

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Heinsberg

erstellt im Auftrag der

Stadt Heinsberg

Projektbearbeitung:

Corinna Küpper

Köln, im Februar 2011

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung 6
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung 6
1.2	Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen 7
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung 9
2.1	Lage im Raum und Verkehrsanbindung 9
2.2	Demographische Entwicklung 10
2.3	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Heinsberg 13
3	Einzelhandelssituation in der Stadt Heinsberg 16
3.1	Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen 16
3.2	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten 19
3.3	Einkaufsorientierung der Heinsberger Bürger 23
3.4	Einkaufshäufigkeit 28
3.5	Einzelhandelszentralität 29
3.6	Einzelhandelsentwicklung seit 2000 34
3.7	Standortanalyse der Heinsberger Innenstadt 35
3.7.1	Städtebauliche Situation 35
3.7.2	Einzelhandelsangebot 37
3.7.3	Kundeneinzugsgebiet 38
3.8	Standortanalyse des Ortskerns Oberbruch 41
3.8.1	Städtebauliche Situation 41
3.8.2	Einzelhandelsangebot 43
3.9	Standortanalyse des Ortskerns Dremmen 45
3.9.1	Städtebauliche Situation 45
3.9.2	Einzelhandelsangebot 45
4	Wohnungsnahе Versorgung in Heinsberg 48
5	Standorte des großflächigen Einzelhandels 51
6	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung 53
7	Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach Warengruppen 54

8	Einzelhandels- und Zentrenkonzept Heinsberg.....	56
8.1	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung.....	56
8.2	Leitziele und Standortkonzept.....	60
8.3	Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt.....	63
8.4	Empfehlungen zur Profilierung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt.....	64
8.5	Empfehlungen zu Entwicklungsstandorten in Heinsberg-Mitte.....	66
8.6	Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgungszentren Oberbruch und Dremmen....	69
8.7	Ergänzende Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung.....	73
8.8	Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels.....	74
8.9	Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung	77
8.9.1	Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente	77
8.9.2	Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten	84
8.9.3	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	85
8.9.4	Festsetzungen zur Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.....	88
8.9.5	Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten.....	89
8.9.6	Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten.....	90
8.9.7	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	91
8.10	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen	92

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Einwohner der Stadt Heinsberg nach Stadtteilen	10
Abbildung 2:	Bevölkerungsentwicklung in Heinsberg und Vergleichsräumen (2000 - 2025)	11
Abbildung 3:	Altersstruktur der Bevölkerung in Heinsberg (2006 – 2025)	12
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Heinsberg und in Vergleichsräumen	13
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heinsberg	14
Abbildung 6:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen	15
Abbildung 7:	Stadt Heinsberg - Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen	16
Abbildung 8:	Räumliche Verteilung des Einzelhandels	17
Abbildung 9:	Verkaufsflächen und Umsätze in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Stadt Heinsberg	19
Abbildung 10:	Verkaufsflächen und Umsätze in den zentrenrelevanten Leitsortimenten in der Stadt Heinsberg	20
Abbildung 11:	Verkaufsflächen und Umsätze in den optional zentrenrelevanten Leitsortimenten in der Stadt Heinsberg	21
Abbildung 12:	Verkaufsflächen und Umsätze in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Heinsberg	21
Abbildung 13:	Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel	23
Abbildung 14:	Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung	24
Abbildung 15:	Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik	25
Abbildung 16:	Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Heimwerkerbedarf	25
Abbildung 17:	Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel	26
Abbildung 18:	Vermisste Einzelhandelsangebote	27
Abbildung 19:	Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Standorten	28
Abbildung 20:	Umsatz-Kaufkraft-Relation – nahversorgungsrelevante Sortimente	29
Abbildung 21:	Umsatz-Kaufkraft-Relation – zentrenrelevante Leitsortimente	30
Abbildung 22:	Umsatz-Kaufkraft-Relation – optional zentrenrelevante Sortimente	31
Abbildung 23:	Umsatz-Kaufkraft-Relation – nicht-zentrenrelevante Sortimente	32
Abbildung 24:	Nutzungsstruktur in der Innenstadt	36
Abbildung 25:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Heinsberger Innenstadt	38
Abbildung 26:	Herkunft der Kunden des Einzelhandels in Heinsberg	39
Abbildung 27:	Kerneinzugsgebiet der Heinsberger Innenstadt	40
Abbildung 28:	Nutzungsstruktur im Ortskern Oberbruch	42
Abbildung 29:	Verkaufsflächen und Umsätze im Ortskern Oberbruch	43
Abbildung 30:	Nutzungsstruktur im Ortskern Dremmen	46
Abbildung 31:	Verkaufsflächen und Umsätze im Ortskern Dremmen	47

Abbildung 32:	Standortbereiche des Einzelhandels in Heinsberg – Nahversorgungssituation	49
Abbildung 33:	Verkaufsfläche der Lebensmittel-SB-Geschäfte / -Märkte nach Stadtteilen	50
Abbildung 34:	Großflächiger Einzelhandel	52
Abbildung 35:	Zentrenkonzept	62
Abbildung 36:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	65
Abbildung 37:	Zentraler Versorgungsbereich Oberbruch	71
Abbildung 38:	Zentraler Versorgungsbereich Dremmen	72
Abbildung 39:	Heinsberger Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente	81
Abbildung 40:	Verkaufsflächenanteile nach Standortbereichen	83

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Heinsberg werden Leitlinien für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes aufgezeigt.

Diese Untersuchung kann aufbauen auf den Erhebungsergebnissen der „Strukturuntersuchung des Einzelhandels in der Stadt Heinsberg“, die die BBE Handelsberatung (früher BBE Retail Experts Unternehmensberatung) im Jahre 2000 im Auftrag der Stadt Heinsberg erarbeitet hat.

Im Rahmen des Zentrenkonzeptes sind die räumlichen Abgrenzungen und spezifischen Branchenprofile für die zentralen Versorgungsbereiche der Heinsberger Innenstadt sowie die Nebenzentren Oberbruch und Dremmen zu entwickeln. Darüber hinaus sind geeignete Entwicklungsstandorte für den großflächigen Einzelhandel und ergänzende Nahversorgungsangebote in den übrigen Stadtteilen vorzuschlagen.

Bei der Erarbeitung von Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung werden die Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels (§ 24a Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen – im Folgenden LEPro NRW) in Verbindung mit der aktuellen Rechtsprechung und dem Einzelhandelserlass NRW berücksichtigt.

Im Einzelnen werden die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet abgegrenzt und mögliche Entwicklungsstandorte mit Anbindung an die Hauptgeschäftslagen identifiziert, die unter städtebaulichen Gesichtspunkten für die Aufnahme weiterer zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe geeignet sind. Gleichzeitig ist genau zu begründen, in welchen Teilbereichen des Stadtgebiets auf die Ansiedlung zentrenrelevanter Betriebe verzichtet werden sollte.

In Orientierung an die im § 24 a LEPro NRW fixierten zentrenrelevanten Leitsortimente und unter Berücksichtigung der spezifischen Angebotsstrukturen und Entwicklungspotenziale sind in diesem Zusammenhang auch die Sortimente zu bestimmen, die für die Funktionsfähigkeit der Heinsberger Innenstadt von besonderer Bedeutung sind („Heinsberger Liste der zentrenrelevanten Sortimente“).

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung

Im Mai 2010 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ und leerstehenden Ladenlokale durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 29 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Heinsberger Innenstadt sowie in den Ortskernen Oberbruch und Dremmen die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Freie Berufe, Gastronomie, Spielhallen, öffentliche Einrichtungen) erfasst. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt.

Nachfrageanalyse

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heinsberg werden von der BBE-Marktforschung ermittelt.

Zur Ermittlung der räumlichen Einkaufsorientierung wurden im Juni 2010 in der Stadt Heinsberg 500 telefonische Interviews durchgeführt.

Die Befragten wurden im Rückgriff auf elektronische Telefonverzeichnisse nach einem statistischen Zufallsverfahren und unter Berücksichtigung der räumlichen Bevölkerungsverteilung ausgewählt. Abgefragt wurden die bevorzugten Einkaufsorte für fünf ausgewählte Leitbranchen (Lebensmittel, Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Baumarktartikel und Möbel), die Einkaufshäufigkeit in ausgewählten Einkaufsorten (Heinsberg, Hückelhoven, Roermond, Mönchengladbach und Aachen) sowie die vermissten Einzelhandelsangebote.

Kundenwohnorterhebung

Um das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandorts Heinsberg zu quantifizieren, wurde durch ausgewählte Einzelhandelsbetriebe eine Erfassung der Kundenwohnorte in einem zweiwöchigen Zeitraum im Mai 2010 durchgeführt. Insgesamt haben sich 62 Betriebe an der Kundenwohnerhebung beteiligt und es wurden 32.547 Kundenwohnorte erfasst.

¹

Als Einzelhandelsbetriebe werden diejenige Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Zu den Ladenhandwerksbetrieben gehören Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

Weitere Grundlagen

Für die Konzeptentwicklung wurde auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Heinsberg wie Flächennutzungsplan, Katasterpläne, Bebauungspläne, Bauvoranfragen sowie sonstige vorhandene Gutachten wurden ebenfalls ausgewertet.

Alle Erhebungsprogramme wurden mit dem Auftraggeber abgestimmt, die Datenschutzbestimmungen sind bei dieser Untersuchung gewährleistet.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

Die Stadt Heinsberg übernimmt die Funktionen der Kreisstadt des gleichnamigen Kreises und wird durch die Städte Wassenberg und Hückelhoven im Osten, durch die Stadt Geilenkirchen im Süden, durch die Gemeinden Gangelt und Waldfeucht im Westen sowie durch die niederländische Gemeinde Roerdalen (Provinz Limburg) im Norden begrenzt. Die Stadt gliedert sich in 13 Stadtbezirke, die 18 Stadtteile bzw. 33 Ortsteile umfassen. Damit besteht eine disperse Siedlungsstruktur, wobei die Heinsberger Kernstadt (ca. 8.550 Einwohner) und der Stadtteil Oberbruch (ca. 7.250 Einwohner) die größte Einwohnerkonzentration aufweisen.

Die Autobahn 46 und die Bundesstraße 221 stellen die wichtigsten Verkehrsachsen dar, die die Stadt mit den benachbarten Städten und dem Großraum Düsseldorf verbinden. Der öffentliche Personenverkehr wird über Busverkehr mit einem zentralen Busbahnhof an der Ostpromenade sichergestellt, die Anbindung an den Schienenverkehr soll in den nächsten Jahren reaktiviert werden.

Der Landesentwicklungsplan NRW stuft die Stadt Heinsberg als Mittelzentrum im ländlichen Raum ein. Der Stadt kommt in erster Linie die Aufgabe zu, die Versorgung der Wohnbevölkerung der Stadt und der benachbarten Grundzentren mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs insbesondere des gehobenen und spezialisierten Bedarfs sicher zu stellen.

2.2 Demographische Entwicklung

Die Stadt Heinsberg weist aktuell ca. 40.900 Einwohner auf, die sich auf folgende 18 Stadtteile verteilen:²

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Heinsberg nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	
	abs.	in %
Heinsberg	8.550	20,9
Oberbruch	7.245	17,7
Dremmen	3.600	8,8
Karken	3.460	8,5
Kirchhoven	2.983	7,3
Unterbruch	2.291	5,6
Kempen	1.762	4,3
Randerath	1.609	3,9
Uetterath	351	0,9
Schafhausen	1.656	4,0
Lieck	1.403	3,4
Waldenrath	1.348	3,3
Straeten	1.094	2,7
Scheifendahl	329	0,8
Porselen	1.087	2,7
Horst	470	1,1
Laffeld	717	1,8
Aphoven	948	2,3
Stadt Heinsberg gesamt	40.903	100,0

Quelle: Stadt Heinsberg, Stand: 01.01.2010 (nur Hauptwohnsitze)

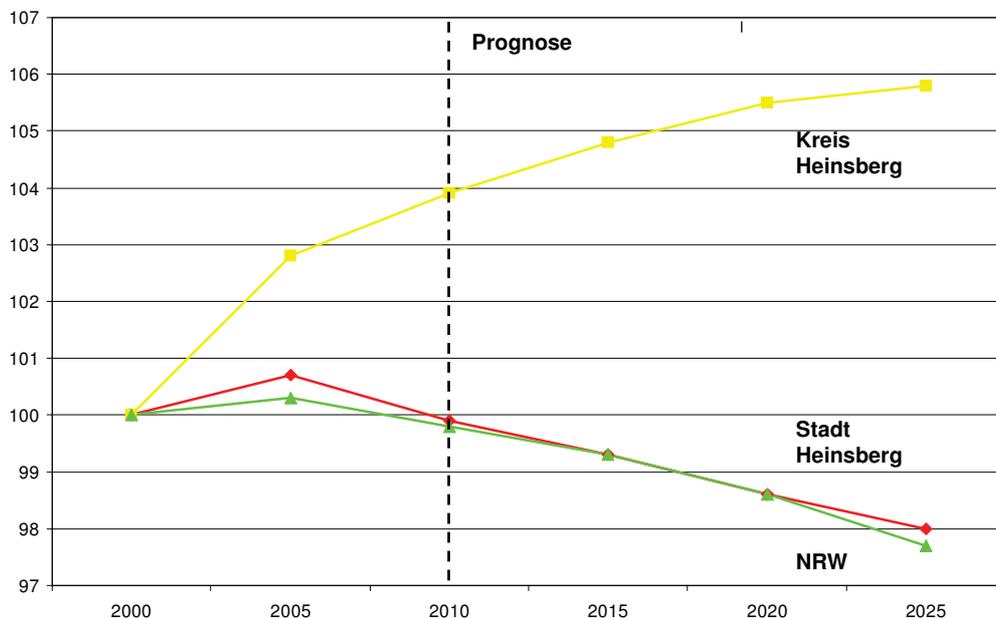
Die Stadt Heinsberg verzeichnet im Zeitraum 2000 - 2010 einen leichten Bevölkerungsrückgang, während kreisweit die Bevölkerung um ca. 4 % zugelegt hat (vgl. Abbildung 2).

² Quelle: Einwohnermeldeamt der Stadt Heinsberg, Stand: 01.01.2010 (Hauptwohnsitze)

Bevölkerungsprognosen ergeben, dass sich der Trend einer negativen Bevölkerungsentwicklung auch weiterhin fortsetzen wird. So weist eine Prognose der Bertelsmann-Stiftung aus dem Jahr 2007 für den Zeitraum bis zum Jahr 2025 einen Rückgang der Bevölkerungszahl um 2 %-Punkte aus.³

Darüber hinaus sind infolge des demographischen Wandels auch deutliche Veränderungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung zu erwarten. So werden im Jahre 2025 ca. 25 % der Heinsberger Bürger das 65. Lebensjahr erreicht oder überschritten haben (2006: 19 %), während gleichzeitig der Anteil der Kinder und Jugendlichen von heute 21 % auf künftig 17 % sinken wird (vgl. Abbildung 3).

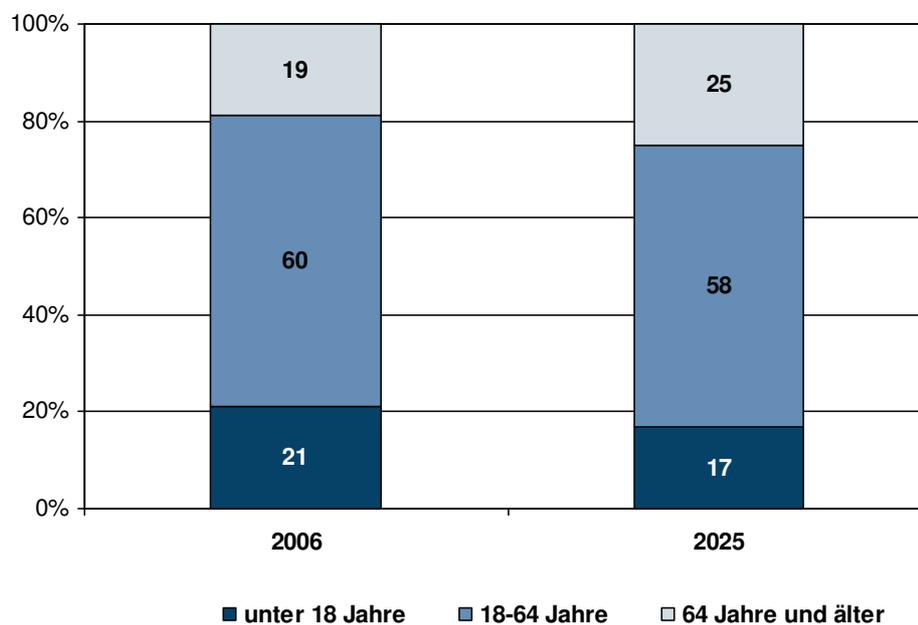
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung in Heinsberg und Vergleichsräumen (2000 - 2025)



Quelle: IT NRW, Bertelsmann Stiftung

³ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Kommune

Abbildung 3: Altersstruktur der Bevölkerung in Heinsberg (2006 – 2025)



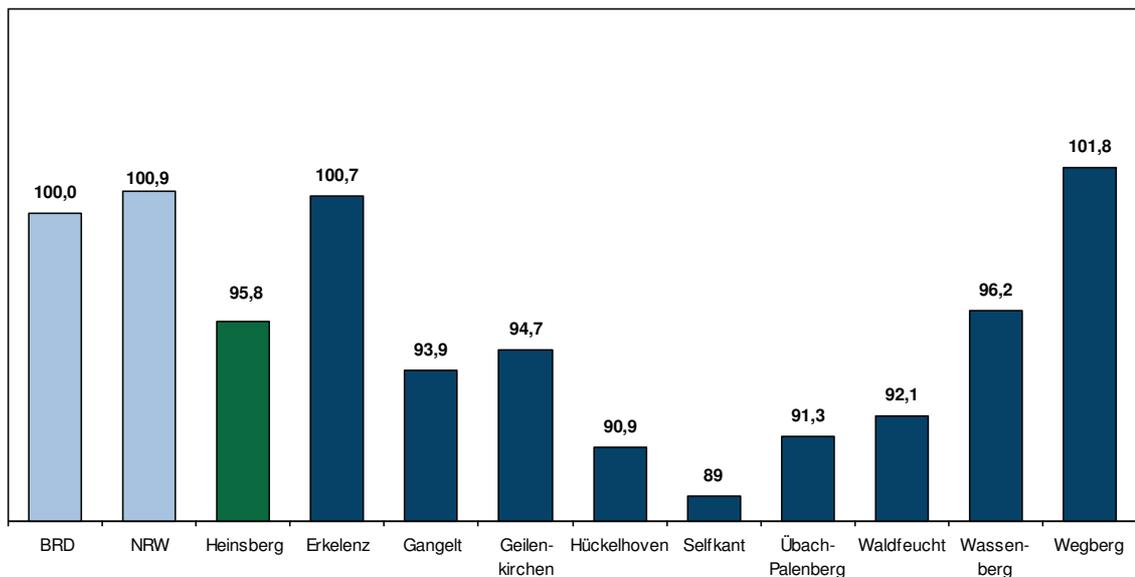
Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Kommune

2.3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Heinsberg

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach für das Jahr 2010 pro Kopf insgesamt 5.399 EUR einzelhandelsrelevant.⁴

Die BBE-Marktforschung weist für die Stadt Heinsberg ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 95,8 % im Jahr 2010 aus. Dieses liegt somit ca. 4 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Im regionalen Vergleich ist das Kaufkraftniveau der Stadt Heinsberg als durchschnittlich einzustufen (vgl. Abbildung 4). Im Kreis Heinsberg erreichen nur die Städte Erkelenz (100,7 %), Wegberg (ca. 101,8 %) und Wassenberg (96,2 %) Kaufkraftwerte, die über dem der Stadt Heinsberg liegen.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Heinsberg und in Vergleichsräumen



Quelle: BBE-Marktforschung, 2010

Auf der Grundlage der BBE-Kennzahlen ergeben sich für die Stadt Heinsberg jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.170 EUR. Multipliziert mit der Einwohnerzahl, lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von insgesamt 211,5 Mio. EUR für das Jahr 2010 errechnen.

⁴ Jährliche Pro-Kopf-Ausgaben, die dem Einzelhandel zufließen, unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen sowie die Erstattungsbeträge der gesetzlichen und privaten Krankenkassen für Arzneimittel und Sanitätsartikel.

Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Heinsberg

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben 2010 Deutschland	Pro-Kopf-Ausgaben 2010 Heinsberg	Kaufkraftpotenzial Heinsberg
	in EUR	in EUR	in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel/Bäcker/Metzger	2.043	1.963	80,3
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	236	222	9,1
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	511	511	20,9
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	2.790	2.696	110,3
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	190	179	7,3
Bekleidung/Wäsche	435	407	16,7
Schuhe/Lederwaren	109	102	4,2
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltsgegenstände	67	63	2,5
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	51	49	2,0
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente	106	99	4,1
Sportartikel	57	54	2,2
Elektrokleingeräte	37	34	1,4
Unterhaltungselektronik/PC/Drucker/Kommunikation	284	268	11,0
Foto/Optik/Akustik	104	97	3,9
Uhren/Schmuck	49	45	1,8
Zentrenrelevante Sortimente gesamt	1.489	1.397	57,1
Schnittblumen	47	46	1,9
Fahrräder	20	18	0,7
Einrichtungszubehör insgesamt*	116	110	4,5
Optional zentrenrelevante Sortimente	183	174	7,1
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	58	56	2,3
Baumarkt-Sortiment	369	364	14,9
Kfz-Zubehör	76	75	3,0
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	80	78	3,2
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	272	254	10,4
Elektrogroßgeräte	77	72	3,0
sonstige Sortimente (Camping, Kinderwagen)	5	4	0,2
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	937	903	37,0
Gesamt	5.399	5.170	211,5

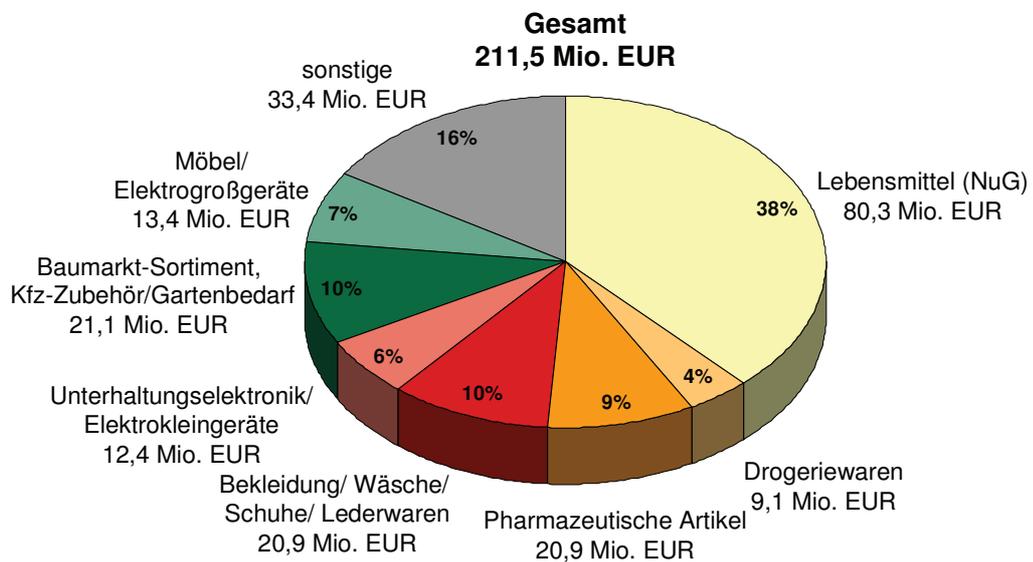
* Teppiche, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten). Lampen/ Leuchten, Kunstgegenstände
Quelle: BBE-Marktforschung 2010

Mit rund 38 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Zusammen mit Drogerie-, Parfümeriewaren und pharmazeutische Artikel bezieht

sich gut die Hälfte des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die zentrenrelevanten Leitbranchen Bekleidung / Schuhe und Unterhaltungselektronik stehen im Stadtgebiet zusammen ca. 33,3 Mio. EUR zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Baumarktbedarf und Möbel / Elektrogroßgeräte addieren sich auf ca. 34,5 Mio. EUR, die sonstigen Warengruppen umfassen auch ca. 33,4 Mio. EUR bzw. ca. 16 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Warengruppen



Quelle: BBE-Marktforschung 2010

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Heinsberg

3.1 Einzelhandelsausstattung nach Stadtteilen

In der Stadt Heinsberg sind insgesamt 356 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig,⁵ die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 85.460 m² verfügen und einen Umsatz in Höhe von ca. 243 Mio. EUR erwirtschaften. Zum Erhebungszeitpunkt im Mai 2010 waren im Stadtgebiet 41 Leerstände vorhanden.⁶

Zur Bewertung kann man die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (ca. 40.900 Einwohner) beziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 2,1 m² je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von ca. 1,5 m² je Einwohner verzeichnet die Stadt Heinsberg einen vergleichsweise hohen Flächenbesatz.

Abbildung 7: Stadt Heinsberg - Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen

Stadtteil	Betriebe		Umsatz		Verkaufsfläche	
	absolut	in %	in Mio. EUR	in %	in m ²	in %
Heinsberg	219	62	172,3	71	58.490	69
Oberbruch	47	13	32,3	13	9.670	11
Dremmen	25	7	7,6	3	2.800	3
Karken	18	5	10,4	4	2.090	2
Kirchhoven	9	3	5,0	2	2.030	2
Unterbruch	10	3	4,7	2	3.770	5
Kempen	4	1	0,3	(*)	150	(*)
Randerath	8	2	1,6	1	1.450	2
Waldenrath	4	1	1,8	1	670	1
Straeten	4	1	1,9	1	640	1
sonstige Stadtteile*	8	2	4,8	2	3.700	4
Gesamt	356	100	242,7	100	85.460	100

* Weniger als vier Einzelhandelsbetriebe, kein Ausweis aus Datenschutzgründen

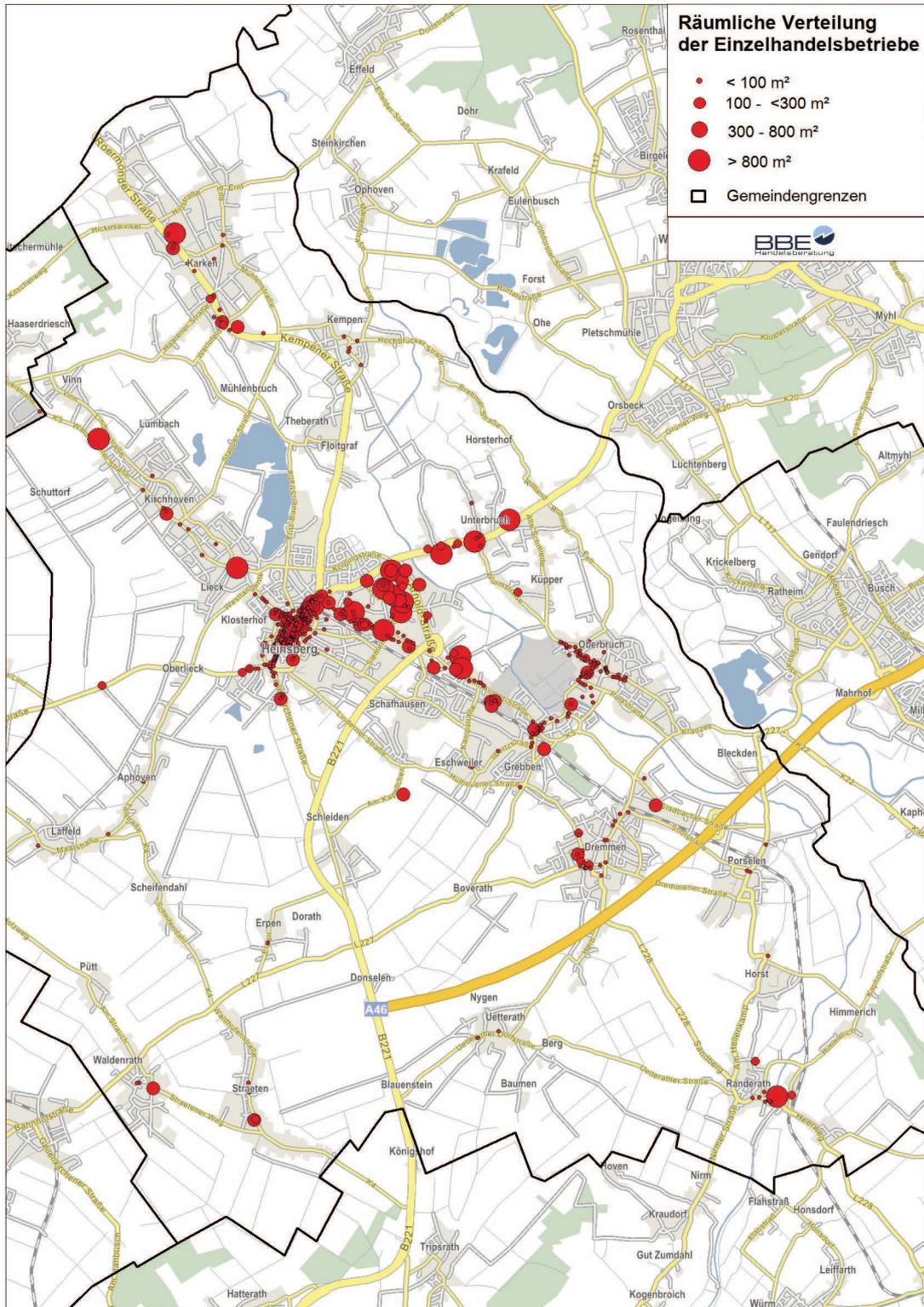
(*) unter 1 %

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

⁵ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe berücksichtigt (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien). Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

⁶ Als Leerstände wurden diejenigen Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

Abbildung 8: Räumliche Verteilung des Einzelhandels



Quelle: Eigene Erhebungen

Im Hinblick auf die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe ist eine Dominanz des Stadtteils Heinsberg festzustellen, der ca. 62 % der Betriebe, ca. 71 % der Verkaufsfläche und ca. 69 % des Umsatzes auf sich vereinigt (vgl. Abbildung 7). Stadtteilbezogen ist ein größeres Angebot in Oberbruch vorhanden. Die Stadtteile Dremmen, Karken, Kirchhoven und Unterbruch weisen eine durchschnittliche Nahversorgung und teilweise großflächige Betriebe in isolierten Lagen auf. In den sonstigen Stadtteilen sind einzelne Betriebe der wohnungsnahen Grundversorgung ansässig (vgl. Abbildung 8).

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Das Einzelhandelsangebot der Stadt Heinsberg lässt sich nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten differenzieren.⁷ Hierzu wurde die Verkaufsfläche der Betriebe differenziert nach Branchen erhoben.

Zu den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** zählen die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Ladenhandwerksbetriebe), Drogerie / Parfümerie / Kosmetik sowie pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel. Insgesamt entfällt auf diese Warengruppen eine Verkaufsfläche von über 22.000 m². Dies entspricht einem Anteil von ca. 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Mit ca. 17.770 m² Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt in der Branche Nahrungs- und Genussmittel.

Als wichtigste Anbieter fungieren das Real SB-Warenhaus (Humboldtstraße, ca. 7.950 m² Verkaufsfläche – im Folgenden abgekürzt mit „VKF“), die Lebensmittelsupermärkte Rewe (Industriestraße, ca. 3.500 m² VKF), Edeka (Heinsberg-Galerie, ca. 1.750 m² VKF) und Rewe (Oberbruch, ca. 1.100 m² VKF) sowie die diversen Lebensmitteldiscountmärkte. Im Drogeriewarenbereich sind in der Innenstadt die Firmen dm Drogeriemarkt, Rossmann und Ihr Platz strukturprägend. Darüber hinaus sind Fachgeschäfte und kleinere Fachmärkte in den Stadtteilen vorhanden. In der Stadt Heinsberg sind 13 Apotheken ansässig.

Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Jahresumsatz in Höhe von ca. 124 Mio. EUR erwirtschaftet. Dies entspricht einem Anteil von 51 % des Gesamtumsatzes (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Verkaufsflächen und Umsätze in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Stadt Heinsberg

Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	17.770	21	86,3	35
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	3.580	4	13,6	6
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	720	1	23,8	10
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	22.070	26	123,7	51
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>85.460</i>	<i>100</i>	<i>242,7</i>	<i>100</i>

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

⁷ Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente anhand der ortsspezifischen Strukturen zu bestimmen (vgl. Kapitel 8.9.1). Ausgangspunkt sind dabei die in der Anlage zum § 24 a des Landesentwicklungsprogramms (LEPro) NRW aufgeführten Leitsortimente, die von den nordrhein-westfälischen Kommunen bei der Festlegung ihrer gemeindlichen Sortimentslisten grundsätzlich als zentrenrelevant zu betrachten sind.

Die zentrenrelevanten Leitsortimente nach § 24 a LEPro nehmen in Heinsberg knapp 26.000 m² der Verkaufsfläche (ca. 30 %) ein. Hiervon entfallen über 15.500 m² auf die Warengruppen Bekleidung / Wäsche sowie Schuhe / Lederwaren, die zusammen einen geschätzten Umsatz in Höhe von knapp 36 Mio. EUR (ca. 15 %) erwirtschaften (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Verkaufsflächen und Umsätze in den zentrenrelevanten Leitsortimenten in der Stadt Heinsberg

Zentrenrelevantes Leitsortiment gem. § 24a LEPro NRW	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.360	2	4,3	2
Bekleidung/Wäsche	11.060	13	24,8	10
Schuhe/Lederwaren	4.480	5	11,0	4
GPK**/Haushaltsgegenstände	2.600	3	4,8	2
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz/	1.570	2	2,8	1
Spielwaren, Hobby, Basteln, Instrumente	1.150	1	2,3	1
Sportartikel	830	1	2,3	1
Elektrokleingeräte	580	1	1,5	1
UE***/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	1.330	1	4,7	2
Foto/Optik/Akustik	750	1	2,2	1
Uhren/Schmuck	260	(*)	0,8	(*)
Zentrenrelevante Leitsortimente gesamt	25.970	30	61,5	25
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>85.460</i>	<i>100</i>	<i>242,7</i>	<i>100</i>

* Papier, Büro und Schreibwaren; ** Glas, Porzellan, Keramik; *** Unterhaltungselektronik
(*) unter 1 %

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

Gemäß des Einzelhandelserlasses NRW vom 22.09.2008 bedürfen insbesondere Teilsortimente aus der Warengruppe Einrichtungszubehör einer ortspezifischen Betrachtung hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz. Zu diesen **optional zentrenrelevanten Sortimenten** gehören die Warengruppen Teppiche, Lampen / Leuchten / Leuchtmittel, Matratzen / Bettwaren, Bilder / Bilderrahmen / Spiegel sowie Tapeten. Insgesamt entfallen in der Stadt Heinsberg auf diese Sortimente knapp 5.200 m² Verkaufsfläche.

Darüber hinaus sind die Sortimente Fahrräder (ca. 1.100 m² VKF) und Schnittblumen (ca. 1.200 m² VKF) als optional zentrenrelevant zu bewerten (vgl. Abbildung 11).

Eine detaillierte Bewertung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente erfolgt unter Berücksichtigung der ortspezifischen Gegebenheiten in der Stadt Heinsberg in Kapitel 8.9.1.

Abbildung 11: Verkaufsflächen und Umsätze in den optional zentrenrelevanten Leitsortimenten in der Stadt Heinsberg

Optional zentrenrelevantes Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Schnittblumen	1.240	2	2,1	1
Fahrräder	1.100	1	1,6	1
Einrichtungszubehör insgesamt*	5.180	6	7,8	3
Optional zentrenrelevante Sortimente	7.520	9	11,5	5
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>85.460</i>	<i>100</i>	<i>242,7</i>	<i>100</i>

* Teppiche, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Lampen / Leuchten, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen, sonstige Geschenkartikel, Antiquitäten
Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

Nicht-zentrenrelevante Sortimente werden auf einer Verkaufsfläche von ca. 29.900 m² angeboten. Dies entspricht einem Anteil von ca. 35 % und verdeutlicht eine flächenintensive Einzelhandelsausstattung, insbesondere bei Möbeln (ca. 11.650 m² VKF) und Baumarkt-Sortiment (ca. 10.800 m² VKF) (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Heinsberg

Nicht-zentrenrelevantes Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1.630	2	3,0	1
Baumarkt-Sortiment, Camping	10.800	13	15,2	6
Kfz-Zubehör	1.130	1	5,9	2
Pflanzen/ Gartenbedarf (o. G-Möbel)	3.860	4	4,4	2
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel), Kinderwagen	11.650	14	16,1	7
Elektrogroßgeräte	830	1	1,4	1
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	29.900	35	46,0	19
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>85.460</i>	<i>100</i>	<i>242,7</i>	<i>100</i>

(*) unter 1 %
Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

Die Stadt Heinsberg verfügt damit insgesamt über einen vergleichsweise hohen Einzelhandelsbesatz, der sich u. a. auf eine umfangreiche Nahversorgungsausstattung bezieht. Hierbei ist eine Konzentration von großflächigen Betrieben in der Kernstadt festzustellen, während die Stadtteile nur eine ausschnittsweise wohnungsnah Versorgung aufweisen.

Im zentrenrelevanten Einzelhandelsangebot ist eine hohe Ausstattung bei den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung / Schuhe festzustellen, während u. a. bei Unterhaltungselektronik / Elektrowaren keine angemessene Versorgungsausstattung gegeben ist.

Das nicht-zentrenrelevante Angebotssegment zeichnet sich durch eine Mischung großflächiger Magnetbetriebe mit z. T. übergemeindlicher Ausstrahlungskraft und einem differenzierten kleinteiligen Angebot aus.

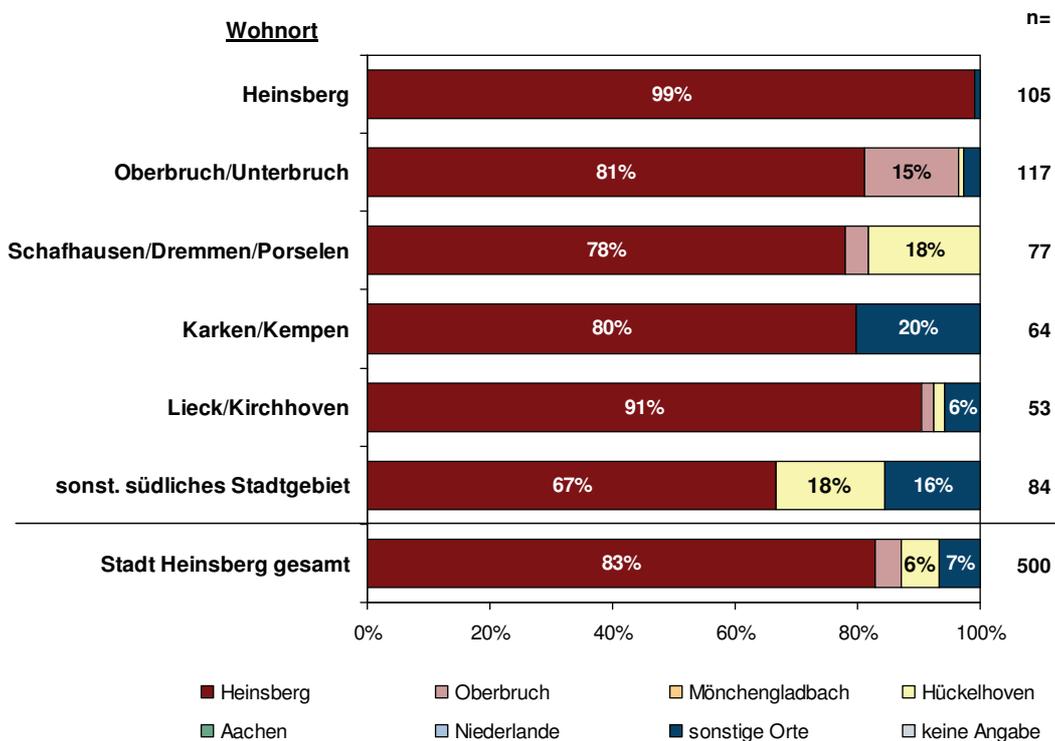
3.3 Einkaufsorientierung der Heinsberger Bürger

Im Rahmen einer telefonischen Haushaltsbefragung wurden im Juni 2010 insgesamt 500 Bürger per Zufallsstichprobe ausgewählt und nach ihren bevorzugten Einkaufsorten und der Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Standorten befragt.

Beim Lebensmittelkauf orientieren sich ca. 87 % der befragten Bürger auf ihren Heimatort (Heinsberg / Oberbruch), während die Nachbarstadt Hückelhoven und sonstige Einkaufsorte in der Gesamtbetrachtung nur eine untergeordnete Versorgungsbedeutung haben. Abwanderungen sind insbesondere in den peripher gelegenen Stadtteilen festzustellen. So übernimmt Hückelhoven ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bewohner des süd- und südöstlichen Stadtgebietes (vgl. Abbildung 13).

Innerhalb der Stadt Heinsberg ist die Kernstadt der wichtigste Einkaufsstandort, nur in Oberbruch ist eine wohnungsnahе Versorgung vorhanden, die insbesondere von Bürgern aus dem eigenen Stadtteil sowie aus Schafhausen / Dremmen / Porselen aufgesucht wird.

Abbildung 13: Bevorzugte Einkaufsorte für Lebensmittel



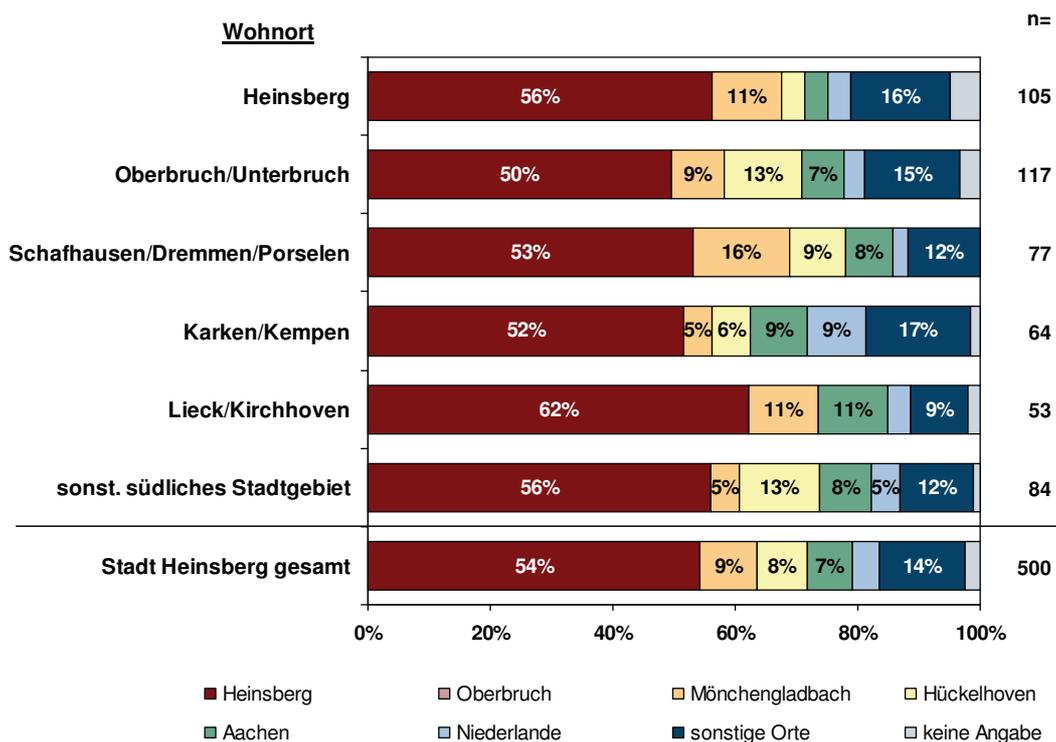
Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

Für das Sortiment Bekleidung ist festzustellen, dass gut die Hälfte der Befragten ihren Bekleidungsbedarf vorzugsweise in Heinsberg decken. Dabei sind zwischen den Wohnorten innerhalb des Stadtgebietes keine wesentlichen Unterschiede in der Intensität der Einkaufsorientierung nach Heinsberg festzustellen (vgl. Abbildung 14).

Als wichtige auswärtige Einkaufsziele beim Bekleidungskauf fungieren die Großstädte Mönchengladbach (ca. 9 % der Befragten) und Aachen (ca. 7 %). Einkaufsverflechtungen bestehen darüber hinaus mit der Nachbarstadt Hückelhoven (ca. 8 %) und den Niederlanden (ca. 4 %). Auf den Einkauf in Düsseldorf, Köln oder per Versandhandel entfallen jeweils ca. 2 - 3 % der Nennungen.

Die hohe Einkaufsorientierung nach Heinsberg bei Oberbekleidung zeigt, dass die Heinsberger Innenstadt hinsichtlich Angebot und Einkaufsatmosphäre eine große Akzeptanz bei den Bürgern der Stadt hat.

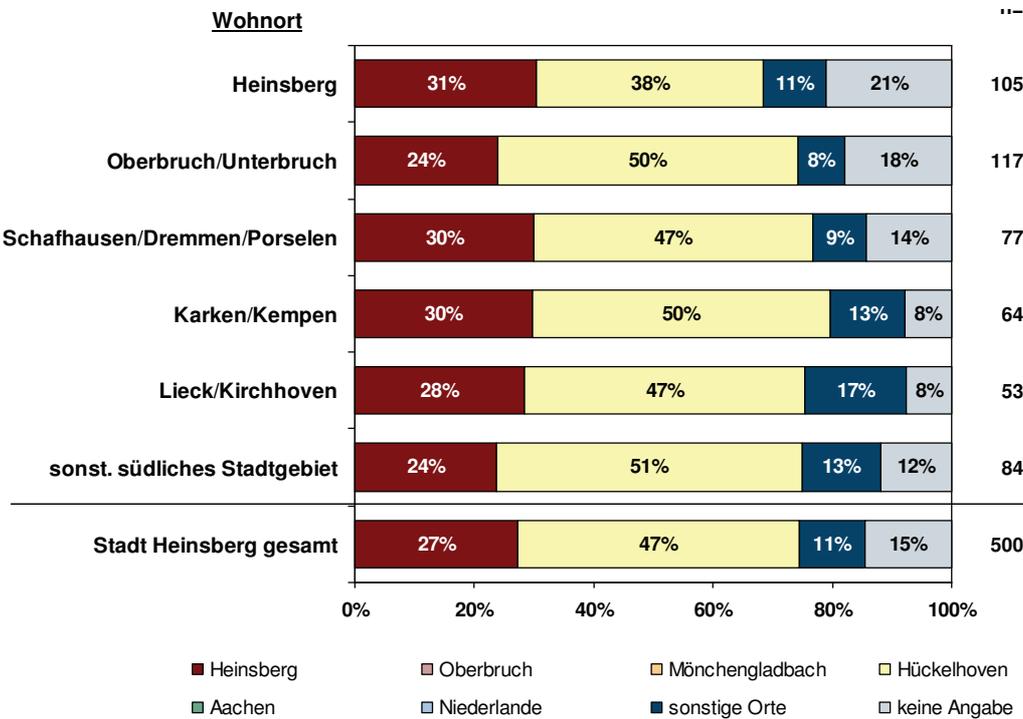
Abbildung 14: Bevorzugte Einkaufsorte für Oberbekleidung



Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

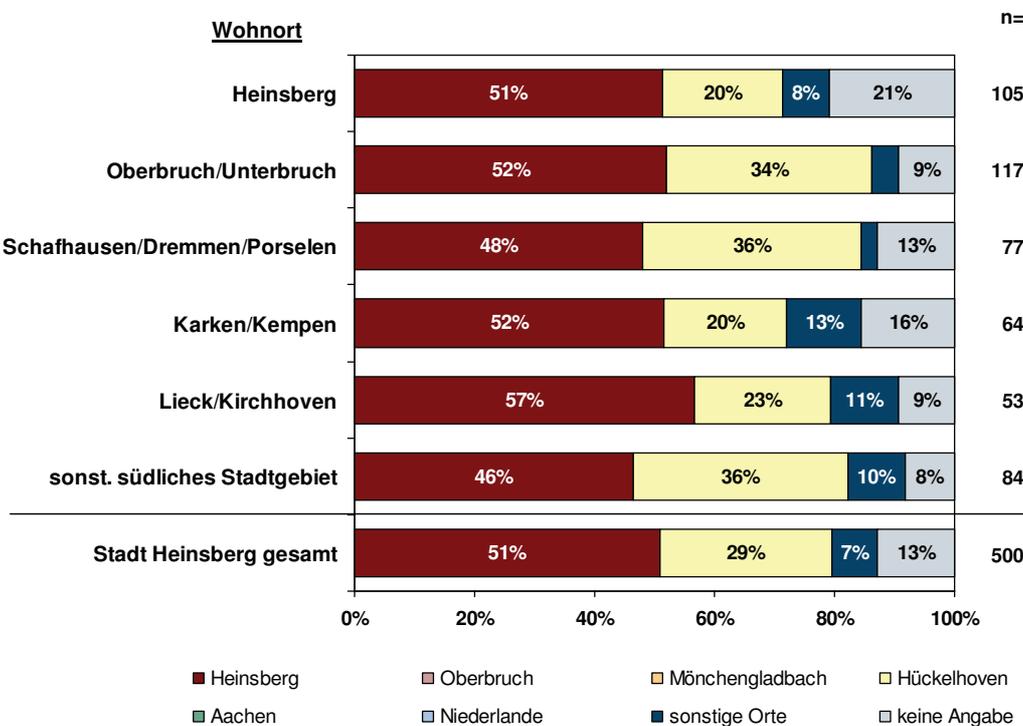
Der bevorzugte Einkaufsort im Bereich der Unterhaltungselektronik ist eindeutig Hückelhoven mit dem großflächigen MediaMarkt (ca. 47 %). Heinsberg steht mit einer Einkaufsorientierung von ca. 27 % der Befragten auf dem zweiten Rang, da nur ein kleinteiliges Angebot vorhanden ist. Sonstige Einkaufsorte (ca. 11 %) haben eine untergeordnete Bedeutung (vgl. Abbildung 15).

Abbildung 15: Bevorzugte Einkaufsorte für Unterhaltungselektronik



Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

Abbildung 16: Bevorzugte Einkaufsorte für Bau- und Heimwerkerbedarf



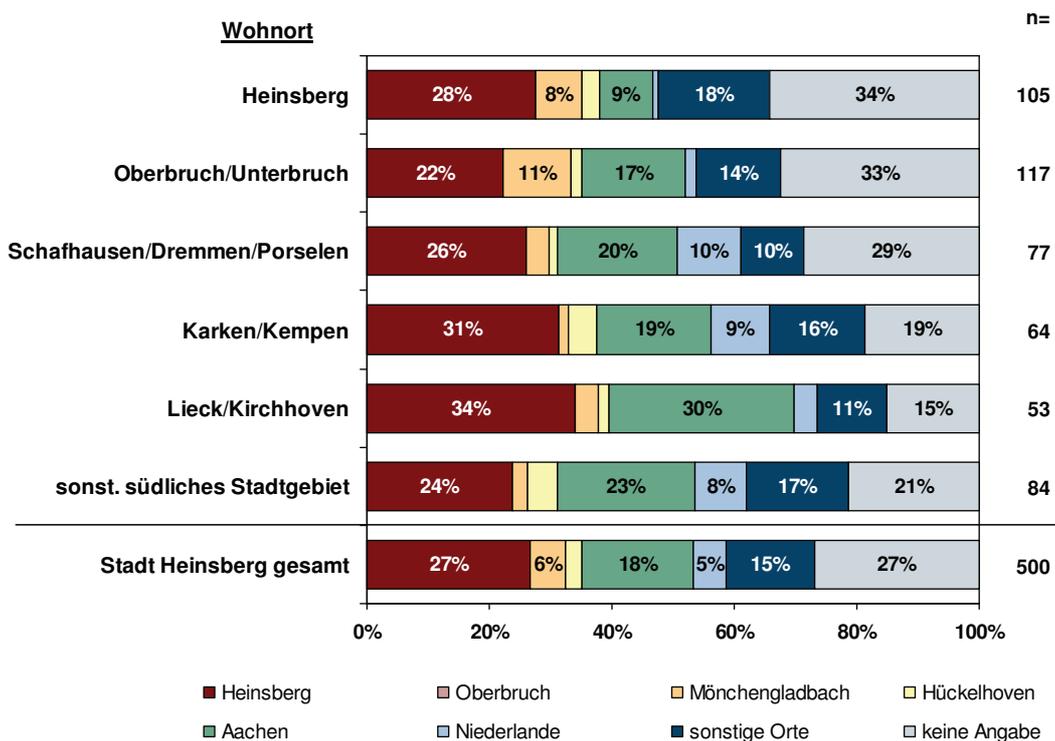
Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

Im Bereich des Bau- und Heimwerkerbedarfs wird Heinsberg von rund der Hälfte der befragten Bürger als wichtigster Einkaufsort genannt, gefolgt von der Stadt Hückelhoven, die u. a. mit dem Praktiker-Baumarkt ca. 29 % der Nennungen auf sich zieht (vgl. Abbildung 16). Rund 13 % der Befragten gaben „keine Angabe“ oder „kaufe diese Ware nie“ als Antwort an. Insgesamt ist für Heinsberg ein relativ hoher Kundenabfluss abzulesen.

Wohnmöbel kaufen die Heinsberger vorwiegend in Heinsberg (ca. 27 %) und Aachen (ca. 18 %). Mönchengladbach und die Niederlande spielen hier nur eine untergeordnete Rolle (ca. 5 bzw. 6 %). Gut ein Viertel der Befragten hat keine Angabe zum bevorzugten Möbeleinkaufsort gemacht.

Da Möbel nur in großen Zeitabständen gekauft werden, sind die Verbraucher bereit, größere Fahrstrecken in Kauf zu nehmen. Damit verteilen sich die Einkaufsorientierungen auf eine Vielzahl von weiteren Einkaufsorten, ohne dass eine hohe Intensität der Verflechtungen erreicht wird (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Bevorzugte Einkaufsorte für Wohnmöbel



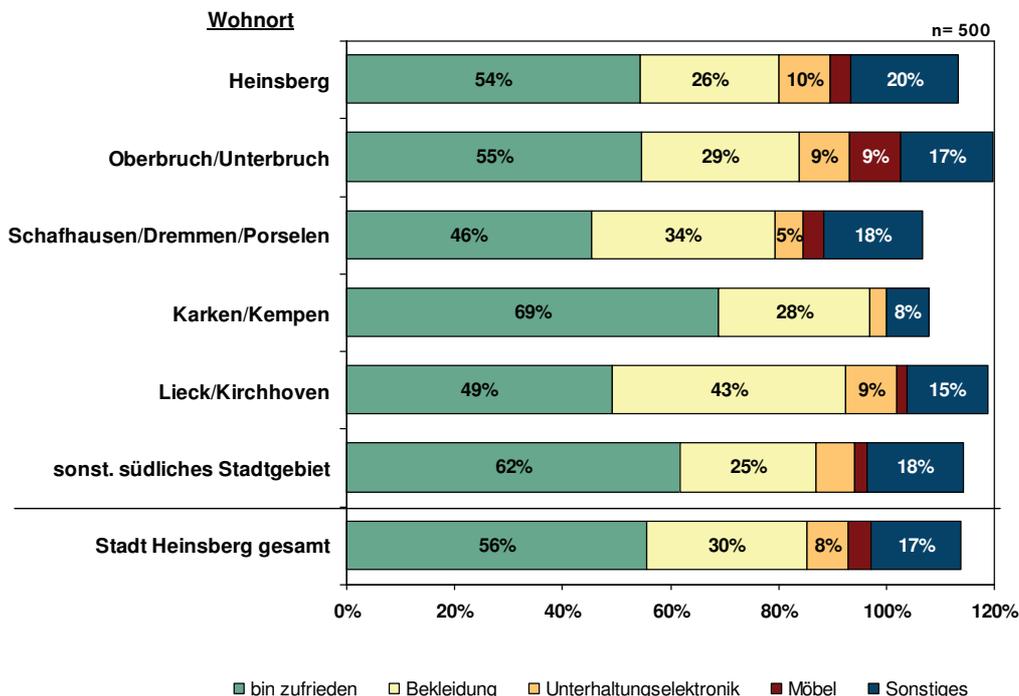
Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

Im Ergebnis lassen die Einkaufsorientierungen eindeutige Tendenzen erkennen. Im Bereich des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel) sind die Heinsberger überwiegend auf die eigene Versorgung ausgerichtet, wobei nur im Stadtteil Oberbruch eine angemessene wohnungsnaher Versorgung ge-

geben ist. Für alle anderen Wohnorte innerhalb der Stadt übernimmt die Kernstadt wichtige Versorgungsfunktionen. Abwanderungstendenzen sind in den peripheren Wohnsiedlungsbereichen zu erkennen. Beim mittelfristigen Bedarf (Oberbekleidung) weist die Heinsberger Innenstadt eine hohe Akzeptanz auf, so dass die Oberzentren Mönchengladbach und Aachen nur eine ergänzende Bedeutung, insbesondere für die jüngeren Verbraucher haben. Für Güter des langfristigen Bedarfs orientieren sich die Einkaufspräferenzen an den leistungsstarken Angeboten. So steht bei der Unterhaltungselektronik die Nachbarstadt Hückelhoven im Vordergrund, bei Bau- und Heimwerkerbedarf sind Heinsberg und Hückelhoven die wichtigsten Standorte, bei Möbeln ist eine großräumige Einkaufsorientierung festzustellen, die Heinsberg, Aachen und eine Vielzahl von anderen Einkaufsorten umfasst. Innerhalb der Stadt Heinsberg sind nur geringe Unterschiede in der räumlichen Einkaufsorientierung abzulesen.

Demgemäß sind über die Hälfte der befragten Heinsberger Bürger mit dem Einzelhandelsangebot grundsätzlich zufrieden. Einzelhandelsangebote, die vermisst werden, sind vor allem Bekleidung (u. a. H + M, C & A, Herrenbekleidung), Unterhaltungselektronik und Möbel (vgl. Abbildung 18)

Abbildung 18: Vermisste Einzelhandelsangebote

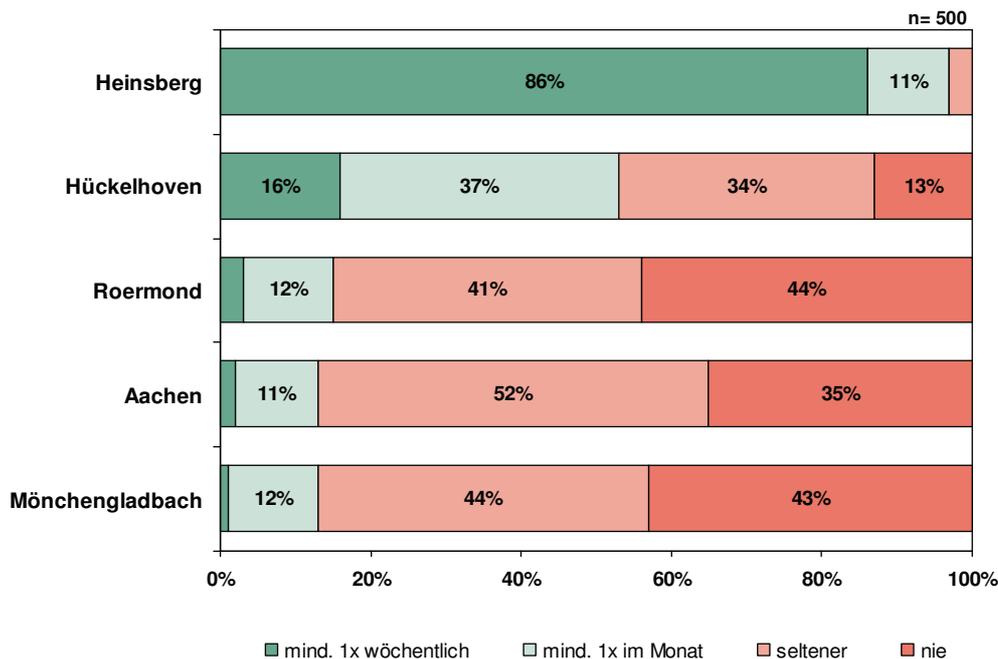


Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

3.4 Einkaufshäufigkeit

Die Probanden wurden nach der Einkaufshäufigkeit in Heinsberg und den umliegenden Kommunen Hückelhoven, Roermond, Aachen und Mönchengladbach befragt, um die Intensität der Einkaufsverflechtungen zu bewerten.

Abbildung 19: Einkaufshäufigkeit an ausgewählten Standorten



Quelle: Eigene Telefonbefragung, in % der Befragten

Die Stadt Heinsberg weist mit einem „Stammkundenanteil“ (Einkauf mind. 1x wöchentlich) von ca. 86 % eine hohe Einkaufsorientierung auf. Die Nachbarstadt Hückelhoven übernimmt eine wichtige Ergänzungsfunktion, die sich in einer Einkaufsorientierung von einmal im Monat und häufiger von über der Hälfte der Heinsberger Befragten widerspiegelt. Dagegen ist die Einkaufsintensität für Roermond, Aachen und Mönchengladbach gleichermaßen relativ gering und beschränkt sich auf sporadische Einkäufe.

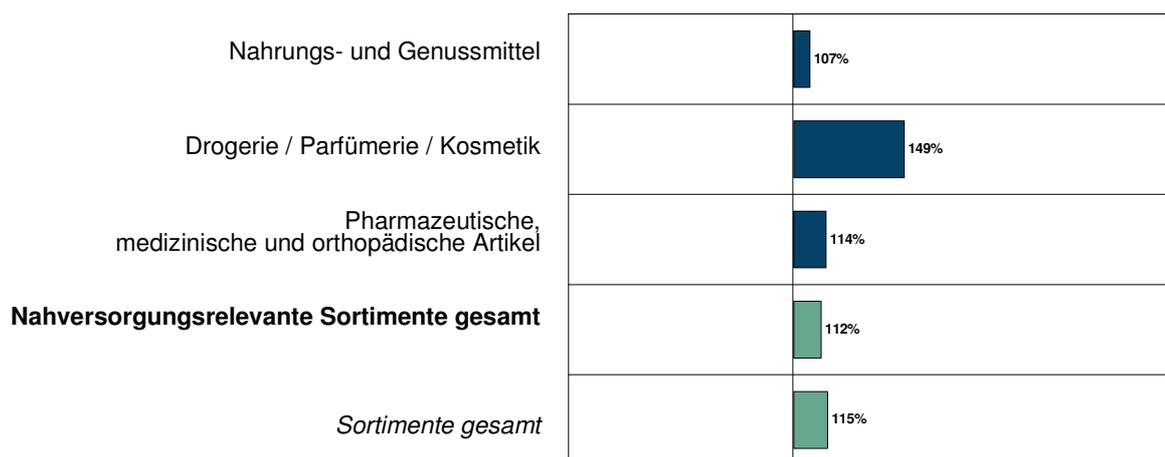
Tendenziell ist für alle auswärtigen Einkaufsorte eine höhere Einkaufshäufigkeit bei den jüngeren Befragten festzustellen. Entsprechend bundesweiter Erfahrungswerte nimmt die Einkaufsmobilität mit zunehmendem Alter auch bei den Heinsberger Befragten ab. Nach Wohnorten der Heinsberger Befragten sind nur für die Einkaufsstadt Hückelhoven größere Unterschiede festzustellen, die auch Nahversorgungsfunktionen u. a. für die Heinsberger Stadtteile Randerath / Uetterath / Horst, Dremmen / Porselen und Oberbruch übernimmt.

3.5 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität ermitteln, die auch Aussagen zum Ausstattungsgrad im Einzelhandel zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des ansässigen Einzelhandels und dem örtlichen Kaufkraftpotenzial dar. Für die Stadt Heinsberg liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 115 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz ca. 15 %-Punkte über dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und per Saldo somit Kaufkraft in Höhe von ca. 30 Mio. EUR von außerhalb in die Stadt Heinsberg fließt.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandels in der Stadt Heinsberg zu.

Abbildung 20: Umsatz-Kaufkraft-Relation – nahversorgungsrelevante Sortimente



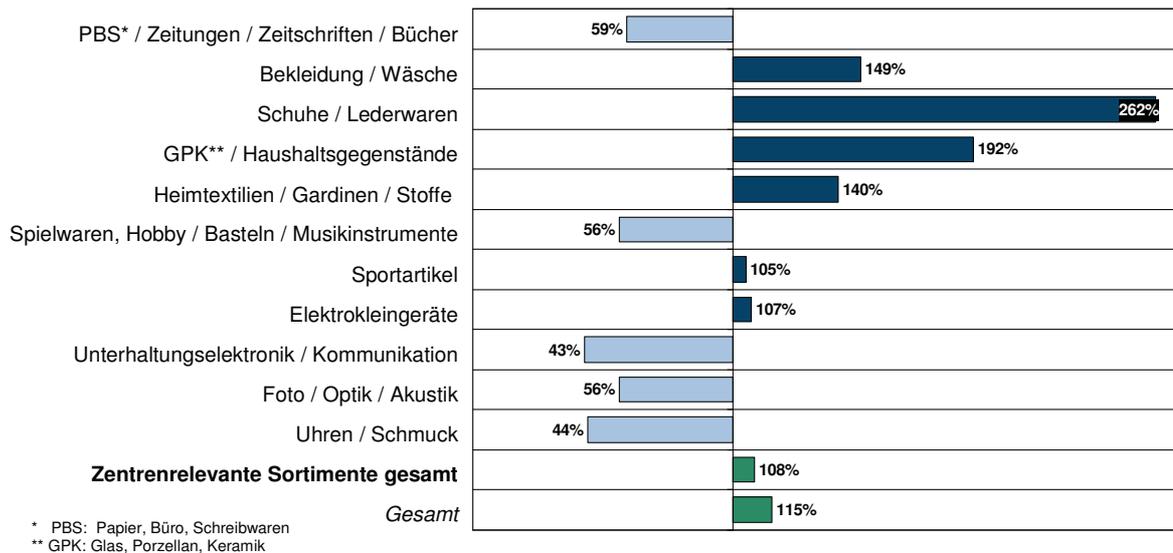
Nahversorgungsrelevante Sortimente	Kaufkraftpotenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	80,3	86,3	107	6,0
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	9,1	13,6	149	4,5
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	20,9	23,8	114	2,9
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	110,3	123,7	112	13,4
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>211,5</i>	<i>242,7</i>	<i>115</i>	<i>31,2</i>

Quelle: Eigene Berechnungen

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** werden Umsatzleistungen erreicht, die leicht über dem Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet liegen. Insbesondere bei Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikartikeln hat die Stadt eine hohe Versorgungsbedeutung (Umsatz-Kaufkraft-Relation ca.

149 %). Per Saldo werden in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel Zuflüsse in Höhe von ca. 6,0 Mio. EUR generiert, bei Apothekenwaren und Sanitätsbedarf ergibt sich ein Positivsaldo von knapp 3 Mio. EUR (vgl. Abbildung 20).

Abbildung 21: Umsatz-Kaufkraft-Relation – zentrenrelevante Leitsortimente

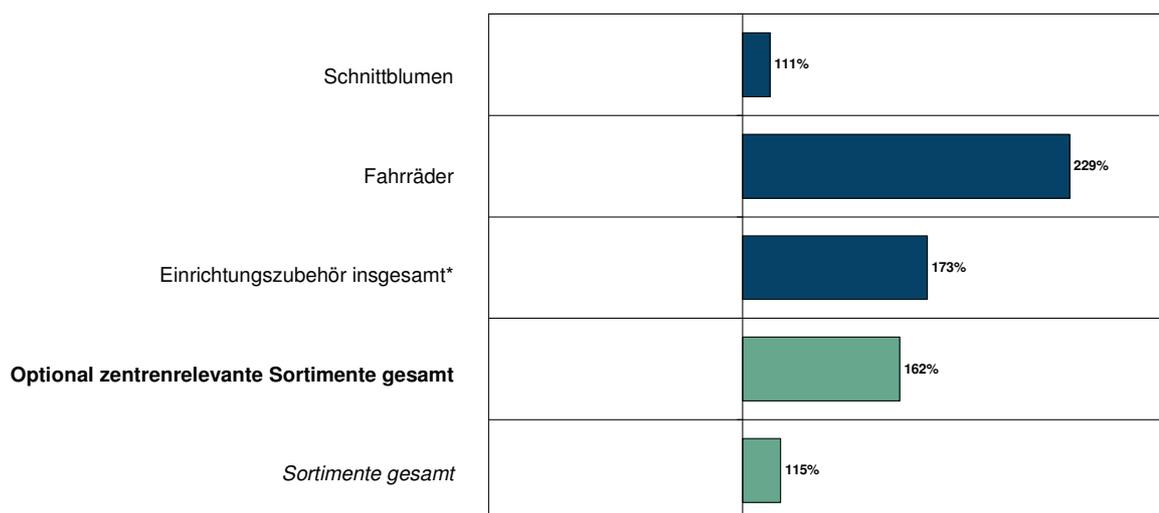


Zentrenrelevante Leitsortimente gem. § 24a LEPro NRW	Kaufkraftpotenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Papier, Büro, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	7,3	4,3	59	- 3,0
Bekleidung/Wäsche	16,7	24,8	149	8,1
Schuhe/Lederwaren	4,2	11,0	262	6,8
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltsgegenstände	2,5	4,8	192	2,3
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	2,0	2,8	140	0,8
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstrumente	4,1	2,3	56	- 1,8
Sportartikel	2,2	2,3	105	0,1
Elektrokleingeräte	1,4	1,5	107	0,1
Unterhaltungselektronik/PC/Drucker/Kommunikation	11,0	4,7	43	- 6,3
Foto/Optik/Akustik	3,9	2,2	56	- 1,7
Uhren/Schmuck	1,8	0,8	44	- 1,0
Zentrenrelevante Sortimente gesamt	57,1	61,5	108	4,4
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>211,5</i>	<i>242,7</i>	<i>115</i>	<i>31,2</i>

* Papier, Büro und Schreibwaren; ** Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: Eigene Berechnungen

Bei den **zentrenrelevanten Leitsortimenten** sind hohe positive Kaufkraftsalden bei Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltsgegenständen und Heimtextilen / Gardinen zu verzeichnen, die auf ein umfassendes Angebot in den Innenstadt-Leitbranchen zurückzuführen sind. Dagegen zeigen sich bei Unterhaltungselektronik, Schreibwaren / Büchern, Spielwaren, Foto und Uhren / Schmuck Umsatz-Kaufkraft-Relationen von deutlich unter 100 %, so dass die Kaufkraftabflüsse ein nicht angemessenes Versorgungsangebot in der Stadt Heinsberg dokumentieren. Aufsummiert ergibt sich für die zentrenrelevanten Sortimente insgesamt ein Kaufkraftzufluss per Saldo von ca. 4,4 Mio. EUR. Bei der Gegenüberstellung von Kaufkraftpotenzial (ca. 57 Mio. EUR) und Einzelhandelsumsatz (ca. 62 Mio. EUR) lässt sich für die Stadt Heinsberg in den zentrenrelevanten Leitsortimenten eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 108 % er rechnen, die somit ca. 7 %-Punkte unter dem Gesamtzentralitätswert liegt und Defizite im innerstädtischen Einzelhandelsangebot des Mittelzentrums Heinsberg dokumentiert (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 22: Umsatz-Kaufkraft-Relation – optional zentrenrelevante Sortimente



* Teppiche, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Lampen/Leuchten

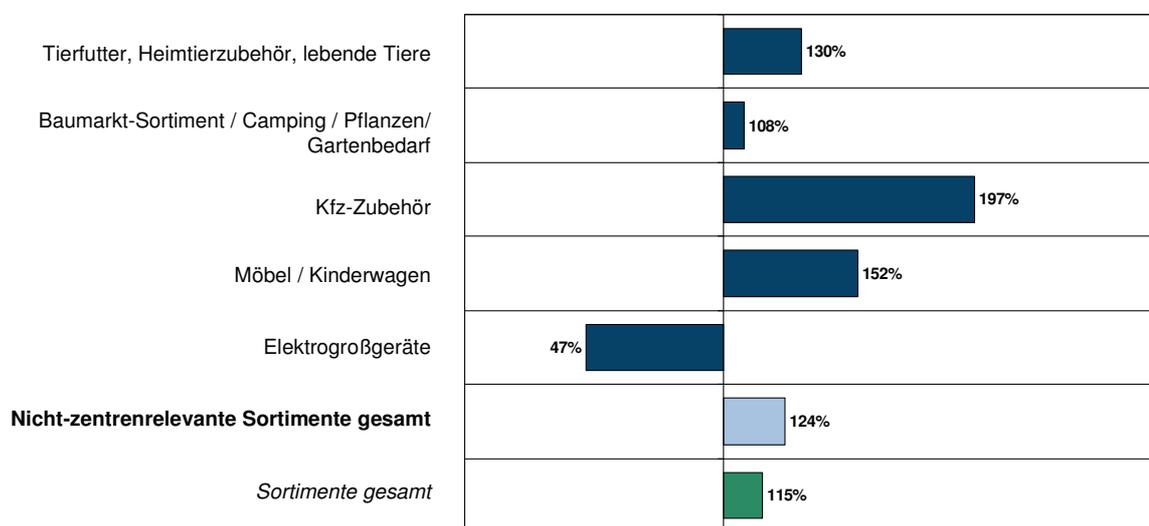
Optional zentrenrelevante Sortimente	Kaufkraftpotenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Schnittblumen	1,9	2,1	111	0,2
Fahrräder	0,7	1,6	229	0,9
Einrichtungszubehör insgesamt*	4,5	7,8	173	3,3
Optional zentrenrelevante Sortimente gesamt	7,1	11,5	162	4,4
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>211,5</i>	<i>242,7</i>	<i>115</i>	<i>31,2</i>

* Teppiche, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Lampen/Leuchten, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen, sonst. Geschenkartikel, Antiquitäten
Quelle: Eigene Berechnungen

In allen **optional zentrenrelevanten Warengruppen** werden Umsatzleistungen erreicht, die deutlich über dem Niveau des Kaufkraftpotenzials im Stadtgebiet liegen und auf ein attraktives, bedarfsgerechtes Angebot zurückzuführen sind (vgl. Abbildung 22).

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation in den **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** beläuft sich über alle Sortimente auf einen Durchschnittswert von 124 %. Einzig bei Elektrogroßgeräten kann die „eigene“ Kaufkraft nicht gebunden werden. Im Bau- und Gartenbedarf dokumentiert die Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 108 % ebenfalls eine eingeschränkte Versorgungsbedeutung. Für die sonstigen nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist dagegen eine hohe regionale Ausstrahlungskraft abzulesen (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Umsatz-Kaufkraft-Relation – nicht-zentrenrelevante Sortimente



Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Kaufkraft-potenzial	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation	Kaufkraft-Saldo
	in Mio. EUR	in Mio. EUR	in %	in Mio. EUR
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	2,3	3,0	130	0,7
Baumarkt-Sortiment, Pflanzen/Gartenbedarf, Camping	18,1	19,6	108	1,5
Kfz-Zubehör	3,0	5,9	197	2,9
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel), Kinderwagen	10,6	16,1	152	5,5
Elektrogroßgeräte	3,0	1,4	47	- 1,6
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	37,0	46,0	124	9,0
<i>Sortimente gesamt</i>	<i>211,5</i>	<i>242,7</i>	<i>115</i>	<i>31,2</i>

Quelle: Eigene Berechnungen

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Heinsberg eine hohe Kaufkraftbindung im kurzfristigen Bedarf durch die großflächigen Angebote in der Kernstadt erreicht, dass jedoch insbesondere in der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen Angebotsdefizite bestehen. Die Heinsberger Innenstadt fungiert als Haupteinkaufsort für Heinsberger sowie auswärtige Besucher und kann damit in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren und Heimtextilien eine hohe Kaufkraftbindung generieren. Gleichzeitig sind in den spezialisierten zentrenrelevanten Angeboten wie Bücher, Schreib- und Spielwaren, Foto, Uhren, Schmuck und vor allem bei Elektrowaren Angebotsdefizite zu erkennen. Im nicht-zentrenrelevanten Bedarf weist die Stadt Heinsberg ebenfalls ein Einzelhandelsangebot auf, das eine regionale Ausstrahlungskraft hat. Das Bau- und Heimwerkerangebot steht dagegen in starkem regionalen Wettbewerb.

3.6 Einzelhandelsentwicklung seit 2000

Für die Stadt Heinsberg ist in den letzten zehn Jahren eine stagnierende Einzelhandelsentwicklung zu konstatieren. Die Verkaufsfläche ist zwar um ca. 1 % von ca. 84.500 m² auf aktuell ca. 85.460 m² angestiegen, der Umsatz ist jedoch aufgrund rückläufiger Flächenleistungen nominal um ca. 6 % zurückgegangen. In der Umsatz-Kaufkraft-Relation wird deutlich, dass der Heinsberger Einzelhandel damit ca. 7 %-Punkte verloren hat.⁸

Im Vergleich zur durchschnittlichen Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Zeitraum 2000 – 2010 (ca. + 12 % der Verkaufsfläche, ca. + 2 % des Umsatzes (nominal)⁹) wird deutlich, dass Heinsberg durch eine zurückhaltende Flächenentwicklung auch erheblich an Versorgungsbedeutung verloren hat.

⁸ Vgl. hierzu auch BBE- Strukturuntersuchung des Einzelhandels in der Stadt Heinsberg, 2000

⁹ Quelle: EHI, Handel aktuell 2009/2010

3.7 Standortanalyse der Heinsberger Innenstadt

3.7.1 Städtebauliche Situation

Die Heinsberger Innenstadt stellt den größten zusammenhängenden, städtebaulich integrierten Geschäftsbereiche dar. Das Geschäfts- und Dienstleistungszentrum umfasst den historisch gewachsenen Stadtkern im Umfeld von Burg- und Kirchberg. Die städtebauliche Situation ist durch eine kompakte Baustruktur unterschiedlicher Bauepochen bestimmt. Als Wahrzeichen der Stadt gilt der „Selfkantdom“ auf dem Burgberg. Der innerstädtische Geschäftsbereich erstreckt sich entlang der Hochstraße, Apfelstraße und Liecker Straße (vgl. Abbildung 24). Über die Ost- und Westpromenade in Verbindung mit der Linderner Straße und der Liecker Straße besteht ein innerstädtischer Erschließungsring.

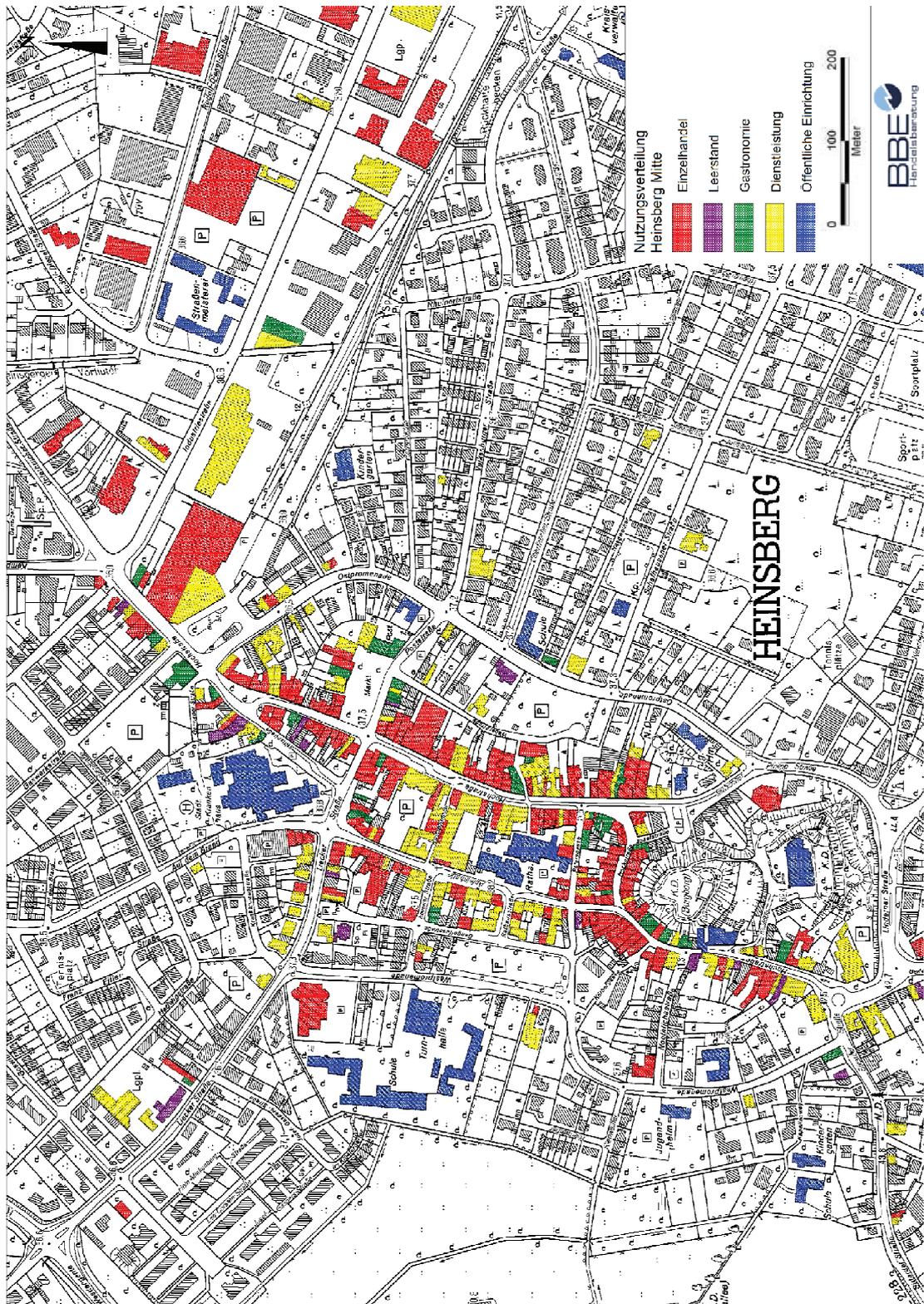
Große Stellplatzanlagen sind an der Westpromenade (Rathaus), Ostpromenade, an der Heinsberg-Galerie und an der Gaswerkstraße vorhanden. Insgesamt umfasst das Parkleitsystem der Stadt Heinsberg 16 Stellplatzanlagen, so dass ausreichende Stellplatzkapazitäten in einer angemessenen räumlichen Differenzierung vorhanden sind, ohne dass ein zusätzlicher Parksuchverkehr ausgelöst wird.

Der Geschäftsbereich weist zwischen Linderner Straße im Süden und Industriestraße im Norden eine Längenausdehnung von ca. 700 m auf. Die Geschäftsstraßen Hochstraße, Apfelstraße, Markt und die angrenzenden Seitenstraßen ermöglichen einen Kundenrundlauf, wenngleich die einzelhandelsbezogene Nutzungsdichte entlang der Apfelstraße deutlich geringer ist als an der Hochstraße.

Die Innenstadt weist im verkehrsberuhigten Bereich eine hohe Aufenthalts- und Gestaltungsqualität auf. Insbesondere die Pflasterung ist als identitätsstiftend zu bewerten, während im Hinblick auf den Pflegezustand der Möblierungselemente (u. a. Abfallbehälter) zum Teil noch Handlungsbedarf besteht.

Die Nutzungsstruktur ist durch Einzelhandelsbetriebe in Verbindung mit Gastronomie, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen (u. a. Rathaus und Begegnungsstätte, Städtisches Krankenhaus, Kirchen) bestimmt. Dabei ist im südlichen Abschnitt der Hochstraße eine relativ kleinteilige historische Baustruktur prägend, während im mittleren Abschnitt der Hochstraße die Gebäudestruktur größere Ladeneinheiten ermöglicht. Mit der Heinsberg-Galerie wurde in den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine nördliche Innenstadterweiterung vollzogen. Gleichwohl sind der Innenstadt nur vier großflächige Betriebe zugeordnet, die Magnetfunktionen für die benachbarten kleineren und mittleren Betriebe übernehmen können. Damit bestehen im Hinblick auf die Betriebstypen- und die Betriebsgrößenstruktur Defizite in der Heinsberger Innenstadt, die aus der hohen baulichen Dichte und dem Mangel an großen Entwicklungsflächen im direkten Umfeld der Hauptgeschäftslage resultieren.

Abbildung 24: Nutzungsstruktur in der Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen

Die Hochstraße verfügt über einen nahezu durchgängigen Einzelhandelsbesatz. Abseits dieser Hauptgeschäftslage ist eine Nutzungsmischung von Einzelhandel und Dienstleistungsnutzungen prägend. Leerstehende Ladenlokale sind insbesondere am nördlichen und am südlichen Rand der Hochstraße sowie in Nebenlagen der Liecker Straße und der Ostpromenade festzustellen.

Insgesamt waren zum Erhebungszeitpunkt in der Heinsberger Innenstadt 17 leerstehende Ladenlokale vorzufinden, so dass sich bezogen auf die Zahl der durch Einzelhandel genutzten Einheiten (insgesamt 173) eine Leerstandsquote von ca. 10 % ergibt. Damit ist die Heinsberger Innenstadt als strukturell stabil zu bewerten, da sich die Leerstände auf kleinere Ladeneinheiten in Randlagen beschränken.

Nördlich schließt an die Hochstraße die Industriestraße an, die durch gewerbliche Nutzungen, Kfz-bezogene Dienstleistungen und Einzelhandel (u .a. Lidl Discountmarkt, Rewe Supermarkt, Wirtz Baumarkt / Baustoffhandel) geprägt ist. Die Industriestraße übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen für die Innenstadt, insbesondere im großflächigen Einzelhandelsangebot, ist jedoch nutzungsbezogen und baustrukturell nicht der Innenstadt zuzuordnen.

3.7.2 Einzelhandelsangebot

Die Heinsberger Innenstadt weist insgesamt 173 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 22.000 m² und einem Umsatzvolumen von ca. 80,5 Mio. EUR auf (vgl. Abbildung 25). Auf vier großflächige Betriebe entfällt rund ein Viertel der innerstädtischen Verkaufsfläche, so dass mittlere und kleinstrukturierte Betriebe für die Heinsberger Innenstadt prägend sind. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei ca. 127 m² Verkaufsfläche je Betrieb. Die Flächenleistung von ca. 3.700 EUR je m² Verkaufsfläche weist auf eine relativ hohe Leistungsfähigkeit des Einzelhandelsangebotes hin, die aus einer differenzierten Fachgeschäftsstruktur resultiert.

Die Angebotsschwerpunkte in der Heinsberger Innenstadt liegen bei den Sortimenten Bekleidung sowie Nahrungs- und Genussmitteln, auf die zusammen die Hälfte der Verkaufsfläche und des Umsatzes entfallen. Weitere Angebotsschwerpunkte sind die Sortimente Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Schuhe und GPK / Haushaltsgegenstände.

Der Hauptgeschäftsbereich weist eine innenstadttypische Angebotsvielfalt mit Schwerpunkt bei kleineren und mittleren Geschäftseinheiten auf.

Abbildung 25: Verkaufsflächen und Umsätze in der Heinsberger Innenstadt

Nahversorgungsrelevante Sortimente	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	4.140	19	20,7	26
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	1.900	8	7,9	10
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	400	2	14,8	18
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	6.440	29	43,4	54
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	820	4	3,2	4
Bekleidung/Wäsche	8.170	37	18,5	23
Schuhe/Lederwaren	1.400	6	3,3	4
GPK**/Haushaltsgegenstände	1.250	6	2,1	2
Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	510	2	0,9	1
Spielwaren, Hobby, Basteln, Instrumente	740	3	1,5	2
Sportartikel	410	2	1,2	1
Elektrokleingeräte	180	1	0,5	1
UE***/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	390	2	1,3	2
Foto/Optik/Akustik	480	2	1,4	2
Uhren/Schmuck	200	1	0,7	1
Zentrenrelevante Leitsortimente gesamt	14.550	66	34,6	43
Einrichtungszubehör insgesamt****	470	2	1,0	1
Sonstige optional zentrenrelevante Sortimente	180	1	0,4	(*)
Optional zentrenrelevante Sortimente	650	3	1,4	2
Baumarkt-Sortiment/Kfz-Zubehör/Pflanzen/Gartenbedarf/Tierfutter/Tiere	160	1	0,7	1
Möbel/Elektrogroßgeräte/sonstige Sortimente	200	1	0,4	(*)
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	360	2	1,1	1
Sortimente gesamt	22.000	100	80,5	100

(*) unter 1 %

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

*** UE: Unterhaltungselektronik

**** Teppiche, Bettwaren, Lampen/Leuchten, Kunstgegenstände, Briefmarken, sonst. Geschenkartikel, Antiquitäten

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

3.7.3 Kundeneinzugsgebiet

Um das Kundeneinzugsgebiet der Heinsberger Innenstadt zu bestimmen, wurde mit Hilfe des örtlichen Einzelhandels eine Kundenwohnorterhebung durchgeführt. Im Zeitraum von zwei Wochen wurden in 62 innerstädtischen Geschäften insgesamt 32.547 Kundenwohnorte erfasst. Demnach

beläuft sich der auswärtige Kundenanteil auf ca. 27 %, während in Heinsberg ca. 73 % der Kunden wohnen (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Herkunft der Kunden des Einzelhandels in Heinsberg

Gemeinde / Stadtteil	Einwohner	Kundenwohnorte		Bindungsintensität Kunden je 100 EW
		abs.	in %	
Stadt Heinsberg				
- Heinsberg	8.550	9.980	30,7	116,7
- Oberbruch	7.245	1.760	5,4	24,3
- Dremmen / Porselen	4.687	1.286	3,9	27,4
- Karken	3.460	4.275	13,1	123,6
- Kirchhoven	2.983	1.586	4,9	53,2
- Unterbruch	2.291	844	2,6	36,8
- Kempen	1.762	819	2,5	46,5
- Randerath / Uetterath / Horst	2.430	425	1,3	17,5
- Schafhausen	1.656	775	2,4	46,8
- Lieck	1.403	728	2,2	51,9
- Waldenrath / Straeten	2.442	542	1,7	22,2
- Scheifendahl / Laffeld / Aphoven	1.994	640	2,0	32,1
Heinsberg gesamt	40.903	23.660	72,7	57,8
außerhalb				
Erkelenz	44.576	408	1,3	0,9
Gangelt	11.668	864	2,7	7,4
Geilenkirchen	28.078	925	2,8	3,3
Hückelhoven	39.413	764	2,3	1,9
Selfkant	10.268	835	2,6	8,1
Übach-Palenberg	24.886	281	0,9	1,1
Waldfeucht	9.184	1.560	4,8	17,0
Wassenberg	17.049	1.280	3,9	7,5
Wegberg	29.304	197	0,6	0,7
Nachbarkommunen gesamt	214.426	7.114	21,9	3,3
sonstige deutsche Gemeinden	./.	1.301	4,0	./.
niederländische / belgische Gemeinden	./.	472	1,4	./.
Gesamt	./.	32.547	100,0	./.

(*) unter 1 % bzw. 0,1

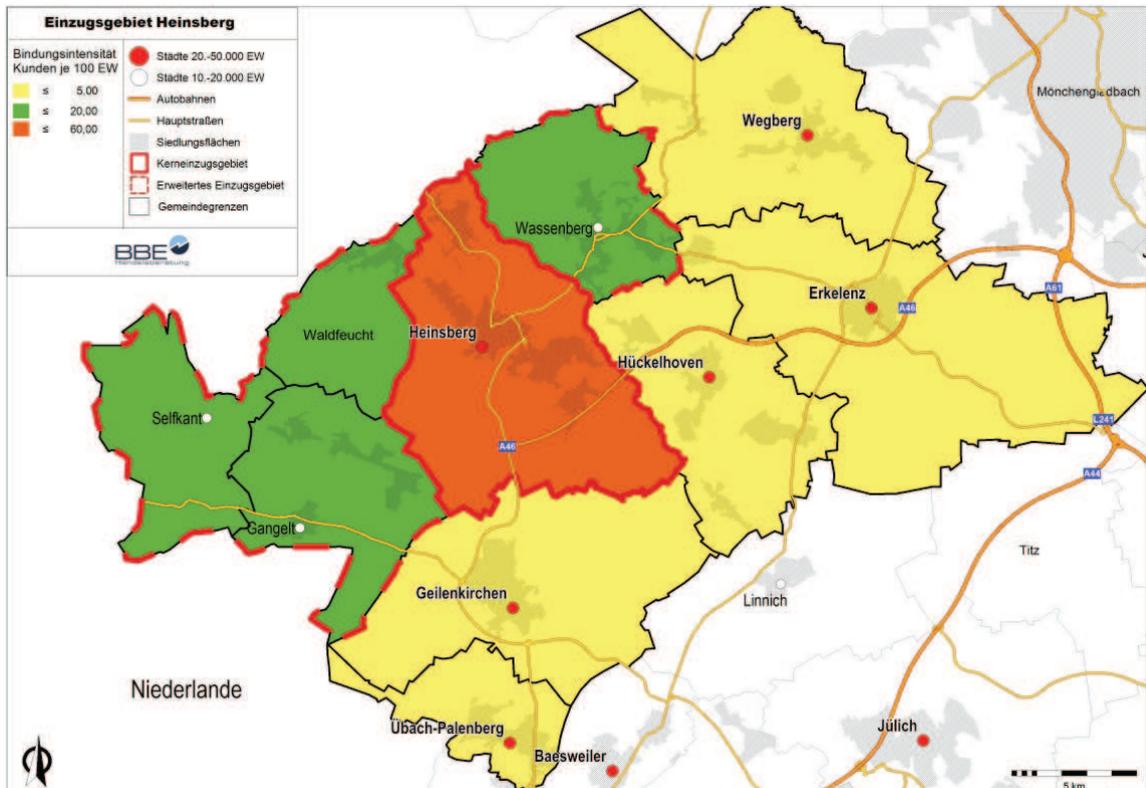
Quelle: Kundenwohnorterhebung Mai 2010; Einwohnerzahlen Stadt Heinsberg (Stand: 01.01.2010) bzw. IT NRW (Stand 30.09.2009)

Stellt man die Zahl der erhobenen Kunden den Einwohnern der jeweiligen Herkunftsorte gegenüber, ergibt sich ein „Kundenbindungsindex“ als Maß für die Verflechtungsintensität, die für die **Zonierung des Einzugsgebiets** von Bedeutung ist. Neben der Stadt Heinsberg (ca. 40.900 Einwohner) sind demnach als übergemeindliches Kerneinzugsgebiet die Gemeinden Waldfeucht, Selfkant, Gangelt und die Stadt Wassenberg (insgesamt ca. 48.200 Einwohner) zu bewerten. Darüber hinaus sind Streuumsätze mit Kunden aus den Niederlanden / Belgien (ca. 4 % der Kunden) und den benachbarten deutschen Kommunen (ca. 9 % der Kunden) zu berücksichtigen.

Das abgegrenzte Kerneinzugsgebiet umfasst damit ca. 89.100 Einwohner.

Innerhalb der Stadt Heinsberg zeigt sich erwartungsgemäß eine überdurchschnittliche Bindung der Kunden aus der Kernstadt, während die Stadtteilbevölkerung z. T. in deutlich geringerem Maße auf den Innenstadteinzelnhandel ausgerichtet ist. Insbesondere die peripheren Stadtteile Randerath / Uetterath / Horst, Waldenrath / Straeten sowie Oberbruch und Dremmen / Porselen sind gemessen an der Wohnbevölkerung in geringem Maße in der Kundenwohnortenerhebung enthalten, so dass analog zu den Ergebnissen der Telefonbefragung eine unterdurchschnittliche Kundenbindung an die Heinsberger Innenstadt festzustellen ist.

Abbildung 27: Kerneinzugsgebiet der Heinsberger Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen

3.8 Standortanalyse des Ortskerns Oberbruch

3.8.1 Städtebauliche Situation

Der Stadtteil Oberbruch weist umfangreiche Gewerbeflächen auf. Mit dem Industriepark Oberbruch besteht ein moderner Industriestandort mit Themenschwerpunkt bei der Chemischen Industrie, der auch städtebaulich den Stadtteil prägt. Der gewachsene, verdichtete Einzelhandels- und Dienstleistungsbereich erstreckt sich entlang der Boos-Fremery-Straße. Im Süden besteht mit dem Industriepark und einer Grünfläche eine Zäsur im Siedlungsbereich (vgl. Abbildung 28). Ein großflächiger Rewe Lebensmittel-SB-Markt und benachbarte kleinteilige Nahversorgungseinrichtungen ergänzen südlich des Industrieparks das Versorgungsangebot im Ortskern.

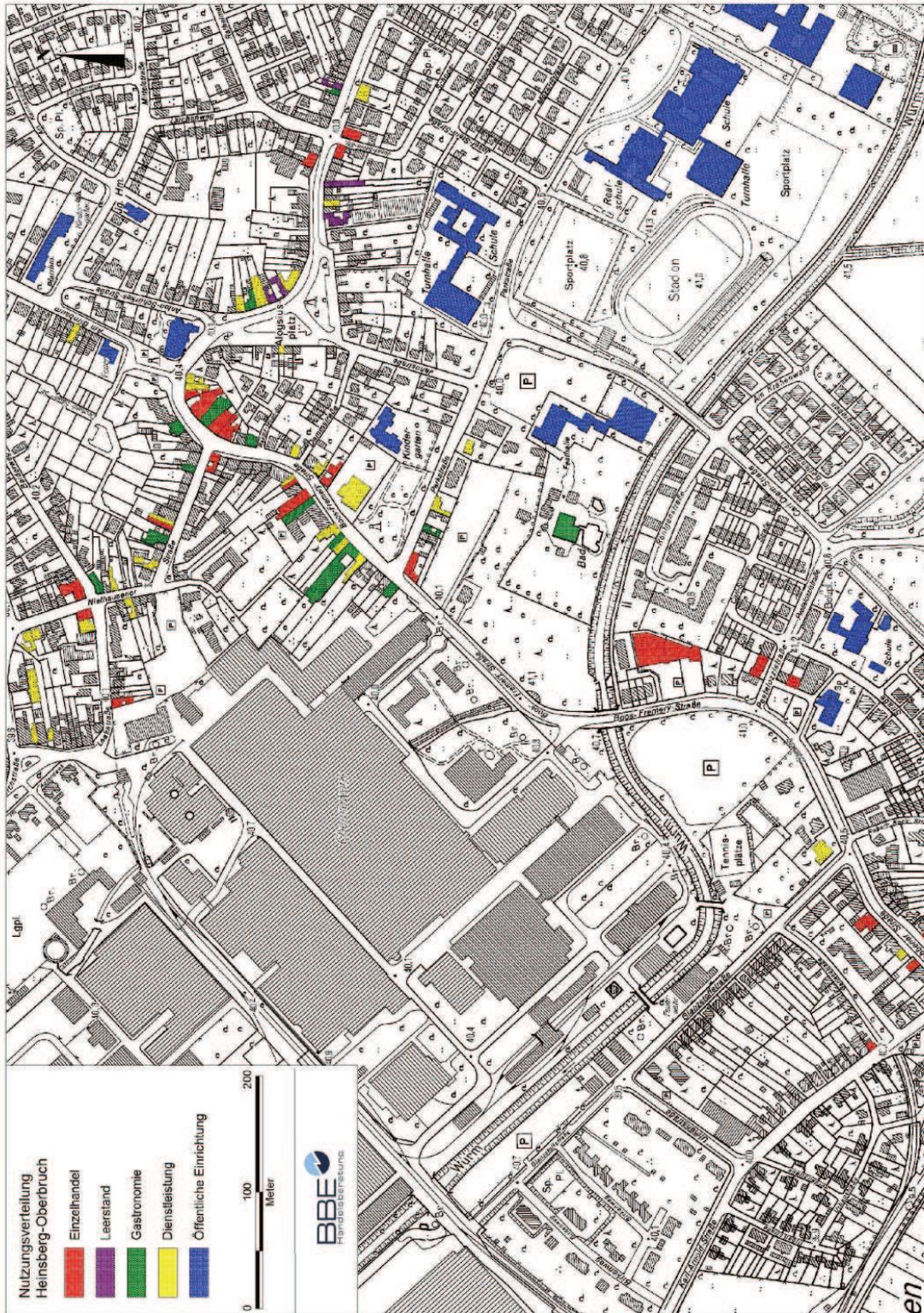
Das Einzelhandelsangebot wird neben einem Rewe Lebensmittelsupermarkt (ca. 1.150 m² VKF) und einem Norma Lebensmitteldiscountmarkt (ca. 620 m² VKF) durch kleinteilige Nahversorgungsbetriebe (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Drogeriemarkt, Apotheken) geprägt. Ergänzend sind eine Reihe öffentlicher Einrichtungen, u. a. Kirche, Kindergarten, sowie eine Vielzahl von privaten Dienstleistungsbetrieben, Freien Berufen und Gastronomiebetrieben ansässig.

Der Geschäftsbereich weist eine Ausdehnung von ca. 800 m auf und ist bandartig auf die Boos-Fremery-Straße ausgerichtet. Darüber hinaus sind Betriebe in Streulagen vorhanden. Die Leerstandsquote lag mit ca. 43 % bezogen auf die durch Einzelhandel genutzten Ladeneinheiten zum Zeitpunkt der Erhebung auf einem Niveau (absolut sechs Leerstände), das über der marktüblichen Fluktuation liegt und auf Strukturprobleme hinweist. Insbesondere die große Längenausdehnung des Geschäftsbereiches erschwert Verbundeffekte, so dass eine marktgerechte Nachnutzung der kleineren Geschäftseinheiten in Randlagen durch Einzelhandelsbetriebe problematisch erscheint.

Die Verkehrssituation ist durch die Boos-Fremery-Straße als innerörtliche Verbindungsstraße geprägt, die keine hohe Verkehrsbelastung aufweist. Das Stellplatzangebot bezieht sich auf straßenflankierende Parkieranlagen, der Rewe-Markt verfügt über einen eigenen vorgelagerten Kundenparkplatz, so dass ein angemessenes Stellplatzangebot vorhanden ist. Verkehrsgestaltende Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und zur Verbesserung der Verkehrssicherheit wurden bislang nicht durchgeführt.

Der Geschäftsbereich Oberbruch steht in Wettbewerb zu der in Gewerbegebietslage befindlichen **Geschäftsagglomeration Karl-Arnold-Straße**. Ein fußläufiger Leistungsaustausch zwischen dem Ortskern und dem dezentral gelegenen Standort ist aufgrund der räumlichen Entfernung nicht gegeben. Gleichzeitig stellt der Standort mit den ansässigen SB- und Fachmärkten jedoch einen wichtigen Ergänzungsstandort im Rahmen des Pkw-orientierten Einkaufs dar.

Abbildung 28: Nutzungsstruktur im Ortskern Oberbruch



Quelle: Eigene Erhebungen

Im Fazit ist somit festzustellen, dass dem Ortskern Oberbruch Nahversorgungsfunktionen für die Bevölkerung des eigenen Stadtteiles sowie des benachbarten Siedlungsbereiches Dremmen zukommen,¹⁰ die es gilt in Zukunft zu erhalten und angemessen weiterzuentwickeln.

3.8.2 Einzelhandelsangebot

Der Ortskern Oberbruch weist insgesamt 14 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 2.320 m² und einem Umsatzvolumen von ca. 11,7 Mio. EUR auf (vgl. Abbildung 29). Damit entfallen ca. 4 % der Betriebe, ca. 3 % der Verkaufsfläche und ca. 5 % des Umsatzes in Heinsberg auf den Ortskern Oberbruch, der auf Stadtteilebene somit nur ausschnittsweise Versorgungsfunktionen übernimmt.

Abbildung 29: Verkaufsflächen und Umsätze im Ortskern Oberbruch

Nahversorgungsrelevante Sortimente	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	1.640	71	7,1	61
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	130	5	0,5	4
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	90	4	2,9	25
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	1.860	80	10,5	90
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	60	3	0,2	1
Bekleidung/Wäsche	170	7	0,3	3
Schuhe/Lederwaren	-	-	-	-
GPK**/Haushaltsgegenstände/ Heimtextilien/Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	70	2	0,2	2
Spielwaren, Hobby, Basteln, Instrumente/ Sportartikel	-	-	-	-
UE***/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation/ Elektrokleingeräte/ Foto/Optik/Akustik/ Uhren/Schmuck	120	6	0,3	2
Zentrenrelevante Leitsortimente gesamt	420	18	1,0	8
Optional zentrenrelevante Sortimente	-	-	-	-
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	40	2	0,2	2
Sortimente gesamt	2.320	100	11,7	100

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

*** UE: Unterhaltungselektronik

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

¹⁰ Vgl. hierzu auch die Ergebnisse der Telefonbefragung sowie die Kundenstruktur eines Nahversorgungsbetriebes in Oberbruch, dessen Kunden zu knapp 90 % aus Oberbruch stammen.

Der Angebotsschwerpunkt liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel sowie ca. 220 m² Verkaufsfläche für Drogerie- und Apothekenwaren kann eine bedarfsgerechte wohnungsnaher Grundversorgung sichergestellt werden, die durch Angebote in den Sortimenten Zeitschriften / Schreibwaren, Bekleidung, Haushaltswaren, Gardinen / Stoffe, Elektrowaren, Optik sowie Uhren / Schmuck ergänzt wird.

3.9 Standortanalyse des Ortskerns Dremmen

3.9.1 Städtebauliche Situation

Der Stadtteil Dremmen weist eine gewachsene Ortsmitte um die zentral gelegene Lambertuskirche auf. Der Ortskern zeichnet sich durch eine stark verdichtete Baustruktur und eine Nutzungsmischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen aus (vgl. Abbildung 30). Die verkehrliche Erschließung erfolgt im Ortsmittelpunkt durch eine Reihe von Einbahnstraßen. Die Stellplatzsituation ist durch eine begrenzte Zahl von straßenbegleitenden Parkplätzen geprägt.

Im Bereich der Lambertusstraße konnte im Rahmen einer Dorferneuerungsmaßnahme eine Umgestaltung der Gehweg- und Parkplatzflächen eine Aufwertung der Aufenthaltsqualität und der Verkehrssicherheit erreicht werden. Dagegen weist die Sebastianusstraße keine straßenraumgestaltende Möblierung auf.

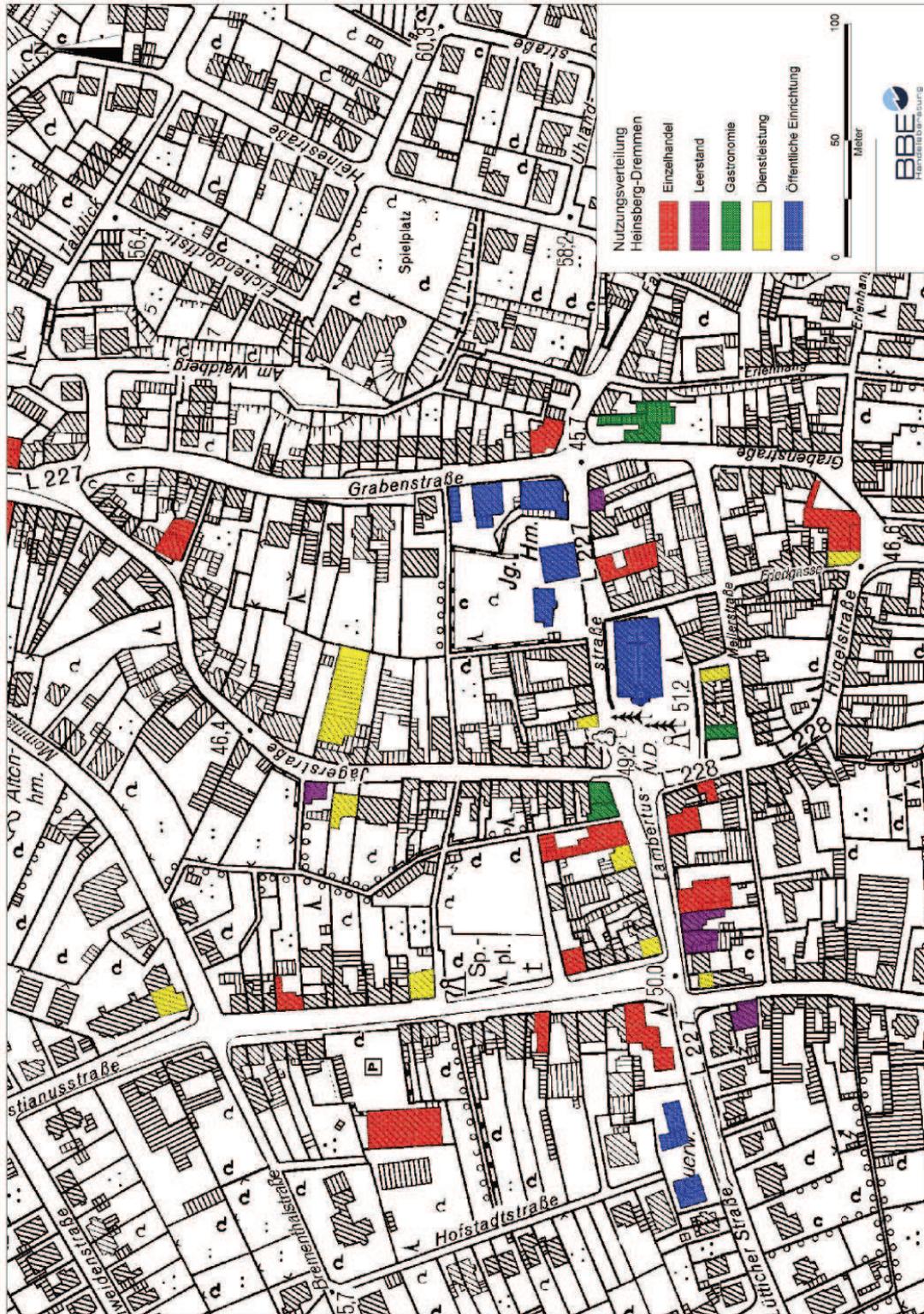
Der Geschäftsbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Lambertusstraße und Sebastianusstraße. In zentraler Lage befinden sich zwei kleinere leerstehende Ladenlokale (Leerstandsquote bezogen auf die durch Einzelhandel genutzten Einheiten im Ortskern von ca. 17 %). Insgesamt ist die Einzelhandelsituation im Ortskern von Dremmen aufgrund der geringen räumlichen Konzentration als nicht gefestigt zu bewerten. Zur Sicherung der Versorgungsqualität ist der Erhalt eines Lebensmittel-Vollsortimenters im Ortskern von besonderer Bedeutung.

3.9.2 Einzelhandelsangebot

Das Einzelhandelsangebot beschränkt sich auf wenige kleinteilige Betriebe, die nur eine ausschnittsweise Grundversorgung sicher stellen können. Insgesamt sind 13 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.050 m² und einer Umsatzleistung von ca. 4,9 Mio. EUR vorhanden (vgl. Abbildung 29). Als größter Betrieb im Ortskern fungiert ein Edeka SB-Markt (ca. 460 m² VKF), ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen u. a. ein Schlecker Drogeriemarkt sowie Ladenhandwerksbetriebe, ein Getränkehandel und eine Apotheke.

Der Ortskern Dremmen übernimmt ausschnittsweise Nahversorgungsfunktionen für die Bevölkerung des eigenen Stadtteiles. Einzelne ansässige Betriebe haben auch eine größere Ausstrahlungskraft. Eine hohe Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des Versorgungszentrums ist dem Lebensmittelupermarkt beizumessen, so dass auch künftig der marktgerechte Ausbau des Lebensmittelangebot es als Frequenzbringer im Ortskern wichtig ist.

Abbildung 30: Nutzungsstruktur im Ortskern Dremmen



Quelle: Eigene Erhebungen

Abbildung 31: Verkaufsflächen und Umsätze im Ortskern Dremmen

Nahversorgungsrelevante Sortimente	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- u. Genussmittel/Bäcker/Metzger	490	48	2,0	47
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	130	13	0,4	9
Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel	50	5	1,5	34
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	670	66	3,9	90
Zentrenrelevante Leitsortimente gesamt	120	12	0,2	4
Optional zentrenrelevante Sortimente	20	2	0,1	2
Nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt	210	20	0,2	4
Sortimente gesamt	1.020	100	4,4	100

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

4 Wohnungsnahe Versorgung in Heinsberg

Als wohnungsnah Grundversorgung wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen Bedarfs verstanden, die möglichst in räumlicher Nähe zum Konsumenten (im fußläufigen Radius von ca. 700 m) erfolgen soll.

Zur Beurteilung der Nahversorgungssituation in der Stadt Heinsberg werden als Indikatoren die Verkaufsflächenausstattung und die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Gesamtstädtisch lässt sich für die Stadt Heinsberg auf Basis der Verkaufsflächenerhebung für die Nahrungs- und Genussmittelbetriebe eine Flächenausstattung (Arealitätsziffer) von ca. 0,51 m² je Einwohner errechnen. Diese liegt leicht über dem bundesdurchschnittlichen Referenzwert von 0,41 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner.¹¹

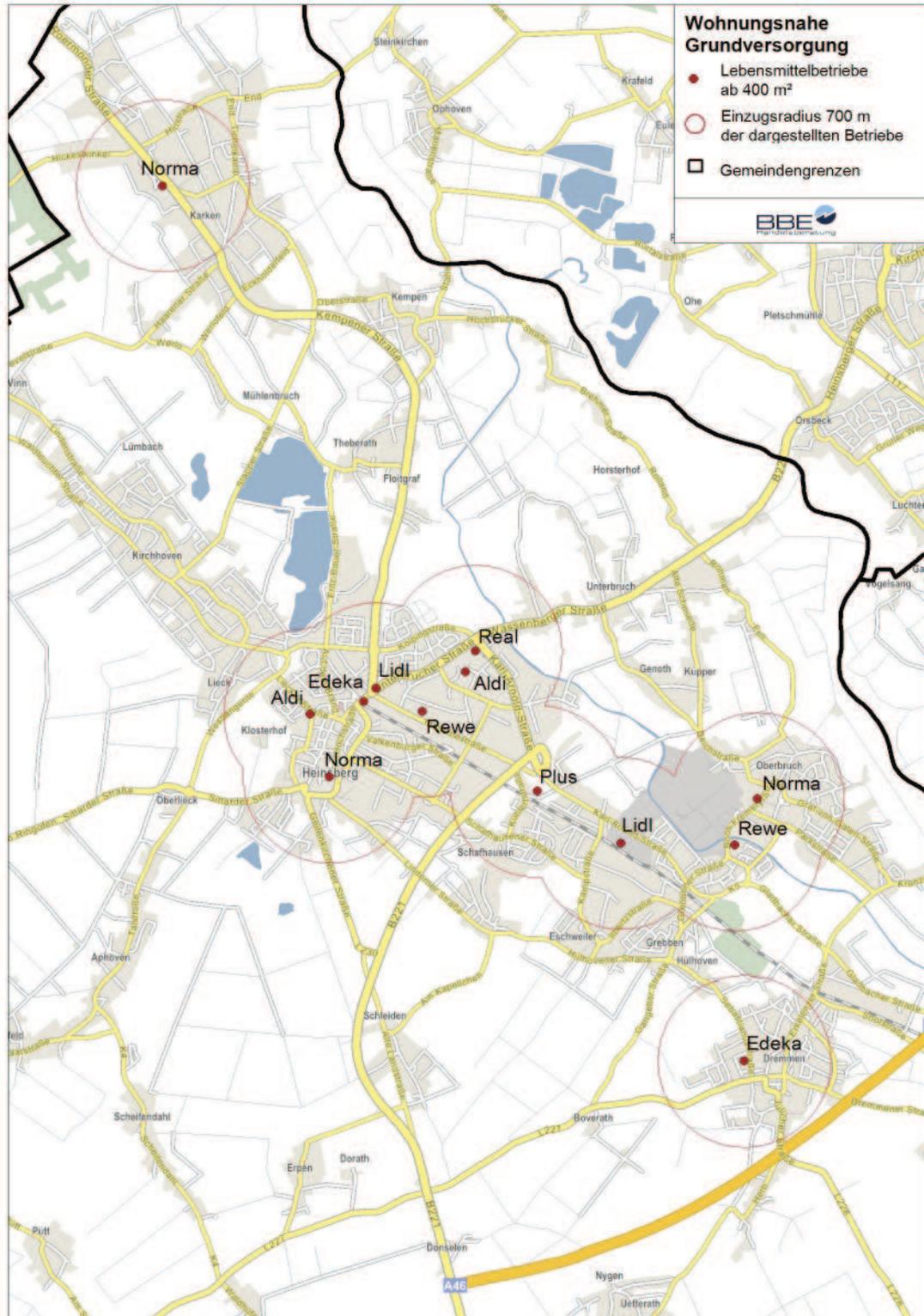
Das Verhältnis zwischen generiertem Umsatz und vorhandenem Kaufkraftpotenzial stellt sich für den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel auf der gesamtstädtischen Ebene ebenfalls positiv dar: Die Umsatz-Kaufkraft-Relation erreicht einen Wert von ca. 107 %, demnach werden sortimentsbezogen ca. 6,0 Mio. EUR mehr umgesetzt (ca. 86,3 Mio. EUR), als sortimentspezifische Kaufkraft in Heinsberg vorhanden ist (ca. 80,3 Mio. EUR).

Innerhalb der Stadt Heinsberg sind jedoch erhebliche Ausstattungsunterschiede festzustellen (vgl. Abbildung 32 und Abbildung 33). Die Kernstadt übernimmt durch das SB-Marktangebot in der Innenstadt und an den dezentralen Standorten Industriestraße sowie Humboldtstraße gesamtstädtische Versorgungsfunktionen bei Nahrungs- und Genussmitteln. Der Stadtteil Oberbruch weist städtebaulich integriert zwei Lebensmittel-SB-Märkte auf (Rewe und Norma), während sich zwei Discountmärkte an dezentral gelegenen Standorten an der Karl-Arnold-Straße befinden. In Dremmen ist ein kleinerer Supermarkt in der Ortsmitte ansässig. Der Stadtteil Kariken verfügt über einen Norma Discountmarkt. In den sonstigen Stadtteilen ist teilweise eine kleinteilige Nahversorgung (Ladenhandwerksbetriebe und Getränkehandel) gegeben, ohne dass Lebensmittel-SB-Märkte eine vollwertige Lebensmittelversorgung sicherstellen.

Für eine Lebensmittelvollversorgung sind SB-Märkte von Bedeutung, die jedoch für die wirtschaftliche Tragfähigkeit ein Kundeneinzugsgebiet von mindestens 5.000 Einwohnern benötigen. Aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur der Stadt Heinsberg ist damit keine flächendeckende Nahversorgung in allen Stadtteilen durch größere Lebensmittel-SB-Märkte möglich. Vielmehr ist auch zukünftig eine Konzentration auf zentrale Nahversorgungsstandorte in der Kernstadt und in den größeren Stadtteilen sinnvoll, um durch Verbundeffekte eine angemessene Versorgungsqualität für die örtliche Bevölkerung sicherstellen zu können.

¹¹ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte

Abbildung 32: Standortbereiche des Einzelhandels in Heinsberg – Nahversorgungssituation



Quelle: Eigene Erhebungen

Abbildung 33: Verkaufsfläche der Lebensmittel-SB-Geschäfte / -Märkte nach Stadtteilen

Stadtteil	Verkaufsfläche (Lebensmittel-SB- Geschäfte / -märkte) in m ²	Einwohner	Lebensmittel-SB- Verkaufsfläche in m ² je Einwohner	Umsatz-Kaufkraft- Relation in %*
Heinsberg	16.040	8.550	1,9	245
Oberbruch	3.520	7.245	0,5	116
Dremmen	460	3.600	0,1	39
Karken	740	3.460	0,2	84
Sonstige Stadtteile	-	18.048	-	10
Stadt Heinsberg ge- samt	20.760	40.903	0,5	107

* Nahrungs- und Genussmittelsortiment gesamt (inkl. kleinteiligem Einzelhandel / Ladenhandwerk)
Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen, Einwohnerzahlen: Stadt Heinsberg, Stand: 01.01.2010

5 Standorte des großflächigen Einzelhandels

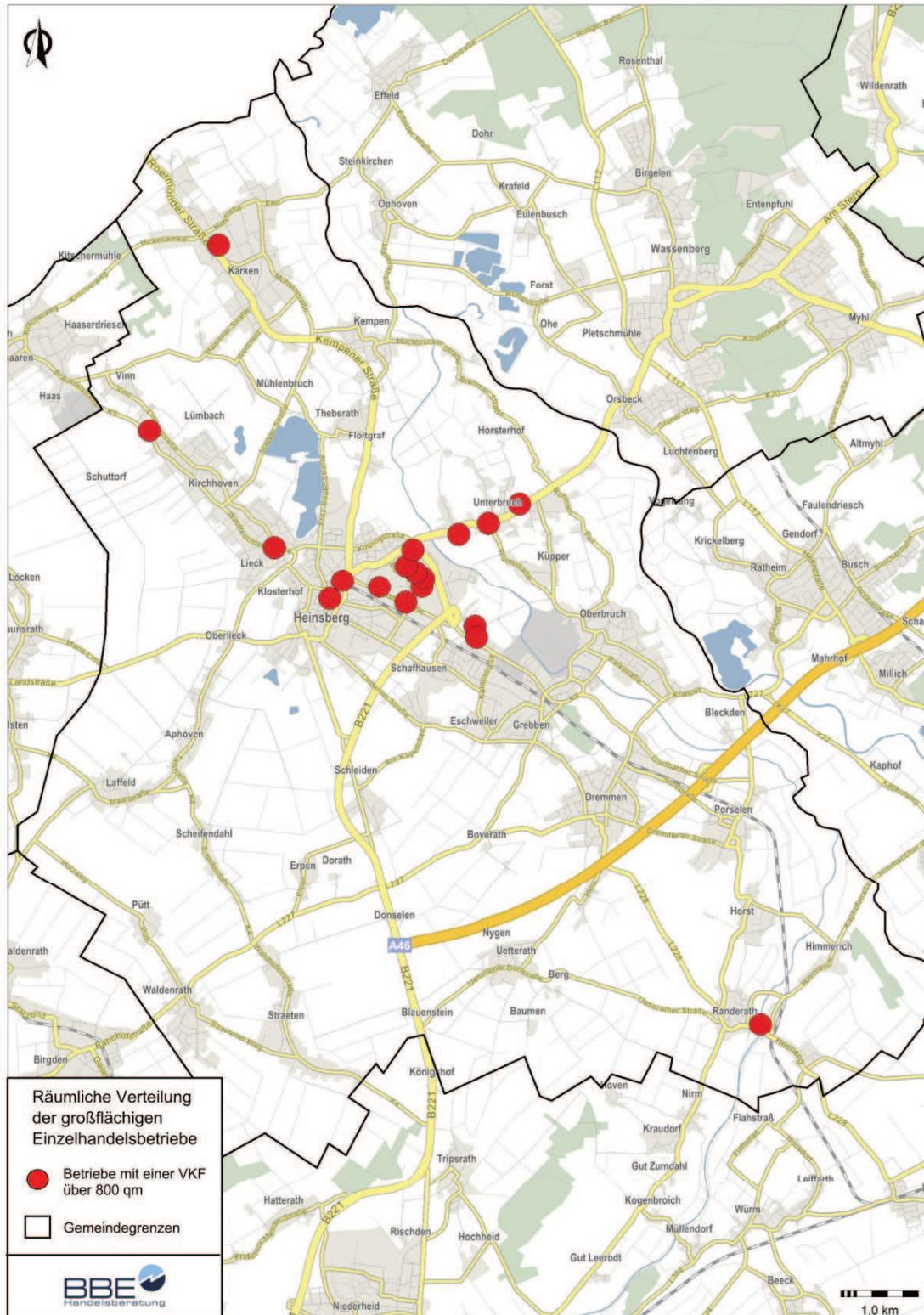
In der Stadt Heinsberg sind aktuell 22 großflächige Einzelhandelsbetriebe¹² ansässig, die eine Verkaufsfläche von ca. 46.980 m² belegen. Mit einem Flächenanteil des großflächigen Einzelhandels von 55 % an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Heinsberg, ist eine relativ geringe Ausstattung mit großflächigen Betrieben abzulesen.

Die räumliche Aufteilung der großflächigen Betriebe zeigt neben der Innenstadt mit 4 Betrieben einen Schwerpunkt im Gewerbegebiet Heinsberg mit 9 Betrieben und ca. 29.020 m² Verkaufsfläche. Im Bereich der Industriestraße sind neben dem Rewe-Markt die Baumärkte / Baustoffhandlungen Mobau Wirtz und Basis Bauen und Leben ansässig. An der Humboldtstraße sind das Real SB-Warenhaus und die Fachmärkte Takko sowie Schuhtreff vorhanden. Die Verbindungsachsen Borsigstraße und Siemensstraße weisen das Möbelhaus Schaffrath, den Gartenmarkt Blumen Risse und den Siemes Schuhmarkt auf. Aufgrund der Angebotskonzentration stellt das Gewerbegebiet eine Sonderlage für den großflächigen Einzelhandel dar.

Weitere Einzelstandorte des großflächigen Einzelhandels sind im Stadtteil Oberbruch an der Karl-Arnold-Straße (Lidl und Plus), Ferdinand-Porsche-Straße (Teppich Jäger), Boos-Fremery-Straße (Rewe), im Stadtteil Unterbruch an der Wassenberger Straße (Euro-Garten Natursteinhandel und Baumschule Plum) sowie in den Stadtteilen Lieck (Möbel Jansen), Kirchhoven (Baustoffmarkt Schuerkens) und Randerath (Kohlwey Bad & Wärme) vorhanden.

¹² Einzelhandel mit einer Verkaufsfläche von 800 m² und mehr

Abbildung 34: Großflächiger Einzelhandel



Quelle: Eigene Erhebungen

6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie Schlussfolgerungen für die Konzeptentwicklung

Die Stadt Heinsberg weist voll entwickelte mittelzentrale Versorgungsfunktionen auf. Die Innenstadt fungiert als Hauptzentrum mit Versorgungseinrichtungen der Grundversorgung und des spezialisierten Bedarfs. In den Stadtteilen sind zusammenhängende Geschäftslagen in Oberbruch und Dremmen vorhanden. Die sonstigen Stadtteile verfügen nur über eine ausschnittsweise wohnungsnaher Versorgung, ohne dass größere räumliche Einzelhandelskonzentrationen bestehen.

Die Ausstattungskennziffern und die Kaufkraftbewegungen lassen eine hohe Einzelhandelsausstattung und Versorgungsbedeutung des ansässigen Einzelhandels erkennen. Angebotsdefizite sind insbesondere im Einzelhandel mit Elektrowaren festzustellen.

Im Nahversorgungsangebot und bei den zentrenrelevanten Sortimenten ist quantitativ eine angemessene Versorgungsausstattung gegeben, gleichwohl sind Strukturschwächen einerseits im betrieblichen Angebot (u. a. zeitgemäße Warenpräsentation) und in der räumlichen Verteilung (u. a. wohnungsnaher Versorgung in den Stadtteilen) festzustellen. Angesichts der Leistungsdaten bestehen in der Stadt Heinsberg noch Ergänzungsmöglichkeiten im Bereich des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels. Vor dem Hintergrund der siedlungsstrukturellen und räumlichen Gegebenheiten wird dabei eine Konzentration auf die Innenstadt bzw. Nahversorgungszentren empfohlen.

Grundversorgungsdefizite im Rahmen des fußläufigen Einkaufs weisen insbesondere die kleineren Stadtteile auf. Die kleinteilige Nahversorgung in den Stadtteilen ist aufgrund der unterdurchschnittlichen Angebots- und Nachfragesituation als nicht gefestigt zu bewerten. Vor dem Hintergrund der Siedlungsstruktur erscheint jedoch ein stadtteilbezogener Ausbau der Nahversorgung nur sehr begrenzt möglich, so dass die Bedeutung der bestehenden Konzentrationsstandorte des großflächigen Lebensmitteleinzelhandels zukünftig noch zunehmen wird.

7 Grundlegende Empfehlungen zur Verkaufsflächenentwicklung nach Warengruppen

Unter Berücksichtigung der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Heinsberg und der allgemeinen Marktentwicklungen des Einzelhandels in Deutschland werden für folgende Sortimente Verkaufsflächenenergänzung in der Stadt Heinsberg empfohlen:

Nahrungs- und Genussmittel

Durch die Lebensmittel-SB-Märkte in den Stadtteilen Heinsberg, Dremmen, Oberbruch und Karken ist eine angemessene Lebensmittelversorgung gegeben, die auch in einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 107 % abzulesen ist. Gleichwohl sind nach wie vor in der Stadt Heinsberg relativ kleine Lebensmittel-SB-Märkte in den Stadtteilen strukturprägend (u. a. Edeka im Stadtteil Oberbruch, Baues Frischemarkt im Stadtteil Karken), so dass mittelfristig zum Erhalt der wohnungsnahen Versorgung Verkaufsflächenerweiterungen notwendig sind.

Bekleidung

Das Bekleidungsangebot in der Stadt Heinsberg wird durch eine Vielzahl von kleineren und mittleren Fachgeschäften geprägt, das durch wenige Filialisten ergänzt wird. Der Heinsberger Innenstadt fehlen bundesweit agierende Filialisten des mittleren Preisgefüges und der Jungen Mode, die aufgrund der Bekanntheit die Ausstrahlungskraft der Heinsberger Innenstadt ergänzen können.

Sportartikel

Das Sportangebot der Stadt Heinsberg beschränkt sich derzeit auf kleinere Anbieter mit einem ausschnittweisen Sortiment. Es ist die Ansiedlung eines größeren modernen Sportanbieters mit mindestens 500 m² Verkaufsfläche zu empfehlen.

Bücher / Schreibwaren / Spielwaren

Die Entwicklungsperspektiven in den Sortimenten Bücher, Schreibwaren und Spielwaren liegen vor allem in einer Differenzierung des Angebotes der ansässigen Betriebe.

Elektrowaren / Unterhaltungselektronik

Bei Elektrowaren und Unterhaltungselektronik besteht in der Stadt Heinsberg ein Angebotsdefizit, das durch die Ansiedlung eines größeren Fachgeschäftes / Fachmarktes mit mindestens 1.000 m² Verkaufsfläche beseitigt werden sollte.

Einrichtungsbedarf

Im Einrichtungsbedarf sind aufgrund der örtlichen Standortsituation und des regionale Wettbewerbs Entwicklungsperspektiven im Möbelangebot sowie im spezialisierten Einrichtungsbedarf (u. a. Bettwaren, Lampen / Leuchten) gegeben.

Heimwerker- und Gartenbedarf

Der Heimwerker- und Gartenbedarf wird durch den Baustoffhandel und Gartenanbieter abgedeckt, dagegen fehlt der Betriebstyp eines Baumarktes mit angeschlossenem Gartencenter, der vor dem Hintergrund der regionalen Marktsituation nur noch eingeschränkte Wettbewerbschancen hat.

Grundsätzlich: Weiterentwicklung der Innenstadt als Handlungsschwerpunkt

Für die Stadt Heinsberg ist insbesondere die Weiterentwicklung der Innenstadt mit modernen, leistungsfähigen Angeboten von strategischer Bedeutung. Hierbei steht die Ergänzung des Angebotes durch frequenzstarke, namhafte Anbieter im Vordergrund (u. a. Bekleidung, Sport und Unterhaltungselektronik). Für die wohnungsnaher Versorgung ist eine Weiterentwicklung mit marktüblichen Betriebsgrößen zu empfehlen, so dass nur ein moderater Ergänzungsbedarf abzuleiten ist. Zusätzliche Ansiedlungspotenziale im nicht-zentren-relevanten Bereich bestehen vor allem bei Möbeln und im Heimwerker- und Gartenbedarf.

8 Einzelhandels- und Zentrenkonzept Heinsberg

8.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Dabei formuliert § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) die Grundsätze der Raumordnung für die Planung großflächiger Einzelhandelsvorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO.¹³ Demnach kommen für großflächigen Einzelhandel künftig nur noch Standorte in zentralen Versorgungsbereichen (d.h. in Innenstädten, Ortsmitten, Stadtteilzentren) in Betracht, sofern es sich um Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten handelt. Vorhandene Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche genießen Bestandsschutz. Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (insbesondere Möbelmärkte, Gartencenter, Baumärkte) und begrenztem Randsortiment dürfen weiterhin außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entstehen.

Im Einzelnen gilt:

- Die zulässigen Nutzungen müssen sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereiches richten, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder zentrale Versorgungsbereiche noch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet beeinträchtigen.
- Die räumliche und funktionale Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgt durch die Kommunen, ist aber an Kriterien gebunden, etwa die „städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB) und die „gute verkehrliche Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz“.
- Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der Nahversorgung wird regelmäßig nicht unterstellt, solange der erwartete Umsatz eines Planvorhabens die zurechenbare Kaufkraft weder in einzelnen Sortimentsbereichen noch insgesamt übersteigt. Bezugsmaßstab ist bei Hauptzentren die Kommune, bei Nebenzentren und Nahversorgungszentren sind es die funktional zugeordneten Stadtteile bzw. die zu versorgenden Bereiche.
- Gemäß § 24 a Abs. 3 LEPro dürfen Sondergebiete für großflächige Einzelhandelsvorhaben auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geplant werden, wenn ergänzend zu dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment nur ein begrenztes zentren- und nahversor-

¹³ Gesetz zur Änderung des Gesetzes zur Landesentwicklung vom 19. Juni 2007 (GV. NRW. 2007 S. 225)

gungsrelevantes Randsortiment vorgesehen ist. Von einer Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung ist in der Regel dann nicht auszugehen, wenn für das Kernsortiment ausreichend Kaufkraft innerhalb der Standortgemeinde zur Verfügung steht und sich der Umfang des Randsortiments auf 10 % bzw. höchstens 2.500 m² der insgesamt in dem betreffenden Sondergebiet zulässigen Verkaufsfläche beschränkt.

- Standorte von zwei oder mehr Vorhaben mit mind. 50.000 m² Verkaufsfläche müssen in den Regionalplänen als ASB mit Zweckbindung dargestellt werden. Ihre Randsortimente dürfen insgesamt max. 5.000 m² VKF umfassen.

Ergänzend wurde auch der „Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen“ im September 2008 durch die Landesregierung aktualisiert. Die Verwaltungsvorschrift erläutert die wesentlichen Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen und bestimmt das Verwaltungshandeln. Der Absatz 4.1 führt zu gemeindlichen Einzelhandelskonzepten aus:¹⁴

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

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre **Entwicklungsziele für den Einzelhandel** fest. Dies beinhaltet neben den angestrebten Zentrengefüge über die **Festlegung zentraler Versorgungsbereiche** auch die **Bestimmung der Sonderstandorte** für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie **sonstige Sonderstandorte** (u. a. Großeinrichtungen gem. § 24 a Abs. 4 LEPro). Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde **Liste zentrenrelevanter Sortimente**.“

Mit der aktuellen Entscheidung des Oberverwaltungsgerichtes Nordrhein-Westfalen wurde § 24 a Abs. 1 LEPro auf den Prüfstand gestellt. Im Urteil vom 26.08.2009 hat der Verfassungsgerichtshof entschieden, dass § 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro NRW, wonach FOCs mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche nur in Gemeinden mit mehr als 100.000 Einwohnern ausgewiesen werden dürfen, mit der

¹⁴ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr – V.4/ VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie- 322/323 – 30.28.17. vom 22.09.2008.

Landesverfassung nicht vereinbar ist. Die Regelung verletzt das Recht auf kommunale Selbstverwaltung und ist deshalb nichtig.

§ 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro wirke gegenüber Gemeinden mit nicht mehr als 100.000 Einwohnern als striktes Verbot, ein FOC mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche eigenverantwortlich anzusiedeln. Dieser Eingriff in die gemeindliche Planungshoheit verstoße gegen das Verhältnismäßigkeitsprinzip und das Willkürverbot. Die Verbotsregelung in § 24 a Abs. 1 S. 4 LEPro sei nicht durch überörtliche Interessen von höherem Gewicht gerechtfertigt. Nachvollziehbare Erwägungen für die ausnahmslose Festlegung der Schwellenwerte für die Verkaufsfläche und die Einwohnerzahl seien nicht ersichtlich (Urteil des VerfGH Nordrhein-Westfalen vom 26.08.2009, Az.: VerfGH 18/08).

In Fortsetzung dieses Rechtsstreites hat das Oberverwaltungsgericht (OVG) Münster in seinem Urteil vom 30.09.2009 (10 A 1676/08) die Bezirksregierung Münster verpflichtet, den Flächennutzungsplan der Stadt Ochtrup, der eine Erweiterung des bestehenden FOC von 3.500 m² auf 11.500 m² Verkaufsfläche vorsah, zu genehmigen. Zur Begründung hat das Oberverwaltungsgericht ausgeführt, dass die Planung nicht gegen verbindliche Ziele der Raumordnung verstoße, weil § 24 a LEPro – soweit er hier noch einschlägig sei – allenfalls in der Abwägung zu berücksichtigende Grundsätze der Raumordnung enthalte. Denn die Regelungen des § 24 a LEPro erfüllen nach Auffassung des OVG nicht die gesetzlichen Anforderungen an die Gemeinden bindende Ziele der Landesplanung im Sinne von § 1 Abs. 4 BauGB. Der Landesgesetzgeber habe keine der kommunalen Bauleitplanung vorgelagerte abschließende Entscheidung getroffen. Dies aber sei Voraussetzung für die Einordnung einer Regelung als Ziel der Landesplanung. Außerdem sei die Vorschrift nicht hinreichend bestimmt.

Das Urteil hat nach einem Beschluss des Bundesverwaltungsgerichtes vom 14.04.2010 Rechtskraft erlangt. Damit wird die Verantwortung für die Entwicklung des Einzelhandels von den Landesplanungsbehörden wieder auf die Gemeinden zurückverlagert. Grundsätzlich wird den Kommunen damit wieder freigestellt, großflächige Einzelhandelsvorhaben selbst dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu planen, wenn diese zentren- und nahversorgungsrelevante Kersortimente führen.

Der Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit über die Verfahren der Bauleitplanung bleibt aber selbstverständlich weiterhin die wichtigste Genehmigungsvoraussetzung.

Vor diesem Hintergrund werden im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines funktional differenzierten Zentrennetzes (Funktionsbestimmung der zentralen Versorgungsbereiche mit Festlegung der von den jeweiligen Zentren zu versorgenden Bereiche),

- genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Identifizierung von Entwicklungsarealen für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen innerhalb der Zentren (räumliche Festlegung),
- Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten in den Angebotsstrukturen,
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung.

Ziel ist es, ein Einzelhandelskonzept zu entwickeln, das als Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung dienen kann. Nach einem Ratsbeschluss als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, ist das Konzept künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen und als wichtige, abwägungsrelevante Planungsgrundlage zu beachten.

8.2 Leitziele und Standortkonzept

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung bilden den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept Heinsberg, das sich an folgenden Leitzielen ausrichten sollte:

- Sicherung und Stärkung der gesamtstädtischen Versorgungsfunktion der Innenstadt,
- Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung,
- Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Für die Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen wird demgemäß folgende Vorgehensweise empfohlen:

- Facheinzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte mit **zentrenrelevanten Angeboten** und Einzugsbereichen, die über den Nahbereich hinausreichen, sollen in der Innenstadt konzentriert werden. Darüber hinaus soll die Innenstadt auch zukünftig Nahversorgungsangebote für die Bewohner der Stadt Heinsberg bereithalten.
- Die Entwicklungspotenziale bei den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** sollen dazu genutzt werden, die vorhandenen Nahversorgungszentren Oberbruch und Dremmen zu stärken. Dabei stehen die Umstrukturierung und Anpassung der bestehenden Nahversorgungsstandorte an die aktuellen Marktanforderungen sowie die Ansiedlung von neuen nahversorgungsrelevanten Betrieben innerhalb der abgegrenzten Nahversorgungszentren im Vordergrund.
- Der Schaffung weiterer **Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion** soll grundsätzlich möglich sein. Dies sollte allerdings an die Bedingungen geknüpft werden, dass:
 - die Standorte einen deutlichen Bezug zu einem durch Wohnungsnutzung geprägten Gebiet aufweisen (wohngebietsintegrierte Lage),
 - durch die geplanten Nahversorgungsbetriebe keine negativen raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind.
- Die Ansiedlung von **großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten** wird auf die Innenstadt beschränkt.

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten** können unter der Voraussetzung der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit außerhalb der Innenstadt angesiedelt werden. Als Standorte für zusätzliche großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten kommen im Wesentlichen die bereits entwickelten Sonderstandorte Industriestraße (Gewerbegebiet Heinsberg) sowie Karl-Arnold-Straße infrage.

Für eine Konzentration von zentrenverträglichen Großbetrieben auf diese Achse sprechen vor allem folgende Gründe:

- Die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben reduziert den Ressourceneinsatz (Verbrauch von Flächen, Bau und Unterhaltung von Verkehrswegen).
- Durch die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben soll sichergestellt werden, dass für Betriebe des produzierenden Gewerbes, die für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Heinsberg sehr wichtig sind, in einem ausreichendem Maße Flächen zur Verfügung stehen.

Das vorgeschlagene Zentrenkonzept weist die Innenstadt als Hauptzentrum mit einer gesamtstädtischen Versorgungsbedeutung aus (Verflechtungsbereich: Stadt Heinsberg). In den Ortskernen von Oberbruch und Dremmen bestehen weitere zentrale Versorgungsbereiche, die die Funktion von Nahversorgungszentren für die Bevölkerung der Stadtteile Oberbruch bzw. Dremmen / Porselen / Uetterath / Randerath / Horst übernehmen.

Das Gewerbegebiet Heinsberg und die Karl-Arnold-Straße übernehmen die Funktionen von Sonderstandorten für den großflächigen Einzelhandel mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Abbildung 35: Zentrenkonzept



Quelle: Eigene Darstellung

8.3 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist unter Berücksichtigung der in § 24a Abs. 2 LEPro NRW genannten Standortanforderungen vorzunehmen. Demnach zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch ein multifunktionales Angebot aus, das neben Einzelhandel auch Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen umfasst. Dieses Angebot ist räumlich konzentriert, so dass Verbundeffekte bestehen. Zentrale Versorgungsbereiche befinden sich an städtebaulich integrierten Standorten, die im Regionalplan als Allgemeine Siedlungsbereiche ausgewiesen sind. Zudem besteht eine gute Einbindung in die Verkehrsnetze, insbesondere in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Damit orientiert sich die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen an der faktischen Prägung. Gleichwohl kann die Gemeinde auch mögliche Entwicklungsflächen in den zentralen Versorgungsbereich einschließen, sofern diese eine städtebaulich sinnvolle Ergänzung des bestehenden Versorgungszentrums darstellen.

Bei der räumlichen Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches sind insbesondere die städtebauliche Situation sowie die Nutzungsstrukturen zu beachten. Die Analyse der Einzelhandelsstrukturen in der Heinsberger Innenstadt zeigt auf, dass sich der Einzelhandelsbesatz und die ergänzenden Nutzungen der privaten und öffentlichen Dienstleistungen bandartig auf die Hochstraße und die parallel verlaufende Apfelstraße beziehen. In den angrenzenden Seitenstraßen nimmt die Besatzdichte deutlich ab. Als Begrenzung des innerstädtischen Versorgungszentrums fungieren die Verkehrsachsen der Ostpromenade und der Westpromenade mit der angrenzenden Bebauung. Im Süden stellt die Linderner Straße die Begrenzung der Innenstadt dar, die südlich des Kirchberges verläuft.

Im Norden konnte mit der Heinsberg-Galerie in den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine Innenstadterweiterung vollzogen werden. Die Einkaufspassage mit dem Ein- und Ausgang zur Industriestraße und dem rückwärtig gelegenen Parkplatz stellt für die Fußwegeverbindung eine wichtige Verbindungsachse zum Kreuzungsbereich Hochstraße / Industriestraße dar, so dass dieser funktional der Innenstadt zuzurechnen ist.

Mit der geplanten Reaktivierung der Bahnstrecke Heinsberg – Lindern im Jahre 2012 wird dem Standortbereich Ostpromenade / Busbahnhof zukünftig eine höhere Bedeutung zukommen. Der Zugang der Bahnsteiganlagen wird von Seiten des Busbahnhofs erfolgen. Nördlich an die Bahnanlagen soll eine P+R-Stellplatzanlage angrenzen, die von der Industriestraße angefahren wird.

Mit der Bahnhofsplanung kommt dem nördlich angrenzenden Standortbereich die Funktion eines möglichen Erweiterungsbereichs der Innenstadt zu. Unter der Voraussetzung einer durchlässigen Gestaltung des Bahnhofsumfeldes kann das zwischen Bahnhof und Industriestraße gelegene Areal als potenzieller Ergänzungsstandort der Innenstadt fungieren. Hierbei wäre eine Schwerpunktset-

zung im Bereich der Nahversorgung (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel) oder die Erweiterung im Zusammenhang mit der Einkaufspassage Heinsberg-Galerie als Nutzungsmöglichkeiten denkbar.

Die Industriestraße weist im weiteren Verlauf hingegen den Charakter eines Gewerbegebietes mit einer Mischung von gewerblichen Nutzungen und großflächigem Einzelhandel auf. U. a. sind die großflächigen Einzelhandelbetriebe Mobau Wirtz, Rewe und Basis Bauen & Leben Baufachhandel ansässig. Damit übernimmt der Standort wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen im Angebotssegment Bauen, Einrichten und Auto. Eine fußläufige Anbindung an den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich besteht jedoch aufgrund der räumlichen Entfernung, der Nutzungsstruktur und des städtebaulichen Charakters nicht, so dass der zentrale Versorgungsbereich nur den Kreuzungsbereich Hochstraße / Industriestraße umfasst (vgl. Abbildung 36).

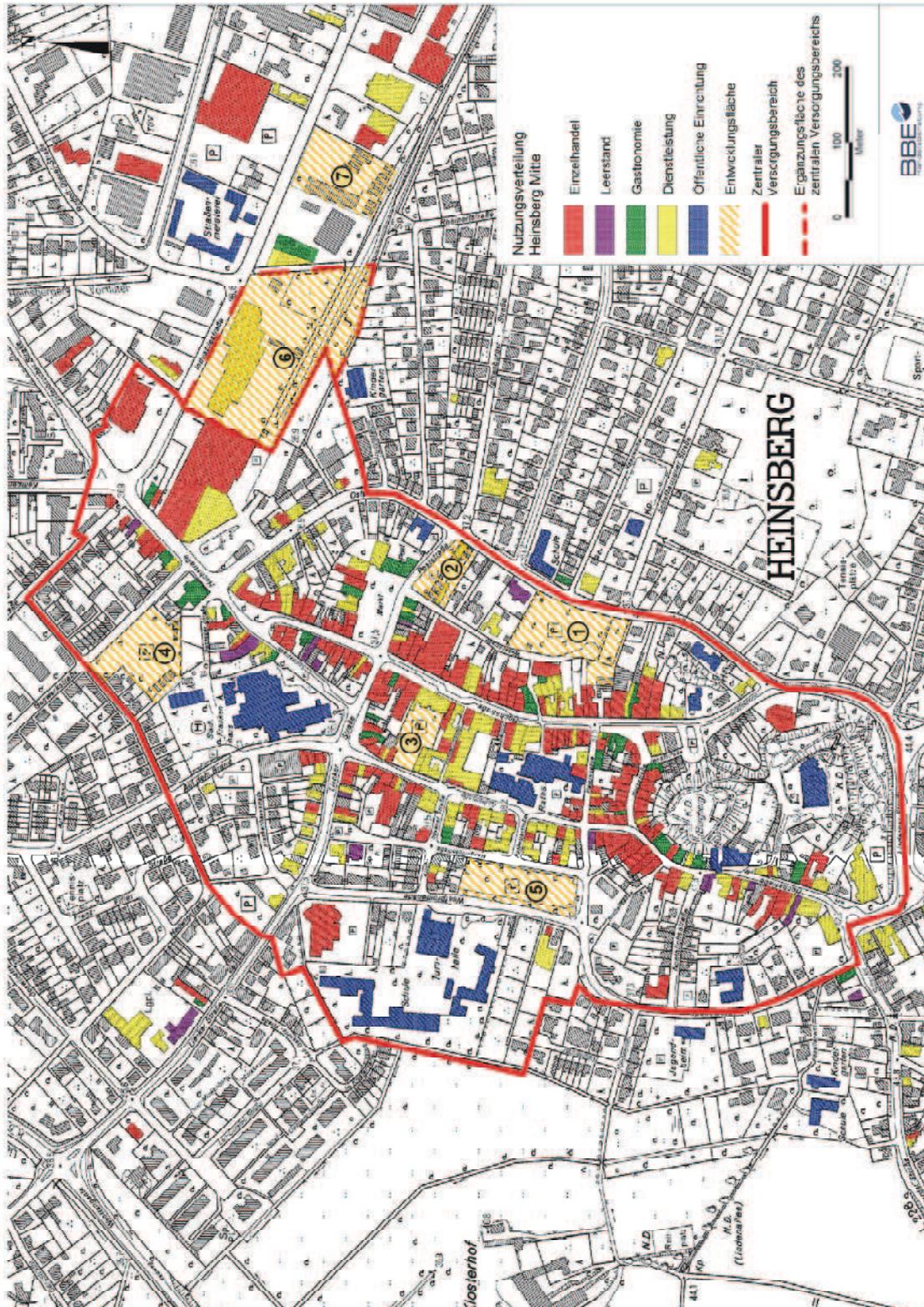
Damit sind alle strukturprägenden Betriebe der Innenstadt dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Innerhalb des vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereichs wird eine Intensivierung der Einzelhandelsnutzungen empfohlen, indem ungenutzte bzw. mindergenutzte Grundstücke durch zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel belegt werden.

8.4 Empfehlungen zur Profilierung des Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt

Die Innenstadt weist als Hauptzentrum der Stadt Heinsberg das größte Einzelhandelsangebot auf. Insbesondere bei den zentrenrelevanten Leitsortimenten Bekleidung und Schuhe ist eine hohe Verkaufsflächenausstattung gegeben. Gleichwohl ist ein Defizit an frequenzstarken Magnetbetrieben zu erkennen, so dass aus gutachterlicher Sicht der Fokus auf die Ergänzung des innerstädtischen Angebotes durch großflächigen Einzelhandel mit den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Sport und Elektrowaren gelegt werden sollte.

In diesem Zusammenhang ist die geplante Umnutzung der Woolworth-Filiale durch H & M sowie Drogerie Müller als positive Entwicklung der Innenstadt zu bewerten.

Abbildung 36: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen

8.5 Empfehlungen zu Entwicklungsstandorten in Heinsberg-Mitte

Als Entwicklungsstandorte werden im Folgenden verschiedene Standortoption diskutiert und bewertet:

Entwicklungsstandort 1: Parkplatz Ostpromenade

Der Standort ist dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zugeordnet und ist über einen Verbindungsweg funktionsfähig an den mittleren Abschnitt der Hochstraße angebunden. Aufgrund der exponierten Lage an der Ostpromenade und der optimalen Anbindung an die 1 A-Lage der Heinsberger Innenstadt besteht eine hohe Standorteignung für eine Einzelhandelsnutzung.

Bei einer baulichen Nutzung des Areals können die entfallenen und zusätzlich notwendigen Stellplätze durch eine integrierte Lösung (Parkdeck / Tiefgarage) realisiert werden, so dass im Hinblick auf das innerstädtische Stellplatzangebot keine Nachteile eintreten würden. Vielmehr besteht an einer zentralen Stelle der Heinsberger Innenstadt die Möglichkeit, frequenzstarke großflächige Einzelhandelsbetriebe zu ergänzen, die aufgrund einer direkten Anbindung an die Hauptgeschäftszone der Hochstraße einen Kundenzuführungseffekt für den mittelständisch geprägten Einzelhandel übernehmen können. Als Nutzer kommen ein Elektrofachmarkt i. V. m. größeren Bekleidungs- und Sportanbietern infrage.

Entwicklungsstandort 2: Areal südlich der Poststraße

Das Areal südlich der Poststraße ist durch eine kleinteilige Wohnbebauung und einen vorgelagerten Parkplatz charakterisiert. Aufgrund der Lagevorteile des Planstandortes mit unmittelbarer Anbindung an den Markt und die Hochstraße besitzt das Areal eine hohe Eignung zur Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes. Dabei ist auch die gute Verkehrserschließung über die Ostpromenade zu berücksichtigen. Die Größe des Planstandortes lässt bei Zusammenlegung benachbarter Grundstücke die Ansiedlung einer attraktiven Wohn- und Geschäftshausbebauung zu, so dass eine städtebauliche und nutzungsstrukturelle Aufwertung des Areals möglich wäre. Nutzungsstrukturell sollte eine Mischung kleinerer und mittelgroßer Betriebe mit innenstadttypischen Sortimenten (u. a. Bekleidung, Bücher, Schreib- und Spielwaren, Foto, Uhren / Schmuck) angestrebt werden.

Die Realisierungschancen sind aufgrund der Eigentumsverhältnisse (verschiedene private Eigentümer) und der bestehenden Wohnnutzungen derzeit nicht abzuschätzen.

Entwicklungsfläche 3: Parkplatz Apfelstraße (Volksbank-Grundstück)

Im unteren Abschnitt der Apfelstraße besteht mit dem derzeit als Parkplatz benutzten Gelände rückseitig der Volksbank eine kleinere Entwicklungsfläche, die aufgrund der zentralen Lage in der Innenstadt eine hohe Eignung zur Nutzung durch eine Geschäftshausbebauung aufweist.

Die Apfelstraße fungiert als B-Lage der Innenstadt, die über einen vorwiegend kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz verfügt. Durch die Ansiedlung zusätzlicher frequenzstarker Nutzungen wäre somit eine Aufwertung der Geschäftslage möglich. Gleichzeitig ist zu prüfen, ob im Falle einer Einzelhandelsnutzung auch eine Verbindung zur Hochstraße (z. B. in Form eines Passagengangs) geschaffen werden kann.

Entwicklungsfläche 4: Parkplatz Gaswerkstraße

Im nördlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich südwestlich der Gaswerkstraße ein großer unbewirtschafteter Sammelparkplatz der Innenstadt. Westlich grenzt der Gebäudekomplex des Städtischen Krankenhauses an. Südlich befinden sich die Rückseiten der straßenflankierenden Bebauung der nördlichen Hochstraße. Der Planstandort stellt damit unter städtebaulichen und verkehrlichen Aspekten eine Nebenlage dar.

Eine Umnutzung des Areals durch Einzelhandelsnutzungen ist städtebaulich nur dann sinnvoll, wenn es gelingt, eine Verknüpfung mit der Hauptgeschäftszone Hochstraße im Sinne einer leistungsfähigen Fußwegeverbindung herzustellen. Gleichwohl stellt der Standort im Vergleich zu den vorgenannten Optionen nur eine nachrangige Alternative dar, weil gleichermaßen die Zuordnung zur Hochstraße und die verkehrliche Erreichbarkeit deutlich schlechter zu bewerten sind. Es wird daher empfohlen, den Standort als langfristige Entwicklungsfläche planerisch zu sichern.

Entwicklungsfläche 5: Parkplatz Westpromenade

Der Parkplatz Westpromenade ist räumlich der Apfelstraße zugeordnet, während keine direkte Fußweganbindung an die Hochstraße als 1a-Lage der Innenstadt gegeben ist. Dem Parkplatz kommt eine wichtige Erschließungsfunktion der Innenstadt zu. Mit der historischen Bausubstanz der ehemaligen Stadtmauer und dem erhaltenswerten Baumbestand stellt der Platzraum auch eine wichtige Freifläche im Stadtbild dar.

Das Areal verfügt aufgrund der Zuordnung zum innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich grundsätzlich über eine Standorteignung zur Ansiedlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. In diesem Zusammenhang ist einerseits auf die „Durchgangsfunktion“ zu den westlich angrenzenden publikumsintensiven Nutzungen entlang der Westpromenade und andererseits auf mögliche Frequenzeffekte für die Nutzungen in der Apfelstraße hinzuweisen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Entwicklung der Apfelstraße als Nebenlage auch aus der Kleinteiligkeit der Baustruktur resultiert, so dass die möglichen Impulseffekte durch eine frequenzstarke Einzelhandelsnutzung des Parkplatzes für die Apfelstraße und die Hochstraße als eingeschränkt zu bewerten sind.

Im Vergleich mit der Entwicklungsfläche an der Ostpromenade kommt dem Standort nur eine nachrangige Bedeutung zu. Mögliche Weiterentwicklungen der Innenstadt sollten zunächst auf den besser geeigneten Entwicklungsstandort an der Ostpromenade gelenkt werden.

Entwicklungsfläche 6: Nördlich des Bahnhofs

Für eine langfristige Innenstadtentwicklung steht die im Zusammenhang mit der Reaktivierung des Bahnanschlusses mögliche Ergänzungsfläche des zentralen Versorgungsbereiches zur Verfügung. Hierbei handelt es sich um ein Grundstück, das zur Zeit durch ein Autohaus genutzt wird und für eine Umnutzung nicht zur Verfügung steht.

Das Areal wird durch die nördlich verlaufende Industriestraße erschlossen. Im Zuge einer langfristigen Neugestaltung könnte die Attraktivität der Heinsberger Innenstadt durch eine nachhaltige städtebauliche Weiterentwicklung im Bahnhofsumfeld verbessert werden. Aufgrund der Anbindungsmöglichkeiten an den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich ist der Projektstandort für die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgung- und zentrenrelevanten Sortimenten geeignet.

Demgemäß handelt es sich um eine langfristige Optionsfläche, die zur baulichen Erweiterung der benachbarten Heinsberg-Galerie genutzt werden kann. Eine baulich eigenständige Nutzung wäre durch den Ausbau eines innenstadtorientierten Nahversorgungsschwerpunktes (Ansiedlung von Lebensmittel-SB-Märkten) denkbar.

Um ausreichende Austauschbeziehungen mit den sich südwestlich anschließenden innerstädtischen Versorgungseinrichtungen zu gewährleisten, ist jedoch die bauliche Öffnung der Einzelhandelsnutzungen Richtung Süden und eine attraktive Fußweggestaltung im Bahnhofsumfeld unbedingt notwendig, um keinen Pkw-orientierten Solitärstandort an der Industriestraße zu schaffen.

Ergänzungsstandort 7: RAG-Fläche, Industriestraße

Im mittleren Abschnitt der Industriestraße besteht mit dem ehemals durch die RAG genutzten Grundstück eine Entwicklungsfläche, die aufgrund der Erschließungsvorteile der Industriestraße und der Vorprägung des Gebietscharakters durch eine Reihe mittelgroßer und großflächiger Einzelhandelsbetriebe einen hohen Lagewert für großflächige Einzelhandelsbetriebe aufweist. Direkt benachbart befinden sich die großflächigen Betriebe REWE und Basis Bauen und Leben.

Aufgrund der räumlichen Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich besitzt das Plangebiet grundsätzlich geeignete Rahmenbedingungen zur Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass das Gewerbegebiet Heinsberg bereits gegenwärtig wichtige Ergänzungsfunktionen für die Heinsberger Innenstadt übernimmt, so dass eine Verdichtung des zentrenverträglichen Einzelhandels sinnvoll erscheint. Im Rahmen der bauleitplanerischen Rahmensetzungen sind die zentrenrelevanten Randsortiment auf ein städtebaulich verträgliches Maß zu beschränken.

8.6 Empfehlungen zur Entwicklung der Nahversorgungszentren Oberbruch und Dremmen

Für die Stadtteile Oberbruch und Dremmen wird die Ausweisung von Nahversorgungszentren vorgeschlagen, die Ergänzungsfunktionen für die Bevölkerung der Stadtteile übernimmt. Nach den Zielvorgaben von § 24 a LEPro NRW werden die Standortbereiche somit privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten aufzunehmen, sofern sich diese in ihren Versorgungsfunktionen auf die zugewiesenen Verflechtungsbereiche beschränken.

Dies bedeutet, dass innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich großflächige nahversorgungsrelevante Planvorhaben hinsichtlich ihrer Dimensionierung dann mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmen, wenn diese in ihren Umsatzleistungen unterhalb der im zugewiesenen Verflechtungsbereich vorhandenen Kaufkraftpotenzialbasis verbleiben.

Die räumliche Abgrenzung des **Nahversorgungszentrums Oberbruch** sollte auf die bestehende Geschäftslage entlang der Boos-Fremery-Straße beschränkt werden. Dabei stellt der Aloysiusplatz im Norden die Grenze des durch Einzelhandel und andere frequenzstarke Nutzungen geprägten Geschäftsbereiches dar. Im Süden übernimmt der Rewe-Markt mit den benachbarten kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen wichtige wohnungsnahen Versorgungsfunktionen, so dass der zentrale Versorgungsbereich trotz der Zäsur durch die Grünanlage entlang der Wurm bis zur Pestalozzistraße ausgedehnt wird. Damit weist der zentrale Versorgungsbereich eine Längenausdehnung von ca. 800 m auf, so dass fußläufige Verbundeffekte im Rahmen der Nahversorgung nur eingeschränkt möglich sind. Gleichzeitig umfasst der zentrale Versorgungsbereich damit jedoch alle strukturprägenden Betriebe der Ortsmitte. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden sich Einzelhandelsbetriebe nur in Streulagen.

Die Versorgungsbedeutung erstreckt sich in erster Linie auf den Stadtteil Oberbruch, so dass dieser mit **ca. 7.250 Einwohnern als Verflechtungsbereich** zu bewerten ist.

Im Stadtteil **Dremmen** ist der **zentrale Versorgungsbereich** auf die Straßenzüge Sebastianusstraße und Lambertusstraße bezogen. Die nördliche Begrenzung stellen die Brementhalstraße bzw. die Mommartzstraße dar. Die Nutzungsstruktur entlang der Lambertusstraße lässt eine Zuordnung zum zentralen Versorgungsbereich bis in Höhe Grabenstraße zu. Damit umfasst der zentrale Versorgungsbereich Dremmen neben dem Edeka-Markt kleinteilige Einzelhandelsbetriebe, Gastronomie, Dienstleister und kirchliche Einrichtungen, so dass eine für einen zentralen Versorgungsbereich typische Nutzungsmischung besteht.

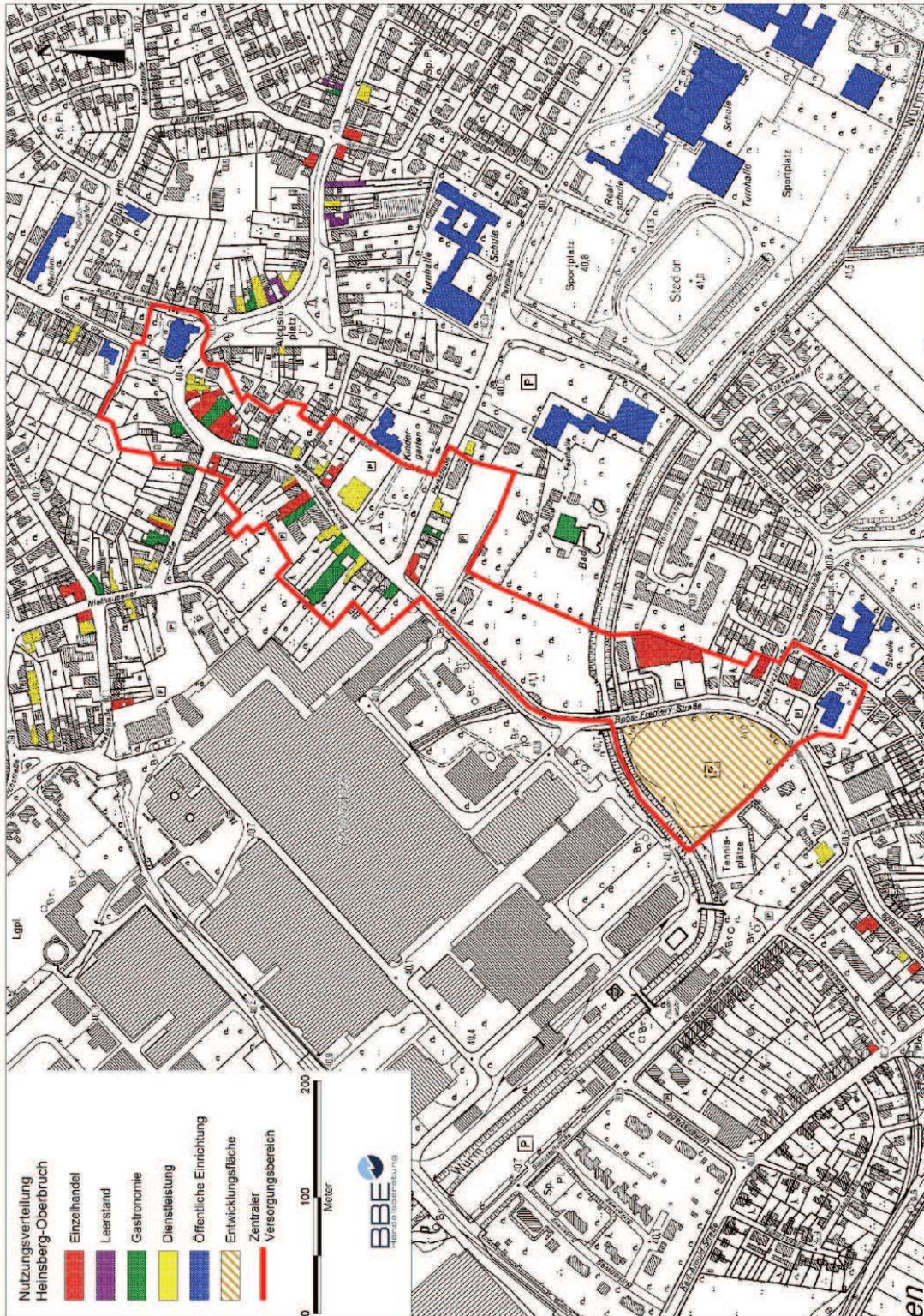
Das Nahversorgungszentrum weist einen **Verflechtungsbereich** auf, der neben dem Stadtteil Dremmen auch die benachbarten kleineren Stadtteile Porselen, Horst, Randerath und Uetterath umfasst, die über keine eigene Nahversorgung verfügen. Dem Verflechtungsbereich sind **ca. 7.120 Einwohner** zugeordnet.

Für beide Nahversorgungszentren ist eine Stabilisierung und moderate Weiterentwicklung zu empfehlen. In diesem Zusammenhang ist auf die Bedeutung von frequenzstarken Magnetbetrieben hinzuweisen, die die Grundfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen sicherstellen. In der Nahversorgung übernehmen insbesondere die Lebensmittel-SB-Märkte die Funktion von Frequenzbringern, so dass eine Einbindung dieser Betriebe in die Nahversorgungszentren unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten sinnvoll erscheint. Demgemäß kommt dem Erhalt und der marktgerechten Weiterentwicklung der ansässigen Lebensmittel-SB-Märkten in den Nahversorgungszentren eine hohe Bedeutung zu. Im Hinblick auf den kleinstrukturierten Einzelhandel wird durch den ansässigen Einzelhandel eine bedarfsgerechte Nahversorgung sichergestellt. In beiden Nahversorgungszentren sind weitere Angebotsergänzungen in den Sortimenten Drogeriewaren, Spielwaren und Geschenkartikel denkbar.

Im Hinblick auf **Entwicklungsflächen** zur Weiterentwicklung der städtebaulich integrierten Versorgungsstrukturen weist das Nahversorgungszentrum Oberbruch im südlichen Abschnitt mit dem Großparkplatz des Industrieparks Oberbruch eine mögliche Entwicklungsfläche für großflächige Nahversorgungsbetriebe auf. Der Standort ist grundsätzlich geeignet, Ergänzungsfunktionen für den bestehenden zentralen Versorgungsbereich zu übernehmen. Dies gilt trotz der südlichen Randlage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.

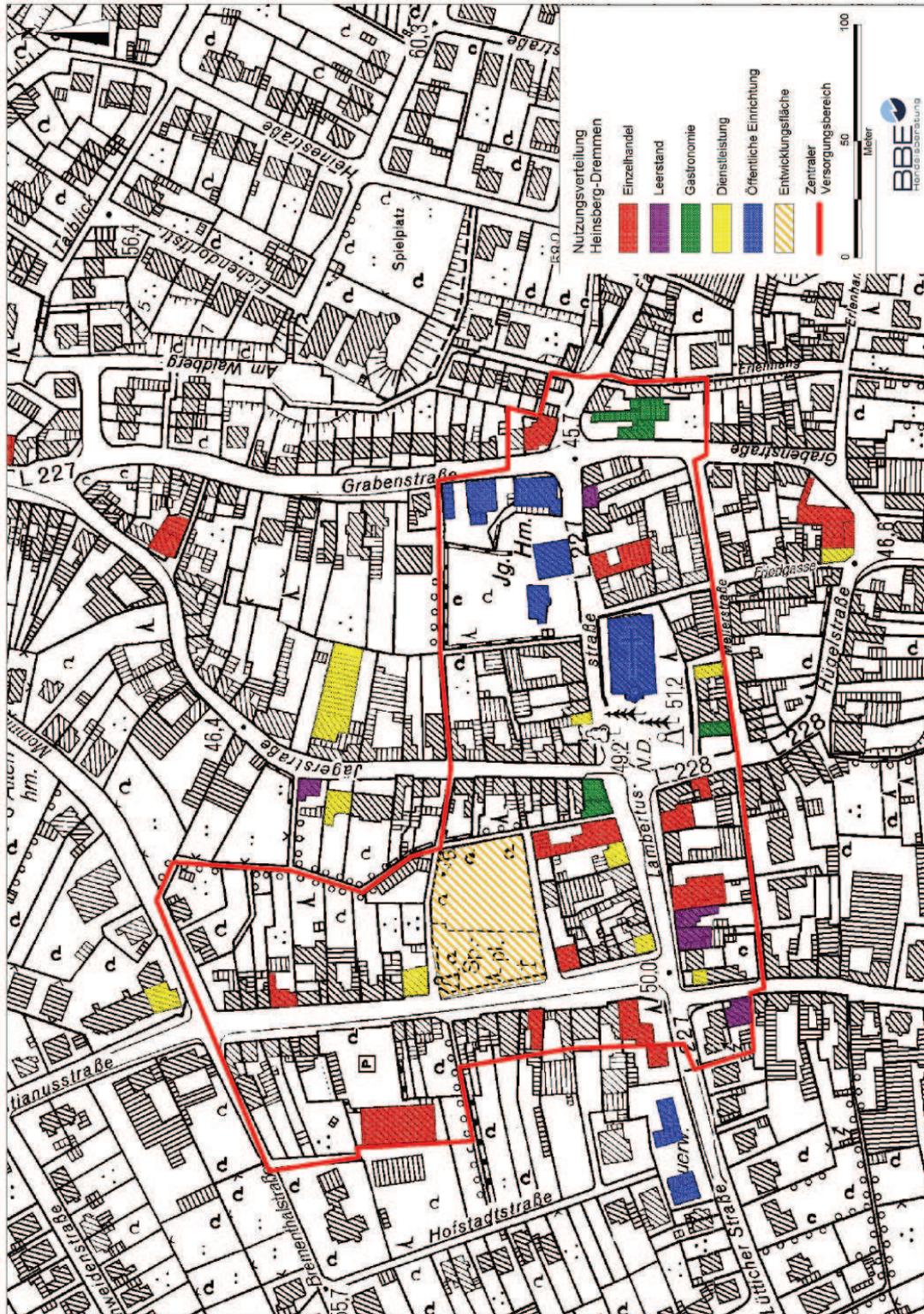
Für das Nahversorgungszentrum Dremmen besteht mit dem Festplatz an der Sebastianusstraße eine Freifläche, die hinsichtlich Grundstücksgröße und –zuschnitt sowie im Hinblick auf die Zuordnung zu den bestehenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben eine sinnvolle Weiterentwicklung sicherstellen könnte. Im Falle einer baulichen Nutzungen müsste eine Ersatzfläche für die jährliche Kirmesveranstaltung im Stadtteil Dremmen gefunden werden.

Abbildung 37: Zentraler Versorgungsbereich Oberbruch



Quelle: Eigene Erhebungen

Abbildung 38: Zentraler Versorgungsbereich Dremmen



Quelle: Eigene Erhebungen

8.7 Ergänzende Empfehlungen zur Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung

Das vorgeschlagene Standortkonzept für die Nahversorgung basiert auf einem funktional und räumlich differenzierten Versorgungsmodell.

Wichtigste Träger der Grundversorgung sind die nahversorgungsrelevanten Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen, im Hauptzentrum Innenstadt und in den Nahversorgungszentren Oberbruch und Dremmen. Hier sollten alle Möglichkeiten einer nachhaltigen Flächenvorsorge genutzt werden, um dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ausreichende Entwicklungsmöglichkeiten einzuräumen.

Der Stadtteil Karken weist mit einem Norma Discountmarkt, dem Baues Frischemarkt, einem Getränkemarkt sowie verschiedenen Bäckereien, Metzgereien, Kiosken / Tankstellenshops eine bedarfsgerechte Lebensmittelversorgung, ohne dass jedoch eine räumliche Konzentration auf einen zentralen Geschäftsbereich gegeben ist.

Ergänzende Funktionen übernehmen Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien / Metzgereien) sowie Kioske in den Stadtteilen Kempen, Kirchhoven, Lieck, Porselen, Randerath, Straeten und Unterbruch, die jedoch nur eine ausschnittweise Nahversorgung sicherstellen können.

Aufgrund der geringen Einwohnerzahl in den Stadtteilen erscheint jedoch ein Ausbau der wohnungsnahen Versorgung, insbesondere mit Lebensmitteln, nur sehr eingeschränkt tragfähig.

Damit kommt insbesondere der Kernstadt eine wichtige Funktion im Rahmen der Grundversorgung zu, da die peripheren Stadtteile keine ausreichende Bevölkerungsdichte zur Auslastung größerer Nahversorgungseinrichtungen aufweisen.

Für die im Gewerbegebiet Heinsberg ansässigen Lebensmittel-SB-Märkte ist Bestandsschutz einzuräumen, die Ansiedlung zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Betriebe sollte jedoch mittels geeigneter Bebauungspläne langfristig ausgeschlossen werden, um die angestrebte Stabilisierung der wohnungsnahen Grundversorgung und Konzentration auf die zentralen Versorgungsbereiche nicht zu gefährden.

8.8 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Die Einzelhandelsanalyse zeigt Angebotsdefizite der Stadt Heinsberg im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Nutzungen. Angebotsergänzungen sind insbesondere in den Bereichen Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf wünschenswert.

Für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird die Konzentration auf die vorhandenen Einzelhandelsagglomerationen des Gewerbegebietes Heinsberg und die Karl-Arnold-Straße empfohlen, um Verbundeffekte zu nutzen, einen sparsamen Flächenverbrauch sicherzustellen und Gewerbeflächen in anderen Standortbereichen für das Produzierende Gewerbe vorzuhalten. Hierbei steht die Achse Industriestraße und Karl-Arnold-Straße im Vordergrund, für die im Rahmen einer Regionalplanänderung eine Ausweisung als Allgemeiner Siedlungsbereich angestrebt werden sollte, da nur dann die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten den landesplanerischen Zielen entspricht.

Im Rahmen einer Einzelfallprüfung sind für die Zulässigkeit eines Vorhabens in jedem Fall negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen.

Weitere Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten dagegen im Gewerbegebiet nicht zugelassen werden und der Bestand somit festgeschrieben werden. Die für den Fortbestand der Betriebe notwendigen Nutzungsänderungen und Erneuerungen sind allerdings einzuräumen.

Ausnahmsweise sollten auch Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben („Annex-Handel“) zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet, in betrieblichem Zusammenhang errichtet, dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Unter genehmigungsrechtlichen Gesichtspunkten ist zu beachten, dass das Gewerbegebiet Heinsberg und die Flächen nördlich der Karl-Arnold-Straße im Regionalplan als „Gewerbe- und Industriebereich“ (GIB) dargestellt sind. Im Falle der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die die Ausweisung eines Sondergebiets gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO erforderlich machen, wird somit neben einer Änderung des Flächennutzungsplans und der Aufstellung eines Bebauungsplans auch eine Modifizierung des Regionalplans notwendig, da Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel ausschließlich im „Allgemeinen Siedlungsbereich“ (ASB) ausgewiesen werden können.

Am Standort Karl-Arnold-Straße, ehem. Eggerath-Gelände ist die Ansiedlung eines Möbelmarktes mit ca. 6.500 m² Verkaufsfläche geplant. Das Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept umfasst die Sortimente Möbel (ca. 4.400 m² Verkaufsfläche), Teppiche / Teppichboden (ca. 780 m² Verkaufs-

fläche, Tapeten / Farben / Lacke (ca. 280 m²), Elektroinstallation / Lampen und Leuchten (ca. 190 m²), Haus- und Heimtextilien (ca. 280 m²), Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel (ca. 170 m²), Haushaltswaren (ca. 120 m²), Elektrokleingeräte (ca. 80 m²) und Aktionsfläche (ca. 200 m²).

Aufbauend auf den Empfehlungen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Heinsberg ist das Planvorhaben wie folgt zu bewerten:

- Es handelt sich um einen großflächigen Betrieb mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten. Das Planvorhaben entspricht nach Art und Größe den mittelzentralen Versorgungsfunktionen der Stadt Heinsberg. Die übergemeindliche Ausstrahlungskraft des Planvorhabens ist aufgrund der Größe als eingeschränkt zu bewerten, so dass keine negativen Auswirkungen auf benachbarte zentrale Orte zu erwarten sind.
- Gemäß § 24 a LEPro kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahе Versorgung in der Gemeinde und in Nachbarkommunen nicht beeinträchtigt werden, wenn der Planumsatz für nicht-zentrenrelevante Kernsortimente die entsprechende Kaufkraft der örtlichen Bevölkerung nicht übersteigt. Unter Berücksichtigung marktüblicher Flächenleistungswerte ist für das Planvorhaben ein Möbelumsatz von ca. 3,5 – 4,0 Mio. € zu erwarten. Die Möbelkaufkraft in der Stadt Heinsberg liegt bei ca. 10,5 Mio. € und damit um das Dreifache höher als der zu erwartende Planumsatz.
- Der Planstandort befindet sich in der im Zusammenhang bebauten Ortslage von Heinsberg bzw. Oberbruch. Das Planvorhaben kann damit gesamtstädtische Versorgungsfunktionen übernehmen.
- Das Planareal liegt außerhalb der vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereiche und ist damit als städtebaulich nicht integriert zu bewerten. Vor dem Hintergrund der nicht-zentrenrelevanten Kernsortimente ist der Standort als angemessen zu bewerten, da er dem vorgeschlagenen Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet ist.
- Gemäß § 24 a LEPro sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen zulässig, wenn der Standort in einem im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) liegt und der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente max. 10 % der Verkaufsfläche beträgt.
- Der Regionalplan weist für den Standort ein GIB aus, so dass ein Zielabweichungsverfahren angestrebt wird.

- Als zentrenrelevant sind gemäß der vorgeschlagenen Heinsberger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8.9.1) die projektrelevanten Sortimente Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Haus- und Heimtextilien sowie Elektrokleingeräte mit zusammen 650 m² Verkaufsfläche zu bewerten. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente im projektierten Sortimentskonzept hält damit die von § 24 a LEPro geforderte Obergrenze ein. Die Bewertung der konkreten städtebaulichen Auswirkungen durch die Ansiedlung des projektierten Möbelmarktes bleibt einer projektbezogenen Auswirkungsanalyse vorbehalten. Die relativ geringen sortimentsbezogenen Verkaufsflächen lassen nach gutachterlicher Einschätzung jedoch keine erheblichen negativen städtebaulichen Auswirkungen erwarten.

Im Fazit ist die geplante Ansiedlung eines Möbelmarktes am Standort Karl-Arnold-Straße mit den Empfehlungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes vereinbar.

An der Karl-Arnold-Straße befindet sich gegenüber dem Eggerath-Gelände eine Einzelhandelsagglomeration mit einem (großflächigen) Lidl Lebensmitteldiscountmarkt, einem Dursty-Getränkemarkt und der Firma Boendgen Baumarkt. Die Weiterentwicklung dieses Standortes sollte durch einen entsprechenden Bebauungsplan auf großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten beschränkt werden. Für die bestehenden Betriebe besteht Bestandsschutz, der auch einen angemessenen Entwicklungsspielraum umfasst. Dabei ist auf eine versorgungsstrukturell und städtebaulich verträgliche Dimensionierung abzustellen.

8.9 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Die Umsetzung des vorgeschlagenen Zentrenkonzeptes erfordert einen maßvollen Einsatz planungsrechtlicher Steuerungsinstrumenten. Denn nur so wird es gelingen, die aus unternehmerischer Sicht am Standort Heinsberg zusätzlich wettbewerbsfähigen Einzelhandelsnutzungen auf diejenige Standorte zu lenken, die sich städtebaulich bestmöglich in das Siedlungsgefüge einordnen.

Vor diesem Hintergrund werden im Folgenden grundlegende Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen.

8.9.1 Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei **zentrenrelevanten Sortimenten** sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese ausschließlich in die zentralen Versorgungsbereiche einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll der Belegung und Stärkung der Hauptgeschäftslagen dienen.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen bzw. Verdrängungseffekte in der Innenstadt führen kann.

Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits im zentralen Versorgungsbereich vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang im Haupt- und Nebenzentrum angeboten werden, jedoch als ein wichtiges Angebot einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit, so dass sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind.

Dagegen sind alle Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind **und** für das zentrale Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Bei den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** handelt es sich vor allem um Angebote des kurzfristigen Grundbedarfs. Die Nahversorgungsrelevanz ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Eine Beschränkung solcher Angebote ausschließlich auf die größeren Zentren würde die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des Grundbedarfs einschränken. Insofern können bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen nahversorgungsrelevante Sortimente auch an Standorten zugelassen werden, die zwar außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen, aber einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen.

Die Kommunen haben die Aufgabe, unter Berücksichtigung der örtlichen Angebots- und Standortstrukturen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente festzulegen. Dabei sind die in der Anlage des § 24 a LEPro benannten „zentrenrelevanten Leitsortimente“ zu beachten.

Grundsätzlich sind folgende **Leitsortimente** als **zentrenrelevant** zu definieren:

- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren,
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe,
- Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte),
- Foto, Optik,
- Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel),
- Uhren, Schmuck,
- Spielwaren, Sportartikel.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentrenrelevanz unter Berücksichtigung der skizzierten Kriterien demnach unstrittig. Weitergehende Festlegungen sind unter Würdigung der ortspezifischen Gegebenheiten zu treffen.

Für die Sortimentsgruppe Einrichtungszubehör eröffnet der neue Einzelhandelserlass den Kommunen explizit die Möglichkeit, durch Prüfung der ortspezifischen Gegebenheiten in einer Einzelfallbetrachtung einzelne Teilsortimente ggf. als nicht-zentrenrelevant zu bewerten. Im Einzelnen betrifft dies die Warengruppen:

- Teppiche (Rollware und Einzelware),
- Lampen / Leuchten / Leuchtmittel,
- Matratzen / Bettwaren,
- Bilder / Bilderrahmen / Spiegel,
- Tapeten,
- Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse.

Der § 24 a LEPro verzichtet auf die Vorgabe nahversorgungsrelevanter Sortimente, die in jedem Fall von den Kommunen zu bestimmen sind. Als nahversorgungsrelevant gelten üblicherweise die Sortimente

- Lebensmittel, Getränke,
- Drogerie, Kosmetik.

Von den Vorschlägen der Landesplanung ausgehend, wird auch für die Stadt Heinsberg eine differenzierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Warengruppen in einer Positivliste darstellt:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

Die Kriterien für die Nahversorgungsrelevanz von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie-, Kosmetik- und Parfümwaren sowie Apothekenwaren werden in Heinsberg erfüllt. Sie decken den Grundbedarf jedes Haushaltes ab und werden häufig eingekauft.

Zentrenrelevante Leitsortimente

Die in der Anlage des § 24 a LEPro dargestellten Leitsortimente sind bei der Festlegung der ortspezifischen Sortimentsliste zu beachten. Sie gelten uneingeschränkt als zentrenrelevant, so dass hier von Seiten der Kommunen keine Abweichungen möglich sind.

Optional zentrenrelevante Sortimente

Gemäß den Ausführungen des Einzelhandelserlasses gelten die Untergruppen des Sortiments „Einrichtungszubehör (ohne Möbel)“ als optional zentrenrelevant, abhängig von den ortsspezifischen Gegebenheiten. Die Sortimente Schnittblumen und Fahrräder/ -zubehör werden ebenfalls nicht als Leitsortiment i. S. d. § 24 a LEPro betrachtet und sind somit anhand der ortsspezifischen Gegebenheiten hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz zu prüfen.

In der Stadt Heinsberg erfüllen die Sortimente Einrichtungszubehör, Schnittblumen und Fahrräder nicht das Kriterium der Zentrenrelevanz, da sie in den zentralen Versorgungsbereichen nur in untergeordnetem Maße angeboten werden. Einzig die Warengruppe Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse sind aufgrund des innerstädtischen Angebotes als zentrenrelevant zu bewerten

Zusammengefasst wird für die Stadt Heinsberg folgende Sortimentsliste empfohlen:

Abbildung 39: Heinsberger Sortimentsliste der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortiment		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
aus 47.53	Vorhänge und Gardinen	aus 47.53	Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte wie Herd, Waschmaschine)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslernerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohhwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für dem Garten, Gartenmöbel, Grillgeräte)
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	Ton- und Bildträger		

Fortsetzung

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Campingartikel und Campingmöbel
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
		47.76.1	Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
47.79	Einzelhandel mit Antiquitäten und Gebrauchtwaren		
	Zentrenrelevante Sortimente gem. Anlage zum § 24 a LEPro NRW		

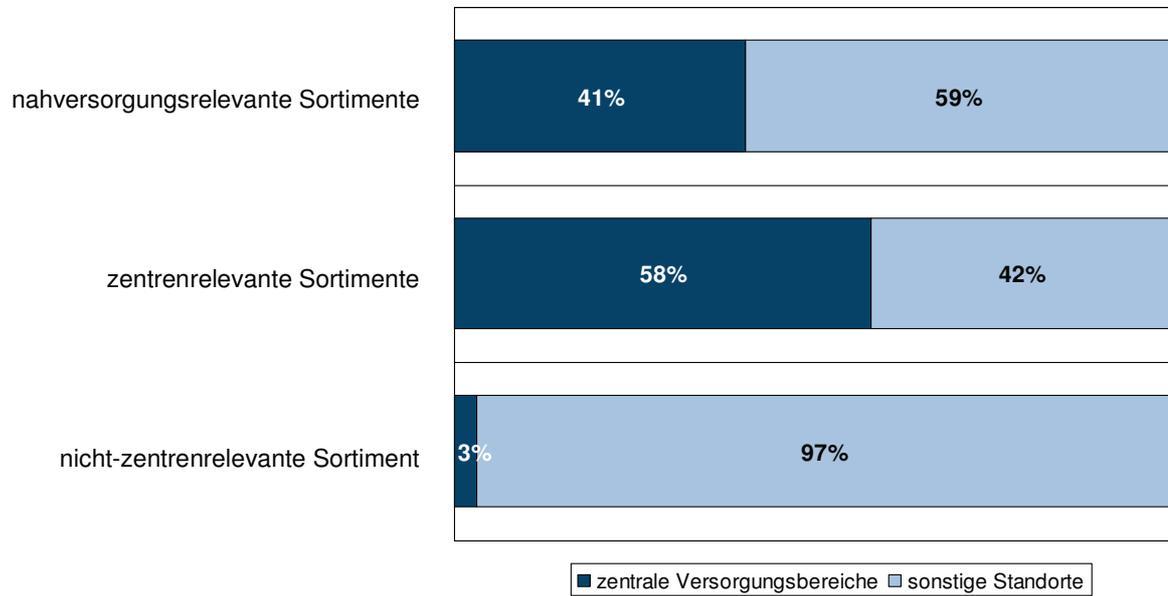
Quelle: eigene Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige WZ 2008 (Sortimentsliste nicht abschließend)

Entsprechend der Heinsberger Sortimentsliste entfallen rund zwei Fünftel der Heinsberger Verkaufsfläche für nahversorgungsrelevante Sortimente auf die zentralen Versorgungsbereiche. Strukturprägende Betriebe wie Edeka, Aldi und Lidl sind der Innenstadt zugeordnet, in den Nahversorgungszentren sind drei größere Lebensmittel-SB-Märkte angesiedelt. Gleichzeitig wird jedoch deutlich, dass die dezentralen Sonderstandorte Gewerbegebiet Heinsberg und Karl-Arnold-Straße mit dem Real SB-Warenhaus, dem Rewe-Markt und diversen Lebensmitteldiscountmärkten eine hohe Versorgungsbedeutung aufweisen. Dagegen ist die wohnungsnah Versorgung in den Stadtteilen überwiegend durch vergleichsweise kleine Betriebseinheiten geprägt.

Im zentrenrelevanten Bereich sind die strukturprägenden Betriebe mit ca. 58 % der Verkaufsfläche und des Umsatzes den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet. Der Innenstadt ist damit eine hohe Versorgungsbedeutung bei den zentrenrelevanten Sortimenten beizumessen.

Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten entfallen ca. 3 % der Verkaufsfläche und ca. 5 % des Umsatzes auf die zentralen Versorgungsbereiche, so dass keine ausgeprägte Zentrenrelevanz abzulesen ist.

Abbildung 40: Verkaufsflächenanteile nach Standortbereichen



Quelle: Eigene Berechnung

8.9.2 Steuerung des Einzelhandels mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erreichen, wird der Stadt Heinsberg mit dem vorliegenden Konzept empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen.

Dazu sind der Stadt Heinsberg weitgehende Möglichkeiten gegeben:

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

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe¹⁵ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

¹⁵ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 8.9.3.

8.9.3 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten, sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus gibt § 24 a LEPro als Grundsatz vor, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

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

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

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

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d.h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
 - eine eigene Anlieferung und
 - eigene Personalräume haben sowie
 - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.
- Ist innerhalb eines Gebäudes die Betriebsfläche baulich in mehrere selbstständig nutzbare betriebliche Einheiten unterteilt, bilden diese Einheiten gleichwohl einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z.B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

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

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

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

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

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

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

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.
- Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB (innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes) kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z.B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn
 - die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder
 - die nähere Umgebung des Vorhabens ist als Gemengelage nach § 34 Abs. 1 BauGB zu beurteilen und ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb fügt sich ein. Im letzteren Fall bleiben die Fernwirkungen des § 11 Abs. 3 BauNVO außer Betracht.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ wird im Einzelhandelserlass des Landes NRW im Kapitel 4.2.4 ausgeführt, dass

„... für Sondergebiete die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden muss. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten

im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

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

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen (BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07).“

8.9.4 Festsetzungen zur Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'vertraglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der Heinsberger Sortimentsliste basieren.

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

Gemäß § 24 a LEPro ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 m² zu beschränken. Sollten zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben an einem Standort realisiert werden und beträgt deren Gesamtverkaufsfläche zusammen mehr als 50.000 m², darf der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente insgesamt maximal 5.000 m² betragen.

8.9.5 Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.¹⁶

In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

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

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

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

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

Dabei ist den bestehenden Einzelhandelsbetrieben Bestandsschutz einzuräumen.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

¹⁶ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

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

Ein genereller Einzelhandelsausschluss, wie er im Gewerbegebiet Heinsberg derzeit gilt, ist aus städtebaulichen Gesichtspunkten zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nicht notwendig. Vielmehr wird folgende Gliederung vorgeschlagen:

- Die Achse Industriestraße / Karl-Arnold-Straße fungiert als Sonderstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Standorte sollten damit auch für den großflächigen Einzelhandel bauleitplanerisch vorbereitet werden.¹⁷ Die zentrenrelevanten Randsortimente sind vorhabenbezogen auf ein verträgliches Maß zu begrenzen.
- Für den nördlich angrenzenden Bereich des Gewerbegebietes Heinsberg sollte der generelle Einzelhandelsausschluss durch einen Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel im Bebauungsplan ersetzt werden, so dass das Gewerbegebiet Ergänzungsfunktionen im nicht-großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten übernehmen kann, ohne in Konkurrenz zur Innenstadt zu treten.

8.9.6 Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beruhen können.

Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass jeweils der Gebietscharakter gewahrt bleibt, was einem generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen entgegenstehen dürfte.

¹⁷ Dies setzt eine Änderung des Regionalplanes in einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) voraus.

8.9.7 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2 a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung des neuen Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen auch von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005).¹⁸

¹⁸ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

8.10 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts durch die Bauleitplanung – Zusammenfassung der Empfehlungen

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur noch innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs des Hauptzentrums Heinsberg möglich.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind auch innerhalb der Ortsmitte von Oberbruch und Dremmen zulässig, die als Nahversorgungszentren vorgeschlagen werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Bebauungspläne mit Kerngebietsfestsetzung gemäß § 7 BauNVO oder über genaue Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an städtebaulich geeigneten Standorten grundsätzlich zuzulassen. Dabei ist der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, max. jedoch auf 2.500 m² zu beschränken. Bei einem Ausbau vorhandener Standorte dürfen zentrenrelevante Randsortimente über den Bestand hinaus nur noch in einem eng begrenzten Umfang zugelassen werden.
- Um Schädigungen der zentralen Versorgungsbereiche zu vermeiden, sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in Gewerbegebieten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen auszuschließen. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. ein Kiosk). Auch sind Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zuzulassen, wenn die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet, in betrieblichem Zusammenhang errichtet, dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

- Für den Standort Industriestraße / Karl-Arnold-Straße sind die bauleitplanerischen Rahmenseetzungen so zu verändern, dass der Bereich als Sonderstandort für den nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel fungieren kann.
- In Mischgebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sollten Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten nur dann zugelassen werden, wenn deren Ansiedlung die Entwicklung der Zentren nicht gefährdet.
- In Wohngebieten sollten nur noch Läden für die Gebietsversorgung wie Nachbarschaftsläden, Lebensmittel SB-Geschäfte, Ladenhandwerksbetriebe und Kioske zugelassen werden.
- Vorhandene Bebauungspläne sind daraufhin zu überprüfen, ob der angestrebte Schutz der zentralen Versorgungsbereiche den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Sortiment bis auf eng begrenzte Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.
- Für den unbeplanten Innenbereich sind Bebauungspläne aufzustellen, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten. Dabei ist auch zu prüfen, ob als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2 a BauGB Anwendung finden können. Danach ist es möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen zu treffen, um die zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung erlaubt.