

Monitoringbericht zur Einzelhandelsentwicklung in Münster



Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung
Abteilung 61.2 – Vorbereitende Planung, Stadterneuerung
Fachstelle 61.21 – Räumliche Stadtentwicklung und Flächennutzungsplanung
Bearbeitung: Reinhard Hopp, Michael Telgmann
09/2014

**Monitoringbericht
zur Einzelhandelsentwicklung
in Münster**

Inhalt	Seite
1. Auftrag und Zielsetzung.....	6
2. Datengrundlage.....	6
3. Einordnung des Einzelhandelsstandortes Münster.....	7
4. Betriebe und Verkaufsfläche	8
5. Größenstruktur	10
6. Branchenstruktur	11
7. Räumliche Entwicklung.....	13
8. Nahversorgung	19
9. Bau-, Garten-, Möbelmärkte	30
10. Strategische Umsetzung	33
11. Schlussbetrachtung	35
12. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts	37

Abbildungsverzeichnis (Abb.)

Abbildung 1: Einzugsbereich Innenstadt Einzelhandel.....	7
Abbildung 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche 2003 - 2013.....	9
Abbildung 3: Einzelhandelsentwicklung 1993 - 2013.....	9
Abbildung 4: Einzelhandel mit weniger und mehr als 800m ² Verkaufsfläche.....	11
Abbildung 5: Branchenstruktur 2013.....	12
Abbildung 6: Veränderung nach Branchen 2003 - 2013.....	12
Abbildung 7: Einzelhandel nach zentralen, integrierten und dezentralen Lagen.....	14
Abbildung 8: Entwicklung der Betriebsanzahl in zentralen und integrierten Lagen.....	14
Abbildung 9: Entwicklung der Verkaufsflächen in zentralen und integrierten Lagen.....	14
Abbildung 10: Entwicklung der zentrenrelevanten Verkaufsfläche nach Raumkategorien.....	15
Abbildung 11: Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.....	22
Abbildung 12: Verkehrsmittelwahl nach Wegezweck.....	24
Abbildung 13: Umsetzung des Einzelhandelskonzepts als fortlaufender Prozess.....	34

Tabellenverzeichnis (Tab.)

Tabelle 1: Übergeordnete Daten zum Einzelhandelsstandort Münster.....	7
Tabelle 2: Veränderung des Einzelhandels über / unter 800 m ² Verkaufsfläche.....	10
Tabelle 3: Verteilung des Einzelhandels nach Raumkategorien.....	13
Tabelle 4: Lebensmittelmärkte \geq 200m ² Verkaufsfläche.....	19
Tabelle 5: Entwicklung der Drogeriemärkte seit 12/2010.....	27
Tabelle 6: Bau-, Garten-, Möbelmärkte mit mehr als 800m ² Verkaufsfläche.....	31
Tabelle 7: Baumarktausstattung 2014 im Vergleich.....	33

Kartenverzeichnis

Karte 1: Standortnetz der Lebensmittelmärkte mit mehr als 200 m ² Verkaufsfläche.....	21
Karte 2: Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel.....	23
Karte 3: Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte.....	26
Karte 4: Bestand und Veränderung der Drogeriemärkte 2011 - 2013.....	29
Karte 5: Standortnetz Bau-, Garten-, Möbelmärkte.....	32

Verzeichnis der Anlagen im Anhang

Anlage 1: Ansiedlungsräume für den Einzelhandel.....	39
Anlage 2: Münsteraner Sortimentsliste.....	40
Anlage 3: Konzeptionelle und rechtliche Grundlagen des Einzelhandelskonzepts.....	41
Anlage 4: Potenzial- / Verkaufsflächenanalyse gem. Einzelhandelskonzept 2009.....	42

Fotos

Alle Fotos Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung

1. Auftrag und Zielsetzung

Der Einzelhandel ist eine der dynamischsten Nutzungen in der Stadt, seine Entwicklungen haben erhebliche stadt- und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nach den Vorgaben des vom Rat der Stadt Münster beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts (kurz: Einzelhandelskonzept) in Verbindung mit den einschlägigen Rechtsgrundlagen gehört daher als Daueraufgabe zu den Kernthemen der Stadtentwicklung. Mit Beschluss über das Einzelhandelskonzept ist die Verwaltung beauftragt worden, regelmäßig über die Entwicklungen des Einzelhandels vor dem Hintergrund der Zielsetzungen des Konzepts zu berichten. Das Einzelhandelsmonitoring ist somit integraler Bestandteil der Konzeptumsetzung und dient auch dessen Wirkungskontrolle.

Der letzte Monitoringbericht zur Einzelhandelsentwicklung wurde mit der Vorlage V/0765/2010 vorgelegt. Ergänzend zum turnusmäßigen Monitoringbericht besteht seit 2011 zudem die Möglichkeit, aktuelle Informationen über die flächendeckende Bestands- und Nutzungsstruktur des Einzelhandels sowie die Zentrenstruktur in Münster über das Einzelhandelsinformationssystem im Internet abzurufen (geo.stadt-muenster.de/einzelhandel).

Vor dem Hintergrund der avisierten Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts analysiert der Bericht in knapper Form den Bestand und die relevanten Veränderungsparameter des Einzelhandels. Schwerpunktsetzungen erfolgen zum Thema Nahversorgung und – vor dem Hintergrund der Veränderungen im Baumarktsektor (Insolvenzen Praktiker und Max Bahr) – zum Thema großflächiger Einzelhandel in den Branchen Möbel, Baumarkt und Gartencenter.

Der Bericht widmet sich in der „Schlussbetrachtung“ der Fragestellung, ob die wesentlichen Ziele des Einzelhandelskonzepts

- ⇒ Sicherung und Entwicklung der oberzentralen Versorgungsfunktion Münsters (insbesondere der City/Innenstadt)
- ⇒ Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche (City/Innenstadt, Stadtbereichszentren, Grundversorgungszentren)
- ⇒ Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen
- ⇒ Sicherung von Gewerbeflächen für das Produzierende Gewerbe (d. h. Verhinderung nicht verträglicher Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten)

bisher erfolgreich umgesetzt werden konnten. Abschließend werden Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts benannt.

2. Datengrundlage

Zum Jahresende 2013 wurde die Einzelhandelsdatenbank im Amt für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung im Zuge der laufenden Beobachtung des Einzelhandelsgeschehens aktualisiert. Dies geschieht, ergänzend zur turnusmäßigen Vollerhebung aller Einzelhandelseinrichtungen im dreijährigen Rhythmus (zuletzt im Dezember 2012), auf der Basis von Pressemeldungen, der Auswertung von Bauakten oder gezielten Einzelerhebungen. Die sortimentsbezogene Verkaufsflächenermittlung erfolgt nach dem Schwerpunktprinzip, d. h. Randsortimentsflächen (z. B. Körperpflegeprodukte im Supermarkt oder Haushaltswaren im Möbelhaus) werden, um den regelmäßigen Erhebungsaufwand handhabbar zu halten, nicht differenziert erhoben (für Differenzierung der Sortimente vgl. Anlage 2). Über das Monitoring werden alle wesentlichen Veränderungen und insbesondere größeren Entwicklungen des Einzelhandels im Münster im laufenden Jahr erfasst. Darüber hinaus stehen aktuelle

münsterspezifische Datengrundlagen zum Einzelhandel der GfK GeoMarketing GmbH Nürnberg und der Comfort Hamburg GmbH zur Verfügung.

Der Bericht bezieht sich im Schwerpunkt auf die Einzelhandelsentwicklung zwischen Ende 2003 bis Ende 2013, also den Zeitraum seit Bestehen des Einzelhandelskonzepts (Ratsbeschluss Mai 2004).

3. Einordnung des Einzelhandelsstandortes Münster

Die Stadt Münster verfügt vor dem Hintergrund ihrer oberzentralen Funktion in Verbindung mit den umfangreichen und attraktiven Einzelhandelsangeboten in der Innenstadt und der Gesamtstadt über einen weiten, die Stadtgrenzen überschreitenden Einzugsbereich. In Münster und den umliegenden Münsterlandkreisen (Warendorf, Coesfeld, Steinfurt, Borken) leben rund 1,6 Mio. Einwohner. Gem. einer Analyse der Comfort Hamburg GmbH (Datengrundlage: Comfort Hamburg GmbH und GfK GeoMarketing, jeweils für 2014) erstreckt sich der unmittelbare Einzugsbereich des Innenstadt-einzelhandels bis südlich der A 30 im Norden, bis östlich von Warendorf im Osten, bis an den nördlichen Ruhrgebietsrand im Süden und bis zur A 31 im Westen (siehe Abb. 1).

In diesem Einzugsbereich lebten zum 01.01.2013 knapp 833.000 Einwohner. Die Einzelhandelsdaten untermauern die Attraktivität und Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes Münster. Die Münsteraner verfügen über eine überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft (106,5), die Umsatz- (140,2) und Zentralitätswerte (131,7) liegen weit über dem Bundesdurchschnitt (Index 100). Die seit Jahren hohe Zent-

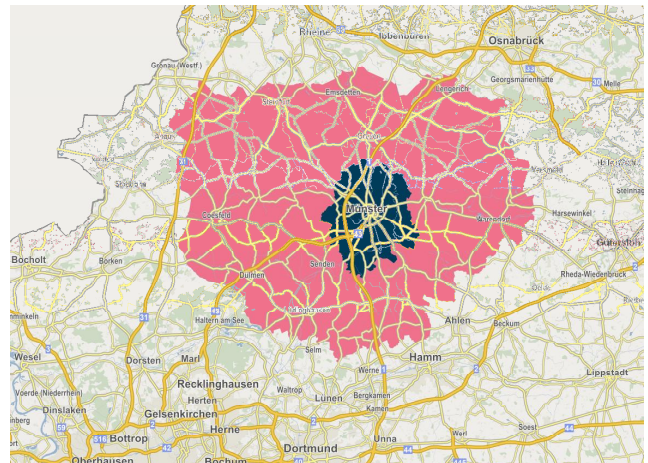


Abb. 1: Einzugsbereich Innenstadt-einzelhandel
Quelle: COMFORT Hamburg GmbH

ralitätskennziffer macht deutlich, dass der Umsatz des Münsteraner Einzelhandels deutlich die Nachfrage der Einwohner in Münster (Einzelhandelskaufkraft) übersteigt. Somit steht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von knapp 1,8 Mrd. Euro ein Umsatz des Münsteraner Einzelhandels von rd. 2,1 Mrd. Euro gegenüber. Auch die Gesamtverkaufsflächenausstattung je Einwohner von 2,18 m² Verkaufsfläche liegt deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Wert von 1,44 m². Dies trifft auch auf die Ausstattung mit Verkaufs-

Tab. 1: Übergeordnete Daten zum Einzelhandelsstandort Münster

Einwohner in MS (zum 31.12.2013)* ¹	298.518
Einwohner in MS und Einzugsbereich (zum 01.01.2013)* ²	832.693
Einzelhandelskaufkraft in MS (Mio. €)* ³	1.786
Einzelhandelsumsatz in MS (Mio. €)* ³	2.100
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer* ³	106,5
Umsatzkennziffer* ³	140,2
Zentralitätskennziffer* ³	131,7
Anzahl Einzelhandelsgeschäfte* ¹	2.014
Verkaufsfläche (m ²)* ¹	651.676
Verkaufsfläche je EW (m ²)* ¹	2,18
Verkaufsflächen Nahrungs- und Genussmittel je EW (m ²)* ¹	0,46

*1 Stadt Münster / Amt 61, *2 Comfort Hamburg GmbH (Einzelhandelsdaten für Münster 2014), *3 GfK GeoMarketing (Einzelhandelsdaten für Münster 2014)

flächen je Einwohner im Bereich Lebensmittelversorgung (Nahrungs- und Genussmittel) zu, die mit 0,46 m² über dem bundesdurchschnittlichen Wert von rd. 0,38 m² liegt.

4. Betriebe und Verkaufsfläche

Zum Jahresende 2013 wurden 2.014 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rd. 651.700 m² Verkaufsfläche in Münster ermittelt (vgl. Abb. 2). Das ist im Saldo ein Plus von 18 Betrieben und rd. 4.200 m² Verkaufsflächen gegenüber dem in der letzten Vollerhebung (12/2012) ermittelten Vorjahresstand, der bezogen auf die Anzahl der Betriebe einen Tiefststand im Vergleich der erfassten Stände in den letzten 10 Jahren darstellt. Die ermittelte Zunahme bei der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist auch auf die sukzessive Wiedernutzung von leer stehenden Ladenlokalen der ehemaligen Drogeriemarktketten Schlecker und Ihr Platz zurückzuführen. Die Schließung von über 40 Ladenlokalen im Zuge der Schlecker-Insolvenz war maßgeblich für den niedrigen Geschäftsstand zum Jahresende 2012 verantwortlich.

Die ermittelte Zunahme der Verkaufsfläche zum Ende 2013 gegenüber dem Vorjahresstand (rd. 4.200 m²) basiert u. a. auf der Neuan siedlung bzw. Eröffnung mehrerer Geschäfte am Alten Fischmarkt (z. B. „Strellson“, „Camp David“, „GANT-Store“) mit insgesamt rd. 2.300 m², aber auch auf Neuan siedlungen in den Stadtteilzentren (z. B. Lidl im Stadtteilzentrum Kinderhaus oder Rossmann im Stadtteilzentrum Mecklenbeck).

Der bundesweite Trend des stetigen Verkaufsflächenwachstums im Einzelhandel lässt sich auch in der Einzelhandelsentwicklung in Münster ablesen. So ist die Verkaufsfläche seit Ende 1993 stetig, zum Teil expansiv angestiegen, während der maßgeblich in den 90er Jahren vollzogene starke Rückgang der Einzelhandelsbetriebe seit 2003 mit leichten Schwankungen zu stagnieren scheint.



Dynamische Einzelhandelsentwicklung in Münster: Möbel Discount Finke, Stadtbereichszentrum Mecklenbeck, Alter Fischmarkt

Die Schere zwischen Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitigem Rückgang der Einzelhandelsbetriebe klafft weit auseinander (vgl. Abb. 3).

Allein in den letzten 10 Jahren seit Ende 2003 ist die Verkaufsfläche (ohne Kfz) in

Münster um knapp 70.000 m² angestiegen. Dies entspricht etwa der Größe von insgesamt 10 Fußballfeldern oder einem statistischen Zuwachs von rd. 7.000 m² Verkaufsfläche pro Jahr. Das dynamische Verkaufsflächenwachstum vergangener Jahre resultiert insbesondere aus Einzelhandelsgroßprojekten (z. B. Erweiterung Möbel Finke, Einzel-

- ⇒ „Bahnhof Hiltrup“
- ⇒ neues Stadtteilzentrum auf den Flächen der York-Kaserne
- ⇒ Modernisierung Coerdemarkt
- ⇒ Modernisierung Aaseemarkt

Darüber hinaus bestehen an gem. Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Sonderstandorten (z. B. Albersloher Weg / Loddenheide, Schiffahrter Damm, Robert-Bosch-Straße) Ansiedlungsmöglichkeiten für den großflächigen nicht zentren- bzw. innenstadtrelevanten Einzelhandel in einer Größenordnung von insgesamt über 20.000 m².

In den nächsten Jahren ist daher mit einem weiteren, wenn auch gegenüber der sehr dynamischen Entwicklung zwischen 2003 und 2009, abgeschwächten Wachstum der Verkaufsfläche zu rechnen. Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in Münster wird sich in den nächsten Jahren voraussichtlich wenig verändern und um einen Bestand von rd. 2.000 Betrieben einpendeln.

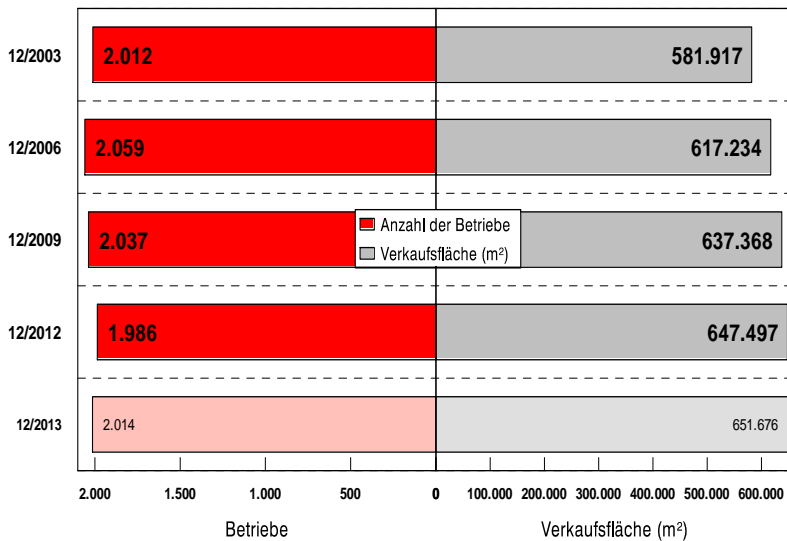


Abb. 2: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche 2003 - 2013

handelsgroßprojekte in der Innenstadt), aber auch aus der sukzessiven Ausweitung des Standortnetzes der Lebensmitteldiscounter durch Neuansiedlungen.

Zurzeit befinden sich – vornehmlich in den zentralen Lagen der Stadt – noch verschiedene bedeutsame Entwicklungsvorhaben mit maßgeblichen Einzelhandelsflächen in einer Gesamtgrößenordnung von deutlich über 20.000 m² Verkaufsflächenpotenzial in der Planungs- bzw. Realisierungs- oder Umsetzungsphase:

- ⇒ Erweiterung Zentrum Kinderhaus, Fertigstellung 2. Teilabschnitt* Eröffnung 08/2014
- ⇒ Stadtbereichszentrum Mecklenbeck, Eröffnung 2. Teilabschnitt
- ⇒ Stadtbereichszentrum „Hafencenter“ am Hansaring
- ⇒ Neubau HBF Münster

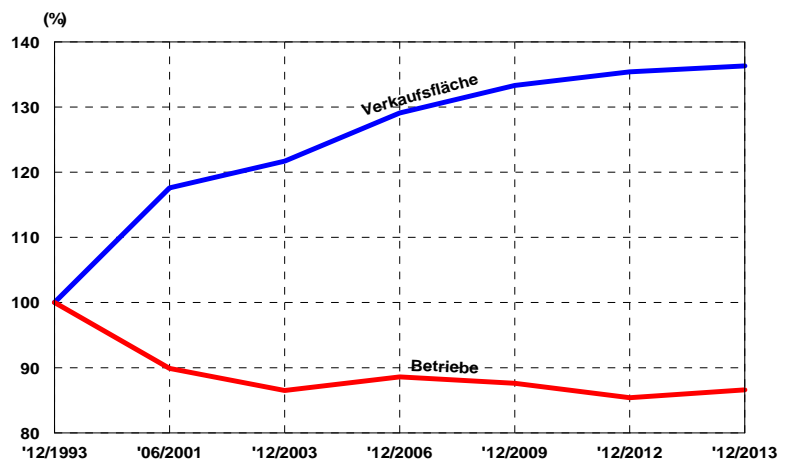


Abb. 3: Einzelhandelsentwicklung 1993 - 2013

5. Größenstruktur



Dem allgemeinen Trend in der Einzelhandelsentwicklung folgend, nimmt auch in Münster das Gewicht des sog. großflächigen Einzelhandels, der in rechtlicher Hinsicht wegen seiner möglichen städtebaulichen Auswirkungen auf die Einzelhandels- und Versorgungsstruktur einer besonderen planerischen Steuerung unterliegt, seit Jahren kontinuierlich zu. So verringerte sich im Saldo in den letzten 10 Jahren (12/2003 bis 12/2013) der Anteil der Einzelhandelsgeschäfte mit



Tab. 2: Veränderung des Einzelhandels mit weniger und mehr als 800 m² Verkaufsfläche (12/03 -12/13)

Größenklassen (m ²)	Betriebe (Anzahl)			Verkaufsfläche (m ²)		
	12/03	12/13	Diff.: 2/03 - 12/13	12/03	12/13	Diff.: 12/03 - 12/13
Summe: unter 800	1.863	1.843	-20	223.380	238.923	15.543
Summe: 800 und mehr	149	171	22	358.537	412.753	54.216
Gesamtsumme	2.012	2.014	2	581.917	651.676	69.759



weniger als 800 m² um 20 Betriebe, während die Einrichtungen mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche um 22 zunahmen. Im gleichen Zeitraum ergab sich für den Einzelhandel mit mehr als 800 m² ein Wachstum von gut 54.000 m² Verkaufsfläche, das damit dreieinhalb mal so groß wie der Zuwachs von lediglich rd. 15.500 m² Verkaufsfläche bei den nicht großflächigen Betrieben war. Diese Zahlen bestätigen den ungebrochenen Trend zur Konzentration des Einzelhandels auf großflächige Betriebskonzepte insbesondere in der Fachmarktbranche (z. B. Möbel, Sport, Spielwaren etc.) und im Lebensmitteleinzelhandel (Discounter, Supermärkte etc.).



Geschäfte mit weniger als 800m² Verkaufsfläche (Edeka, Netto) und mehr als 800m² Verkaufsfläche (Toys'R'Us, HIT)

Das unterschiedliche Gewicht von großflächigen und nicht großflächigen Einzelhandelsgeschäften wird besonders bei der Trennung

nach Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche deutlich (vgl. Abb. 4). Den eindeutigen Schwerpunkt der Betriebe stellen mit rd. 91 % die nicht großflächigen Geschäfte mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche, wobei hier die sehr kleinen Ladenlokale bis 100 m² Verkaufsfläche dominieren. Die großflächigen Betriebe, zu denen auch große Möbelhäuser und Bau- und Gartenmärkte zählen, binden dagegen rd. 2/3 der Gesamtverkaufsfläche in Münster. Dennoch prägen die kleinflächigen Geschäfte, die sich vornehmlich in den zentralen Lagen der Stadt befinden, in ganz entscheidendem Maß das Erscheinungsbild, die Vielfalt und Lebendigkeit des Einzelhandels in Münster. Davon profitieren besonders die Innenstadt und die Stadtteilzentren. Dass dies so bleibt, ist ein wesentliches Ziel der Umsetzung des Münsteraner Einzelhandelskonzepts.

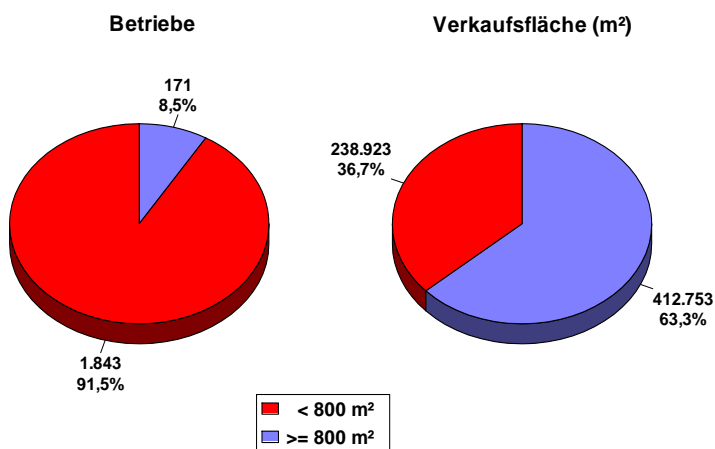


Abb. 4: Einzelhandel mit weniger und mehr als 800m² Verkaufsfläche

6. Branchenstruktur

Die Branchenstruktur des Münsteraner Einzelhandels wird sowohl nach Anzahl der Betriebe als auch in Bezug auf den Verkaufsflächenanteil durch die drei Segmente Nahrungs- und Genussmittel (24,7 % bzw. 20,7 %), Bekleidung / Schuhe (16,2 % bzw. 16,6 %) und Hausrat / Einrichtung / Möbel (11,1 % bzw. 19,6 %) dominiert. Die weitere Branchenstruktur nach Anzahl der Betriebe teilt sich relativ breit gefächert auf, wobei insbesondere die Branchengruppen Apotheke / Körperpflege und Druckerzeugnisse / Bürobedarf einen hohen Anteil aufweisen. Bei den Verkaufsflächen liegt die Branchengruppe Bau-, Gartenartikel fast gleich auf mit dem Segment Bekleidung / Schuhe. Alle anderen Branchengruppen folgen mit großem Abstand und erheblich geringeren Verkaufsflächenanteilen (vgl. Abb. 5).

Bei der Entwicklung der Branchengruppen in den letzten 10 Jahren zeigt sich ein gemischtes Bild. In zahlreichen Branchengruppen mit Schwerpunkt in den Segmenten Apotheke / Körperpflege (- 10,9 %) und Elektrowaren (- 10,5 %) hat die Anzahl der Geschäfte abgenommen. Dies ist zum einen auf die Schlecker Insolvenz (Apotheke/Körperpflege) zurückzuführen und zum anderen, so die Vermutung, auf den zunehmenden Anteil des Online-Handels bei Elektrowaren mit Auswirkungen auf den stationären Fachhandel.

Eine signifikante Zunahme der Betriebsanzahl hat es dagegen in der Branchengruppe Zweiräder + Zubehör (+ 26,9 %) gegeben, gefolgt von den Gruppen Bekleidung / Schuhe (+ 9,6 %) und Spiel / Hobby / Sport (+ 7,7 %). Die Verkaufsflächen sind in den meisten Branchen zum Teil erheblich angestiegen. So ist in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe und Spiel / Hobby / Sport jeweils eine Zunahme von über 34 % der Verkaufsfläche zu verzeichnen. Auch in weiteren Branchen, so z. B. bei Zweirad + Zubehör und Hausrat / Einrichtung / Möbel (jeweils rd. 20 %) sowie

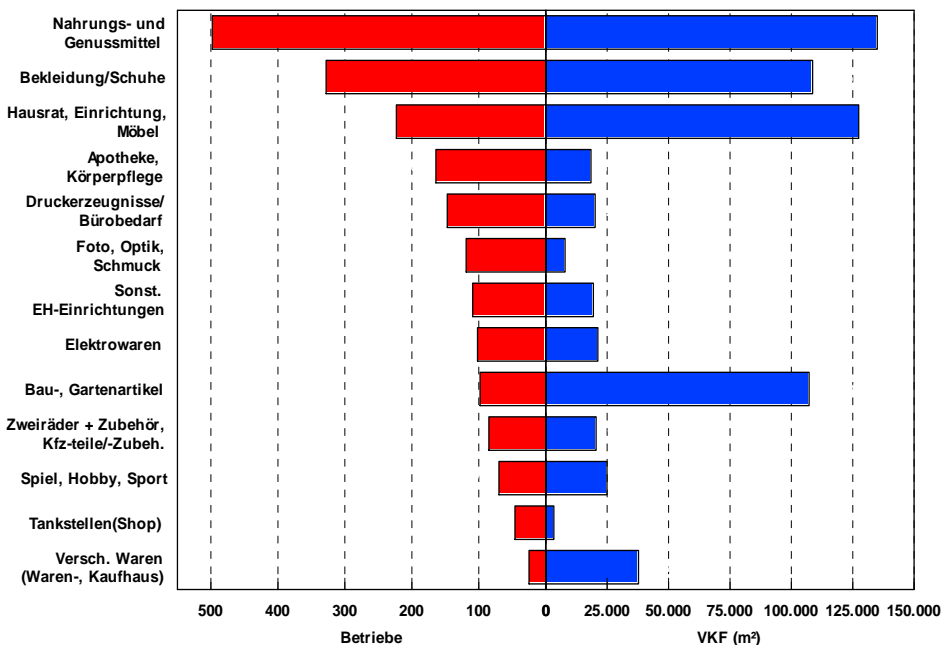


Abb. 5: Branchenstruktur 2013

im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 15 %) hat es nennenswerte Verkaufsflächen-zuwächse gegeben.

Das deutliche Wachstum der Segmente Bekleidung / Schuhe und Spiel / Hobby / Sport ist insbesondere auf die dynamische Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt zurückzuführen. Die Großprojekte Münster Arkaden, Hanse-Carré, Stubengasse und Alter Fischmarkt mit ihren zahlreichen Geschäften haben maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Besonderes Augenmerk ist auch auf die Entwicklung in der Zweiradbranche zu legen. Hier hat neben einem Zuwachs der Verkaufsfläche auch die Anzahl der Geschäfte erheblich zugelegt (plus 18 seit 2003). Die Standorte der entsprechenden Fahrradgeschäfte bzw. -märkte befinden sich, abgesehen von drei großflächigen Anbietern, maßgeblich in den zentralen Versorgungsbereichen und integriert in den Wohngebieten. Dies spricht für die Attraktivität des Radfahrens in Münster und dafür, dass der Fahr-

radladen in Wohnungsnähe geschätzt wird und quasi zur Grundversorgung der Radler gehört. In dieses Bild passt auch, dass ein großflächiger Fahrradfachmarkt, der sich erst im Jahr 2007 an einem dezentral gelegenen, autoorientierten Standort an der Robert-Bosch-Str. neu angesiedelt hatte, das Geschäft aufgegeben und den Standort Münster im Jahr 2012 wieder verlassen hat.

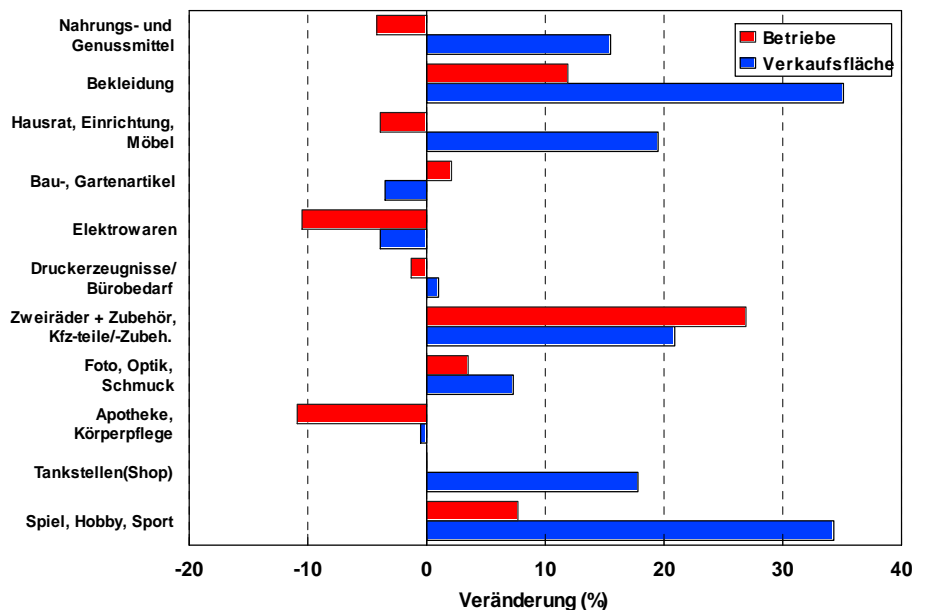


Abb. 6: Veränderung nach Branchen 2003 - 2013

7. Räumliche Entwicklung



Städtebaulich integrierte (Rewe) und nicht integrierte Lage (Media Markt, Lidl)

Die räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ist das Kernanliegen des Einzelhandelskonzepts. Insbesondere geht es darum, Ansiedlungen und Erweiterungen des großflächigen (mehr als 800 m² Verkaufsfläche), zentrenrelevanten Einzelhandels in die vorhandenen und neu geplanten zentralen Versorgungsbereiche zu lenken bzw. entsprechende Entwicklungen außerhalb dieser Bereiche zu verhindern. Daraus resultiert sowohl eine Schutzwirkung für die bestehenden als auch eine die Entwicklungsoptionen fördernde Wirkung für die neu geplanten zentralen Versorgungsbereiche

gemäß Einzelhandelskonzept (z. B. neues Stadtteilzentrum Gremmendorf). Die Verteilung des Einzelhandels auf die definierten unterschiedlichen Raumkategorien des Einzelhandelskonzepts zeigt (vgl. Tab. 3 u. Anlage 1), dass rd. 85 % aller Einzelhandelsbetriebe und rd. 59% der Gesamtverkaufsfläche in Münster innerhalb der zentralen und integrierten Lagen lokalisiert sind. Entsprechend der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Funktion und Bedeutung der einzelnen Kategorien innerhalb dieser Lagen ist die City/Innenstadt mit 31 % aller Betriebe in Münster und 27 % der Gesamtverkaufsfläche der überragende Einzelhandelsstandort innerhalb von Münster. Mit abgestuften Werten entsprechend ihrer Versorgungsbedeutung folgen die Kategorien Stadtbereichszentren (22 % der Betriebe, 16 % der Verkaufsfläche), Grundversorgungszentren (11 % bzw. 7 %), Nahbereichszentren (5 % bzw. 3 %) und die „Sonstigen integrierten Lagen“, dies sind im wesentlichen Wohn- und Mischgebiete (16 % bzw. 6%).

Die dezentralen bzw. nicht integrierten Lagen, dabei handelt es sich um Gewerbegebiete und Sondergebiete außerhalb der Wohnsiedlungsbereiche, nehmen in Bezug auf den Anteil der Gesamtverkaufsfläche in Münster neben der City/Innenstadt ebenfalls

Tab. 3: Verteilung des Einzelhandels nach Raumkategorien (12/2013)

	Raumkategorien	EH-Einrichtungen		Verkaufsfläche (m ²)	
		Anz.	(%)	(m ²)	(%)
zentrale, integrierte Lagen	City/Innenstadt	633	31	177.213	27
	Stadtbereichszentren	439	22	104.059	16
	Grundversorgungszentren	230	11	46.213	7
	Nahbereichszentren	97	5	18.095	3
	Sonstige integrierte Lagen	321	16	40.416	6
	Summe:	1.720	85	385.996	59
dezentrale Lagen	Sonderstandort / Fachmarktzentrum	71	4	146.523	22
	Sonstige dezentrale Lagen	223	11	119.157	18
	Summe:	294	15	265.680	41
Gesamtsumme:		2.014	100	651.676	100

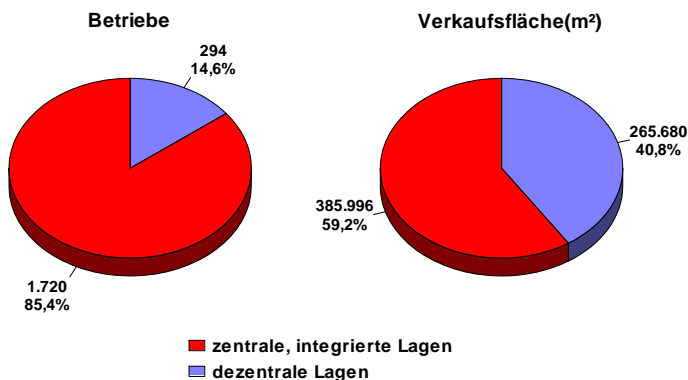


Abb. 7: Einzelhandel nach zentralen, integrierten und dezentralen Lagen

eine besondere Stellung ein. Hier tritt die im Einzelhandelskonzept ausgewiesene Standortkategorie Sonderstandort / Fachmarktzentrum mit zwar nur 4 % aller Betriebe, aber 22 % der Gesamtverkaufsfläche hervor. Der hohe Anteil der Verkaufsfläche resultiert insbesondere aus der Lokalisierung von z. T. sehr großflächigen Möbelhäusern (z. B. Fiske), Baumärkten und Gartencentern an diesen Standorten. Auch die „Sonstigen dezentralen Lagen“, hierunter fallen im Schwerpunkt Streulagen des Einzelhandels in Gewerbegebieten und zu einem sehr geringen Anteil auch Außenbereichsstandorte (z. B. Hofverkauf), binden in der Summe 11 % der Betriebe und 18 % der Verkaufsfläche in Münster.

Die nebenstehenden Grafiken zeigen die Entwicklung des Einzelhandels nach Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche in den zentralen und integrierten Lagen. Mit der 1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts im Jahr 2009 wurde für zahlreiche zentrale Bereiche eine Änderung der räumlichen Abgrenzung und z. T. auch der Funktionszuweisung erforderlich. Daraus resultiert, in den Grafiken durch die versetzten Linien ab dem Datenstand 12/2009 kenntlich gemacht, ein leicht veränderter Einzelhandelsbesatz (Betriebe und Verkaufsfläche) in den einzelnen Raumkategorien. Der Blick auf die Entwicklung des Einzelhandels in

den zentralen Versorgungsbereichen zeigt (vgl. Abb. 8 u. 9), dass diese durch die gezielte Einzelhandelssteuerung gestärkt werden oder ihren Status Quo i. d. R. halten konnten. In der City/Innenstadt und in den Stadtbereichs- und Grundversorgungszentren ist im Zeitraum seit Anwendung des Einzelhandelskonzepts (ab Anfang 2004) eine positive Verkaufsflächenentwicklung festzustellen. Dies gilt mit Abstrichen auch für die Entwicklung der Betriebsanzahl.

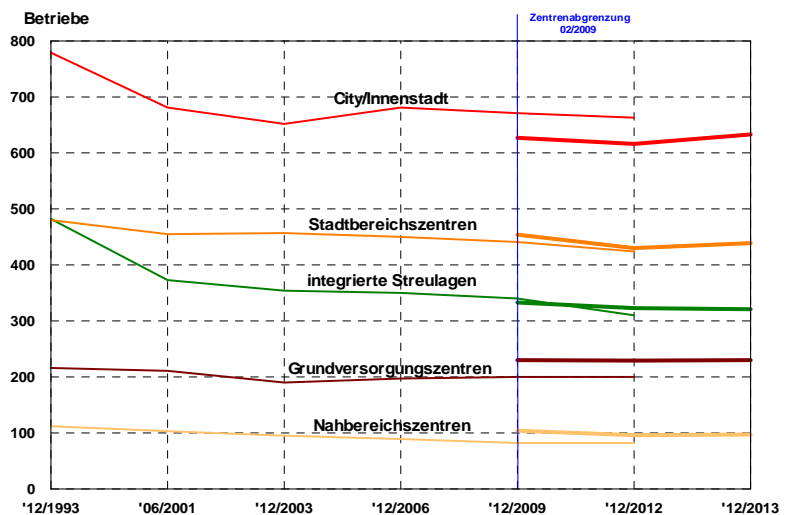


Abb. 8: Entwicklung der Betriebsanzahl in zentralen und integrierten Lagen 1993 - 2013

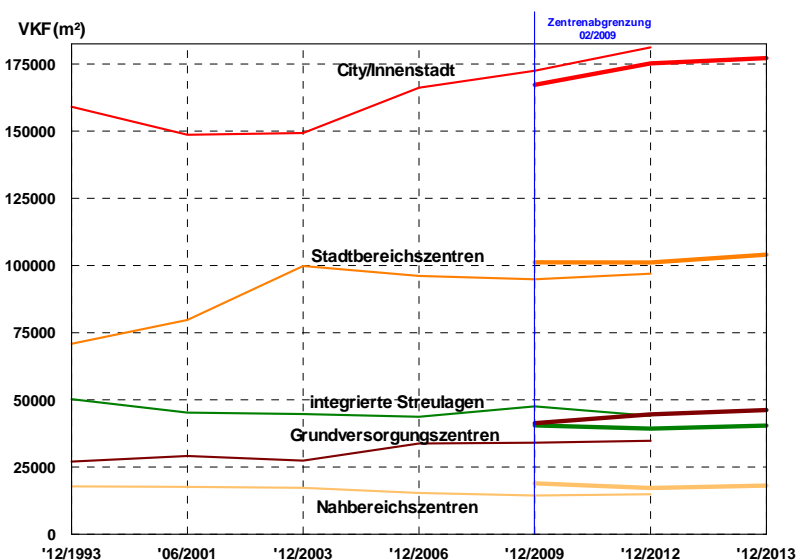


Abb. 9: Entwicklung der Verkaufsfläche in zentralen und integrierten Lagen 1993 - 2013



Entwicklung in der City/Innenstadt: Stubengasse/Hanse-Carreé, Einzug des Herrenausstatters Pohland in das umgebaute Gebäude der ehemaligen Dresdener Bank im September 2014

Insbesondere in der City/Innenstadt ist in den letzten 10 Jahren ein erheblicher Verkaufsflächenzuwachs von rd. 30.000 m² zu verzeichnen. Erfreulich ist auch, dass die Grundversorgungszentren (Stadtteilzentren) deutlich an Verkaufsfläche zulegen konnten.

Ungünstigere Entwicklungsverläufe nehmen dagegen die kleinen Nahbereichszentren mit einer Stagnation und die integrierten Streulagen mit einer kontinuierlichen Abnahme der Verkaufsfläche. Diese Standortlagen gehören offensichtlich nicht zur ersten Präferenz des Einzelhandels. Ob der aktuelle Status Quo des Einzelhandelsbesatzes in diesen Lagen in den

nächsten Jahren gehalten werden kann, ist vor dem Hintergrund des allgemeinen Entwicklungstrends (Großflächigkeit, frequenzstarke Standorte) fraglich.

Für die Beurteilung der Steuerungswirkung des Einzelhandelskonzepts ist insbesondere die räumliche Entwicklung des Einzelhandels mit den zentrenrelevanten Sortimenten von Bedeutung (vgl. Anlage 2). Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten sollen wegen ihrer möglichen schädlichen Wirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (durch Kaufkraftabzug), insbesondere wenn sie großflächig sind, auf die planerisch gewünschten Standorte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelenkt und im Gegenzug an dezentralen Standorten verhindert werden. Ob und inwieweit dies gelungen ist, zeigt ein Blick auf die Entwicklung der Einzelhandelsverkaufsfläche nach Zentrenrelevanz in den einzelnen Raumkategorien (vgl. Abb. 10). Die Grafik zeigt die Veränderungen der Einzelhandelsverkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten in den Zeiträumen vor (12/1993 bis 12/2003) und nach (12/2003 bis 12/2013) Anwendung des Einzelhandelskonzepts als Grundlage für die Einzelhandelssteuerung. Aus Gründen der Datenvergleich-

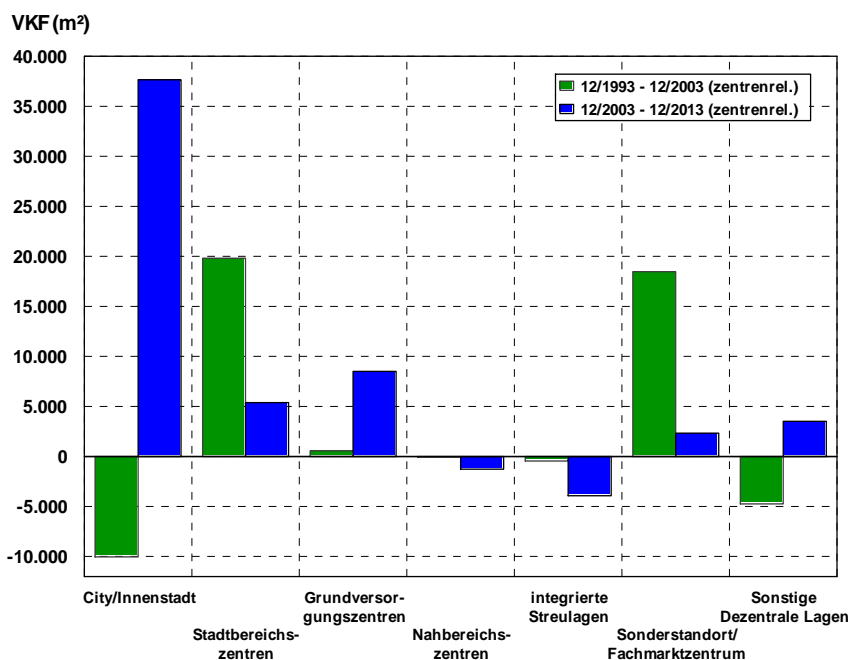


Abb. 10: Entwicklung der zentrenrelevanten Verkaufsfläche nach Raumkategorien 1993 - 2003 - 2013

barkeit basiert die Auswertung auf den Raumabgrenzungen des Einzelhandelskonzepts 2004.

Insbesondere die **City/Innenstadt** konnte gegenüber einer Phase des Verkaufsflächenrückgangs in den 90er Jahren mit einem Plus von über 35.000 m² nach 2003 extrem stark an zentrenrelevanter Verkaufsfläche zulegen. Die hierfür maßgeblichen Projekte wurden bereits in den vorangegangenen Kapiteln genannt. Aktuell wird das Einzelhandelsangebot durch den Umbau des Gebäudes der ehemaligen Dresdener Bank (Königsstraße) mit Einzug des Herrenausstatters Pohland auf einer Verkaufsfläche von 1.800 m² ergänzt. In den **Stadtbereichszentren** sind auch schon vor 2003, auf der Basis des seinerzeitigen Zentrenkonzepts als Vorläufer des heutigen Einzelhandelskonzepts, zahlreiche zentrenrelevante Einzelhandelsvorhaben realisiert worden (z. B. Saturn im York Center). Die entsprechende Verkaufsfläche ist dadurch um rd. 20.000 m² angestiegen. Auch zwischen 2003 und 2013 ist die zentrenrelevante Verkaufsfläche um weitere ca. 5.000 m² gewachsen. Dieser Trend wird sich in den nächsten Jahren mit neuen Zuwächsen in nennenswertem Umfang fortsetzen, da mehrere in Realisierung befindliche Einzelhandelsvorhaben in dieser Zentrenkategorie, z. B. in den Stadtbereichszentren Kinderhaus und Mecklenbeck, zum Abschluss kommen. Weitere Entwicklungen in den Stadtbereichszentren am Hansaring (Hafencenter) und in Hilstrup-Mitte (Bahnhofsvorbereich) mit ebenfalls größeren Verkaufsflächenanteilen befinden sich noch in der Planungsphase.

Sehr erfreulich aus Sicht des Einzelhandelskonzepts ist auch die deutliche Verkaufsflächenzunahme im Bereich zentrenrelevanter Sortimente in der Kategorie der **Grundversorgungs- bzw. Stadtteilzentren**. Hier ist nach einer Phase der Stagnation in den 90er Jahren ab 2003 wieder ein deutlicher Zuwachs von rd. 8.000 m² Verkaufsfläche zu verzeichnen. Diese positive Entwicklung be-

ruht im Wesentlichen auf den zahlreichen Ansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen von Lebensmittelvollsortimentern und Discountern.



Oben: Erweiterung des Stadtbereichszentrums Kinderhaus. Unten: Die Planungen zur Umstrukturierung des Stadtteilzentrums Coerde laufen

Hierunter fallen z. B. die Marktansiedlungen in den zentralen Versorgungsbereichen in Kinderhaus, Nienberge, Roxel und Mecklenbeck (K&K, Lidl) oder auch die z. Tl. großzügigen Verkaufsflächenerweiterungen zahlreicher Märkte (z. B. Edeka in Wolbeck). Den entsprechenden Ansiedlungen gingen zum Teil jahrelange Vorplanungen voraus. In vielen Fällen hat erst die Abwehr diverser, auf die Ortsränder oder Gewerbegebiete außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gerichteter Ansiedlungsbegehren der Einzelhandelsunternehmen den Weg für Investitio-

nen in den zentralen Lagen ermöglicht. Da gerade die Lebensmittelmärkte aufgrund ihrer Magnet- und Frequenzwirkung für die Funktions- und Zukunftsfähigkeit der Grundversorgungszentren eine wichtige Rolle spielen, ist dieser Entwicklung eine hohe Bedeutung beizumessen. Sie bestätigt die bisher erfolgreiche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts und ist zugleich Ansporn, den eingeschlagenen Weg der zentrenorientierten Einzelhandelssteuerung gerade auf der Ebene der Grundversorgungs- und Stadtteilzentren weiter konsequent umzusetzen.



*Penny Markt im Nahbereichszentrum Hilstrup-Ost,
Solitärage Netto Markt am Hohen Heckenweg*

Im Gegensatz zu den höherrangigen Zentren, von der City bis zu den Stadtteilzentren, ist für die kleineren **Nahbereichszentren** und die **integrierten Streulagen (Solitärlagen)** des Einzelhandels in den Wohnquartieren kein Zuwachs an zentrenrelevanter Verkaufs-

fläche festzustellen. Im Gegenteil ergibt sich, insbesondere für die integrierten Streulagen, nach 2003 ein nicht unerheblicher Verkaufsflächenrückgang. Diese Entwicklung ist auch eine Folge des Konzentrationsprozesses im Einzelhandel, der immer stärker auf verkehrlich gut angebundene frequenzstarke Lagen setzt und sich aus den Wohngebieten zurückzieht. Der Verkaufsflächenverlust nach 2003 ist insbesondere auch auf die Insolvenz und Schließung aller Filialen der Firma Schlecker bzw. Ihr Platz zurückzuführen. Diese Filialen waren flächendeckend im gesamten Stadtgebiet ansässig und fanden nach der Schließung in vielen Fällen keine Nachnutzung als Einzelhandelsgeschäft. Einige Filialen stehen heute noch leer, andere wurden umgenutzt (z. B. für Dienstleistungen), wenige konnten für Einzelhandelszwecke weitergenutzt werden.

Eine wichtige Information über die wirksame Umsetzung des Einzelhandelskonzepts lässt sich aus der Entwicklung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den Kategorien **Sonderstandort/Fachmarktzentrum** und **sonstige dezentrale Streulagen** herausfiltern. Diese Standortkategorien befinden sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und integrierten Lagen und werden daher auch als dezentrale Lagen bezeichnet. Die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten in diesen Bereichen ist nach den Vorgaben des Einzelhandelskonzepts zu verhindern, um die zentralen Versorgungsbereiche zu schützen (vgl. Anlage 1 und 2). Dies geschieht i. d. R. durch die Anpassung der einzelhandelsbezogenen Festsetzungen der für diese Bereiche bestehenden Bebauungspläne an die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts oder durch die Neuaufrichtung entsprechender Bebauungspläne.

Die Auswertung der Daten zeigt, dass auch nach 2003 ein vergleichsweise geringer Verkaufsflächenzuwachs mit zentrenrelevanten Sortimenten in diesen Kategorien zu ver-

zeichnen ist. Diese Entwicklungen sind jedoch ausschließlich durch die Nachwirkung „alten“ bzw. bestehenden Planungsrechts vor Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts im Frühjahr 2004 bedingt. Für einige Bebauungspläne, die zum Teil kurz vor Aufstellung des Einzelhandelskonzepts im Jahr 2004 Rechtskraft erlangten und seitens der Stadt Münster nur unter Inkaufnahme von Entschädigungszahlungen an die Ziele des Einzelhandelskonzepts hätten angepasst werden können, wurde nach Prüfung des einzelhandelsbezogenen „Gefährdungspotenzials“ entschieden, deren Einzelhandelsfestsetzungen nicht zu ändern. Auf dieser Grundlage fanden z. B. die Ansiedlungen des Fahrradfachmarktes BOC an der Robert-Bosch-Str. oder des Dänischen Bettenlagers an der Königsberger Str. statt.



Zurzeit (08/2014) leer stehendes Ladenlokal des ehemaligen Fahrradfachmarktes „BOC“ am Sonderstandort Robert-Bosch-Straße

Neuansiedlungen bspw. eines Lebensmitteldiscounters oder eines Bekleidungsfachmarktes auf einem Gewerbegebietsstandort hat es dagegen in Übereinstimmung mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts seit dessen Anwendung nicht mehr gegeben. Des Weiteren ist der Zuwachs zentrenrelevanter Verkaufsflächen an dezentralen Standorten durch die Ansiedlung von in Gewerbegebieten zulässigen Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben begründet, die auf unterge-

ordneten Flächen selbst hergestellte oder verarbeitete Waren verkaufen (z. B. Getränkehandel oder Großbäckerei mit angegliederter untergeordnetem Verkauf an Endverbraucher).

Bei der Einzelhandelssteuerung auf dezentralen Standorten wird den sog. zentrenrelevanten Randsortimenten, die in nahezu allen großflächigen Fachmärkten mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten mit angeboten werden, besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Zum Geschäftsmodell des großflächigen Einzelhandels gehört die Gestaltung eines für die Kunden interessanten möglichst vielfältigen und umfangreichen Randsortiments (z. B. Bilder / Kunstdrucke oder Haushaltswaren in Möbelmärkten). Auch zentrenrelevante Randsortimente können sich, wenn sie auf überdimensionierten Flächen angeboten werden, zentrenschädlich auswirken. Daher ist der Anteil der für diese Sortimente zulässigen Verkaufsfläche an dezentralen Standorten gem. Einzelhandelskonzept in Verbindung mit den einschlägigen Rechtsgrundlagen auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche begrenzt. Die Einhaltung dieser Grenze wird in den Genehmigungsverfahren dezidiert überprüft – und zwar auf der Grundlage der Antragsunterlagen und bei der späteren Bauabnahme. Nicht selten müssen Antragsteller daraufhin den Anteil zentrenrelevanter Sortimente in ihren Konzepten reduzieren.

Unter den v. g. Rahmenbedingungen wird es auch zukünftig immer einen begrenzten Flächenzuwachs mit zentrenrelevanten Verkaufsflächen an dezentralen Standorten geben können. Bei weiter konsequenter Umsetzung der Vorgaben des Einzelhandelskonzepts in Verbindung mit dem Einsatz des relevanten städtebaurechtlichen Instrumentariums kann allerdings gewährleistet werden, dass es sich hierbei ausschließlich um rechtlich zulässige und zentrenverträgliche Entwicklungen handeln wird.

8. Nahversorgung

Die Grundversorgung der Bevölkerung mit Angeboten des sog. täglichen Bedarfs wird, neben den zahlreichen Geschäften des Ladenhandwerks (Bäckerei, Konditorei, Fleischerei), im Wesentlichen durch die Lebensmittel- und Drogeriemärkte getragen. Ergänzt wird dieses stationäre Netz durch die zahlreichen Wochenmärkte, deren Beiträge zur Grundversorgung insbesondere in Stadtteilen mit unterdurchschnittlichem Einzelhandelsangebot von Bedeutung sind. Im Folgenden wird das Standortnetz der Nahversorgung separat für die Bereiche Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte analysiert.

Lebensmittelmärkte

Von besonderer Bedeutung für die Verbraucher in Münster ist die Möglichkeit der wohnungsnahen Grundversorgung mit Lebensmitteln. Den eindeutigen Schwerpunkt dieser Versorgung übernehmen die Super- und Verbrauchermärkte

als sog. Vollsortimenter und die Lebensmitteldiscounter. Vollsortimenter und Discounter unterscheiden sich u. a. für den Kunden wahrnehmbar hinsichtlich Artikelanzahl und Verkaufsfläche. Moderne Vollsortimenter streben eine Verkaufsfläche von min. 1.200 bis 1.500 m² und zum Teil auch darüber hinaus an und haben i. d. R. deutlich mehr als 10.000 Artikel im Angebot. Z. B. bietet der neue Vollsortimenter Kaufpark im Zentrum Kinderhaus rd. 25.000 Artikel auf 1.700 m² Verkaufsfläche an. Bei

den Discountern sind es min. 800 bis 1.200 m² Verkaufsfläche (zum Teil auch darüber hinaus) mit durchschnittlich rd. 1.400 Artikeln und damit erheblich weniger als bei den Vollsortimenter. Vollsortimenter und Discounter sind in Münster durch folgende Unternehmen vertreten:

Vollsortimenter: Edeka, Rewe/Kaufpark, K&K und Markant

Discounter: Aldi, Lidl, Netto und Penny.

Zusätzlich zu diesen Märkten bieten die Selbstbedienungswarenhäuser Marktkauf und HIT einen großflächigen Angebotschwerpunkt im Bereich Lebensmittel. Hinzu kommt das wachsende Angebot zahlreicher Biomärkte, die ein volles Sortiment an biologischen Lebensmitteln offerieren (SuperBioMarkt 6x, denn's Biomarkt 1x) und einige, in der Regel privat betriebene Lebensmittelgeschäfte (z. B. asiatische Lebensmittel), die

Tab. 4: Lebensmittelmärkte \geq 200 m² Verkaufsfläche (Stand 12/2013)

Betreiber	Märkte (Anzahl)	Verkaufsfläche (m ²)	Ø Verkaufsfläche (m ²)
Edeka	19	19.638	1.034
Rewe (12x) / Kaufpark (6x)	18	19.782	1.099
K&K	8	7.240	905
Markant	2	2.110	1.055
Summe Vollsortimenter	47	48.770	1.038
Aldi	14	10.961	719
Lidl	12	10.883	862
Netto	11	7.155	650
Penny	2	1.702	851
Summe Discounter	39	30.701	787
Marktkauf (2x), HIT (1x)	3	16.850	5.617
BioSuperMarkt (6x), denn's Biomarkt (1x)	7	3.071	439
Sonstige	6	2.388	398
Summe Gesamt	102	101.780	858*

*) ohne die großflächigen Märkte Marktkauf und HIT

allerdings ein reduziertes Angebot gegenüber den Vollsortiment- und Discountmärkten führen.

Zum 31.12.2013 gab es in Münster insgesamt 102 Lebensmittelmärkte (ab 200 m² Verkaufsfläche) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 101.800 m². Diese Märkte, darunter im Schwerpunkt die Vollsortimenter und Discounter mit zusammen 86 Betrieben und rd. 79.470 m², bilden mit ihrem Versorgungsangebot das Rückgrat und das Standortnetz der Grundversorgung in Münster. Auffällig ist das Kopf-an-Kopf-Rennen der großen Ketten, sowohl bei den Vollsortimentern als auch bei den Discountern. Bei den Vollsortimentern liegen die Konzerne Edeka und Rewe (dazu gehört auch Kaufpark) mit 19 bzw. 18 Betrieben und einer nahezu identischen Gesamtverkaufsfläche mit jeweils ca. knapp 20.000 m² fast gleich auf. Bei den Discountern halten sich Aldi und Lidl mit 14 bzw. 12 Betrieben und jeweils knapp 11.000 m² Verkaufsfläche fast die Waage. Diese Zahlen machen deutlich, dass der harte Wettbewerb der großen Konzerne um Marktanteile im Lebensmitteleinzelhandel dazu führt, dass dem jeweiligen Konkurrenten keine Vorteile zugebilligt werden und dadurch bedingt, zumindest was die Anzahl und den Verkaufsflächenumfang des Standortnetzes anbelangt, zurzeit ein Kräftegleichgewicht in Münster besteht.

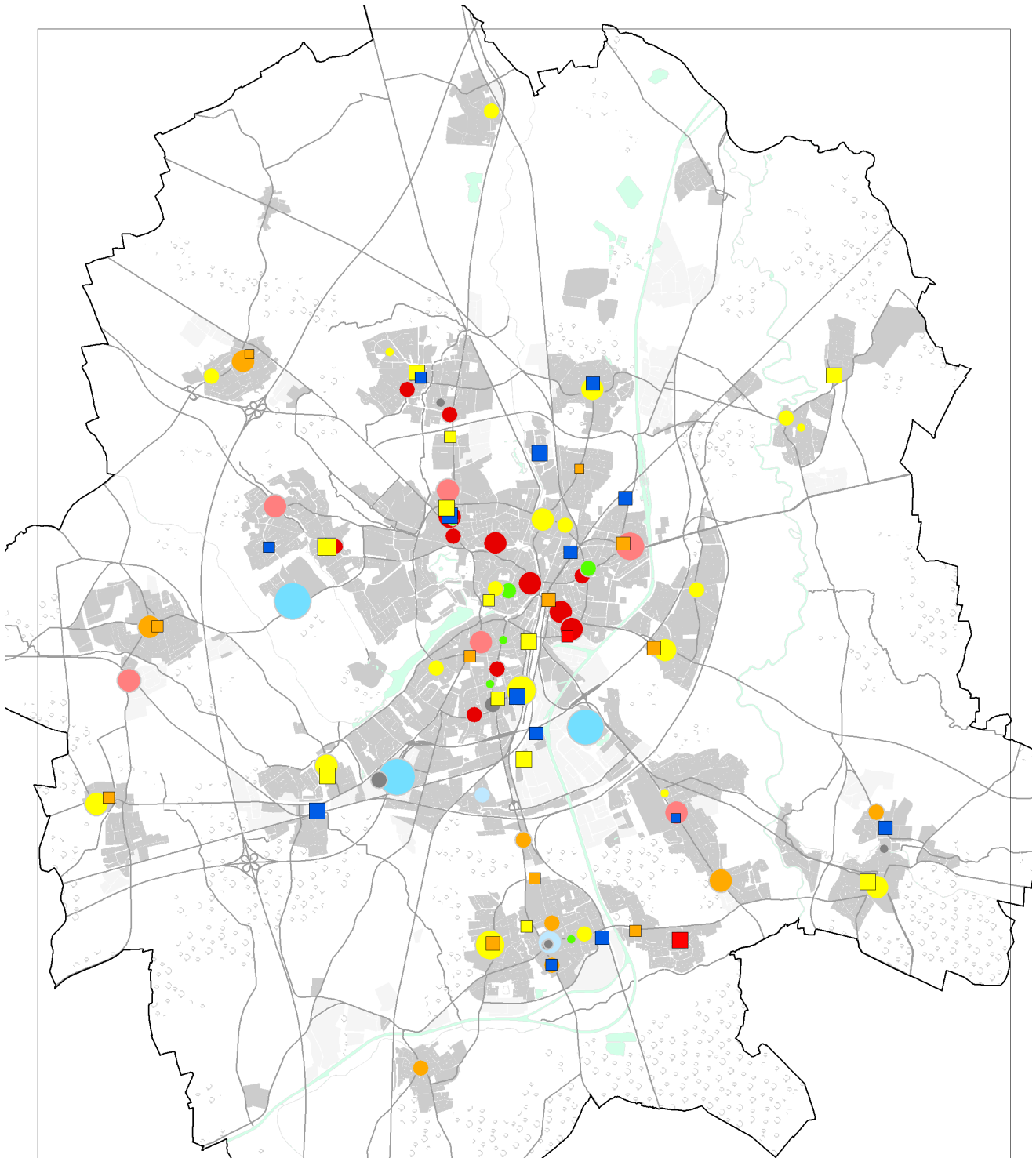
Der Wettbewerb im Einzelhandel mit seinem Trend zur Großflächigkeit wird aktuell durch die Erweiterungswelle insbesondere im Lebensmitteldiscountsegment befeuert. Zurzeit modernisieren die großen Betreiber Aldi und Lidl ihre Märkte bzw. das gesamte Standortnetz. So hat Aldi z. B. alle Filialen auf ein neues Inneneinrichtungskonzept umgestellt (Beleuchtung, Farbgebung, Gangbreiten etc.) und beabsichtigt flächendeckend, soweit an den Standorten möglich, die bestehenden Verkaufsflächen z. B. durch Umbau von Lagerflächen in Verkaufsflächen auf eine aus Unternehmenssicht zukunftsfähige Größe von 1.200 m² oder auch mehr Verkaufsfläche

zu erweitern. In die gleiche Richtung gehen die Bestrebungen der anderen Wettbewerber im Lebensmitteleinzelhandel. Neu ist in diesem Zusammenhang auch, dass Aldi und Lidl kleine Filialen ohne Erweiterungsmöglichkeit bzw. mit suboptimalen Standortbedingungen vom Netz nehmen. So wurden eine Aldi Filiale in Gievenbeck (Rüschausweg) und zwei Lidl Filialen in der Innenstadt (Aegidiistr.) und in Hiltrup (Glasuritstr.) sowie ein Netto Markt (Hammer Str.) geschlossen.

Ein Blick auf die Zahlen der jeweils durchschnittlichen Verkaufsfläche der einzelnen Betreiber zeigt, dass die Vollsortimenter mit rd. 1.040 m² aufgrund ihrer deutlich höheren Artikelanzahl gegenüber den Discountern mit 790 m² einen erheblich größeren Flächenbedarf haben. Bei den Vollsortimentern weist das Unternehmen K&K mit 905 m² den geringsten durchschnittlichen Verkaufsflächenwert auf. Bei den Discountern hat Netto mit 650 m² durchschnittlicher Verkaufsfläche den geringsten Wert, was mit der Übernahme zahlreicher, oft sehr kleiner Märkte des Unternehmens Plus im Jahr 2009 zusammenhängt.



Aldi modernisiert, wie auch andere Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel, seine Märkte



Einzelhandel: Bestand: 12/2013;
Lebensmitteleinzelhandel: (VKF >= 200 m²);

Discounter

- Aldi
- Lidl
- Netto
- Penny

Vollsortimenter

- Edeka
- Rewe
- Kaufpark (Rewe)
- K + K

- SuperBioMarkt
- denn's BioMarkt (1x)

andere LM-Märkte

- Hit/Marktkauf
- Sonstige

STADT MÜNSTER



**Einzelhandel:
 Nahversorgung in
 Münster**

Bearb.: 05/2014
 61 21 0012

Karte 1: Standortnetz Lebensmittelmärkte 2013

Insgesamt ergibt sich ein räumlich breit gestreutes und insbesondere in der Innenstadt und einigen Stadtteilen feinmaschiges Standortnetz der Lebensmittelmärkte in Münster. Der überwiegende Anteil dieser Märkte befindet sich in den zentralen Versorgungsbereichen der Innenstadt und der Stadtteilzentren sowie integriert in den Wohnsiedlungsbereichen. Diese Märkte leisten den wesentlichen Beitrag zur noch weitgehend fußläufig erreichbaren wohnungsnahen Grundversorgung in Münster. Einige Standorte, darunter die großflächigen Märkte Hit an der Geringhoffstraße und Marktkauf auf der Loddenheide, liegen jedoch dezentral an eindeutig autoorientierten Standorten in Gewerbegebieten. Wegen ihrer abseitigen Lage zu den Wohngebieten leisten sie keinen oder nur einen geringen Beitrag zur fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung. Ihre Wirkung ist eher gegenteilig, da sie den integrierten und zentralen Versorgungsstandorten Kaufkraft entziehen und deren Position schwächen.

Die quantitative Ausstattung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln liegt mit einem Wert von 0,46 m² Verkaufsfläche je Einwohner über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,38 m². Dieser Durchschnittswert für Münster ist trotz deutlichem Verkaufsflächenwachstum im Lebensmittelbereich in den letzten Jahren kaum angestiegen, da auch die Bevölkerungszahl erheblich zugelegt hat. Insgesamt kann auf gesamtstädtischer Ebene von einer weitgehenden Marktsättigung ausgegangen werden, d. h. die sortimentspezifische Kaufkraft für Lebensmittel in

Münster wird durch die vorhandenen Angebote vollständig abgedeckt. Allerdings sind hierbei räumliche Disparitäten zu beachten. So gibt es in einigen Stadtteilen bzw. Versorgungsräumen eine zum Teil deutliche Unterausstattung mit Lebensmittelverkaufsflächen (z. B. Sentrup, Coerde oder Hilstrup-Ost), während andere Räume bzw. Stadtteile (z. B. Neutor, Berg Fidel oder Hilstrup-Mitte) sehr hohe Werte aufweisen. Diese räumliche Betrachtung (vgl. Abb. 11 und Karte 2) basiert auf der statistischen Gebietsgliederung und erlaubt nicht in jedem Fall eine Aussage über die Versorgungsausstattung im Stadtteil bzw. in Wohnungsnähe. So haben z. B. die statistischen Bezirke Gremmendorf-West und

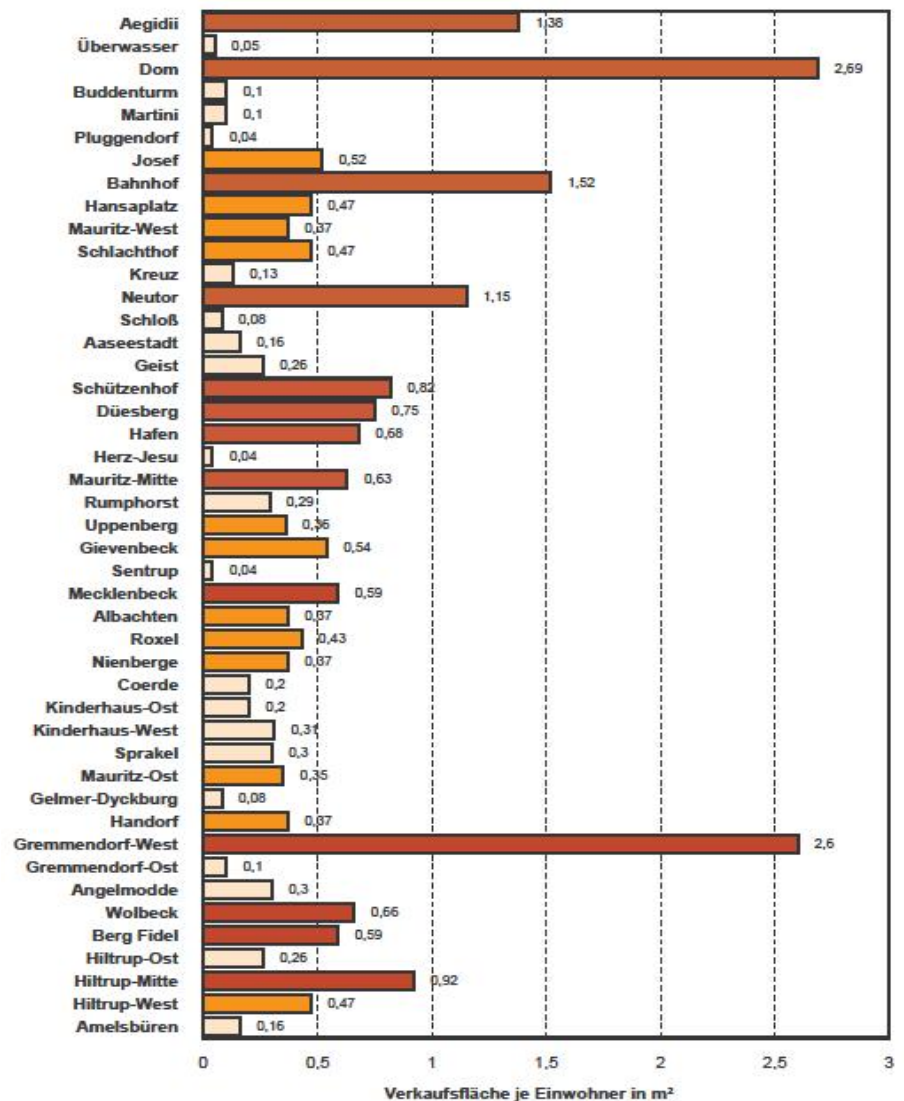
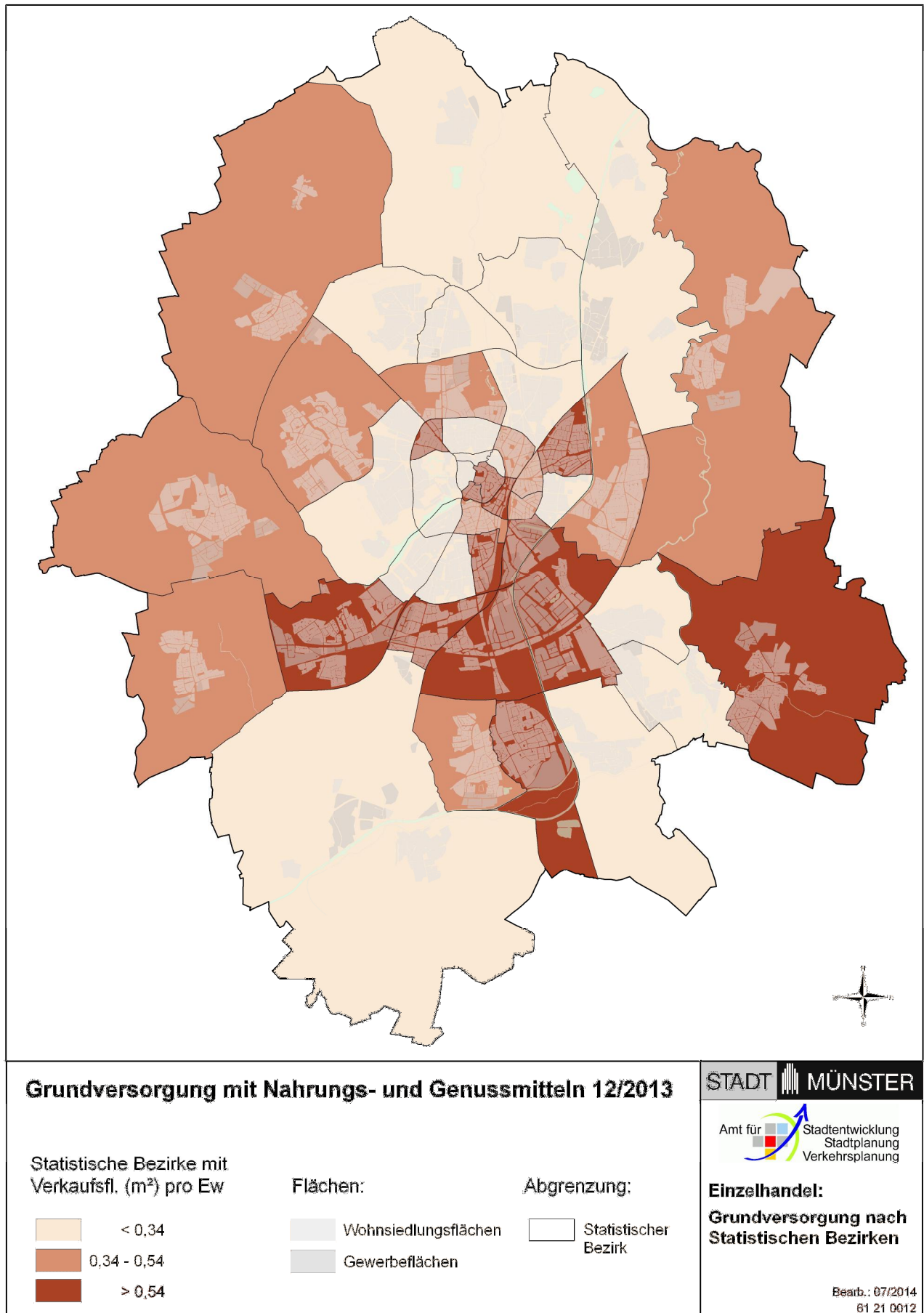


Abb. 11: Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (m² je Einwohner) in Statistischen Bezirken)



Karte 2: Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel in Statistischen Bezirken

Berg Fidel nur deshalb hohe Werte, weil diese die dezentralen, autoorientierten Lagen von Lidl und Aldi an der Robert-Bosch-Str. bzw Marktkauf an der Egbert-Snoek-Str. umfassen. Diese Standorte tragen jedoch nicht



Für immer mehr ältere Menschen wird eine fußläufig erreichbare Nahversorgung immer wichtiger

zur fußläufig erreichbaren wohnungsnahen Grundversorgung bei, weil in räumlicher Nähe nur sehr wenige Menschen wohnen und keine Verbundeffekte mit benachbarten Stadtteilzentren bestehen. Diese Stadtteilzentren weisen wiederum, separat betrachtet, nur eine unterdurchschnittliche Angebotsausstattung auf.

Durch die Darstellung von 500 m und 700 m Radien als planerisch anerkanntes Maß für die sog. fußläufige Erreichbarkeit (entspricht in etwa max. 10 Minuten Fußweg) um die Lebensmittelmärkte mit mehr als 200 m² Verkaufsfläche wird die Raumabdeckung der wohnungsnahen Grundversorgung mit

Lebensmitteln sichtbar (vgl. Karte 3). Diese ist in Bezug auf die Gesamtstadt gut ausgeprägt und zeigt nur einige wenige „Lücken“ im Standortnetz, die sich z. B. im Bereich Schloss / Sentrup oder tlw. in den Randbereichen von Stadtteilen ergeben. Insgesamt haben 82,6 % der Gesamtbevölkerung ihren Wohnstandort innerhalb eines 700 m Radius und 67,9 % innerhalb eines 500 m Radius als fußläufiger Einzugsbereich der Grundversorgungsstandorte.

Dass die sog. fußläufige Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote in Wohnungsnähe auch tatsächlich eine hervorgehobene Bedeutung beim Einkaufsverhalten hat, belegen die aktuellen Ergebnisse der Haushaltsbefragung zum Verkehrsverhalten und zur Verkehrsmittelwahl in Münster (vgl. Verkehrsverhalten und Verkehrsmittelwahl der Münsteraner, Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung, 1/2014). Demnach hat die Verkehrsmittelwahl des sog. Umweltverbundes (zu Fuß, mit dem Rad, mit öffentlichen Verkehrsmitteln / ÖV) für den Wegzweck Einkaufen mit über 70 % einen sehr hohen Anteil gegenüber dem Ein-

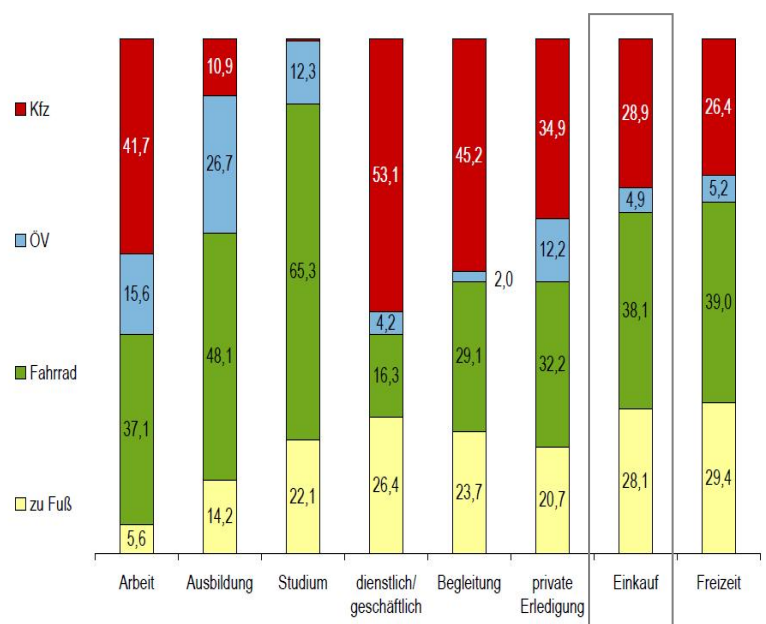


Abb. 12: Verkehrsmittelnutzung nach Wegezweck
 Quelle: Verkehrsverhalten und Verkehrsmittelwahl der Münsteraner, Ergebnisse der Haushaltsbefragung 2013, Beiträge zur Stadtforschung, Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung 1/2014

satz des Autos (28,9 %). 28,1 % der Bevölkerung erledigen ihre Einkäufe überwiegend zu Fuß, 38,1 % mit dem Fahrrad und 4,9 % mit dem ÖV. Die hohen Werte für den überwiegenden Einkauf zu Fuß und mit dem Rad sind Belege für das Vorhandensein des in Münster weitgehend noch funktionierenden Netzes wohnungsnaher Grundversorgungsangebote. Offensichtlich werden diese durch die Siedlungs- und Zentrenstruktur beeinflussten Angebote von den Verbrauchern wertgeschätzt und auch nachgefragt. Die Bedeutung funktionierender Nahversorgungsstrukturen wird auch dadurch deutlich, dass gem. o. g. Haushaltsbefragung über 24 % aller Haushalte in Münster nicht über ein Auto verfügen und somit auf kurze Wege zum Einkaufen, auch ohne den Einsatz des KFZ, angewiesen sind.

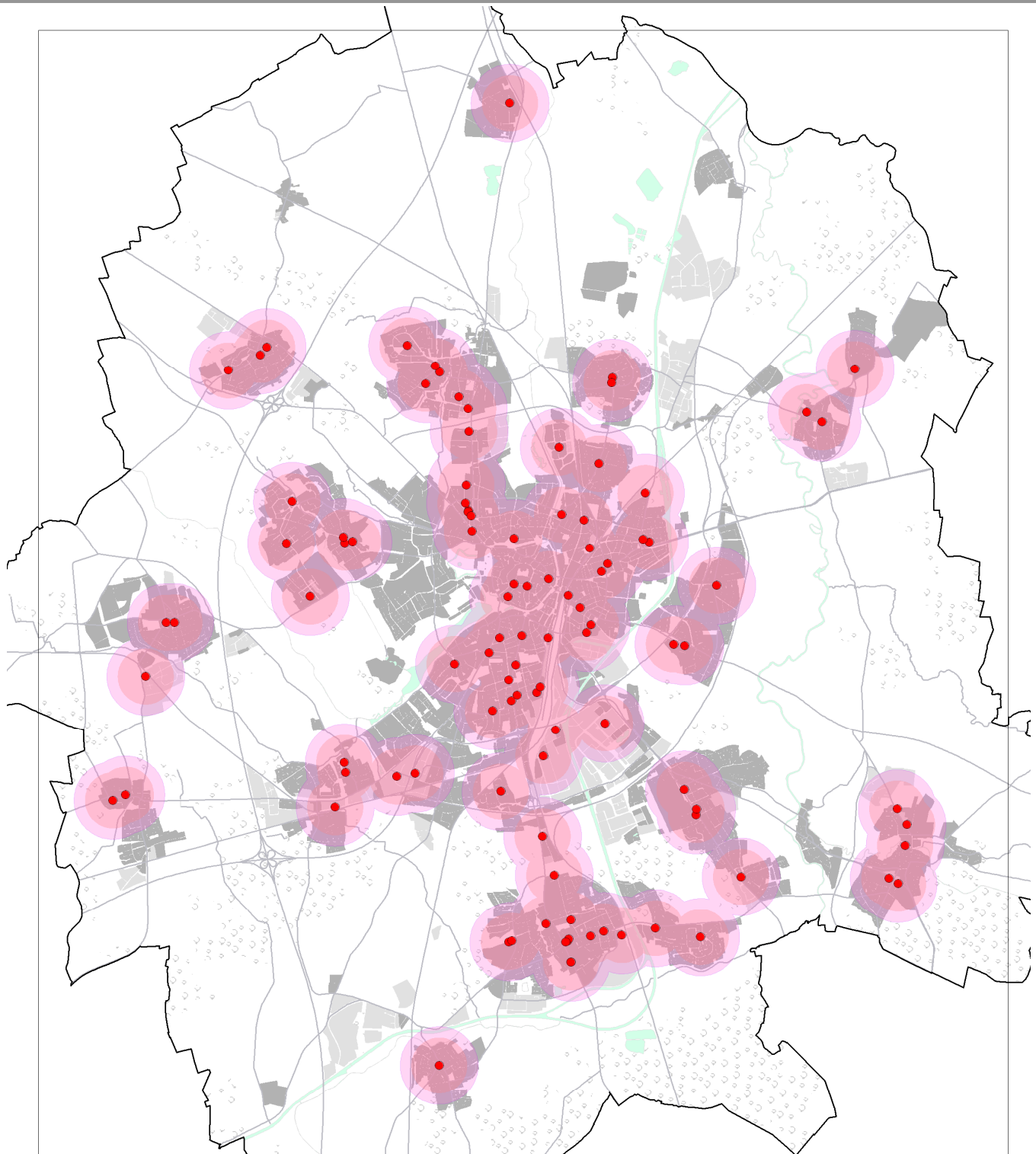
Das räumlich noch breit gestreute und weitgehend feinmaschige Standortnetz ist nicht zuletzt ein Verdienst der konsequenten Umsetzung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Münster. Dieses setzt, gerade auch mit Blick auf den demografischen Wandel, auf eine zentren- und wohnsiedlungsorientierte Erhaltung und Entwicklung der Lebensmittelmärkte. Auch in Münster wird trotz Bevölkerungswachstum der Anteil älterer und auch hochbetagter Menschen (älter als 65 bzw. 80 Jahre) in den kommenden Jahren erheblich zunehmen. Im Gegenzug verlangt das Konzept bei Ansiedlungsbegehren auf dezentralen bzw. wohnungsfernen Lebensmittelmarktstandorten eine restriktive Handhabung. Vor dem Hintergrund des harten Wettbewerbs in der Lebensmittelbranche, verbunden mit dem anhalten Trend zu immer größeren Verkaufsflächeneinheiten und der komplexen planerischen Aufgabe der Integration dieser Betriebe in gewachsene städtebauliche Strukturen, wird es allerdings schwierig sein, eine schleichende Ausdünnung dieses Netzes gänzlich zu verhindern.

Allerdings gibt es auch zahlreiche positive Beispiele in Münster, wie in vorhandenen

baulichen Situation durch Nutzungsänderung im Bestand oder Umbauten mit Verkaufsflächenerweiterungen die Nahversorgung in den Wohnquartieren gesichert und so Beiträge zur Zentrenstärkung umgesetzt werden können. Dies gilt z. B. für Hauptgeschäftsstraßen wie die Hammer Str. oder die Warendorfer Str., deren Nutzungsgefüge seit Jahren im Wandel ist. So konnte z. B. an der Hammer Str. ein ehemals gewerblich genutztes Areal für die Ansiedlung eines Drogeriemarktes umstrukturiert werden oder, im Zusammenhang mit baulichen Aktivitäten auf dem Nachbargrundstück, die Erweiterung eines Lebensmittelmarktes an der Warendorfer Str. ermöglicht werden (vgl. Fotos unten). Diese Entwicklungen werden, soweit Hilfestellungen erforderlich sind, offensiv von der Verwaltung oder auch der Wirtschaftsförderung Münster GmbH unterstützt.



dm Markt Hammer Str.(oben), Rewe Markt Warendorfer Str. (unten)



Einzelhandel: Bestand: 12/2013;
Lebensmitteleinzelhandel: (VKF >= 200 m²);

Lebensmitteleinzelhandel,
VKF >= 200 m²



Umkreis mit
Radius = 500 m



Umkreis mit
Radius = 700 m

STADT MÜNSTER

Amt für  **Stadtentwicklung**
Stadtplanung
Verkehrsplanung

Einzelhandel:
Nahversorgung in
Münster

Bearb.: 05/2014
 61 21 0012

Karte 3: Fußläufige Einzugsbereiche der Lebensmittelmärkte

Drogeriemärkte

Durch die Schlecker Insolvenz im Jahr 2012 hat sich das Standortnetz der Drogeriemärkte in Münster entscheidend verändert. Zwar haben Supermärkte und Discounter als Randsortiment ebenfalls Drogeriewaren im

Tab. 5: Entwicklung der Drogeriemärkte seit 12/2010

	Bestand: 12/2013		Veränderung seit 12/2010	
	Anz.	VKF (m ²)	Anz.	VKF (m ²)
Drogeriemärkte				
Schlecker	0	0	-38	-7.130
Ihr Platz	0	0	-4	-1.120
Rossmann	7	3.849	4	3.119
dm	8	4.605	1	760
Sonstige Drogerien	5	605	0	0
Summe:	20	9.059	-36	-4.419

Angebot, jedoch können diese das spezielle Sortiment eines Drogeriemarktes in Bezug auf die Breite und Tiefe des Angebots nicht vollständig ersetzen. Dies gelingt allenfalls den Drogerieabteilungen der großen Verbrauchsmärkte wie Hit, Marktkauf oder Edeka (E-Center), die jedoch zum Teil einen dezentralen Standort haben und dort auch nicht zur fußläufig erreichbaren Grundversorgung beitragen.

Im Zeitraum 12/2010 bis 12/2013 wurden in Münster insgesamt 42 Schlecker und Ihr Platz Märkte geschlossen. Das Standortnetz dieser Märkte zog sich nahezu flächendeckend über das gesamte Stadtgebiet. Durch die Schließungen wurde der wohnungsnah Bestand der Drogeriemärkte in Münster, von der Innenstadt über die Stadtteile bis zu den Wohnquartieren, erheblich ausgedünnt. Besonders betroffen sind die kleinen Versorgungszentren und viele Wohnquartiere (z. B. Angelmodde Waldsiedlung), in denen Schlecker maßgeblich und z. T. als einziges Geschäft zur Versorgung der Bevölkerung mit Angeboten des täglichen Bedarfs beigetragen

hat. Ein flächendeckendes Drogeriemarktnetz besteht nach der Schlecker Insolvenz nicht mehr, viele Stadtteile verfügen heute nicht mehr über ein adäquates Angebot im Bereich der Drogeriewaren bzw. Körperpflegeprodukte.

Einige der ehemaligen z. T. sehr kleinen Schleckerfilialen, die im Durchschnitt eine Verkaufsfläche von lediglich 190 m² hatten, stehen heute noch leer oder wurden für andere Zwecke umgenutzt. Andere größere Filialen, insbesondere in zentralen Lagen, wurden mit neuen Einzelhandelsnutzungen belegt oder dienen als Erweiterungsflächen für unmittelbar benachbarte Geschäfte. In ökonomischer Hinsicht haben als Folge der Schlecker Insolvenz in Münster wie auch bundesweit insbesondere die Drogeriemarktketten dm und Rossmann, aber auch die Supermärkte profitiert. So wurden im Zeitraum von 12/2010 bis 12/2013 fünf neue Drogeriemärkte (4 x Rossmann, 1 x dm) eröffnet oder auch bestehende Märkte durch Verkaufsflächen-erweiterungen vergrößert.



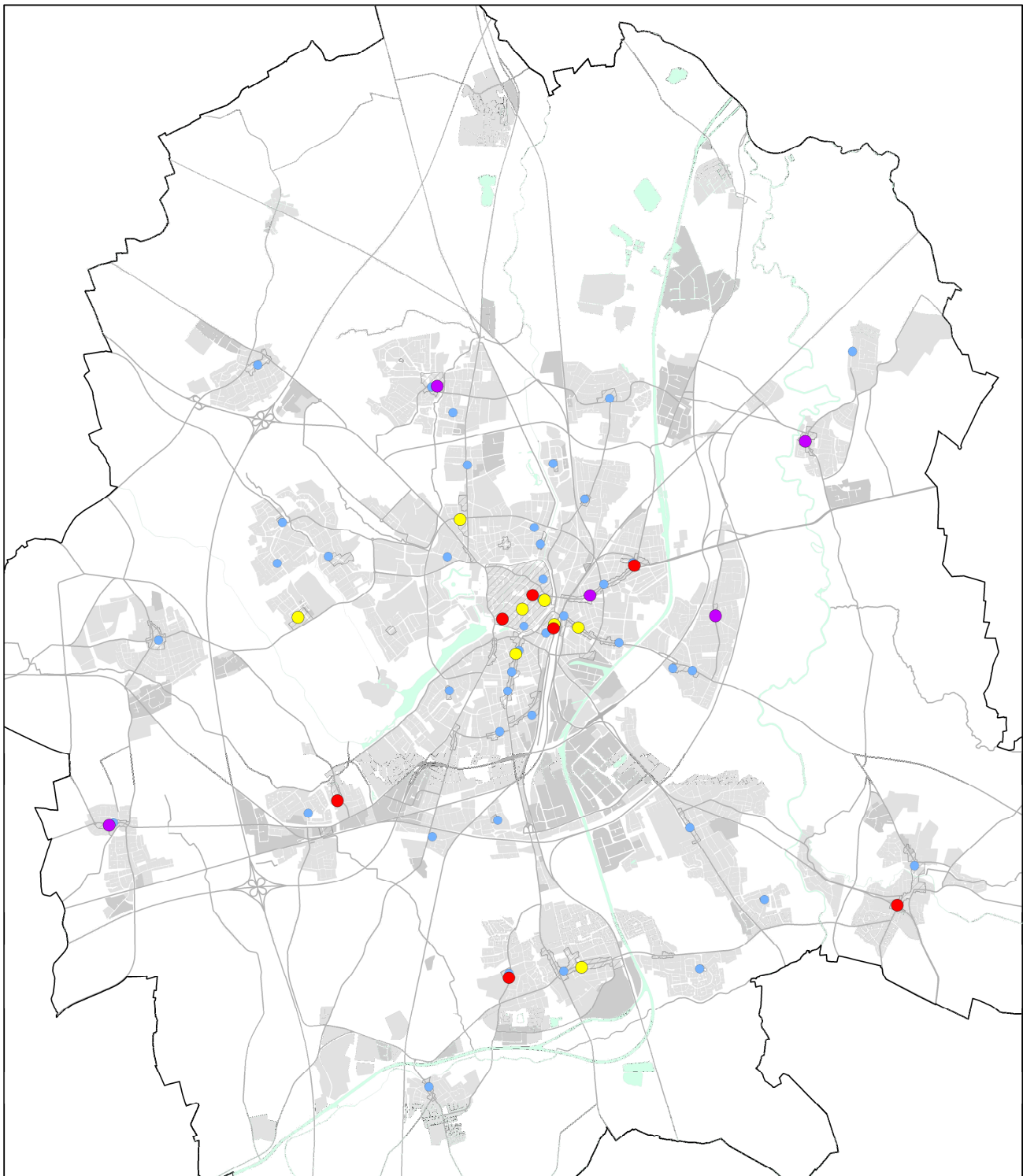
Zurzeit (08/2014) noch leer stehendes Ladenlokal Schlecker im Stadtteilzentrum Handorf

Diese Märkte haben allerdings eine im Vergleich zu Schlecker signifikant größere Verkaufsfläche (durchschnittlich rd. 560 VKF, Stand 12/2013) und benötigen einen wesentlich größeren Einzugsbereich.



Neuer Rossmann im Stadtteilzentrum Mecklenbeck am Dingbänger Weg





Die Filialen von Rossmann und dm befinden sich im Schwerpunkt in frequenzstarken Lagen in der Innenstadt und in größeren Stadtteilen. Wie zuvor im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels aufgezeigt, führt der Kampf um Standorte und Marktanteile auch bei den Drogeriemärkten zu einem fast ausgeglichenen Auftritt von dm und Rossmann in Bezug auf die Filialanzahl (8 bzw. 7) und die Verkaufsfläche (rd. 4.600 bzw. 3.800 m²). Die Entwicklung im Drogeriemarktsektor ist ein weiterer Beleg für den anhaltenden Konzentrationsprozess im Einzelhandel mit der Tendenz zu immer größeren Flächeneinheiten in möglichst frequenzstarken Lagen.






Drogeriemärkte;

Bestand 12/2013


Zentren 02/2009

-  City/Innenstadt
-  Stadtbereichszentren
-  Grundversorgungszentren
-  Nahbereichszentren

**Drogeriebestand
12/2013:**

-  dm-Drogeriemarkt
-  Rossmann-Drogeriemarkt
-  Sonstige

**Drogerieabgänge
2011 bis 2013:**

-  Drogeriemärkte/
Drogerien

STADT MÜNSTER



**Einzelhandel:
Drogeriemärkte 12/2013**

Bearb.: 06/2014
61 21 0012

Karte 4: Bestand und Veränderung der Drogeriemärkte 2011 - 2013

9. Bau-, Garten-, Möbelmärkte

Große Bau-, Garten- und Möbelmärkte dominieren den sog. großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese Märkte sind aufgrund ihrer Größe und der angebotenen Waren, die meist sperrig und schwer sind und i. d. R. mit dem Auto abtransportiert werden, kaum in die zentralen Versorgungsbereiche (Innenstadt bzw. Stadtteilzentren) zu integrieren. Sie dürfen daher auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an verkehrlich gut erreichbaren Standorten in Münster, meist im räumlichen Zusammenhang mit Gewerbegebieten, angesiedelt werden. Die in diesen Märkten mit angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente (z. B. Haushaltswaren im Möbelmarkt) sind zum Schutz des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen auf der Basis einschlägiger Rechtsgrundlagen flächenmäßig begrenzt (max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 2.500 m²).

Die nachfolgende Betrachtung bezieht sich auf die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche. Im Branchenbereich der Bau-, Garten- und Möbelmärkte gab es zum 31.12.2013 in dieser Größenklasse insgesamt 41 Einzelhandelsgeschäfte mit rd. 167.200 m² Verkaufsfläche. Das sind ca. 25 % der Gesamtverkaufsfläche in Münster. Dies macht deutlich, dass diesen großflächigen Märkten ein besonderes Gewicht bei der quantitativen Verkaufsfächenausstattung der Stadt Münster zukommt.

Bei der Verteilung nach Größenklassen fällt auf, dass die meisten der Betriebe eine Verkaufsfläche unterhalb von 4.000 m² haben. Unter den Betrieben oberhalb von 4.000 m² Verkaufsfläche gibt es nur zwei Märkte aus der Baumarktbranche mit mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche und ein Möbelhaus, das sich mit sogar mehr als 40.000 m² deutlich hervorhebt. Wegen ihres übergeordneten Einzugsbereiches und ihrer Marktpräsenz, nicht zuletzt aufgrund intensiver Werbeaktionen,

sind die besonders großen Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 4.000 m² Verkaufsfläche in der kartografischen Darstellung (vgl. Karte 4) mit ihrem spezifischen Firmenlogo hervorgehoben.



Großflächige Märkte mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment: Möbel Finke, Gartencenter Münsterland, Baumarkt Bauhaus

Die räumliche Verteilungsstruktur der großflächigen Möbel-, Bau- und Gartenmärkte zeigt eine Konzentration an den im Einzelhandelskonzept für diese Nutzungen ausgewiesenen Standorten (Kategorie Sonderstandort/Fachmarktzentrum):

- ⇒ Nordwest: Steinfurter Str. / BAB 1
- ⇒ Nordost: Schiffahrter Damm / An der Kleimannbrücke
- ⇒ Südost: Albersloher Weg / Loddenheide, Robert-Bosch-Str., Hammer Str. / Trauttmansdorfstr.
- ⇒ Südwest: Weseler Str.

hochwertige Möbelanbieter mit Verkaufsflächen von 1.000 bis unter 3.000 m². Als Markt mit großer Verkaufsfläche ist zudem Möbel Boss an der Robert-Bosch-Str. zu erwähnen. In der östlichen Stadthälfte gibt es dagegen kein nennenswertes Möbelangebot mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche.

Eine besondere Entwicklung im Baumarktsektor hat sich durch die Insolvenz der Max-Bahr Baumarktkette zum Jahreswechsel 2013 / 2014 vollzogen. Im Zuge der Insolvenz wurden auch die in Münster noch vorhandenen Märkte am Albersloher Weg / Theodor-

Tab. 6: Bau-, Garten- und Möbelmärkte mit mehr als 800 m ² Verkaufsfläche (12/2013)							
Branchengruppen	Anzahl Betriebe						VKF
	nach Größenklassen (m ²)					gesamt	gesamt
	800 bis u. 1.500	1.500 bis u. 4.000	4.000 bis u. 10.000	10.000 bis u. 40.000	mehr als 40.000		
Baumärkte	3	4	4	2	0	13	57.007
Gartencenter	2	1	3	0	0	6	23.000
Möbelmärkte	11	7	3	0	1	22	87.190
Summe:	16	12	10	2	1	41	167.197

Das Schwerpunktangebot der großflächigen Betriebe in der Baumarktbranche (Baumärkte, Heimwerker, Werkzeug) befindet sich im nordöstlichen (Hornbach) und südöstlichen (Bauhaus, Marktkauf, Toom) Stadtgebiet. Dies trifft ebenso auf den Bereich Gartencenter zu (Gartencenter Münsterland, Blumen Risse, Gartencenter Newels). Im Bereich des großflächigen Möbeleinzelhandels zeigt sich allein aufgrund der höheren Anzahl der Betriebe (22) eine breitere räumliche Verteilung. Der Schwerpunkt liegt in der westlichen Stadthälfte mit dem großformatig stark dominierenden Standort von Möbel Finke / Möbeldiscount im Norden und dem Einrichtungshaus Poco sowie weiteren Möbelangeboten an der Weseler Str. im Süden. Darüber hinaus gibt es insbesondere in der Innenstadt und am Innenstadtrand zahlreiche zum Teil

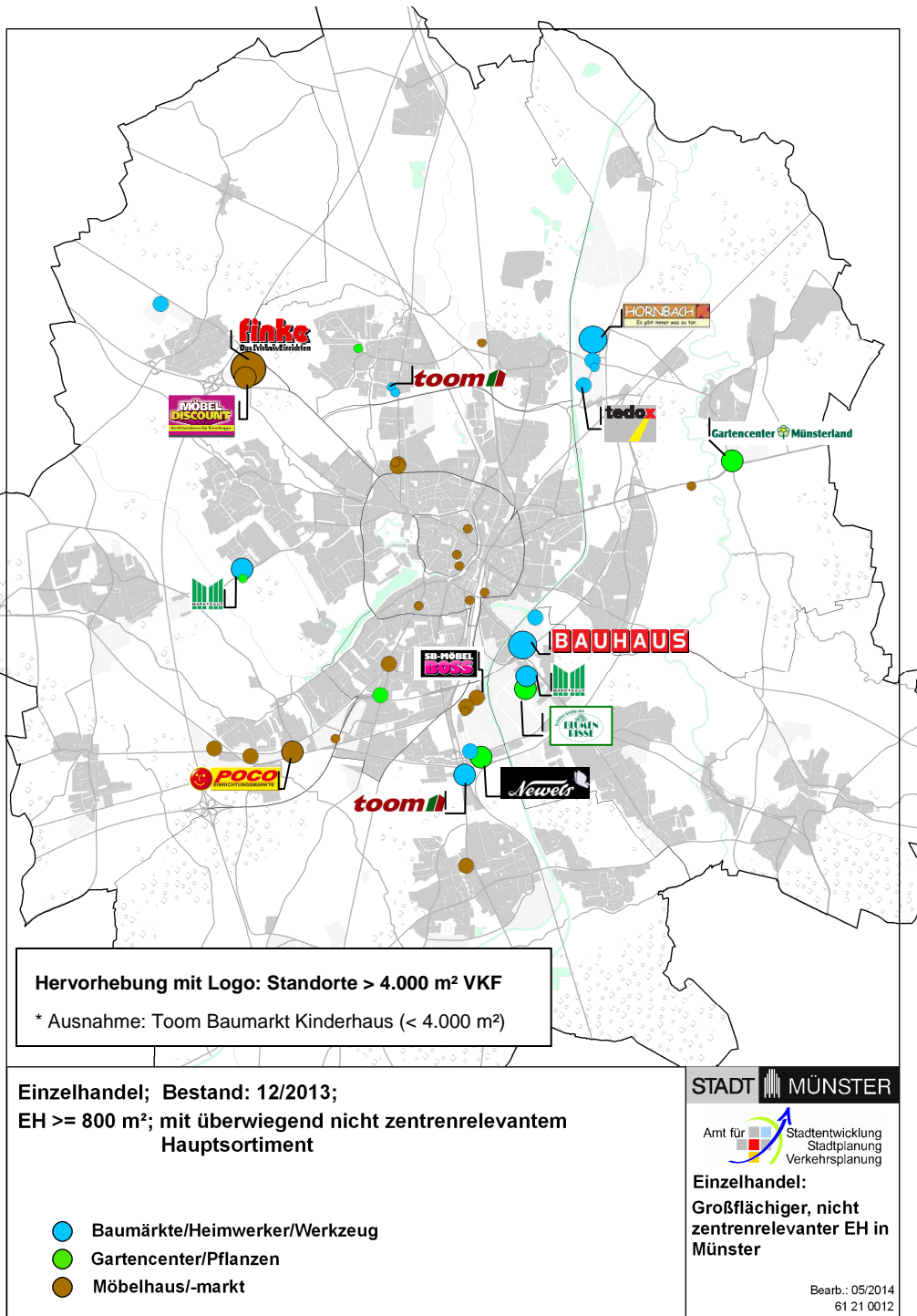
Scheiwe-Str. und am Daimlerweg geschlossen. Während der Markt an der Theodor-Scheiwe-Str. von der Baumarktkette Bauhaus übernommen wurde und seit dem Frühjahr wieder am Netz ist, wurde der Standort am Daimlerweg einer anderen Nutzung zugeführt und steht dauerhaft für Einzelhandelsnutzungen nicht mehr zur Verfügung. Vor der Max Bahr Insolvenz, ebenfalls im Jahr 2013, hatte die zum gleichen Unternehmenskonzern gehörige Baumarktkette Praktiker (ehemals Theodor-Scheiwe-Str.) Insolvenz angemeldet und alle Märkte geschlossen.

Die Praktiker bzw. Max Bahr-Insolvenz ist Anlass, die generelle Entwicklung in der Baumarktbranche mit Bezug zum Einzelhandelsstandort Münster in den Blick zu nehmen. Nach Einschätzung aus Fachkreisen haben

die v. g. Insolvenzen zu einer strukturellen Bereinigung in der Baumarktbranche mit zu vielen Wettbewerbern und seit Jahren sinkenden Flächenproduktivitäten geführt (vgl. Der Handel - Das Wirtschaftsmagazin für Handelsunternehmer -, Heimwerkerbranche, 12.07.2013). Für Münster ist in Bezug auf die

aktuelle Baumarktsituation (gem. Definition der BHB / Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V., d. h. nur Baumärkte mit einer Innenverkaufsfläche von min. 1.000 m² mit umfassendem Sortiment ohne ausgeprägten Schwerpunkt) eine leicht unterdurchschnittliche Ausstattung festzustellen (vgl.

Tab. 7). Mit Blick auf die generelle Kaufkraftbindung im gesamten Bereich der bau- und gartenmarktspezifischen Sortimente in Münster wurde bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Münster von 2009 auf der Basis gutachterlicher Berechnungen eine nur moderate Kaufkraftbindung von leicht über 100 % festgestellt (vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Münster, Juli 2009, Seite 57). Entwicklungspotenziale wurden unter Berücksichtigung der oberzentralen Versorgungsfunktion von Münster bis zu rd. 150 % Kaufkraftbindung dargestellt. Legt man zugrunde, dass es durch die o. g. Insolvenzen im Vergleich zu 2009 im Saldo einen Verkaufsflächenrückgang gegeben hat und durch die starke Einwohnerentwicklung von einem deutlich höheren Kaufkraftpotenzial auszugehen ist, dürfte es für den oberzentralen Einzelhandelsstandort Münster auch weiterhin Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich der Baumarkt- und Gartenmarktbranche geben und der Standort für Investoren und Betreiber grundsätzlich interessant sein.



Karte 5: Standortnetz großflächiger Einzelhandel (> 800 m² Verkaufsfläche) in den Branchen Bau-, Garten-, Möbelmärkte

Tab. 7: Baumarktausstattung 2014 im Vergleich

	Einwohner je Baumarkt	Verkaufsfläche je 10.000 Einwohner
Bund	36.600	1.650
NRW	43.100	1.540
Münster	49.800	1.460

Quelle: Baumarkt-Strukturuntersuchung 2014, gemaba Lev.-Hitdorf 2014, eigene Berechnungen

Vor dem Hintergrund begrenzter Flächen- bzw. Ansiedlungspotenziale für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel (Bau-, Garten-, Möbelmärkte) an den hierfür vorgesehenen Standortbereichen (Sonderstandort/Fachmarktzentrum) bleibt die gezielte Steuerung dieser Nutzungsart des Einzelhandels eine wichtige Aufgabe der Stadtplanung.

10. Strategische Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Die Verwaltung setzt die zur Verfügung stehenden planerischen und städtebaurechtlichen Instrumente konsequent ein, um die Ziele des Einzelhandelskonzepts zu erreichen. Die Vorgaben und planerischen Möglichkeiten für eine städtebaulich verträgliche Einzelhandelssteuerung zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche (vgl. Anlage 1) wurden in den letzten Jahren durch die Gesetzgebung und Rechtsprechung weiter differenziert und konkretisiert. So ist das im Baugesetzbuch (BauGB) und im Landesentwicklungsplan (LEP) NRW – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel – fest verankerte Ziel der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche mittlerweile zum Inbegriff einer städtebaulich geordneten, nachhaltigen Stadtentwicklung geworden. Die flankierende Rechtsprechung hat zudem in

der Vergangenheit zahlreiche Urteile gefällt, die für eine rechtssichere Anwendung der planerischen Instrumente wichtig sind und den Einsatz kommunaler Einzelhandelskonzepte stärken (z. B. konkrete Definition der Verkaufsfläche, Abgrenzung und Funktion zentraler Versorgungsbereiche, Einzelhandelsausschluss in der Bauleitplanung auf der planerischen Konzeption von Einzelhandelskonzepten).

Im Zuge der Umsetzung des Einzelhandelskonzepts gehört es zum Alltagsgeschäft der Verwaltung, Investoren, Architekten, Projektentwickler und Einzelhändler bereits bei ihren Planungs- und Entwicklungsüberlegungen intensiv zu beraten. Im wöchentlichen Rhythmus finden in der Bauverwaltung Besprechungstermine statt, in denen die Anfragen und Bauanträge des Einzelhandels erörtert und auf ihre Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sowie dem einzelhandelsbezogenen Planungsrecht geprüft werden. Rückmeldungen an die anfragenden Investoren und Antragsteller können so immer kurzfristig erfolgen. Dadurch lässt sich unproduktiver Arbeitsaufwand auf beiden Seiten weitgehend vermeiden. Wenn die Voraussetzungen vorliegen, werden Planungen und Vorhaben die sich im vorgegebenen Rahmen des Einzelhandelskonzepts bewegen, konstruktiv von der Verwaltung unterstützt. Bei nicht konzeptkonformen Ansiedlungsvorhaben besteht grundsätzlich die Möglichkeit einer entsprechenden Modifikation der Projektplanung, um eine Anpassung an das Einzelhandelskonzept zu erreichen. Dies ist nicht selten der Fall, wenn es um die zulässige bzw. verträgliche Größe von Verkaufsflächen oder den Verkaufsflächenanteil zentrenrelevanter Randsortimente geht (z. B. bei Möbelmärkten).

Flankierend zu den Beratungsleistungen der Verwaltung steht für die Öffentlichkeit bzw. die Akteure des Einzelhandels seit Mitte 2011 das Einzelhandelsinformationssystem Münster im Internet als transparentes Auskunftssystem und als Planungshilfe zur Verfügung (geo.stadt-muenster.de/einzelhandel). Aufbauend auf der Einzelhandelsdatenbank können hier aktuelle Bestands- und Nutzungsdaten bzw. -strukturen des Einzelhandels auf der Basis frei wählbarer Kartengrundlagen (Stadtplan, Luftbild etc.) und in Kombination mit einer planungsrechtlichen Auskunft (Bebauungspläne) abgerufen werden. Dadurch schafft das Informationssystem Transparenz und Offenheit sowie einheitliche

zelhandelsfragen mit den Behörden und Institutionen des Einzelhandels (u. a. Wirtschaftsförderung Münster GmbH, Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen, Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e. V., Handwerkskammer Münster) schafft Transparenz, Routine und Vertrauen, aber auch die Möglichkeit zur Erörterung kontroverser Positionen im Zusammenhang mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzepts.

Abb. 13 zeigt die Anwendung und Umsetzung des Einzelhandelskonzepts als fortlaufenden Prozess. Die Erfahrungen der Akteure mit der Umsetzung des Konzepts und die Erkenntnisse aus dem Monitoring zur Einzelhandels-

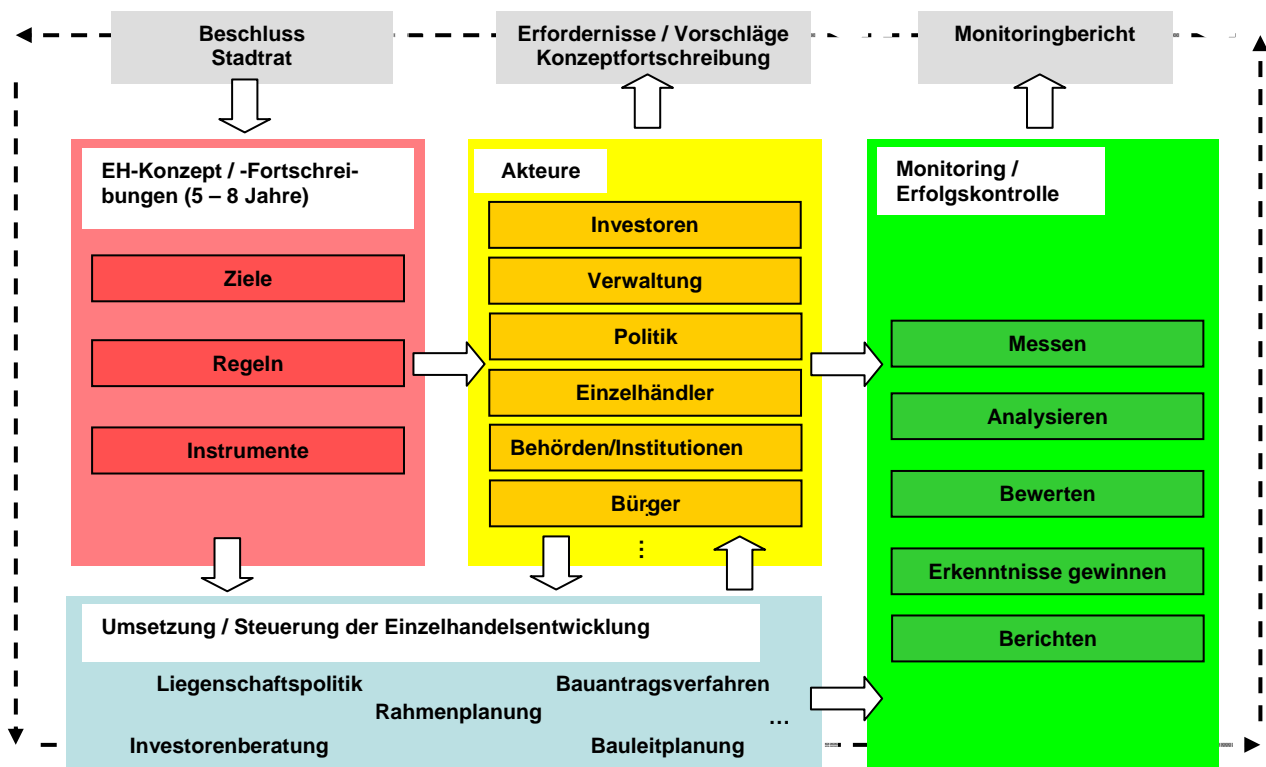


Abbildung 13: Umsetzung des Einzelhandelskonzepts als fortlaufender Prozess

Informations- und Bewertungsgrundlagen im Zusammenhang mit der Umsetzung des Einzelhandelskonzepts.

Auch das in Federführung der Verwaltung jährlich mindestens ein Mal stattfindende Informations- und Austauschgespräch zu Ein-

entwicklung bilden neben externen Grundlagen, wie z. B. zu beachtender neuer gesetzlicher Bestimmungen, die Basis für Überlegungen und mögliche Inhalte zur Fortschreibung des Konzeptes in einem angemessenen zeitlichen Rhythmus (alle fünf bis acht Jahre).

11. Schlussbetrachtung

Die Ergebnisse des Einzelhandelsmonitorings belegen, dass das Einzelhandelskonzept seit seiner Aufstellung im Jahr 2004 sowie seit der ersten Fortschreibung im Jahr 2009 wirksam und erfolgreich ein- und umgesetzt werden konnte. Bisher ist es gelungen, den wesentlichen Zielsetzungen gerecht zu werden:

- ⇒ Die **oberzentrale Versorgungsfunktion** des Einzelhandelsstandortes Münster konnte gefestigt werden. Dies belegen die nach wie vor hohe Einzelhandelszentralität und insbesondere die zahlreichen qualitativ hochwertigen Einzelhandelsgroßprojekte mit starker Strahlkraft und Magnetwirkung in der Innenstadt.
- ⇒ Die **Sicherung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche** (City/Innenstadt, Stadtbereichszentren, Grundversorgungszentren) als wesentliches Anliegen des Einzelhandelskonzepts sind auf einem guten Weg. In vielen Zentren konnten, nach zum Teil umfangreichen planerischen Vorleistungen in Übereinstimmung mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzepts, Einzelhandelsneuansiedlungen oder auch Verkaufsflächenenerweiterungen realisiert werden. Für weitere Stadtteile (z. B. Coerde, Aaseestadt oder Gremmendorf) steht diese Aufgabe noch bevor. Entsprechende Planungen sind bereits eingeleitet. Aufgrund der Flächenansprüche des Einzelhandels, insbesondere im Bereich der Grundversorgung (Lebensmittel, Drogerie), wird die Integration dieser Einrichtungen in die gewachsenen Strukturen in den zentralen Versorgungsbereichen immer schwieriger. Für die Zukunft wird daher die Umstrukturierung baulicher Bestandssituationen, wenn die Möglichkeiten hierfür bestehen oder geschaffen werden können (z. B. auch durch Abriss und Neubau), einen höheren Stellenwert einnehmen

müssen. Nur so kann es gelingen, der dynamischen Einzelhandelsentwicklung auch innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die durch diese Entwicklung einem erheblichen Anpassungsdruck ausgesetzt sind, Rechnung zu tragen.

- ⇒ Die **Sicherung und Stärkung der Nahversorgungsstrukturen** gestalten sich weiterhin schwierig. Die generelle Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel und – wie am Beispiel der Schlecker Insolvenz aufgezeigt auch im Drogeriemarktsektor – tendiert zu immer größeren Flächeneinheiten an frequenzstarken Standorten. Dabei fallen die kleineren Nahversorgungsbereiche und die solitären Märkte in den Wohnquartieren durch das Standortraster der großen Ketten. Mit stadtplanerischen Mitteln sind diese unternehmerischen Entscheidungen, die zur Aufgabe kleinerer Nahversorgungsgeschäfte führen, nicht beeinflussbar. Zwar ist in Münster, auch Dank der Anwendung des Einzelhandelskonzepts, immer noch ein weitgehend dichtes Netz von wohnungsnahen Grundversorgungsangeboten vorhanden. Dennoch ist die schleichende Ausdünnung des Nahversorgungsangebotes in der Fläche die zwangsläufige Folge dieser Entwicklung. Bisher ist der Einzelhandel Lösungen und Konzepte schuldig geblieben, wie mit Kleinflächenkonzepten ein angemessenes stationäres Grundversorgungsangebot z. B. in Sentrup, Angelmodde oder Gelmer sichergestellt werden kann. Diese Konzepte sind allerdings grundsätzlich darauf angewiesen, dass sie auch von den Verbrauchern im Einzugsbereich nachgefragt und aufgesucht werden, da sonst ein rentierlicher Betrieb nicht möglich ist. Sind Investoren bzw. der Einzelhandel bereit, kleinere Märkte in integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche neu anzusiedeln oder bestehende Geschäfte durch Verkaufsflächenenerweiterungen zu erhalten, gibt die

Verwaltung offensiv und konstruktiv alle planungs- und baurechtlichen Hilfestellungen, die dafür erforderlich sind. Insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels bleibt die Erhaltung und Entwicklung der Nahversorgung eine Daueraufgabe der Stadtentwicklung und Einzelhandelssteuerung mit zunehmender Bedeutung.

⇒ Auf der Grundlage des Einzelhandelskonzepts sind zahlreiche Bebauungspläne zur **Begrenzung der Einzelhandelszulässigkeit in Gewerbegebieten** mit dem Ziel des Zentrumschutzes und der Sicherung von Flächen für Produktion und Handwerk geändert worden. Dadurch konnte die massive Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen in diesen Räumen, wie sie in den 80er und 90er Jahren stattgefunden und tlw. zur Verdrängung des produzierenden Gewerbes geführt hat, weitgehend eingedämmt werden. Neuausweisungen für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel an dezentralen Standorten sind heute i.d.R. nur noch durch die bauleitplanerische Festsetzung von Sondergebieten mit dezidierten Einzelhandelsfestsetzungen möglich. Auch hierdurch wird der den Grundstückspreis treibende Ansiedlungsdruck des Einzelhandels von den originären Gewerbegebieten ferngehalten und die Flächen für das Handwerk und produzierendes Gewerbe gesichert. Wichtig, aber aufwendig in der Umsetzung und Kontrolle, ist nach wie vor die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente in Einrichtungen des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels (z. B. Möbelhaus). Gleichzeitig ist es wichtig, die Entwicklungsbedarfe des großflächigen Einzelhandels in der Möbel-, Bau- und Gartenmarktbranche im Blick zu haben, auf die planerisch geeigneten Standorte zu lenken und ihre städtebauliche Verträglichkeit für bauleitplanerische Festsetzungen abzusichern.

⇒ Die **strategische Umsetzung des Einzelhandelskonzepts** greift auf allen Ebenen und hat sich in den vergangenen Jahren bewährt. Das Einzelhandelskonzept mit seinen Spielregeln ist unter den Akteuren bekannt und wird akzeptiert. Die zentrenorientierte Einzelhandelsentwicklung zahlt sich somit aus. Dies belegen die zahlreichen positiven Entwicklungen in der Innenstadt und in vielen Stadtteilzentren. Hierfür bedurfte es nicht selten eines langen Atems, da für die Strategie der Zentrenstärkung i. d. R. umfangreiche liegenschaftliche Rahmenbedingungen geschaffen und planerische Vorleistungen erbracht werden müssen. Diese konsequente und ausdauernde Verfolgung der Ziele des Einzelhandelskonzepts wird auch in Zukunft erforderlich sein, da nur so der erforderliche Vertrauensschutz und die notwendige Planungssicherheit geschaffen werden können, um die gewünschten Investitionen zur Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche zu generieren. Hierfür ist die Absicherung der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung eine zentrale Voraussetzung. Insbesondere gilt es weiterhin, Ansiedlungen des zentrenrelevanten Einzelhandels an nicht konzeptkonformen Standorten, z. B. in Gewerbegebieten, mit planungsrechtlichen Mitteln auszuschließen oder auf das zulässige Maß zu begrenzen.

Die erfolgreiche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts kann nur gemeinsam mit den zahlreichen Akteuren und Organisationen des Einzelhandels gelingen. Hier ist die vielfältige Kooperation und Kommunikation unverzichtbar und – auch mit Blick auf eine Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts – beizubehalten und zu intensivieren.

12. Empfehlungen zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

⇒ Die Erkenntnisse aus dem Einzelhandelsmonitoring sind eine wichtige Diskussions- und Bewertungsgrundlage für die **beabsichtigte Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts**. Neben der generellen Überprüfung und ggf. Aktualisierung der konzeptionellen Grundlagen (vgl. Anlage 3) resultieren weitere relevante Aspekte und Erfordernisse mit Relevanz für die Konzeptfortschreibung u. a. aus äußeren Einflussfaktoren (z. B. höchstrichterliche Rechtsprechung) und sollen hier, vorbehaltlich zusätzlicher Anregungen der Akteure im Zuge der politischen Beratung und Öffentlichkeitsbeteiligung, nur kurz angerissen werden:

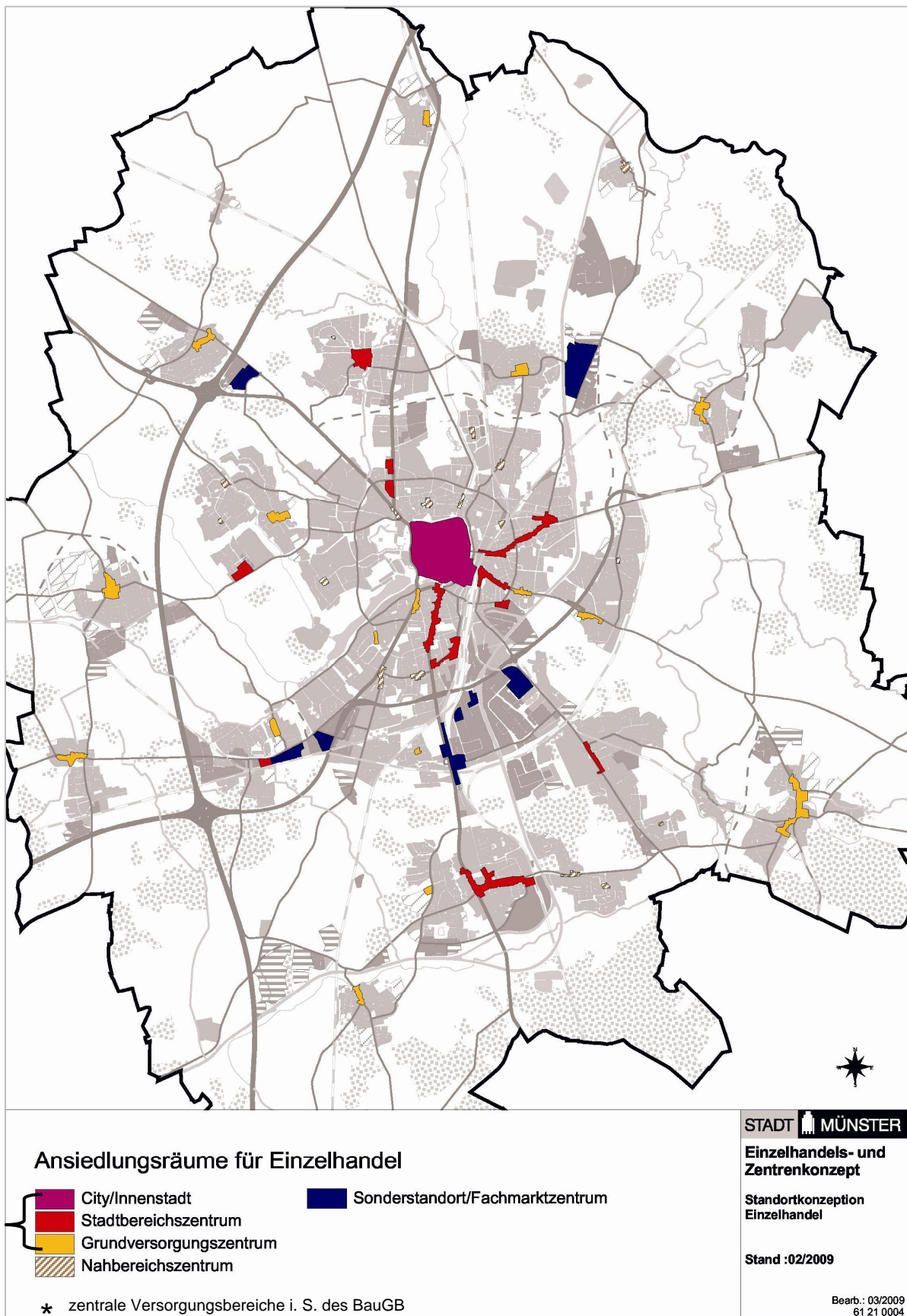
- ▷ Aktualisierung der rd. sieben Jahre alten Datengrundlage (2006 / 2007) zum Einzelhandel und zu den Dienstleistungsnutzungen als rechtssichere Grundlage für die Funktionsbestimmung und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB .
- ▷ Überprüfung des Zentrensystems und aller ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Anlage 1) daraufhin, ob sie die durch die aktuelle Rechtsprechung definierten Anforderungen erfüllen und somit von der städtebaulichen Schutzwirkung des BauGB profitieren können. Dabei sind insbesondere Urteile zur Ausweisung bzw. Qualifizierung und räumlichen Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche (z. B. Bundesverwaltungsgericht vom 17.12.2009, AZ 4 C 2/08) sowie zu Anforderungen an die Ausstattung von Nahversorgungszentren (z. B. Oberwaltungsgericht Münster vom 15.02.2012, AZ 10 D 32/11. NE) zu berücksichtigen.
- ▷ Anpassung des Einzelhandelskonzepts an den seit dem 13.07.2013 rechtskräftigen LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – als neue landesplanerische Kernvorschrift zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels (das Einzelhandelskonzept 1. Fortschreibung 2009 basiert noch auf der rechtlichen Grundlage des nicht mehr existenten Landesentwicklungsprogramms NRW, § 24a).
- ▷ Aktualisierung der branchenbezogenen Bindungsquoten und der Potenzialanalyse / Verkaufsflächenprognose von 2007 (vgl. Anlage 4) unter Zugrundelegung aktueller Daten zur Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie unter Berücksichtigung der dynamischen Einzelhandelsentwicklung seit der letzten Fortschreibung im Februar 2009 (Verkaufsflächenzuwachs > 40.000 m² gegenüber Datengrundlage 2006). Die Bindungsquoten i. V. mit der Potenzialanalyse sind ein häufig nachgefragter Orientierungsrahmen für Projektentwickler, Investoren und den Handel.
- ▷ Vorschläge für die Verortung zukünftiger Flächenbedarfe des Einzelhandels, insbesondere für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten an den Sonderstandorten (Bau-, Garten-, Möbelmärkte).
- ▷ Vertiefung des Nahversorgungskonzepts und Überprüfung aller Möglichkeiten, die Grundversorgung in kleineren Zentren und Wohnquartieren zu stärken bzw. Lücken im Versorgungsnetz zu schließen. Dabei sind die Auswirkungen und Anforderungen des demografischen Wandels an das stationäre Netz wohnungsnaher Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzun-

gen (zudem Erörterung zusätzlicher Möglichkeiten der Nahversorgung wie „Bestell- bzw. Bringservice“, Lebensmitteleinkauf im Internet, rollende Verkaufswagen etc.) besonders zu berücksichtigen.

- ▷ Überprüfung und ggf. Aktualisierung der Münsteraner Sortimentsliste (vgl. Anlage 2) als wesentliche Beurteilungsgrundlage für Einzelhandelsvorhaben unter Berücksichtigung der gem. Anlage 1 zum LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – Liste der stets zentrenrelevanten Sortimente (Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten: z. B. Lampen/Leuchten, Heim- und Haustextilien / Bettwaren)
- ▷ Erörterung möglicher Auswirkungen des wachsenden Marktanteils des Online-Handels auf das Zentrensystem und Identifizierung von „Risiken“ (z. B. Kaufhauskrise) für die zukünftige Entwicklung der City/Innenstadt bzw. des Einzelhandelsstandortes Münster

▷...

Anlage 1: Ansiedlungsräume für den Einzelhandel

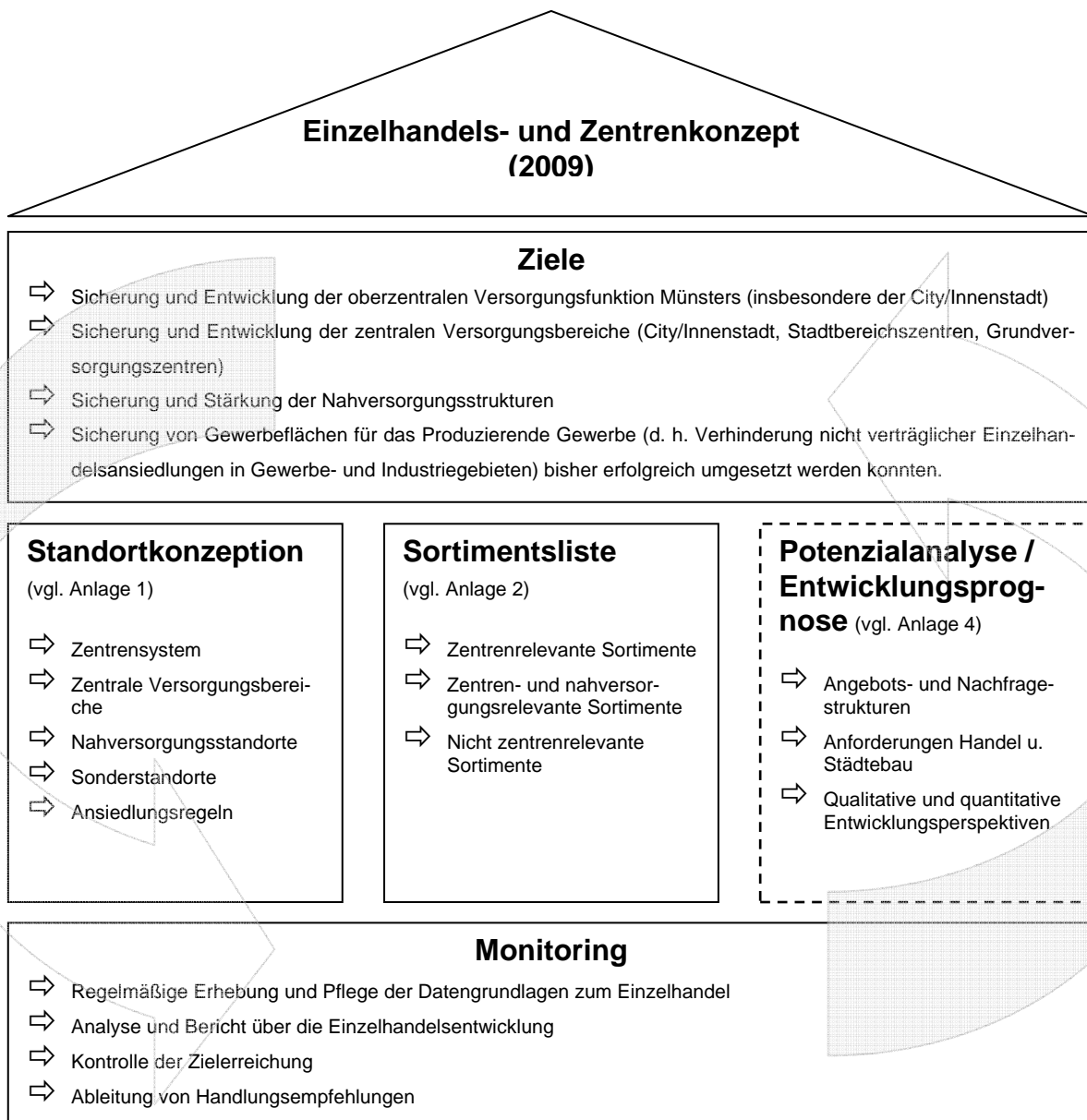


Anlage 2: Münsteraner Sortimentsliste**Münsteraner Sortimentsliste**(gem. Ratsbeschluss zum Einzelhandelskonzept vom
11. Februar 2009)

Zentrenrelevante Sortimente		Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ● Antiquitäten ● Baby- und Kinderartikel ● Bastelbedarf ● Bekleidung aller Art ● Bücher, Fachliteratur ● Bürobedarf, Organisationsmittel ● Computer und –zubehör, Kommunikationselektronik ● Elektrokleingeräte ● Fahrräder und Zubehör ● Fotogeräte und -artikel ● Geschenkartikel ● Glas/Porzellan/Keramikartikel ● Handarbeitenartikel /Strickwaren ● Haushaltwaren, Hausratartikel ● Heim- u. Haustextilien, Bettwaren ● Jagdartikel/Waffen ● Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Bilder und -rahmen ● Lederwaren ● Leuchten ● Medizinische u. orthopädische Artikel ● Musikinstrumente, Musikalien ● Optische und akustische Erzeugnisse 	<ul style="list-style-type: none"> ● Schreib- u. Papierwaren, Schulbedarf ● Schuhe ● Spielwaren, Hobbyartikel ● Sportartikel/-geräte/ -bekleidung ● Stoffe, Tuche, Meterware ● Unterhaltungselektronik, Tonträger ● Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck ● Telefone / -zubehör <p>Nah- /Grundversorgung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Blumen (Schnittblumen, Topfpflanzen) ● Drogerie-/Parfümerieartikel ● Getränke ● Kosmetische Artikel ● Nahrungs- und Genussmittel ● Pharmazeutische Artikel ● Tabakwaren ● Tierfutter / Tierpflegeartikel für Kleintiere ● Zeitschriften, Zeitungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Autos, Autoteile, -zubehör u. -reifen ■ Badeinrichtungen ■ Bauelemente (inkl. Fenster, Türen, Bau- und Heimwerkerbedarf) ■ Baustoffe (inkl. Fliesen) ■ Blockhäuser, Wintergärten, Zäune) ■ Bodenbeläge ■ Boote und Zubehör ■ Campingwagen und –artikel, Zelte ■ Gartenbedarf, -möbel, -geräte, Pflanzen ■ Haushaltsgroßgeräte, weiße Ware ■ Herde/Öfen/Kamine ■ Installationsbedarf für Gas, Sanitär u. Heizung ■ Kleineisenwaren, Werkzeuge ■ Küchen ■ Möbel, Büromöbel ■ Motorräder, -zubehör u. –reifen ■ Rolläden, Rollos, Markisen ■ Sauna-/Schwimmbadanlagen ■ Tapeten, Lacke ■ Teppiche ■ Zoologischer Bedarf/lebende Tiere

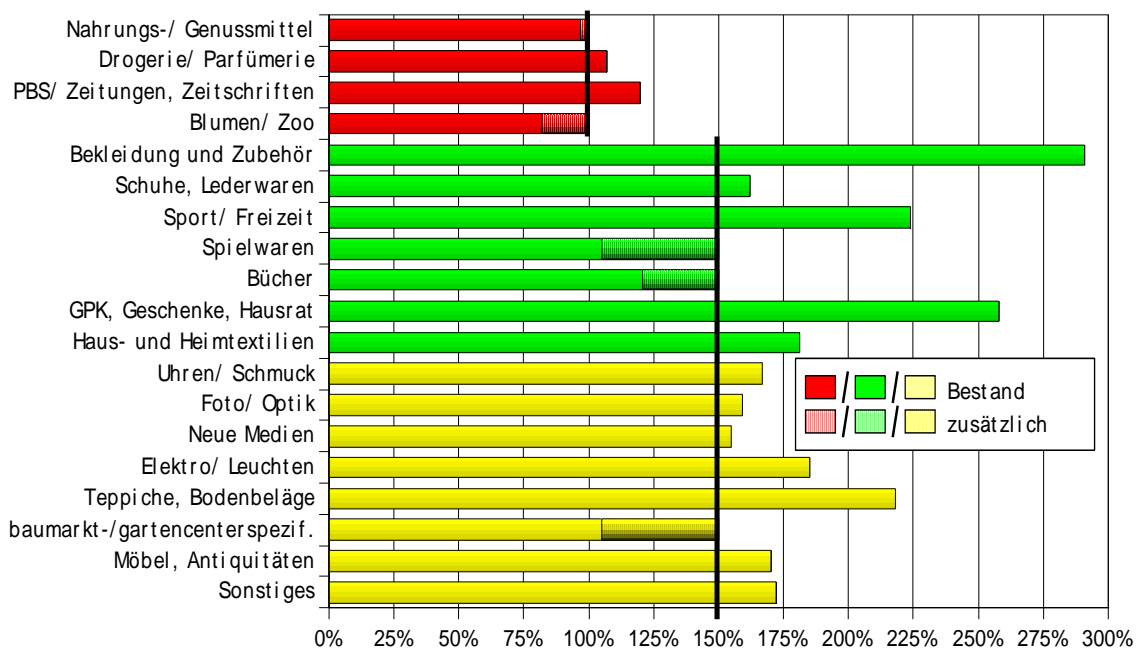
Anlage 3: Konzeptionelle und rechtliche Grundlagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Münster ist ein informelles Planinstrument für die städtebaulich verträgliche räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung. Als vom Rat beschlossenes städtebauliches Entwicklungskonzept ist es bei der Aufstellung der Bauleitpläne als Abwägungsbelang zu berücksichtigen (§§ 1 Abs. 6 Nr. 11 und 9 Abs. 2a BauGB). Es dient der Einzelhandelssteuerung und ist Grundlage für die Beurteilung von Erweiterung- und Ansiedlungsvorhaben. Strategische und planerische Grundsätze dienen als Richtschnur für das Verwaltungshandeln und die Umsetzung des Konzepts. Kernziel des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist der Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung sowie die Sicherung von Gewerbeflächen für Produktion und Handwerk. Das Konzept besteht im Wesentlichen aus den Bausteinen: Ziele, Standortkonzeption und der Münsteraner Sortimentsliste. Das begleitende Monitoring dient der Berichterstattung im Sinne einer Erfolgskontrolle.



Anlage 4: Potenzialanalyse / Verkaufsflächenprognose gem. Einzelhandels- und Zentrenkonzept (1. Fortschreibung 2009)

Bindungsquoten in Münster nach Sortimenten im Ist-Zustand (2007) und 2020 gem. Entwicklungsprognose



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Münster, 1. Fortschreibung 2009, Seite 57
 Berechnung durch Stadt- und Regionalplanung, Dr. Acocella, Lörrach