch eine Vielzahl an Sonderpostenmärkten oder das Sonderpostenrandsortiment u.a. bei REAL.

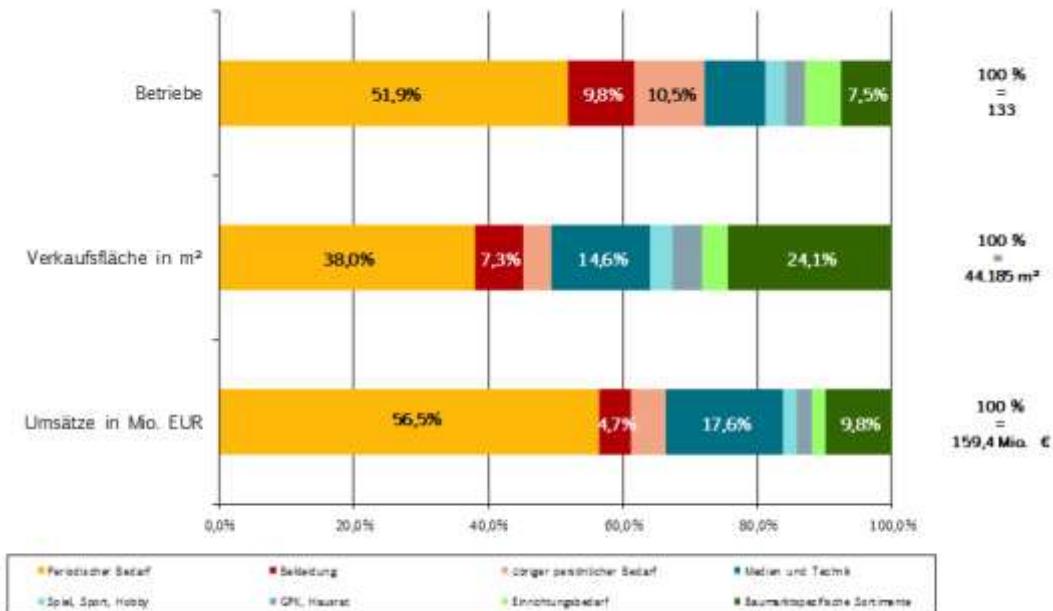
4.6.4 Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg

Abb. 32: Datenblatt zum Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg

Stadtbezirk Hohenlimburg	
Verkaufsfläche in m ²	44.185
Umsatz in Mio. €	159,4
Flächenproduktivität in € / m ²	3.608
Nachfragevolumen in Mio. €	166,3
Zentralität	96
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	108
Einwohner (Dezember 2014)	29.694
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	1,49
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,46
Umsatz je Einwohner in €	5.368
Anzahl der Betriebe	133
Anzahl der Leerstände	52
Leerstandsquote	28,1%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Lennetal	107,2
Hohenlimburg	97,4

Quelle: cima 2015

Abb. 33: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg



Quelle: cima 2015

Der Angebotsschwerpunkt liegt auch im Stadtbezirk Hohenlimburg in den Branchen des periodischen Bedarfs (u.a. KAUFLAND). Das vorhandene Angebot in den baumarktspezifischen Sortimenten wird in Bezug auf die Verkaufsflächenanteile vom Gartenfachmarkt AUGSBURG geprägt. Einen weiteren Angebotsschwerpunkt in Hohenlimburg bildet die Warengruppe Medien und Technik. 14,6 % der Verkaufsfläche und sogar 17,6 % des Umsatzes entfallen auf diese Warengruppe. Im Standortbereich Elseyer Straße ist der Unterhaltungselektronikfachmarkt BERLET adressiert.

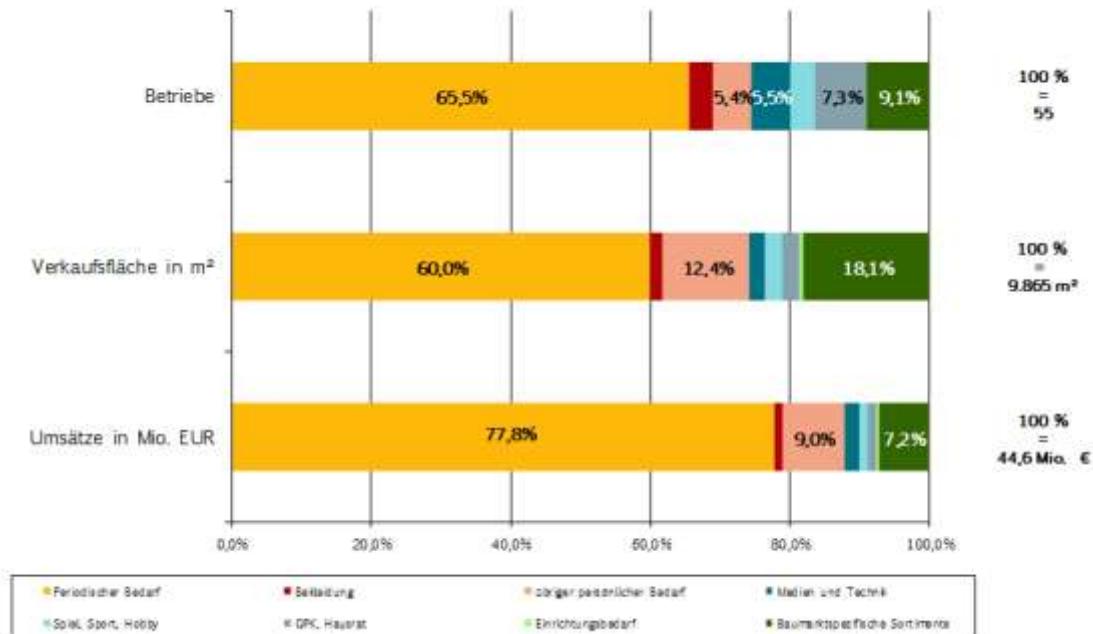
4.6.5 Stadtbezirk Hagen-Süd (Eilpe / Dahl)

Abb. 34: Datenblatt zum Stadtbezirk Eilpe / Dahl

Stadtbezirk Eilpe / Dahl	
Verkaufsfläche in m ²	9.865
Umsatz in Mio. €	44,6
Flächenproduktivität in € / m ²	4.524
Nachfragevolumen in Mio. €	91,1
Zentralität	49
Zentralität 'Lebensmittel, Reformwaren'	80
Einwohner (Dezember 2014)	16.507
Verkaufsfläche je Einwohner in m ²	0,60
Verkaufsfläche je Einwohner in m ² 'Lebensmittel, Reformwaren'	0,30
Umsatz je Einwohner in €	2.704
Anzahl der Betriebe	55
Anzahl der Leerstände	25
Lehrstandsquote	31,3%
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2014)	
Eilpe	97,4
Dahl	97,4

Quelle: cima 2015

Abb. 35: Einzelhandelsstrukturen im Stadtbezirk Hagen Süd



Quelle: cima 2015

Den bedeutendsten Anteil hinsichtlich der Verkaufsfläche, des Umsatzes und der vorhandenen Betriebe nimmt im Stadtbezirk Süd der periodische Bedarf ein. Im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe sind die Nahversorger KAUFPARK, LIDL und ALDI vorhanden, weitere Lebensmittelbetriebe zur wohnortnahmen Versorgung ergänzen das Angebot. Die Warengruppe des übrigen persönlichen Bedarfs wird maßgeblich durch den SIEMES Schuhmarkt (knapp 1.100 m² Verkaufsfläche) im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe geprägt. In Bezug auf das Angebot in den baumarktspezifischen Sortimenten ist der Fachbetrieb HOLZ KEMPEN zu nennen.

5 Nahversorgungssituation in Hagen

5.1 Nahversorgungsstrukturen im Hagener Stadtgebiet

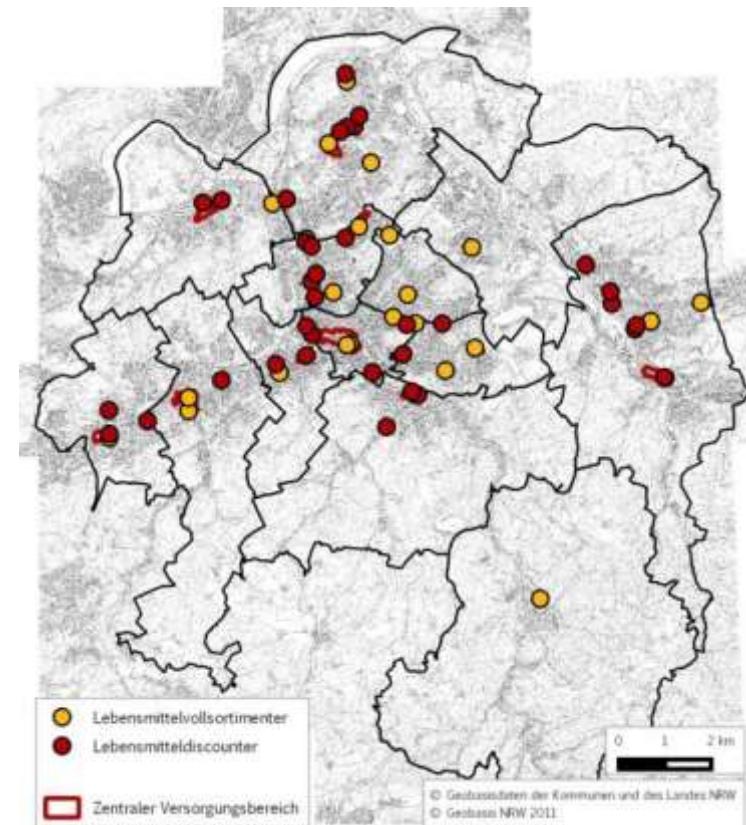
Insgesamt kann die Nahversorgungssituation in Hagen als gut bezeichnet werden. Das Nahversorgungsangebot im Stadtgebiet ist heute durch ein breites Netz an Lebensmittelmärkten geprägt. Die wohnortnahe Versorgung kann weitestgehend sichergestellt werden.

Die dominierenden Nahversorgungsstrukturen in Hagen sind die Verbrauchermarkt- und SB-Warenhausstandorte REAL (Vollbrinkstraße und Kabeler Straße), KAUFLAND (Freiligrathstraße und Auf dem Lölfert), die ein weiträumige Ausstrahlungskraft entfalten können. Entlang der B 7 in Hagen-Haspe sind in z.T. nicht integrierten und auf den Autoverkehr ausgerichteten Lagen zudem eine Reihe Lebensmitteldiscounter und kleinere Supermärkte adressiert. Im nördlichen Stadtteil Kabel hat sich an der Schwerter Straße eine weitere Agglomeration von Discountern und Supermärkten in nicht-integrierter, verkehrsorientierter Lage etabliert. Der weitere Nahversorgungsbestand dient vornehmlich der wohnortnahen Versorgung.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation sind neben den quantitativen Bewertungsgrundlagen ebenso qualitative Aspekte von Bedeutung. Insgesamt konnten 66 Nahversorgungsbetriebe¹³ erfasst werden, die sich in 35 Lebensmitteldiscounter und 27 Lebensmittelvollsortimenter und 4 SB-Warenhäuser unterteilen lassen. Mit Blick auf das qualitative Angebotsniveau liegt damit ein ausgewo-

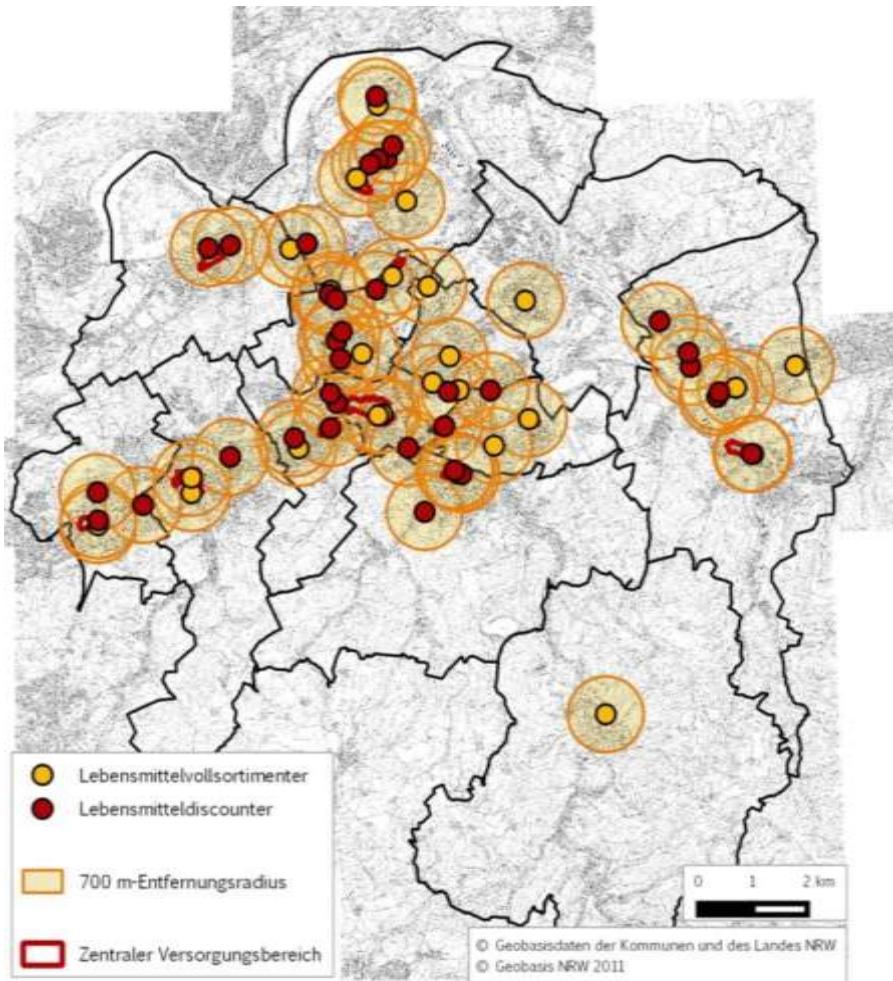
genes Verhältnis zwischen Angeboten aus dem Lebensmitteldiscountbereich sowie dem Frischesegment vor.

Abb. 36: Nahversorgungssituation in Hagen



¹³ Lebensmittelmärkte ab 150 m² Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte, Biomärkte oder Betriebe mit ethnischen Hintergrund

Abb. 37: Nahversorgungsstruktur in Hagen (700 m Nahversorgungsradius)



Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger im Stadtgebiet verdeutlicht, dass in weiten Teilen des Hagener Stadtgebietes flächendeckend ausgewogenen Nahversorgungsstrukturen vorgehalten werden können.

Lediglich für den Stadtteil Lennetal (Stadtbezirk Hohenlimburg) und die Stadtteile Dahl und Eilpe im südlichen Stadtgebiet kann ein konkreter Nachverdichtungsbedarf abgeleitet werden. Aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials in diesen Stadtteilen sind die Chancen zur Etablierung eines Nahversorgungsangebotes in diesen Siedlungsbereichen leider als sehr gering einzustufen und somit kaum zu realisieren.

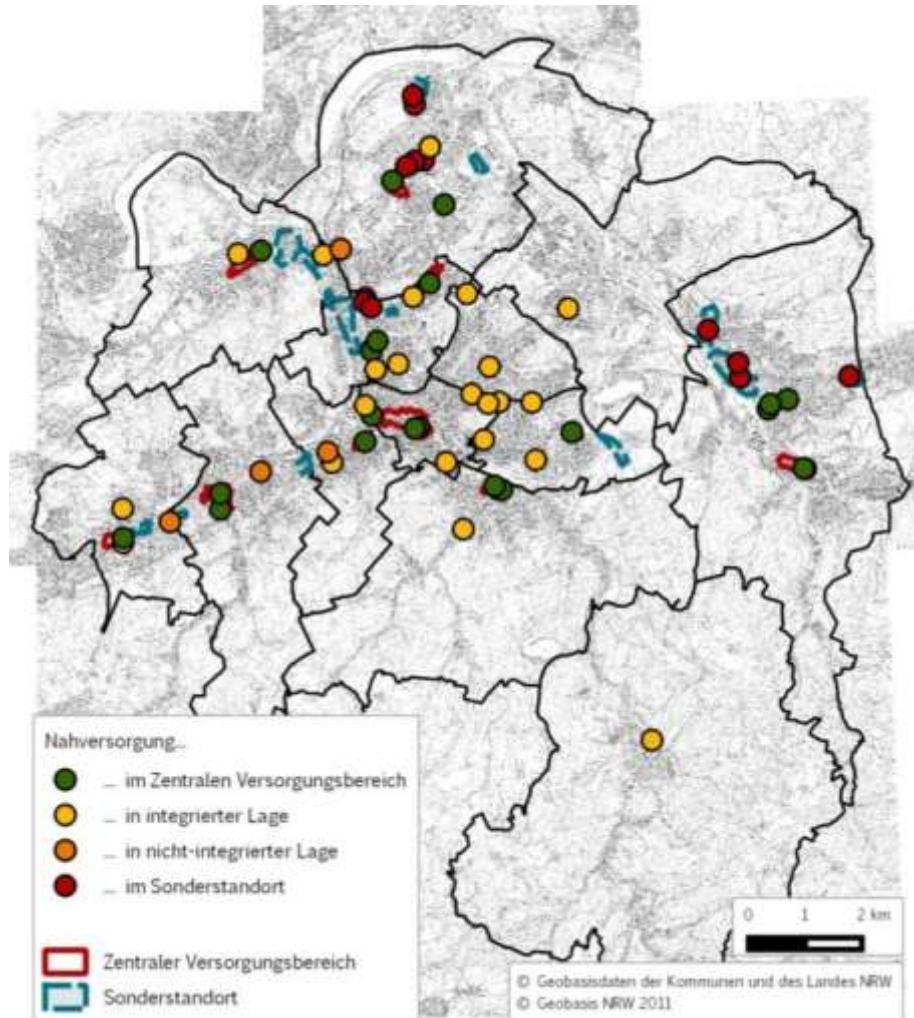
Weiteres Gestaltungspotenzial ist auf Basis der ermittelten Nahversorgungsstrukturen nur in sehr begrenztem Umfang abzuleiten, so dass ein dringender Handlungsbedarf zur Ansiedlung weiterer Lebensmittelnahversorger entsprechend nicht festgestellt werden kann. Die Ansiedlung weiterer Nahversorgungsbetriebe würde eher zu Verdrängungseffekten führen als dass zusätzlich Kaufkraft gebunden werden könnte. Neuansiedlungen sollten entsprechend nur dann möglich sein, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der Nahversorgungssituation und/ oder der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte. Optimierung der Nahversorgung in Hagen heißt zum überwiegenden Teil Standortsicherung.

Abb. 38: Auflistung der maßgeblich relevanten Nahversorger in Hagen

Nahversorger in Zentralen Versorgungsbereichen			Nahversorger in integrierter Wohngebietslage			Nahversorger in Sonderstandorten			Nahversorger in nicht-integrierter Lage		
1	Kaufpark	Ennepet Str.	1	Netto	Louise-Märcker-Str.	1	Lidl	Alexanderstr.	1	Aldi	Wehringhauser Str.
2	Kaufpark	Berliner Str.	2	Aldi	Frankfurter Str.	2	Penny	Alexanderstr.	2	Frischmarkt Jetter	Schwerter Str.
3	Real	Vollbrinkstr.	3	Nahkauf	Frankfurter Str.	3	Netto	Schwerter Str.	3	Netto	Schwerter Str.
4	Penny	Ennepet Str.	4	Aldi	Graf-von-Galen-Ring	4	Lidl	Schwerter Str.	4	Edeka	Dortmunder Str.
5	Edeka	Elberfelder Str.	5	Norma	Altenhagener Str.	5	Aldi	Kabeler Str.	5	Aldi	Auf dem Lölfert
6	Lidl	Elberfelder Str.	6	Aldi	Boeler Str.	6	Aldi	Gotenweg	6	Kaufpark	Am Paulshof
7	Kaufpark	Mittelstr.	7	Nahkauf	Kinkelstr.	7	Real	Alemaniaweg	7	Penny	Freiligrathstr.
8	Aldi	Zollstraße	8	Penny	Eppenhauser Str.	8	Kaufland	Freiligrathstr.	8	Edeka	Wasserloses Tal
10	Edeka	Zollstraße	9	Edeka	Eppenhauser Str.	9	Kaufland	Auf dem Lölfert	9	Netto	Minervastr.
11	Netto	Friedenst.	10	Aldi	Eppenhauser Str.	10	Lidl	Kabeler Str.	10	Kaufpark	Wortherbruchstr.
12	Markant Jörges	Boeler Str.	11	Edeka	Fleyer Str.	11	Netto	Gotenweg	11	Netto	Am Paulshof
13	Netto City	Moltkestr.	12	Kaufpark	Lützowstr.	12	Lidl	Alemaniaweg	12	Penny	Freiligrathstr.
14	Aldi	Ophauser Str.	13	Kaufpark	Karl-Ernst-Osthaus-Str.	13	Netto	Freiligrathstr.	13	Netto	Minervastr.
15	Edeka	Fröbelstr.	14	Aldi	Wasserloses Tal	14	Lidl	Minervastr.	14	Edeka	Wasserloses Tal
16	Edeka	Dortmunder Str.	15	Frischmarkt Jetter	Emster Str.	15	Aldi	Wasserloses Tal	15	Netto	Wortherbruchstr.
17	REWE	Bahnstraße	16	Kaufpark	Minervastr.	16	Netto	Wortherbruchstr.	16	Kaufpark	Minervastr.
18	Aldi	Bahnstraße	17	Netto	Wortherbruchstr.	17	Penny	Wortherbruchstr.	17	Penny	Wortherbruchstr.
19	Netto	Esserstr.	18	Kaufpark	Schwerter Str.	18	Netto	Wortherbruchstr.	18	Netto	Wortherbruchstr.
20	Aldi	Im Stift	19	Penny	Schwerter Str.	19	Lidl	Wortherbruchstr.	19	Netto	Wortherbruchstr.
21	REWE	Lindenbergstr.	21	Netto	Selbecker Str.	21	Aldi	Wortherbruchstr.	21	Netto	Wortherbruchstr.
22	Aldi	Hasselstr.	22	90 Grad	Leiblstr. ¹¹⁵	22	Lidl	Wortherbruchstr.	22	90 Grad	Leiblstr. ¹¹⁵
23	Lidl	Eilper Str.	23	Ihre Kette	Berchumer Str.	23	Aldi	Wortherbruchstr.	23	Ihre Kette	Berchumer Str.
24	Kaufpark	Eilper Str.	24	Edeka	Mühlbachstr.	24	Netto	Wortherbruchstr.	24	Edeka	Mühlbachstr.
25	Kaufpark	Karl-Ernst-Osthaus-Str.									

Nahversorger in nicht-integrierter Lage mit Agglomerationscharakter		
1	Lidl	Preusserstr.
2	Aldi	Ennepet Str.

Abb. 39: Lagequalitäten der Nahversorger in Hagen



Quelle: cima 2015

5.2 Nahversorgung in den Hagener Stadtbezirken

Die rechts stehende Abb. 40 dokumentiert die Handelszentralitäten in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren auf Grundlage der teilräumlichen Gliederung des Hagener Stadtgebietes.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass in einem Siedlungsraum oder Ortsteil, wie ihn die Stadtbezirke der Stadt Hagen darstellen, ein gutes Nahversorgungsniveau vorliegt, wenn die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren sich in einem Korridor zwischen 75 und 85 bewegt. Dieser Ansatz geht davon aus, dass Konsumenten ihren Lebensmittelbedarf nicht nur beim nächst gelegenen Nahversorger decken, sondern auch Großeinkäufe oder Zieleinkäufe ergänzend in SB-Warenhäusern / Verbrauchermarkten erledigen oder Kopplungseinkäufe bei Fahrten zur Arbeit bzw. Bildungsstätte (Pendlerverflechtungen) tätigen.

Abb. 40: Handelszentralitäten in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ in den Stadtbezirken der Stadt Hagen

Stadtbezirke	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität	Saldo Kaufkraftfluss (in Mio. €)
Hagen-Nord	96,7	75,3	129	21,4
Hagen-Haspe	51,2	60,5	85	-9,3
Hagen-Mitte	142,3	148,4	96	-6,1
Hagen- Eilpe / Dahl	27,0	33,6	80	-6,6
Hagen-Hohenlimburg	66,4	61,2	108	5,2
Stadt Hagen	383,6	379,0	101	4,6

Quelle: cima 2015

Folgende Befunde sind mit Blick auf konkreten Handlungsbedarf zum Ausbau bzw. zur nachhaltigen Absicherung des Nahversorgungsangebotes relevant:

- Der Hagener **Stadtbezirk Nord** verzeichnet überdurchschnittliche Kaufkraftzuflüsse, die durch die SB-Warenhausstandorte KAUF-LAND und REAL gekennzeichnet sind. Einem Einzelhandelsumsatz von 96,7 Mio. € steht ein Nachfragevolumen für den Stadtbezirk Nord in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren von 75,3 Mio. € gegenüber.

- Im **Stadtbezirk Hagen-Haspe** liegt die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren bei 85. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 51,2 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 60,5 Mio. € gegenüber. Dieses gute Angebotsniveau wird maßgeblich durch den REAL Verbrauchermarkt im Zentralen Versorgungsbereich Haspe-Zentrum geprägt. Ergänzend zu den weiteren Frischemärkten und Lebensmitteldiscountern in den Zentralen Versorgungsbereichen Westerbauer und Haspe-Zentrum sind eine Reihe weiterer Nahversorgungsstandorte im Stadtbezirk vorhanden, die vornehmlich auf den PKW-Kunden orientiert sind. Wie auch für den Stadtbezirk Nord können für den Stadtbezirk Hagen-Haspe Kaufkraftzuflüsse identifiziert werden.
 - Im **Stadtbezirk Mitte** liegt die Handelszentralität bei 96. Hier stellen Frischemärkte und Lebensmitteldiscounter überwiegend in integrierten Stadtteillagen ein attraktives Nahversorgungsangebot sicher. In diesen Siedlungsbereichen kann das Angebotsniveau als angemessen und zufriedenstellend bewertet werden. Die Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes in Altenhagen (siehe Abschnitt 5.3.3) trägt maßgeblich zu der gut entwickelten Handelszentralität bei. Auch die ergänzenden Angebote in der RATHAUS-GALERIE fallen ins Gewicht.
 - Im **Stadtbezirk Eilpe / Dahl** liegt die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren bei 80. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 27,0 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von 33,6 Mio. € gegenüber. Einschränkend muss erwähnt werden, dass sich die vorhandenen Nahversorgungsstandorte fast ausschließlich in den südlichen Siedlungsbereichen des Kernstadt Hagen befinden. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Nahversorger konnten für die peripheren Ortsteillagen bereits Angebotsdefizite identifiziert werden. Aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials und der topografische Gegebenheiten im Stadtteil Dahl sind die Chancen zur Etablierung eines ergänzenden Nahversorgungsangebotes leider als sehr gering einzuschätzen und somit kaum zu realisieren.
 - Im **Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg** liegt die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren bei 108. Einem realisierten Einzelhandelsumsatz von 66,7 Mio. € steht ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 61,2 Mio. € gegenüber. Dieses gute Angebotsniveau wird maßgeblich durch den KAUF-LAND Verbrauchermarkt sowie die neu entstandene Nahversorgungsagglomeration ALDI / REWE im Zentralen Versorgungsbereich „Hohenlimburg“ geprägt. Ergänzend zu den Frischemärkten und Lebensmitteldiscountern in den Zentralen Versorgungsbereichen Hohenlimburg und Elsey sind im Standortbereich der Elseyer Straße (BERLET) eine Reihe Lebensmittelbetriebe in nicht-integrierter Lage vorhanden. Gestaltungsbedarf besteht lediglich in begrenzten Standortarrondierungen. Hierzu können auch geringfügige Erweiterungen an Sonderstandorten zählen, wenn die Gesamtverkaufsfläche im jeweiligen Sonderstandort nicht erhöht wird.
- Vor dem Hintergrund der dokumentierten Handelszentralitäten auf Stadtbezirksebene sollte es das Ziel der Stadt Hagen sein, dass vorhandenen Angebot zu erhalten und nachhaltig abzusichern. Insgesamt liegen die ermittelten Zentralitätskennziffern zwischen 84

und 130. Angebotsdefizite können auf Basis der vorliegenden Kennzahlen entsprechend nicht identifiziert werden. Neuansiedlungen sollten nur dann möglich sein, wenn für den betreffenden Nahbereich eine Verbesserung der kleinräumigen Nahversorgungssituation und der Nahversorgungsqualität erreicht wird und nur, wenn eine Einzelfallprüfung die Verträglichkeit für die Zentralen Versorgungsbereiche nachweisen konnte.¹⁴

¹⁴ Dabei können auch Umsatzverlagerungen von < 10 % als nicht verträglich bewertet werden.

5.3 Nahversorgung in den Hagener Stadtteilen

In Ergänzung zur bereits beschriebenen und bewerteten Nahversorgungssituation in den Hagener Stadtbezirken werden nachfolgend Aussagen zur aktuellen Nahversorgungssituation in den Stadtteilen getroffen. Die kleinräumige und insofern sehr detaillierte Betrachtung der Versorgungsfunktion der Stadtteile ist vor dem Hintergrund einer wohnortnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sowie der zunehmenden Herausforderungen des demografischen Wandels von besonderer Bedeutung. Hieraus sind wohnstandortnahe Anpassungsstrategien ableitbar.

5.3.1 Nahversorgungssituation in Hagen-Vorhalle (Stadtbezirk Hagen-Nord)

Der Stadtteil Hagen-Vorhalle befindet sich im Nordwesten des Hagener Stadtgebietes. Insgesamt leben rd. 10.130 Einwohner in Hagen-Vorhalle. Die bedeutenden Nahversorgungsstrukturen sind der ALDI-Lebensmitteldiscounter im (perspektivischen)¹⁵ Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle sowie der ergänzende Lebensmitteldiscounter NETTO in integrierter Wohngebietslage (Wortherbruchstraße). An der Stadtteilgrenze zu Altenhagen findet sich ergänzend der Lebensmittelvollsortiment KAUFpark an der Schwerter Straße.

Die Weiterentwicklung und der Ausbau des Nahversorgungsangebotes im Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle (Nahversorgungszent-

rum) sollte mit Priorität vorangetrieben werden. Die ergänzende Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches würde die Versorgungssituation in Hagen-Vorhalle nachhaltig verbessern. Die Stadtverträglichkeit ist gutachterlich geprüft worden.¹⁶ Die Etablierung eines Vollsortimenters ist insbesondere vor dem Hintergrund verträglich, da Kaufkraftabflüsse aus weniger integrierten Lagen zum Zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden.

Abb. 41: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Vorhalle

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Vorhalle (Stadtbezirk Hagen Nord)	
Anzahl der Betriebe	26
davon Lebensmitteldiscounter	2
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	1
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	23
Umsatz in Mio. €	27,2
Nachfragevolumen in Mio. €	19,0
Handelszentralität	143
Kaufkraftsaldo	8,2
Einwohner im Stadtteil Vorhalle	10.130

Quelle: cima 2015

¹⁵ Die in Kap. 6.1. vorgeschlagene Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle beinhaltet einen räumlich weiter gefassten Bereich als die aktuell gültige Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Hagen (Junker und Kruse, 2009).

¹⁶ Siehe hierzu: CIMA GmbH. Gutachterliche Stellungnahme zur Etablierung eines Nahversorgungszentrums in Hagen-Vorhalle. Köln, Mai 2014

Weiterhin solle der Erhalt der integrierten Nahversorgungsstandorte NETTO (Wortherbruchstraße) und KAUF PARK (Schwerter Straße) nicht durch die Realisierung von Lebensmittelbetrieben an nicht-integrierten, verkehrsorientierten Standorten gefährdet werden.

5.3.2 Nahversorgungssituation in Hagen-Boele (Stadtbezirk Hagen-Nord)

Im Norden des Hagener Stadtgebietes findet sich der Stadtteil Hagen-Boele. Insgesamt 27.813 Einwohner leben in diesem Siedlungsbereich. Als Nahversorgungsstandort ist Boele durch die großflächigen Lebensmittelmärkte in den Sonderstandorten Alexanderstraße (KAUFLAND SB-Warenhaus, PENNY Lebensmitteldiscounter, LIDL Lebensmitteldiscounter), Kabeler Straße (REAL SB-Warenhaus, ALDI Lebensmitteldiscounter) und entlang der Schwerter Straße (NETTO Lebensmitteldiscounter, ALDI Lebensmitteldiscounter, LIDL Lebensmitteldiscounter) geprägt. Hieraus resultiert die hohe Handelszentralität von 124 im Segment Lebensmittel/ Reformwaren.

In Hagen-Boele konnten zudem zwei Zentrale Versorgungsbereiche in integrierten Lagen definiert und abgrenzt werden. Der Zentrale Versorgungsbereich Boele (Nebenzentrum) kann einen EDEKA Supermarkt zur Versorgung der Bewohner vorhalten. Ein weiterer EDEKA Supermarkt befindet sich im Zentralen Versorgungsbereich Helfe. Ein weiterer PENNY Lebensmitteldiscounter an der Schwerter Straße dient ergänzend der wohnortnahen Versorgung. Als Nahversorgungsstandort in nicht-integrierter Lage muss hingegen der Standortbereich des LIDL Lebensmitteldiscounters an der westlichen Schwerter Straße bezeichnet werden.

Im Kontext des beschriebenen Ungleichgewichtes zwischen der Anzahl an Lebensmittelmärkten an wohnortnahen Standorten und großflächigen Versorgungsstandorten an den Sonderstandorten, sollte für den Stadtteil Hagen-Boele mit Priorität der Erhalt und die Sicherung des Nahversorgungsangebotes in den Zentralen Versorgungsbereichen Boele und Helfe als Entwicklungsziel formuliert werden.

Für die Sonderstandorte sollte maximal der Bestandsschutz (entsprechend Ziel 7 Teilplan großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW) gelten. Die Bauleitplanung ist entsprechend darauf abzustimmen.

Abb. 42: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Boele

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtteil Boele (Stadtbezirk Hagen Nord)	
Anzahl der Betriebe	42
<i>davon Lebensmitteldiscounter</i>	<i>6</i>
<i>davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser</i>	<i>4</i>
<i>davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)</i>	<i>32</i>
Umsatz in Mio. €	69,5
Nachfragevolumen in Mio. €	56,2
Handelszentralität	124
Kaufkraftsaldo	13,3
Einwohner im Stadtteil Boele	27.813

Quelle: cima 2015

5.3.3 Nahversorgungssituation in Hagen-Altenhagen (Stadtbezirk Hagen-Mitte)

Der Stadtteil Hagen-Altenhagen ist dem Hagener Stadtbezirk Mitte zugeordnet. Insgesamt leben rd. 17.259 Einwohner in Hagen-Altenhagen. Das vorhandene Nahversorgungsangebot befindet sich größtenteils an wohnortnahen Standorten in integrierter Lage. Die bedeutenden Nahversorgungsstrukturen sind die Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum) sowie der kleinteilige Supermarkt MARKANT JÖRGES im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen-Nord (Nahversorgungszentrum). Ergänzend sind folgende Nahversorger in integrierten Wohngebietslagen zu nennen: NORMA (Altenhagener Straße), ALDI (Boeler Straße) und NAHKauf (Kinkelstraße).

Die weiteren Lebensmitteldiscounter PENNY und LIDL sind nicht einer verkehrsorientierten Lage an der Alexanderstraße adressiert; die Betriebe sind dem Sonderstandort Alexanderstraße zuzuordnen.

Die Weiterentwicklung und der Ausbau des Nahversorgungsangebotes im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum) ist mit der Verlagerung des ALDI Lebensmitteldiscounters und der Ansiedlung eines EDEKA Vollsortimenters umgesetzt worden. Die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel / Reformwaren erreicht nunmehr ein Niveau von 108.

Die Versorgungssituation im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen-Nord sollte nicht durch Entwicklungen außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche gefährdet werden. Arrondierungen sollten innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches erfolgen.

Für die bestehenden Lebensmitteldiscounter am Sonderstandort Alexanderstraße sollte maximal der Bestandsschutz gemäß Ziel 7 Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW in der Bauleitplanung gewährleistet werden.

Abb. 43: Nahversorgungsrelevante Kenndaten für Hagen-Altenhagen

Nahversorgungsrelevante Kenndaten für den Stadtteil Altenhagen (Stadtbezirk Hagen Mitte)	
Anzahl der Betriebe	34
davon Lebensmitteldiscounter	6
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	3
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	25
Umsatz in Mio. €	35,6
Nachfragevolumen in Mio. €	33,0
Handelszentralität	108
Kaufkraftsaldo	2,6
Einwohner im Stadtteil Altenhagen	17.259

Quelle: cima 2015

5.3.4 Nahversorgungssituation in Hagen-Hochschulviertel (Stadtbezirk Mitte)

12.434 Einwohner leben im Hagener Stadtteil Hochschulviertel. Insgesamt ist das Nahversorgungsangebot nur sehr schwach ausgeprägt. Zur wohnortnahen Versorgung der Bewohner des Hochschulviertels sind die Lebensmittelfrischemärkte EDEKA (Fleyer Straße) und KAUF PARK (Lützowstraße) vorhanden. Ein Zentraler Versorgungsbereich konnte im Stadtteil nicht identifiziert werden.

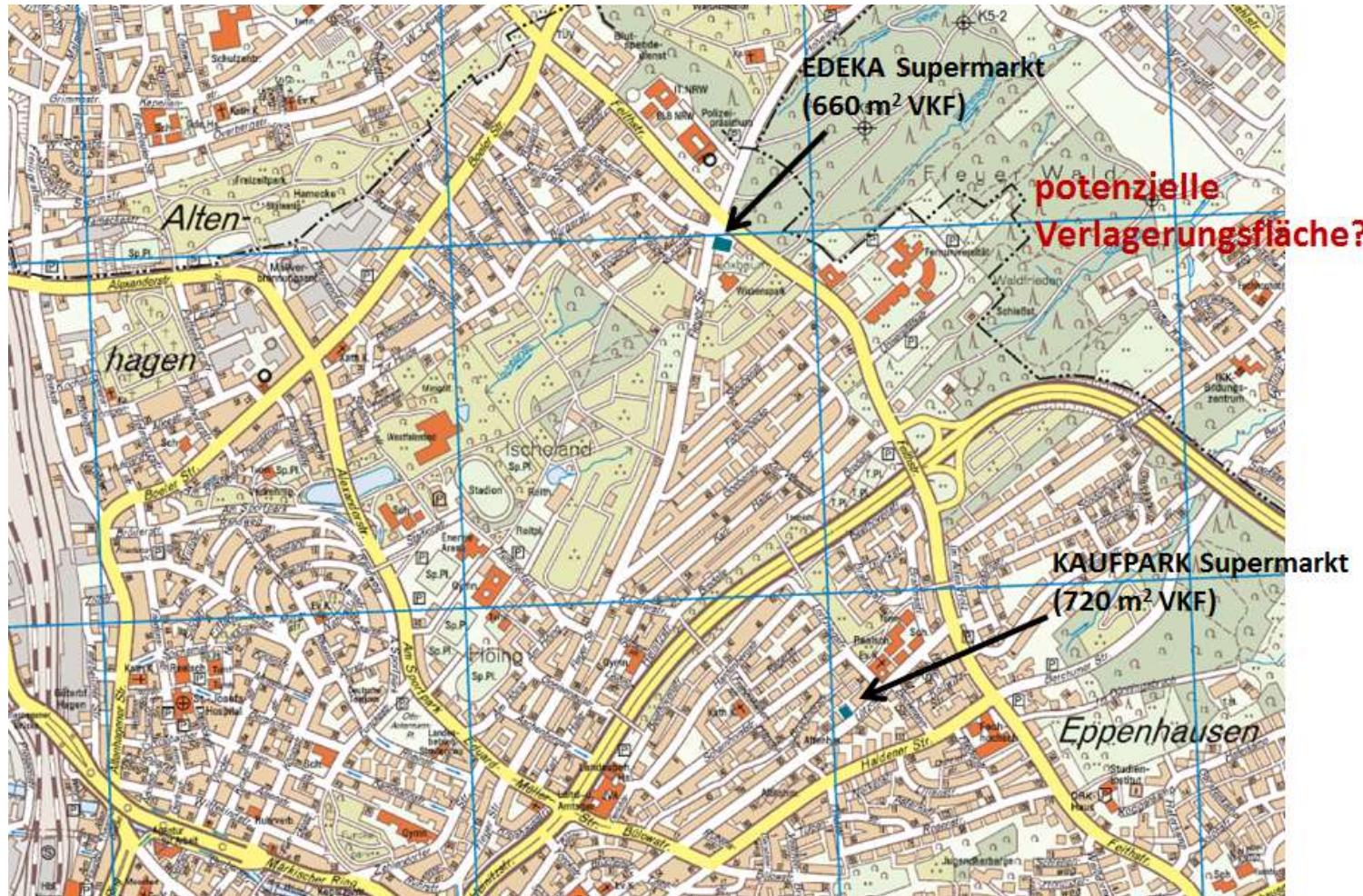
Die Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes im Stadtteil Hagen-Hochschulviertel sollte unterstützt werden. Modernisierungsabsichten der vorhandenen Betriebe mit dem Ziel der Standortsicherung sollten grundsätzlich gefördert werden. Dabei sind auch Standortverlagerungen in die Diskussion mit einzubeziehen. Aus der derzeitigen Nutzungsstruktur im Stadtteil Hochschulviertel ist aus Gutachtersicht jedoch kein potenzieller Entwicklungsstandort identifizierbar. Vor dem Hintergrund der deutlich unterdurchschnittlichen Handelszentralität von 36 kann die Verkaufsflächenerweiterung eines Marktes auf bis zu 1.500 m² erfolgen. Der hohe Kaufkraftabfluss per Saldo von mehr als 20 Mio. € rechtfertigt diese Gestaltungsspielräume.

Abb. 44: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Hochschulviertel

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Hochschulviertel (Stadtbezirk Hagen Mitte)	
Anzahl der Betriebe	13
davon Lebensmitteldiscounter	0
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	2
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischem Hintergrund)	11
Umsatz in Mio. €	8,5
Nachfragevolumen in Mio. €	35,7
Handelszentralität	36
Kaufkraftsaldo	-27,2
Einwohner im Stadtteil Hochschulviertel	12.434

Quelle: cima 2015

Abb. 45: Einzelhandelsbestand in Hagen-Hochschulviertel



Entwurf: cima 2015; Kartengrundlage mit Genehmigung der Stadt Hagen

5.3.5 Nahversorgungssituation in Hagen-Mittelstadt (Stadtbezirk Mitte)

Der Stadtteil Hagen-Mittelstadt ist geprägt durch das Einzelhandelsangebot im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum der Stadt Hagen). Die Lebensmittelfrischemärkte EDEKA und KAUFPARK sowie der Lebensmitteldiscounter LIDL sind in der Innenstadt etabliert. Das Angebot wird durch zahlreiche Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Obst- und Gemüsehändler, Feinkostanbieter etc. ergänzt.

Die nunmehr realisierte Handelszentralität von 161 signalisiert deutlich, dass eine Weiterentwicklung des Angebotes mit Blick auf Angebotsqualität kaum noch möglich ist. Die Realisierung der RAT-HAUSGALERIE hat mit der Neuaufstellung des KAUFPARK und der Berücksichtigung von weiteren Anbietern im Frischesegment / Feinkost zu einer Optimierung des Angebotes beigetragen.

Weiterhin sollte der Erhalt und die Absicherung der integrierten Nahversorgungsstandorte ALDI (Frankfurter Straße und Graf-von-Galen-Ring), PENNY und EDEKA (Eppenhauser Straße) nicht durch die Realisierung von Lebensmittelbetrieben an nicht-integrierten, verkehrsorientierten Standorten gefährdet werden.

Abb. 46: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Mittelstadt

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Mittelstadt (Stadtbezirk Hagen Mitte)	
Anzahl der Betriebe	105
davon Lebensmitteldiscounter	4
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	4
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	97
Umsatz in Mio. €	62,0
Nachfragevolumen in Mio. €	38,5
Handelszentralität	161
Kaufkraftsaldo	23,5
Einwohner im Stadtteil Mittelstadt	20.134

Quelle: cima 2015

5.3.6 Nahversorgungssituation in Hagen-Emst (Stadtbezirk Mitte)

Im Osten der Hagener Kernstadt findet sich der Stadtteil Hagen-Emst. Insgesamt leben hier 10.785 Einwohner. Die Einzelhandelsbestandsanalyse dokumentiert nur vier Nahversorger zur Versorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs. Die Lebensmittelfrischemärkte KAUFPARK (Karl-Ernst-Osthaus-Str.) und der FRISCHE-MARKT JETTER (Emster Straße) werden ergänzt durch zwei ALDI Lebensmitteldiscountmärkte an der Eppenhauser Straße und im Wasserlosen Tal. Mit der Erweiterung des KAUFPARK auf dem bestehenden und östlich angrenzenden Areal wird die Ausweisung dieses Standortbereiches als Zentraler Versorgungsbereichs Emst empfohlen. Neben der Erweiterung des Vollsortimenters kann auf dem erweiterten Standortareal auch ein Drogeriefachmarkt etabliert werden.¹⁷

Mit Blick auf eine unterdurchschnittliche Handelszentralität in der Warengruppe ‚Lebensmittel, Reformwaren‘ von lediglich 68 ist eine Verkaufsflächenerweiterung des Vollsortimenters auf bis zu 1.400 m² (einschließlich Getränkemarkt) angezeigt. Für den Drogeriefachmarkt ist eine Verkaufsflächendimensionierung von rd. 600 m² anzusetzen, die für solche Stadtteil versorgende Märkte heute üblich ist.

Abb. 47: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Emst

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Emst (Stadtbezirk Hagen Mitte)	
Anzahl der Betriebe	17
davon Lebensmitteldiscounter	2
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	2
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemarkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	13
Umsatz in Mio. €	16,4
Nachfragevolumen in Mio. €	24,1
Handelszentralität	68
Kaufkraftsaldo	-7,7
Einwohner im Stadtteil Emst	10.785

Quelle: cima 2015

¹⁷ Mit dieser Empfehlung wird der Ansatz aus dem vorliegenden Einzelhandelskonzept (Junker und Kruse, 2009) aufgegriffen und der relevante Standortbereich als Zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen.

5.3.7 Nahversorgungssituation in Hagen-Wehringhausen (Stadtbezirk Mitte)

Im Stadtteil Hagen-Wehringhausen leben 15.427 Einwohner. Die bedeutenden Nahversorgungsstrukturen sind der NETTO-Lebensmitteldiscounter im Zentralen Versorgungsbereich Wehringhausen sowie der ergänzende Lebensmittelsupermarkt KAUFPARK an der Minervastraße, in unmittelbar an die Wohnsiedlungsbereiche angrenzender Lage. In nicht-integrierter Lage findet sich zudem der Lebensmitteldiscounter ALDI an der Wehringhauser Straße.

Der NETTO Lebensmitteldiscounter im Zentralen Versorgungsbereich Wehringhausen verfügt nur über eine sehr beengte Verkaufsflächen, sodass geprüft werden sollte, unter welchen Voraussetzungen der Lebensmittelmarkt eine Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung realisieren könnte.

Vor dem Hintergrund der zu erwartenden negativen Bevölkerungsentwicklung sollte die bestehende Nahversorgungsqualität in Wehringhausen erhalten werden. Die Handelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren (68) signalisiert geringe Versorgungsdefizite auf Stadtteilebene.

Abb. 48: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Wehringhausen

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Wehringhausen (Stadtbezirk Hagen Mitte)	
Anzahl der Betriebe	27
davon Lebensmitteldiscounter	2
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	1
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	24
Umsatz in Mio. €	19,8
Nachfragevolumen in Mio. €	28,9
Handelszentralität	68
Kaufkraftsaldo	-9,1
Einwohner im Stadtteil Wehringhausen	15.427

Quelle: cima 2015

5.3.8 Nahversorgungssituation in Hagen-Lennetal (Stadtbezirk Hohenlimburg)

Nur 5.032 Einwohner leben im Stadtteil Hagen-Lennetal. Die Nahversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs wird ausschließlich über Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Kioske dargestellt. Ein kleinteiliger IHRE KETTE Markt (Berchumer Straße) kann nur z.T. die Versorgung der Bevölkerung wahrnehmen. Die geringe Verkaufsflächenausstattung spiegelt sich auch in der sehr geringen Handelszentralität (25) wider.

Eine Verbesserung des Nahversorgungsangebotes im Stadtteil Lennetal ist wünschenswert, doch aufgrund des geringen Einwohnerpotenzials und des starken Wettbewerbsumfeldes kaum realisierbar.

Abb. 49: Nahversorgungsrelevante Kenndaten: Hagen-Lennetal

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Lennetal (Stadtbezirk Hagen Hohenlimburg)	
Anzahl der Betriebe	5
davon Lebensmitteldiscounter	-
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	-
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	5
Umsatz in Mio. €	2,8
Nachfragevolumen in Mio. €	11,3
Handelszentralität	25
Kaufkraftsaldo	-8,5
Einwohner im Stadtteil Lennetal	5.052

Quelle: cima 2015

5.3.9 Nahversorgungssituation in Hagen-Hohenlimburg (Stadtbezirk Hohenlimburg)

Der Stadtteil Hohenlimburg befindet sich in peripherer Lage im Osten der Hagener Kernstadt. Mit 24.642 Einwohnern ist Hohenlimburg einer der einwohnerstärksten Stadtteile. Als Nahversorgungsstandort ist Hohenlimburg maßgeblich durch den großflächigen, nahversorgungsrelevanten Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Löffert) sowie diverse Lebensmitteldiscountstandorte in nicht-integrierten Lagen (Sonderstandort BERLET, Sonderstandort Am Paulshof) geprägt.

Ergänzend konnten in Hagen-Hohenlimburg zwei Zentrale Versorgungsbereiche in integrierten Lagen definiert und abgrenzt werden. Der Zentrale Versorgungsbereich Hohenlimburg (Nebenzentrum) ist durch die Etablierung der Nahversorgungsagglomeration REWE / ALDI an der Bahnstraße deutlich gestärkt worden. Die Modernisierung dieser Nahversorgungsinfrastruktur hat neben innerbetrieblichen Gründen auch zur Aufgabe des KAISERS Supermarktes geführt.

Der Zentrale Versorgungsbereich Elsey kann einerseits die Lebensmitteldiscounter ALDI und NETTO als auch einen modernen und marktgerechten REWE Supermarkt zur wohnortnahen Versorgung der Bewohner vorhalten.

Die Handelszentralität von 127 signalisiert bereits heute erhebliche Kaufkraftzuflüsse (per Saldo 13,7 Mio. €).

Das wichtigste Entwicklungsziel für den Stadtteil Hagen-Hohenlimburg ist der Erhalt und die Sicherung des Nahversorgungsangebotes in den Zentralen Versorgungsbereichen Hohenlimburg und Elsey. Der Anteil der Nahversorgungsbetriebe in nicht-

integrierten Lagen sollte nicht weiter erhöht werden. Für die Sonderstandorte sollte maximal der Bestandsschutz (gemäß Ziel 7 Teilplan großflächiger Einzelhandel zur Entwicklung von Standorten des großflächigen Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten) gelten. Die Bauleitplanung ist entsprechend darauf abzustimmen.

Abb. 50: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Hohenlimburg

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Hohenlimburg (Stadtbezirk Hagen Hohenlimburg)	
Anzahl der Betriebe	43
davon Lebensmitteldiscounter	7
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	3
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund))	33
Umsatz in Mio. €	63,6
Nachfragevolumen in Mio. €	49,9
Handelszentralität	127
Kaufkraftsaldo	13,7
Einwohner im Stadtteil Hohenlimburg	24.642

Quelle: cima 2015

5.3.10 Nahversorgungssituation in Hagen-Haspe-West (Stadtbezirk Haspe)

Der Stadtteil Haspe-West befindet sich im Westen des Hagener Stadtgebietes, unmittelbar angrenzend an das Stadtgebiet Gevelsberg. Insgesamt leben rd. 12.858 Einwohner in Haspe-West. Bei der Bewertung des Nahversorgungsangebotes sind die Verflechtungen nach Gevelsberg zu berücksichtigen.

Der Zentrale Versorgungsbereich Westerbauer beherbergt heute einen KAUFPARK Supermarkt sowie den ergänzenden Lebensmitteldiscounter PENNY. Ein weiterer NETTO Lebensmitteldiscounter (Louise-Märcker-Straße) befindet sich in integrierter Wohngebietslage nördlich der Ennepe. Der hier etablierte Zentrale Versorgungsbereich Westerbauer wird mit der Revitalisierung des Brandt-Areals neu strukturiert.

Der Erhalt des Nahversorgungsangebotes im Zentralen Versorgungsbereich Westerbauer sollte das wichtigste Entwicklungsziel im Stadtteil Haspe-West darstellen.

Ein Ausbau der Nahversorgung ist vor dem Hintergrund der bereits realisierten Handelszentralität von 74 nicht erforderlich. Mit der Realisierung der Nahversorgungsagglomeration auf dem Brandt-Areal ist die Entwicklung als abgeschlossen anzusehen. Dies gilt auch mit Blick auf die Verflechtungen zum Stadtbezirkszentrum Haspe-Zentrum.

Abb. 51: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Haspe-West

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Haspe-West (Stadtbezirk Hagen Haspe)	
Anzahl der Betriebe	17
davon Lebensmitteldiscounter	3
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	1
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	14
Umsatz in Mio. €	19,1
Nachfragevolumen in Mio. €	25,7
Handelszentralität	74
Kaufkraftsaldo	5,1
Einwohner im Stadtteil Haspe West	12.858

Quelle: cima 2015

5.3.11 Nahversorgungssituation in Hagen-Haspe-Ost (Stadtbezirk Haspe)

In Haspe-Ost leben 17413 Einwohner. Als Nahversorgungsstandort ist Haspe-Ost maßgeblich durch die Lebensmittel Märkte innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Haspe-Zentrum geprägt. Neben dem REAL SB-Warenhaus (Vollbrinkstraße) und dem kleinteiligen KAUF PARK Supermarkt (Berliner Straße) sind eine Vielzahl an Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Kiosken und Spezialgeschäften innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches adressiert.

An der Preusserstraße ist ein LIDL Lebensmitteldiscounter in nicht-integriert Lage vorhanden. Weiterer nahversorgungsrelevanter Einzelhandel sollte im Standortbereich des LIDL Marktes ausgeschlossen werden, um die Gefahr einer Agglomerationsbildung auszuschließen. Grundsätzlich sollte eine Attraktivitätssteigerung an diesem Standort ausgeschlossen werden. Dementsprechend ist auch die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente auszuschließen. Die Bauleitplanung ist entsprechend anzupassen.

Für den Stadtteil Haspe-Ost sollte mit Priorität der Erhalt und die Sicherung des Nahversorgungsangebotes im Zentralen Versorgungsbereich Haspe-Zentrum als Entwicklungsziel formuliert werden.

Mit einer Handelszentralität von 92 wird ein gutes Nahversorgungsniveau erreicht.

Abb. 52: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Haspe-Ost

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Haspe-Ost (Stadtbezirk Hagen Haspe)	
Anzahl der Betriebe	36
davon Lebensmitteldiscounter	1
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	2
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	33
Umsatz in Mio. €	32,1
Nachfragevolumen in Mio. €	34,8
Handelszentralität	92
Kaufkraftsaldo	-2,7
Einwohner im Stadtteil Haspe-Ost	17.413

Quelle: cima 2015

5.3.12 Nahversorgungssituation in Hagen-Eilpe (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)

Im Stadtteil Hagen-Eilpe leben 11.423 Einwohner. Die bedeutendsten Nahversorgungsstrukturen sind die bestehenden Lebensmittel-discounter ALDI und LIDL sowie der Lebensmittelfrischemarkt KAUFPARK im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe. Ergänzend befindet sich ein NETTO Lebensmitteldiscounter in integrierter Wohngebietslage an der Selbecker Straße. Für den Lebensmitteldiscounter ALDI liegen Pläne für eine unkritische Standortverlagerung vor, die eine Arrondierung des Zentralen Versorgungsbereichs erfordern.

Der Erhalt des Nahversorgungsangebotes im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe (Nahversorgungszentrum) sollte nachhaltig unterstützt werden. Ebenso Bedeutung hat der Erhalt des integrierten Nahversorgungsstandortes NETTO als Teil der wohnungsnahen Versorgungsstruktur.

Mit einer Handelszentralität von 97 liegt eine gute Nahversorgungssituation vor.

Abb. 53:Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Eilpe

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Eilpe (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)	
Anzahl der Betriebe	19
davon Lebensmitteldiscounter	3
davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser	1
davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)	16
Umsatz in Mio. €	22,5
Nachfragevolumen in Mio. €	23,2
Handelszentralität	97
Kaufkraftsaldo	-0,7
Einwohner im Stadtteil Eilpe	11.423

Quelle: cima 2015

5.3.13 Nahversorgungssituation in Hagen-Dahl (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)

Nur 5.084 Einwohner leben im Stadtteil Hagen-Dahl. Die Nahversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs wird ausschließlich über einen EDEKA Markt (Mühlbachstraße) in integrierter Wohngebietslage sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Kioske dargestellt.

Aufgrund der peripheren Lage des Stadtteils und der topografischen Gegebenheiten sowie des geringen Bevölkerungspotenzials ist ein Ausbau des Nahversorgungsangebotes im Stadtteil Dahl kaum realisierbar. Die Bestandssicherung des EDEKA Marktes ist entsprechend von besonderer Bedeutung.

Abb. 54: Nahversorgungsrelevante Kenndaten Hagen-Dahl

Nahversorgungsrelevanten Kenndaten für den Stadtteil Dahl (Stadtbezirk Eilpe / Dahl)	
Anzahl der Betriebe	8
<i>davon Lebensmitteldiscounter</i>	-
<i>davon Lebensmittelsupermärkte/ SB-Warenhäuser</i>	1
<i>davon ergänzende Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Kioske, Getränkemärkte, Spezialanbieter (Biolebensmittel, Obst- und Gemüse, Feinkost, Anbieter mit ethnischen Hintergrund)</i>	7
Umsatz in Mio. €	4,5
Nachfragevolumen in Mio. €	10
Handelszentralität	44
Kaufkraftsaldo	-5,8
Einwohner im Stadtteil Dahl	5.084

Quelle: cima 2015

6 Zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche und relevanter Ergänzungsstandorte

6.1 Zur Hierarchie und Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Hagen

6.1.1 Zentrale Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte im Überblick

In den folgenden Kapiteln werden die Zentrenstruktur der Stadt Hagen dargestellt und die unterschiedlichen Zentralen Versorgungsbereiche beschrieben. Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m², Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der abgegrenzten Zentren wird die Bedeutung der Zentralen Versorgungsbereiche für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.¹⁸ Das Gliederungssystem der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagen umfasst die folgende Zentrenstruktur:

- Die **Innenstadt** ist das Hauptgeschäftszenrum mit erheblicher gesamtstädtischer und regionaler Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion.

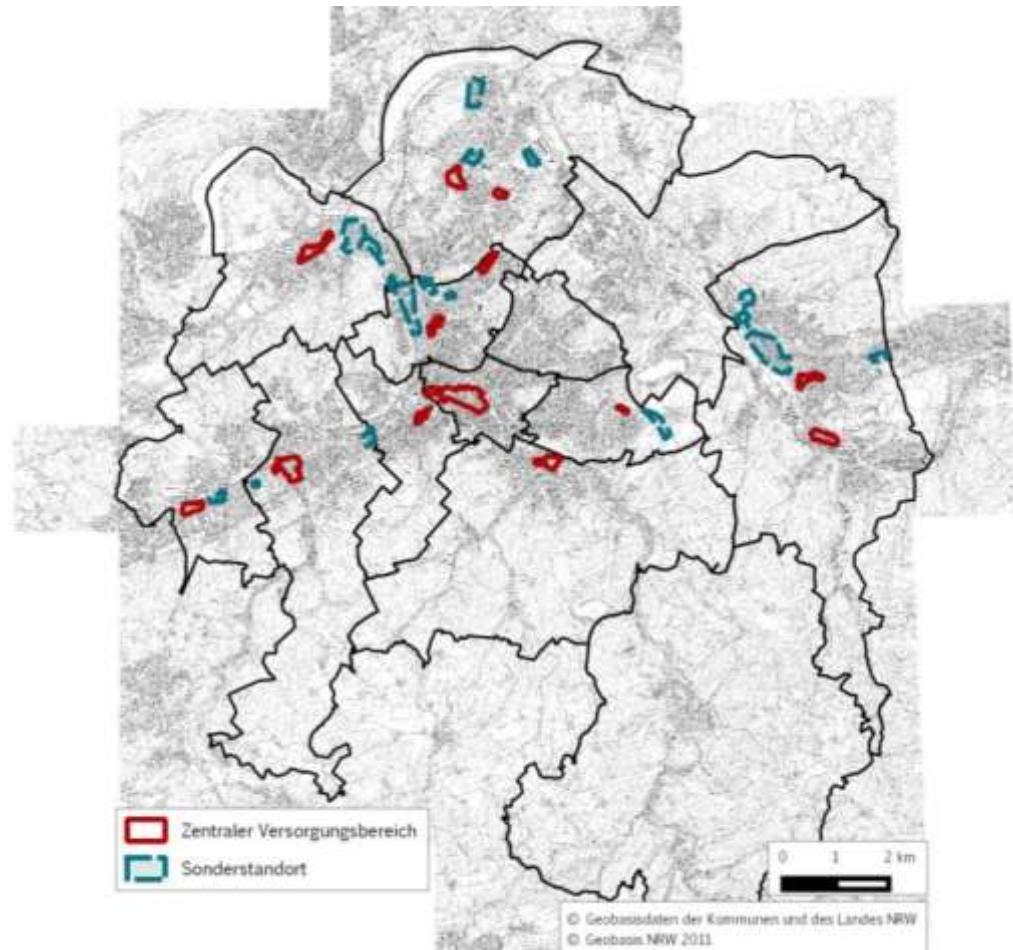
¹⁸ Sowohl die dargestellten Kennziffern der Zentralen Versorgungsbereiche als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum März-Mai 2012.

- **Nebenzentren** sind lokale Versorgungszentren, die überwiegend der Nahversorgung dienen und darüber hinaus ein ergänzendes Angebot im Segment des aperiodischen Bedarfsbereiches anbieten.
- **Nahversorgungszentren** dienen fast ausschließlich der Nahversorgung und halten darüber hinaus nur ein sehr eingeschränktes Angebot an Gütern des aperiodischen Bedarfsbereiches vor.
- **Ergänzende Nahversorgungsstandorte in integrierter Lage**¹⁹ sind Nahversorgungsstandorte in integrierter Wohngebietslage, die einen Lebensmitteldiscounter oder einen Frischemarkt, bestenfalls mit einem kleinteiligen Ergänzungsangebot mit Gütern des täglichen Bedarfs bereitstellen.
- **Solitäre Nahversorgungsstandort in nicht-integrierter Lage** sind Standorte eines Lebensmitteldiscounters oder Frischemarktes ohne einen direkten Wohngebietsbezug. Die Standorte sind primär auf den Pkw orientiert.

¹⁹ Grundlage ist Ziel 2 des Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW

- **Solitäre Nahversorgungsstandorte in nicht-integrierter Lage mit Agglomerationscharakter²⁰** sind Standorte eines Lebensmitteldiscounters oder Frischemarktes ohne einen direkten Wohnbezug und bereits einer auffallenden Agglomerationsentwicklung im Umfeld des Standortes. Auch diese Standorte befinden sich primär an verkehrsorientierten Standorten.
- **Sonderstandorte** sind Einzelhandelsagglomerationen, die eine überörtliche Versorgungsfunktion wahrnehmen, jedoch als nicht integrierte Standortlagen aufzufassen sind, die bereits heute mit ihrem Besatz die Gestaltungsspielräume Zentraler Versorgungsbereiche gefährden oder bei einer weiteren Entwicklung gefährden könnten. Mittels einer baurechtlichen Absicherung der Bestandstrukturen vorhandener Einzelhandelsnutzungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, sollte die Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche verhindert werden.²¹ Gestaltungspotenzial ist z.T. im Segment der nicht zentrenrelevanten Sortimente gegeben. Die relevanten Sonderstandorte werden in Abschnitt 6.3 dokumentiert. **Die Abgrenzung der Sonderstandorte zeigt auf, welche Standorträume durch eine Durchmischung von großflächigem Einzelhandel und gewerblichen Nutzungen einerseits Standortpotenziale gewerblicher Nutzungen gefährden und andererseits bereits heute die Gestaltungsspielräume in benachbarten Zentralen Versorgungsbereichen einschränken. Die Abgrenzung ist als Hilfestellung der Verwaltung gedacht, Steuerungsbedarf der Bauleitplanung zu identifizieren. Sie geben keinen Hinweis auf mögliche Ansiedlungspotenziale.**

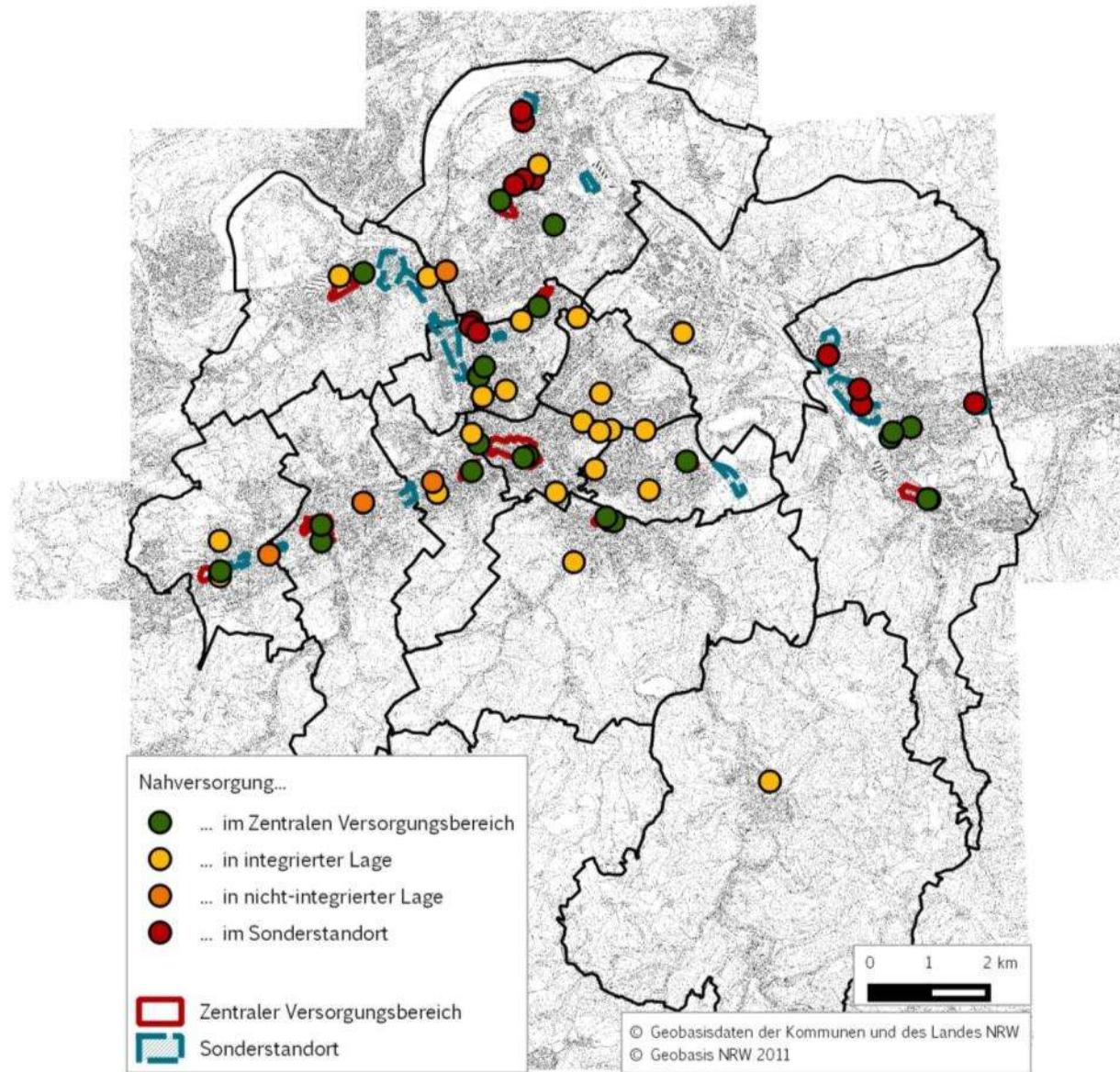
Abb. 55: Zentrale Versorgungsbereiche und Sonderstandorte im Überblick



²⁰ Grundlage ist Ziel 8 des Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW

²¹ Grundlage ist Ziel 7 des Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW

Abb. 56: Zentrenstruktur der Nahversorger in Hagen im Überblick



6.2 Zentrale Versorgungsbereiche in Hagen

6.2.1 Zur Hierarchie der Zentralen Versorgungsbereiche in Hagen

Abb. 57: Hierarchie der Zentralen Versorgungsbereiche



Hinweis:

Die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche orientiert sich am vorliegenden Einzelhandelskonzept der Stadt Hagen (Junker und Kruse, 2009). Abweichungen resultieren aus Veränderungen im Einzelhandelsbestand und in Bezug auf die erfassten ergänzenden Dienstleistungsunternehmen sowie konkrete räumliche und funktionale Gegebenheiten vor Ort.

In der nachfolgenden Dokumentation sind die aktualisierten Bestandsdaten der Einzelhandelserhebung vom März und April 2015 erfasst. Die Karten mit der Belegung von ergänzenden Dienstleistungsnutzungen sind aus der Erhebung 2012 nachrichtlich im Anhang dokumentiert.

6.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt umfasst die Elberfelder Straße als Haupteinkaufsstraße sowie alle andockenden Standortlagen. Im Westen begrenzt der Graf-von-Galen-Ring den Zentralen Versorgungsbereich, das Schwenke-Zentrum bildet den handelsspezifischen Abschluss des Zentralen Versorgungsbereiches. Neben der Elberfelder Straße bilden die Hohenzollernstraße, die Spinnasse, Teilstücke der Kampstraße und Goldbergstraße sowie die Marienstraße, die Mittelstraße und der Friedrich-Ebert-Platz die Haupteinkaufsbereiche der Innenstadt. Im Osten stellt der Bergische Ring sowohl funktional als auch räumlich die Innenstadtbegrenzung dar. Die südliche und südwestliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches wird entlang der Hochstraße bzw. der südlichen Flurstücksgrenzen der Elberfelder Straße gezogen. Die nördliche Abgrenzung verläuft entlang der Bahnhofstraße sowie entlang der nördlichen Flurstückbegrenzungen der Elberfelder Straße. Im Nordosten begrenzt die Potthofstraße den Zentralen Versorgungsbereich. In den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen ist der Standortbereich des Volksparks und des Sparkassenareals. Angrenzend an den Friedrich-Ebert-Platz sind die Volme-Galerie sowie die Entwicklungsfläche der Rathaus-Galerie in die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches eingegliedert. Die Abgrenzung folgt den räumlich-funktionalen Nutzungen.

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt beherbergt 285 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 71.175 m². Die warentypenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der rechts stehenden Abb. der nebenstehenden Tabelle sowie in den nachfolgenden kartografischen Darstellungen des Hauptzentrums der Stadt Hagen dokumentiert.

Abb. 58: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt

CIMA Warentyp	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	77	9.770	68,0
Lebensmittel und Reformwaren	44	5.300	28,6
Gesundheits- und Körperpflege	23	4.130	36,9
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	10	340	2,5
Persönlicher Bedarf insgesamt	140	39.420	132,9
Bekleidung, Wäsche	89	32.450	105,2
Schuhe, Lederwaren	20	5.150	17,2
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	31	1.820	10,5
Medien und Technik insgesamt	35	8.965	35,9
Bücher, Schreibwaren	10	3.365	12,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	25	5.600	23,8
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien			
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	7	4.405	11,6
Sportartikel	4	2.720	7,2
Spielwaren, Bastelbedarf	1	1.640	X
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2	45	X
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	13	4.675	11,9
Einrichtungsbedarf	7	3.320	6,5
Möbel, Antiquitäten	2	900	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	5	2.420	X
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	6	620	1,4
Einzelhandel insgesamt	285	71.175	268,2

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

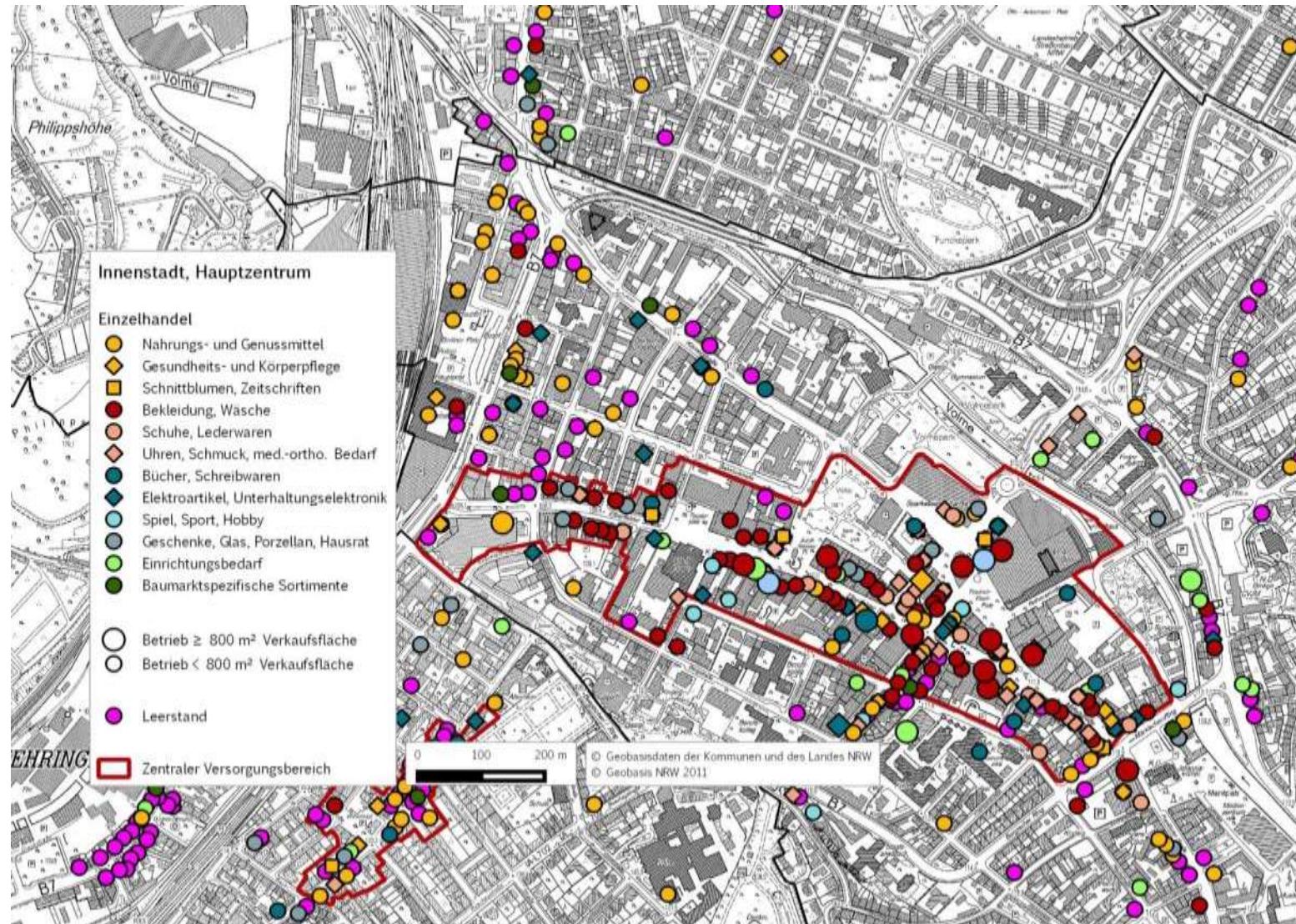
In der Innenstadt von Hagen ist neben den Lebensmittelsupermärkten EDEKA (Elberfelder Straße) und KAUFpark (Mittelstraße) ein LIDL Lebensmitteldiscounter im Schwenke-Zentrum adressiert. Darüber hinaus ergänzen kleinere Spezialgeschäfte, Läden des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer) sowie diverse Drogeriemärkte und Apotheken das Angebot im periodischen Bedarfsbereich.

Der Handelsschwerpunkt des innerstädtischen Einzelhandels liegt eindeutig im aperiodischen Bedarfsbereich, insbesondere im persönlichen Bedarf. Maßgebliche Anker sind die leistungsstarken Kaufhäuser PEEK & CLOPPENBURG und GALERIA KAUFHOF sowie die beispielhaften Filialisten H&M, ESPRIT, MARCO POLO, S-OLIVER, C&A und TK MAXX. Weitere Betriebe des Facheinzelhandels sowie ergänzende Fachmarktkonzepte im Niedrigpreissegment (TAKKO, KIK, ZEEMANN-TEXTIELSUPERS) sprechen auch den preisbewussten Konsumenten an. Ein weiterer wichtiger Frequenzbringer ist der Fachmarkt für Elektroartikel und Unterhaltungselektronik SATURN in der RATHAUS-GALERIE.

Einzelhandelsnahe Dienstleistungen (Kreditinstitute, Gastronomie, Ärzte etc.) runden das innerstädtische Einzelhandelsangebot ab.

Die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs folgt hier umfassend der Abgrenzungsempfehlung des bisher vorliegenden Einzelhandelskonzeptes. Es wird funktional der Kernbereich der Innenstadt erfasst. Unseres Erachtens sind alle außerhalb der Abgrenzung liegenden Einzelhandelsbetriebe eindeutig als Randlagenstandorte einzuordnen.

Abb. 59: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt – Kartierung Einzelhandel



6.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Boele (Nebenzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich Boele in der Funktion eines Nebenzentrums erstreckt sich entlang der Schwerter Straße in Ost-West Ausrichtung, der Denkmalstraße in südlicher und der Dortmunder Straße in nördlicher Ausrichtung. Der Standortbereich des EDEKA Marktes und die Grundstücksareale des Marktplatzes stellen die Grenzen des Zentralen Versorgungsbereiches im Westen der Schwerter Straße und im Norden der Dortmunder Straße dar. Der Boeler Kirchplatz sowie die Kirchstraße gehören ebenso zum Zentralen Versorgungsbereich Boele. Im Standortbereich des Kirchplatzes und der Kirchstraße sind eine Reihe kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsunternehmen adressiert. Alle an die Kirchstraße andockingenden Grundstücksareale sind in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Aufgrund der funktionalen Zugehörigkeit sind ebenso die Grundstücke des Kindergartens sowie der Kirche in die Abgrenzung integriert.

Im weiteren Verlauf der Schwerter Straße in östlicher Richtung findet sich der Sonderstandort Schwerter Straße (vgl. Kap. 6.3.11); aufgrund der deutlich separierten Standortsituation ist dieser Bereich nicht in die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches integriert.

Der einmal wöchentlich stattfindende Wochenmarkt auf dem Boeler Marktplatz ergänzt das Lebensmittelfrischeangebot innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Darüber hinaus runden kleinere Spezialgeschäfte, Läden des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer) sowie ein ROSSMANN Drogeriefachmarkt, Apotheken und ein Reformhaus das Angebot im periodischen Bedarfsbereich ab.

Abb. 60: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Boele

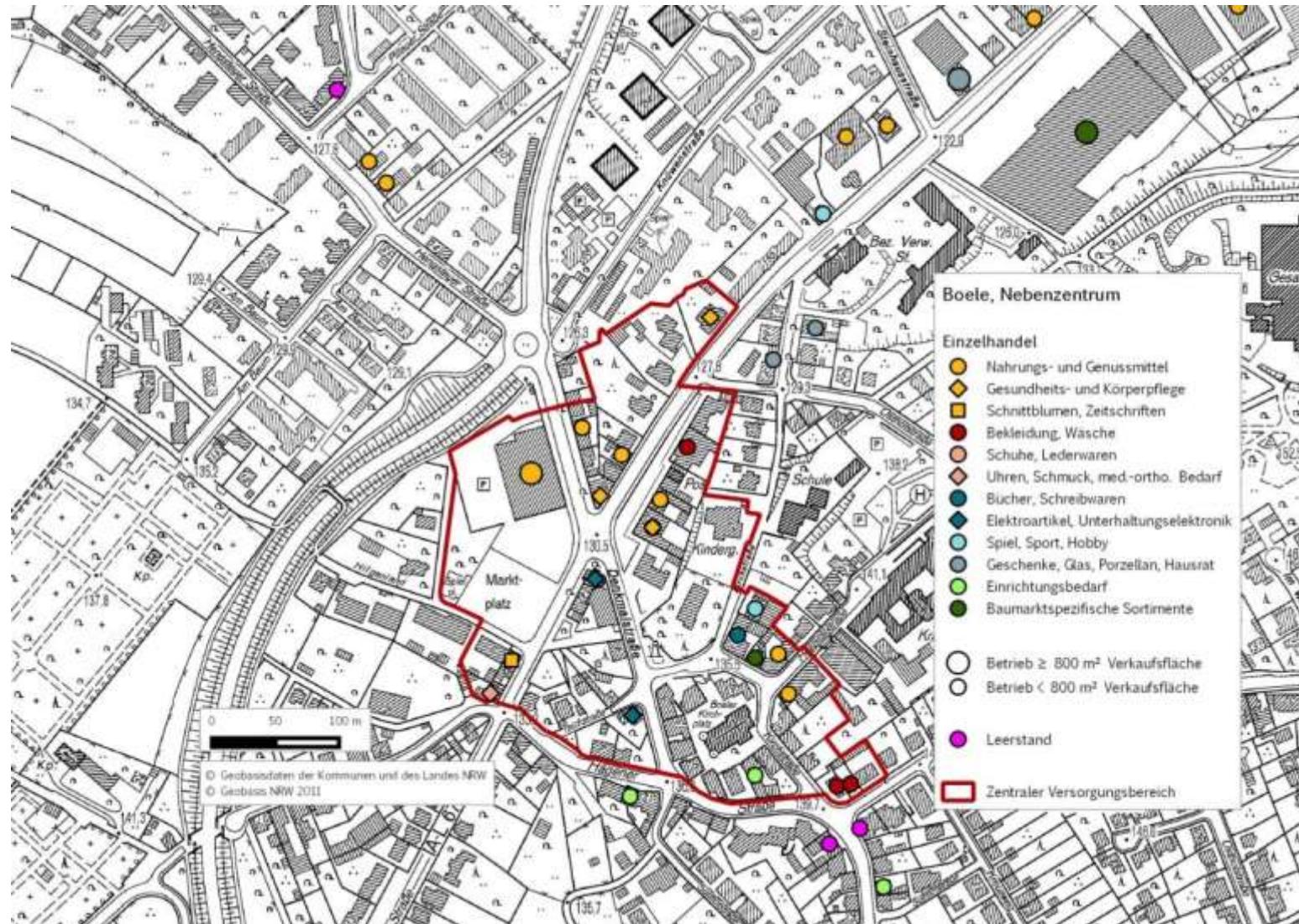
CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	12	2.085	15,1
Lebensmittel und Reformwaren	7	1.600	8,1
Gesundheits- und Körperpflege	3	420	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	65	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	6	645	2,3
Bekleidung, Wäsche	3	480	X
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	3	165	X
Medien und Technik insgesamt	3	120	X
Bücher, Schreibwaren	1	50	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	2	70	X
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1	40	0,1
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	40	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	80	X
Einrichtungsbedarf	1	45	X
Möbel, Antiquitäten	1	45	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	120	X
Einzelhandel insgesamt	25	3.135	18,9

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelsangebote des aperiodischen Bedarfs (KIK Textilfachmarkt, Fahrradfachgeschäft, Wäscheboutique, Stoffgeschäft, Optiker etc.) sowie zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen (Kreditinstitute, Gastronomie, Ärzte etc.) vervollständigen die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches (vgl. nachfolgende kartografische Darstellungen).

Im Zentralen Versorgungsbereich Boele waren zum Zeitpunkt der Bestandserhebungen 25 Einzelhandelsbetriebe vorhanden, die auf einer Verkaufsfläche von 3.135 m² einen Einzelhandelsumsatz von 18,9 Mio. € erwirtschaften.

Abb. 61: Zentraler Versorgungsbereich Boele – Kartierung Einzelhandel



6.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Eilpe (Nebenzentrum)

Im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe sind 18 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.645 m² ansässig. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 26,9 Mio. €.

Der Zentrale Versorgungsbereich Eilpe in der Funktion eines Nebenzentrums erstreckt sich entlang der Eilper Straße zwischen dem Kreuzungsbereich Hasselstraße im Westen und der Selbecker Straße in südwestlicher Ausrichtung. Nördlich der Eilper Straße befinden sich in einem kompakten Standortbereich die Nahversorger KAUF-PARK-Supermarkt sowie die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL. Darüber hinaus ergänzen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Fleischer) sowie der KAUF-PARK Getränkehandel und Apotheken das Angebot im periodischen Bedarfsbereich.

Insgesamt ist das Einzelhandelsangebot im Segment des aperiodischen Bedarfs größtenteils im discountorientierenden, fachmarktspezifischen Bereich angesiedelt (SIEMES Schuhcenter, MAT-RATZEN CONCORD). Ferner sind eine Reihe Facheinzelhandelsbetriebe (Optik, Tierfutter, Geschenkartikel, Schuhe, Wäsche, Schreibwaren etc.) und einzelhandelsnahe Dienstleistungsangebote vorhanden. Ein Ärztehaus befindet sich ebenfalls innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches.

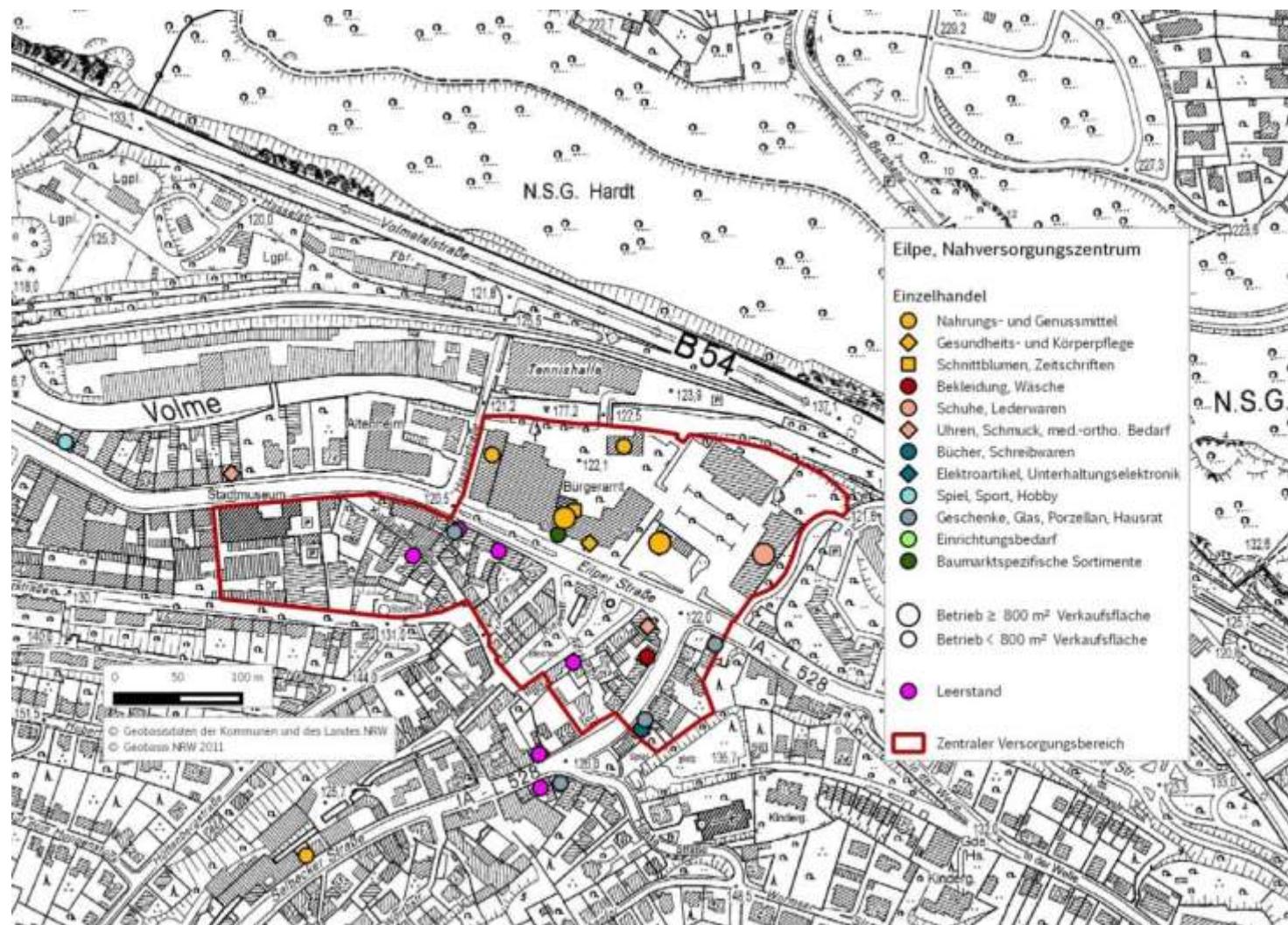
Der ALDI Lebensmitteldiscounter möchte seinen Standort auf den Standortbereich zwischen Eilper Straße und Franzstraße verlagern. Die modifizierte Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs berücksichtigt diese Entwicklung.

Abb. 62: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Eilpe

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	9	3.860	X
Lebensmittel und Reformwaren	6	3.250	17,8
Gesundheits- und Körperpflege	1	540	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	70	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	1.300	4,2
Bekleidung, Wäsche	1	80	X
Schuhe, Lederwaren	2	1.100	X
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	1	120	X
Medien und Technik insgesamt	1	130	X
Bücher, Schreibwaren	1	110	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0	20	X
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	20	0,1
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	20	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3	175	X
Einrichtungsbedarf	0	0	0,0
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	160	X
Einzelhandel insgesamt	18	5.645	26,9

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 63: Zentraler Versorgungsbereich Eilpe – Kartierung Einzelhandel



6.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Haspe-Zentrum (Nebenzentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich Haspe-Zentrum in der Funktion eines Nebenzentrums beherbergt 64 Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 9.910 m² einen Umsatz von 47,2 Mio. € realisieren.

Der Zentrale Versorgungsbereich Haspe-Zentrum findet sich entlang der Berliner Straße und Voerder Straße im westlichen Siedlungsgebiet der Stadt Hagen. Den Einzelhandelsschwerpunkt des Zentralen Versorgungsbereichs bildet ein REAL Verbrauchermarkt an der Vollbrinkstraße. Der weitere, dem Zentralen Versorgungsbereich zugeordnete Einzelhandel, konzentriert sich auf die Fußgängerzone Voerder Straße bis in den Kreuzungsbereich Haenelstraße sowie die Berliner Straße bis in den Kreuzungsbereich an der Kurt-Schumacher-Straße im Westen und Heiligen-Geist-Straße im Osten. Alle an die Voerder Straße und Berliner Straße andockenden Grundstücksareale sind dem Nebenzentrum Haspe-Zentrum zugeordnet.

In Ergänzung zum REAL Verbrauchermarkt ist ein kleinteiliger KAUFPARK Supermarkt an der Berliner Straße adressiert. Eine Vielzahl an Betrieben des Lebensmittelhandwerks sowie Kioske und inhabergeführter Spezialgeschäfte mit internationalen Angeboten ergänzen das Lebensmittelangebot innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Angebote aus dem Segment Gesundheits- und Körperpflege (ROSSMANN Drogeriefachmarkt, Apotheken) runden das Angebot im periodischen Bedarfsbereich ab.

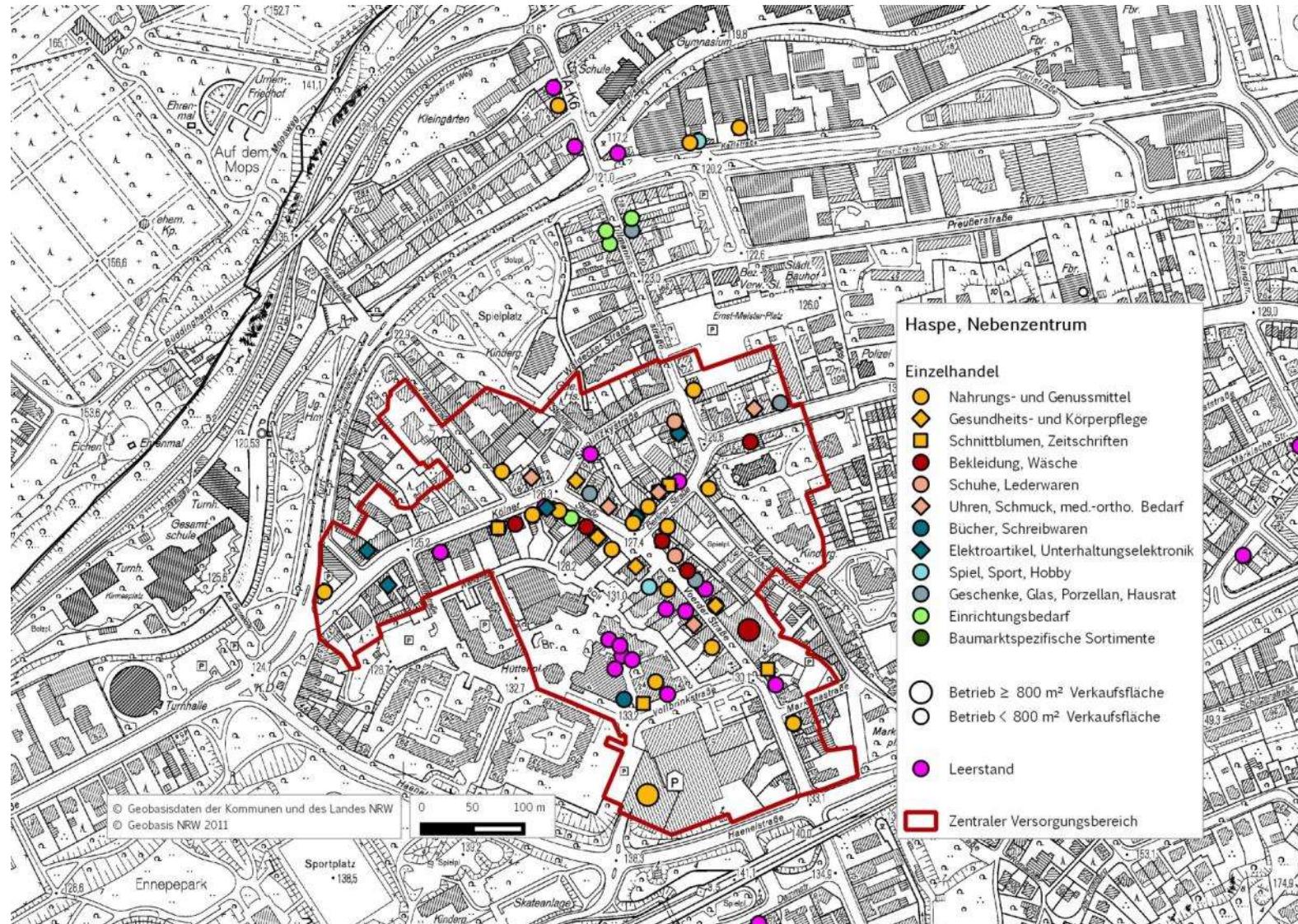
Abb. 64: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Haspe

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	33	4.725	31,9
Lebensmittel und Reformwaren	20	3.480	19,8
Gesundheits- und Körperpflege	6	950	11,0
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	7	295	1,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	17	2.410	X
Bekleidung, Wäsche	9	1.635	4,0
Schuhe, Lederwaren	2	480	X
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	6	295	1,8
Medien und Technik insgesamt	8	1.225	X
Bücher, Schreibwaren	2	230	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	6	995	3,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1	430	X
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	1	410	0,9
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	20	0,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	3	640	X
Einrichtungsbedarf	1	360	X
Möbel, Antiquitäten	1	180	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	180	0,4
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	120	X
Einzelhandel insgesamt	64	9.910	47,2

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelsangebote des aperiodischen Bedarfs (WOOLWORTH, NKD, TEDI, Möbel HILLRINGHAUS, DEICHMANN, ZEEMANN, ERNSTINGS FAMILY sowie Fachgeschäfte aus den Branchen Schreibwaren, Optik, Schuhe, Bekleidung etc.) und zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen (Kreditinstitute, Gastronomie, Ärzte, Bürgerbüro etc.) runden die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches ab (vgl. nachfolgende kartografische Darstellungen).

Abb. 65: Zentraler Versorgungsbereich Haspe Zentrum – Kartierung
Einzelhandel



6.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg (Nebenzentrum)

Das Nebenzentrum Hohenlimburg hat eine gewachsene städtebauliche und handelsspezifische Struktur. Der Ortsteil Hohenlimburg liegt separat vom übrigen Hagener Siedlungsbereich und weist eine historisch und politisch begründete Eigenständigkeit vor. Kern des Zentralen Versorgungsbereichs sind die als Fußgängerzonen entwickelten Freiheitstraße und Herrenstraße mit dem Marktplatz in integrierter Standortlage. Die Abgrenzung umfasst ebenso die Peinstraße, Dieselstraße, Gaußstraße und Lohmannstraße bis auf die Einmündung der Grünstockstraße bzw. Bahnstraße im Süden. Das Areal des ehem. Parkhauses am Bahnhof Hagen-Hohenlimburg (östlich der Bahnstraße) ist in den Zentralen Versorgungsbereich, auf dem mittlerweile zusätzliche Nahversorgungsangebote (ALDI, REWE) realisiert sind, integriert.

Der Zentrale Versorgungsbereich Hohenlimburg ist durch ein traditionelles Facheinzelhandelsangebot geprägt, durchmischt mit einer begrenzten Anzahl regionaler und überregionaler Filialisten. Ein stetiger Erosionsprozess ist zu beobachten. Maßgeblich relevant waren die Betriebsstillegungen IHR PLATZ und KAISER'S. Einziger Anbieter im Bereich des großflächigen Einzelhandels ist das WOOLWORTH Kaufhaus an der Herrenstraße.

Der Zentrale Versorgungsbereich Hohenlimburg beherbergt derzeit 38 Einzelhandelsbetriebe. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von 5.520 m² einen Einzelhandelsumsatz von 28,2 Mio. €.

Eine weitere Ausweitung des Zentralen Versorgungsbereichs wird nicht empfohlen. Ebenso ist darauf hinzuwirken, dass in den nicht integrierten Standortlagen im Bezirk Hohenlimburg, die zum Teil als

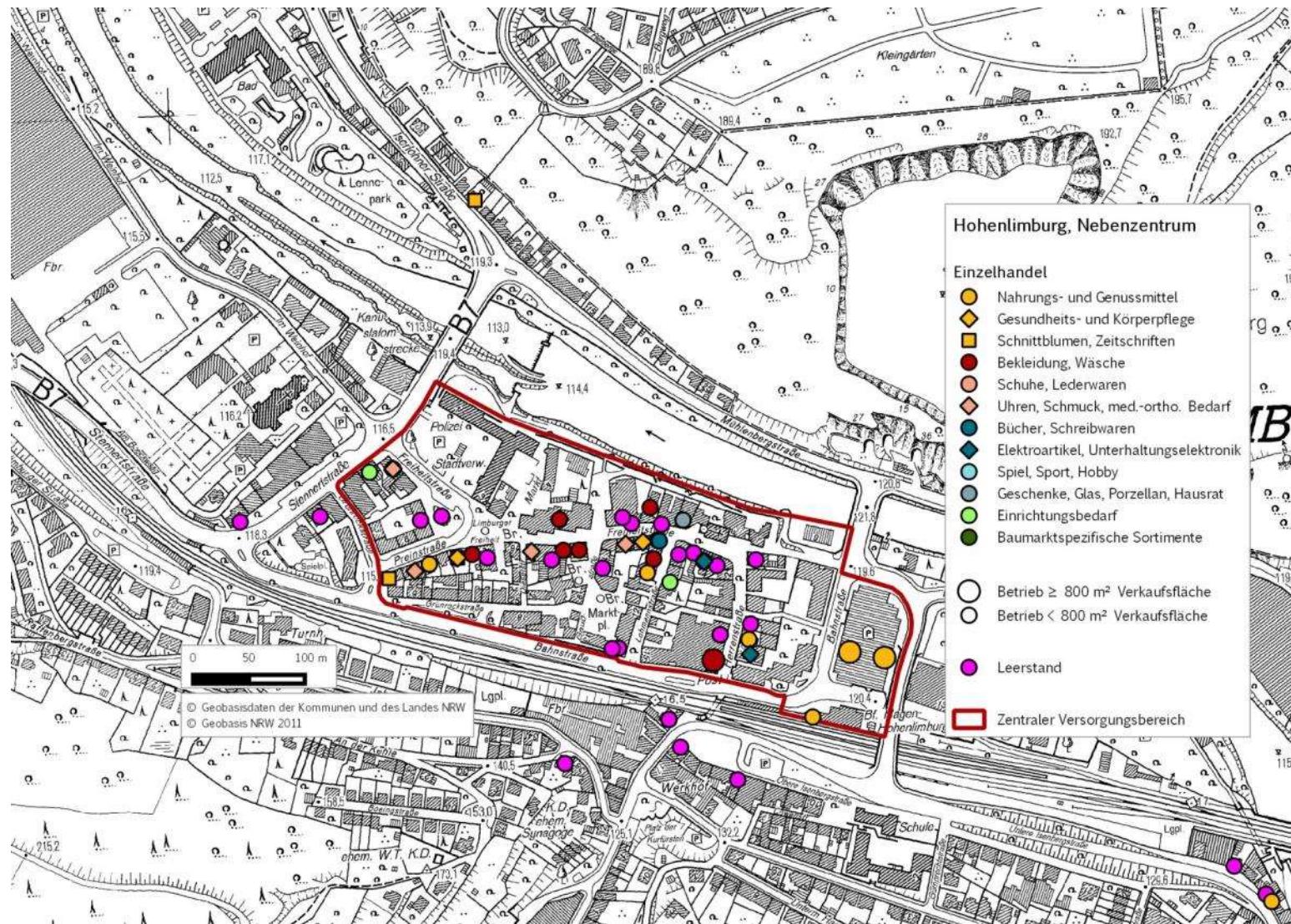
Sonderstandorte ausgewiesen sind, kein weiterer Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment einsickert.

Abb. 66: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Hohenlimburg

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	15	2.730 X	
Lebensmittel und Reformwaren	8	2.185	11,7
Gesundheits- und Körperpflege	5	505	7,8
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	40 X	
Persönlicher Bedarf insgesamt	13	1.365 X	
Bekleidung, Wäsche	7	980	2,4
Schuhe, Lederwaren	1	200 X	
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	5	185	1,3
Medien und Technik insgesamt	5	450	1,7
Bücher, Schreibwaren	2	240 X	
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	3	210 X	
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2	390 X	
Sportartikel	1	240 X	
Spielwaren, Bastelbedarf	1	150 X	
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	170 X	
Einrichtungsbedarf	2	315 X	
Möbel, Antiquitäten	1	200	0,4
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1	115	0,3
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	0	100	0,2
Einzelhandel insgesamt	38	5.520	28,2

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 67: Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg – Kartierung
Einzelhandel



6.2.7 Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum)

Aufgrund der ausschließlich auf den periodischen Bedarf bezogenen Angebotsstruktur und der verhältnismäßig geringen absoluten Verkaufsfläche wird dieser Versorgungsbereich als Nahversorgungszentrum klassifiziert.

Der traditionelle Kern des Nahversorgungszentrums befindet sich im Bereich der Friedenstraße und Brüderstraße, hier sind der Lebensmitteldiscounter NETTO sowie der Drogeriefachmarkt ROSSMANN als bedeutendste Nutzungen zu nennen. Ein Kiosk und eine Bäckerei ergänzen das Warenangebot im Zentralen Versorgungsbereich.

Das Nahversorgungszentrum Altenhagen ist durch Strukturwandel geprägt. An der Zollstraße haben sich ALDI und EDEKA als kompaktes Nahversorgungsangebot neu aufgestellt. Dieser Standortbereich ist in den Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen integriert.

Der Zentrale Versorgungsbereich Altenhagen beherbergt derzeit 7 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.170 m². Der dort realisierte Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf 15,6 Mio. €.

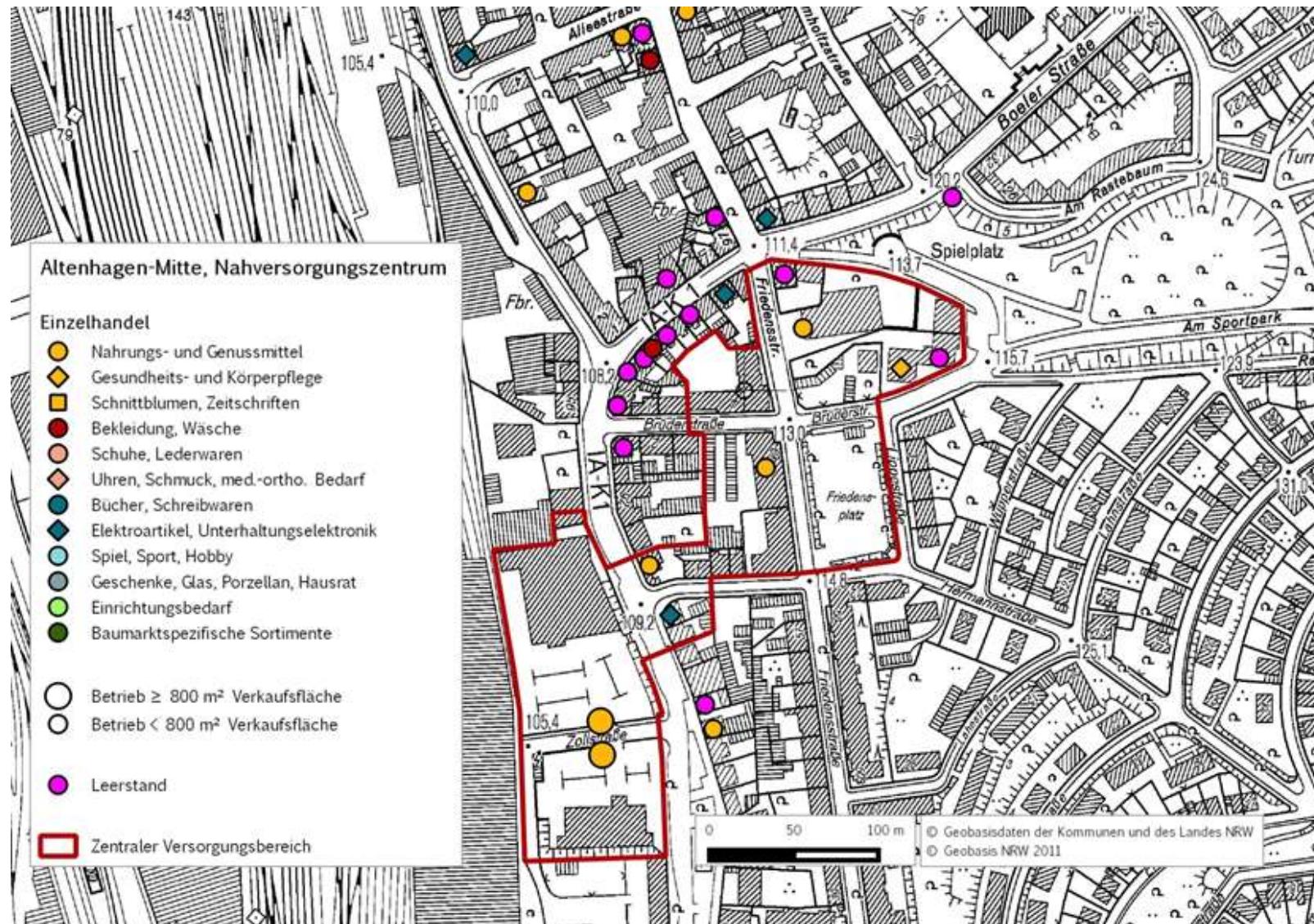
Die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs folgt einer Scharnierbildung zwischen dem überlebensfähigen Ortskern und grenzt die Neustandorte von ALDI und EDEKA eng ab. Die durch Leerstand gekennzeichneten Bereiche an der Altenhagener Straße sind bewusst ausgegrenzt worden, um eine weitere Zersplitterung des Zentrums zu vermeiden.

Abb. 68: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	6	2.880	14,7
Lebensmittel und Reformwaren	6	2.600	12,9
Gesundheits- und Körperpflege	0	270	1,7
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	0	10	0,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	0	30	X
Bekleidung, Wäsche	0	30	X
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	0	0	0,0
Medien und Technik insgesamt	1	100	X
Bücher, Schreibwaren	0	30	0,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	1	70	X
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	1	70	X
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	0	0,1
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	0	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, KeramikHausrat	0	60	0,1
Einrichtungsbedarf	0	0	0,0
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	0	100	0,2
Einzelhandel insgesamt	7	3.170	15,6

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 69: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen – Kartierung Einzelhandel



6.2.8 Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord (Nahversorgungszentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich „Altenhagen-Nord“ wird in der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes neu abgegrenzt. Diese Empfehlung resultiert aus den dort dokumentierten Einzelhandelsstrukturen. Entlang der Boeler Straße zwischen dem Kreuzungsbereich Heimstatt und der Einmündung auf die Feithstraße befindet sich das Nahversorgungszentrum Altenhagen-Nord. Wichtigster Einzelhandelsbetrieb ist der Supermarkt MARKANT JÖRGES. Der Nahversorger verfügt jedoch nur über begrenzte Verkaufsflächenstruktur sowie ein begrenztes Stellplatzangebot. Eine Apotheke, eine Bäckerei, ein Blumenladen und ein Kiosk ergänzen das Nahversorgungsangebot. Zwei Fachgeschäfte für Unterhaltungselektronik (EP MEDIA STORE HAGEN, EURONICS HOPPMANN) prägen zudem die Angebotsstrukturen des Zentralen Versorgungsbereiches. Die Wohnblöcke an der Boeler Straße werden mit einbezogen, um eine Zweiteilung des Zentralen Versorgungsbereichs zu vermeiden.

Der Zentrale Versorgungsbereich nimmt eine wichtige ergänzende Versorgungsfunktion für die nördliche Kernstadt von Hagen wahr und sollte langfristig abgesichert werden.

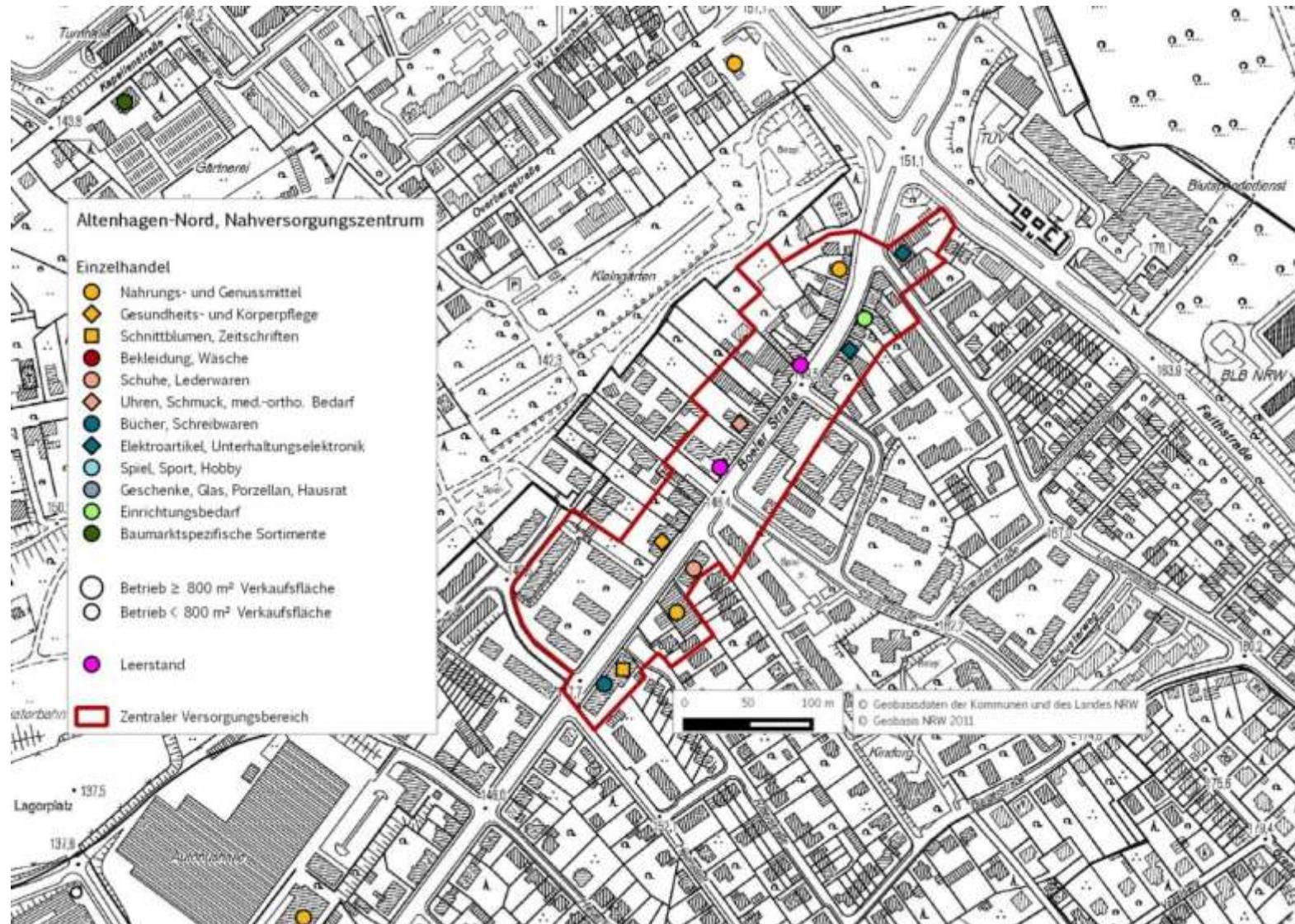
Maßgeblich relevante Standortentwicklungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs sollten nicht stattfinden. Ein attraktives Nahversorgungsangebot ist innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs stattfinden. Zur Realisierung von Verkaufsflächenerweiterungen bestehender Betreiber oder der Neuansiedlung eines Unternehmens wären nur geringfügige Arrondierungen des Zentralen Versorgungsbereichs zu zulassen. Der Zentrale Versorgungsbereich Altenhagen-Nord beherbergt 12 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.835 m². Der dort realisierte Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf 9,8 Mio. €

Abb. 70: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Altenhagen-Nord

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	6	1.015	6,4
Lebensmittel und Reformwaren	3	630	2,8
Gesundheits- und Körperpflege	2	325	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1	60	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	2	170	X
Bekleidung, Wäsche	0	0	0,0
Schuhe, Lederwaren	1	70	X
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	1	100	X
Medien und Technik insgesamt	3	480	X
Bücher, Schreibwaren	1	50	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	2	430	X
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	0	0,0
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	0	0,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0	0	0,0
Einrichtungsbedarf	1	140	X
Möbel, Antiquitäten	1	140	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	0	30	0,1
Einzelhandel insgesamt	12	1.835	9,8

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 71: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord



6.2.9 Zentraler Versorgungsbereich Emst (Nahversorgungszentrum)

Der Standortbereich um den KAUFPARK Vollsortimente wird als Zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, damit hier in integrierter Lage planungsrechtlich ein Hineinwachsen des Marktes in die Großflächigkeit planungsrechtlich abgesichert werden kann. Zusätzlich soll in diesem Standortbereich ein Drogeriefachmarkt etabliert werden. Mit der Umsetzung des vorliegenden Planungskonzeptes ist eine Ausweisung als Zentraler Versorgungsbereich gerechtfertigt.

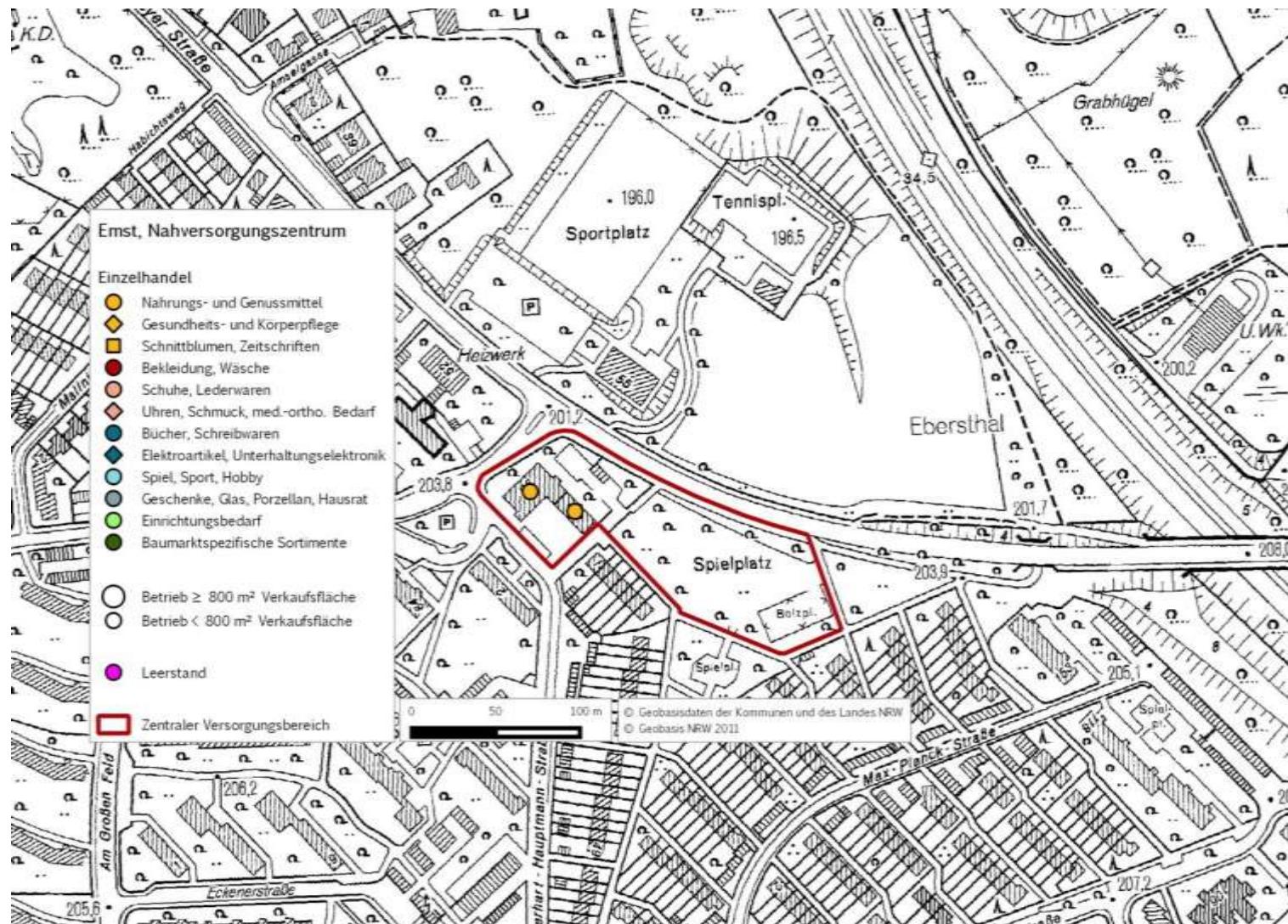
Derzeit beherbergt der Zentrale Versorgungsbereich 2 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 440 m².

Abb. 72: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Emst

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	2	420	X
Lebensmittel und Reformwaren	2	370	X
Gesundheits- und Körperpflege	0	40	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	0	10	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	0	0	0,0
Bekleidung, Wäsche	0	0	0,0
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	0	0	0,0
Medien und Technik insgesamt	0	0	0,0
Bücher, Schreibwaren	0	0	0,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	0	0	0,0
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0	0	0,0
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	0	0,0
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	0	0,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0	0	0,0
Einrichtungsbedarf	0	0	0,0
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	0	20	X
Einzelhandel insgesamt	2	440	X

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 73: Zentraler Versorgungsbereich Emst- Kartierung Einzelhandel



6.2.10 Zentraler Versorgungsbereich Elsey (Nahversorgungszentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich Elsey in der Funktion eines Nahversorgungszentrums umfasst die Möllerstraße zwischen Esserstraße und Lindbergstraße sowie das Grundstück des REWE Marktes an der Lindbergstraße. Westlich der Esserstraße ist ein ALDI Lebensmitteldiscounter in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Ein NETTO Lebensmitteldiscounter befindet sich zusätzlich im Zentralen Versorgungsbereich. Betriebe des Lebensmittelhandwerks, ein türkischer Obst- und Gemüsehandel sowie Kioske runden das Angebot zur Versorgung der Anwohner mit Lebensmitteln ab. Der Zentrale Versorgungsbereich Elsey liegt deutlich integriert in umliegende Wohnsiedlungsareale.

Ergänzungen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes im aperiodischen Bedarfsbereich finden sowohl durch Facheinzelhandelsbetriebe als auch Filialisten statt. Der Sonderpostenfachmarkt CENTER SHOP ist mit einer Verkaufsfläche von knapp 1.000 m² einer der bedeutendsten Anbieter innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Angebote aus den Branchen Bekleidung, Optik, Hörakustik, Sanitätsartikel, Bücher und Elektroartikel stellen einen ausgewogenen Mix im aperiodischen Bedarfsbereich dar.

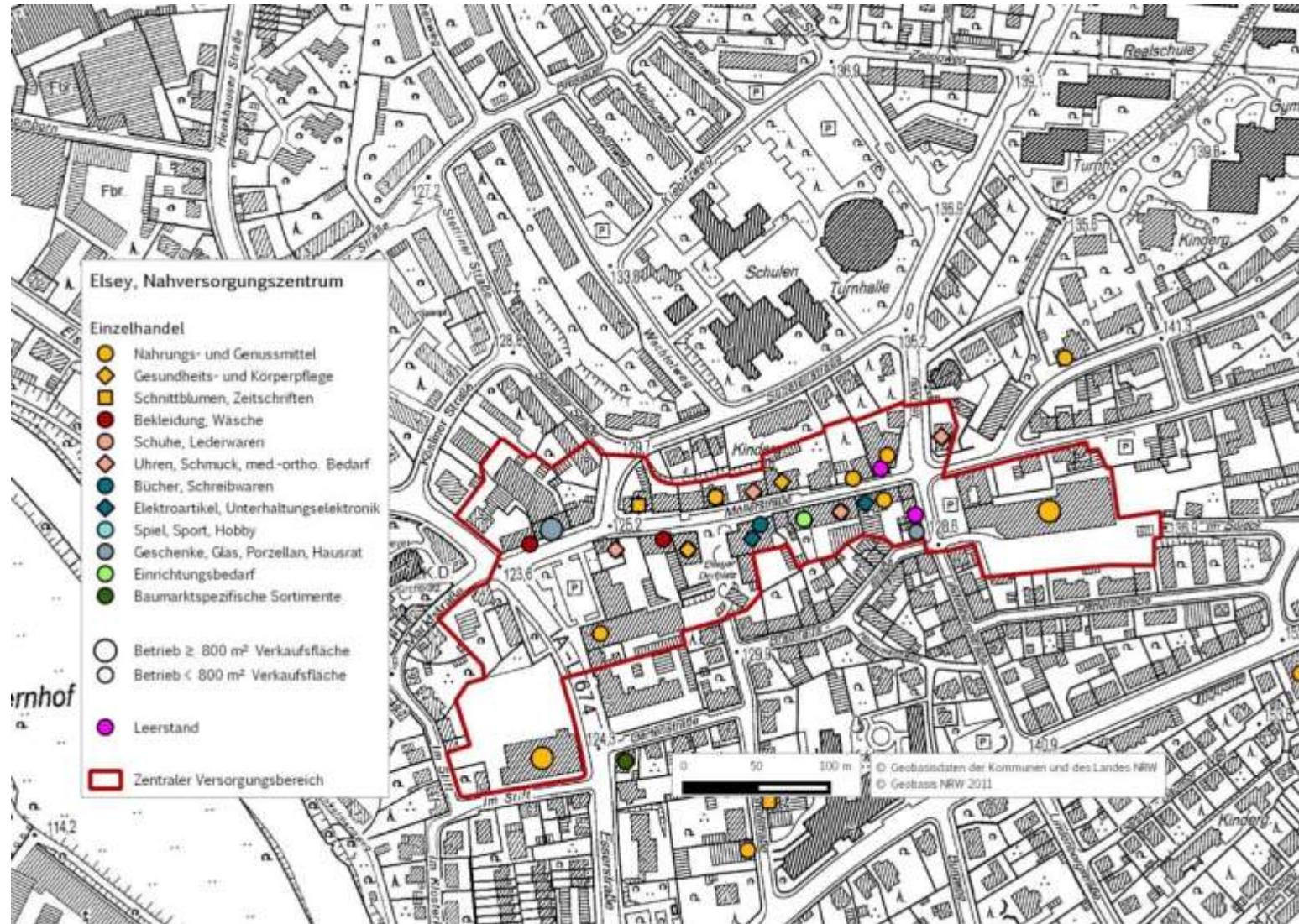
Der Zentrale Versorgungsbereich Elsey im Stadtteil Hohenlimburg beherbergt 30 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.210 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 25,4 Mio. €.

Abb. 74: Einzelhandelsstrukturen im Zentralenversorgungsbereich Elsey

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	16	3.405	X
Lebensmittel und Reformwaren	9	2.730	14,1
Gesundheits- und Körperpflege	4	545	6,1
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	3	130	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	7	655	2,4
Bekleidung, Wäsche	3	450	X
Schuhe, Lederwaren	0	0	X
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	4	205	1,4
Medien und Technik insgesamt	3	200	X
Bücher, Schreibwaren	1	110	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	2	90	X
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	120	0,2
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	100	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	20	0,1
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2	380	X
Einrichtungsbedarf	1	120	X
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1	120	X
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	330	X
Einzelhandel insgesamt	30	5.210	25,4

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 75: Zentraler Versorgungsbereich Elsey – Kartierung Einzelhandel



6.2.11 Zentraler Versorgungsbereich Helfe (Nahversorgungszentrum)

Das Nahversorgungszentrum Helfe stellt einen kompakten Standortbereich rund um den Helfer Marktplatz dar. Die räumliche Abgrenzung umfasst die unmittelbar an den Marktplatz angrenzenden Grundstücke. Der Zentrale Versorgungsbereich findet sich integriert in eine Wohnanlage aus Mehrgeschosshausbau und übernimmt für die Bewohner der umgebenden Wohnbebauung entsprechend eine bedeutende Versorgungsfunktion.

Aufgrund der ausschließlich auf den periodischen Bedarf bezogenen Angebotsstruktur und der verhältnismäßig geringen absoluten Verkaufsfläche wird dieses Zentrum als Nahversorgungszentrum klassifiziert. Wichtigster Einzelhandelsbetrieb ist der EDEKA Supermarkt. Zwei Bäckereien, Kioske und eine Apotheke ergänzen das Nahversorgungsangebot. Angebote aus dem aperiodischen Bedarfsbereich sind nicht vorhanden.

Das Areal der evangelischen und katholischen Kirchengemeinde ist räumlich und funktional in den Zentralen Versorgungsbereich Helfe integriert.

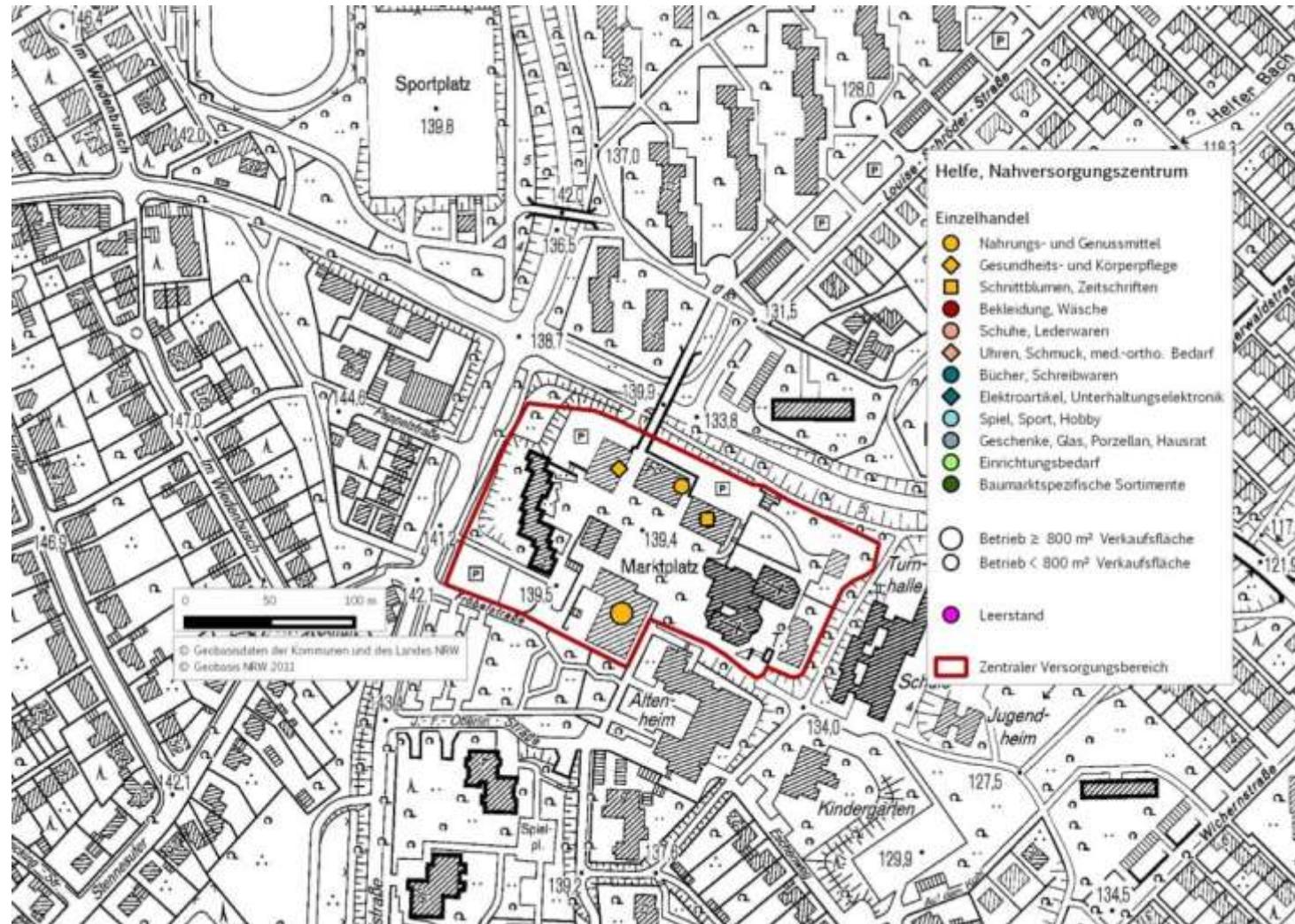
Der Zentraler Versorgungsbereich Helfe beherbergt 6 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.075 m². Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 9,7 Mio. €.

Abb. 76: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Helfe

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	6	1.035	9,5
Lebensmittel und Reformwaren	3	870	4,8
Gesundheits- und Körperpflege	1	100	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	65	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	0	0	0,0
Bekleidung, Wäsche	0	0	0,0
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	0	0	0,0
Medien und Technik insgesamt	0	20	0,1
Bücher, Schreibwaren	0	20	0,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0	0	0,0
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	0	0,0
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	0	0,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0	0	0,0
Einrichtungsbedarf	0	0	0,0
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	0	0,0
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	0	20	0,1
Einzelhandel insgesamt	6	1.075	9,7

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 77: Zentraler Versorgungsbereich Helfe – Kartierung Einzelhandel



6.2.12 Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle (Nahversorgungszentrum)

Das Nahversorgungszentrum Vorhalle verläuft entlang der verkehrsberuhigten Vorhaller Straße und Ophauser Straße (Nebenstrecken der Weststraße). Die parallel zum Zentralen Versorgungsbereiche verlaufende Weststraße (B226) ist eine Hauptverbindungsroute in Ost-West-Ausrichtung und Autobahnzubringer auf die A1. Die räumliche Abgrenzung verläuft zwischen den Grundstücksflächen der evangelischen Kirchengemeinde im Westen der Vorhaller Straße und dem Standortbereich des ALDI Lebensmitteldiscounters im Osten der Ophauser Straße.

Entlang der Vorhaller Straße gibt es eine Reihe kleinflächiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Der Angebotsschwerpunkt des Nahversorgungszentrums Vorhalle liegt stark im periodischen Bedarfsbereich. Das Angebot aus dem aperiodischen Bedarfsbereich wird durch den Fachmarkt für Teppiche, Farben und Heimtextilien TEPPICHLAND geprägt. Ein wichtiger Frequenzbringer ist der ALDI Markt im östlichen Randbereich des Zentralen Versorgungsbereiches. Angrenzend an den Standortbereich des ALDI Lebensmitteldiscounters ist die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters vorgesehen. Der ALDI-Markt würde in die neue Standortentwicklung integriert werden. Außerdem ist die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes vorgesehen. Aus gutachterlicher Sicht sollten die Planungen unterstützt und forciert werden. Dementsprechend sind die Abgrenzungen des Zentralen Versorgungsbereiches gezogen. Mit dieser Standortentwicklung wird das Nahversorgungsangebot in Vorhalle nachhaltig optimiert.

Die Abgrenzung dieses Zentralen Versorgungsbereichs ist an die Bedingung zu knüpfen, dass hier künftig im Regionalplan Ruhr ein ASB festgelegt wird.

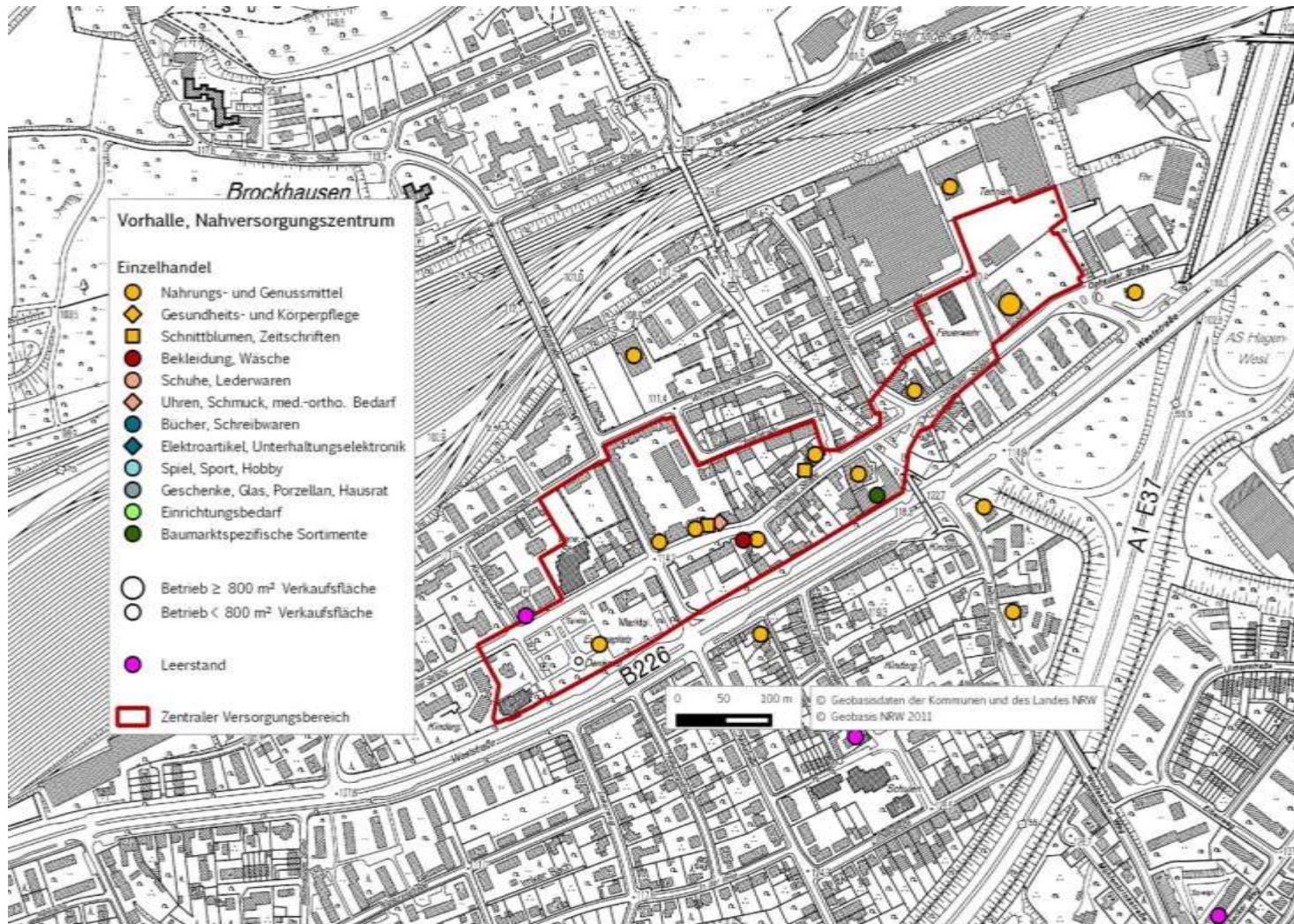
Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung wurden im Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle 14 Einzelhandelsbetriebe erfasst, die auf einer Gesamtverkaufsfläche von 2.050 m² einen Einzelhandelsumsatz von 11,2 Mio. € erwirtschaften.

Abb. 78: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Vorhalle

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	11	1.135	8,6
Lebensmittel und Reformwaren	8	960	6,6
Gesundheits- und Körperpflege	1	105	X
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	70	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	2	135	X
Bekleidung, Wäsche	1	100	X
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	1	35	X
Medien und Technik insgesamt	0	30	0,2
Bücher, Schreibwaren	0	20	0,1
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik			
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0	10	0,1
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	0	0,0
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	0	0,0
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geächenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0	20	0,1
Einrichtungsbedarf	0	100	0,3
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	100	0,3
Baumarktpezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	630	X
Einzelhandel insgesamt	14	2.050	11,2

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 79: Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle – Kartierung Einzelhandel



6.2.13 Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen (Nahversorgungszentrum)

Das Nahversorgungszentrum Wehringhausen liegt in einem gründerzeitlichen Quartier der Hagener Kernstadt. Wehringhausen weist eine gewachsene städtebauliche und handelsspezifische Struktur auf. Kern des Zentralen Versorgungsbereichs ist die Lange Straße zwischen Bachstraße und Sternstraße mit dem Wilhelmplatz in integrierter Standortlage. Die Abgrenzung umfasst ebenso die unmittelbar an den Wilhelmplatz angrenzenden Bereiche der Bismarckstraße sowie die nach Süden verlaufende Moltkestraße bis zum Standortbereich des NETTO Lebensmitteldiscounters. Im östlichen Randbereich der Langen Straße ist die Immobilie des Fachgeschäftes für Unterhaltungselektronik KOLLMANN in den Zentralen Versorgungsbereich räumlich und funktional integriert.

Der Zentrale Versorgungsbereich Wehringhausen ist in den westlichen Bereichen der Langen Straße durch ein z.T. qualitätsorientiertes Facheinzelhandelsangebot geprägt, während in den östlichen Lagen der Langen Straße mehrheitlich Dienstleister, Leerstände und Einzelhandelsnutzungen aus dem Niedrigpreissegment vorhanden sind.

Insgesamt ist im Zentralen Versorgungsbereich ein ausgewogener Branchenmix aus Angeboten des periodischen und aperiodischen Bedarfs vorhanden. Auffallend sind jedoch die nur sehr kleinteiligen Verkaufsflächenstrukturen. Die Ladenlokale haben eine Verkaufsfläche zwischen 10 m² und max. 360 m². Hier sollte gezielt das Zusammenlegen von benachbarten Ladenlokalen zu marktgängigen Verkaufsflächendimensionierungen diskutiert werden. Förderprogramme zur Eigentümerberatung oder Instandhaltungs-/ Modernisierung- und Sanierungsarbeiten können u.a. bei der NRW.BANK oder der KfW angefragt werden. Insbesondere der vorhandene Lebens-

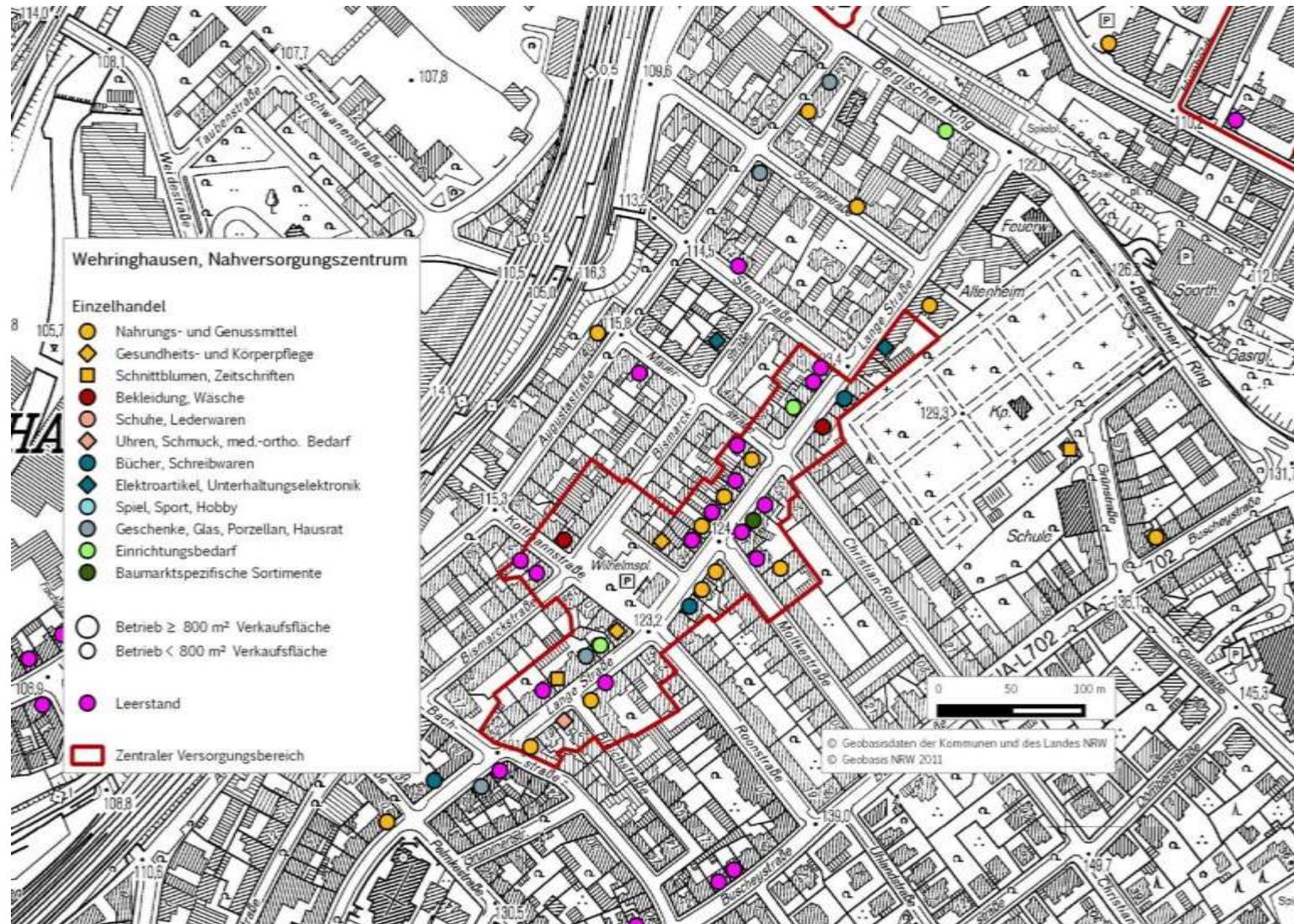
mitteldiscounter NETTO sollte jede Unterstützung zur Standortoptimierung erhalten. Die Stabilisierung des Zentralen Versorgungsbereichs ist auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels von Bedeutung.

Abb. 80: Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Wehringhausen

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	12	1.055	6,7
Lebensmittel und Reformwaren	8	800	4,3
Gesundheits- und Körperpflege	3	180	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1	75	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	145	0,5
Bekleidung, Wäsche	3	115	X
Schuhe, Lederwaren	0	0	0,0
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	1	30	X
Medien und Technik insgesamt	4	370	1,3
Bücher, Schreibwaren	3	200	X
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	1	170	X
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien			
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1	20	X
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	1	20	X
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	50	X
Einrichtungsbedarf	2	120	X
Möbel, Antiquitäten	1	30	X
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1	90	X
Baumärktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	40	X
Einzelhandel insgesamt	25	1.800	9,2

Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Abb. 81: Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen



6.2.14 Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer (Nahversorgungszentrum)

Der Zentrale Versorgungsbereich Westerbauer in der Funktion eines Nahversorgungszentrums umfasst mit Blick auf das vorliegende, derzeit gültige, Einzelhandelskonzept derzeit die nördliche und südliche Randbebauung der Ennepeter Straße (B7) zwischen der Nordstraße im Westen und der Fachmarktagglomeration auf dem Grundstück des ehem. Unternehmens Gummi Becker im Osten. Südlich der Ennepeter Straße ist ein KAUFPARK Frischemarkt in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Nördlich der Ennepeter Straße befindet sich zusätzlich ein PENNY Lebensmitteldiscounter am ehem. Standort Gummi Becker. Ein KIK Textilfachmarkt sowie der Sonderpostenfachmarkt TEDI und das DÄNISCHE BETTENLAGER sind ergänzend am Standort vorhanden. Planerisches Ziel sollte es sein, diesen Versorgungsbereich in seiner Struktur zu erhalten. Die zunächst empfohlene Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Westerbauer orientiert sich an der Abgrenzung aus dem derzeit verabschiedeten Einzelhandelskonzept (Junker und Kruse, 2009) und ist in Abb. 83 dokumentiert. Abweichend von Junker und Kruse wird das Standortareal der Kirche mit in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Die CIMA Beratung + Management präferiert diese Abgrenzung auch für die Zukunft, insbesondere auch vor dem Hintergrund der landesplanerischen Rahmenbedingungen.

Der derzeitige Zentrale Versorgungsbereich Westerbauer beherbergt 14 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 4.495 m². Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 15,9 Mio. €.

Abb. 82: Einzelhandelsstrukturen im derzeitigen Zentralen Versorgungsbereich Westerbauer

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf	7	2.440	11,1
Lebensmittel und Reformwaren	5	2.150	9,4
Gesundheits- und Körperpflege	0	210	X
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	2	80	X
Persönlicher Bedarf insgesamt	4	785	2,2
Bekleidung, Wäsche	3	435	X
Schuhe, Lederwaren	1	350	X
Uhren, Schmuck, Optik, Akustik	0	0	X
Medien und Technik insgesamt	0	180	0,5
Bücher, Schreibwaren	0	150	0,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	0	30	0,1
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	0	0	
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	60	0,1
Sportartikel	0	0	0,0
Spielwaren, Bastelbedarf	0	60	0,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	0	0	0,0
Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	270	X
Einrichtungsbedarf	1	580	X
Möbel, Antiquitäten	1	420	0,8
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0	160	0,4
Baumarktspezifische Sortimente (einschließlich gartencenterrelevante Sortimente)	1	150	X
Einzelhandel insgesamt	14	4.465	15,9

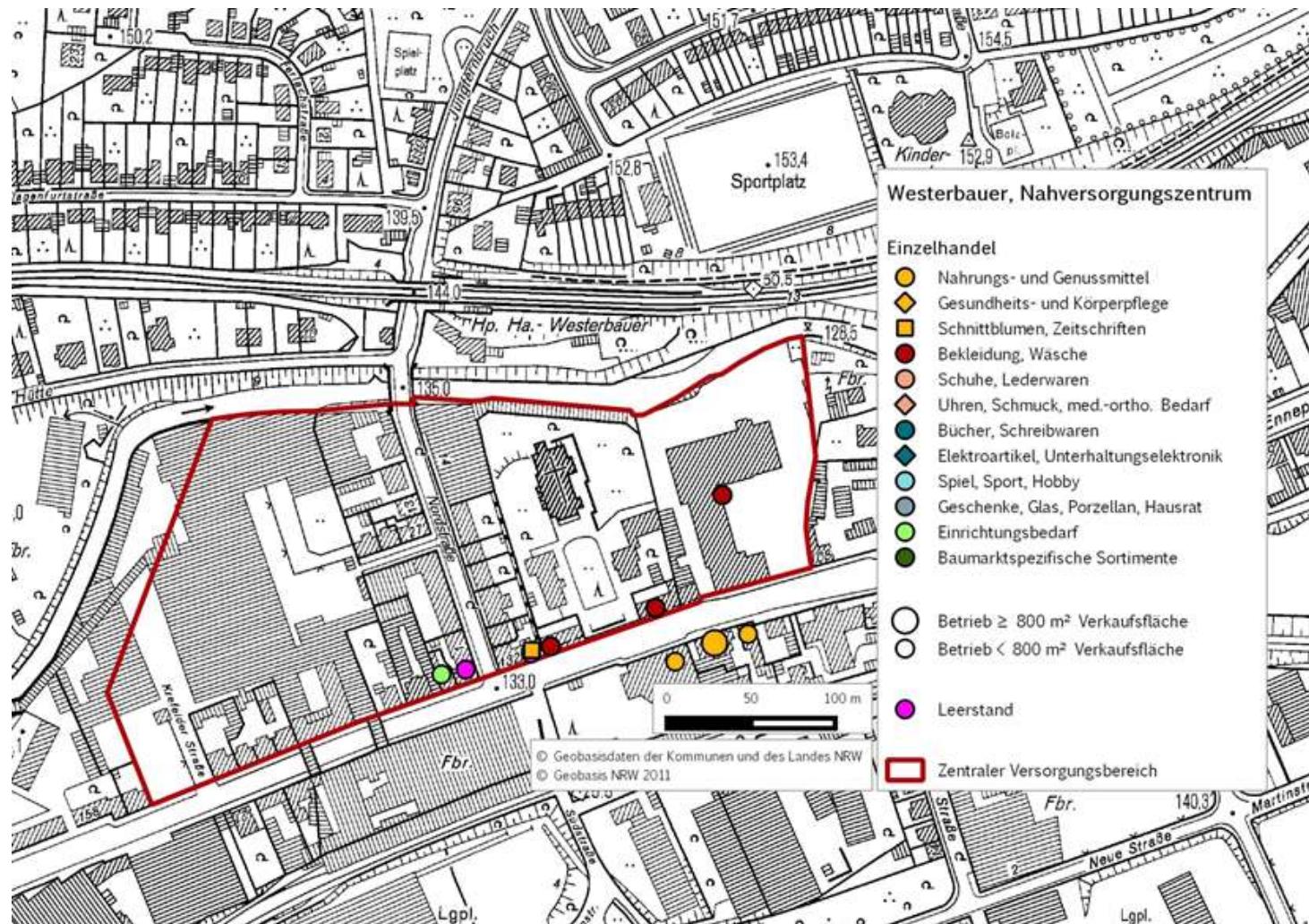
Quelle: cima Bestandserhebung 2015. X=Nichtausweisung von Umsatzdaten wegen Datenschutz; Rundungsdifferenzen möglich

Nur unter der Prämisse zu realisierender Standortverlagerungen und der im Verträglichkeitsgutachten der BBE Handelsberatung als verträglich bewerteten Verkaufsflächenerweiterungen können relevante Standortbereiche des Brandt-Areals in einen Zentralen Versorgungsbereich in der Funktion eines Nahversorgungszentrums eingebunden werden. Abb. 83, (nächste Seite) dokumentiert diese modifizierte Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs Westerbauer. Mit Blick auf die Umsetzung von Standortverlagerungen schließt die modifizierte Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs die südliche Blockrandbebauung an der B 7 aus dem Zentralen Versorgungsbereich aus.

Die CIMA Beratung + Management weist ausdrücklich darauf hin, dass die Integration des Brandt-Areals in den Zentralen Versorgungsbereich gegen die Vorgaben der Landesplanung (Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW) verstößt. Der Standortbereich des Brandt-Areals müsste im Regionalplan nicht mehr als GIB, sondern als ASB dargestellt werden. Ein entsprechendes Verfahren zur Anpassung des Regionalplanes ist eingeleitet worden. Ein seitens der BBE Handelsberatung erstelltes Verträglichkeitsgutachten stützt die vorgesehene nachhaltige Standortsicherung und Arrondierung des Zentralen Versorgungsbereichs Westerbauer. Hinsichtlich der Verlagerung des KAUFPARK Vollsortimenters sind vertragliche Regelungen getroffen worden.

Der Gutachter vollzieht hier nur nachrichtlich eine Beschlusslage des Rates der Stadt Hagen.

Abb. 83: Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer – Kartierung
Einzelhandel (Perspektivische Abgrenzung mit Realisierung
der Einzelhandelsflächen auf dem Brandt-Areal)



6.3 Sonderstandorte

Die Zentrenstruktur der Stadt Hagen beinhaltet neben dem Netz Zentraler Versorgungsbereiche sowie der ergänzenden Nahversorgungslagen insgesamt 17 Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels. Die Sonderstandorte zeichnen sich durch eine eindeutige Orientierung auf Verkehrsachsen aus und binden überörtlich Kaufkraft.

Der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW formuliert Ziele und Grundsätze zum bau- und planungsrechtlichen Umgang mit diesen Sonderstandorten des großflächigen Einzelhandels.

Die Ziele 4 und 5 beziehen sich auf großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment. Für neue Standortentwicklungen ist die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der Zentralen Versorgungsbereiche nachzuweisen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich des zentrenrelevanten Randsortiments. Ziel 4 fordert zudem die maßstäbliche Dimensionierung auch von Betriebstypen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.²²

Ziel 7 betrifft hingegen Absatzformen des großflächigen Einzelhandels mit nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Kernsortiment. Für die bestehenden Standorte des großflächigen Einzelhandels außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen soll gemäß

²² Ziel 4: Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

Ziel 7 der Bestand abgesichert werden²³. Im Rahmen des Bestandsschutzes sollen ausschließlich geringfügige Arrondierungen zur nachhaltigen Bestandssicherung erlaubt sein.

Für Hagen gilt, dass an den Sonderstandorten keine Weiterentwicklung mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden sollte. In Bezug auf die Bauleitplanung gilt es, den großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten so zu steuern, dass max. der Bestandschutz gilt, wie dieser in Ziel 7 des Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel formuliert ist.

Insgesamt wurden

- 18 Sonderstandorte mit 109 Einzelhandelsbetrieben in Sonderstandorten und unmittelbar angrenzenden Standortlagen dokumentiert,
- die 134.175 m² Verkaufsfläche (43,8 % der Gesamtverkaufsfläche Hagens) darstellen und
- einen Umsatz in Höhe von 316,2 Mio. € (29,9 % des Gesamtumsatzes) erzielen.

²³ Ziel 7: Vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dürfen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Verkaufsflächen in der Regel auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandes notwendig sind und durch die Festlegung keine wesentliche Beeinträchtigung Zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

Im Vergleich wurden nur

- 13 Zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt,
- die 115.430 m² Verkaufsfläche (37,7 % der Gesamtverkaufsfläche Hagens) darstellen.

Der Verkaufsflächenanteil der Sonderstandorte (43,8 %) ist im direkten Vergleich zum Verkaufsflächenanteil der Zentralen Versorgungsbereiche (37,7 %) am gesamten Hagener Einzelhandel als alarmierend hoch zu bewerten.

Die Abgrenzung der Sonderstandorte ist auf Basis von Ortsbegehung erfolgt; die Abgrenzung stellt keine Rechtsverbindlichkeit dar, sondern einen empfohlenen Handlungsräum, in dem Baurecht so gestaltet werden soll, das Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Sortiment auf den Bestandsschutz begrenzt werden soll. Die Abgrenzung weist also auf ggf. erforderlichen Steuerungsbedarf hin und ist kein aktiver Hinweis auf Ansiedlungspotenziale.

Vor dem Hintergrund des bereits sehr gut ausgebauten Angebotes in nahezu allen Segmenten des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (vgl. Analyse der Handelszentralitäten und Kaufkraftströme in Abschnitt 4.2 bzw. 4.3) sind die Gestaltungspotenziale zur Weiterentwicklung der Sonderstandorte grundsätzlich als gering zu bewerten. Nur für attraktive zielgruppenspezifische Konzepte sollten Realisierungsmöglichkeiten geprüft werden.

Die nachfolgenden Karten dokumentieren die Sonderstandorte mit einer gestrichelten blauen Abgrenzungslinie.

6.3.1 Sonderstandort Im Mühlenwert

Der Sonderstandort Im Mühlenwert umfasst einerseits die einzelhandelsrelevanten Nutzungen in den ehemaligen gewerblich und industriell genutzten Gebäudekomplexen im Standortbereich Im Mühlenwert sowie andererseits die Einzelhandelsnutzungen südlich der Ennepe mit Zufahrt über die Ennepetorstraße. Die bedeutendsten Betriebe sind der Sportfachmarkt DUVE sowie der Babyfachmarkt YORK am Standort im Mühlenwert. Die Kartierung weist nach, dass nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel (auch im Bereich der Großflächigkeit) an diesem Sonderstandort vorhanden ist.

Empfehlung:

Für die Zukunft sollte die Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Einzelhandel ausgeschlossen werden. Vor dem Hintergrund der problematischen Verkehrserschließung im rückwärtig gelegenen Standortbereich Im Mühlenwert, eignet sich dieser Standort nicht zur Etablierung weiterer Einzelhandelsnutzungen.

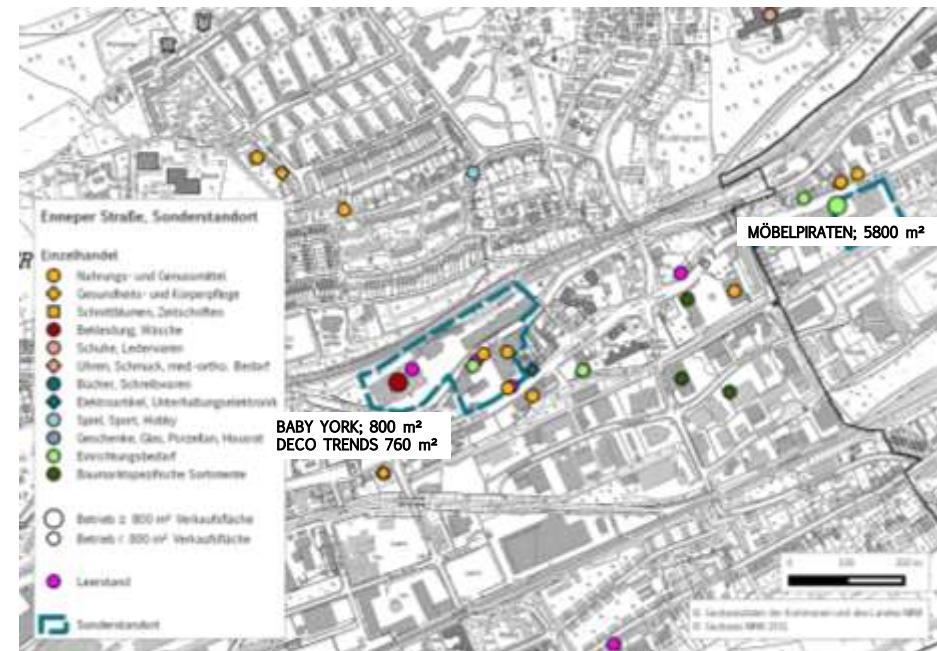
6.3.2 Sonderstandort MÖBELPIRATEN (ehemals MAXI-POLSTER)

Der Sonderstandort MÖBELPIRATEN befindet sich in verkehrsorientierter Lage an der B7 im Stadtbezirk Haspe. Der Sonderstandort beherbergt nur einen Einzelhandelsbetrieb, der jedoch eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.800 m² darstellt. Der vorhandene Einzelhandelsbesatz bietet ausschließlich Waren des aperiodischen Bedarfs an.

Empfehlung:

Der Standortbereich sollte planungsrechtlich derart abgesichert werden, dass auch in der Zukunft nicht die Ansiedlung von nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Einzelhandel möglich ist.

Abb. 84: Sonderstandort Im Mühlenwert/ MÖBELPIRATEN (ehemals MAXI-POLSTER)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.3 Sonderstandort B1 DISCOUNT BAUMARKT

Der Sonderstandort B1 Discount Baumarkt findet sich ebenso an der B7 (Berliner Straße) im Stadtbezirk Hagen-Haspe in verkehrsorientierter Lage. Insgesamt sechs Einzelhandelsbetriebe sind innerhalb der kartografisch dargestellten Abgrenzung des Sonderstandortes vorhanden. Hauptfrequenzbringer ist gleichnamige B1 DISCOUNT BAUMARKT. Ergänzend ist der Sportfachmarkt TEAMSPORT PHILIPP, ein Fachgeschäft für Motorradzubehör sowie zwei Tankstellen am Standort adressiert.

Neben nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind insbesondere mit dem Sportfachgeschäft bereits zentrenrelevante Branchen am Sonderstandort B1 Discount Baumarkt eingesickert.

Empfehlung:

Über den Bestandsschutz hinaus, sollten keine weiteren zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen genehmigungsfähig sein. Die strikte Einzelhandelssteuerung ist bereits mit dem rechtskräftigen Bebauungsplan eingeleitet.

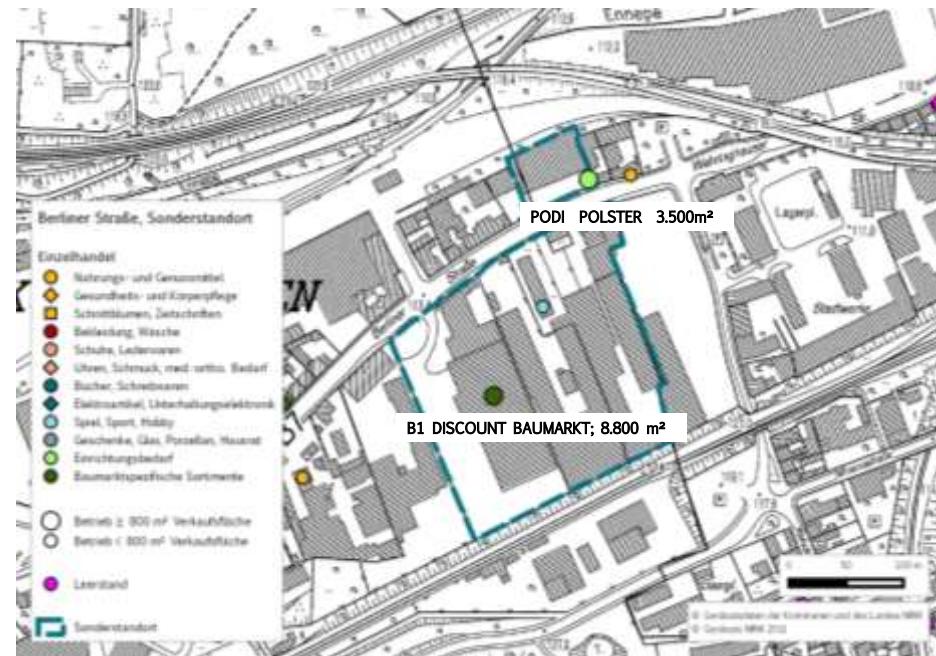
6.3.4 Sonderstandort PODI

Der Sonderstandort PODI beherbergt nur einen Einzelhandelsbetrieb. Der vorhandene Einzelhandelsbesatz bietet ausschließlich Waren des aperiodischen Bedarfs an.

Empfehlung:

Die Ansiedlung von nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Einzelhandel sollte auch weiterhin nicht genehmigt werden. Die strikte Einzelhandelssteuerung ist bereits mit dem rechtskräftigen Bebauungsplan eingeleitet.

Abb. 85: Sonderstandort B1 DISCOUNT BAUMARKT/ PODI



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.5 Sonderstandort KAUFLAND (Alexanderstraße)

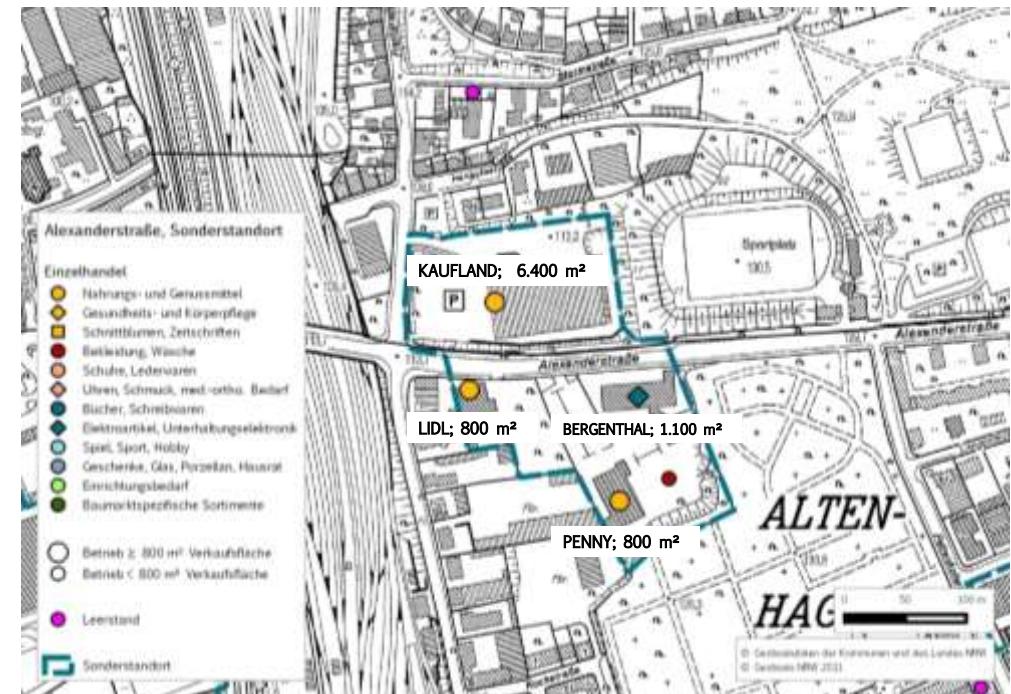
Der Sonderstandort Kaufland befindet sich im Kreuzungsbereich Alexanderstraße/ Freiligrathstraße. Bedeutendster Einzelhandelsbetrieb ist das KAUFLAND SB-Warenhaus mit den ergänzenden Betrieben K+K SCHUHCENTER, MISS POEM (Bekleidung) sowie Betrieben des Lebensmittelhandwerks und einem Kiosk. Die verkehrliche Erschließung dieser Einzelhandelsagglomeration erfolgt über die Freiligrathstraße. An der Alexanderstraße hat sich eine ergänzende Einzelhandelslage entwickelt. Hier sind die Lebensmitteldiscounter LIDL und PENNY sowie die Fachmärkte KIK, FRESSNAPF und der großflächige Lampenfachmarkt BERGENTHAL vorhanden. Die beiden Einzelhandelsstandorte sind aufgrund der räumlichen Nähe und des funktionalen Ergänzungscharakters dennoch als ein großflächiger Sonderstandort zu betrachten.

Empfehlung:

Das Entwicklungziel für diesen Standortbereich sollte es sein, die Ansiedlung von weiterem nahversorgungsrelevantem- und zentrenrelevantem Einzelhandel auf der gesamten Fläche des Sonderstandortes auszuschließen.

Für den Sonderstandort KAUFLAND (Alexanderstraße) besteht ggf. ein Gestaltungspotenzial für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Hiermit würde auch der Konzentrationsprämissen entsprochen, die das Ziel verfolgt, derartige Nutzungen an geeigneten Sonderstandorten zu bündeln. Die Begrenzung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente ist stets zu beachten.

Abb. 86: Sonderstandort KAUFLAND (Alexanderstraße)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.6 Sonderstandort Eckeseyer Straße

Der Sonderstandort Eckeseyer Straße ist in erster Linie eine Einzelhandelsagglomeration von nicht-zentrenrelevanten großflächigen Fachmärkten. Der definierte Sonderstandort erstreckt sich entlang der Eckeseyer Straße im Stadtteil Hagen-Altenhagen. Im Norden sind die im Kreuzungsbereich Eckeseyer Straße/ Becheltestraße und Drosse-Hülshoff-Straße adressierten Einzelhandelsnutzungen mit in den Sonderstandort aufgenommen. Der maßgeblich relevante Betrieb ist nach Schließung des MAX BAHR Baufachmarktes der verbliebene BAUHAUS Baufachmarkt mit über 10.000 m² Verkaufsfläche. Der Bau- und Gartenfachmarkt BAUHAUS wird durch eine Drive-In-Arena ergänzt. Weitere großflächige Fachmärkte sind das Gartencenter KNOP, das GARDINEN- und TEPPICHLAND sowie der Fachmarkt für Schreibwaren und Bürobedarf STAPLES.

Empfehlung:

Auch zukünftig sollten keine nahversorgungsrelevanten- und zentrenrelevanten Sortimente am Sonderstandort Eckeseyer Straße realisiert werden. Mit der Aufstellung eines Bebauungsplanes für den Sonderstandort Eckeseyer Straße wurden die planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen, den Standortbereich ausschließlich für die Ansiedlung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel sowie gewerbliche Nutzungen zu öffnen.

Die Fläche des ehemaligen MAX BAHR Baufachmarktes ist als strategische Entwicklungsreserve für attraktive Unternehmen im Segment des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment einzuordnen. Bei der Schaffung von Baurecht sind die Rahmensetzungen der Ziele bzw. Grundsätze 4-6 des „Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel“ einzuhalten.

Abb. 87: Sonderstandort Eckeseyer Straße



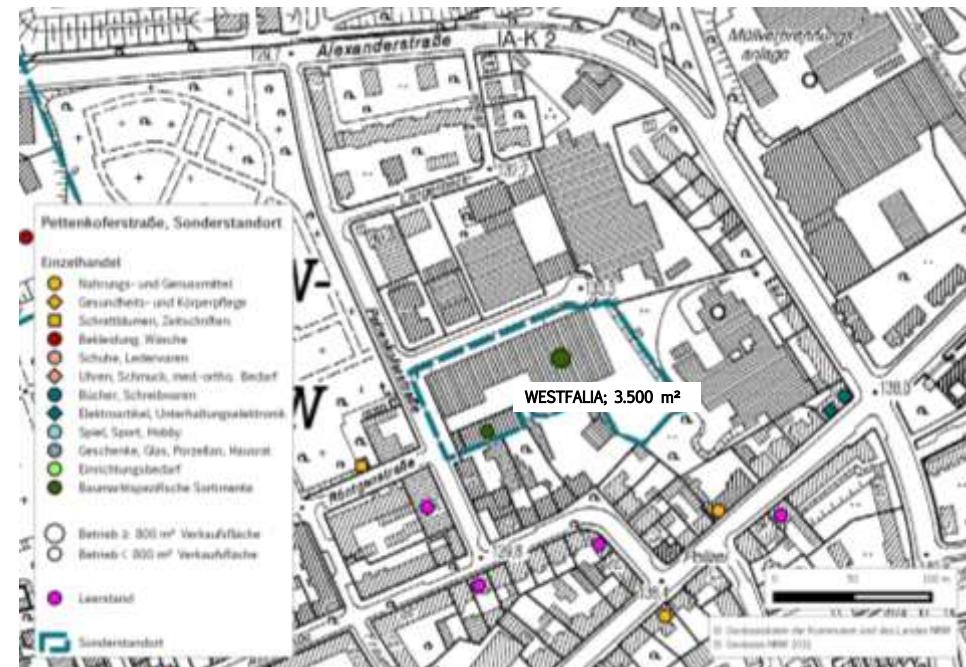
6.3.7 Sonderstandort Pettenkofer Straße

Der Sonderstandort an der Pettenkofer Straße umfasst einen kompakten Standortbereich in einer gewerblich geprägten Umgebung in Hagen-Altenhagen. Insgesamt sind nur drei Einzelhandelsbetriebe innerhalb der kartografisch dargestellten Abgrenzung des Sonderstandortes vorhanden. Die Gesamtverkaufsfläche beträgt dennoch mehr als 4.500 m². Hauptfrequenzbringer ist WESTFALIA Bau- und Elektrofachmarkt. Ergänzend ist der Fachmarkt für Farben und Tapeten GROTEX sowie ein weitere Bau- und Gartenfachmarkt im discountorientierenden Preisgenre SCHNAP ZU am Standort adressiert.

Empfehlung:

Neben nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind insbesondere als Randsortiment des WESTFALIA Marktes zentrenrelevante Branchen am Sonderstandort Pettenkofer Straße vorhanden. Das Planungsrecht am dargestellten Standortbereich sollte überprüft und ggf. angepasst werden. Über den Bestandsschutz hinaus, sollten keine weiteren zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen genehmigungsfähig sein.

Abb. 88: Sonderstandort Pettenkofer Straße



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.8 Sonderstandort POCO (Am Ringofen)

Der Sonderstandort POCO ist aktuell durch Umstrukturierungen geprägt. Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung im März 2012 konnten dem Sonderstandort POCO drei Einzelhandelsbetriebe zugeordnet werden. Bedeutendster Betrieb war der Möbelfachmarkt POCO im Süden der Weststraße (Am Ringofen). Nördlich der Weststraße ist der Spielwarenfachmarkt TOYSRUS adressiert. Im August 2012 hat der Sportfachmarkt DECATHLON in unmittelbarer Nachbarschaft zu TOYSRUS eröffnet. Der Sportfachmarkt bietet ein vorwiegend zentrenrelevantes Sortiment an.

Empfehlung:

Der Sonderstandort POCO ist grundsätzlich für die Ansiedlung weiterer nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe geeignet, die Realisierung ergänzender zentrenrelevanter oder nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsnutzungen sollte im Gegenzug planungsrechtlich ausgeschlossen werden. Für die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollte max. der Bestandsschutz gemäß Ziel 7 „Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel“ gelten.

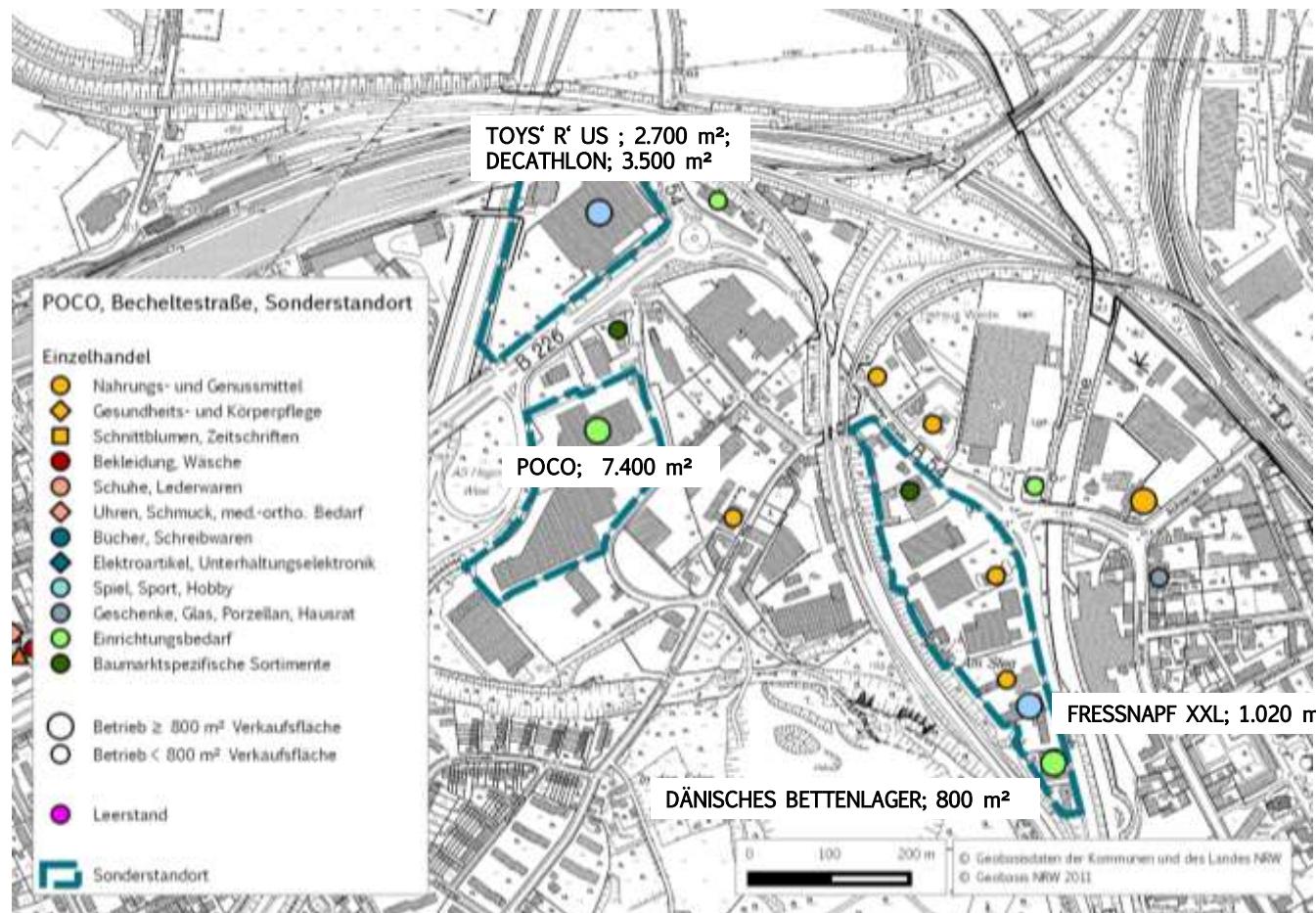
6.3.9 Sonderstandort Becheltestraße

Entlang der Becheltestraße sind ein DÄNISCHES BETTENLAGER, der Zoofachmarkt TIERGARTEN sowie der TOOM Getränkehandel und ergänzende kleinteilige Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Die Kartierung weist nach, dass bereits nahversorgungsrelevanter Einzelhandel an diesem Sonderstandort vorhanden ist.

Empfehlung:

Für die Zukunft sollte die Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Einzelhandel ausgeschlossen werden. Die Realisierung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel sollte nur unter der Voraussetzung einer Konzentrationsprämisse genehmigt werden.

Abb. 89: Sonderstandort POCO (Am Ringofen)/ Becheltestraße



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.10 Sonderstandort REAL (Kabeler Straße)

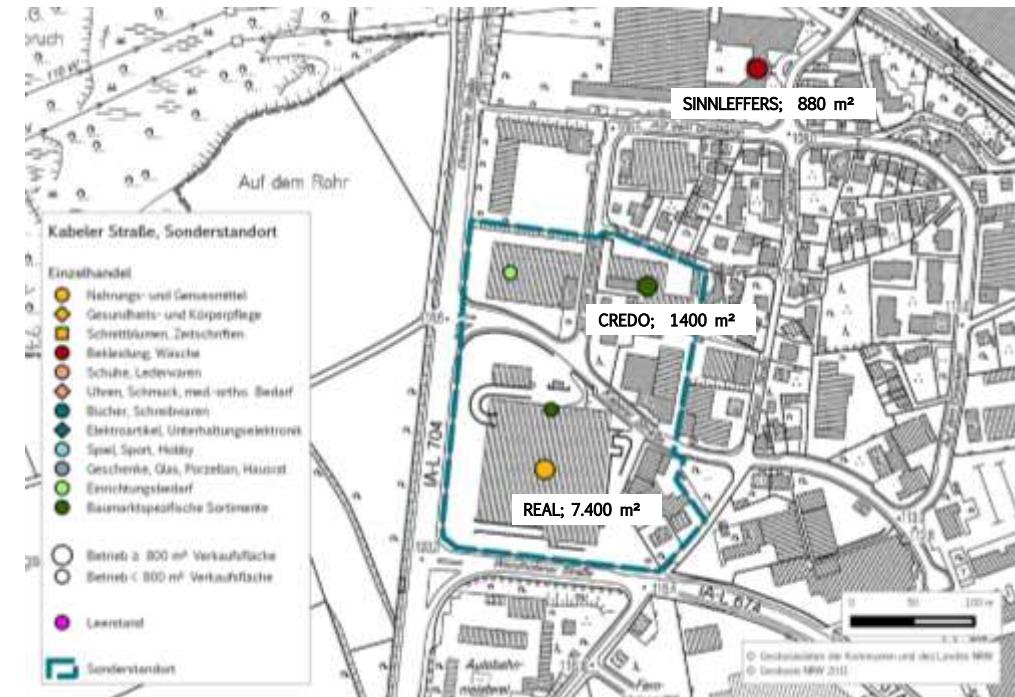
Im Norden des Hagener Stadtgebietes befindet sich in verkehrsorientierter Lage der Sonderstandort REAL. Insgesamt sind hier 16 Einzelhandelsbetriebe mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten vorzufinden. Bedeutendster Einzelhandelsbetrieb ist das REAL SB-Warenhaus mit zahlreichen Fachgeschäften in der Konzessionärszone. Ergänzende Einzelhandelsbetriebe sind der ALDI Lebensmitteldiscounter, TAKKO Textilfachmarkt, SCHLATHOLT Schuhe und MATRATZEN CONCORD. Die SINN LEFFERS Fabrikverkaufsstelle liegt außerhalb des abgegrenzten Sonderstandortes..

Empfehlung:

Entwicklungsspielräume in den nahversorgungsrelevanten- und zentrenrelevanten Sortimenten sollten auf den Bestandsschutz gemäß Ziel 7 begrenzt werden. Die planungsrechtlichen Voraussetzungen sind zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der guten verkehrlichen Erschließung und Anbindung bietet der Sonderstandort REAL an der Kabeler Straße ggf. ein Gestaltungspotenzial für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Hiermit würde auch der Konzentrationsprämissen entsprochen, die das Ziel verfolgt, derartige Nutzungen an geeigneten Sonderstandorten zu bündeln. Die Begrenzung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente ist stets zu beachten.

Abb. 90: Sonderstandort REAL (Kabeler Straße)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

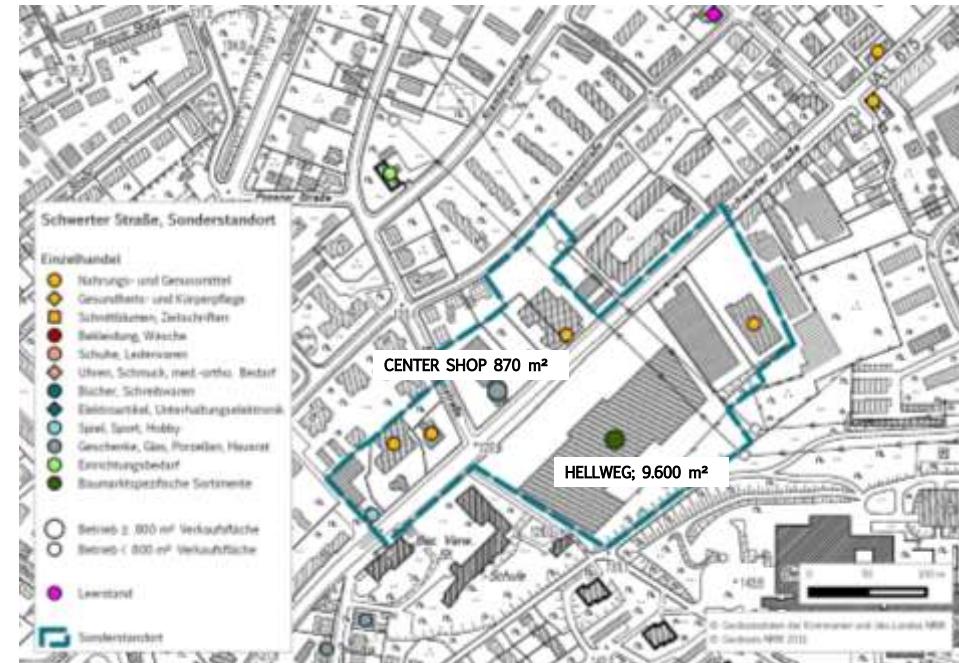
6.3.11 Sonderstandort Schwerter Straße

Der Sonderstandort Schwerter Straße umfasst den Standortbereich des HELLWEG Baumarktes sowie die in unmittelbarer Nähe adresierten Lebensmitteldiscounter ALDI, LIDL und NETTO. Der definierte Sonderstandort erstreckt sich entlang der Schwerter Straße im Stadtteil Hagen-Boele.

Empfehlung:

Das Entwicklungsziel für diesen Standortbereich sollte es sein, die Ansiedlung von weiterem nahversorgungsrelevantem- und zentrenrelevantem Einzelhandel auf der gesamten Fläche des Sonderstandortes auszuschließen. Die Realisierung von nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel sollte nur unter der Voraussetzung der gewünschten Konzentration von Standorten genehmigt werden. Es ist die Aufgabe der Stadt Hagen die planungsrechtlichen Voraussetzungen zu schaffen.

Abb. 91: Sonderstandort Schwerter Straße



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.12 Sonderstandort MÖBEL BOSS (Feldmühlenstraße)

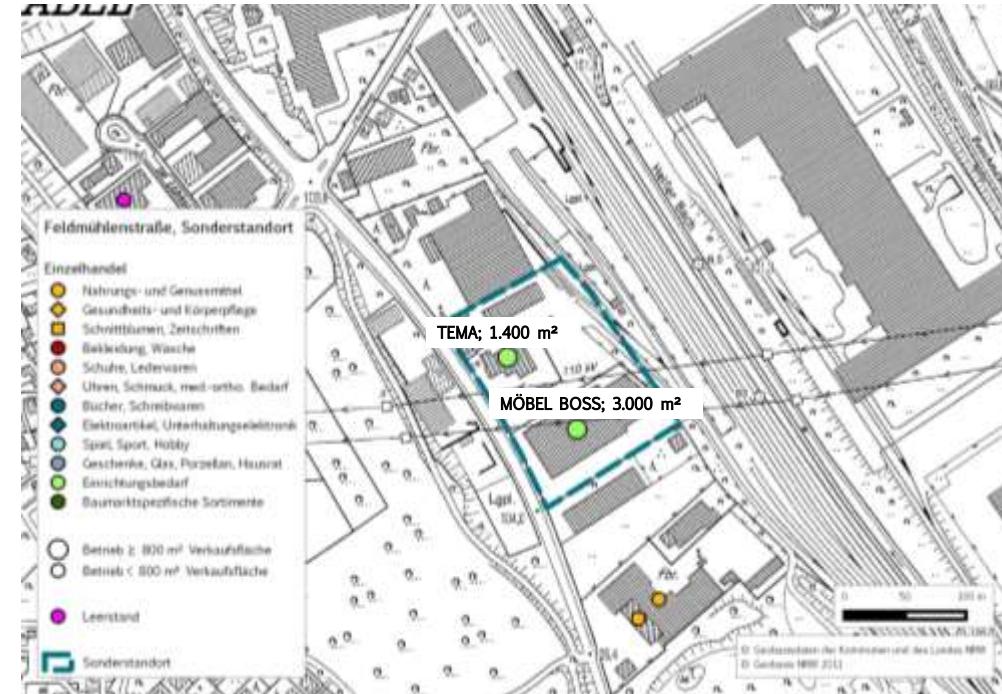
Der Sonderstandort MÖBEL BOSS findet sich an der Feldmühlenstraße in einer nicht-integrierten, gewerblich und industriell geprägten Lage. Insgesamt vier Einzelhandelsbetriebe sind innerhalb der kartografisch dargestellten Abgrenzung des Sonderstandortes vorhanden. Hauptfrequenzbringer ist gleichnamige Möbelfachmarkt MÖBEL BOSS. Ergänzend sind der Möbelfachmarkt TEMA, der Getränkefachmarkt DURSTY sowie eine Bäckerei am Standort adressiert.

Neben nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind insbesondere mit dem Getränkehandel sowie dem Backshop nahversorgungsrelevante Branchen am Sonderstandort MÖBEL BOSS eingesickert.

Empfehlung:

Das Planungsrecht am dargestellten Standortbereich sollte überprüft und ggf. angepasst werden. Über den Bestandsschutz hinaus, sollten keine weiteren zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen genehmigungsfähig sein.

Abb. 92: Sonderstandort MÖBEL BOSS (Feldmühlenstraße)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.13 Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Lölfert)

Der Sonderstandort KAUFLAND befindet sich im Stadtteil Hohenlimburg in verkehrsorientierter Lage. Bedeutendster Einzelhandelsbetrieb ist das KAUFLAND SB-Warenhaus mit den ergänzenden Betrieben DEICHMANN Schuhfachmarkt, Sonderpostenfachmarkt TEDI sowie dem neu etablierten WOOLWORTH Warenhaus nach Standortaufgabe des KRESS Bekleidungsfachmarktes. Mehrere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe aus den Bereichen des Lebensmittelhandwerks sowie Spezialitätenanbieter und Kioske sind in der Konzessionärszone des SB-Warenhauses vorzufinden.

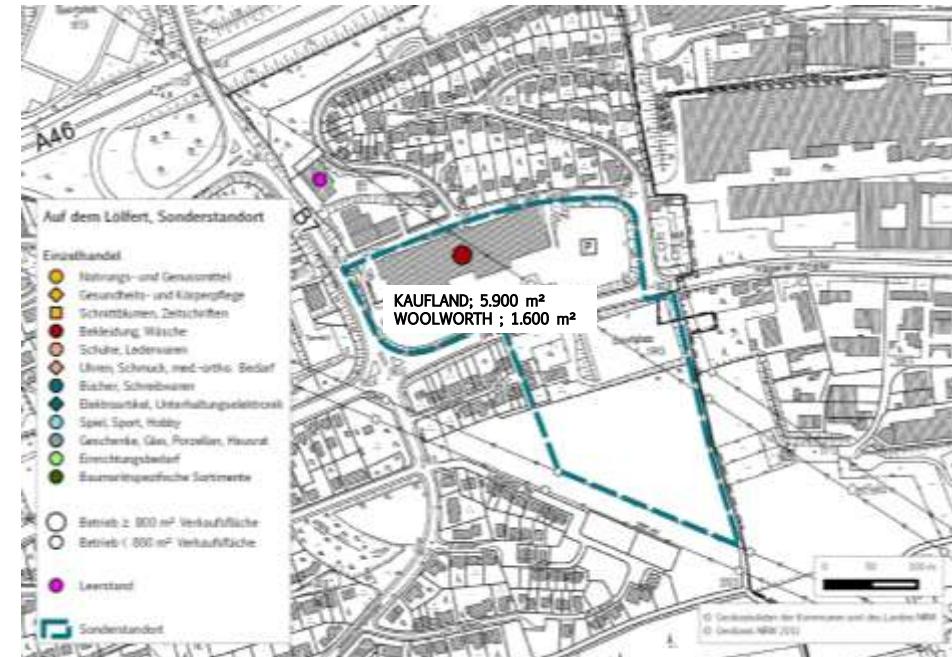
Mit der Chance auf der gegenüberliegenden Straßenseite der Fachmarktagglomeration einen Baufachmarkt für den Stadtbezirk Hohenlimburg zu etablieren, wird der Sonderstandort um dieses Standortareal erweitert

Empfehlung:

Die Ansiedlung von weiterem nahversorgungsrelevantem- und zentrenrelevantem Einzelhandel sollte auf der gesamten Fläche des Sonderstandortes ausgeschlossen werden. Unter Beachtung der Zielsetzung, den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel an geeigneten Sonderstandorten zu bündeln (Konzentrationsprämisse) bietet sich der Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Lölfert) aus Gutachtersicht für die Etablierung von weiterem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel an.

Auf dem Areal des Sportplatzes kann ein Baufachmarkt etabliert werden.

Abb. 93: Sonderstandort KAUFLAND (Auf dem Lölfert)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

6.3.14 Sonderstandort BERLET

Der Sonderstandort BERLET konzentriert sich auf das unmittelbare Standortumfeld des BERLET Elektrofachmarktes.

Die Einzelhandelsstruktur ist dementsprechend durch den Fachmarkt für Unterhaltungselektronik und Elektroartikel BERLET selbst geprägt. Zahlreiche Fachmärkte (KIK Textildiscounter, Blumenhaus DEMANT, MATRATZEN PERFEKT etc.) sind ergänzend im Standortumfeld adressiert. In Bezug auf den Lebensmitteleinzelhandel liegen die Lebensmitteldiscounter NETTO und LIDL innerhalb der dargestellten Abgrenzung des Sonderstandortes. Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie kleinere Lebensmittelbetriebe sind weiterhin im Umfeld des abgegrenzten Sonderstandortes vorzufinden. Mittlerweile ist hier zusätzlich ein Schuhoutlet etabliert worden, was die Attraktivität dieses Sonderstandortes und seines Umfeldes zusätzlich gesteigert hat.

Empfehlung:

Der Sonderstandort BERLET wird bereits heute stark durch zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geprägt. Für die bestehenden zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollte max. der Bestandsschutz gemäß Ziel 7 Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel gelten. Das Planungsrecht am dargestellten Standortbereich muss überprüft und auf die aktuelle BauNVO umgestellt werden. Die Stadt Hagen hat entsprechende Bauleitverfahren angestoßen.

Gutachterlich wird begrüßt Einzelhandel in diesem durchaus stark gewerblichen geprägten Bereich nunmehr weitgehend auszuschließen.

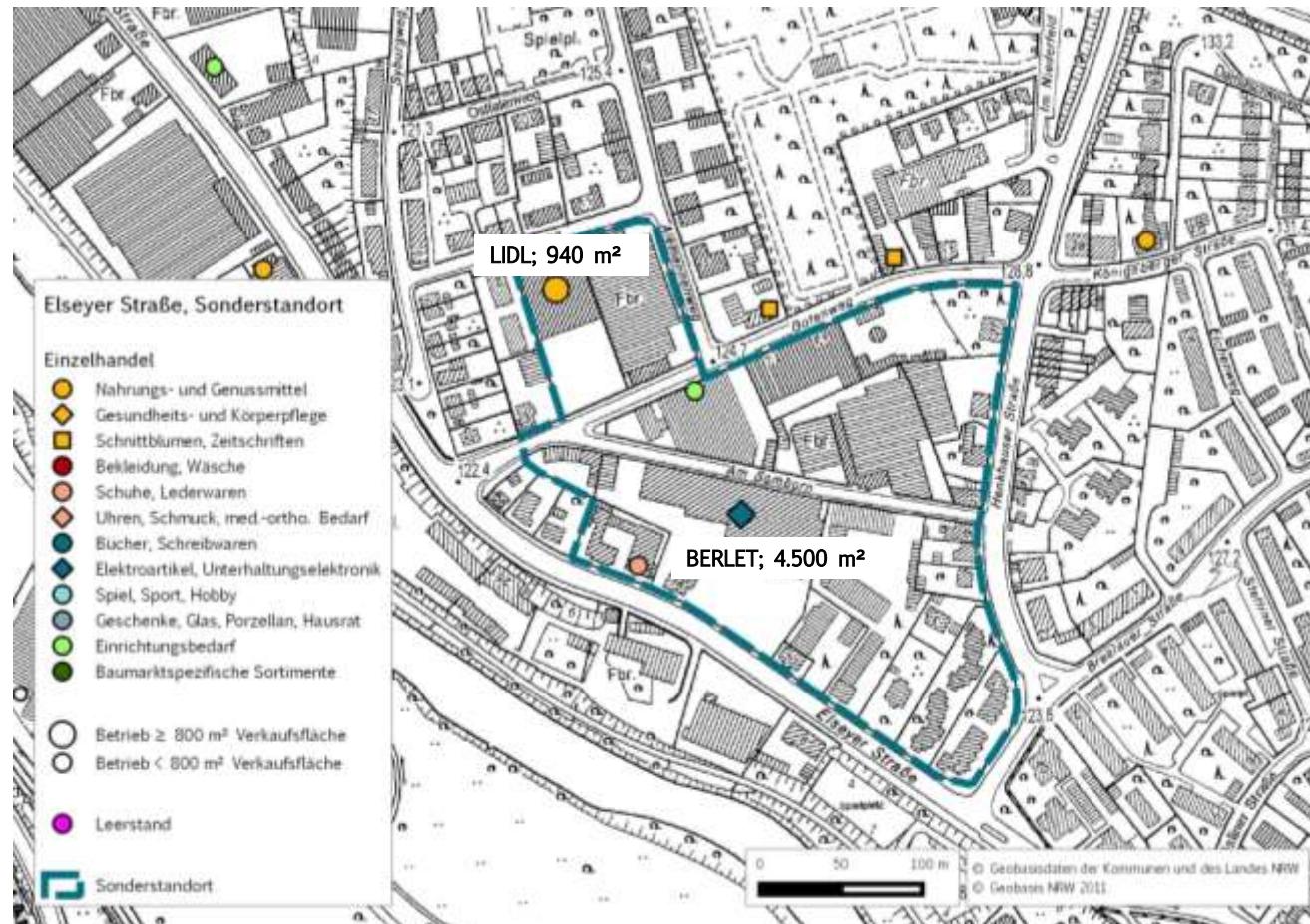
Die Neustrukturierung der Nahversorgung mit einer Modernisierung und moderaten Verkaufsflächenerweiterung kann als „geringfügige Erweiterung im Kontext des Bestandschutzes nach Ziel 7 des „Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel“ zum LEP NRW bewertet werden. Dieser Ansatz trägt umso mehr, da mit der Schließung von SCHLECKER relevante Flächen im nahversorgungsrelevanten Sortiment aufgegeben werden. Der vorgesehene Planungsansatz führt zu keiner wesentlichen Beeinträchtigung der benachbarten Zentralen Versorgungsbereiche „Hohenlimburg“ und „Elsey.“

Ein Ausbau des Sonderstandortes ist max. im Segment des Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment zu empfehlen. Vor dem Hintergrund des gesamtstädtischen Angebotes sind jedoch die Gestaltungsspielräume als eher gering einzurordnen.

Planungsrechtlich sollten die großflächigen Einzelhandelsbetriebe über Sondergebietausweisungen abgesichert werden. In den ausgewiesenen Mischgebieten (MI) besteht Bestandsschutz für die bestehenden nahversorgungs- und zentrenrelevanten Unternehmen. Eine Weiterentwicklung ist durch Ausschluss des Einzelhandels zu unterbinden.

Das Planungsziel ist eine Konzentration des Einzelhandels auf einen Kernbereich und die Erweiterung von Gestaltungsspielräumen für gewerbliche Entwicklungen.

Abb. 94: Sonderstandort BERLET (Elseyer Straße)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen. Großflächige Betriebe sind mit Verkaufsfläche ausgewiesen.

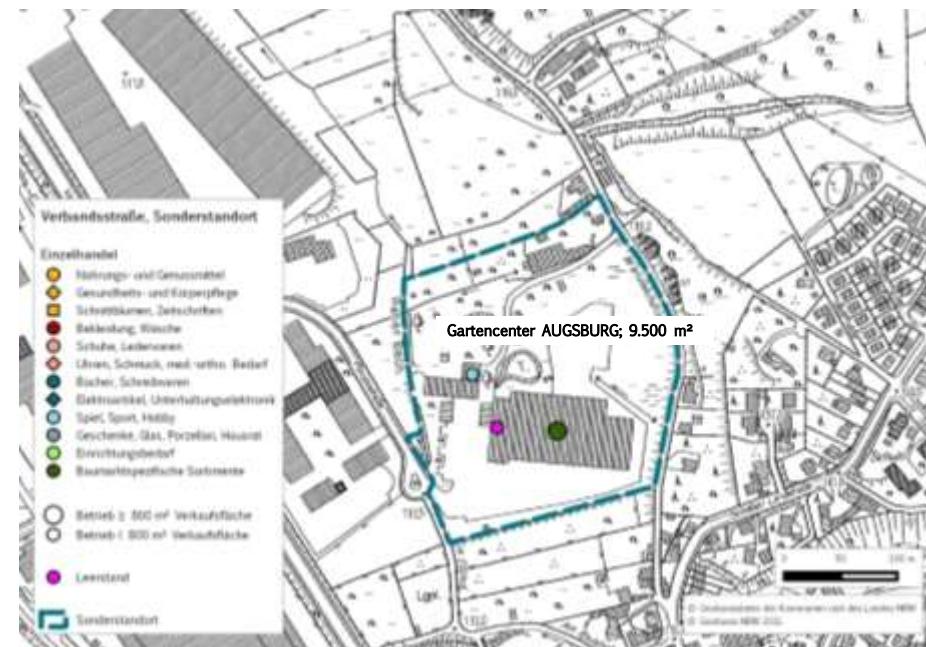
6.3.15 Sonderstandort GARTENCENTER AUGSBURG (Verbandsstraße)

Der Sonderstandort GARTENCENTER AUGSBURG findet sich in verkehrsorientierter Lage im Hagener Stadtteil Hohenlimburg. Der Sonderstandort wird durch das GARTENCENTER AUGSBURG dominiert, das eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 9.500 m² aufweist. Ergänzend sind das Reitsportfachgeschäft EQUIVA sowie ein Backshop am Standort adressiert.

Empfehlung:

Über den Bestandsschutz hinaus, sollten keine weiteren zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen genehmigungsfähig sein.

Abb. 95: Sonderstandort GARTENCENTER AUGSBURG/ Am Paulshof



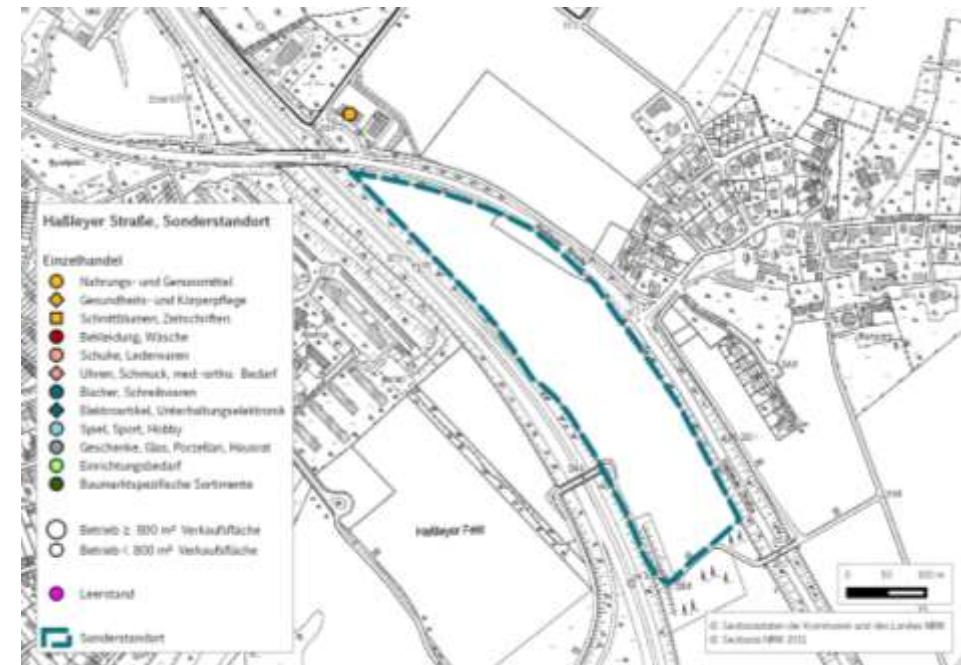
Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

6.3.16 Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch)

Der Sonderstandort Haßleyer Insel geht als perspektiver Sonderstandort in das Zentrenkonzept der Stadt Hagen ein. Die dargestellte Abgrenzung stellt den Entwicklungsstandort für ein projektiertes Möbelhaus dar. Die Fa. XXL LUTZ hat das Grundstück von der Fa. SONNEBORN erworben. Das Möbelhaus hat Baurecht für einen Markt mit einer max. Verkaufsfläche von 36.700 m². Davon dürften auf das zentrenrelevante Randsortiment max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche entfallen.²⁴ Je Einzelsortiment ist die Verkaufsfläche auf max. 800 m² begrenzt. Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ist nicht zulässig. Der vorliegende B-Plan entspricht den aktuellen landesplanerischen Voraussetzungen.

Abb. 96: Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch)



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

²⁴ Bebauungsplan Nr. 2/05 (568) Teil 2 - Haßleyer Insel - 11. November 2011

6.4 „Gefährzungsbereiche“ rund um vorhandene Sonderstandorte

Die Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels liegen in der Stadt Hagen oftmals eingebettet in Gewerbegebietslagen. Nicht immer ist hier das Baurecht eindeutig. Es wird empfohlen in diesen Standortbereichen die Entwicklung von Einzelhandel auszuschließen. Die Gefährzungsbereiche sind in den nachfolgenden Abbildungen „pink“ abgegrenzt. Sie dokumentieren die sensiblen Standortbereiche. Ihre Dokumentation ist als Arbeitshilfe für die planende Verwaltung gedacht. **In diesen Standortbereichen soll keine Entwicklung von Einzelhandelsflächen stattfinden.**

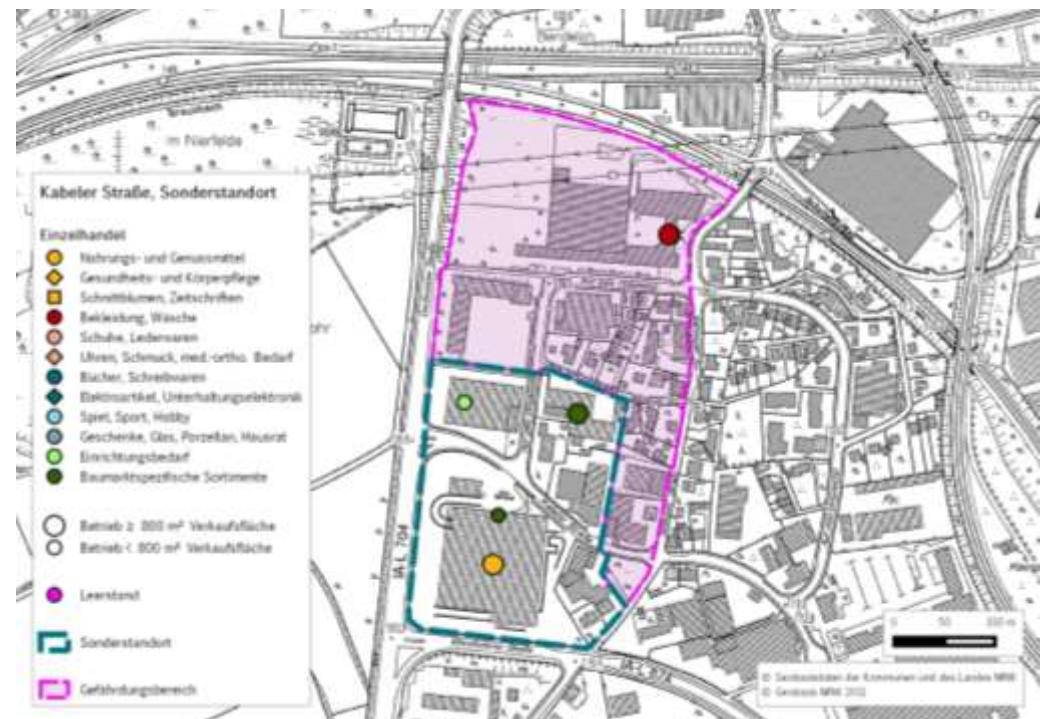
Der Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten soll sich auf die Zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren. Für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Sortiment kommen allenfalls die in Abschnitt 6.3 abgegrenzten Sonderstandorte in Betracht. Für eine Reihe dieser Standorte wird jedoch ebenfalls eine weitere Agglomerationsbildung im Einzelhandel kritisch gesehen. Zu verweisen ist hier nochmals auf die in Abschnitt 6.3 ausgeführten Handlungsempfehlungen.

Folgende Sonderstandorte mit ihren Gefährzungsbereichen werden nachrichtlich in den nachfolgenden Abb. 97 – dokumentiert:

- Kabeler Straße (Abb. 97),
- Bechelte Straße (Abb. 98),
- Elseyer Straße (Abb. 99),
- Eckeseyer Straße (Abb. 100),
- Feldmühlenstraße (Abb. 101),

- Verbandsstraße (Abb. 102)

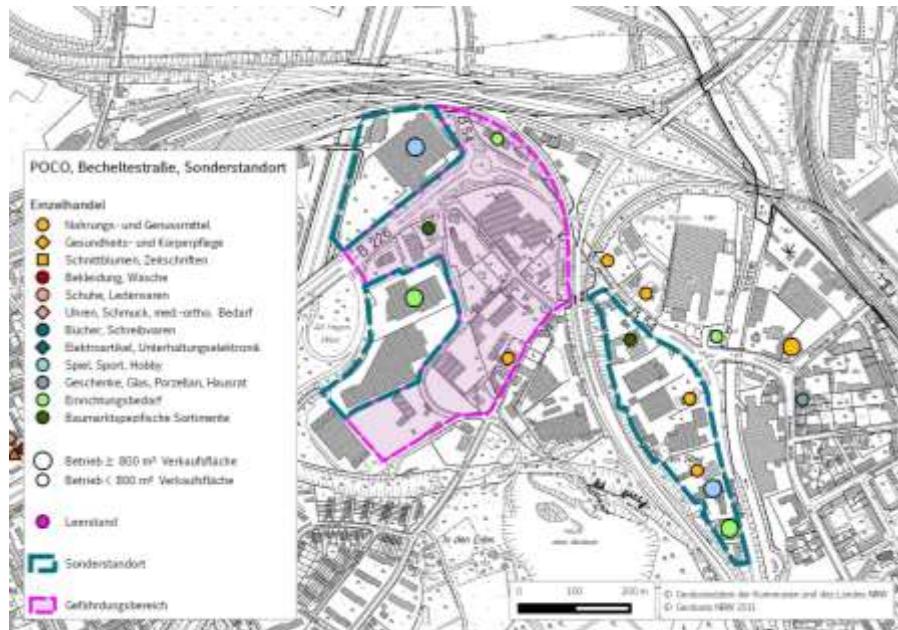
Abb. 97: Sonderstandort „Kabeler Straße“ mit angrenzenden Gefährzungsbereich



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

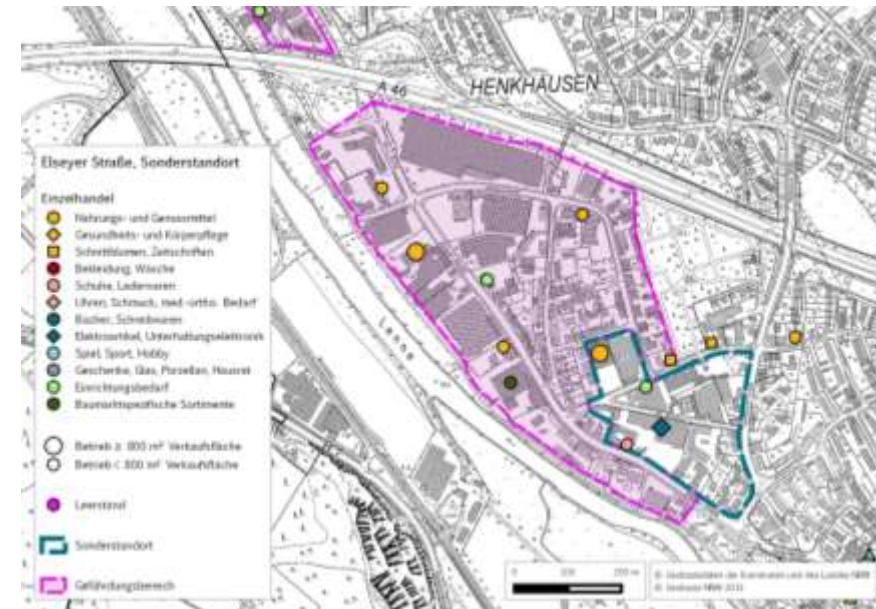
Abb. 98: Sonderstandort „Bechelte Straße“ mit angrenzendem Gefährdungsbereich



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

Abb. 99: Sonderstandort Elseyer Straße mit angrenzendem Gefährdungsbereich



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

Abb. 100: Sonderstandort Eckeseyer Straße mit angrenzenden Gefährdungsbereichen



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

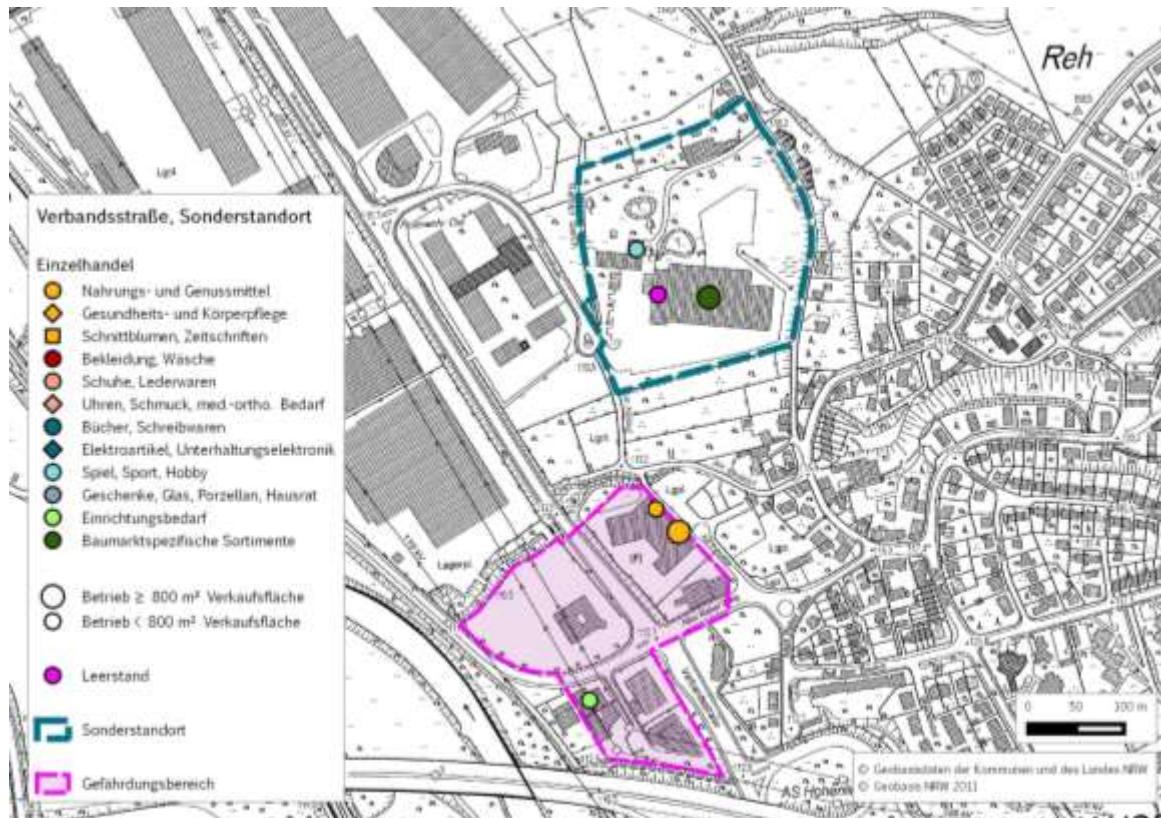
Abb. 101: Sonderstandort Feldmühlenstraße mit angrenzendem Gefährdungsbereich



Quelle: cima 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

Abb. 102: Sonderstandort „Verbandsstraße“ mit benachbartem Gefährzungsbereich



Quelle: clma 2015

Anmerkung: Bedingt durch Georeferenzierung kann nur eine Nutzung je Gebäude (Straße / Hausnummer) dargestellt werden.

7 Hagener Sortimentsliste

7.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente in Anlage 1 des NRW Einzelhandelserlasses oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z.B. sogenannte „Kölner Liste“) im Rahmen der baurechtlichen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und baurechtliche Festsetzungen sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebiets nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren Kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.²⁵

Die nachfolgend ausgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungs-, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Hagen. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW definiert in Anlage 1 die nachfolgend aufgeführten Sortimente als zentrenrelevant:

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

Die entsprechenden Sortimente sind auch in Hagen zentrenrelevant. Darüber hinaus werden die jeweiligen Sortimentslisten nachfolgend mit Blick auf die örtlichen Besatzstrukturen spezifiziert.

²⁵ OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Riede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

7.2 Zur Ableitung der Hagener Sortimentsliste

Bei der Ableitung der Hagener Sortimentsliste hat die CIMA die folgenden Grundsätze zur Beurteilung der einzelnen Sortimente herangezogen:

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Die nahversorgungsrelevanten Sortimente werden den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Als **zentrenrelevant** werden die Sortimente bezeichnet, die darüber hinaus

- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen (z.B. als Frequenzbringer),
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können,
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationsefekte entstehen zu lassen und
- vorwiegend in der Innenstadt oder in Zentralen Versorgungsbereichen von Hagen angeboten werden.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind hingegen vor allem Sortimente,

- die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,

- die nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen und
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten in Hagen angeboten werden.

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Hagen sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

- Lebensmittel (WZ 47.11, WZ 47.2)
- Getränke (WZ 47.11, WZ 47.25)
- Reformwaren (WZ 47.2; WZ 47.29)
- Tabakwaren (WZ 47.11, WZ 47.26)
- Drogerieartikel (WZ 47.75)²⁶
- Hygieneartikel einschließlich haushaltsüblicher Putz- und Reinigungsmittel (WZ 47.75 und WZ 47.74)²⁷
- Apotheken (WZ 47.73)
- Schnittblumen (Teilsegment aus WZ 47.76.1)
- Zeitschriften, Zeitungen (WZ 47.62.1)²⁸
- Tierfutter (innerhalb von WZ 47.11 und WZ 47.2)²⁹

²⁶ auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischmärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

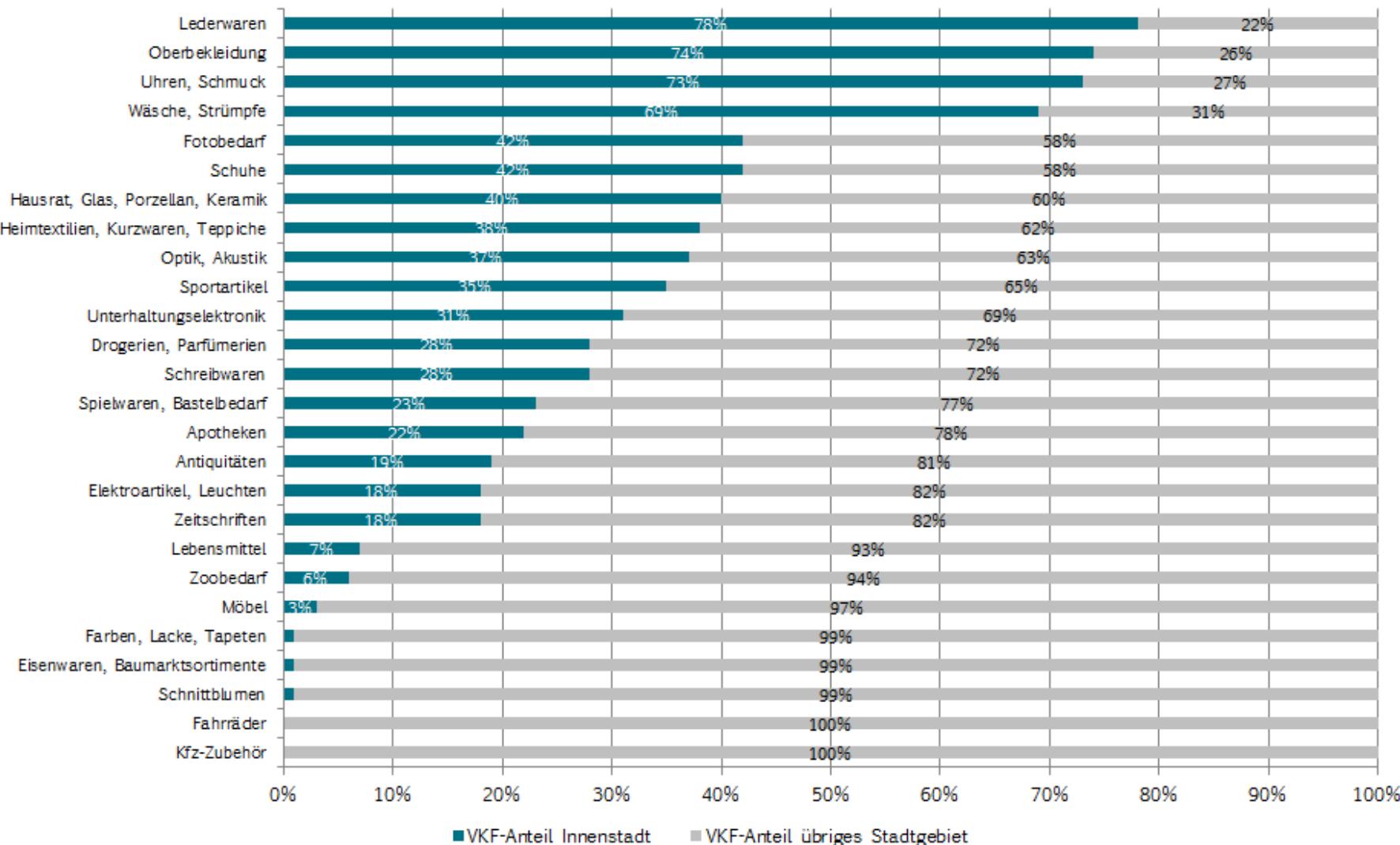
²⁷ auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischmärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

²⁸ auch Randsortiment in Verbrauchermärkten, Frischmärkten, Lebensmitteldiscountern (WZ 47.11, WZ 47.2)

²⁹ Als Randsortiment von Frischmärkten und Lebensmitteldiscountern

Abb. 103: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt auf Sortimentsebene

Quelle: cima Bestandserhebungen 2015



Des Weiteren werden in der Abb. 97 (vorherige Seite) die Verkaufsflächenanteile des innerstädtischen Einzelhandels der aperiodischen Sortimente dokumentiert. Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn sie in der Innenstadt bisher nicht vertreten sind, diese aber eine strategische Bedeutung für Cityentwicklung und Frequenzsicherung des innerstädtischen Einzelhandels übernehmen können.

Sortimente mit einem Verkaufsflächenanteil von mehr als 30 % in der Hagener Innenstadt sollten ohne Einschränkung den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Diese Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den innerstädtischen Einzelhandel ein. Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen in der Innenstadt von Hagen begründet:

Im Segment Lederwaren sind u.a. die Unternehmen THE STORE, HAUSFELDER LINGENBERG etc. in der Hagener Innenstadt ansässig. Ergänzend werden Lederwaren als Randsortiment in verschiedenen Kaufhäusern und Bekleidungshäusern angeboten (u.a. GALERIA KAUFHOF, C&A, HEMA, TK MAXX).

Bekleidung und Wäsche sind in Hagen aufgrund der Angebote in den Bekleidungshäusern GALERIA KAUFHOF, PEEK&CLOPPENBURG, WEHMEYER, H&M, C&A und TK MAXX als zentrenrelevant zu bewerten. Im Segment konsumiger Marken seien stellvertretend die Labels BONITA, CECIL, ESPRIT, S. OLIVER, VERO MODA und NEW YORKER genannt. Als Vertreter im Topmarkensegment wäre das Unternehmen MARC-O-POLO sowie die Markenshops in den Bekleidungskaufhäusern WEHMEYER und PEEK&CLOPPENBURG zu nennen. Im Segment Kindermode ist beispielhaft die GALERIA KAUFHOF KINDERWELT zu erwähnen.

Bücher sind in Hagen vor dem Hintergrund der etablierten Buchhandlungen THALIA und der BUCHHANDLUNG AM RATHAUS als zentrenrelevant zu bewerten.

Stellvertretend für das innerstädtische Angebot im Segment Uhren und Schmuck seien die Unternehmen CHRIST, NOCKEMANN und die GOLDSCHMIEDE SALZMANN sowie SWAROWSKI genannt. Aus dem Segment des Modeschmucks sind die Filialisten BIJOU BRIGITTE, CLAIRES und PAPILLON beispielhaft aufgeführt.

Sportartikel sind im Sinne von Sportbekleidung in fast allen Bekleidungshäusern vertreten. Als Sportfachgeschäft sind INTERSPORT VOSWINKEL sowie MC TREK OUTDOOR SPORTS zu nennen. Nach der Eröffnung des großflächigen Sportfachmarktes DECATHLON³⁰ in verkehrsorientierter, nicht-integrierter Lage dürfte der Verkaufsflächenanteil der Hagener Innenstadt maßgeblich zurückgegangen sein. Dennoch sollten Sportartikel grundsätzlich ein zentrenrelevantes Sortiment bleiben.

Anbieter im Segment Schuhe sind in der Hagener Innenstadt u.a. die Unternehmen DEICHMANN, ROLAND, RENO, SALAMANDER, SCHLATHOLT und TAMARIS.

Das Sortiment Fotoartikel und Fotobedarf wird in der Innenstadt von Hagen in den beispielhaft genannten Fotofachgeschäften HOBBY-FOTO und FOMO sowie im Elektrofachmarkt SATURN angeboten. Des Weiteren sind im Segment Fotoarbeiten die Fotoannahme und Entwicklerstationen in den Drogeriefachmärkten DM und MÜLLER zu berücksichtigen.

³⁰ Die Gesamtverkaufsfläche des DECATHLON Sportfachmarktes beläuft sich auf rd. 4.040 m²

Die Sortimentsgruppe Unterhaltungselektronik befindet sich ebenfalls zu einem erheblichen Teil in der Innenstadt (Verkaufsflächenanteil 42 %). Als wichtigste Anbieter sind die Unterhaltungselektronikfachmärkte SATURN und PRO MARKT zu nennen. Das Sortiment wird ergänzend als Randsortiment u.a. bei MÜLLER oder THALIA vorgehalten.

Optiker in der Innenstadt von Hagen sind u.a. die Firmen FIELMANN, APOLLO, BRILLEN BAHN, BRILLEN ROTTLER und EYES+MORE. Als Akustiker sind die Unternehmen Hörgeräte FAUST und Hörakustik KÖTTGEN beispielhaft zu nennen.

Die Sortimentsgruppen Büromaschinen/ PC ist aus Gutachtersicht ebenso den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Büromaschinen und Computerzubehör werden u.a. im Fachmarkt für Unterhaltungselektronik SATURN in der Hagener Innenstadt angeboten. Der Sortimentsgruppe Büromaschinen/ PC wird ebenso Telekommunikationszubehör zugeordnet. Eine Reihe Handyshops (E-PLUS, O2, VODAFONE, T-Punkt, UNITYMEDIA etc.) sind in der Hagener Innenstadt adressiert.

Auch die Sortimentsgruppen Heimtextilien/ Kurzwaren ist aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Der innerstädtischen Verkaufsflächenanteil liegt bei 32 %. Das Sortiment Heimtextilien/ Kurzwaren wird in den Fachgeschäften GEBERS, ALFATEX STOFFLAND, WOLLSTUDIO ROSEMANN und Raumausstattung ENGELHARD etc. in der Hagener Innenstadt angeboten. Durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten bewahrt man sich zudem planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieser Sortimente außerhalb der festgelegten Zentren geht. Dieser Aspekt ist insbesondere für die geplante Neuansiedlung des Möbelhauses SONNEBORN am

Standort Haßleyer Insel in Hagen-Hohenlimburg von besonderer Relevanz.

Eine besondere Bedeutung nimmt weiterhin das Sortiment Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK) ein. Aufgrund der Verkaufsflächenanteile des innerstädtischen Einzelhandels von 32 % sollte auch dieses Sortiment den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Einerseits kann so die Ansiedlung weiterer Anbieter für Hausrat und GPK in der Innenstadt nachhaltig unterstützt werden, andererseits können Flächenbeschränkungen von Randsortimenten in großflächigen Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadt planungsrechtlich beschränkt werden. In der Hagener Innenstadt wird das Sortiment Hausrat/ GPK heute maßgeblich in den Unternehmen DAS DEPOT, HEMA und WMF (Auswahl) angeboten. Ein Facheinzelhändler für Glas/ Porzellan und Keramik im hochwertigen Preisgenre ist u.a. PORZELLAN GALERIE PIEROTH.

Spielwaren sind u.a. auf Grundlage der Spielwarenfachgeschäfte INTERTOYS und SCHAUKELPFERDCHEN als zentrenrelevant einzuordnen. Zudem ist die Fachabteilung im Kaufhaus GALERIA KAUFHOF und GALERIA KAUFHOF KINDERWELT zu berücksichtigen. Spielwaren sind ferner auch Randsortiment in den discountorientierenden Fachmärkten KIK und TEDI sowie WOOLWORTH und MÜLLER.

Obwohl das Sortiment Schreibwaren bereits zu einem bedeutenden Anteil außerhalb der Hagener Innenstadt vorzufinden ist (Verkaufsflächenanteil der Innenstadt 24 %) sollte auch dieses Sortiment den zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet werden. Anbieter im Segment Schreibwaren in der Hagener Innenstadt sind u.a. das Fachgeschäft GRUSS UND KUSS sowie die Fachabteilung in der GALERIA KAUFHOF und die Filialisten und Fachmärkte IDEE CREATIVMARKT und MC PAPER (Auswahl).

Der Bereich Elektroartikel/ Leuchten ist in Hagen differenziert zu betrachten. Obwohl diese Sortimentsgruppe ebenfalls mit einem Verkaufsflächenanteil von 24 % in der Innenstadt angeboten wird, empfiehlt die CIMA dieser Branche keine erhöhte Zentrenrelevanz zuzusprechen. Das Sortiment Lampen/ Leuchten wird heute nicht in der Hagener Innenstadt angeboten, sodass dieses Sortiment den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden sollte. Für das Sortiment Großelektrgeräte (weiße Ware) sollte hingegen eine stärkere Abwägung erfolgen. Die innerstädtischen Elektrofachmärkte SATURN und PRO MARKT verkaufen zu einem maßgeblichen Anteil Großelektrgeräte. Dennoch empfiehlt die CIMA dieses Sortiment, insbesondere auch wegen der Schwierigkeiten beim Transport, als nicht-zentrenrelevantes einzustufen.

Antiquitäten sind in Hagen vor dem Hintergrund der Facheinzelhandelsbetriebe BILD UND RAHMEN MÖLLER sowie WEIN&KUNST als zentrenrelevant zu bewerten. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt erreicht ebenfalls einen Wert von 24 %. Um aber für diese Sortimentsgruppen in Zukunft planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten zu haben, wenn es um die Flächenbeschränkungen dieser Sortimente als Randsortiment in großflächigen Einzelhandelsbetrieben oder sogar um die Verlagerung und Neuansiedlung bestehender Betriebe geht, empfiehlt die CIMA, auch dieses Sortiment in Hagen als zentrenrelevant einzustufen.

Sanitätsartikel (Kosmetik, medizinische und orthopädische Erzeugnisse) sind in Hagen zentrenrelevant, da sie zunächst Sortimentsbestandteil von Apotheken sind und darüber hinaus u.a. im Sanitätshaus RECH angeboten werden.

Musikinstrumente und Musikalien sind vor dem Hintergrund des in der Innenstadt etablierten Unternehmens HAUS DER MUSIK RICHARD KÖHLER zentrenrelevant. Noten und Bücher zum Thema

Musik können auch über die ansässigen Buchhandlungen bezogen werden.

Für die Sortimente Zoobedarf (Lebendtiere), Farbe/ Lacke/ Tapeten, Baumarkt sortimente, Möbel, Gartenbedarf (Pflanzen), Autozubehör und Fahrräder kann auf Grundlage der Verkaufsflächenanteile der Innenstadt von unter 10 % keine Zentrenrelevanz für Hagen nachgewiesen werden.

Mit Blick auf die vorliegenden Angebotsstrukturen in der Hagener Innenstadt sind entsprechend die folgenden Sortimente als **zentrenrelevant** in der Stadt Hagen einzuordnen. Die nachfolgend aufgeführte Liste ist als abschließend einzuordnen:

▪ **Bekleidung, Lederwaren, Schuhe**

- Kinder- und Säuglingsbekleidung, Bekleidungszubehör (entspr. aus WZ 47.71)
- Bekleidung, Bekleidungszubehör, Kürschnерwaren (entspr. aus WZ 47.71)
- Schuhe (WZ 47.72.1)
- Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)

▪ **Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation**

- Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren, Bürobedarf (WZ 47.62)
- Bücher (WZ 47.61); Antiquariate (WZ 47.79.2)
- Noten, Musikliteratur (entspr. aus WZ 47.59.3)

- **Uhren, Schmuck**
 - Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (WZ 47.77)
- **Foto, Optik, Akustik**
 - Augenoptiker (WZ 47.78.1)
 - Foto- und optische Erzeugnisse (WZ 47.78.2)
 - Akustiker (entspr. aus WZ 47.74)
- **Spielwaren, Sportartikel, Campingartikel**
 - Spielwaren, Kleinkind- und Babyspielzeug (WZ 47.65)
 - Sportbekleidung, Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel sowie ohne Sportgroßgeräte (Hometrainer, Fitnessgroßgeräte, Boote, Yachten); (entspr. aus WZ 47.64.2)
- **Kunst, Antiquitäten**
 - Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen (entspr. aus WZ 47.78.3)
 - Antiquitäten, antike Teppiche (WZ 47.79.1)
 - Gebrauchtwaren (WZ 47.79.9)
- **Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren**
 - Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Software (WZ 47.41)
 - Telekommunikationsgeräte (WZ 47.42)
 - Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43)
 - Elektrische Haushaltskleingeräte (entspr. WZ 47.54)
 - Bespielte Ton- und Bildträger (WZ 47.63)
- **Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien**
 - Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ 47.59.2)
 - Nicht elektronische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke (=Haushaltsgegenstände a. n. g.; WZ 47.59.9)
 - Textilien, Heimtextilien, Bettwäsche, Wolle (WZ 47.51)
 - Vorhänge, Orientteppiche, Teppiche (keine Auslegeware) (entspr. aus WZ 47.53.0)
 - Bastelbedarf, Geschenkartikel (entspr. WZ 47.78.3 und WZ 47.62.2)
- **Musikinstrumente und Zubehör**
 - Musikinstrumente, Musikalien, Noten, Musikliteratur (entspr. aus WZ 47.59)
 - Kosmetik, medizinische und orthopädische Erzeugnisse

- Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ 47.75)
- Medizinische und orthopädische Artikel („Sanitätshausartikel“) (WZ 47.74)

Die Hagener Liste zentrenrelevanter Sortimente des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird weitgehend (Junker und Kruse, 2009) übernommen.

Campingartikel sowie Haus- und Heimtextilien sind vor dem Hintergrund spezifischer Angebote in der Hagener City zentrenrelevant. Diese Sortimente stehen ebenfalls nicht mehr auf der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Anlage 1) des „Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel“ zum LEP NRW.

Folgende Leitsortimente werden als **nicht zentrenrelevant** eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile der Innenstadt bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für Hagen nachgewiesen werden kann. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in der Hagener Innenstadt sind zudem nur sehr schwer mit den Marktanforderungen entsprechender Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen. Die Liste ist nicht abschließend und stellt eine Auswahl dar:

- Möbel, Büromöbel
- Elektrohaushaltsgroßgeräte (Herde, Geschirrspüler, Kühl- und Gefrierschränke),
- Lampen, Leuchten
- Tapeten, Bodenbeläge, Auslegware

- Farben, Lacke, Anstrichmittel
- Baustoffe, Baumarktartikel (Werkzeuge, Metallwaren, Eisenwaren)
- Autozubehör, Reifen,
- Gartenartikel, Sämereien, Blumen, Pflanzen, Düngemittel (ohne Schnittblumen),
- Fahrräder, Kindersitze, Kinderwagen
- Campingmöbel, Großzelte, Campingmobile
- Sportgroßgeräte (Hometrainer, Fitnessgeräte, Boote, Yachten)
- Erotikartikel
- Waffen, Jagdbedarf
- Zoologischer Bedarf, Lebendtiere

Zusammenfassend wird der Stadt Hagen die nachfolgende „Hagener Sortimentsliste“ empfohlen.

Abb. 104: Hagener Sortimentsliste

Nahversorgungsrelevante Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel ▪ Reformwaren ▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) ▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel ▪ Schnittblumen, kleinere Pflanzen ▪ Zeitungen und Zeitschriften ▪ Tiernahrung 	Zentrenrelevante Sortimente (abschließend); alphabetisch	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Antiquitäten, Antiquariate ▪ Akustische Artikel (Hörgeräte und Zubehör) ▪ Baby- / Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen) ▪ Bastelbedarf ▪ Bekleidung, Wäsche und sonstige Textilien ▪ Bettwäsche ▪ Bilder, Bilderrahmen ▪ Briefmarken und vergleichbare Hobbies ▪ Bücher ▪ Bürobedarf ▪ Campingartikel (ohne Campingmöbel, Großzelte, Campingmobile) ▪ Computer und Kommunikationselektronik (einschließlich Zubehör) ▪ Edelmetallwaren ▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Kleingeräte) ▪ Fotoartikel, Video ▪ Sport- und Freizeitartikel (außer ▪ Geschenkartikel, Glaswaren ▪ Handarbeitsbedarf ▪ Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren) ▪ Hausrat ▪ Keramik ▪ Koch-, Brat-, Tafelgeschirre ▪ Koffer und Taschen ▪ Kunstgegenstände, kunstgewerbliche Erzeugnisse ▪ Lederwaren ▪ Medizinische und orthopädische Artikel (ohne pharmazeutische Artikel und Arzneimittel) ▪ Musikalien, Münzen, Noten ▪ Optische Artikel (u.a. Sehhilfen, Ferngläser, Kontaktlinsen) ▪ Orientteppiche ▪ Papier- und Schreibwaren ▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel ▪ Porzellan ▪ Schuhe ▪ Schmuck 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campingmöbel und Sportgroßgeräte) ▪ Speichermedien ▪ Spielwaren ▪ sonstiges Einrichtungszubehör ▪ Telekommunikationsgeräte ▪ Ton- und Bildträger ▪ Telekommunikationsgeräte ▪ Teppiche (keine Auslegware) ▪ Uhren ▪ Unterhaltungselektronik
nicht nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente (Auswahl)				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel (einschl. Küchen), Büromöbel ▪ Elektrohaushaltsgeräte (nur Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“) ▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte, Campingmöbel, Großzelte, Campingmobile ▪ Fahrzeuge aller Art und Zubehör (auch Kinderwagen und Fahrräder) ▪ gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Gartenbedarf (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäß) ▪ baumarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge) ▪ Farben und Lacke, Tapeten ▪ Lampen und Leuchten ▪ Teppiche und Bodenbeläge ▪ Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse ▪ Tiere und zoologische Artikel ▪ Erotikartikel ▪ Waffen, Jagdbedarf 				

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, empfiehlt die CIMA einen Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“). Eine Zuordnung der CIMA-Warengruppen zu den WZ-Gruppen findet sich auf den vorangestellten Seiten.

8 Zentrenkonzept Hagen

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept der Stadt Hagen wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.³¹

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Hagen mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am Zentrenkonzept bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend der Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte) angepasst werden.³²

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Stadt Hagen getrieben und Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Stadt. Wenn es in Hagen gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) innenstädtische Entwicklungen und Spielräume in den festgelegten Neben- und Nahversorgungszentren.

³¹ Zu den rechtlichen Rahmenbedingungen von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten siehe Kap. 9.6

³² Das Gutachten der CIMA ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die CIMA empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutach-

ten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

8.1 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung in Hagen

Grundsatz 1:

Die Innenstadt genießt Entwicklungsriorität. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (Hauptzentrum) und in den als Nebenzentren ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichen Boele, Eilpe, Haspe-Zentrum und Hohenlimburg etabliert werden. Die Ansiedlung weiterer Fachgeschäfte und Filialbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollte sich an den Zentralen Versorgungsbereichen orientieren. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte entgegen gewirkt werden. Damit wird auch dem Ziel 8 des Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW Rechnung getragen.

Grundsatz 2:

Die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittelfrischemärkte, Lebensmitteldiscounter, Biomärkte etc.) sollte nach Möglichkeit nur noch in den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereichen erfolgen. Die Dimensionierung der Betriebe sollte nicht die Versorgungsfunktion des betreffenden oder weiterer Zentraler Versorgungsbereiche gefährden. Den ergänzenden Nahversorgungsbetrieben in integrierten Lagen (siehe Liste in Abb. 38) sollten Entwicklungsspielräume zugestanden werden. Weitere Ergänzungsstandorte außerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen dürfen nur dann realisiert werden, wenn eine wohnortnahe Versorgung der Bewohner im Nahbereich des Planvorhabenstandortes nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion der Zentralen

Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird (vgl. hierzu auch Ziel 2 des Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel).

Grundsatz 3:

Für die bestehenden Sonderstandorte mit großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten gemäß Ziel 7 des Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW max. Arrondierungen erlaubt sein, wie sie durch Ziel 7 des Sachlichen Teilplanes zum LEP NRW gedeckt sind. Darüber hinaus sollte an den Sonderstandorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden.

Grundsatz 4:

Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten kann sowohl in der Innenstadt, aber auch an den definierten Sonderstandorten etabliert werden; in den Nebenzentren sollten Neuansiedlungen maßstabsgerecht dimensioniert sein. Zusätzliche Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel sollten im Sinne einer Konzentration der Einzelhandelsansiedlungen auf bestehende Standorte nach Möglichkeit nicht ausgewiesen werden. Für das Segment Möbel berücksichtigt das Einzelhandelskonzept einen perspektivischen Sonderstandort. Die Gestaltungsspielräume für Segmente des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind mit Blick auf das vorhandene Angebot grundsätzlich als eher begrenzt anzusehen. Dementsprechend erschließt sich derzeit nicht die Ausweisung weiterer perspektivischer Einzelhandelsstandorte.

Grundsatz 5:

Die Beschränkung zentrenrelevanter Randsortimente bei großflächigem Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist strikt einzuhalten. Entsprechend Ziel 5 des Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW sollte eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche eingehalten werden. Darüber hinaus sollte sich an der Empfehlung des Grundsatzes 6 des Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW in Bezug auf die Verkaufsflächenobergrenze von 2.500 m² gehalten werden.

Grundsatz 6:

Grundsätzlich ist bei relevanten Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels abzuklären, dass die Versorgungsfunktion der ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet wird. Dieser Grundsatz darf nicht als bloßer Wettbewerbsschutz verstanden werden, vielmehr geht es um eine qualitative Absicherung der Versorgungsstrukturen.

Grundsatz 7:

Außerhalb der abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte soll keine Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel erfolgen.

8.2 Schlussfolgerungen für die Praxis der Bauleitplanung

Zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die CIMA folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in der Innenstadt anzusiedeln. Eine Ansiedlung in den Nebenzentren kann erfolgen, wenn keine negativen städtebaulichen Auswirkungen in der Innenstadt zu erwarten sind.**

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur innerhalb Zentraler Versorgungsbereiche anzusiedeln.**

Ausnahmen sind nur für nahversorgungsrelevante Ergänzungstandorte möglich, wenn der Nachweis erbracht wird, dass keine negativen Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind und das Vorhaben der wohnungsnahen Versorgung dient (vgl. u.a. Ziel 2 Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel).

- **In GE- und GI-Gebieten sollte zukünftig die Neuansiedlung von Einzelhandel ausgeschlossen werden.**

Ausnahmen bilden hier: Handwerksbetriebe mit Verkauf an letzte Verbraucher; Bestandsschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen im

Sinne Ziel 7 Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel zulässig sein sollten.

- **Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist an Sonderstandorten zu realisieren.**

Dabei sind zunächst Standortoptionen an den ausgewiesenen (auch perspektivischen) Sonderstandorten zu prüfen. Vor dem Hintergrund der Vielzahl an Sonderstandorten sollte die Entwicklung zusätzlicher Sonderstandorte vermieden werden.

- **In MI-Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig.**

In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion benachbarter Zentraler Versorgungsbereich beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI-Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

- **Berücksichtigung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes östliches Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche**

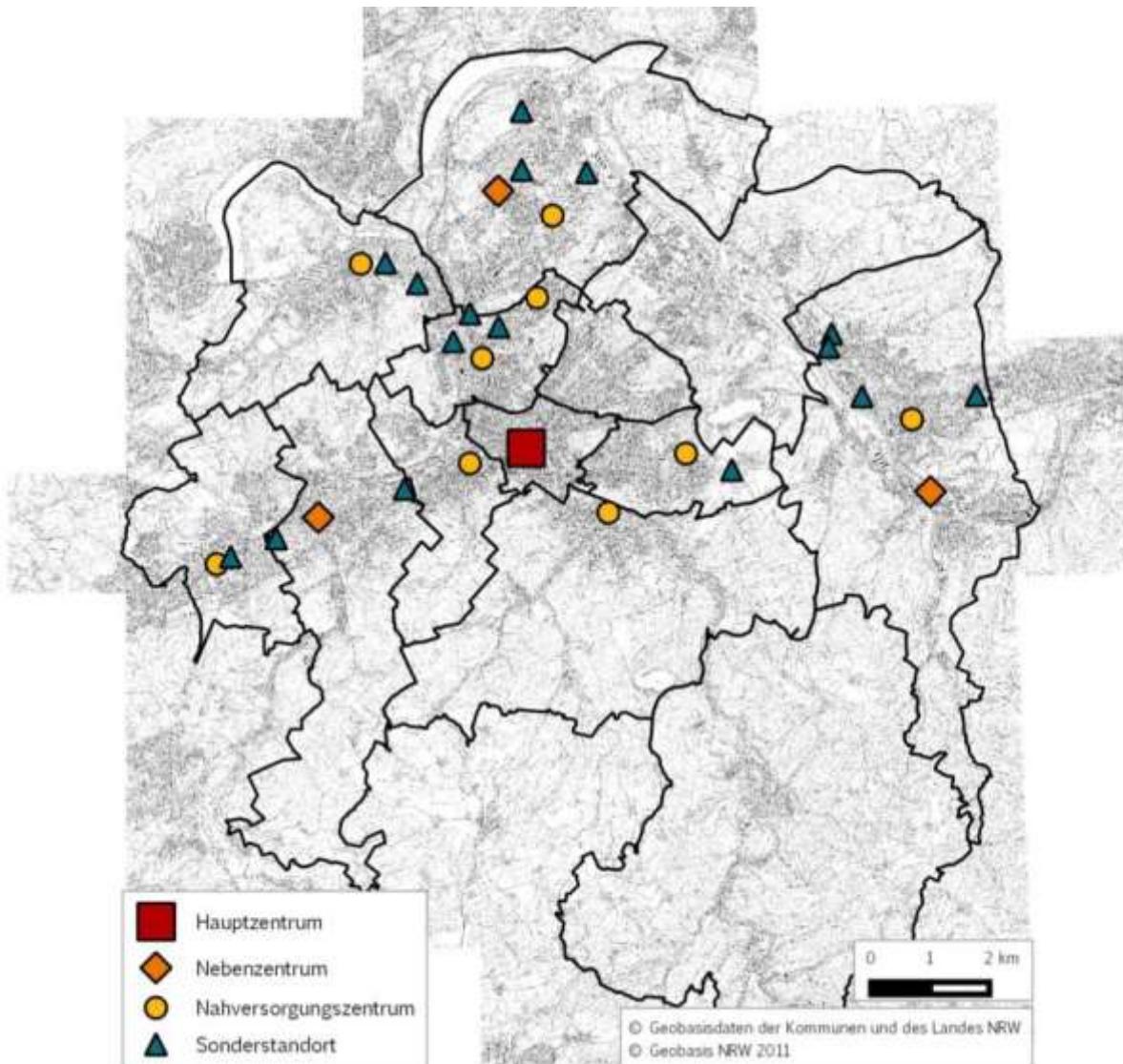
Die Stadt Hagen hat sich durch Ratsbeschluss der interkommunalen Kooperation des Regionalen Einzelhandelskonzeptes angeschlossen. Es ergänzt die gesetzlich vorgeschriebene nachbarschaftliche Abstimmung und gibt Ansiedlungskriterien vor, die zusätzlich zum kommunalen Einzelhandelskonzept zu berücksichtigen sind.

8.3 Zusammenfassung Zentrenkonzept Hagen

Abb. 105: Zentrenkonzept Hagen (schematische Darstellung)

Zentrenkonzept Hagen	Zentrenrelevantes Hauptsortiment	Nahversorgungs-relevantes Hauptsortiment	Nicht-zentrenrelevantes Hauptsortiment
Hauptzentrum Innenstadt	Uneingeschränkte Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung	Großflächig möglich
Nebenzentren	großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf die Hagener Innenstadt)	großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	als ergänzendes Angebot groß- und kleinflächig möglich (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Nahversorgungszentren	Kleinflächig entsprechend Versorgungsfunktion	Ggf. großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	als ergänzendes Angebot groß- und kleinflächig möglich (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Ergänzende, integrierte Nahversorgungsstandorte	Keine Ansiedlung	Ggf. großflächig möglich (keine negativen Auswirkung auf Zentrale Versorgungsbereiche)	Keine Ansiedlung
Sonderstandorte	Keine Ansiedlung	Keine Ansiedlung	Uneingeschränkte Ansiedlung (Beachtung städtebaulicher Rahmenbedingungen)
Gewerbegebiete	Zukünftig Ansiedlung von Einzelhandel vermeiden		

Abb. 106: Zentrenkonzept Hagen (kartografische Darstellung)



9 Anhang

9.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF (siehe nähere Erläuterung im Glossar) berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
 - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
 - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
 - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,

- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland. Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der CIMA GmbH mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölprodukte. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

5.568 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2015). Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

9.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.
-

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,

- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 32 Branchen und sieben Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abb. 107: CIMA Warengruppen

CIMA Sortimente	
1 Lebensmittel	18 Eisenwaren, Baumarktartikel
2 Reformwaren	19 Geschenkartikel, Porzellan, Keramik, Hausrat
3 Apotheken	20 Farben, tapeten, Lacke, Bodenbeläge
4 Drogerie- und Parfümeriesortimente	21 Elektrogeräte, Leuchten
5 Schnittblumen	22 Unterhaltungselektronik
6 Bekleidung	23 Fotobedarf
7 Wäsche	24 Optik
8 Heimtextilien, Teppiche	25 Uhren, Schmuck
9 Sportartikel	26 Lederwaren
10 Schuhe	27 Hobbybedarf, Musikalien, Waffen
11 Sanitätshausartikel	28 Fahrräder
12 Bücher	29 Kfz-Zubehör
13 Schreibwaren	30 Büromaschinen, PC
14 Spielwaren	32 Gartencenterrelevante Sortimente
15 Zoobedarf	33 Zeitschriften
16 Möbel, Einrichtungsbedarf	(Nr. 31 'Babybedarf' wurde auf die Teilsortimente Spielwaren, Möbel, Bekleidung aufgeteilt)
17 Antiquitäten	
CIMA Warengruppen	
Nummern der Teilsortimente	
A Lebensmittel, Reformwaren	1, 2
B Gesundheit, Körperpflege	3, 4
C Bekleidung, Wäsche	6, 7
D Schuhe, Lederwaren	10, 26
E Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	11, 24, 25
F Bücher, Schreibwaren	12, 13
G Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	21, 22, 30
H Sportartikel, Fahrräder	9, 28
I Spielwaren	14
J Hobbybedarf, Zooartikel	15, 27
K Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	19
L Möbel, Antiquitäten	16, 17
M Heimtextilien	8
N Baumarktartikel, Gartenbedarf	18, 20, 29, 32

9.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt

Ca. 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 m² und 800 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermarkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Mall in einem Shopping-Center

Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

9.4 Methodische Hinweise und Definitionen zum cima City-Qualitäts-Check

Der cima City-Qualitäts-Check bewertet den Marktauftritt des örtlichen Einzelhandels. Dabei werden zwei Merkmalsausprägungen abgeprüft:

- Zielgruppen- und Qualitätsorientierung
- Warenpräsentation, Ladengestaltung

Die **Zielgruppen- und Qualitätsorientierung** beschreibt im Wesentlichen das Angebotsniveau des örtlichen Einzelhandels. Dabei ist zwischen Unternehmen mit einer eindeutigen Zielgruppenansprache oder einer besonderen Spezialisierung auf ein Angebotsniveau zu unterscheiden. Ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal ist, ob mit einer klaren Werbung mit Marken Qualitätsorientierung in den Vordergrund gestellt wird oder ob mittels eindeutiger ‚Discountorientierung‘ nur der Preis als Marketinginstrument eingesetzt wird. Ein hoher Anteil von discountorientierten Betrieben kann ein Hinweis für eine Orientierung des Einzelhandels auf ein insgesamt unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau sein. Insgesamt werden sechs Kategorien unterschieden:

- **Exklusiv, hochwertig, qualitätsorientiert (1):** Betriebe dieser Kategorie sind hoch spezialisiert. Sie positionieren sich über die Angebotsqualität. Marken- und Serviceorientierung stehen im Vordergrund. In der Regel spricht der in jedem Belang professionelle Marktauftritt für einen überdurchschnittlichen Einzugsbereich. Es sind die Einzelhandelsbetriebe, derer wegen man den Standort aufsucht. Alle Luxus- und Premiumlabels fallen in dieses Segment. Hierzu gehören z.B. HUGO BOSS, STRENESSE, ESCADA, ETERNA, FALKE, MANUFACTUM, WALBUSCH, WINDSOR, BALLY.
- **Gehobene Mitte, qualitätsorientiert (2):** Die Betriebe dieser Bewertung profilieren sich ebenfalls über eine strikte Qualitätsorientierung. Sie sprechen in der Regel Konsumenten mittlerer und gehobener Einkommensniveaus an. Die Zielgruppe ist meist weiter gefasst. Warenpräsentation und Ladengestaltung greifen in der Regel die Qualitätsorientierung auf. Hierzu zählen auch die Eigenlabels GERRY WEBER, MEXX, ESPRIT, GABOR, MEPHISTO, CLARKS und MANGO.
- **Standardisiert, konsumig (3):** Shopkonzepte dieser Orientierung wenden sich an breite Käuferschichten. Trotz einer stärkeren Preisorientierung werden auch Markenwaren als Angebotskompetenz herangezogen. Dabei handelt es sich dann in der Regel um unterschwellige Ergänzungsbiete. Im Bekleidungssektor fallen die meisten ‚Young Fashion‘-Konzepte in dieses Segment. Die Absatzformen sind in der Regel aufgrund ihrer hohen Akzeptanz erfolgreich. In vielen Fällen werden Eigenmarken zur Weiterentwicklung des Firmenimages eingesetzt. Hier wird auch der ‚Smart Shopper‘ angesprochen, ohne dass jedoch das Angebot ‚billig‘ erscheint. Die Handelskonzepte fördern Kauflust. Beispielelabels

sind hier z.B. H&M, C&A, TK MAXX, PRIMARK, S.OlIVER, BONITA, CECIL, VERO MODA und JACK&JONES zu nennen.

- **Discountorientiert (4):** Discountprinzipien stehen im Absatzkonzept dieser Unternehmen im Vordergrund. Das gesamte Betriebskonzept hat sich der Preisorientierung unterzuordnen. Das Discountprinzip lebt von Eigenmarken und „no name“-Produkten. In diese Bewertung fallen alle Lebensmittel- und Hartwarendiscounter sowie Kleinpreiskaufhäuser und Schnäppchenmärkte. Im Textilsegment sind hier ZEEMANN, KIK und TAKKO zu nennen
- **Diffus, keine eindeutige Zielgruppenorientierung (5):** Betriebe, die in diese Kategorie eingeordnet werden, zeigen in ihrem Marktauftritt keine einheitliche Absatzorientierung. Die Betriebe sind meistens durch veraltete Schaufenstergestaltungen gekennzeichnet. Im Ladeninneren ergibt sich der Eindruck einer ungeordneten, wenig übersichtlichen Warenpräsentation. Ein Qualitätsansatz ist kaum erkennbar.
- **Nicht zu zuordnen (6):** Betriebe des Ladenhandwerks und Apotheken lassen sich ohne Testkäufe kaum in ein Raster von Qualitäts- und Zielgruppenorientierung einordnen. Diese Unternehmen werden daher nicht in die Bewertung einbezogen. Ausnahmen werden gemacht, wenn Ladendesign und eine deutliche Darstellung eines besonderen Frische- und Spezialitätenangebotes (Bäcker, Metzger) bzw. eine besondere Beratungskompetenz (Apotheken) auffällig sind. Der Anteil der nicht zuordenbaren Betriebe kann ein Indikator für „verkappten“ Ladenleerstand sein. Eine Überzahl an Ladenhandwerksbetrieben drückt auf das An-

gebotsniveau einer Einkaufslage (Stichwort „Bäckermeile, Bäckerstrich“).

Die **Warenpräsentation und die Ladengestaltung** kennzeichnen konkret den Marktauftritt. Beide Faktoren geben die „Visitenkarte“ des Unternehmens ab. Die Kompetenz eines Betriebes kann durch eine klare Konzeption in der Schaufenster- und Ladengestaltung unterstrichen werden. Folgende vier Kategorien werden unterschieden:

- **Top, in allen Ansprüchen genügend (1):** Betriebe mit dieser Bewertung sind durch eine aufwendige Warenpräsentation und Ladengestaltung gekennzeichnet. Beide Elemente tragen maßgeblich dazu bei, die Angebotskompetenz zu unterstreichen. Die Betriebe dekorieren themenorientiert und sind ständig bemüht, durch „pfiffige“ Ideen aufzufallen. Diese Unternehmen sind in ihrer Selbstdarstellung mustergültig und investieren einen beachtlichen Anteil ihrer Erträge in den Marktauftritt.
- **Modern, zeitgemäß (2):** Betriebe dieser Kategorie erfüllen professionell die klassischen Kundenerwartungen. Warenpräsentation und Ladenbau entsprechen dem branchenüblichen Niveau und sind in einem alles in allem gepflegten Zustand.
- **Optimierungsbedarf (3):** Betriebe dieser Kategorie haben eine standardisierte, in der Regel nicht besonders auffallende Warenpräsentation. Der Ladenbau ist in der Regel einfach. Die Investitionen in den Marktauftritt sind eher mäßig. Optimierungsbedarf besteht entweder in der einheitlichen Darstellung von Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation sowie der Klarheit der

Zielgruppenorientierung oder in der Organisation der Warenpräsentation. Einzelne Betriebe dieser Bewertungskategorie sind durch eine beengte Warenpräsentation, das heißt auch Überfüllung mit Waren gekennzeichnet. Zu kleine Verkaufsflächen stellen sich als Entwicklungshemmnis heraus.

- **Veraltet, renovierungsbedürftig (4):** Die so eingestuften Betriebe machen einen alles in allem ungepflegten Eindruck. Aus Warenpräsentation und Ladengestaltung ist kein eindeutiges Konzept erkennbar. Die Warenpräsentation ist eher lieblos. Die Ladenmöblierung entspricht in den meisten Fällen nicht den aktuellen Standards und wirkt antiquiert.

9.5 Zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche

9.5.1 Zur Definition Zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs hat planungsrechtlich eine längere Tradition. Er wurde bereits in die Fassung der BauN-VO von 1977 aufgenommen. Dementsprechend sind für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11, Abs. 3 die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die ***Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche*** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten Zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Mit § 11, Abs. 3 Satz 2 BauNVO wird klargestellt, dass Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ein Grund für die Zuweisung größerer Einzelhandelsbetriebe zu MK- und SO-Gebieten sind.

Die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungsreicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.³³

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im nicht beplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund.

Bislang galt für Einzelhandelsansiedlungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, dass sich ein Vorhaben lediglich „nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche [...] in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist“ (§ 34, Abs. 1 BauGB). Demnach war es innerhalb der im Zusammenhang bebauten Siedlungsbereiche ohne Bebauungsplan nicht relevant, ob ein Einzelhandelsvorhaben Auswirkungen verursachte oder zentrenrelevante Sortimente angeboten hat. Einziger Bewertungsmaßstab war, dass es sich in der näheren Umgebung einfügte. Dies erschwerte allerdings in der Planungspraxis die nachhaltige Steuerung einer wohnnäheren Einzelhandelsversorgung. Hatte z. B. ein großflächiger Lebensmittelmarkt (über 800 m² Verkaufsfläche) in der Nähe eines Autohauses oder Baumarktes im unbeplanten Innenbereich (§ 34-Gebiet) einen Bauantrag gestellt, bestand in der Regel aus bauplanungsrechtlicher Sicht keine Verhinderungsmöglichkeit.³⁴

Um Vorhaben dieser Art nun entgegentreten zu können, trifft die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB die Festsetzung, dass von entsprechenden Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf

³³ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

³⁴ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere Zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Der § 34, Abs. 3 ist jedoch in seiner Handhabung deutlich überschätzt worden. Er greift nur, wenn tatsächlich schädliche Auswirkungen auf die Sicherung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche abzusehen sind. In den meisten Fällen bewirken Ansiedlungsvorhaben zwar Auswirkungen, die jedoch unterhalb schädlicher Auswirkungen bleiben³⁵.

Kommunen, die Gestaltungs- und Entwicklungsspielräume für Ihre Zentrenlagen absichern wollen, sollten zentrale Versorgungsbereiche abgrenzen. Nur so werden sie in die Lage versetzt, ggf. sich gegen zentrenschädliche Standortentwicklungen zu wehren. Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den ‚Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche‘ haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion sondern beziehen sich auf die dem zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die quasi Notwendigkeit zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche

nach den ‚tatsächlichen Gegebenheiten‘ vor Ort ggf. festgelegt werden³⁶. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was Zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben.

Mittlerweile hat das BVerwG Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen³⁷:

Zentrale Versorgungsbereiche sind „*räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zu kommt*“

„*Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein...*“

Nicht als Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen sind

- Standortbereiche mit nur noch rudimentärem Einzelhandelsbesatz³⁸,

³⁶ Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

³⁷ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

³⁵ Siehe hierzu den nachfolgenden Abschnitt zur Bewertung von Auswirkungen auf die Funktion zentraler Versorgungsbereiche.

- eindeutig nicht integrierte Fachmarktlagen³⁹

Hieraus leiten sich als Merkmale zentraler Versorgungsbereiche ab:

- Räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben. Zumeist ergänzt durch Dienstleistungen
- Versorgungsfunktion für einen Einzugsbereich von städtebaulichem Gewicht. Der Begriff ‚zentral‘ ist funktional zu verstehen
- Integrierte Lage. Auch für die nicht motorisierte Bevölkerung gut erreichbar.⁴⁰

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus⁴¹:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahmen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhal-

³⁸ Die Besatzstrukturen üben keine Zentralität im Sinne der Kernaussagen des BVerwG aus: Siehe BVerwG Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08

³⁹ „Isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bilden keine zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen“ – Vgl. BVerwG Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08

⁴⁰ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 112, Ziffer 202

⁴¹ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

tung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus⁴²:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezeckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz... Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

- (1) **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- (2) **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
- (3) **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen re-

⁴² BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

gelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden⁴³.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die oben stehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt⁴⁴.

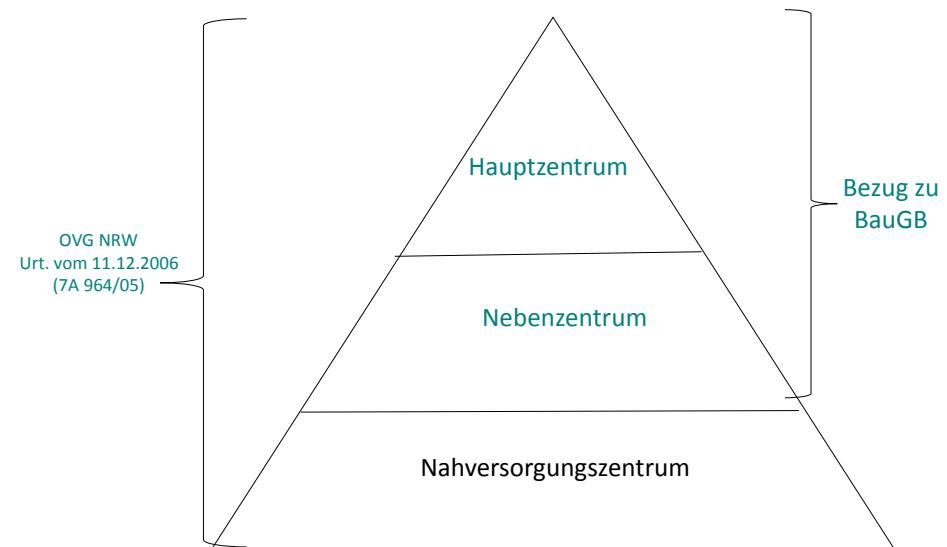
In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

⁴³ Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt 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 wohnortnahmen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

⁴⁴ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Abb. 108: Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche



Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen Zentraler Versorgungsbereiche. Die „nachvollziehbare, eindeutige Festlegung“ mit „Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse“ heißt, dass Angebotsqualitäten eines Zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine „bloße“ räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines Zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzel-

handel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über Zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mit berücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung ‚vor Ort‘, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die CIMA GmbH an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,

- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentralen Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“

Das Bundesland Nordrhein-Westfalen konkretisiert nunmehr die Bedeutung und Funktion zentraler Versorgungsbereiche im Sachlichen Teilplan ‚Großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW. Dieser erlangte am 12.07.2013 mit Veröffentlichung im Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen – Nr. 23 vom 12. Juli 2013 Gesetzeskraft. Die Ziele sind entsprechend der Regelungen des ROG zu beachten, die Grundsätze als Abwägungsdirektiven zu berücksichtigen.

Ziel 2 definiert eindeutig, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne der Vermutungsregel nach § 11, Abs. 3 BauN-

VO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in Zentralen Versorgungsbereichen etabliert werden dürfen.

Als Ausnahme wird für Kern- und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne der Vermutungsregel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird weiter ausgeführt, dass diese Betriebe auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden können, wenn

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

Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten kann dann außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen etabliert werden, wenn die genannten Rahmenbedingungen nachgewiesen werden können.

Ziel des Planungshandels sollte sein über die entsprechende Ausweisung von Baugebieten die Versorgungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen zu sichern und zu entwickeln.

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche:

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und Entwicklungsfähig sind.⁴⁵ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass Zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als Zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.⁴⁶

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei Zentralen Versorgungsbereichen in der

⁴⁵ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

⁴⁶ Zum Begriff „Zentral“ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besatz an Versorgungsfunktion vorliegen.

Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von Kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass ‚multifunktional abgegrenzte‘ und ‚dezidiert‘ in ihrer Abgrenzung begründete Zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

9.5.2 Bewertung der Auswirkungen auf „Zentrale Versorgungsbereiche“

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Damit wird unterstellt, dass sie „Auswirkungen“ auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche haben. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen ist sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11, Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von Zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % „Auswirkungen“ anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines Zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städte-

baulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Überlegungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage „Vermutungsgrenze“ formuliert. Sie ist nicht als eine fest stehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der „schädlichen Auswirkungen“ auf die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu „schädlichen Auswirkungen“ bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von „schädlichen Auswirkungen“ aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11, Abs. 3 BauNVO bei der Etablierung von Einzelhandel in vorhandenen oder neu zu etablierenden Sonder- bzw. Kerngebieten. „Schädliche Auswirkungen“ für Vorhaben gemäß § 34, Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem Zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung

verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse⁴⁷.

Dies bedeutet, dass § 34, Abs. 3 BauGB ein verhältnismäßig ‚stumpfes Schwert‘ ist. Verkaufsflächenerweiterungen von Lebensmitteldiscountern oder selbst die zusätzliche Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern werden nur in den seltensten Fällen ‚schädliche Auswirkungen‘ auf benachbarte ‚Zentrale Versorgungsbereiche‘ im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB verursachen.

Aus gutachterlicher Sicht ist es durchaus legitim, strengere Beurteilungen zu diskutieren. In der relevanten Fachliteratur werden z. T. bereits ab einer relativen Umsatzverlagerung von 7 % Auswirkungen auf die Angebotsqualität von Versorgungsstandorten oder Zentralen Versorgungsbereiche gesehen. Für Nordrhein-Westfalen sind aus der Rechtsprechung ‚abwägungsrelevante Auswirkungen‘ in einem Korridor zwischen 7 % und 11 % abgeleitet worden.⁴⁸ Abwägungsrelevante Auswirkungen definieren jedoch nicht automatisch ‚schädliche‘ Auswirkungen. ‚Abwägungsrelevante Auswirkungen‘ erfordern jedoch eine Würdigung im Abwägungsverfahren der kommunalen Bauleitplanung.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzel-

⁴⁷ Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereich mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

⁴⁸ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363; OVG Münster: Urteil zum „Preußen-Park“ von 07.12.2000.

handelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch ‚Trading-Down-Effekte‘ gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können ‚schädliche Auswirkungen‘ auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.⁴⁹

Mit dem Inkrafttreten des ‚Sachlichen Teilplans ‚Großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW ist als Beeinträchtigungsgebot das Ziel 3 eingeführt worden:

„Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“

In den Erläuterungen zum Ziel 3⁵⁰ heißt es, eine ‚wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche liegt vor, wenn durch die Festsetzung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben i.S. des § 11 Abs. 3 BauNVO eine Funktionsstörung zu erwarten ist. Eine Funktionsstörung ist dann zu erwarten, wenn die zentralen Versorgungsbereiche so gestört werden, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr erfüllen können.‘

Als Vermutungsregel für ‚wesentliche Beeinträchtigungen‘ wird ergänzend ausgeführt, dass der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben in allen oder in einzelnen vorgesehenen

⁴⁹ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.

⁵⁰ Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen – Landesplanungsbehörde: Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen

Sortimentsgruppen die Kaufkraft der Einwohner in dem zentralen Versorgungsbereich zugeordneten Gemeindebereich übersteigt. Bei Übersteigen dieser Regelvermutungsgrenze sind die planenden Gemeinden in der Beweispflicht.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass eine ‚wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereich‘ in seinen Auswirkungen wahrscheinlich eine ‚höhere Messlatte‘ darstellt als ‚einfache‘ Auswirkungen. Dies bedeutet, dass Funktionsstörungen umfassend belegt werden müssen. Dies gilt insbesondere für Fälle,

- in denen die warentypenspezifischen Umsatzverlagerungseffekte eines Projektvorhabens im abwägungsrelevanten Korridor um die 10 %-Schwelle liegen,
- der Umsatz des Projektvorhabens unter dem Nachfragevolumen des dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnenden Nachfragevolumens liegt.

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ‚wesentliche Beeinträchtigungen darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden können.

9.6 Zur rechtlichen Einordnung von kommunalen Einzelhandelskonzepten in Nordrhein-Westfalen: Landesplanung und Einzelhandelssteuerung

9.6.1 Grundsätzliche rechtliche Rahmenbedingungen

Die Entwicklung des Einzelhandels ist ein mögliches Gestaltungsfeld kommunaler Entwicklungsplanung. Sie ist maßgeblich durch die in Art. 28 GG verankerte Selbstverwaltung der Gemeinden⁵¹ abgesichert. Die konkreten räumlichen, funktionalen und strukturellen Steuerungsmechanismen leiten sich aus den Befugnissen des Bau- und Planungsrechtes ab. Dieses bewegt sich in seinen Regelungen zwischen den rahmensexzenden Bedingungen der kommunalen Selbstverwaltung und den strikten Schutzbedürfnissen des privaten Eigentums, das im Art. 14 GG verankert ist.⁵² Die maßgeblichen rechtlichen Instrumente sind dabei das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO). Die dort verankerten Steuerungsempfehlungen haben Bezug zur Raumordnung auf bundesstaatlicher Ebene (Raumordnungsgesetz – (ROG)) sowie den jeweili-

⁵¹ Art. 28 Abs. 2: Den Gemeinden muss das Recht gewährleistet sein, alle Angelegenheiten der örtlichen Gemeinschaft im Rahmen der Gesetze in eigener Verantwortung zu regeln [...]. Die Gewährleistung der Selbstverwaltung umfasst auch die Grundlagen der finanziellen Eigenverantwortung; zu diesen Grundlagen gehört eine den Gemeinden mit Hebesatzrecht zustehende wirtschaftskraftbezogene Steuerquelle.

⁵² Art. 14: (1) Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt. (2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen. (3) Eine Enteignung ist nur zum Wohle der Allgemeinheit zulässig. Sie darf nur durch Gesetz oder aufgrund eines Gesetzes erfolgen, das Art und Ausmaß der Entschädigung regelt [...].

gen Landesplanungsgesetzen. Einzelne Bundesländer haben darüber hinaus Einzelhandelserlasse mit weiteren ausführenden Bestimmungen in Kraft gesetzt.

Mit der Veröffentlichung im Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen – Nr.23 vom 12.07.2013 hat nunmehr der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW Gesetzeskraft. Die dort enthaltenen landesplanerischen Ziele sind bei Planungsentscheidungen zu beachten, die formulierten Grundsätze sind als Abwägungsdirektiven zu berücksichtigen.

Das grundgesetzliche Schutzgut des ‚privaten Eigentums‘ hat maßgeblichen Anteil, dass aus der Raumordnung der Bundesrepublik Deutschland per se nicht auf eine konkrete Steuerung des Einzelhandels zu schließen ist. Lediglich in den Grundsätzen zur Raumordnung (§ 2 ROG) lassen sich indirekt Steuerungsanlässe hinsichtlich des Einzelhandels ableiten, in dem die Schutzbedürftigkeit von Zentrenlagen und eine Orientierung der Versorgung der Bevölkerung am Zentrale-Orte-Prinzip formuliert wird. Im § 2 Abs. 3 Satz (2) und (3) ROG heißt es:

„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“

Sowohl aus § 1 Abs. 6 (4) BauGB (Abwägungsgebot), als auch § 2 Abs. 2 BauGB (nachbarliches Abstimmungsgebot) kann das Erfordernis zur Ausweisung von bzw. die Auseinandersetzung mit faktischen zentralen Versorgungsbereichen abgeleitet werden.

Das Abwägungsgebot nach § 1 Abs. 6 (4) BauGB fordert, dass „*die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche*“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen sind.

Darüber hinaus verweist das Abstimmungsgebot bei der Bewertung von Planvorhaben des großflächigen Einzelhandels (Planvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO) auf eine Abstimmung von Planungen zwischen Gemeinden und den ihnen durch die Raumordnung zugewiesenen Funktionen:

„Die Bauleitpläne benachbarter Gemeinden sind aufeinander abzustimmen. Dabei können sich die Gemeinden auch auf die Ihnen durch Ziele der Raumordnung zugewiesenen Funktionen sowie auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen.“

Kommunen können hier nur agieren, wenn sie Bezug auf in einem Konzept abgegrenzte oder faktische zentrale Versorgungsbereiche nehmen.

Der Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen vom 22.09.2008⁵³ empfiehlt den Städten und Gemeinden durch städtebauliche Konzepte, insbesondere kommunale Einzelhandelskonzepte, zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.

Die Notwendigkeit einer Einzelhandelskonzeption für Städte und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen erschließt sich außerdem unmittelbar aus den nunmehr rechtskräftigen Zielen der Landesplanung. Die zehn Ziele bzw. Grundsätze enthalten Steuerungsempfehlungen,

die den Grundsatz der Raumordnung aus dem § 2 ROG zur „Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche“ ausfüllen. Sie sind nunmehr grundsätzlich im Kontext regionaler und kommunaler Planungen zu beachten.

Maßgebliche Relevanz zum Schutz und zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche haben die Ziele 1, 2, 3 und 5. Nachrichtlich werden nachfolgend alle Ziele und Grundsätze dokumentiert. Die entsprechende Formulierung der Ziele und Grundsätze sind fettgedruckt.

9.6.2 Ziele und Grundsätze des „Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW -

9.6.2.1 Ziel 1: Standorte nur in allgemeinen Siedlungsgebieten

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

Mit diesem Ziel sollen die Gestaltungsspielräume für eine ressourcenschonende Flächennutzung abgesichert werden. Eigentlich für gewerbliche Nutzung vorgesehene Standortareale sollen sich nicht schleichend zu Einzelhandelsagglomerationen entwickeln. Damit werden auch die Entwicklungsspielräume für Industrie und Gewerbe abgesichert bzw. erhalten.

Ziel 1 formuliert eindeutig, dass die Gebietstypen Kern- und Sondergebiete grundsätzlich nur im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungs-

⁵³ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13.

lungsbereich (ASB) ausgewiesenen Standorte dargestellt und festgesetzt werden können.⁵⁴

9.6.2.2 Ziel 2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in Zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kern- und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur

- in bestehenden Zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten Zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrieren Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen,

dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1⁵⁵ und

⁵⁴ Ziel 1: Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

⁵⁵ Anlage 1 weist folgende Sortimente als zentrenrelevant aus: Papier / Bürobedarf / Schreibwaren; Bücher; Bekleidung, Wäsche; Schuhe, Lederwaren; medizinische, orthopädische Artikel; Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik; Spielwaren; Sportbekleidung, Sportschuhe; Sportartikel (ohne Teilsortimente, Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte); Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten); Uhren, Schmuck sowie die gleichzeitig nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel. Siehe hierzu auch den Abschnitt zur Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste im vorliegenden Gutachten.

- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

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

In Ziel 2⁵⁶ erfolgt die Zuweisung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO in zentralen Versorgungsbereichen. Darüber hinaus erfolgt für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Sortiment eine Ausnahmeregel. Diese Vorhaben können auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden, wenn die in der Zielfassung beschriebenen Rahmenbedingungen erfüllt sind.

Somit können Einzelhandelskonzepte zusätzlich zu zentralen Versorgungsbereichen auch integrierte Nahversorgungsstandorte ausweisen. Dabei sind auch bereits existierende Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen zu berücksichtigen. Für neue

⁵⁶ Vollständige Zielformulierung siehe im vorstehenden Abschnitt

Standorte ist jeweils die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen. Ausdrücklich wird hier ein Gestaltungsspielraum für Städte mit kleinparzellierter Struktur bestehender zentraler Versorgungsbereiche oder mit historischen Ortskernen definiert. Die Ausnahmeregel dürfte überwiegend im ländlichen Raum Anwendung finden.

9.6.2.3 Ziel 3: Zentrenrelevante Kernsortimente Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kern- und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Einfache Prüfregel, ob eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche gegeben sein könnte, ist die Ermittlung der Umsatz-Kaufkraft-Relation. Dabei wird die warengruppenspezifische Umsatzerwartung eines Projektvorhabens dem warengruppenspezifischen Nachfragevolumen im relevanten Einzugsbereich (Stadtgebiet oder Stadtteil) gegenübergestellt. Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation deutlich unter 100, kann von einer verträglichen Dimensionierung eines Projektvorhabens ausgegangen werden, die die Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt.

Vertiefend kann der Nachweis über ökonometrische Modellrechnungen zu warengruppenspezifischen Umsatzverlagerungen geführt werden, die durch die Ansiedlung eines Projektvorhabens ausgelöst werden.

9.6.2.4 Grundsatz 4: Nicht zentrenrelevante Sortimente - Dimensionierung

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

9.6.2.5 Ziel 5: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente:

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

Grundsatz 4 und Ziel 5 beziehen sich auf großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment. Die entsprechenden Sondergebiete außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen müssen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes dargestellt werden. Für neue Standortentwicklungen ist die Verträglichkeit in Bezug auf die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nachzuweisen. Dies gilt insbesondere hinsichtlich des zentrenrelevanten Randsortiments.

Grundsatz 4 fordert die maßstäbliche Dimensionierung auch von Betriebstypen mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ein. Die Re-

gelungen treffen insbesondere Baufachmärkte und Möbelhäuser. Der Umsatz der jeweiligen nicht zentrenrelevanten Sortimente soll das sortimentsspezifische Nachfragevolumen nicht überschreiten. Dementsprechend ist die Verträglichkeit neu etablierter Absatzformen auch im Kontext von kommunalen Einzelhandelskonzepten zu prüfen. Bezugnehmend auf die definierte Verträglichkeitsschwelle sind die potenziellen Verkaufsflächenobergrenzen zu formulieren.

Das **Ziel 5** enthält den Prüfauftrag für Ansiedlungsvorhaben mit großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment in Bezug auf die Stadt- und Regionalverträglichkeit des zentrenrelevanten Randsortiments. Dieser Anteil darf 10 % der Verkaufsfläche nicht überschreiten. Darüber hinaus sind nur zentrenrelevante Sortimente zulässig, die tatsächlich in einem Zusammenhang mit dem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment als Randsortiment stehen.

9.6.2.6 Grundsatz 6:

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebiets für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten

Der *Grundsatz 6* enthält die Empfehlung, dass das zentrenrelevante Randsortiment innerhalb von großflächigen Einzelhandelsnutzungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment 2.500 m^2 nicht überschreiten soll. Die Orientierung an diesem Richtwert kann im Kontext der Diskussion der möglichen wesentlichen Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche erörtert werden.

9.6.2.7 Ziel 7: Überplanung von vorhandenen Standorten

Abweichend von den Festlegungen 1 bis 6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässige Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

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

Ziel 7 führt in den meisten Kommunen zur Planungserfordernis. Das landesplanerische Ziel fordert die Begrenzung von Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Rückbau steht in jedem Fall vor einer Weiterentwicklung. In den meisten Städten und Gemeinden sind hier Bauleitpläne anzupassen oder neu aufzustellen.

Im Rahmen des Bestandsschutzes sollen „geringfügige Erweiterungen“ zur nachhaltigen Bestandssicherung erlaubt sein. Was diese „geringfügigen Erweiterungen“ einschließt, ob z.B. die derzeit zu beobachtenden Verkaufsflächenanpassungen von Lebensmitteldiscountern darin einzuschließen sind, wird die zukünftige Rechtsprechung zeigen.

Die kommunalen Einzelhandelskonzepte müssen alle relevanten Bestandsagglomerationen identifizieren und Handlungsempfehlungen hinsichtlich der baurechtlichen Rahmenbedingungen ableiten. Es sind konkrete inhaltliche Vorschläge zu textlichen Festsetzungen in den relevanten Bauleitplänen zu diskutieren.

Werden im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes oder diesem zu zuordnenden ergänzenden gutachterlichen Stellungnahmen Erweiterungen in Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels zugelassen bzw. empfohlen, so ist der Nachweis zu erbringen, dass keine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt.

Ebenso zu identifizieren sind in kommunalen Einzelhandelskonzepten Ansätze und Gefährdungspotenziale durch etablierte oder in Ansätzen vorhandene Einzelhandelsagglomerationen. Diese können sich auch durch eine Agglomeration von Betrieben mit Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit entwickeln. Solche Agglomerationssätze dürften teilweise eine ähnliche Sogwirkung entwickeln wie Standortagglomerationen des großflächigen Einzelhandels und somit ebenfalls eine potenzielle Gefährdung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche darstellen. Kommunale Einzelhandelskonzepte haben Maßnahmenempfehlungen zur Eindämmung und Verhinderung schlechender Agglomerationen abzuleiten. Der in **Ziel 8** des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW formulierte Steuerungsauftrag ist eindeutig.

9.6.2.8 Ziel 8: Vermeidung von Agglomerationen

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

9.6.2.9 Grundsatz 9: Regionale Einzelhandelskonzepte

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

Der **Grundsatz 9** des Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW fordert das Einstellen von Regionalen Einzelhandelskonzepten in die Abwägung bei Aufstellung und Änderung von Regionalplänen. Für die Fortschreibung von kommunalen Einzelhandelskonzepten mit beschlossenen regionalen Einzelhandelskonzepten bedeutet dies die Berücksichtigung der in der Region vereinbarten ‚Spielregeln‘ zur Einzelhandelssteuerung.

9.6.2.10 Ziel 10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 1, 7 und 8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 2 und 3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 4,5 und 6 zu entsprechen.

Ziel 10 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW bindet die Ziele bzw. Grundsätze 1 bis 8 auch an Vorhabenbezogene Bebauungspläne, sofern nicht von der strikten Bindung der Regelungen an einen Durchführungsvertrag (§ 12 Absatz 3a Satz 1) Gebrauch gemacht wird.

9.6.3 Inhalte kommunaler Einzelhandelskonzepte

Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist somit als Kerninhalt von kommunalen Einzelhandelskonzepten zu begreifen. Aus den Gestaltungsspielräumen der Bauleitplanung, den Vorgaben der Landesplanung und des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen lassen sich insgesamt folgende Aufgaben zur Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte ableiten⁵⁷:

⁵⁷ Die nachfolgende Auflistung dokumentiert U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 239. Außerdem wird Bezug genommen auf vhw-Skript: Die Steuerung des Einzelhandels durch Landes- und Regionalplanung, kommunale Planung und interkommunale Kooperation, Hrsg. Olaf Bischopink und Ulrich Kuschnerus, Münster 2011, S. 11. Es besteht unmittelbarer Bezug zu

- Aufbereitung des relevanten Tatsachenmaterials (Beschreibung der Gemeinde als Einzelhandelsstandort auch im Hinblick auf landes- und regionalplanerische Vorgaben, Ermittlung des konkreten Bestandes, Untersuchung der Entwicklungsmöglichkeiten im Hinblick auf potentielle Standorte und Erweiterungen, Kundenpotential im Einzugsbereich sowie zu erwartende generelle Entwicklungen im Einzugsbereich)
- Entwicklung konzeptioneller Darstellungen für eine funktionsgerechte Zentrenstruktur (Lage, Ausdehnung und Funktion zentraler Versorgungsbereiche, Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen und Nahversorgungsstandorte)⁵⁸
- Ermittlungen und Vorschläge für eine ortstypische Sortimentsliste⁵⁹

Kommunale Einzelhandelskonzepte gehören zu den sonstigen städtebaulichen Konzepten gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und haben hierdurch gewichtigen Belang in der Abwägung. Einzelhandelskonzepte sind jedoch nicht rechtlich bindend, auch wenn sie von den Kommunalparlamenten mit Mehrheit beschlossen wurden. Das heißt, dass „[...] aus einer mangelnden Bindung von Zentrenkonzepten“

BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 1.08 und BVerwG, Beschluss vom 12.09.2009 – 4 B 5.09.

⁵⁸ Zur Problematik der Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche siehe entsprechenden Abschnitt im vorliegenden Gutachten

⁵⁹ Zur konkreten Ableitung der ortstypischen Sortimentsliste siehe Abschnitt im vorliegenden Gutachten

ten folgt, dass ihre Vorgaben im Rahmen der Abwägung aller städtebaulich erheblichen Belange zurückgestellt werden können[...].⁶⁰

Wird jedoch ein in sich schlüssiges, nachvollziehbares Einzelhandelskonzept einer Bebauungsplanung zugrunde gelegt, so bedarf es keiner weiteren differenzierten Betrachtung.⁶¹

Kommunale Einzelhandelskonzepte verlieren an Abwägungsrelevanz, je häufiger sie durchbrochen werden. Grundsätzlich geht aus der fehlenden rechtlichen Bindung hervor, dass sie durchbrochen werden dürfen. Konkret heißt es im BVerwG-Urteil vom 26.03.2009 (4 C 16.07):

„Das Ausmaß der Durchbrechungen eines städtebaulichen Konzeptes bestimmt unabhängig von ihrer städtebaulichen Rechtfertigung des Gewichts, das dem Konzept in der Abwägung zukommt: Je häufiger und umfangreicher das Konzept bereits durchbrochen worden ist, desto geringer ist sein Gewicht als Belang der Standortpolitik.“⁶²

Fazit

Grundsätzlich lässt sich aus den Zielen und Grundsätzen zur Einzelhandelssteuerung im Kontext des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW die Ableitung folgender Standortkonzeption als Kernaufgabe kommunale Einzelhandelskonzepte ableiten:

⁶⁰ BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 - 4 C 16.07

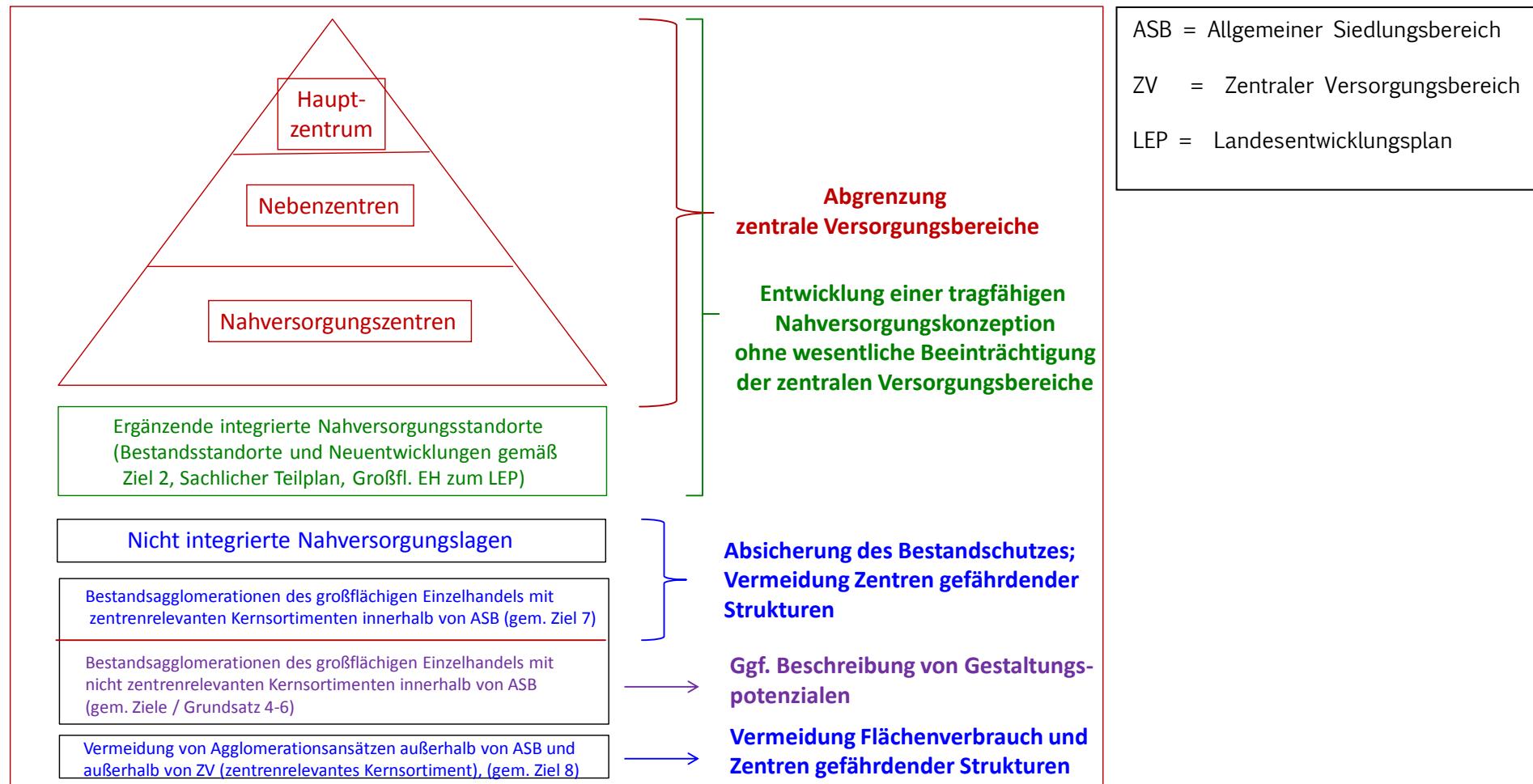
⁶¹ BVerwG, Urteil vom 26.03.2009 - 4 C 21.07

⁶² BVerwG, Urteil vom 29.01.2009 - 4 C 16.07

- Abgrenzung aller relevanten zentralen Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten. Unter Bezugnahme auf die spezifischen Siedlungsstrukturen und den daraus ableitbaren Versorgungsangeboten in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen ist ein hierarchisches Netz zentraler Versorgungsbereiche mit Hauptzentrum, Nebenzentren und Nahversorgungszentren abzuleiten.
- Dokumentation ergänzender Nahversorgungsstandorte in integrierter Standortlage. Mit Blick auf die Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen und der Versorgungssituation in einzelnen Wohngebieten sind zusätzliche Ergänzungsstandorte zu definieren.
- Dokumentation vorhandener Nahversorgungsstandorte in nicht integrierter Standortlage. Eine Weiterentwicklung sollte sich an den Regelungen für den Bestandschutz orientieren.
- Dokumentation aller Bestandsagglomerationen des großflächigen Einzelhandels außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen mit Ableitung von Maßnahmenempfehlungen zum Rückbau bzw. zur Bestandssicherung. Eine Weiterentwicklung ist in der Regel nur für großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich.
- Dokumentation von Standorten mit Ansätzen zur Einzelhandelsagglomeration einschließlich konkreter baurechtlicher Handlungsempfehlungen zu deren Begrenzung bzw. Verhinderung.

- Berücksichtigung der Vereinbarungen Regionaler Einzelhandelskonzepte in Bezug auf die konkreten Steuerungsempfehlungen der Fortschreibung oder Neuaufstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.
- Beurteilung von Vorhaben im Kontext vorhabenbezogener Bebauungspläne hinsichtlich ihrer Kongruenz zu den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung und konsequenten Einordnung in die im Einzelhandelskonzept abgeleiteten Zentrenstrukturen.

Abb. 109: Standortkategorien und maßgebliche konzeptionelle Handlungsansätze in kommunalen Einzelhandelskonzepten mit Blick auf die Anforderungen der Landesplanung



ASB = Allgemeiner Siedlungsbereich
 ZV = Zentraler Versorgungsbereich
 LEP = Landesentwicklungsplan

9.7 Dokumentation der Kartierung der ergänzenden Nutzungen in den Zentralen Versorgungsbereichen im Jahr 2012

Abb.110: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) –
Kartierung ergänzende Nutzungen 2012

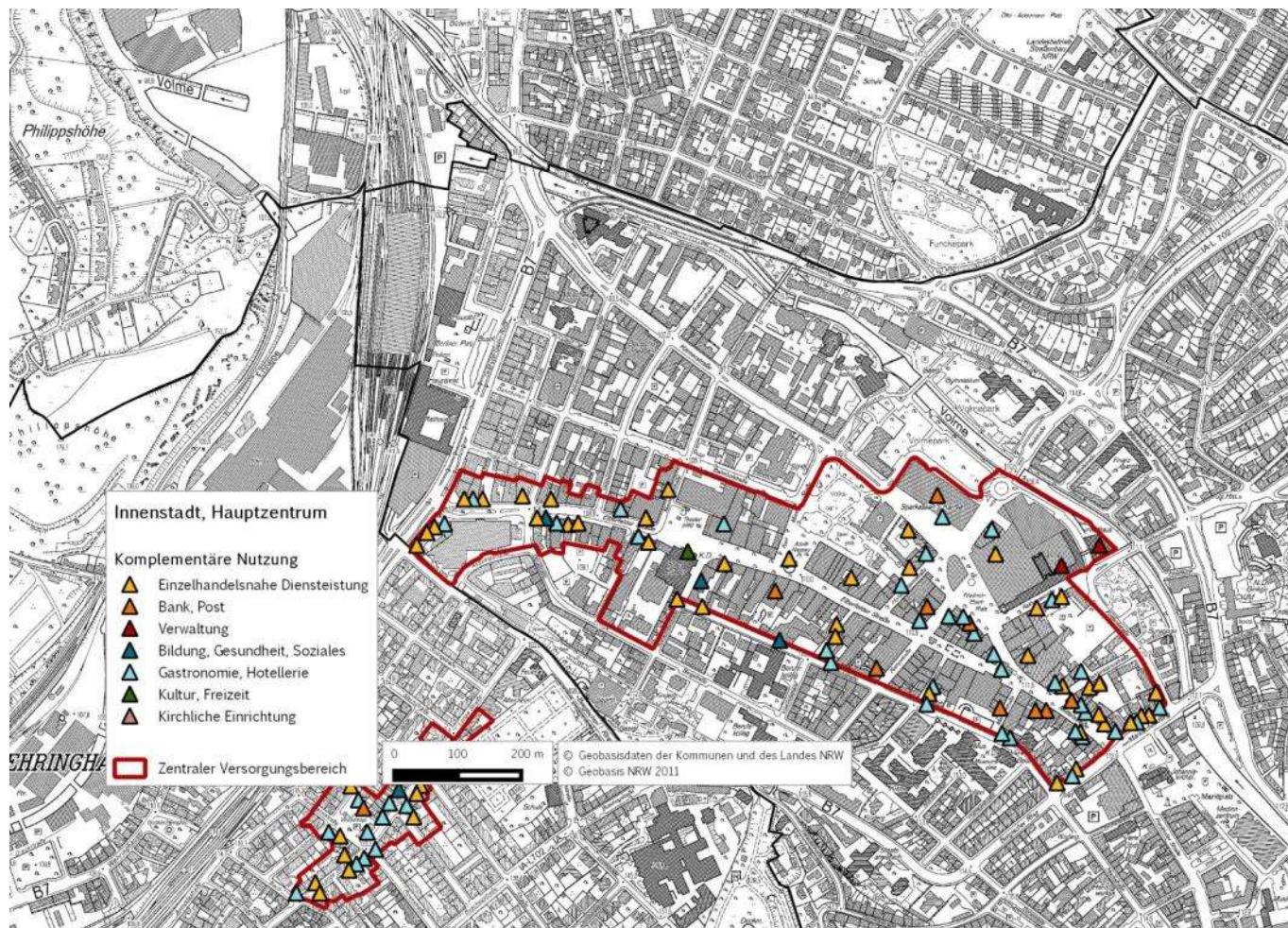


Abb.111: Zentraler Versorgungsbereich Boele (Nebenzentrum) - Kartierung der ergänzenden Nutzungen 2012

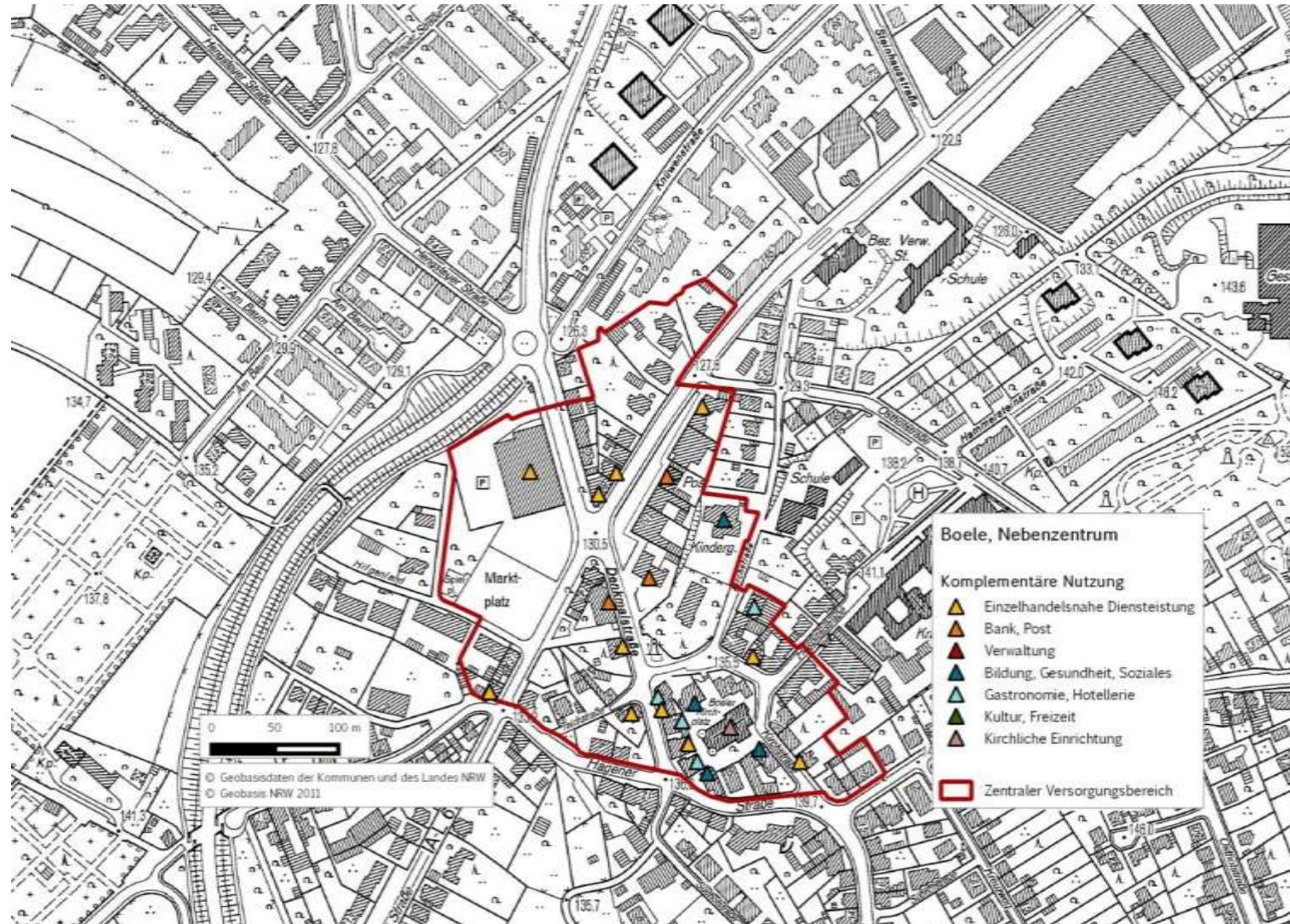


Abb.112: Zentraler Versorgungsbereich Eilpe (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

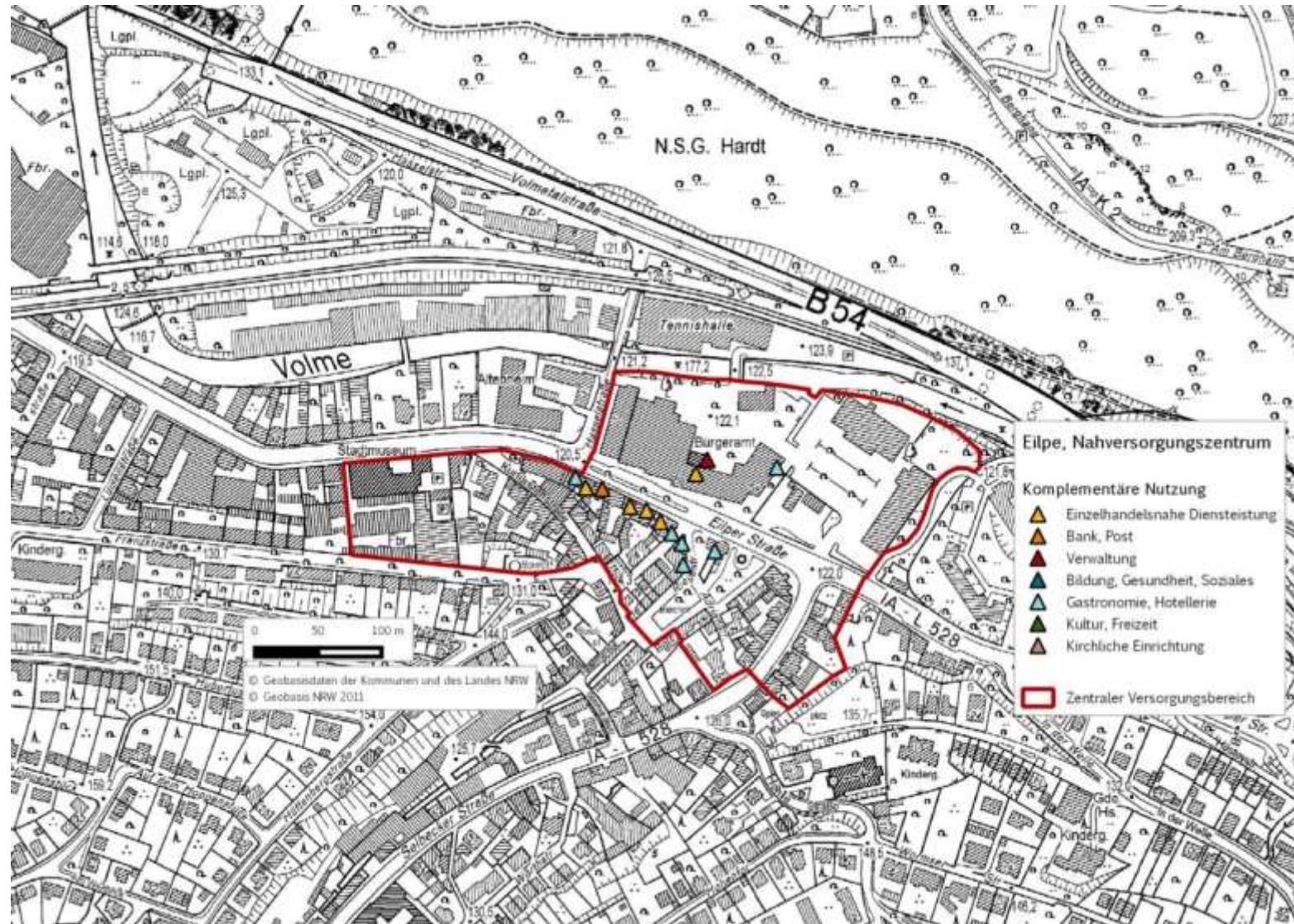


Abb.113: Zentraler Versorgungsbereich Haspe-Zentrum (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

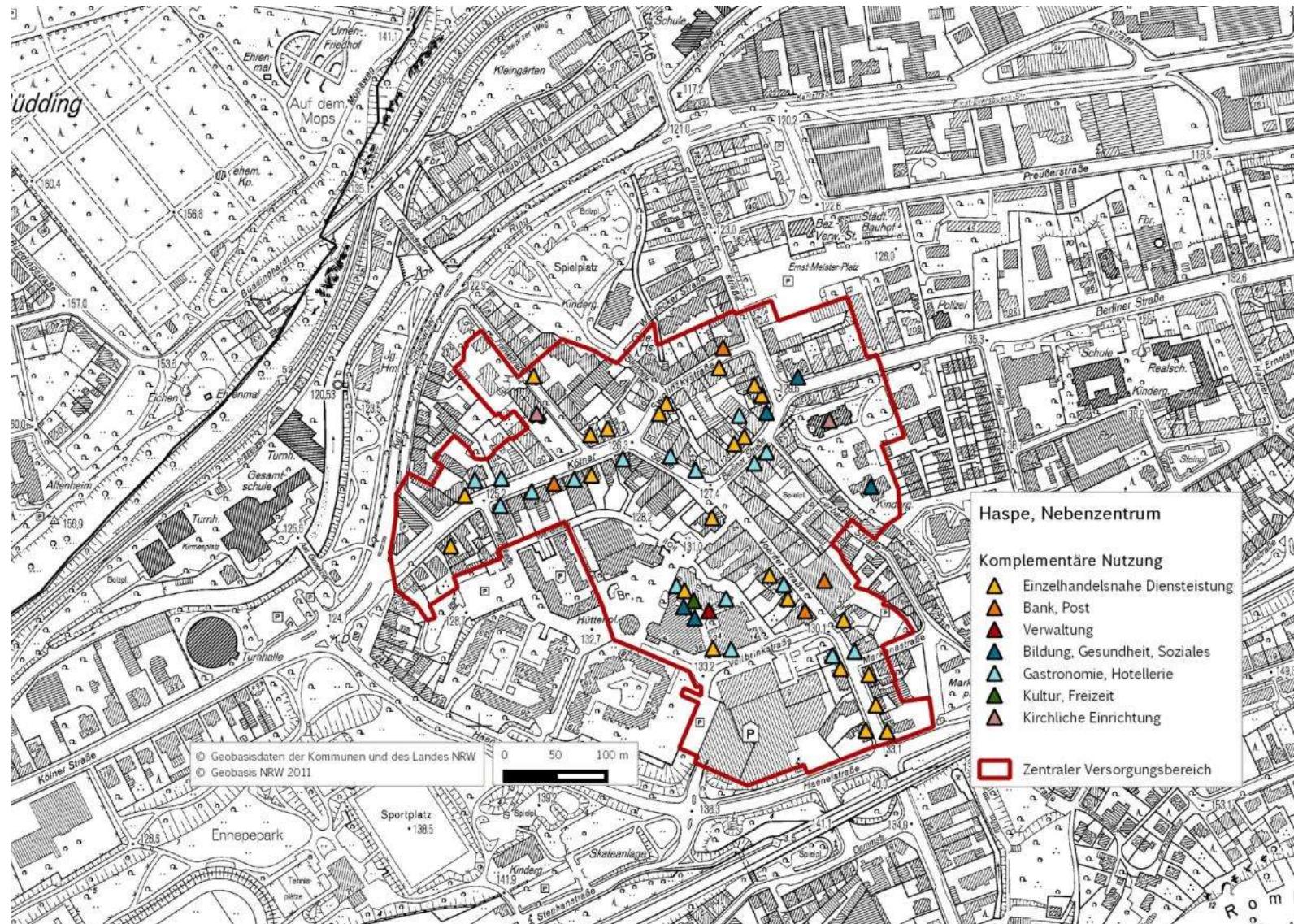


Abb.114: Zentraler Versorgungsbereich Hohenlimburg (Nebenzentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

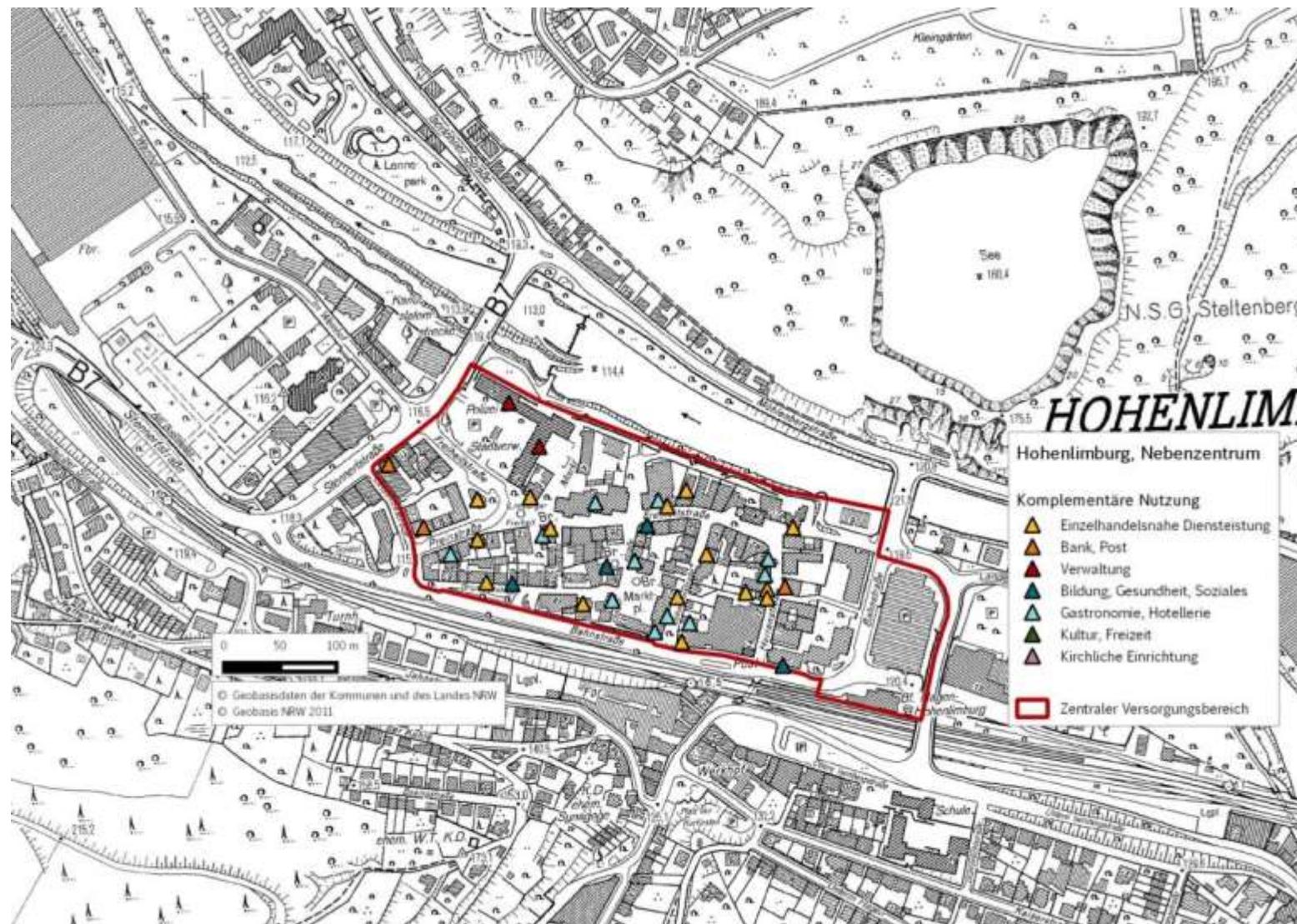


Abb.115: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

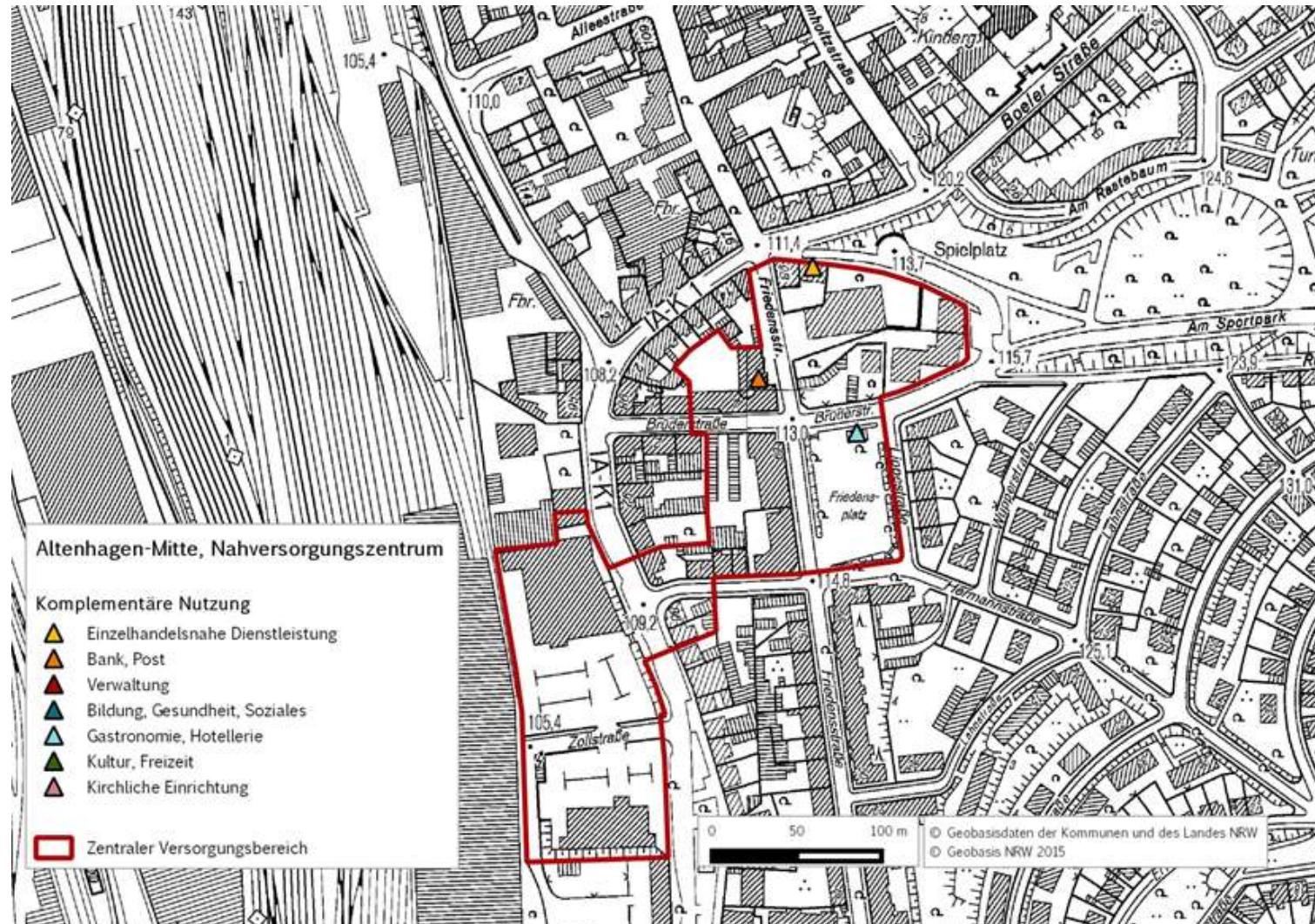


Abb.116: Zentraler Versorgungsbereich Altenhagen-Nord (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

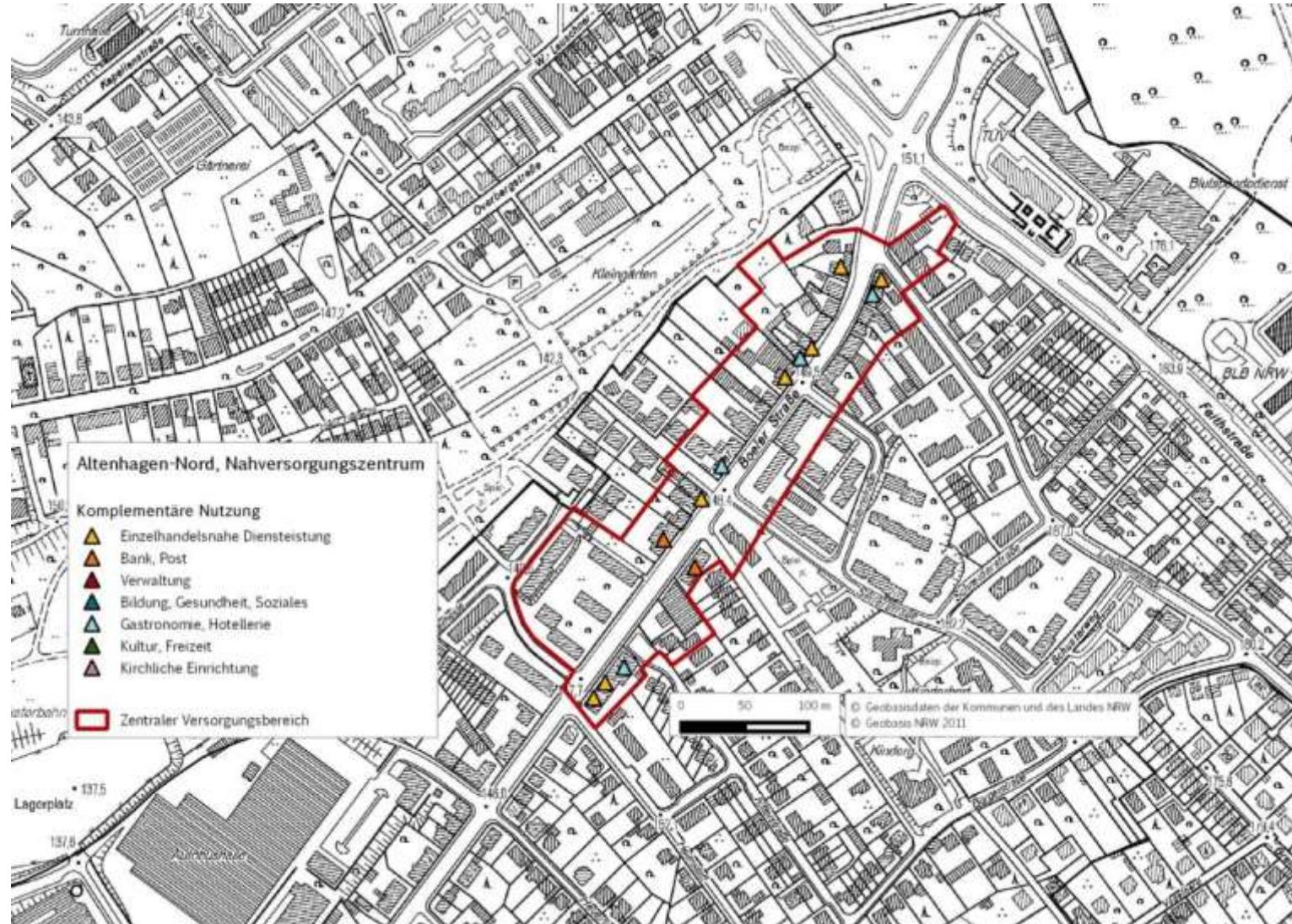


Abb.117: Zentraler Versorgungsbereich Elsey (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

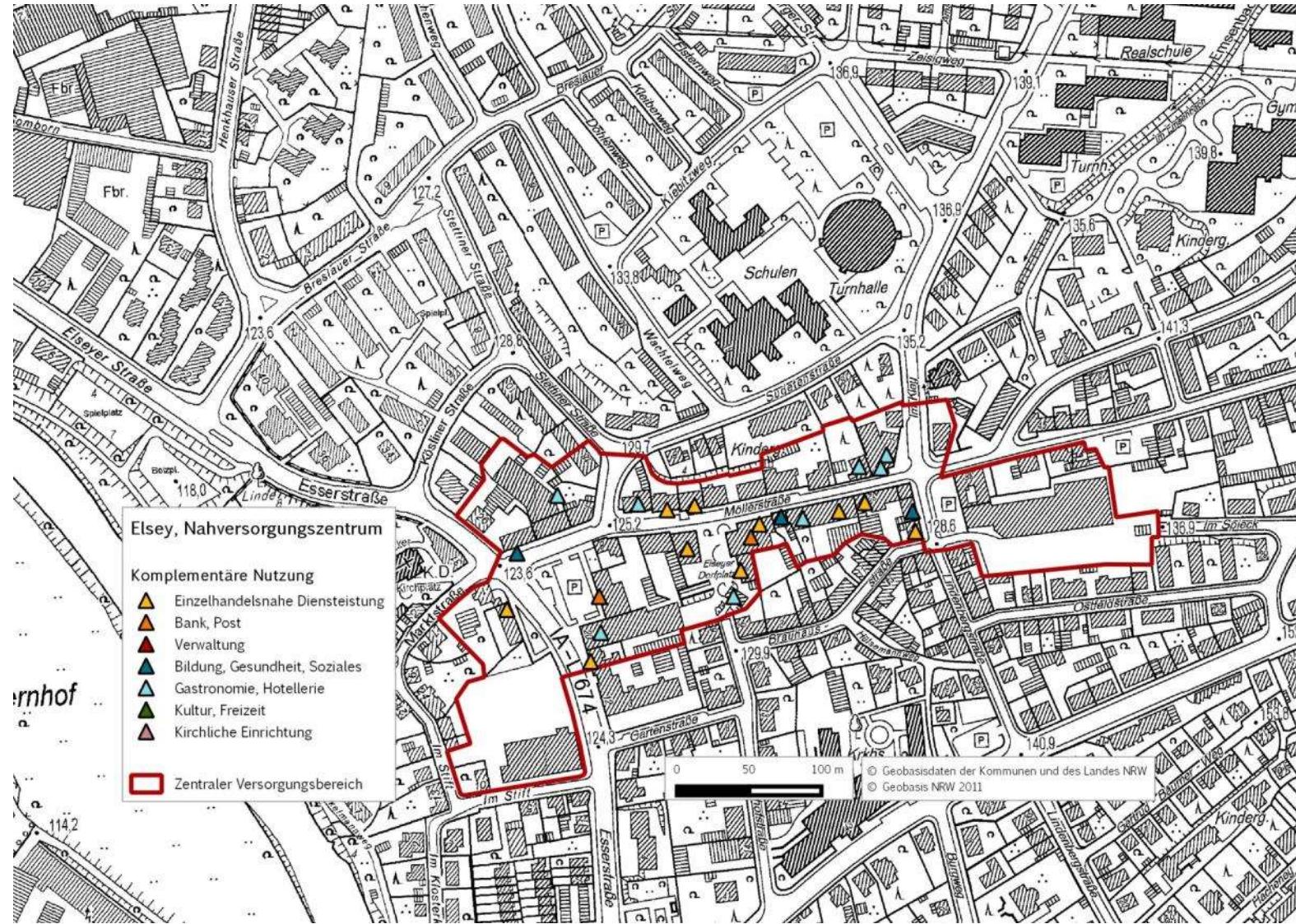


Abb.118: Zentraler Versorgungsbereich Helfe (Nahversorgungszentrum) – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

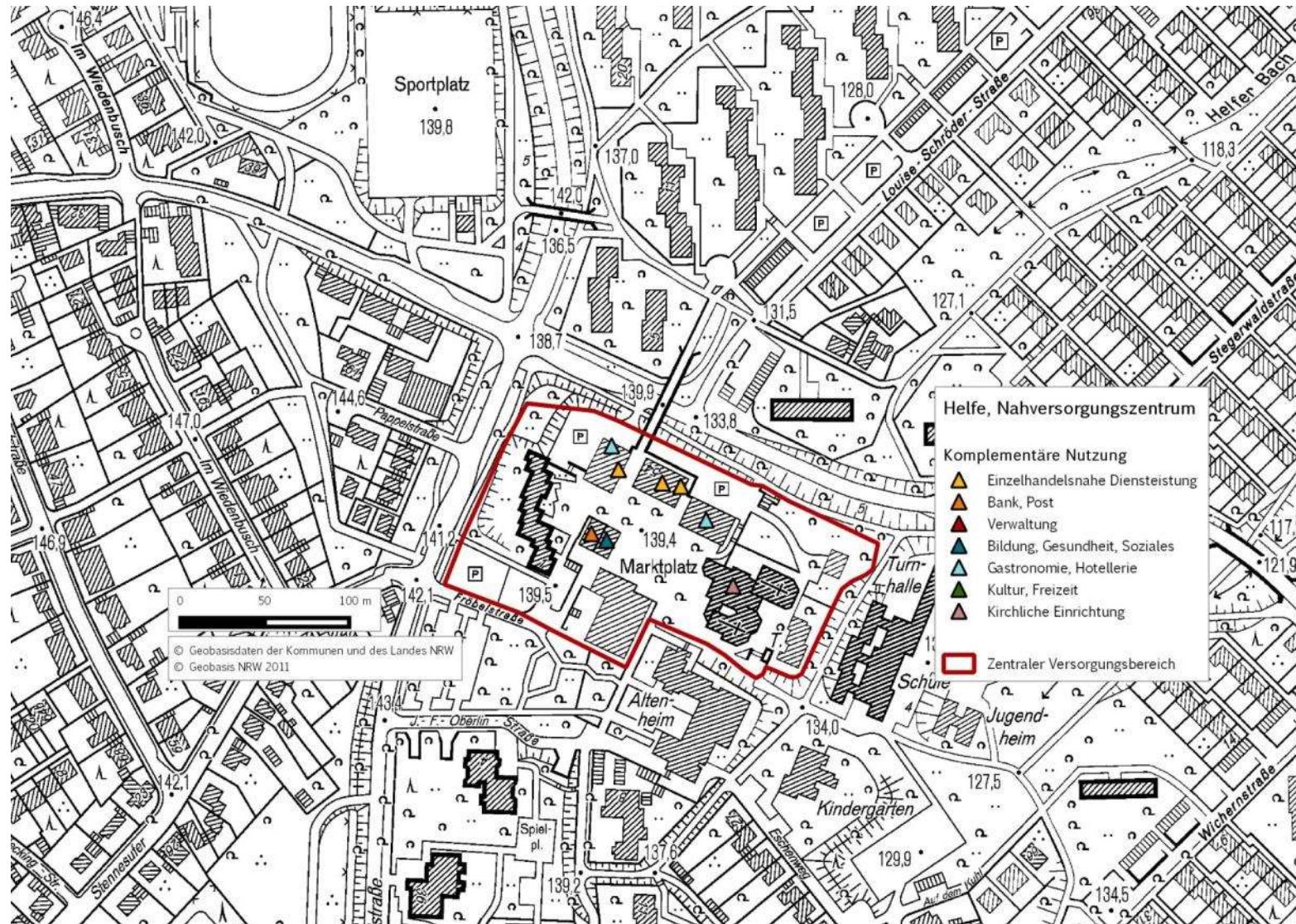


Abb.119: Zentraler Versorgungsbereich Vorhalle (Nahversorgungszentrum – Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012)

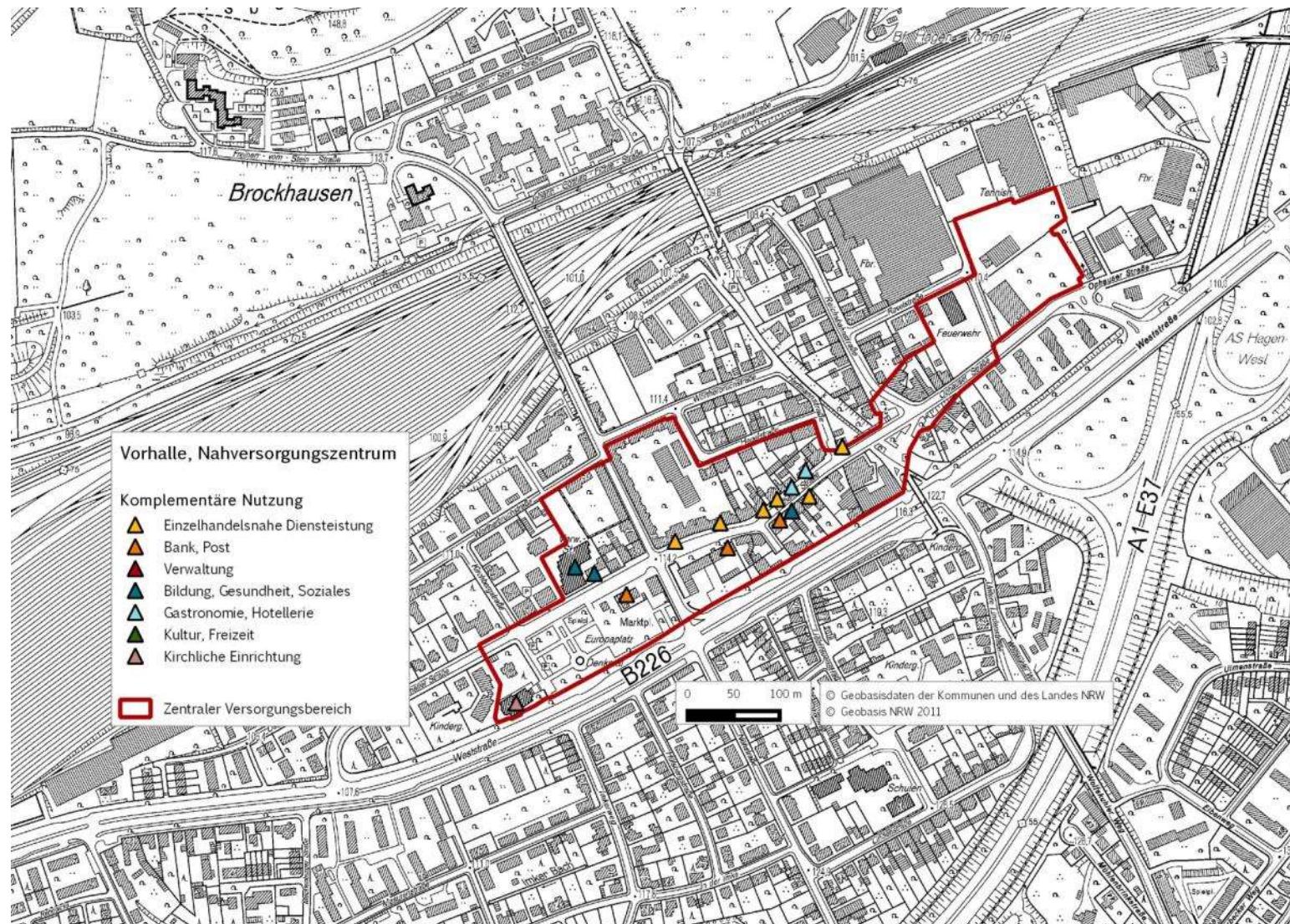


Abb.120: Zentraler Versorgungsbereich Wehringhausen (Nahversorgungszentrum) – Ergänzende Nutzungen 2012

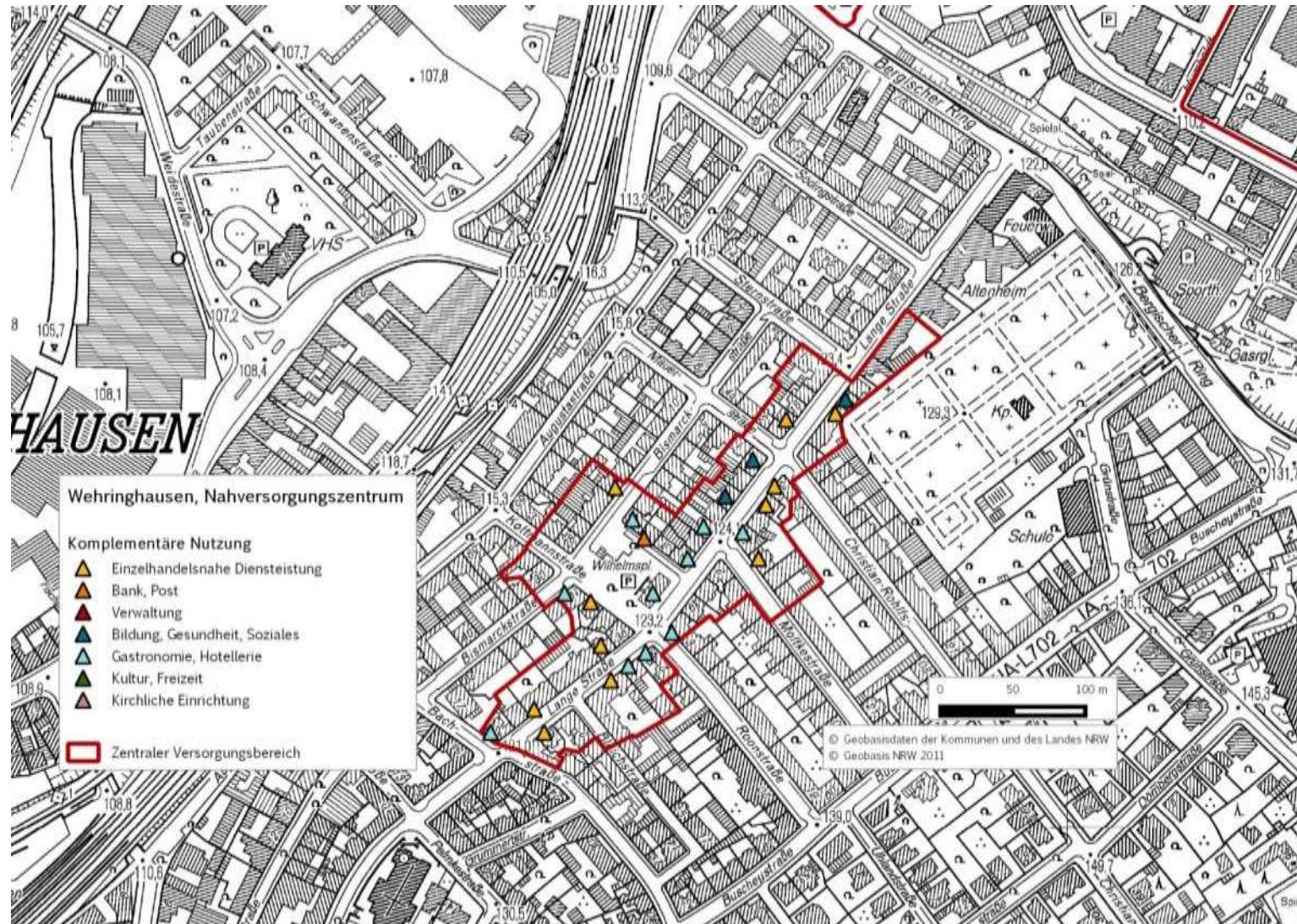


Abb.121: Zentraler Versorgungsbereich Westerbauer (Nahversorgungszentrum) - Kartierung Ergänzende Nutzungen 2012

