



Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Recklinghausen

Auftraggeber: Stadt Recklinghausen

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung
Kirsten Marwede, M. Sc. Geogr.
Stephan Eckert, M. Sc. Stadt- und
Regionalentwicklung

Köln, im März 2019 / angepasst Oktober 2019

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Die GMA übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38-19
Telefax: 0221 / 98 94 38-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Recklinghausen erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes verfolgt die Stadt Recklinghausen das Ziel, die verbrauchernahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu strukturieren, zu stabilisieren und gleichzeitig die Attraktivität der bestehenden Zentren zu erhöhen.

Aufbauend auf einer Bestandsanalyse ist daher ein Konzept zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen zu erarbeiten, welches neben einer Darstellung der Angebots- und Nachfragesituation die Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel, Empfehlungen für städtebauliche Maßnahmen, Vorschläge für eine eventuelle Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und zur Entwicklung einer Sortimentsliste sowie Vorgaben für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung aufzeigt.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Recklinghausen und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Stadtrat dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im März 2019 / angepasst Oktober 2019
WA/MEK-aw

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
d. h.	das heißt
ehem.	ehemals
f. / ff.	folgende Seite / folgende Seiten
ggf.	gegebenenfalls
i. d. R.	in der Regel
inkl.	inklusive
i. S. v.	im Sinne von
LEP	Landesentwicklungsplan
mind.	mindestens
NRW	Nordrhein-Westfalen
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
p. a.	per anno
S.	Seite
SB-Warenhaus	Selbstbedienungs-Warenhaus
sog.	so genannte
u. a.	unter anderem
u. ä.	und ähnliches
v. a.	vor allem
VG	Verwaltungsgericht
vgl.	vergleiche
VK	Verkaufsfläche
z. B.	zum Beispiel
zool. Bedarf	zoologischer Bedarf
z. T.	zum Teil
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	9
1. Aufgabenstellung	9
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	10
3. Methodische Vorgehensweise	11
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	14
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	14
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	15
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	16
4.1.3 Internethandel	16
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	18
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	20
4.3 Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt	20
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	21
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	23
5.1 Bauplanungsrecht	23
5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	23
5.1.2 Unbepannter Innenbereich (§ 34 BauGB)	24
5.1.3 Besonderes Städtebaurecht	24
5.2 Landes- und Regionalplanung	25
6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Recklinghausen	27
II. Angebots- und Nachfragesituation	31
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Recklinghausen	31
2. Einzelhandelsbestand in den Recklinghäuser Stadtteilen	33
3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Recklinghausen	38
4. Kaufkraft und Kaufkraftströme	41
4.1 Kaufkraftpotenzial für den Recklinghäuser Einzelhandel	41
4.2 Kaufkraftströme	42
5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	45

5.1	Ausstattungskennziffern	45
5.2	Zentralitätskennziffer	46
6.	Zusammenfassende Auswertung der Passanten-/ Haushalts- und Einzelhändlerbefragung	48
6.1	Wesentliche Ergebnisse der Passanten- und Haushaltsbefragung	48
6.1.1	Einkaufsorientierung	48
6.1.2	Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	50
6.1.3	Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Altstadt	51
6.2	Wesentliche Ergebnisse der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung	53
III.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Recklinghausen	54
1.	Bevölkerungsprognose	54
2.	Kaufkraftprognose für den Recklinghäuser Einzelhandel bis zum Jahr 2025	54
3.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	55
IV.	Einzelhandelskonzept Recklinghausen	61
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	61
2.	Sortimentskonzept	62
2.1	Begriffsdefinition	63
2.2	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	64
2.3	Recklinghäuser Sortimentsliste	66
3.	Standortkonzept	69
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	69
3.2	Zentren- und Standortstruktur Recklinghausen	74
3.3	Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Recklinghausen	81
3.3.1	Hauptzentrum Altstadt Recklinghausen	81
3.3.2	Nebenzentrum Recklinghausen-Süd	86
3.3.3	Nahversorgungszentrum Südliche Bochumer Straße	90
3.3.4	Nahversorgungszentrum Hochlarmark, Westfalenstraße	94
3.3.1	Nahversorgungszentrum Suderwich	98
3.3.2	Nahversorgungszentrum Amelandstraße	103
3.3.3	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Hillerheide-Heidestraße	107
3.4	Sonderstandorte für den großflächigen Einzelhandel	111

3.5	Sonstige Lagen	116
4.	Nahversorgungskonzept	116
4.1	Entwicklung der Nahversorgung	116
4.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Recklinghausen	117
5.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	144
5.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	144
5.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt	144
5.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Recklinghausen-Süd	144
5.1.3	Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren	145
5.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	145
5.2.1	Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels	145
5.2.2	Städtebaulich nicht integrierte Lagen	146
5.2.3	Städtebaulich integrierte Lagen	147
6.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	148
	Verzeichnisse	150
	Anhang	155
V.	Auswertung Passanten-/ Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Recklinghausen	156
1.	Ergebnisse der Passanten- und Haushaltsbefragung	156
1.1	Einkaufsorientierung	157
1.1.1	Kurzfristiger Bedarf	157
1.1.2	Mittelfristiger Bedarf	159
1.1.3	Langfristiger Bedarf	160
1.2	Bewertung des Angebotes in Recklinghausen-Süd und Recklinghausen-Suderwich	161
1.2.1	Einkaufshäufigkeit in Recklinghausen-Süd und Recklinghausen-Suderwich	162
1.2.2	Gründe für oder gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	162
1.2.3	Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	164
1.3	Bewertung des Angebotes in Recklinghausen-Altstadt	165
1.3.1	Einkaufshäufigkeit in der Altstadt von Recklinghausen	165
1.3.2	Gründe für oder gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen	166

1.3.3	Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen	168
1.3.4	Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort	169
1.3.5	Einkaufskopplung und „frei parken ab 16 Uhr“	171
1.4	Verbesserungsvorschläge für die Altstadt	172
2.	Ergebnisse der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung	173
VI.	Kriterien der Zentrenrelevanz und Zuordnung in der Stadt Recklinghausen	181
VII.	Prüfschema zur Bewertung von großflächigen Lebensmittelmärkte	186
1.	Stufe 1: Standortbewertung	186
2.	Stufe 2: Bewertung des Vorhabens	188

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund der Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation sowie veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen wird mit dem vorliegenden Gutachten das Einzelhandelskonzept der Stadt Recklinghausen aus dem Jahr 2012 fortgeschrieben. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Recklinghausen) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

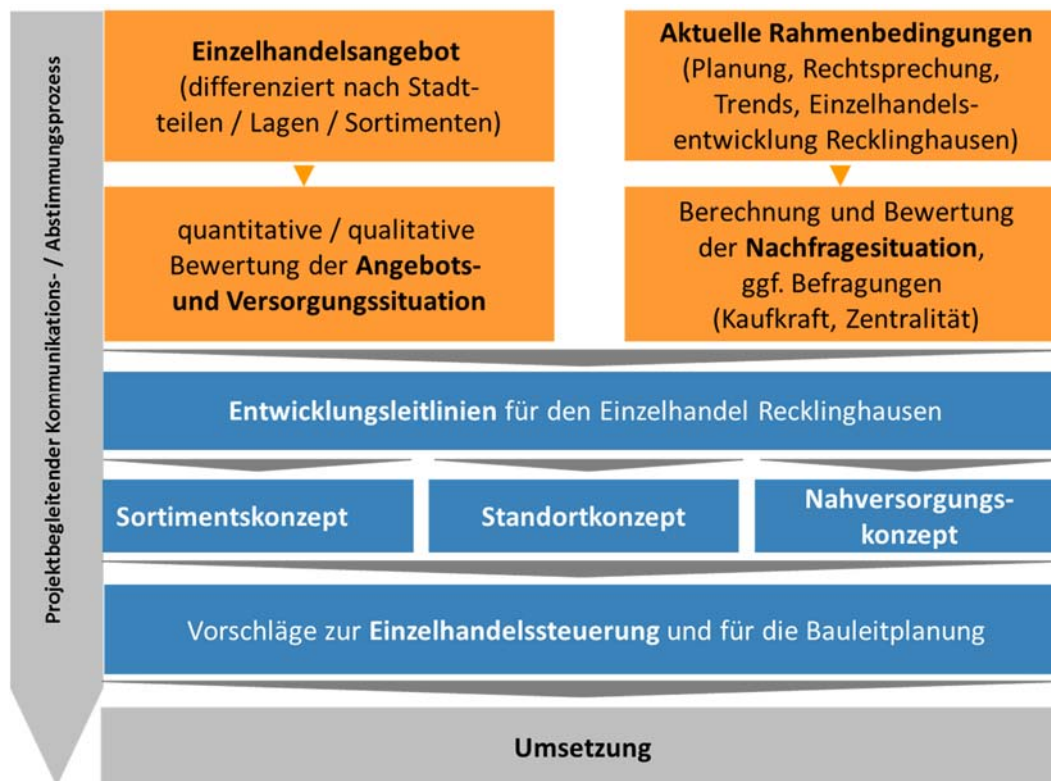
Für die Erarbeitung standen der GMA Daten der Stadt Recklinghausen, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik NRW sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgten im April / Mai 2017 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet sowie im Mai 2017 eine Passantenbefragung, im Mai / Juni 2017 eine online durchgeführte Haushaltsbefragung und im Juni 2017 eine Einzelhändlerbefragung.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Recklinghausen; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2012
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Auswertung der Passanten-, Haushalts- und Einzelhändlerbefragung
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Recklinghausen
- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Recklinghausen (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen

Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2018

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und städtebaulich nachhaltige Einzelhandelsentwicklung unter Beachtung der bundes- und landesplanerischen Vorgaben. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und nicht integrierten Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen¹. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes definiert werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, des statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen sowie Datenmaterial des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Recklinghausen aus dem Jahr 2012² zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

¹ vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

² Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept der Stadt Recklinghausen, Band 1 Zentren- und Standortkonzept, Band 2 Nahversorgungskonzept, 2011 / 2012, Stadt + Handel.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branchen	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Hausrat, Möbel, Einrichtung	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik, Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2018

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der genutzten Verkaufsflächen³ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Recklinghäuser Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁴ wurde im April / Mai 2017 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 aufgeführten Sortimentsgruppen. Für die Darstellung und

³ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005). Die Verkaufsfläche der leerstehenden Ladeneinheiten wurde nicht erfasst; die Angaben zu den Verkaufsflächen enthalten nur die tatsächlich genutzten Verkaufsflächen.

⁴ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen und Brennstoffen.

Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

- /// zentrale Lagen: Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Recklinghausen
- /// städtebaulich integrierte Lagen: Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht
- /// städtebaulich nicht integrierte Lagen: Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Recklinghausen sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Recklinghäuser Altstadt und den weiteren zentralen Versorgungsbereichen. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten⁵ in einer fortschreibungsfähigen Datei erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Recklinghäuser Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Zur Darstellung der Kaufkraftströme, zur Einschätzung der Einkaufs- und Verbrauchsgewohnheiten sowie zur Bewertung des Einzelhandelsstandortes wurde im Mai 2017 eine **Passantenbefragung** in den Zentren Altstadt, Süd und Suderwich sowie im Mai / Juni 2017 eine ergänzende **online-basierte Haushaltsbefragung** durchgeführt. Die Befragung dient zur Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und verbessert den Informationsgehalt des Konzeptes.

Darüber hinaus erfolgte im Juni 2017 eine **persönliche Befragung der örtlichen Einzelhändler und wesentlicher Schlüsselpersonen**.

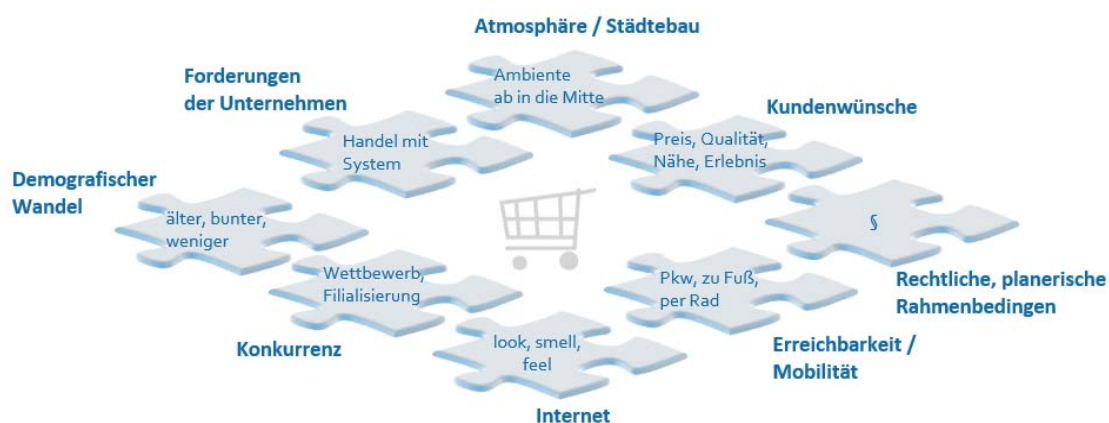
⁵ ohne Angaben zu der Größe der leerstehenden Flächen.

Um das Konzept möglichst transparent zu halten und einen breiten Konsens über zentrale Strategien und Maßnahmen der Einzelhandels- und Standortentwicklung herbeizuführen, wurde die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes von der bestehenden **Arbeitsgruppe Einzelhandel** (insgesamt 4 Sitzungstermine) begleitet.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Recklinghausen können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

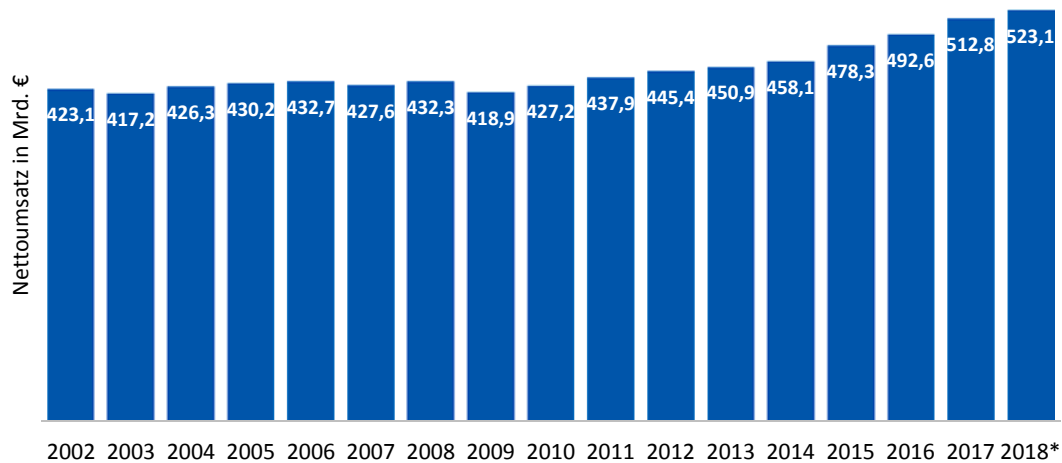


GMA-Darstellung 2018

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden.

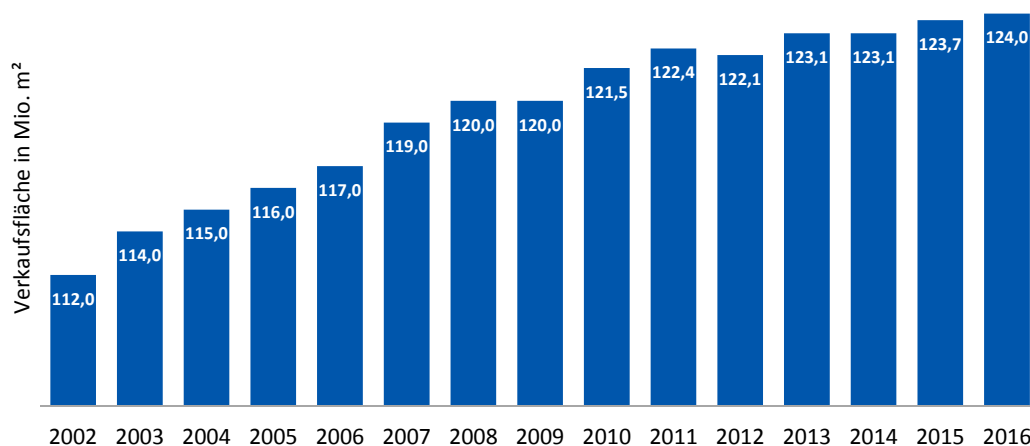
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)



Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2018, * Prognose, GMA-Darstellung 2018

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen, der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016



Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2017, GMA-Darstellung 2018

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit mehreren Jahren vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein dynamischer **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge sank

der Marktanteil des nicht filialisierten Fachhandels zwischen 2000 und 2015 von rd. 27 % auf rd. 18 %.⁶ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Onlinehandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁷. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 79 % zwischen den Jahren 2010 und 2017.⁸ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.⁹

4.1.3 Internethandel

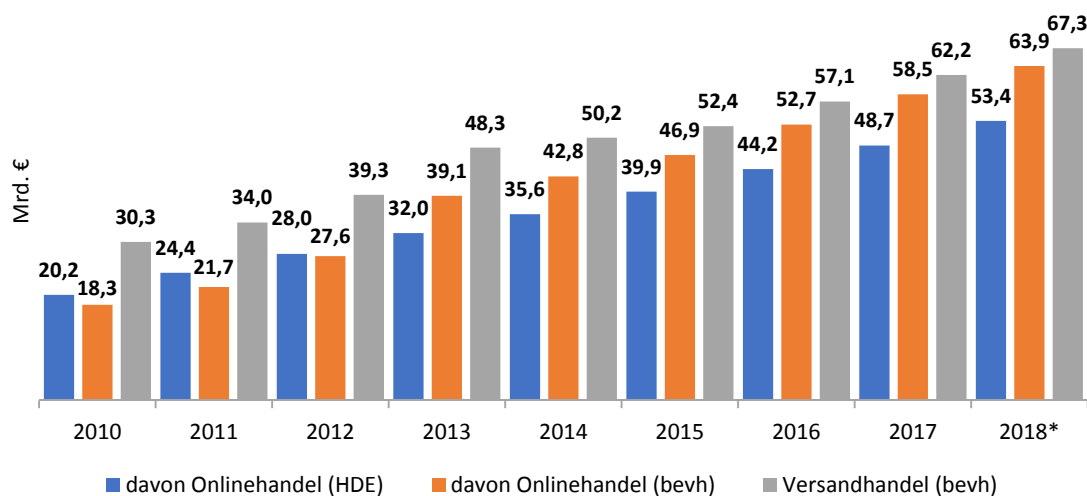
Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2007 und 2016 nur ein leichtes Plus (rd. 11 %) verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Onlinehandel) seinen Umsatz; der Onlinehandel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

⁶ www.statista.de

⁷ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

⁸ Quelle: EHI Köln, Shopping-Center Report 2018

⁹ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

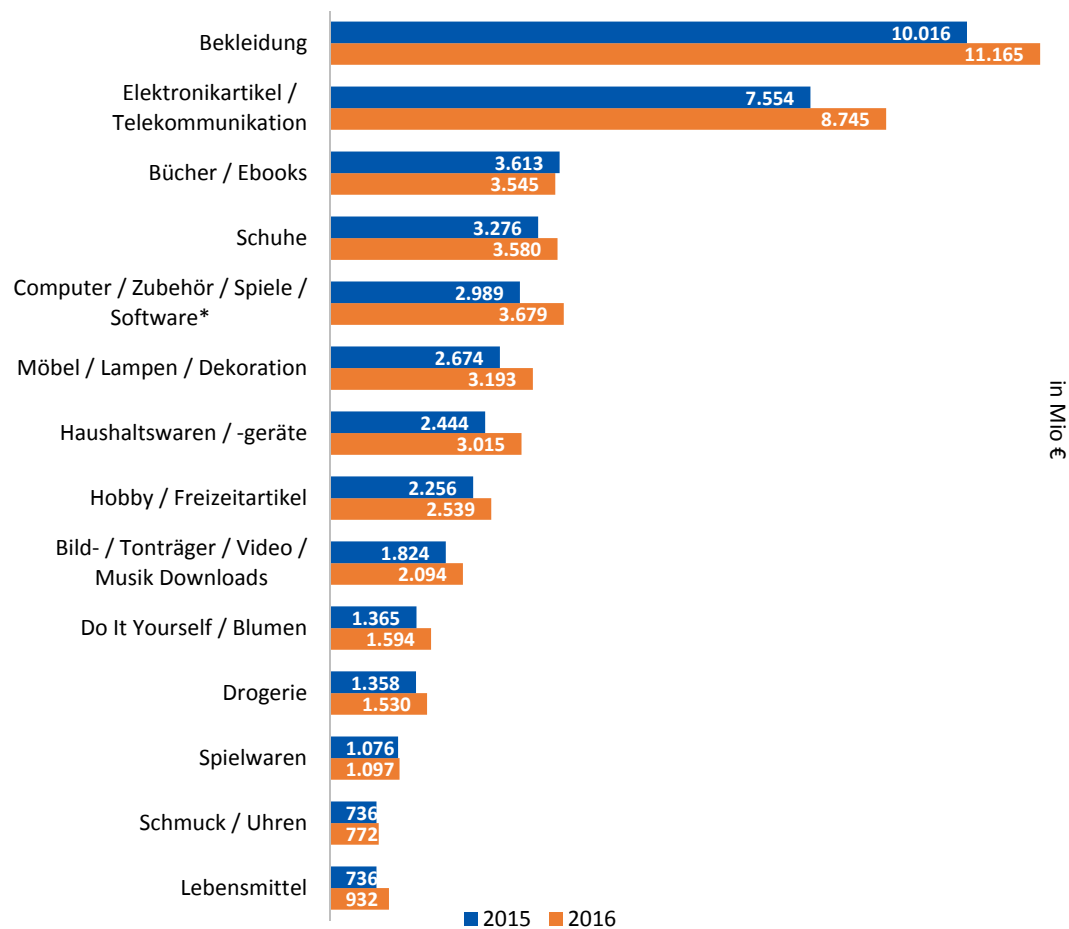
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland

Quelle: bevh, GMA-Darstellung 2018

Für das Jahr 2018 geht der bevh von einem Gesamtumsatz für den Versandhandel von ca. 67,3 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man den Wert des Online-Handels lt. bevh im Jahr 2017 von ca. 62,2 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2017¹⁰, so liegt der Anteil des Online-Handels bei rd. 12 %. Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von fast 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei rd. 3 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf.

Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch bisher reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

¹⁰ Der Umsatz beträgt 2017 laut HDE rd. 512,8 Mio. €.

Abbildung 6: Umsatz im Onlinehandel in einzelnen Branchen

Quelle: bevh, GMA-Darstellung 2018

4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %¹¹. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.650 (2017) Geschäfte¹².

¹¹ Quelle: EHI Köln, handelsdaten 2016.

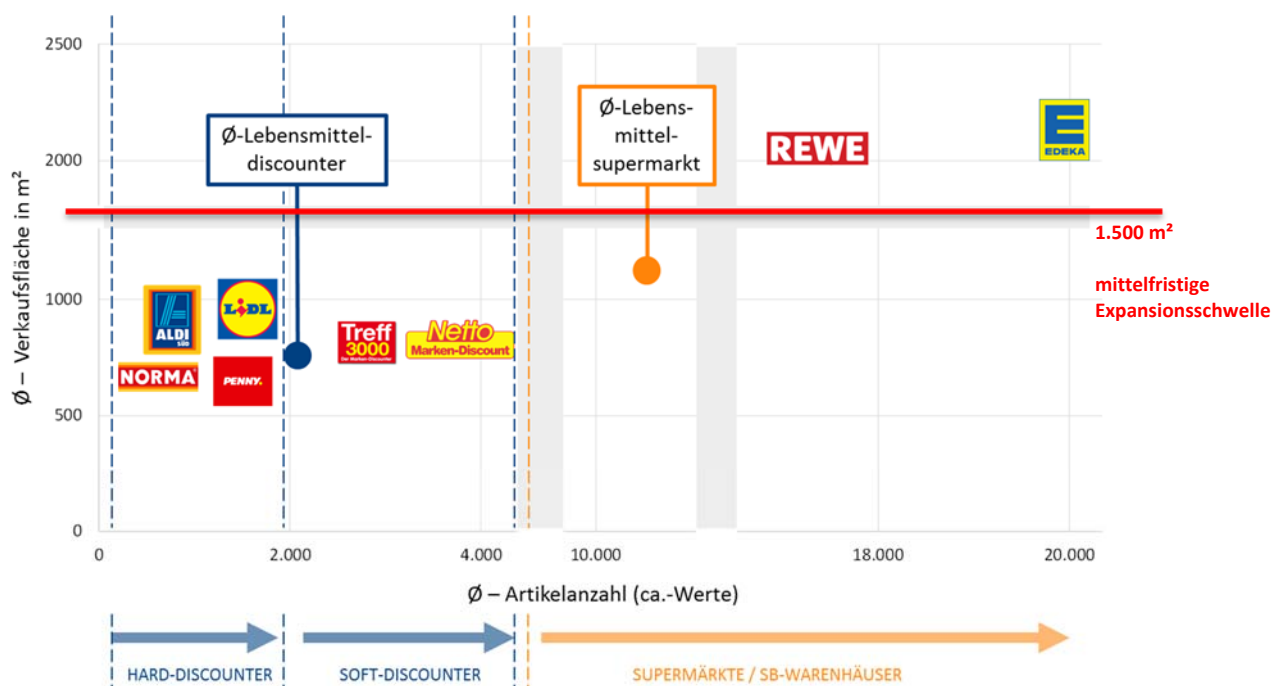
¹² Quelle: EHI Köln, handelsdaten 2017.

Tabelle 2: Standortpräferenzen für bestimmte Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

Daten	Discounter	Supermarkt) (Vollsortimenter)	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus (Vollsortimenter)
Verkaufsfläche	800 – 1.200 / 1.400 m ²	1.200 m ² – 1.800 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 1.200 – 4.000	ca. 10.000 – 15.000	ca. 25.000 – 50.000
Anzahl Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstücksfläche	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforschung 2018; ca.-Werte, gerundet

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Discounter und Supermärkte präferieren darüber hinaus auch verbrauchernehe Standorte. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v. a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Abbildung 7: Durchschnittliche Verkaufsfläche und Artikelanzahl von Discountern und Supermärkten (Bundesdurchschnitt, laufende Marktbetrachtung)


GMA-Darstellung 2018

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Onlinehandel begünstigt.

Abbildung 8: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2018

4.3 Entwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demographischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegentrend lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten (bspw. Quartiersentwicklungen) beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.

- Die große Bedeutung des Onlinehandels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.¹³
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) und **Leerstandsbildung** auf.
- Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹⁴.

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Onlinehandels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanäle** bestimmt. Darüber hinaus wird der Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demographischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

■ Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. Ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale

¹³ So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete u. a. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

¹⁴ Vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

Schaufenster einrichten können, wurden Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.

Erlebniswelten

Aufgrund des steigenden Konkurrenzdrucks im Einzelhandel besteht für die stationären Einzelhändler immer mehr die Notwendigkeit zusätzliche Anreize für Kunden zu bieten. Von Bedeutung ist hierbei die Schaffung von sog. Erlebniswelten mit einer aufwendigen Ladengestaltung und der gezielten und kreativen Inszenierung von Produkten. Ziel ist hierbei die Emotionalisierung des Einkaufs, indem eine professionelle und individuelle Gestaltung der Verkaufsräume den Kunden anzieht.

Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Aspekt darstellen. Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelschadels vom Markt genommen, auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Onlinehandels.

Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

Lebensmittelhandel im Wandel

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden.

Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Nonfood-Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Die Sätze 3 und 4 des § 11 Abs. 3 beinhalten eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- /// liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Bei der Prüfung der Stufe 1 kann im Ergebnis auch eine sog. atypische Fallgestaltung nachgewiesen werden, d. h. es kann sich um einen Betrieb handeln, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche aufweist. Sollte dies der Fall sein und in der zweiten Prüfstufe keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, können solche großflächigen Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig sein (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet).

5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

5.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

5.2 Landes- und Regionalplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

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

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

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

Zentrenrelevant sind

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

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

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

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

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

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Recklinghausen

Die im nördlichen Ruhrgebiet gelegene Ruhrfestspielstadt Recklinghausen ist in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen, übernimmt jedoch oberzentrale Teilfunktionen für den Kreis Recklinghausen. Die Stadt grenzt im Nordwesten an Marl, im Nordosten an Oer-Erkenschwick und Datteln, im Osten an Castrop-Rauxel, im Süden an Herne und im Westen an Herten, die ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft werden. Die Stadt liegt außerdem nur rd. 20 km von dem Oberzentrum Bochum und nur rd. 30 km von Dortmund bzw. Essen, der größten Ruhrmetropole, entfernt. Demnach ist Recklinghausen im dichtbesiedelten Ruhrgebiet durch die Nähe zu diversen Ober- und Mittelzentren einer starken Wettbewerbswirkung ausgesetzt. Recklinghausen ist außerdem Sitz des gleichnamigen, bevölkerungsreichsten Landkreises Deutschlands.

Insgesamt umfasst die Stadt Recklinghausen **18 Stadtteile** auf einer Fläche von rd. 66,5 km². Von den rd. 120.000 Einwohnern leben rd. 13.000 im Stadtteil Süd, rd. 11.600 in Suderwich, sowie rd. 11.600 im Ostviertel und rd. 11.400 in König-Ludwig (vgl. im übrigen Übersicht 1). Die beiden kleinsten Stadtteile sind Essel und Berghausen (beide rd. 400 Einwohner)¹⁵.

Im Zeitraum von 2011 – 2016 ist die Bevölkerung der Stadt Recklinghausen leicht angestiegen (rd. + 0,6 %). Bis zum **Jahr 2025** ist für die Stadt Recklinghausen von einem Bevölkerungsrückgang um rd. 2 %¹⁶ auszugehen.

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2016 in der Stadt Recklinghausen 38.775 Personen. Die Zahl der Auspendler überstieg leicht die Zahl der Einpendler (ca. 24.395 Einpendler stehen 25.027 Auspendler gegenüber)¹⁷, was verdeutlicht, dass

¹⁵ Einwohnerzahl Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

¹⁶ Quelle: IT NRW Gemeindemodellrechnung, Basisjahr 2014. Dargestellt 2017 – 2025.

¹⁷ MB Research 2016

die Stadt Recklinghausen als **Wohn- aber auch als Arbeitsplatzstandort** geschätzt wird. Die Arbeitslosenquote lag im Kreis Recklinghausen im November 2017 bei ca. 9,8 % und damit über dem Landesdurchschnitt von Nordrhein – Westfalen (ca. 7,3 %)¹⁸.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Recklinghausen wird im Wesentlichen durch die Autobahnen A 2 Oberhausen-Hannover und A 43 Wuppertal-Münster, die direkt durch das Stadtgebiet führen, sichergestellt. Der Hauptbahnhof Recklinghausen wird von diversen Regional- und S-Bahn Linien angefahren und ist zudem Halt der IC-Strecke Hamburg-Köln-München. Die internationalen Flughäfen Düsseldorf (ca. 65 km) und Münster / Osnabrück (ca. 70 km) sind mit dem Auto und der Bahn gut zu erreichen. Eine Besonderheit ist der Stadthafen mit Güter- und Binnenschifffahrt am Rhein-Herne-Kanal im Süden des Stadtgebiets.

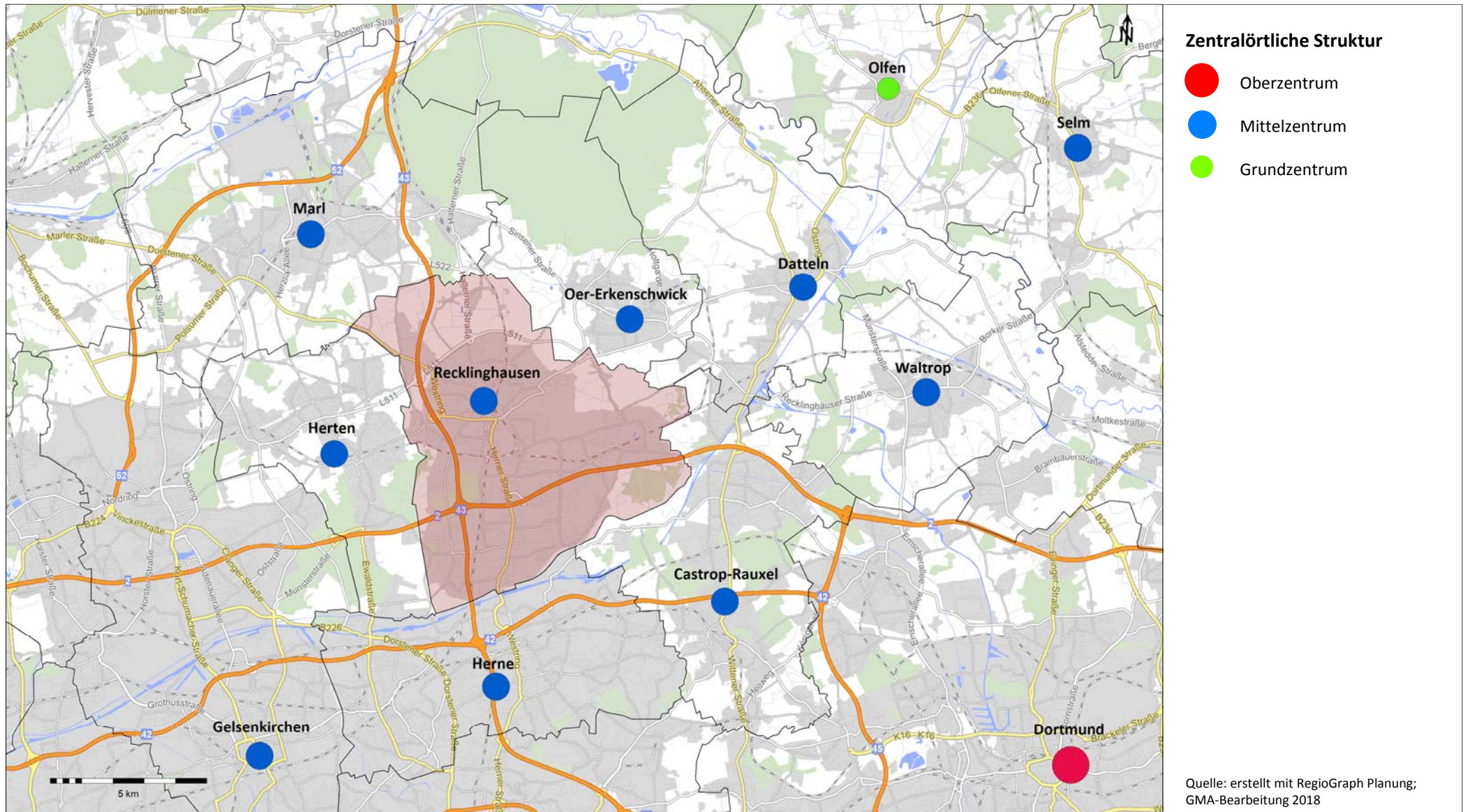
¹⁸ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg

Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Recklinghausen

Merkmal	Daten	
	absolut	in %
Einwohner¹		
Süd	13.060	10,9
Suderwich	11.643	9,7
Ostviertel	11.569	9,6
König-Ludwig	11.407	9,5
Hochlarmark	10.074	8,4
Hillen	9.544	7,9
Nordviertel	9.070	7,5
Paulusviertel	7.693	6,4
Westviertel	7.285	6,1
Hillerheide	7.213	6,0
Grullbad	6.315	5,3
Hochlar	4.913	4,1
Röllinghausen	4.012	3,3
Stuckenbusch	2.356	2,0
Innenstadt	1.746	1,5
Speckhorn/ Bockholt	1.426	1,2
Essel	422	0,3
Berghausen	403	0,3
Gesamt	120.151	100
Bisherige Einwohnerentwicklung² 2011 – 2016 - Recklinghausen	+ 0,6 %	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2016³ - Stadt Recklinghausen - Regierungsbezirk Münster - Land NRW	Bundesdurchschnitt = 100 - leicht unterdurchschnittlich (97,1) - leicht unterdurchschnittlich (97,5) - durchschnittlich (100,1)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2016⁴	ca. 38.775	
Beschäftigtenentwicklung 2011 – 2016⁴ - Stadt Recklinghausen - Regierungsbezirk Münster - Land NRW	- steigend (+ 14,2 %) - steigend (+ 11,1 %) - steigend (+ 9,5 %)	
Pendlersaldo 2016³	- 632	
Arbeitslosenquote November 2017⁴ - Kreis Recklinghausen - Land NRW	- 9,8 % - 7,0 %	

¹ Einwohnerzahl Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016, Hauptwohntort² Stadt Recklinghausen, Stichtag 31.12³ MB Research 2016 / ⁴ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg / GMA-Zusammenstellung 2018

Karte 1: Lage der Stadt Recklinghausen und zentralörtliche Funktion



II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Recklinghausen

Im April / Mai 2017 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Recklinghausen durchgeführt (vgl. Tabelle 3). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Recklinghausen **insgesamt**:

- /// 754 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 226.160 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 680,9 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.¹⁹

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 260 Betriebe (= ca. 35 % aller Betriebe)²⁰
- /// ca. 58.990 m² Verkaufsfläche (= ca. 26 % der Gesamtverkaufsfläche)²¹
- /// ca. 252,9 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 37 % des Gesamtumsatzes)²¹

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 494 Betriebe (= ca. 65 % aller Betriebe)
- /// ca. 167.170 m² Verkaufsfläche (= ca. 74 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 428,0 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 63 % des Gesamtumsatzes)

¹⁹ Umsatzschätzung auf Basis allgemeiner Handelsstatistiken sowie unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen auf Basis intensiver Vor-Ort-Begehungen und der durchgeführten Einzelhändlerbefragung in Recklinghausen.

²⁰ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²¹ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Recklinghausen)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	260	35	58.990	26	252,9	37
Gesundheit, Körperpflege	56	7	6.095	3	41,5	6
Blumen, zool. Bedarf	33	4	5.210	2	15,2	2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	349	46	70.295	31	309,6	45
Bücher, Schreib-, Spielwaren	34	5	5.455	2	20,9	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	140	19	45.400	20	134,5	20
mittelfristiger Bedarf insgesamt	174	24	50.855	23	155,8	23
Elektrowaren, Medien, Foto	35	5	5.755	3	37,9	6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	69	9	52.090	23	92,8	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	35	5	37.425	17	46,0	7
Optik, Uhren, Schmuck	50	7	2.405	1	17,1	3
Sonstige Sortimente***	42	6	6.835	3	21,7	3
langfristiger Bedarf insgesamt	230	31	104.910	46	215,2	32
Einzelhandel insgesamt	754	100	226.160	100	680,9	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen April / Mai 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2. Einzelhandelsbestand in den Recklinghäuser Stadtteilen

Die 18 Recklinghäuser Stadtteile weisen eine unterschiedliche Verteilung von Einzelhandelsnutzungen auf. Hierbei ist festzustellen, dass neben der Innenstadt in den Stadtteilen Süd und Röllinghausen die höchste Verkaufsflächenausstattung vorzufinden ist (vgl. Tabelle 4). Für die einzelnen Stadtteile sind folgende Aspekte zusammenzufassen:

- Der Stadtteil **Innenstadt** wird im Wesentlichen durch die Altstadt geprägt. Insgesamt sind hier rd. 56.900 m² Verkaufsfläche ansässig, wovon ein Großteil (rd. 64 %) auf den mittelfristigen, rd. 22 % auf den langfristigen und rd. 14 % auf den kurzfristigen Bedarf entfallen. Im mittelfristigen Bedarf ist v. a. auf die Bekleidungsgeschäfte Peek & Cloppenburg, C&A, Hettlage Fashion²² und weitere Anbieter sowohl in der Altstadt als auch im Einkaufszentrum Palais Vest hinzuweisen.
- Im Stadtteil **Süd** sind rd. 45.340 m² Verkaufsfläche ansässig. Der langfristige Bedarfsbereich, der mit rd. 48 % den größten Teil der Verkaufsfläche ausmacht, wird durch die Anbieter Hellweg und Blumen Risse aus dem Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf gekennzeichnet. Die weitere Verkaufsfläche entfällt zu rd. 38 % auf den kurzfristigen (v. a. Rewe-Center, Rewe, 2x Lidl, Penny, Riwa Supermarkt) und zu rd. 15 % auf den mittelfristigen Bedarfsbereich (u. a. Deichmann, Adler, Ruhrland Mode, Takko, kik).
- Ebenfalls über 45.000 m² Verkaufsfläche besitzt der Stadtteil **Röllinghausen**. Mit rd. 99 % der Verkaufsfläche entfällt der Großteil auf den langfristigen Bedarfsbereich, der sich maßgeblich am nicht integrierten Standort Ortloh angesiedelt hat. Neben dem Einrichtungshaus Ostermann sind die Anbieter OBI, Kibek und das Pferdesporthaus Loesdau hier ansässig.
- Im östlich daran angrenzenden Stadtteil **Hillerheide** sind die Bedarfsbereiche relativ gleich vertreten. Die rd. 10.930 m² Verkaufsfläche verteilen sich zu rd. 26 % auf den kurzfristigen, rd. 38 % auf den mittelfristigen und rd. 36 % auf den langfristigen Bedarfsbereich. Dabei ist v. a. auf die zwei Sportbekleidungsläden Teamsport Philipp und das Runners point Outlet im mittelfristigen Bedarf sowie im langfristigen Bedarf der Baumarkt Bauhaus Bauking (rd. 1.150 m²) hinzuweisen.
- Im Norden grenzt der Stadtteil **Hillen** an den Stadtteil Hillerheide an. Hier verteilen sich die insgesamt rd. 10.100 m² Verkaufsfläche v. a. auf den kurzfristigen Bedarfsbereich (rd. 77 %). Hillen ist v. a. durch den Lebensmitteleinzelhandel geprägt. Prägend sind hierbei am Standort Castroper Straße v. a. die Anbieter Marktkauf, trinkgut, Netto und Lidl und im Siedlungsbereich Quellberg der Lebensmitteldiscounter Norma.

²² Die Schließung des Anbieters Hettlage Fashion ist angekündigt. Nachfolgenutzung erfolgt voraussichtlich ebenfalls durch einen Textilanbieter.

- Westlich an Hillen schließt das **Paulusviertel** mit rd. 9.980 m² Verkaufsfläche an. Auch hier ist der Lebensmitteleinzelhandel prägend für die Einzelhandelsstruktur des Stadtteils. So entfallen rd. 56 % der Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarfsbereich (u. a. Rewe, Netto, Lidl, Penny). Weitere rd. 43 % entfallen auf den langfristigen Bedarfsbereich, der sich hauptsächlich in der Hubertusstraße befindet (u. a. Dänisches Bettenlager, Grüner Laden).
- Das **Ostviertel** weist mit seinen rd. 9.860 m² eine ähnliche Einzelhandelsbedeutung auf. Auch die Verteilung in den einzelnen Bedarfsbereichen lässt sich mit dem Paulusviertel vergleichen. So entfallen rd. 41 % auf den kurzfristigen, rd. 58 % auf den langfristigen und lediglich rd. 1 % auf den mittelfristigen Bedarf. Der langfristige Bedarf wird im Wesentlichen durch die Anbieter Raiffeisen und Baby Discount geprägt. Im kurzfristigen Bedarfsbereich sind u. a. die Lebensmittelanbieter Penny, Getränke Star, Naturata und Prima Markt ansässig).
- Der östlichste Stadtteil **Suderwich** hat rd. 9.000 m² Verkaufsfläche aufzuweisen. Es entfallen rd. 55 % auf den kurzfristigen, rd. 6 % auf den mittelfristigen und rd. 39 % auf den langfristigen Bedarfsbereich. Prägend sind hierbei v. a. die Lebensmitteleinzelhändler Aldi, Edeka, Netto und Lidl, die den siedlungsstrukturell abgelegenen Stadtteil versorgen. Die Betriebe des langfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Rund ums Bett Kurowski, Loeseke – Baustoffe oder Festartikel Hermann Cornelius) haben sich u. a. in der Christine-Englerth-Straße angesiedelt.
- Im Stadtteil **König-Ludwig** entfallen rd. 71 % der rd. 6.550 m² Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. Mit den Anbietern Rewe, Aldi, Penny und Netto ist v. a. das Sortiment Lebensmittel breit aufgestellt. Die restliche Verkaufsfläche teilt sich mit rd. 1 % mittelfristigen und rd. 28 % langfristigen Bedarfsbereich auf.
- Das **Nordviertel** wird ebenfalls v. a. durch den Lebensmitteleinzelhandel geprägt. Ein Rewe samt Getränkemarkt machen hier rd. 39 % der insgesamt rd. 6.990 m² Verkaufsfläche aus. Hinzu kommen noch Anbieter wie Aldi, Werner-Getränkeerlebniswelt, Netto und Das Futterhaus.
- Der Stadtteil **Grullbad** besitzt rd. 5.800 m² Verkaufsfläche, die sich zu rd. 41 % auf den kurzfristigen und rd. 59 % auf den langfristigen Bedarfsbereich aufteilen. Prägend für diesen Stadtteil ist auf der einen Seite das Möbelhaus casa mia, welches ca. die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche ausmacht, und auf der anderen Seite die Lebensmitteleinzelhändler Rewe – Ihr Kaufpark und Aldi.
- Im **Westviertel** teilen sich die rd. 4.270 m² wie folgt auf: rd. 85 % entfallen auf den kurzfristigen, rd. 11 % mittelfristigen und rd. 4 % langfristigen Bedarfsbereich. Auch

hier prägen v. a. die Lebensmitteleinzelhändler die Einzelhandelslandschaft (u. a. Edeka, Lidl, Aldi²³).

- Der südwestlich gelegene Stadtteil **Hochlarmark** verfügt über rd. 3.440 m² Verkaufsfläche, wovon rd. 91 % auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen. Hiervon geht der größte Teil auf die Lebensmitteleinzelhändler Netto, Penny und Lebensmittel Karst zurück.
- Im nördlich angrenzenden **Stuckenbusch** sind lediglich zwei Betriebe ansässig, die rd. 930 m² Verkaufsfläche aufweisen. Sowohl der Anbieter Aldi als auch Möller Obstsäfte sind dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen.
- Der Einzelhandel des Stadtteils **Speckhorn/ Bockholt** wird v. a. durch die Gärtnerei Werner geprägt, die dem langfristigen Bedarfsbereich zugehörig ist.
- Der Stadtteil **Hochlar** besitzt mit rd. 620 m² die drittkleinste Verkaufsfläche in Recklinghausen. Rd. 44 % entfallen auf den kurzfristigen und rd. 56 % auf den langfristigen Bedarf.
- Die Stadtteile **Essel** und **Berghausen** verfügen über wenig bzw. gar keinen Einzelhandel. Essel weist lediglich die Kornbrennerei Dörlemann auf, die dem kurzfristigen Bedarfsbereich zugeordnet wird, wohingegen Berghausen über keinen Einzelhandelsbetrieb verfügt.

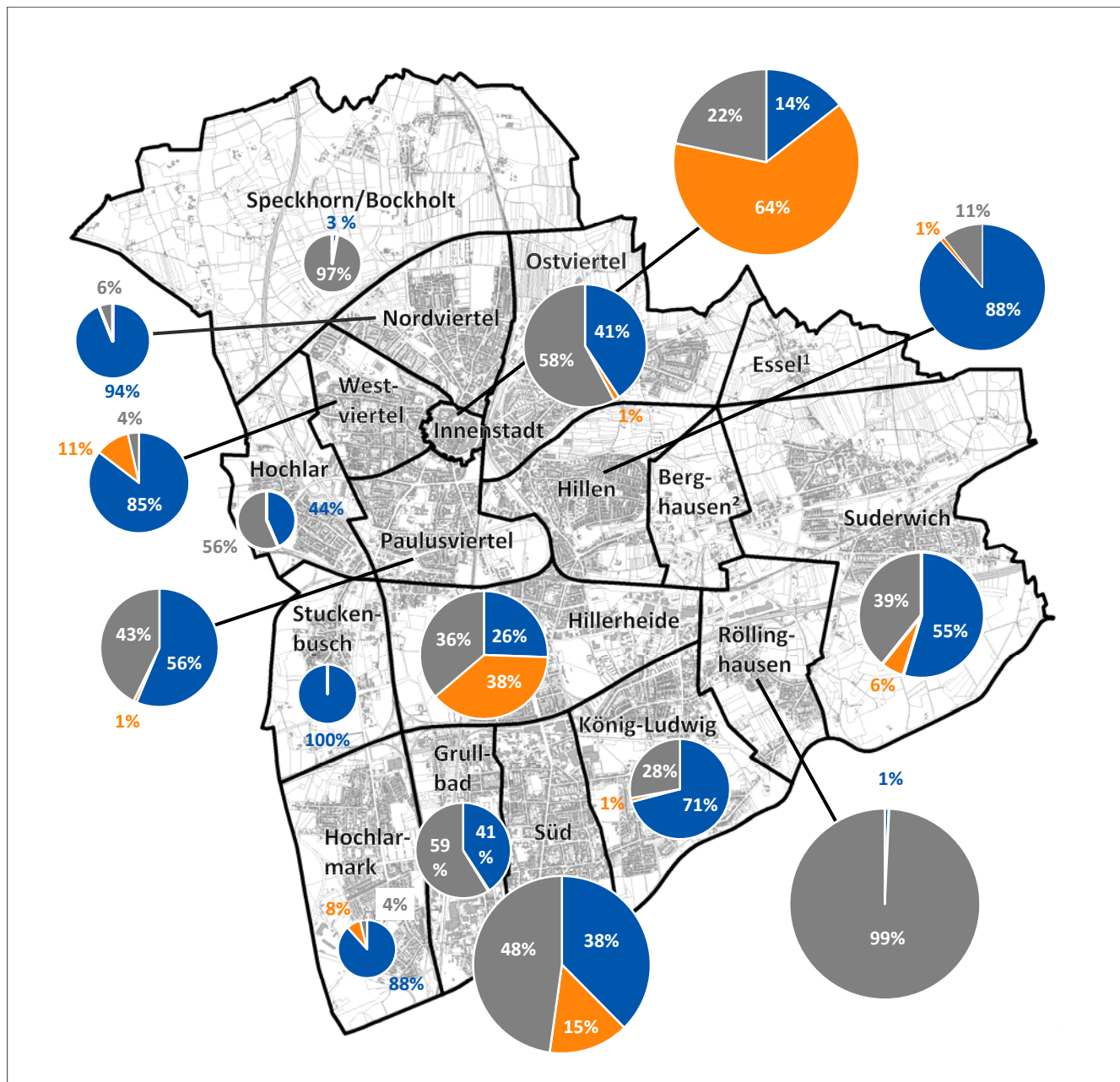
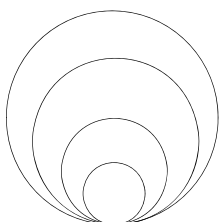
²³ Der Anbieter hat den Standort zwischenzeitig aufgegeben.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

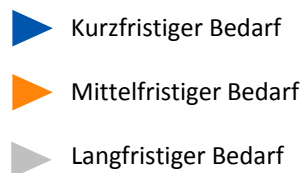
Stadtteile	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
Innenstadt	321	43	56.880	25	214,7	32
Süd	115	15	45.335	20	114,8	17
Röllinghausen	12	2	45.005	20	78,4	12
Hillerheide	42	6	10.930	5	31,6	4
Hillen	32	4	10.130	4	39,1	6
Paulusviertel	37	5	9.980	4	33,0	5
Ostviertel	26	4	9.860	4	23,3	3
Suderwich	39	5	9.035	4	32,3	5
König-Ludwig	32	4	6.545	3	25,3	4
Nordviertel	30	4	6.995	3	29,0	4
Grullbad	10	1	5.805	3	15,9	2
Westviertel	16	2	4.270	2	20,6	3
Hochlarmark	32	4	3.440	2	15,2	2
Stuckenbusch	2	<1	930	<1	5,6	1
Speckhorn/ Bockholt	2	< 1	340	<1	0,5	<1
Hochlar	5	1	620	<1	1,4	<1
Essel	1	<1	60	<1	0,2	<1
Berghausen	-	-	-	-	-	-
Recklinghausen gesamt	754	100	226.100	100	680,9	100

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

GMA-Erhebungen April / Mai 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 2: Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen in Recklinghausen

Verkaufsfläche


50.000 m²
10.000 m²
5.000 m²
< 1.000 m²

Anteil

Fußnote

¹ Essel besitzt 60 m² Verkaufsfläche im kurzfristigen Bedarf

² Berghausen verfügt über keinen Einzelhandel

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Recklinghausen; GMA-Bearbeitung 2017

3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Recklinghausen

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2012²⁴ vorgenommen. Es ist zu berücksichtigen, dass die GMA z. T. eine andere Branchensystematik verwendet. Eine Vergleichbarkeit wurde versucht, herzustellen.

Insgesamt ist in der Stadt Recklinghausen zwischen den Jahren 2012 und 2017 ein mäßiger Rückgang der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche zu beobachten gewesen. Während 2012 noch 765 Einzelhandelsbetriebe in Recklinghausen vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2017 um rd. 1 – 2 % auf 754 Einzelhandelsbetriebe zurück. Dies ist ein geringerer Rückgang als in vielen anderen Städten und Gemeinden, der deutschlandweite Trend lag zwischen 2012 und 2016 bei rd. - 6 %.²⁵ Der geringe Rückgang in Recklinghausen ist vor allem durch die Ansiedlung des Einkaufszentrums Palais Vest zu begründen. Auch bei der Verkaufsfläche hat in den letzten Jahren ein Rückgang um knapp 6.750 m² (rd. 3 %) stattgefunden. Deutschlandweit ist zwischen 2012 und 2016 eine konstante bis leicht positive Entwicklung der Verkaufsfläche zu beobachten gewesen (+ < 1 %, vgl. Kapitel I., 4.1).²⁶ Dies lässt sich v. a. in der Zunahme der Betriebsgröße begründen, da in den letzten Jahren die Anzahl der Fachgeschäfte rückläufig war, während der filialisierte Einzelhandel angewachsen ist, der i. d. R. größere Verkaufsflächen nachfragt. Dieser Trend ist auch in Recklinghausen zu beobachten, wobei der Verkaufsflächenrückgang 2012 bis 2017 insbesondere auf den Wegfall der großflächigen Anbieter Karstadt in der Altstadt und Hagebau am Standort Ölpfad zurückzuführen ist. Aufgrund dessen reduziert sich auch marginal die durchschnittliche Betriebsgröße in Recklinghausen. Insgesamt ist demnach in Recklinghausen eine für viele Städte und Gemeinden typische Entwicklung zu beobachten gewesen (vgl. Kapitel I., 4.1.2). So kam es mit Karstadt zur Aufgabe eines größeren Warenhauses, wobei durch die Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums der Verkaufsflächenrückgang der Altstadt aufgefangen werden konnte.

²⁴ Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept der Stadt Recklinghausen, Band 1 Zentren- und Standortkonzept, Band 2 Nahversorgungskonzept, 2011 / 2012, Stadt + Handel.

²⁵ www.statista.de

²⁶ vgl. Abbildung 4, EHI Köln, handelsdaten aktuell 2016.

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Recklinghausen seit 2012 (Gesamtstadt)

Daten	2012	2017	Veränderung	Tendenz
Einwohner	119.380	120.218	+ 838	↗
Anzahl der Betriebe	765	754	- 11	↘
Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner	6,4	6,3	- 0,1	→
Verkaufsfläche in m ²	232.910	226.160	- 6.750	↘
Verkaufsfläche in m ² je 1.000 Einwohner	1.951	1.881	- 70	↘
Durchschnittliche Betriebsgröße in m ²	304	300	- 4	→

Quelle: GMA-Erhebung April / Mai 2017, Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept der Stadt Recklinghausen, Band 1 Zentren- und Standortkonzept, Band 2 Nahversorgungskonzept, 2011 / 2012, Stadt + Handel.

In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen:

- / Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den einzelnen Branchen, so zeigt sich, dass zwar die meisten Branchen Verkaufsflächenverluste aufweisen, das Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** jedoch aufgrund von Erweiterungen und Neuansiedlungen wie bspw. die Ansiedlung des SB-Warenhauses Kaufland im Palais Vest in der Altstadt oder des Lebensmitteldiscounters Netto am Bruchweg und in der Wanner Straße von Verkaufsflächenzuwächsen profitiert. Vereinzelt kam es auch zu Betriebsaufgaben von Lebensmittelmärkten (z. B. Trinkgut in der Hubertusstraße, Penny in der Marienstraße und Geschwister-Scholl-Straße, Netto in der Stenkhoffstraße oder Rewe in der Dortmunder Straße).
- / In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist insbesondere auf den Wegfall von mehreren Schlecker-Filialen im gesamten Stadtgebiet hinzuweisen. Der Verkaufsflächenrückgang konnte jedoch z. T. durch eine Verkaufsflächenausweitung der Drogerieflächen der Lebensmittelanbieter ausgeglichen werden. Insgesamt weist Recklinghausen jedoch eine vergleichsweise geringe Ausstattung im Sortiment Drogeriewaren auf. Deutschlandweit entfällt auf rd. 18.200 Einwohner ein Drogeriemarkt.²⁷ In Recklinghausen sind mit dem Anbieter dm drei Drogeriefachmärkte vorhanden. Bezogen auf die Einwohnerzahl verfügt Recklinghausen demnach nur über einen Drogeriefachmarkt bei mehr als 40.000 Einwohnern. Bei Apotheken besteht hingegen in Recklinghausen eine sehr gute Versorgung. Die Stadt weist rd. 2,8 Apotheken je 10.000 Einwohner auf,

²⁷ Einwohner Deutschlands bezogen auf die Anzahl der Filialen von Rossmann, dm und Müller.

während im bundesdeutschen Schnitt rd. 2,4 Apotheken auf 10.000 Einwohner²⁸ entfallen.

- In den Bereichen **Blumen, zoologischer Bedarf** sind verschiedene Veränderungen zu beobachten gewesen, wobei der Verkaufsflächenrückgang in diesem Sortiment relativ gering ausfällt.
- Im Sortiment **Bücher, Schreib- und Spielwaren** ist ein Verkaufsflächenrückgang von rd. 2.000 m² zu beobachten. Dies ist insbesondere auf den Wegfall des Anbieters Karstadt zurückzuführen, der als Randsortiment die o. g. Sortimente führte. Darüber hinaus ist in der Innenstadt auch ein Rückgang der Buchhandlungen festzuhalten (u. a. Buchhandlung Lesezeichen in der Bochumer Straße, Der Club Bertelsmann in der Schaumburgstraße). Der Anbieter Thalia hat durch die Verlagerung in das Palais Vest seine Verkaufsfläche verringert. Ein gewisser Zuwachs lässt sich hingegen jedoch im Bereich Spielwaren festhalten, der aus der Ansiedlung der Anbieter Toys'R'Us und Playmobil im Palais Vest resultiert.
- Das Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** weist einen Verkaufsflächenzuwachs von rd. 14 % auf, was insbesondere auf das Einkaufszentrum Palais Vest zurückzuführen ist, in dem eine Vielzahl von Anbietern in diesem Sortiment vorhanden ist. Der Verkaufsflächenzuwachs fällt jedoch in Bezug auf die Größe des Palais Vest vergleichsweise gering aus, da der Anbieter Karstadt seinen Standort in Recklinghausen aufgegeben hat.
- Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto, Optik, Uhren, Schmuck**²⁹ ist der Verkaufsflächenrückgang zum einen auf den Wegfall von verschiedenen kleinteiligen Anbietern und des Anbieters Karstadt zurückzuführen. Zum anderen ist hier auf eine unterschiedliche Erhebungssystematik in den Einzelhandelskonzepten hinzuweisen.
- Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** resultiert der leichte Verkaufsflächenzuwachs von rd. 1 % aus der Ansiedlung verschiedener kleinteiliger Anbieter (u. a. Xenos und NanuNana im Palais Vest, Kampmann's in der Heilige-Geist-Straße, Ideen und Geschenke klassik oder bspw. Woolworth in der Kunibertstraße). Darüber hinaus ist jedoch mit der Aufgabe des Anbieters Karstadt in der Altstadt auch ein Rückgang im Bereich Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien zu beobachten.
- Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2012 und 2017 ein Verkaufsflächenrückgang von rd. 16 % festzuhalten, der im Wesentlichen auf

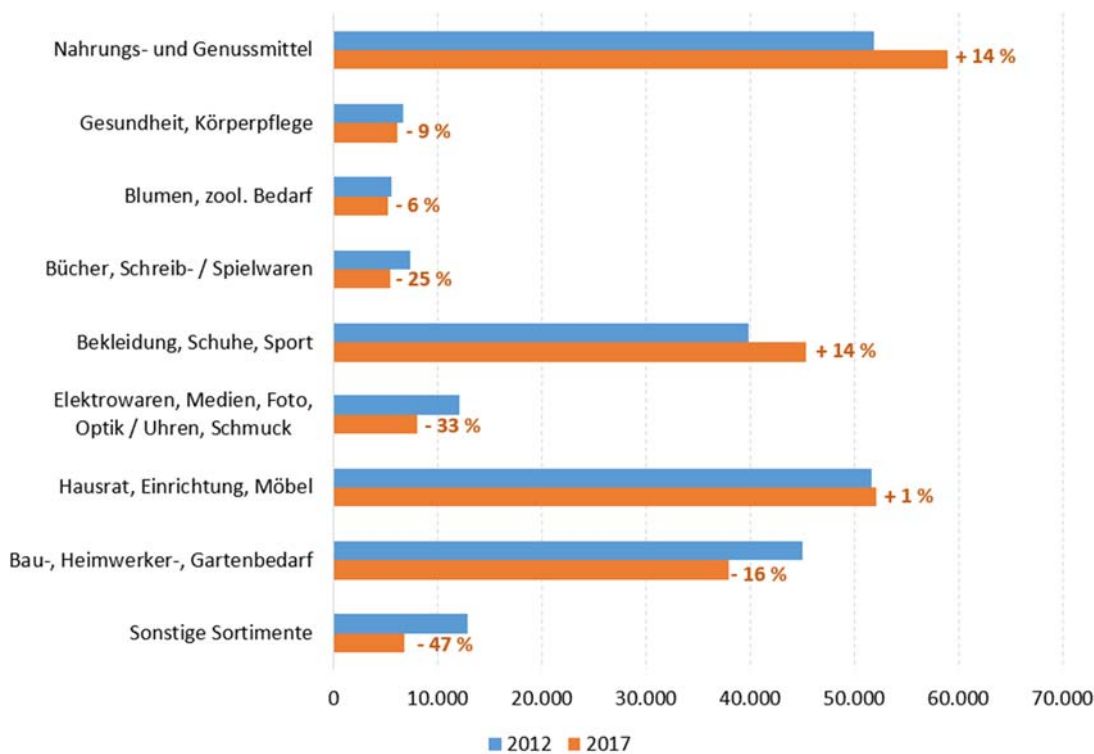
²⁸ Gemäß der Bundesvereinigung Deutscher Apotheken (Stand: 31.12.2017) sind in Deutschland rd. 18.750 Apotheken ansässig. Bezieht man die Einwohnerzahl von rd. 82,8 Mio. Personen auf die Anzahl der Apotheken ergibt sich eine durchschnittliche Ausstattung von rd. 2,4 Apotheken je 10.000 Einwohner.

²⁹ Zusammenfassung der Branchen zur besseren Vergleichbarkeit.

den Wegfall des Anbieters Hagebau am Ölpfad und des Anbieters Gustav Müller in der Wickingstraße zurückzuführen ist.

- In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** ist v. a. eine unterschiedliche Erhebungssystematik für den deutlichen Verkaufsflächenrückgang verantwortlich.

Abbildung 9: Verkaufsflächenvergleich 2012 / 2017



Verkaufsflächenveränderung, absolut in m², prozentuale Veränderung bezogen auf die Voruntersuchung;
 GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

4. Kaufkraft und Kaufkraftströme

4.1 Kaufkraftpotenzial für den Recklinghäuser Einzelhandel

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.570 p. a..

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.035 p. a.
- Nichtlebensmittel ca. € 3.535 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Recklinghausen liegt dieser mit 97,1 leicht unter dem Bundesdurchschnitt.³⁰

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Recklinghausen ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von

ca. 650,5 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Recklinghausen wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Recklinghäuser Einzelhandels

Branche	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	237,6
Gesundheit, Körperpflege	47,3
Blumen, zool. Bedarf	16,2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	301,1
Bücher, Schreib-, Spielwaren	30,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	81,4
mittelfristiger Bedarf insgesamt	112,0
Elektrowaren, Medien, Foto	62,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	70,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	57,6
Optik, Uhren, Schmuck	13,7
sonstige Sortimente*	32,6
langfristiger Bedarf insgesamt	237,4
Einzelhandel insgesamt	650,5

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren);
GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

4.2 Kaufkraftströme

Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Recklinghäuser Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte³¹ außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss)

³⁰ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

³¹ inkl. Online- und Versandhandel

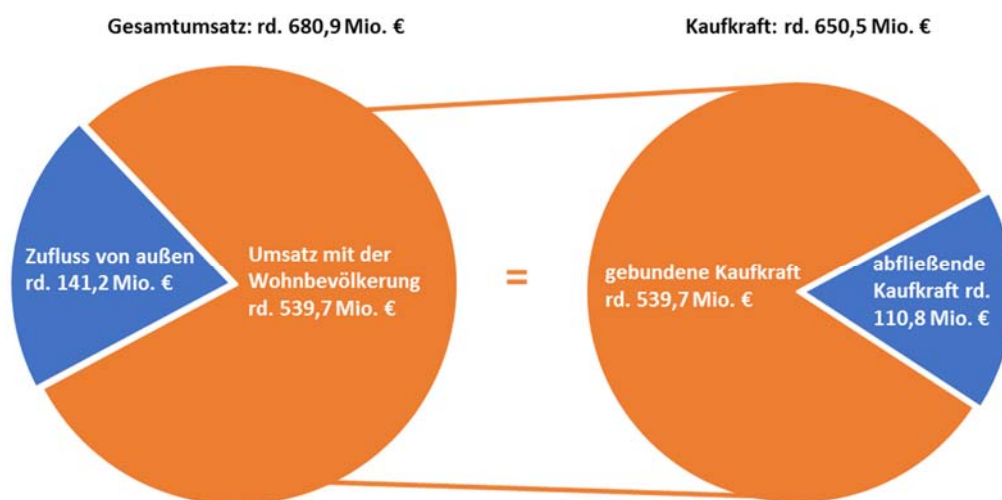
und wie hoch der Umsatz des Recklinghäuser Einzelhandels mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Passanten- / Onlinebefragung und Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung zurückgegriffen werden (vgl. Kapitel II., 6. und Anhang).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung der Wohnbevölkerung Recklinghausens mit dem Kaufkraftpotenzial in Recklinghausen lässt sich die **Kaufkraftbindung** ermitteln.

Für den Einzelhandel der Stadt Recklinghausen insgesamt stellt sich die in der folgenden Abbildung gezeigte Bilanz dar.

Abbildung 10: Kaufkraftbindung in Recklinghausen



GMA-Darstellung 2018

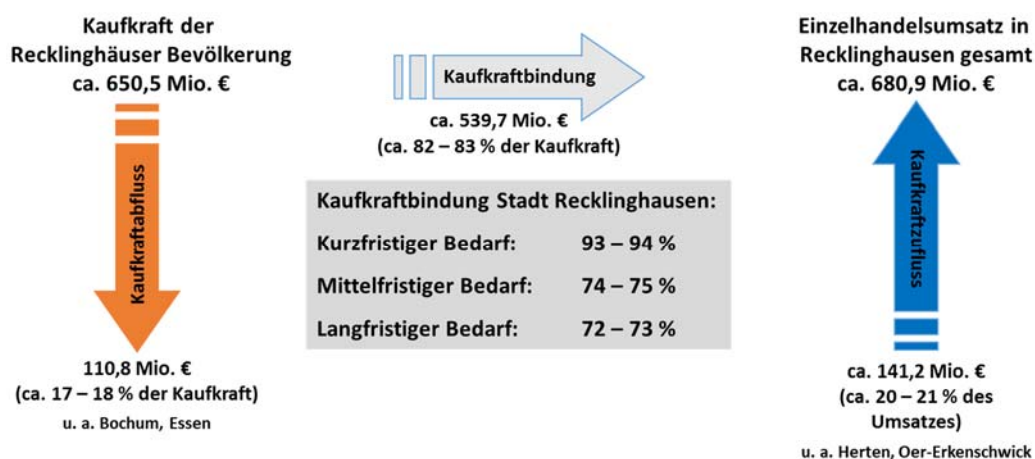
Der Einzelhandel in der Stadt Recklinghausen bindet gegenwärtig ca. 82 – 83 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 17 – 18 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Recklinghäuser Stadtgebietes ab. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen branchenspezifisch große Unterschiede:

- Die höchste bzw. beste Kaufkraftbindungsquote wird im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor erreicht (ca. 96 %), gefolgt von Gesundheit / Körperpflege (ca. 85 %). Auch bei sehr guter Ausstattung sind Kaufkraftbindungsquoten bei Nahrungs- und Genussmitteln selten höher als 95 %, da ein Teil der Einwohner aufgrund von Pendlerbeziehungen o. ä. naturgemäß an anderen Standorten einkaufen. Insofern ist dieser Wert nur noch marginal steigerbar. Die relative Kaufkraftbindung von rd. 85 % im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist auf die drei in Recklinghausen ansässigen Drogeriefachmärkte, die vorhandenen Apothe-

ken und Sanitätshäuser sowie die Randsortimente der Lebensmittelmärkte zurückzuführen. Hierbei wird deutlich, dass ein Teil der vorhandenen Kaufkraft derzeit an Standorte außerhalb Recklinghausens abfließt, da v. a. im Bereich Drogeriewaren mit nur drei Fachmärkten eine vergleichsweise geringe Ausstattung in Recklinghausen besteht. Im Bereich Pflanzen, zoologischer Bedarf sind leicht höhere Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, wobei auch hier im Stadtgebiet verschiedene Fachgeschäfte und -märkte vorhanden sind.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Kaufkraftbindungsquoten von rd. 74 – 75 % erreicht. Im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren wird das Angebot in erster Linie durch verschiedene Buchhandlungen, Zeitschriftenanbieter und Schreibwarenfachgeschäfte getragen. Im Sortiment Bekleidung / Schuhe sind in Recklinghausen neben verschiedenen Fachgeschäften auch -märkte vorhanden, wobei z. T. auch eine Einkaufsorientierung an andere, starke Wettbewerbsstandorte (u. a. Bochum, Essen, Dortmund) besteht. Grundsätzlich stellen die Kaufkraftbindungsquoten in diesem Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum im Wettbewerbsumfeld gute Werte dar.
- Leicht stärkere Kaufkraftbindungsquoten werden mit rd. 72 – 73 % im **langfristigen Bedarfsbereich** erzielt, wobei sich die Werte branchenspezifisch zwischen 56 % und 95 % bewegen. Während die Kaufkraftbindungsquote in den Sortimenten Optik, Uhren, Schmuck mit rd. 95 % zufriedenstellend ist, fließt aufgrund des begrenzten Angebotes insbesondere in dem Sortiment Elektrowaren, Medien, Foto (ca. 56 %) Kaufkraft ab. Hier vereint jedoch der Onlinehandel vergleichsweise starke Marktanteile auf sich. Im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf ist die Kaufkraftbindungsquote von rd. 75 % noch steigerbar. Im Sortiment Hausrat, Einrichtung, Möbel verfügt Recklinghausen über eine Kaufkraftbindungsquote von rd. 85 %; hier ist insbesondere auf den Anbieter Ostermann hinzuweisen.

Abbildung 11: Kaufkraftströme in Recklinghausen



GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

5.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Recklinghausen.

Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

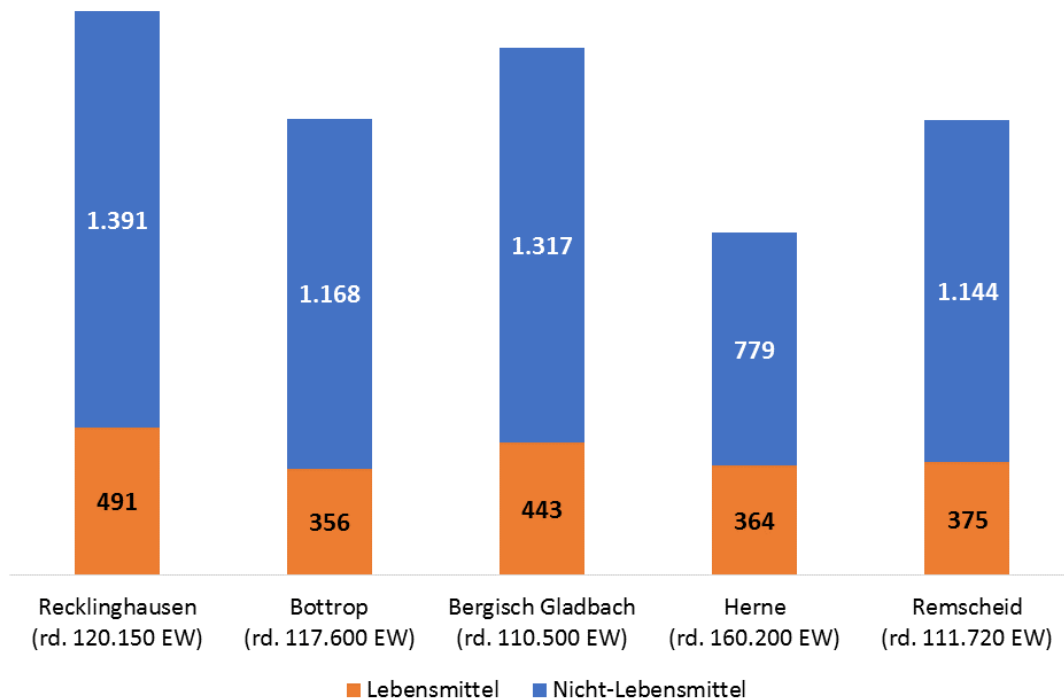
Die quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden.

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Recklinghausen mit anderen Mittelzentren ähnlicher Größe zeigt, dass in der Stadt Recklinghausen eine vergleichsweise überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht.³²

Die gute Ausstattung im Bereich Lebensmittel ist v. a. auf das Vorhandensein von drei SB-Warenhäusern und einer Vielzahl an Supermärkten und Discontern zurückzuführen, wobei hier dennoch unter dem Aspekt der wohnortnahen Versorgung noch Ausbaupotenzial besteht (vgl. Kapitel IV. 4.). Ergänzt wird das Angebot durch eine vergleichsweise hohe Ausstattung mit kleinteiligen Lebensmittelanbietern. Auch im Nichtlebensmittelbereich sind verschiedene flächenintensive Anbieter (v. a. Möbel-, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf) vorhanden, sodass hier im Vergleich zu anderen, i. d. R. kleineren Mittelzentren eine überdurchschnittliche Ausstattung besteht.

³² Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die bis in das Jahr 2012 zurückreichen und z. T. andere Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) umfassen. Aus diesem Grund ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben; die Darstellung liefert lediglich Anhaltswerte.

Abbildung 12: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Recklinghausen im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche in m² pro 1.000 Einwohner)



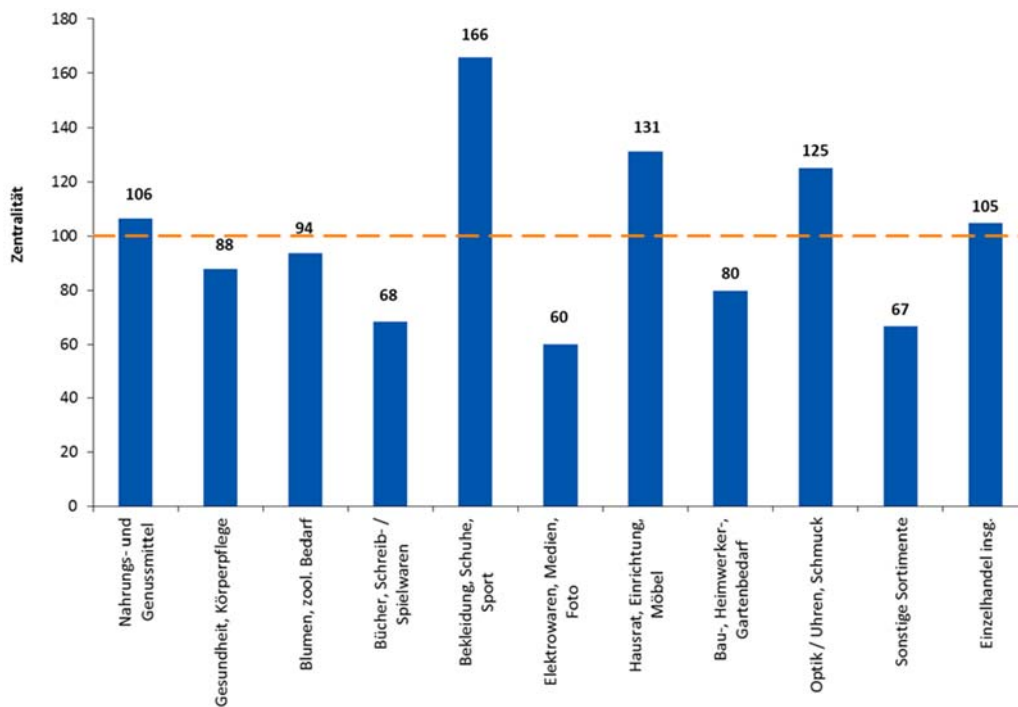
Quellen: Einzelhandelskonzept für die Stadt Bottrop, CIMA, 2012; Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel, 2014; Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept Stadt Bergisch Gladbach, Stadt Bergisch Gladbach, 2015; Masterplan Einzelhandel für die Stadt Herne, Stadt + Handel, 2012;

GMA-Erhebung April / Mai 2017

5.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³³ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Recklinghausen insgesamt mehr Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 105 deutet per Saldo auf Zuflüsse in das Recklinghäuser Stadtgebiet hin (vgl. Abbildung 13).

³³ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Recklinghausen getätigten Einzelhandelsumsatz der in Recklinghausen vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität der Stadt Recklinghausen

100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet)

Im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** ist der Zentralitätswert von 106 als gut zu bewerten. Ebenso weist die Stadt Recklinghausen im weiteren kurzfristigen Bedarf sowie in den weiteren Sortimenten des **mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs** relativ hohe Zentralitätswerte auf. In den Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik, Uhren, Schmuck werden sogar Zentralitätswerte von z. T. deutlich über 100 erzielt, sodass per Saldo Kaufkraftzuflüssen bestehen. Recklinghausen kann demnach seiner Versorgungsfunktion als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion nachkommen und sich im Wettbewerbsumfeld mit starken Oberzentren im Ruhrgebiet behaupten.

In den Sortimenten Bücher, Schreib-, Spielwaren (68) und Elektrowaren, Medien, Foto (54) werden dagegen vergleichsweise geringe Zentralitätswerte erreicht, was v. a. auf den Onlinehandel zurückzuführen ist.

6. Zusammenfassende Auswertung der Passanten-/ Haushalts- und Einzelhändlerbefragung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Recklinghausen wurde im Mai und Juni 2017 eine Passantenbefragung sowie eine onlinebasierte Haushaltsbefragung durchgeführt. Insgesamt haben sich 1.107 Personen an der Befragung beteiligt, wobei mit 674 Personen der überwiegende Anteil der Befragten an der Passantenbefragung teilgenommen hat. Von den befragten Personen kamen 924 aus Recklinghausen und 143 aus dem Umland. Weitere 40 Befragte gaben keinen Wohnort an.

Tabelle 7: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	434	39
	weiblich	667	60
	keine Angabe	6	< 1
Alter	unter 18 Jahre	25	2
	18 – unter 45 Jahre	525	47
	45 – unter 60 Jahre	319	29
	60 Jahre und älter	222	20
	keine Angabe	16	2
Wohnort	Recklinghausen	924	83
	Umland	143	13
	Keine Angabe	40	4
Art der Befragung	Passantenbefragung	674	61
	Onlinebefragung	433	39

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017

Parallel zur Passantenbefragung wurde im Juni 2017 eine **persönliche Befragung ausgewählter Einzelhändler und Schlüsselpersonen** in Recklinghausen durchgeführt. Teilgenommen haben insgesamt 36 Einzelhändler sowie 6 Schlüsselpersonen. Die Ergebnisse beider Befragungen werden nachfolgend kurz zusammengefasst. Die ausführliche Auswertung der Befragungen befindet sich im Anhang (Kapitel V) dieses Berichtes.

6.1 Wesentliche Ergebnisse der Passanten- und Haushaltsbefragung

6.1.1 Einkaufsorientierung

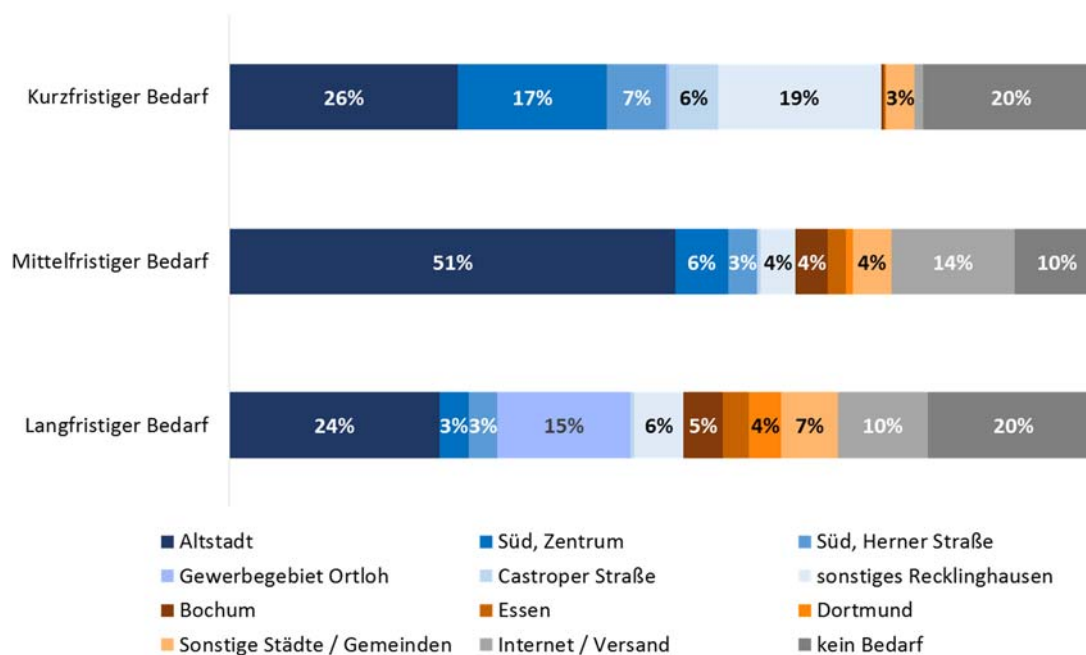
Im Rahmen der Passanten- und Onlinebefragung wurde zunächst die Einkaufsorientierung der Befragten Recklinghäuser nach Sortimentsgruppen ermittelt.

Im kurzfristigen **Bedarfsbereich** zeigt sich eine hohe Einkaufsorientierung der Recklinghäuser auf die Einzelhandelsangebote im Stadtgebiet selbst (vgl. Abbildung 14). Rd. 75 % der Befragten geben an, ihren Einkauf in diesem Bedarfsbereich in Recklinghausen zu tätigen. Zwischen den einzelnen Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs bestehen leichte Unterschiede. Lebensmittel (rd. 97

%) sowie Drogerie- und Parfümeriewaren (rd. 93 %) werden hierbei fast ausschließlich in Recklinghausen selbst gekauft. Im Sortiment zoologischer Bedarf / Tiernahrung besteht ebenfalls eine hohe Einkaufsorientierung auf die Angebote im Stadtgebiet, wobei ein Großteil der Befragten bei diesem Sortiment angab, keinen Bedarf in diesem Sortiment zu haben. Insgesamt weist Recklinghausen im kurzfristigen Bedarfsbereich eine mit anderen Mittelstädten vergleichbare Einkaufsorientierung auf das eigene Stadtgebiet auf.

Während der kurzfristige Bedarfsbereich nahezu ausschließlich in Recklinghausen gedeckt wird, zeigt sich bei der Einkaufsorientierung im **mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** die starke Konkurrenz durch den Onlinehandel sowie durch umliegende Städte. So kaufen bspw. rd. 23 % der befragten Recklinghäuser Bücher und rd. 24 % Elektrowaren online. Dies zeigt sich auch in der geringen Zentralität in diesem Sortiment (vgl. Kapitel II., 5.2). Im Vergleich zu Befragungen in anderen Städten sind diese Anteile jedoch vergleichbar. Bei Bekleidung, Schuhe, Lederwaren liegt der Anteil des Onlinehandels bei rd. 12 % und damit geringer als im Bundesdurchschnitt, bei Elektrowaren bspw. bei rd. 24 %. Als wesentliche Wettbewerbsstädte im Umland sind im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich v. a. die Oberzentren Bochum und Essen sowie Dortmund zu nennen.

Abbildung 14: Einkaufsorientierung je Bedarfsbereich



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 924, nur Recklinghäuser
 GMA-Darstellung 2018, ggf. Rundungsdifferenzen

Insgesamt lässt sich demnach eine vergleichbare Orientierung der Bevölkerung auf die Einzelhandelsangebote im Recklinghäuser Stadtgebiet festhalten. Wenngleich sich in einigen Sortimenten der wachsende Marktanteil des Onlinehandels bemerkbar macht, sind diese mit Ergebnissen anderer GMA-Befragungen vergleichbar.

6.1.2 Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Recklinghausen-Süd und -Suderwich

Im Rahmen der Befragung wurde eine Bewertung des Angebotes in Recklinghausen-Süd und -Suderwich vorgenommen. Insgesamt gab ein Großteil der befragten Recklinghäuser in Süd und Suderwich an, die jeweiligen Einkaufsstandorte häufig aufzusuchen. Der Stammkundenanteil in Süd liegt bei rd. 84 %, in Suderwich bei rd. 92 %.³⁴

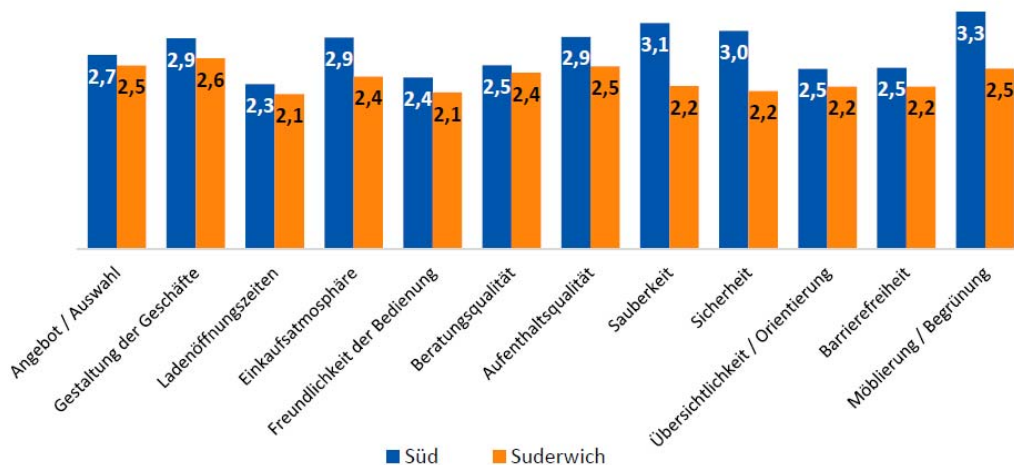
Für einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich spricht für die befragten Recklinghäuser v. a. die räumliche Nähe zum Wohnort (rd. 58 % Süd bzw. 73 % Suderwich) und mit jeweils rd. 34 % das gute Angebot vor Ort. Als weitere Gründe an den beiden Einkaufsstandorten sind die günstigen Preise (rd. 20 % Süd bzw. rd. 12 % Suderwich) sowie die gute Pkw-Erreichbarkeit (rd. 16 % Süd bzw. 14 % Suderwich) zu nennen. Aufgrund des vorhandenen Einzelhandels- sowie Dienstleistungsangebotes in Süd schätzt ein Teil der Befragten hier auch die Verbindung des Einkaufs mit weiteren Erledigungen (rd. 10 %). Im Vergleich zum Standort Suderwich ist in Süd damit ein höheres Kopplungspotenzial vorhanden (in Suderwich rd. 4 %).

Gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich spricht für einen Großteil der Befragten (rd. 18 % Süd bzw. 27 % Suderwich) das geringe bzw. fehlende Angebot. Der am zweithäufigsten genannte Grund ist die fehlende Einkaufsatmosphäre (rd. 16 % Süd bzw. 7 % Suderwich), gefolgt von der für die Befragten mangelnden Qualität des Angebotes (rd. 7 % Süd bzw. 4 % Suderwich). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass vermutlich v. a. die ausgeprägte Längenausdehnung des Standortes Süd entlang der Bochumer Straße und die starke verkehrliche Belastung zu einer negativen Wahrnehmung der Einkaufsatmosphäre beitragen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die **Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten** in Suderwich von den Befragten deutlich besser bewertet wurden als die Gegebenheiten in Süd. Unter Berücksichtigung anderer GMA-Befragungen erhält Suderwich eine vergleichbare Gesamtbewertung, während Süd leicht schlechter bewertet wird. Während Süd von den regelmäßig dort einkaufenden Befragten mit einer Durchschnittsnote von 2,7³⁵ bewertet wird, erhält Suderwich eine durchschnittliche Note von 2,3. In Süd werden insbesondere die Themen Möblierung und Begrünung (Note 3,3) von den befragten Personen besonders kritisch bewertet. Darüber hinaus erhalten ebenfalls die Themen Sauberkeit (Note 3,1) und Sicherheit (Note 3,0) sowie die Gestaltung der Geschäfte und die Einkaufsatmosphäre (jeweils Note 2,9) vergleichsweise negative Bewertungen. In Suderwich wird die Gestaltung der Geschäfte mit einer Note 2,6 am schlechtesten bewertet. Überwiegend positive Bewertungen erhielten beide Einkaufsstandorte bei den Themen Ladenöffnungszeiten (Note 2,3 Süd bzw. Note 2,1 Suderwich) und Freundlichkeit der Bedienung (Note 2,4 Süd bzw. Note 2,1 Suderwich) (vgl. Abbildung 15).

³⁴ Einkauf mindestens einmal wöchentlich.

³⁵ Schulnoten von 1 – 5.

Abbildung 15: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich


Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung, n= 374, Schulnoten von 1 – 5, nur Befragte, die regelmäßig in Süd oder Suderwich einkaufen, GMA-Darstellung 2018, ggf. Rundungsdifferenzen

6.1.3 Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Altstadt

Die **Altstadt** von Recklinghausen weist bei den Recklinghäusern einen Stammkundenanteil von rd. 38 % auf, bei den Befragten aus anderen Städten und Gemeinden liegt dieser bei rd. 27 %.

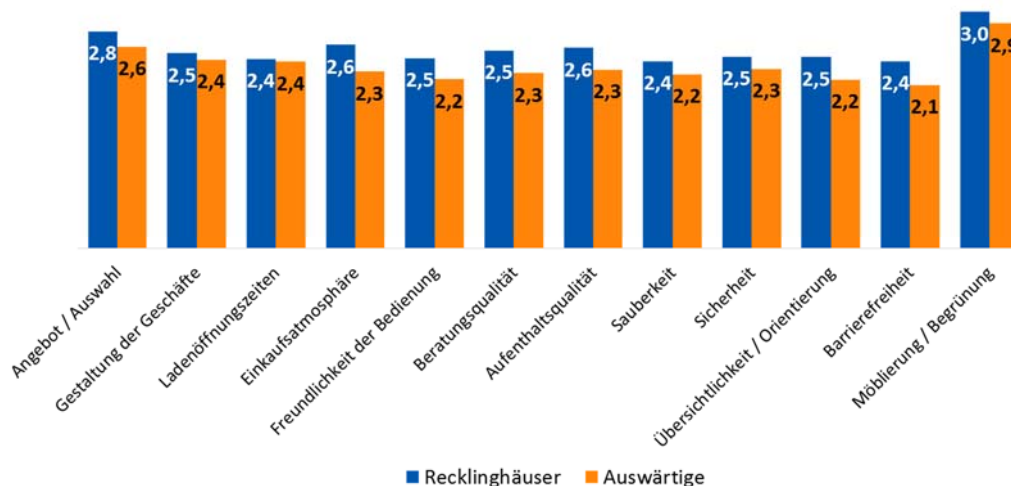
Sowohl bei den einheimischen als auch bei den auswärtigen Befragten spricht **für einen Einkauf** v. a. das gute Angebot (rd. 36 % bzw. 43 %). Für die Einheimischen spielt darüber hinaus die Nähe zum Wohnort (rd. 32 %) sowie die Verbindung mit anderen Erledigungen (rd. 21 %) eine größere Rolle. Die Auswärtigen schätzen besonders die Einkaufsatmosphäre in der Altstadt (rd. 29 %) oder führen als Grund für ihren Einkauf ihren Arbeitsplatzstandort in Recklinghausen an (rd. 16 %). In Bezug auf andere Befragungen ist sowohl bei Einheimischen als auch Auswärtigen die vergleichbar häufige Nennung der Einkaufsatmosphäre als Grund für einen Einkauf zu nennen. Dies ist v. a. auf das insgesamt positive Stadtbild mit einer Vielzahl in historischen Gebäuden und insgesamt gepflegtem Gesamtbild der Altstadt zurückzuführen.

Gegen einen Einkauf in der Altstadt spricht sowohl für die Einheimischen als auch die Auswärtigen das Angebot (rd. 31 % bzw. 18 %). Daneben wird von den einheimischen Befragten z. T. eine fehlende Einkaufsatmosphäre (rd. 13 %) sowie eine mangelnde/r Service / Bedienung attestiert (rd. 11 %). Von auswärtigen Befragten werden v. a. die schlechten Parkmöglichkeiten als Argument gegen einen Einkauf in Recklinghausen angeführt (rd. 11 %), wobei dieser Wert im Vergleich zu anderen Befragungen eher gering ausfällt.

Insgesamt bewerten die Einheimischen die **Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten** in der Altstadt von Recklinghausen deutlich kritischer als die auswärtigen Kunden. Von den Einheimischen erhält die Altstadt eine Durchschnittsnote von rd. 2,6, während die Auswärtigen eine 2,4 vergaben. Insgesamt wird die Altstadt im Vergleich zu anderen Befragungen jedoch nicht schlechter bewertet.

Am schlechtesten schneiden hierbei die Themen Möblierung / Begrünung (Note 3,0 bzw. Note 2,9), gefolgt von der Auswahl / dem Angebot (Note 2,8 bzw. Note 2,6) ab. Am positivsten wurden die Themen Barrierefreiheit (Note 2,4 bzw. Note 2,1) sowie die Sauberkeit (Note 2,4 bzw. Note 2,2) bewertet.

Abbildung 16: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 1.107, alle Befragten
 GMA-Darstellung 2018, ggf. Rundungsdifferenzen

Rund 26 % der Befragten gaben an, dass sich die **Attraktivität** der Altstadt in den letzten Jahren erhöht hat. Demgegenüber attestieren jedoch 48 % der Altstadt eine Verschlechterung in den vergangenen Jahren. **Verbesserungen** werden im Bereich des Einzelhandels gesehen, wobei hier v. a. auf die Eröffnung des Palais Vest und das in diesem Zusammenhang größere Angebot an Geschäften hingewiesen wird. Darüber hinaus ist ein Großteil der Befragten (rd. 33 %) der Ansicht, dass sich das Stadtbild und die Stadtgestaltung in den vergangenen Jahren verbessert haben. Interessant ist, dass gleichzeitig rd. 92 % der Befragten eine **Verschlechterung** im Einzelhandel wahrgenommen haben. Meistgenannt wurden hier die Zunahme der Leerstände (rd. 47 %) sowie die Schließung des Anbieters Karstadt am Markt (rd. 17 %). Daneben nannten rd. 15 % der Befragten die Ansiedlung des Palais Vest als Grund für eine Verschlechterung der Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt.

Verbesserungsmöglichkeiten sehen die Befragten in der Altstadt im Einzelhandel v. a. im Bereich Bekleidung sowie bei der Ansiedlung eines Warenhauses, speziell Karstadt. Der Wunsch nach einem Warenhaus spiegelt sich zudem im Vorschlag der Befragten nach einer Ergänzung des Angebotes in den Sortimenten Haushaltswaren, Möbel und Einrichtung wider, da das weggefallene Warenhaus Karstadt u. a. diese Sortimente geführt hat. Weitere Verbesserungspotenziale werden im Bereich des Stadtbildes und der Aufenthaltsqualität gesehen. Insbesondere eine stärkere Begrünung der Altstadt wünscht sich ein Teil der Befragten.

6.2 Wesentliche Ergebnisse der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung

Für die Befragung der Einzelhändler und Schlüsselpersonen sind folgende wesentliche Aspekte festzuhalten:

- Für rund 33 % der befragten Händler ist eine **Altersnachfolge** im Betrieb noch nicht geregelt bzw. es ist noch kein Nachfolger vorhanden. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass damit ein relativ hoher Anteil noch keine klaren Regelungen zur Altersnachfolge aufweisen und es künftig darauf ankommen wird, Recklinghausen als Einzelhandelsstandort so zu stabilisieren bzw. aufzuwerten, dass er auch für auswärtige Einzelhändler als Geschäftsstandort infrage kommt.
- Insgesamt gaben rd. 31 % der befragten Einzelhändler an, mit ihrer **Geschäftsentwicklung** in den vergangenen fünf Jahren zufrieden zu sein, während 19 % mit der Entwicklung eher unzufrieden sind. Im Vergleich dazu gehen rd. 28 % der befragten Geschäftsleute von einer positiven **Entwicklung ihres Geschäftes in den nächsten fünf Jahren** aus, während rd. 39 % eine eher negative Entwicklung erwarten.
- Eine Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass sich die **Attraktivität der Altstadt** von Recklinghausen in den letzten 3 – 5 Jahren eher verschlechtert hat (rd. 62 %). Dies wird v. a. auf die steigende Zahl der Leerstände und Ladenschließungen, die sinkende Kundenfrequenz sowie die Auswirkungen des Palais Vest zurückgeführt. Verbesserungen in der Altstadt wurden v. a. im Bereich des Stadtbildes wahrgenommen.
- **Verbesserungsvorschläge** für die Altstadt werden v. a. in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Haushaltswaren angeführt. Darüber hinaus wünscht sich ein Teil der Befragten eine Verbesserung der Einkaufsatmosphäre / der Stadtgestaltung sowie der Etablierung von kostenlosen bzw. günstigeren Parkplätzen.

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Recklinghausen

1. Bevölkerungsprognose

Für den Zeitraum zwischen 2011 und 2016 ist wie in Kapitel I.6 dargestellt für die Stadt Recklinghausen ein Bevölkerungszuwachs von unter 1 % zu verzeichnen. Bis zum **Jahr 2025** ist für die Stadt Recklinghausen von einem Bevölkerungsrückgang um rd. 2 %³⁶ auszugehen.

2. Kaufkraftprognose für den Recklinghäuser Einzelhandel bis zum Jahr 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Stadt Recklinghausen bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen. Dies zeigt sich auch in der Entwicklung der vergangenen Jahre; während die Verbraucher die steigenden Anteile am Konsum für das Wohnen und sonstige Dienstleistungen verwenden, sank der Anteil des Einzelhandels an den Konsumausgaben seit den 90er Jahren stetig. Dieser Trend wird sich weiter fortsetzen.
- Dennoch steigen die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel nominal von derzeit ca. € 5.570 auf ca. € 5.617 im Jahr 2025. Dabei wird davon ausgegangen, dass das in den letzten Jahren erfolgte nominale Wachstum der Einzelhandelskaufkraft aufgrund der Zunahme des Onlinehandels deutlich verlangsamen wird.
- Die Bevölkerungszahl in Recklinghausen wird perspektivisch sinken; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2025 ist die zuvor dargestellte Prognose für die Stadt Recklinghausen (rd. 2 % Rückgang).

³⁶

Quelle: IT NRW Gemeindemodellrechnung, Basisjahr 2014. Dargestellt 2017 – 2025.

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Recklinghausen (Prognose)

Branchen	Kaufkraft in Mio. €	
	2017	2025
Nahrungs- und Genussmittel	237,6	239,2
Gesundheit, Körperpflege	47,3	48,7
Blumen, zoologischer Bedarf	16,2	16,4
kurzfristiger Bedarfsbereich	301,1	304,3
Bücher, Schreib-, Spielwaren	30,6	29,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	81,4	80,2
mittelfristiger Bedarfsbereich	112,0	109,4
Elektrowaren, Medien, Foto	62,7	62,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	70,8	70,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	57,6	57,7
Optik, Uhren, Schmuck	13,7	13,4
sonstige Sortimente*	32,6	32,7
langfristiger Bedarfsbereich	237,4	237,0
Kaufkraft insgesamt	650,5	650,7

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren);

GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

In der Stadt Recklinghausen kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von ca. 650,7 Mio. € gerechnet werden. Dies entspricht einer Stagnation der Kaufkraftentwicklung in den kommenden Jahren.

3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Recklinghausen konnte aufgezeigt werden, dass trotz der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten im Umland und der aktuellen Einzelhandelsausstattung noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Recklinghausen die in nachfolgenden Übersicht 2 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	- Quantitativ besteht bezogen auf größere Lebensmittelmärkte eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Stadtgebiet³⁷, wobei ein vergleichsweise hoher Besatz an kleinteiligen Anbietern (bspw. Bäckereien, Spezialanbieter, ethnische Lebensmittelanbieter, Getränkemärkte) vorhanden ist. - Neben drei SB-Warenhäusern verfügt Recklinghausen über eine Vielzahl an Supermärkten und Discounter, die jedoch z. T. vergleichsweise kleine Verkaufsflächen aufweisen. - In einzelnen Stadtteilen bestehen Versorgungslücken bzw. es ist kein ausgewogenes Verhältnis zwischen Vollsortimentern und Discounter vorhanden (vgl. Kapitel V., 4.).	- Ergänzung mit weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Spezialgeschäften (z. B. Feinkost), schwerpunktmäßig in der Altstadt von Recklinghausen sowie in dem Nebenzentrum und den Nahversorgungszentren. - Zudem ist eine Modernisierung der Anbieter in städtebaulich integrierten Lagen zur langfristigen Bestandssicherung anzustreben. Für Empfehlungen zu den einzelnen vorhandenen Anbietern ist auf Kapitel IV. 4. zu verweisen. Die Verträglichkeit von Modernisierungen ist in einer Einzelfallprüfung zu untersuchen. - Darüber hinaus bestehen in einigen Stadtteilen von Recklinghausen noch Ergänzungsmöglichkeiten (v. a. im Vollsortiment). Für genaue Ausführungen wird auch hier auf Kapitel IV. 4. verwiesen. - Keine weitere Entwicklung im nahversorgungsrelevanten Bereich an nicht integrierten Standortlagen, um vor dem Hintergrund der künftigen Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie der Angebotssituation die integrierten Lagen zu schützen.
Gesundheit, Körperpflege	- Aktuell sind drei Drogeriefachmärkte im Stadtgebiet ansässig, davon zwei Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt und ein Anbieter im Nebenzentrums Recklinghausen-Süd. - Im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt sind mehrere Parfümerien und Drogeriefachgeschäfte vorhanden. Auch die Nahversorgungszentren Suderwich (Isabella) und Ame-	- Vor dem Hintergrund der unterdurchschnittlichen Ausstattung mit Drogeriefachmärkten wären im Stadtraum Recklinghausen weitere Ansiedlungen anzustreben. - Eine Ansiedlung ist in den vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen vorzunehmen, wobei zur besseren räumlichen Verteilung v. a. die vorhandenen Nahversorgungszentren im Fokus stehen sollten (v. a. Nahversorgungszentrum Suderwich).

³⁷ rd. 380 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner, bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	landstraße (Quellberg Kosmetik) verfügen jeweils über einen kleinteiligen Anbieter. Darüber hinaus sind in den einzelnen Stadtteilen verschiedene Apotheken in überwiegend integrierter Lage vorhanden. Im Rahmen der Aufgabe des Anbieters Schlecker sind in Recklinghausen insgesamt 12 kleinteilige Drogeriemärkte weg gefallen, die auf das gesamte Stadtgebiet verteilt eine wichtige Versorgungsfunktion auch im Rahmen der fußläufigen Nahversorgung übernommen haben. Dies betraf u. a. die Stadtteile Hochlarmark (Westfalenstraße Nord und Süd), Suderwich (Kirchstraße und Sachsenstraße), König-Ludwig (Königstraße und Bergknappenstraße), Westviertel (Hertener Straße), Hillerheide (Heidestraße), Ostviertel (Dortmunder Straße), Nordviertel (Börster Weg), Süd (Bochumer Straße) und die Altstadt (Breite Straße). Der Nachholbedarf durch den Wegfall von Schlecker konnte zwar z. T. durch die Ausweitung der Randsortimente der Lebensmittelbetriebe (v. a. der SB-Warenhäuser) aufgefangen werden, dennoch besteht in Recklinghausen im Sortiment Drogeriewaren grundsätzlich Nachholbedarf.	
Blumen, zoologischer Bedarf	- Im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen sind mehrere Fachgeschäfte vorhanden, hierbei ist zu berücksichtigen, dass diese eher untergeordnet in den Nahversorgungszentren in Recklinghausen ansässig sind, jedoch schwerpunktmäßig innerhalb der integrierten Lagen liegen. - Das Angebot im zoologischen Bedarf wird durch vier größere Fachmärkte (Fressnapf im Stadtteil Süd und Hillerheide, Das Futterhaus im Oerweg, Pauls Mühle am Westring) sowie durch eine Vielzahl an kleinteiligen Anbietern, die sich auf das gesamte Stadtgebiet verteilen, sichergestellt. Mit Ausnahme des Fachmarktes Fressnapf in Hillerheide (Blitzkuhlenstraße) befinden sich alle Anbieter in integrierten Lagen.	Bei Schnittblumen / Zimmerpflanzen und im zoologischen Bedarf besteht kein akuter Handlungsbedarf, wobei es in Bezug auf die Nahversorgungszentren wünschenswert wäre, v. a. kleinteilige Anbieter im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen anzusiedeln.

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Bücher, Schreib- und Spielwaren	■ Insgesamt ist grundsätzlich ein ausgewogenes Angebot im Sortiment Zeitungen / Zeitschriften / Schreibwaren und Büchern in Recklinghausen vorhanden. Zeitschriften und Bücher werden durch verschiedene Fachanbieter und Kioske v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt angeboten (u. a. Thalia, Bücher Winkelmann, Bücher Musial). Darüber hinaus befindet sich auch im Nebenzentrum Recklinghausen-Süd eine Buchhandlung. ■ Schreibwaren werden ebenfalls v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt angeboten. Des Weiteren gibt es kleinteilige Anbieter im Nebenzentrum Recklinghausen-Süd, Nahversorgungszentrum Suderwich und in den Stadtteilen Röllinghausen und Nordviertel. Diese Anbieter befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen. Darüber hinaus ist in Recklinghausen auf den Fachmarkt Askania im Stadtteil Hillerheide (Am Stadion) in nicht integrierter Lage hinzuweisen. ■ Das Sortiment Spielwaren wird ebenfalls überwiegend im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt angeboten (u. a. Toys'R'Us, Intertoys, Playmobil, Sigi Kinderladen). Darüber hinaus gibt es im Stadtteil Hillen am Quellberg und an der Castroper Straße zwei kleinteilige Fachanbieter (Modellbahnen). Hierbei ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass das Sortiment Spielwaren auch als Randsortiment der SB-Warenhäuser zur Verfügung gestellt wird.	■ Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich. Eine Ansiedlung ist jedoch ausschließlich in den integrierten Lagen und bei großflächigen Anbieter nur in den zentralen Versorgungsbereichen vorzunehmen. Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.
Bekleidung, Schuhe, Sport	■ bei Bekleidung liegt quantitativ insgesamt eine gute Verkaufsflächenausstattung im gesamten Stadtgebiet vor; der Verkaufsflächenschwerpunkt befindet sich im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt. Darüber hinaus sind auch verschiedene kleinflächige Anbieter im Stadtteilzentrum Recklinghausen-Süd, im Nahversorgungszentrum Südlicher Bochumer Straße sowie in den integrierten Lagen ansässig. Insgesamt ist für Recklinghausen festzuhalten, dass lediglich	■ Sicherung des Angebotes in den zentralen Versorgungsbereichen, v. a. im zentralen Versorgungsbereich Altstadt. ■ Größeres Potenzial besteht noch im Bereich Sport, im Sortiment Bekleidung und ggf. Schuhe sind im klein- und mittel-flächigen Bereich noch Ergänzungen möglich. ■ Keine Ansiedlung von Fachmärkten mit diesem innerstädtischen (Leit-)Sortiment in nicht integrierten Standortlagen.

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	zwei größere Anbieter in nicht integrierter Standortlage vorhanden sind (Adler, Sonderstandort Herner Straße und Ruhrland Mode, Hochlarmarkstraße) und alle weiteren Anbieter als integrierte Anbieter eingestuft werden können. - Im Sortiment Sport sind ebenfalls verschiedene Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt ansässig (u. a. Jack Wolfskin, Intersport Voswinkel), wobei der Verkaufsflächenschwerpunkt sich in den nicht integrierten Lagen befindet. Im Stadtteil Hillerheide ist im Bereich Tiroler Straße der Fachmarkt Runners Point (Outlet) ansässig und am Stadion der Anbieter Teamsport Philipp. - Das Sortiment Schuhe wird ebenfalls überwiegend im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt angeboten, darüber hinaus sind zwei kleinflächige Anbieter im Nebenzentrum Recklinghausen-Süd und im Nahversorgungszentrum Suderwich vorhanden.	Eine Ansiedlung von großflächigen Anbieter sollte ausschließlich in zentralen Versorgungsbereichen erfolgen.
Elektrowaren, Medien, Foto	- Vor dem Hintergrund der negativen Verkaufsflächenentwicklung in den vergangenen Jahren besteht insgesamt eine eher unterdurchschnittliche Ausstattung, wobei jedoch ein Verkaufsflächenschwerpunkt v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt vorhanden ist und hier auf den großflächigen Anbieter Media Markt im Palais Vest hinzuweisen ist. Darüber hinaus sind verteilt auf das Stadtgebiet verschiedene kleinflächige Fachanbieter zu finden. - Eine wesentliche flächenintensive Ansiedlung in nicht integrierten Lagen besteht nicht. Hier ist lediglich auf die kleinteiligen Elektrogeschäfte (Vodafone, Hifonics) am Sonderstandort Herner Straße hinzuweisen.	- Eine Angebotsergänzung im Bereich Elektrowaren wäre in der Stadt Recklinghausen grundsätzlich wünschenswert. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die stark wachsenden Marktanteile des Onlinehandels unter Druck steht. Demnach lassen sich keine großen Potenziale für die Ansiedlung eines Unterhaltungselektronikmarktes ableiten. - Keine Ansiedlung von großflächigen Anbietern mit zentrenrelevanten Sortiment außerhalb der Innenstadt.
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Im Bereich Möbel insgesamt grundsätzlich gute Ausstattung, hier ist insbesondere auf das Möbelhaus Ostermann am Sonderstandort Ortloh hinzuweisen. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene kleinere Möbelhäuser, u. a.	Grundsätzlich wäre vor dem Hintergrund der Aufgabe des Anbieters Karstadt im Bereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien, v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt eine Diversifizierung möglich.

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	Casa Mia in der Hochstraße, Der Fuchs Wohnstudio in der Alten Grenzstraße und Möbel Tönnis in der Schulstraße. Im Bereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien sind verschiedene Anbieter in der Altstadt (u. a. Depot, Xenos, Betten Korten, Castello Wohndesign, Kampmanns) und im Nebenzentrum Recklinghausen-Süd (u. a. Betten Sandner, Kodi, Liva Export) ansässig. Insgesamt besteht damit in Recklinghausen zwar ein Angebot, jedoch ist hierbei auch die Aufgabe des Anbieters Karstadt in der Altstadt zu berücksichtigen. Dieser wies auch auf einen vergleichsweise großen Verkaufsflächenanteil an Heimtextilien und Haushaltswaren auf.	Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass durch die Möbelfhäuser in Recklinghausen und im Umland die Potenziale deutlich eingeschränkt werden.
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Im Vollsortiment ist im Wesentlichen auf die Anbieter Hellweg, OBI und Raiffeisenmarkt hinzuweisen. Darüber hinaus ergänzen verschiedene Spezialanbieter wie beispielsweise Blumen Risse, Malerbetrieb Pocholeck, Sanitär Gutzeit, Fliesen Store Recklinghausen das Angebot.	Ausbau des bestehenden Angebotes, Ergänzung um weitere Anbieter möglich. Darüber hinaus ist grundsätzlich eine Verlagerung der integrierten, flächenintensiven Angebotsformen an nicht integrierte Standortlagen denkbar, wobei jedoch derzeit keine geeigneten Grundstücke zur Verfügung stehen.
Optik, Uhren / Schmuck	Quantitativ und qualitativ angemessene Ausstattung mit einer guten räumlichen Verteilung und einem Angebotschwerpunkt in den zentralen Versorgungsbereichen.	Kein dringender Handlungsbedarf.
sonstige Sortimente	Hier ist v. a. auf die vorhandenen Anbieter im Bereich Autoteile, Fahrräder und sonstige Sportartikel hinzuweisen sowie auf die verschiedenen vorhandenen Sonderpostenmärkte und Nonfooddiscounter.	- Insgesamt besteht kein akuter Handlungsbedarf, eine Ergänzung im Bereich Fahrrad- / Sportanbieter ist jedoch grundsätzlich noch möglich. - Lenkung der Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment auf die zentralen Versorgungsbereiche.

GMA-Empfehlungen 2018

Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf der Bestandssicherung und ggf. Modernisierung liegen.

IV. Einzelhandelskonzept Recklinghausen

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Recklinghausen ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

/ Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Recklinghausen

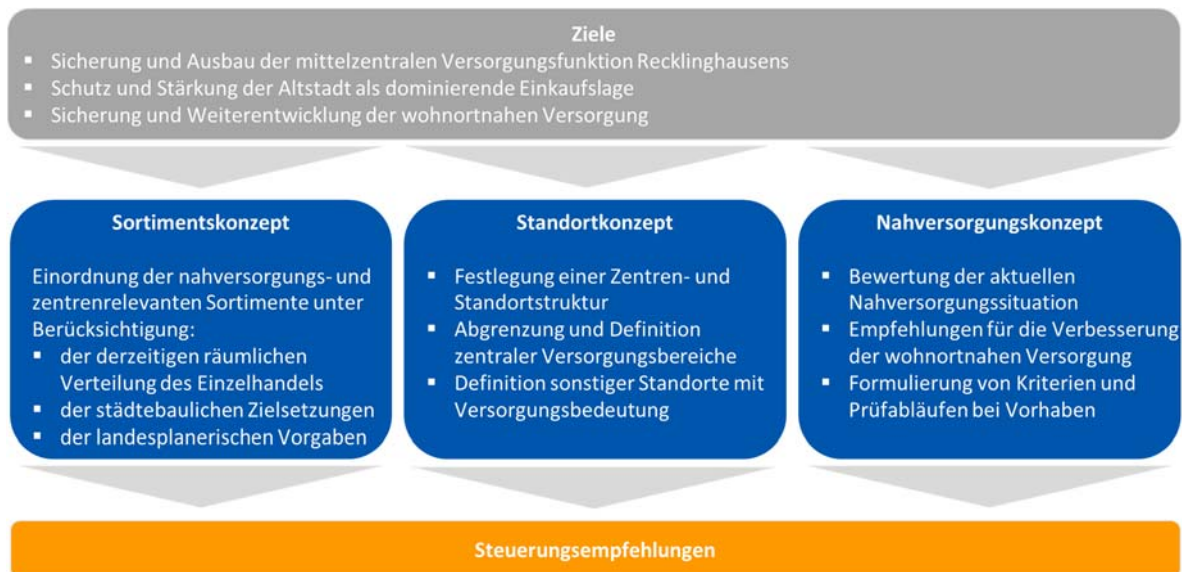
- Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf (siehe Übersicht 2)
- Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung

/ Schutz und Stärkung der Altstadt als dominierende Einkaufslage

- Stärkung der Altstadt gegenüber nicht integrierten Standorten
- Sicherung und Ausbau der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt der Altstadt, auch unter Berücksichtigung der vorhandenen Altstadt-Quartiere
- Schaffung von Investitionssicherheit in der Altstadt

/ Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels

- Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
- Sicherung und ggf. Stärkung der vorhandenen integrierten Lebensmittelmärkte
- Verbesserung der Nahversorgung in bisher unterversorgten Stadtteilen unter Berücksichtigung der vorhandenen Einwohnerzahl und Wettbewerbsstrukturen

Abbildung 17: Ziele des Einzelhandelskonzeptes

GMA-Darstellung 2018

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 17):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die städtebauliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels (vgl. Kapitel IV., 2.).
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB, § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert (vgl. Kapitel IV., 3.).
- Nahversorgungskonzept:** Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden die einzelnen Stadtteile der Stadt Recklinghausen hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt und Empfehlungen zum Ausbau der verbraucher-nahen Versorgung formuliert (vgl. Kapitel IV., 4.).

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentli-

chen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

 In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse³⁸ ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, die stets als zentrenrelevant anzusehen sind. Gemäß LEP NRW prägen diese Sortimente in besonderem Maße die Angebotsstrukturen nordrhein-westfälischer Innenstädte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und tragen aufgrund ihrer Magnetfunktion zu einer Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.

Folgende Sortimente sind demnach stets **zentrenrelevant**:

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

³⁸ Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).
- Darüber hinaus können ortsspezifische Sortimentslisten weitere zentrenrelevante Sortimente ausweisen. Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, die sich positiv auf die städtebauliche Attraktivität der Zentren auswirken. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und auf Basis der GMA-Erfahrung erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Räumliche Verteilung sowie städtebauliche Zielsetzungen	Anteil der Verkaufsfläche / in den zentralen Versorgungsbereichen, städtebauliche Zielsetzungen
2. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	breite Zielgruppenansprache, Beitrag zu einem vielfältigen Branchenmix
3. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, Erhöhung der Besucherfrequenz
4. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten und anderen Nutzungen des Zentrums
5. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
6. Flächenbedarf	Warenpräsentation, Verkaufsflächenbedarf

GMA-Darstellung 2018

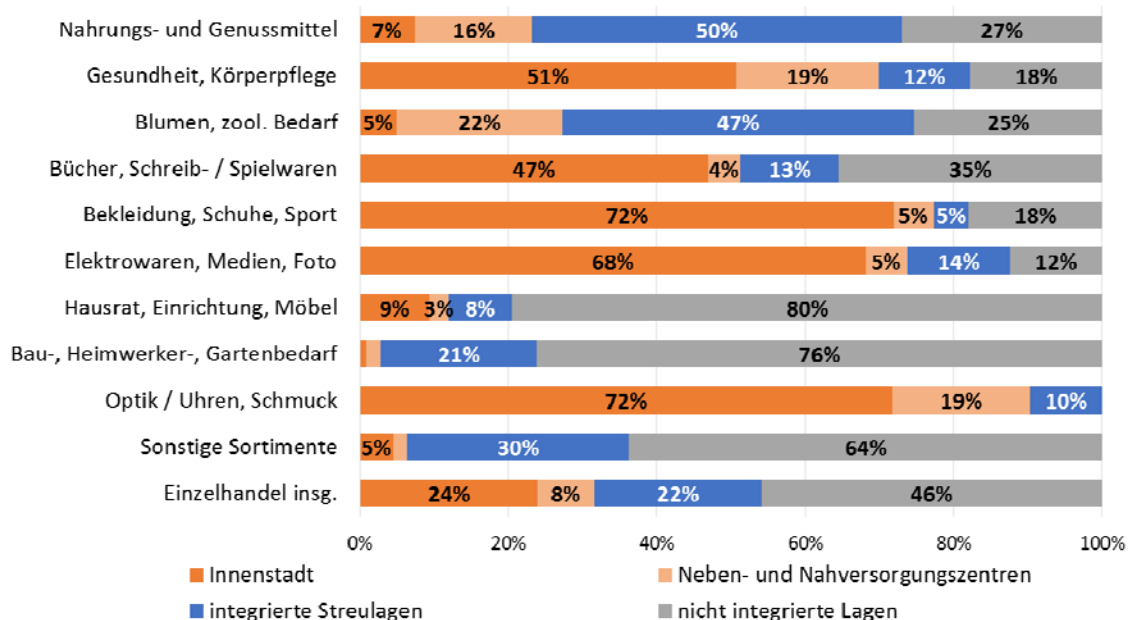
Als erstes Bewertungskriterium ist die aktuelle **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die stadtpolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Recklinghausen bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen können.

Als zweites Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Sortiments. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zentrenrelevante Sortimente eine breite Zielgruppe ansprechen und zu einem vielfältigen Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen.

Das dritte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- Als viertes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. In der Regel ist bei einer hohen Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.
- Das fünfte Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das sechste Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

Abbildung 18: Verteilung der Sortimente in der Stadt Recklinghausen nach Lagekategorien*



GMA-Erhebung April / Mai 2017 und -Darstellung 2018 / Lageverteilung nach Sortimenten im Detail siehe Anhang, Kapitel VI.

2.3 Recklinghäuser Sortimentsliste

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Recklinghausen dar. Die einzelnen

Sortimente wurden gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten in Recklinghausen den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Anhang Kapitel VI).

Die Aktualisierung der Sortimentsliste der Stadt Recklinghausen berücksichtigt die Sortimentszuordnungen der Liste des Jahres 2012, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Recklinghausen, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechung sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wird. Hierbei wurden im Einzelfall Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft wurden, aber nach den aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Liste der zentrenrelevanten Sortimente in Recklinghausen herausgenommen.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Übersicht 4: Recklinghäuser Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
- Sanitätswaren, <u>medizinische, orthopädische Artikel</u> - <u>pharmazeutische Artikel</u> - <u>Papier-/ Schreibwaren</u> - <u>Bücher</u> - <u>Spielwaren</u> - Bastelartikel, <u>Bürobedarf</u> - <u>Bekleidung</u> (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), <u>Wäsche</u> - <u>Schuhe, Lederwaren</u> - <u>Sportbekleidung, -schuhe, -artikel</u> (ohne Angelartikel, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte) - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, <u>Korbwaren</u> - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Haus-/ Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Badtextilien - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie z. B. Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - <u>Uhren, Schmuck</u> - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)</u> - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie z. B. Mixer, Bügeleisen) (ohne Elektrogroßgeräte) - Campingartikel (ohne Großgeräte)	- Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und-zubehör, Dekorationsstoffe, dekorative Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen - Möbel, Antiquitäten, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel - Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Berufsbekleidung (ohne Businesskleidung) - Erotikartikel - Sportgroßgeräte - Reitsportartikel (inkl. Funktions- / Turnierbekleidung, ohne Freizeitbekleidung) - Angelartikel, Jagdartikel (inkl. Funktionsbekleidung, ohne Freizeitbekleidung) - Auto- / Motorradzubehör, Motorradbekleidung - Kinderwagen, Autokindersitze - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen (Großgeräte wie z. B. gewerbliche Aktenvernichter, Multifunktionsdrucker)
Nahversorgungsrelevante Sortimente - <u>Nahrungs- und Genussmittel</u>, Getränke, Tabak-, Reformwaren - <u>Gesundheits- und Körperpflegeartikel</u> (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anhang 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2018

Die Recklinghäuser Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2012 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- Die Recklinghäuser Liste 2012 weist **Elektrogroßgeräte** als zentrenrelevant aus. Abweichend von dieser Zuordnung wird nun die Zuordnung der Elektrogroßgeräte zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Dieses Sortiment wird derzeit neben dem Möbelhaus Ostermann am Sonderstandort Ortloh und wenigen kleinteiligen Anbietern auch von dem Anbieter Media Markt im zentralen Versorgungsbereich der Altstadt geführt. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass dieses Sortiment im Media Markt nur ein Teilsortiment darstellt und auf vergleichsweise kleiner Fläche angeboten wird. Das Sortiment spielt für die Besucherfrequenz bzw. Prägung des zentralen Versorgungsbereiches keine nennenswerte Rolle, so dass vor dem Hintergrund der allgemeinen Marktentwicklung in dieser Branche eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.
- Das Sortiment **Angelartikel, Jagdartikel** wird in Recklinghausen in den zentralen Versorgungsbereichen nicht angeboten und trägt damit nicht wesentlich zur Prägung der zentralen Versorgungsbereiche bei. Kopplungseffekte mit den innenstadtrelevanten Sortimenten und eine Magnetfunktion des Sortiments bestehen nicht. Aufgrund der hohen Spezialisierung und der geringen Zielgruppenansprache weisen die Waren keine Anziehungskraft für einen zentralen Versorgungsbereich auf. Demnach wird auch hier eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen.
Hierbei ist zu berücksichtigen, dass in Bezug auf die Sortimente **Angelartikel und Reit-sportartikel** zwischen einfacherer Freizeitbekleidung und speziellerem Sportbedarf unterschieden werden muss. Die klassische Freizeitbekleidung ist den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Im Folgenden werden zunächst kurz die Funktionen von zentralen Versorgungsbereichen erläutert.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und

wurde i. R. der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche³⁹:

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen:

³⁹ vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus⁴⁰: „ ... sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“
- In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es⁴¹: „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt“ (BVerwG 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.
- Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012⁴² präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit

⁴⁰ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

⁴¹ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.

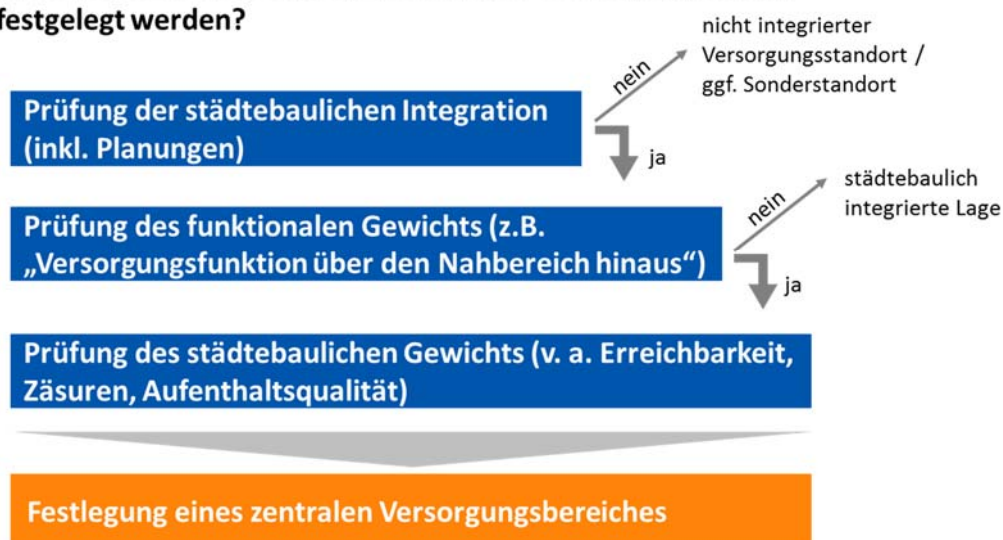
⁴² vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

„über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009⁴³ verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat⁴⁴. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst⁴⁵.

Abbildung 19: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Kann eine Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich festgelegt werden?



GMA-Darstellung 2018

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsfunktion abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereiches besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsgebiet wohnenden Bevölkerung. **Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen**

⁴³ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁴⁴ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

⁴⁵ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

Zusammenfassend ist der zentrale Versorgungsbereich somit ein schützenswerter Bereich, der sich im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB nachvollziehbar aus den eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen⁴⁶ (=faktischer zentraler Versorgungsbereich) bzw. aus planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen und sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepten) ergibt.

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune beschlossen werden als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁴⁷ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁴⁸

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist weitestgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten. In Einzelfällen wurde von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Grundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken. Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist die räumliche Konzentration von Versorgungseinrichtungen maßgeblich. Außer dem Einzelhandel sind hier auch Komplementärnutzungen (Dienstleister, Ärzte, Banken, Post, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen etc.) zu betrachten.

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sind folgende Kriterien bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen:

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)

⁴⁶ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁴⁷ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁴⁸ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// sofern notwendig: die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches (Flächenpotenziale für Neuansiedlungen oder Verlagerungen bestehender Anbieter zur Stärkung des Zentrums).

Während die in Abbildung 20 aufgeführten Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten, handelt es sich bei anderen Kriterien (bspw. Vorhandensein von Entwicklungs- und Potenzialflächen, Anteil der Komplementärnutzungen) um ergänzende Voraussetzung, die grundsätzlich abgewogen werden können. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Recklinghausen zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail der nachfolgenden Abbildung 20 zu entnehmen.

Abbildung 20: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen	
Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
/// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus /// Handelsbesatz mit Magnetfunktion /// Branchenmix und Fristigkeit /// Betriebstypenmix /// ergänzender, kleinteiliger Handel, Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistung, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“) /// Dichte, Nähe, Längenausdehnung /// Wettbewerbssituation im Umfeld /// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage /// Entwicklungs- und Flächenpotenziale	/// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// Pkw-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)

GMA-Darstellung 2018

3.2 Zentren- und Standortstruktur Recklinghausen

Unter Berücksichtigung der Kriterien wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt (vgl. Abbildung 21):

- /// Der **zentrale Versorgungsbereich** der **Altstadt Recklinghausen** übernimmt gesamtstädtische und z. T. regionale Versorgungsfunktionen. Der Angebotsschwerpunkt liegt entsprechend der Versorgungsfunktion der Altstadt im mittelfristigen Bedarfsbereich, der ergänzt wird durch Angebote im kurz- und langfristigen Bedarfsbereich.

- Demgegenüber ist das **Nebenzentrum Süd** stark auf die Versorgung der Bevölkerung im südlichen Stadtgebiet ausgerichtet. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im kurzfristigen Bedarfsbereich, der eine maßgebliche Rolle für die Belebung des Zentrums spielt. Ergänzt wird das Angebot durch Betriebe mit mittel- und langfristigen Sortiment.
- Darüber hinaus befinden sich in den Stadtteilen Süd, Hochlarmark (Westfalenstraße, Karlstraße), Suderwich, Hillen und Hillerheide⁴⁹ **Nahversorgungszentren**, die einen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweisen und die Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs übernehmen. Ergänzt wird das Angebot vereinzelt durch kleinteilige Betriebe mit zentrenrelevanten oder nicht zentrenrelevanten Sortimenten.
- In **Hochlar, Hochlarmark, Westfalenstraße Süd** und **Suderwich Sachsenstraße** wurden im Einzelhandelskonzept 2012 weitere Nahversorgungszentren sowie in **Hochlarmark Karlstraße** und in **Röllinghausen** geplante Nahversorgungszentren ausgewiesen. Auf Basis der derzeitigen Rechtsprechung und insbesondere aufgrund der fehlenden Versorgung der Standorte über ihren unmittelbaren Nahbereich hinaus können diese Lagen nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden:
 - Im Bereich **Hochlar** kann auf Basis der faktischen Prägung kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Die Lage weist seit dem Wegfall des Anbieters Edeka keinen größeren Lebensmittelmarkt mehr auf. Die ansässigen kleinteiligen Anbieter (Bäckerei, Apotheke, Kiosk, Tiernahrungsfachgeschäft) können keine Versorgungsfunktionen über den unmittelbaren Nahbereich hinaus übernehmen. Insgesamt sind hier nur noch vier Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 250 m² ansässig.

⁴⁹ Bei dem Nahversorgungszentrum Hillerheide-Heidestraße handelt es sich um einen perspektivischen zentralen Versorgungsbereich, der in Verbindung mit der Entwicklung der vorhandenen Potenzialfläche für einen größeren Lebensmittelanbieter ausgewiesen wird.

Karte 3: Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hochlar

GMA-Darstellung 2018

- Im Stadtteil Hochlarmark im Bereich Westfalenstraße / Holzstraße wies das Einzelhandelskonzept 2012 ebenfalls ein Nahversorgungszentrum (**Hochlarmark Westfalenstraße-Süd**) aus. Der Standort umfasst heute jedoch nur noch kleinteiligen Einzelhandel und ergänzende Komplementärnutzungen. Insgesamt sind hier acht Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 470 m² Verkaufsfläche ansässig. Der ehemalige Standort des Netto-Lebensmitteldiscounters steht leer. Vor dem Hintergrund des geringen Besatzes kann der Besatz nicht mehr über den unmittelbaren Nahbereich hinaus versorgen, weswegen der Standort nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden kann.

Karte 4: Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hochlarmark Westfalenstraße Süd

GMA-Darstellung 2018

- Der Bereich **Suderwich Sachsenstraße** umfasst acht Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 680 m². Seit 2012 ist eine negative Entwicklung festzustellen, so dass heute als einziger größerer Betrieb der Frischemarkt mit weniger als 500 m² Verkaufsfläche zu nennen ist. Aufgrund des Fehlens eines wesentlichen Magnetbetriebes kann dieser Standort nicht mehr die Versorgung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus einnehmen. Im direkten Umfeld sind derzeit keine Potenzialflächen vorhanden, die zeitnah eine Ansiedlung möglich machen würden. Vor diesem Hintergrund ist zu empfehlen, den Bereich nicht mehr als Nahversorgungszentrum auszuweisen.

Karte 5: Ehemaliges Nahversorgungszentrum Suderwich Sachsenstraße


GMA-Darstellung 2018

- Im Bereich **Hochlarmark Karlstraße** befinden sich sechs Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 m². Der Standort konnte sich gegenüber 2012 zwar durch die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters Netto positiv entwickeln, jedoch erfüllt dieser nicht die Voraussetzungen für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches. Der Lebensmitteldiscounter Netto weist rd. 750 m² Verkaufsfläche auf und kann damit zwar die Bevölkerung in den direkt angrenzenden Siedlungsgebieten z. T. versorgen, eine Versorgungsbedeutung über den unmittelbaren Nahbereich können die Einzelhandelsnutzungen in der Karlstraße – auch aufgrund ihrer Lage abseits größerer Verkehrsträger – jedoch nicht entfalten.

Karte 6: Ehemaliges geplantes Nahversorgungszentrum Hochlarmark Karlstraße



- Im Stadtteil **Röllinghausen** war 2012 im Bereich Niederstraße ein geplantes Nahversorgungszentrum ausgewiesen. Aktuell befinden sich hier 4 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 150 m². Somit obliegt dem Standort keine wesentliche Einzelhandelsfunktion.

Aus diesem Grund besteht für diese Lagen kein Schutz im Sinne des Bau- und Planungsrechtes als zentrale Versorgungsbereiche, dennoch ist für diese Nahversorgungsstandorte ein hohes Augenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. -erweiterung zu legen. Um größere Konkurrenzwirkungen zu den bestehenden zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen, ist bei möglichen Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen eine Einzelfallprüfung mit dem Nachweis der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit erforderlich.

- Bei den **Sonderstandorten Herner Straße** und **Ortloh** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte mit überwiegend mittelgroßen und großflächigen Fachmärkten⁵⁰. Sie weisen einen Besatz mit Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf (z. B. Bau- / Heimwerkermarkt, Möbel, Teppiche); auf der anderen Seite sind hier – im Fall des Sonderstandortes Herner Straße – Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittel, Bekleidung) zu finden. Aufgrund der nicht integrierten Lage sind diese Standorte **nicht als zentrale Versorgungsbereiche** auszuweisen.
- Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte einzustufen sind.

⁵⁰ Die Darstellung der Sonderstandorte dient lediglich der kartografischen Verortung, ist jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen.

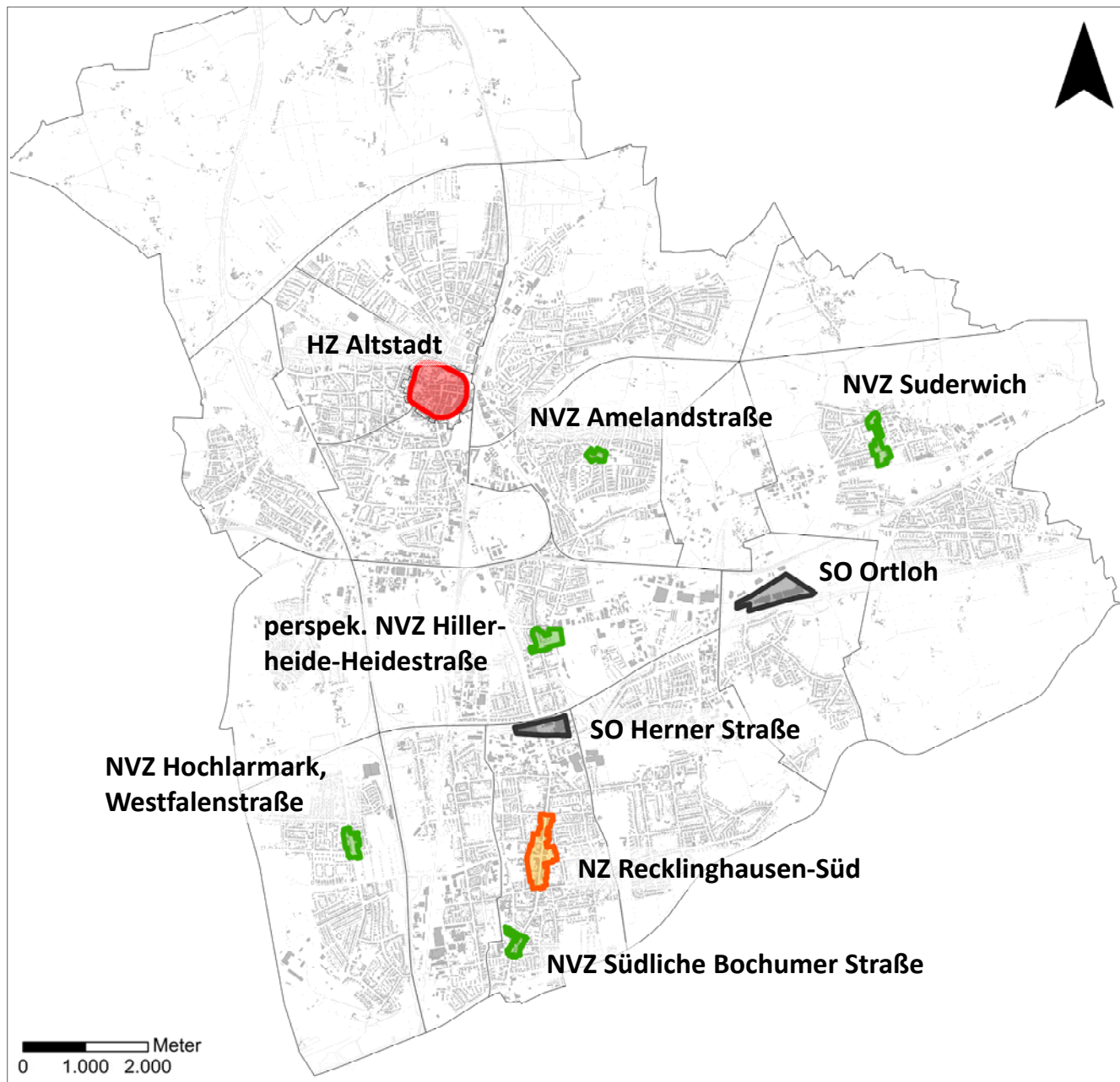
Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl städtebaulich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch nicht integrierte Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen. Die Standorte Rewe – Ihr Kaufpark (Dieselstraße) und Marktkauf, Netto, Lidl (Castroper Straße) wurden im Einzelhandelskonzept 2012 als sog. Ergänzungsstandorte bezeichnet. Bei dem **Standort Dieselstraße** (Rewe – Ihr Kaufpark) handelt es sich um einen nicht integrierten Standort der Lebensmittelversorgung und ist demnach unter den nicht integrierten Lagen zu subsumieren (vgl. Kapitel IV. 5.2.2). Der **Standort Castroper Straße** weist ebenfalls nur geringen Wohngebietsbezug auf und ist vor dem Hintergrund der Wettbewerbswirkungen auf die Nahversorgungszentren Amelandstraße und Suderwich nicht weiterzuentwickeln (vgl. auch Kapitel IV. 5.2.3). Zur Einordnung der weiteren vorhandenen Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet in städtebaulich integrierte Lagen und nicht integrierten Lagen wird auf das Nahversorgungskonzept verwiesen (Kapitel IV. 4.).

Abbildung 21: Zentren- und Standortstruktur Recklinghausen

Hauptzentrum	▪ Altstadt	Zentrale Versorgungsbereiche gemäß gemäß § 1 Abs. 6 BauGB,
Nebenzentrum	▪ Recklinghausen-Süd	
Nahversorgungszentren	▪ Südliche Bochumer Straße ▪ Hochlarmark-Westfalenstraße ▪ Suderwich ▪ Amelandstraße ▪ Hillerheide-Heidestraße*	§ 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO
städttebaulich integrierte Lagen	▪ Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht	wohnortnahe, im Wesentlichen fußläufig erreichbare Standorte der Nahversorgung
Sonderstandorte	▪ Herner Straße ▪ Ortloh	autokundenorientierter Standort des i. W. großflächigen Einzelhandels
städttebaulich nicht integrierte Lagen	Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug	

* = perspektivisch / GMA-Darstellung 2018

Karte 7: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Recklinghausen



Zentrale Versorgungsbereiche

 Hauptzentrum (HZ)

 Nebenzentrum (NZ)

 Nahversorgungszentrum (NVZ)

Keine zentralen Versorgungsbereiche

 Sonderstandort (SO)

Kartengrundlage: Stadt Recklinghausen, GMA-Bearbeitung 2018

3.3 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Recklinghausen

3.3.1 Hauptzentrum Altstadt Recklinghausen

Einwohner ⁵¹	31.10.2016
■ Innenstadt Recklinghausen	1.746
■ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

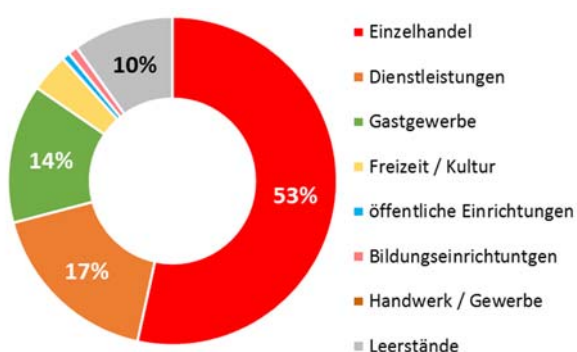
Versorgungsgebiet: gesamtes Recklinghäuser Stadtgebiet mit rd. 120.150 Einwohnern, z. T. überörtliches Einzugsgebiet

Ausstattung

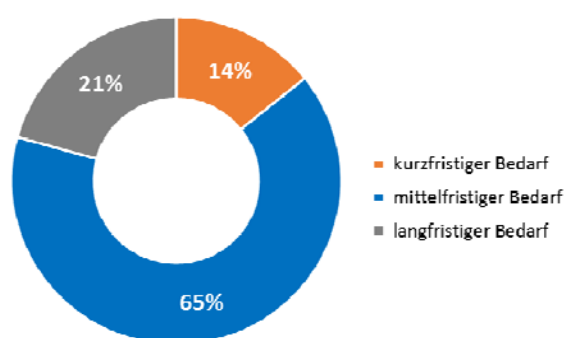
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	43	15	4.345	8
Gesundheit, Körperpflege	20	7	3.090	6
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3	1	260	< 1
kurzfristiger Bedarfsbereich	66	23	7.695	14
Bücher, Schreib-, Spielwaren	11	4	2.555	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	108	38	32.645	60
mittelfristiger Bedarfsbereich	119	42	35.200	65
Elektrowaren, Medien, Foto	15	5	3.925	7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	33	12	4.895	9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	3	1	330	1
Optik, Uhren, Schmuck	35	12	1.725	3
sonstige Sortimente*	10	4	310	1
langfristiger Bedarfsbereich	96	34	11.185	13
Einzelhandel insgesamt	281	100	54.080	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



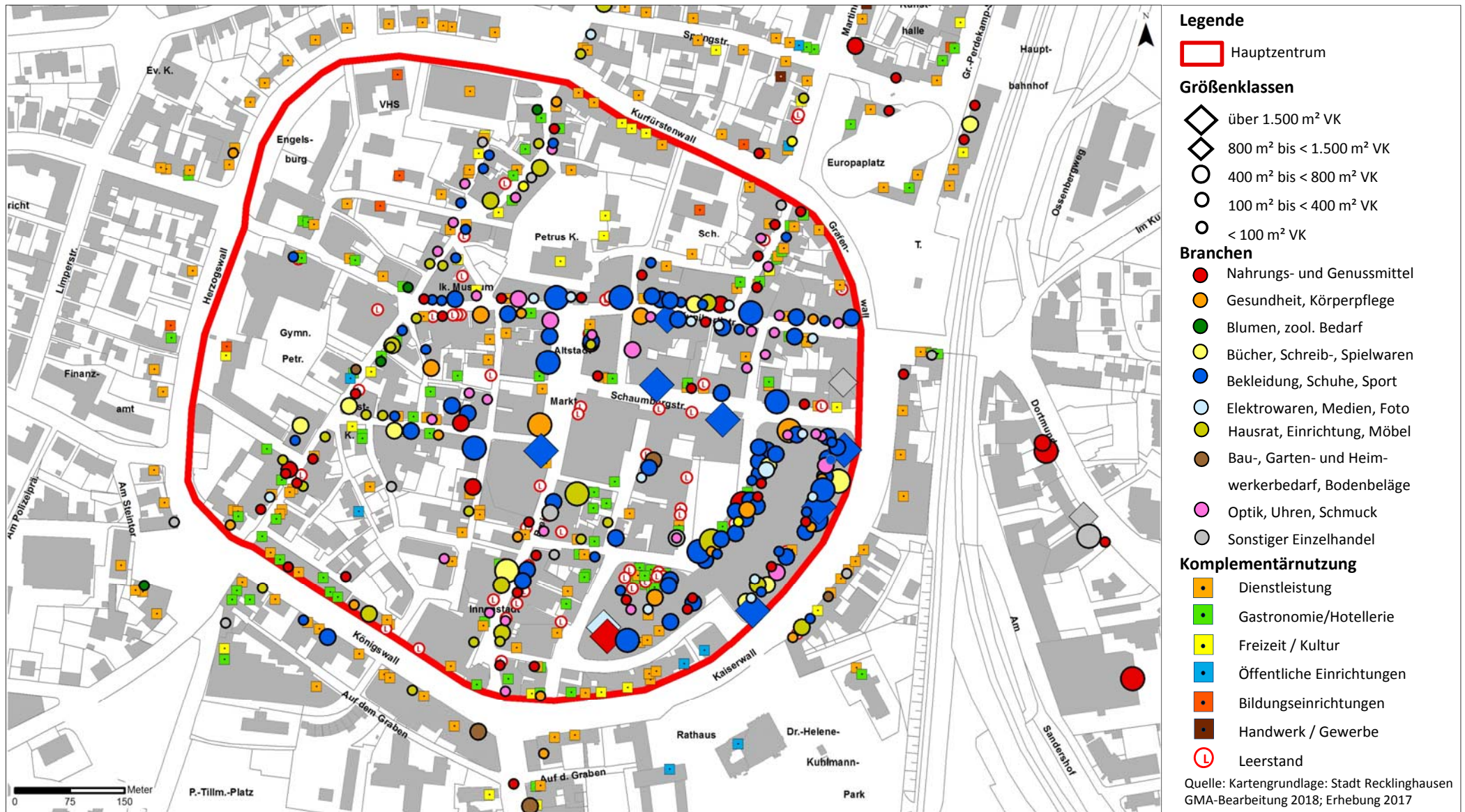
Anzahl der Leerstände: 52

strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

■ größer 1.500 m ²	P&C, C&A, TK Maxx, Kaufland, Media Markt, Hettlage Fashion, H&M u.v.m.
■ 800 bis unter 1.500 m ²	Woolworth, Black.de
■ 400 bis unter 800 m ²	Intersport, Nückel Mode, CCC, Toys'R'Us, Depot, dm, Deichmann u.v.m.
■ bis unter 400 m ²	u. a. verschiedene Schuhfachgeschäfte und -märkte, Buchhandlungen, Elektrowarenfachgeschäfte, Optiker, Bekleidungsfachgeschäfte

⁵¹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 8: Hauptzentrum Altstadt Recklinghausen



Räumliche Situation

-  Die **Altstadt von Recklinghausen** erstreckt sich im Wesentlichen auf den Wallbereich.
-  Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** befindet sich zum einen mit dem Einkaufszentrum Palais Vest im südöstlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches. Das Einkaufszentrum eröffnete im September 2014 und weist einen Schwerpunkt in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren auf. Ein zweiter Schwerpunkt des Einzelhandels befindet sich im Bereich der Kunibertstraße, dem Holzmarkt und dem Marktplatz. In der südlich vom Marktplatz abgehenden Breite Straße sind auch verschiedene Einzelhandelsbetriebe ansässig, wobei hier der Anteil der ergänzenden Komplementärnutzungen und z. T. Leerstände zunimmt. Das sog. Westquartier umfasst die Große Geldstraße, die Heilige-Geist-Straße und die angrenzenden Seitenstraßen. Das Quartier zeichnet sich v. a. durch kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandel mit einem umfassenden Branchenmix aus, der ergänzt wird durch verschiedene Komplementärnutzungen (v. a. gastronomische Einrichtungen). Das im nordwestlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches vorhandene Quartier Krim wird ebenfalls v. a. durch inhabergeführten Einzelhandel geprägt und durch Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt. Zudem nimmt hier der Anteil der Wohnnutzungen zu.
-  Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches beträgt in Ost-West- und Nord-Süd-Richtung ca. 600 m. Die Bereiche jenseits des Walls weisen keine fußläufige Erlebbarkeit und funktionale Anbindung an die Kernbereiche der Innenstadt auf, da im Bereich des Kaiserwalls, Grafenwalls und Kurfürstenwalls der Pkw-Verkehr stark zunimmt. Darüber hinaus sind hier nur noch wenige Einzelhandelsnutzungen vorhanden und der Anteil an Komplementärnutzungen (u. a. Dienstleistungen, öffentliche Einrichtungen) nimmt zu. Die hier vorhandenen Einzelhandelsnutzungen sind überwiegend den nicht zentrenrelevanten Sortimenten (u. a. Teppiche, Motorrad-, Berufsbekleidung) zuzuordnen, sodass diese auch nicht zur Prägung des zentralen Versorgungsbereichs beitragen. Die Bereiche außerhalb des Walls werden daher – im Vergleich zum Einzelhandelskonzept 2012 – nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.
-  Im zentralen Versorgungsbereich befinden sich in den Nebenlagen und Hauptlagen **mehrere Leerstände**; somit weist dieser damit funktionale Schwächen auf. Hier ist im Wesentlichen auf den Leerstand des ehemaligen Warenhauses Karstadt⁵² am Marktplatz, die verschiedenen Leerstände im Bereich der Kunibertstraße / Am Holzmarkt, in der Breite Straße und im Einkaufszentrum Palais Vest hinzuweisen. Aufgrund der verfügbaren Flächen innerhalb der Hauptgeschäftszone und den Nebenlagen wird demnach keine weitere explizite **Potenzialfläche** in der Innenstadt ausgewiesen. Ziel der Entwicklung sollte die Nachnutzung der vorhandenen Leerstände sein.

Angebots- und Nachfragesituation

-  Mit insgesamt **281 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 54.100 m² Verkaufsfläche** weist die Altstadt die größte Einzelhandelsbedeutung innerhalb der Stadt Recklinghausen auf.
-  In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Hauptzentrums sichern das SB-Warenhaus Kaufland, verschiedene ethnische Lebensmittelmärkte, ein Reformhaus, Feinkostanbieter, verschiede-

⁵²

Aktuell wird das Areal zum sog. „Markt Quartier“ als mischgenutzte Immobilie mit Einzelhandel (Aldi Lebensmitteldiscounter), Gastronomie, Hotellerie, betreutem Wohnen, Büro und Kindertagesstätte entwickelt.

dene Bäckereien und Metzgereien, die Drogeriemärkte dm, Parfümerien sowie mehrere Apotheken und Floristen die Nahversorgung⁵³. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 14 % der Verkaufsfläche. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt jedoch mit rd. 65 % im **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit Anbietern in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung, Schuhe und Sport. Auf den **langfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 21 % der Verkaufsfläche. Hier ist v. a. auf Anbieter in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik, Uhren, Schmuck hinzuweisen.

-  Als wesentliche **großflächige Magnetbetriebe innerhalb des Hauptzentrums sind die Anbieter** Peek & Cloppenburg, Hettlage Fashion⁵⁴, TKMaxx sowie die großflächigen Anbieter innerhalb des Einkaufszentrums Palais Vest (C&A, Media Markt, Kaufland, H&M, Reserved) zu nennen. Darüber hinaus befinden sich auch in der Kunibertstraße verschiedene größere Einzelhandelsbetriebe (Woolworth, Black.de, S.Oliver, Klauser Schuhe & Sport). Ansonsten wird das Zentrum im Wesentlichen durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt, der mit mittelgroßen Anbietern durchmischt ist. Rd. 83 % der Betriebe weisen Verkaufsflächen von bis zu 200 m² auf. Mittelgroße (200 – 800 m² Verkaufsfläche) und großflächige Betriebe (mehr als 800 m² Verkaufsfläche) sind mit insgesamt 17 % vertreten.
-  Seit 2012 ist die Anzahl der mittelgroßen und großflächigen Betriebe infolge der Errichtung des Einkaufszentrums Palais Vest leicht gestiegen. Insgesamt besitzt die Innenstadt von Recklinghausen damit eine grundsätzlich gute Mischung aus kleinteiligen Strukturen und mittel- / großflächigen Magnetbetrieben. Die vorhandene Kleinteiligkeit prägt die Identität und das Image der vorhandenen Quartiere und ist als positiv zu bewerten, da ausreichend größere Flächen vorhanden sind. Auch für etwaige Neuansiedlungen bestehen vor dem Hintergrund der Leerstände (u. a. ehemaliger Karstadt, ehemaliger SinnLeffers Breite Straße) ausreichend groß- und mittel-flächige Potenziale.
-  Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für das gesamte Recklinghäuser Stadtgebiet und z. T. auch für die Umlandstädte Marl, Herten, Oer-Erkenschwick und untergeordnet Gelsenkirchen-Buer und Herne, die verkehrlich gut an die Recklinghäuser Altstadt angebunden sind. Eine stärkere Einkaufsorientierung der weiter entfernt liegenden Städte und Gemeinden kann aufgrund der vorhandenen Wettbewerbsstandorte in den angrenzenden Mittel- und Oberzentren nicht abgeleitet werden.
-  Das Einzelhandelsangebot wird durch diverse **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen (u. a. Ärzte, Friseure, Banken, Versicherungen, Rechtsanwälte, Reisebüros), Gastronomieangebote (u. a. Restaurants / Bistros, Eiscafés, Imbisse), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Kirchen, Museen) sowie Bildungseinrichtungen und Öffentliche Einrichtungen (u. a. Diakonie, Volkshochschule, Gymnasium, Kindergarten, Musikschule).

Städtebauliche Situation

-  Die Altstadt ist im Wesentlichen durch denkmalgeschützte, kleinteilige Baustrukturen geprägt, die sich positiv auf die Einkaufsatmosphäre auswirken. Ergänzt wird diese Struktur durch das Einkaufszentrum Palais Vest.

⁵³ Im Sommer 2019 hat in der Alten Feuerwache der Biomarkt Lebewehr eröffnet. Im Oktober wird der erste Unverpackt-Laden in Recklinghausen in der Innenstadt eröffnen.

⁵⁴ Hettlage Fashion wurde im Sommer 2018 geschlossen; Ende 2018 hat hier das Textilkaufhaus „das macht SiNN“ eröffnet.

- / Die Recklinghäuser Altstadt wird durch fünf verschiedene Quartiere geprägt, wobei eine hohe Nutzungskonzentration im **Quartier Markt** und im **Zwei Tore Viertel** (v. a. Kunibertstraße) besteht. Der Einzelhandelsbesatz wird hier durch verschiedene Komplementärnutzungen ergänzt. Grundsätzlich weist dieser Bereich eine gute Aufenthalts- und Verweilqualität auf, wobei jedoch gewisse funktionale Schwächen aufgrund der Zunahme der Leerstände zu beobachten sind. Das Einkaufszentrum **Palais Vest** bildet ebenfalls ein eigenes Quartier. Im **Westquartier** und in der **Krim** haben inhabergeführte Fachgeschäfte eine größere Bedeutung, die Einzelhandelsbetriebe sind überwiegend kleinteilig strukturiert. Zudem nimmt hier der Anteil an ergänzenden Komplementärnutzungen (Dienstleistung, gastronomische Einrichtungen, Bildungseinrichtungen) deutlich zu. Beide Bereiche weisen aufgrund der denkmalgeschützten, kleinteiligen Struktur eine hohe Aufenthaltsqualität auf.

- / Durch die Entstehung des Einkaufszentrum Palais Vest hat die angrenzende Schaumburgstraße als Verbindung zum Marktplatz eine höhere Passantenfrequenz zu verzeichnen, wobei hier aufgrund der Gebäudefassaden und z. T. abgewandten Einzelhandelsgeschäfte derzeit noch keine optimale funktionale Anbindung vorhanden ist. Andere Bereiche (v. a. Holzmarkt, Breite Straße) haben eine Zunahme an Leerständen zu verzeichnen.

- / Im Bereich der Altstadt bestehen verschiedene **Parkmöglichkeiten** (u. a. Palais Vest, Parkhaus Kaiserwall, Tiefgaragen Hauptbahnhof, Kellerstraße, Augustinessenstraße und Krim sowie verschiedene oberirdische Parkplätze).

- / **Anschluss an den ÖPNV** wird über den an den zentralen Versorgungsbereich angrenzenden Bahnhof und zentralen Busbahnhof am Europaplatz gewährleistet. Darüber hinaus bestehen verschiedene Bushaltestellen entlang der Wallanlage (Herzogwall, Steintor, Viehtor; Linien 203, 224, 235, 239, 249, SB20, SB23, NE1, NE2, NE5).

- / Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches waren zum Erhebungszeitpunkt 52 **leerstehende Ladenlokale** vorhanden, die sich negativ auf die Attraktivität der Altstadt und der Kernbereiche auswirken. Hier ist insbesondere auf den großflächigen Leerstand des ehemaligen Warenhauses Karstadt und des Anbieters SinnLeffers hinzuweisen. Neben den Nebenlagen weist auch das Palais Vest sowie die Kunibertstraße und der Holzmarkt verschiedene Leerstände auf.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums als mittelzentralen Versorgungsstandort im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich.

- ➔ Eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Branchen möglich. Eine Stärkung ist v. a. im Bereich des Marktplatzes sowie der Kunibertstraße und dem Holzmarkt anzustreben, um die hier vorhandenen Leerstände aufzufüllen. In diesem Zuge ist auch die Umnutzung / Umstrukturierung des prägnanten Leerstands des ehemaligen Karstadt maßgeblich. Hierbei wäre ebenfalls eine Verbesserung der funktionalen Verbindung zwischen dem Palais Vest und dem Parkplatz anzustreben.

- ➔ Erhalt und Weiterentwicklung der Funktionsmischung in der Altstadt aus großflächigen Magnetbetrieben, kleinteiligen Fachgeschäften und ergänzenden Nutzungen (Gastronomie, Kultur, Bildung); unter Berücksichtigung der Altstadt-Quartiere.

3.3.2 Nebenzentrum Recklinghausen-Süd

Einwohner ⁵⁵	31.10.2016
▪ Stadtteil Süd	13.060
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

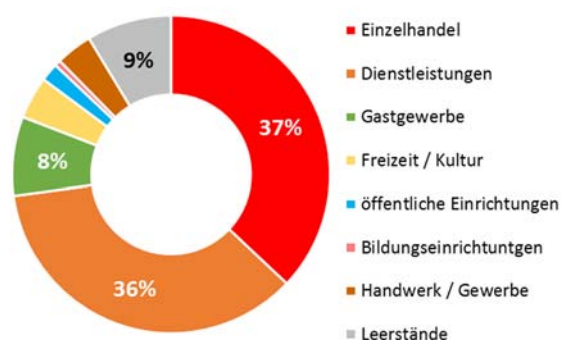
Versorgungsgebiet: Der südliche Siedlungsbereich der Stadt Recklinghausen, insbesondere die Stadtteile Süd, König-Ludwig und Grullbad sowie untergeordnet Hillerheide und Hochlarmark mit rd. 30.780 Einwohnern

Ausstattung

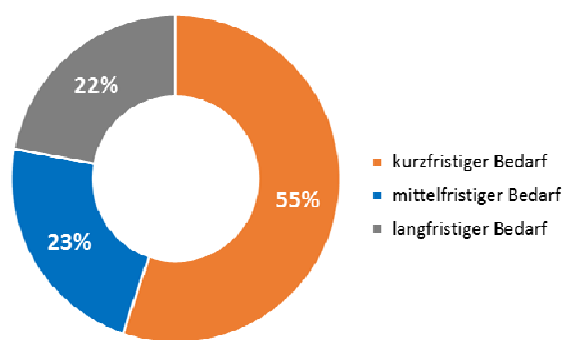
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	16	27	3.635	38
Gesundheit, Körperpflege	7	12	820	9
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	3	720	8
kurzfristiger Bedarfsbereich	25	42	5.175	55
Bücher, Schreib-, Spielwaren	3	5	170	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	9	15	1.960	21
mittelfristiger Bedarfsbereich	12	20	2.130	23
Elektrowaren, Medien, Foto	4	7	315	3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	12	850	9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	3	470	5
Optik, Uhren, Schmuck	7	12	315	3
sonstige Sortimente*	3	5	120	1
langfristiger Bedarfsbereich	23	38	2.070	19
Einzelhandel insgesamt	60	100	9.375	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Rewe, trinkgut
▪ 400 bis unter 800 m ²	Fressnapf, Riwa Supermarkt, dm, Deichmann, Takko
▪ bis unter 400 m ²	u. a. Bekleidung, Elektrowaren, Schreibwaren, Bücher, Haushaltswaren

⁵⁵ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 9: Nebenzentrum Recklinghausen-Süd

Legende

 Nebenzentrum

Größenklassen

- über 1.500 m² VK
- 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, Schreib-, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Komplementärnutzung

- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Recklinghausen
GMA-Bearbeitung 2017

Räumliche Situation

- / Das **Nebenzentrum Recklinghausen-Süd** erstreckt sich auf die Bochumer Straße zwischen der Marienstraße und der Ruhrstraße. Die wesentlichen Magnetbetriebe Rewe und dm befinden sich in der räumlichen Mitte des zentralen Versorgungsbereiches an der Kreuzung Theodor-Körner-Straße. Auch im südlichen Bereich des Nebenzentrums sind mit den Anbietern Fressnapf und Deichmann zwei größere Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Der nördliche Teil des zentralen Versorgungsbereiches wird v. a. durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt.
- / Die **räumliche Ausdehnung** beträgt in Nord-Süd-Richtung rd. 750 m und in West-Ost-Richtung auf Höhe der Theodor-Körner-Straße und des Neumarktes rd. 300 m.
- / **Gegenüber der Abgrenzung von 2012** wird der zentrale Versorgungsbereich v. a. in nördlicher Richtung reduziert. Nördlich der Ruhrstraße schließen sich v. a. ergänzende Nutzungen an, der Einzelhandelsbesatz läuft hier aus und kann keine wesentliche Magnetfunktion mehr übernehmen. Der hier ansässige arabische Lebensmittelanbieter weist eine Verkaufsfläche unter 150 m² auf, sodass er keine wesentliche Frequenzfunktion ausübt. Der zentrale Versorgungsbereich weist schon in seiner engeren Abgrenzung eine Nord-Süd-Ausdehnung von rd. 750 m auf, so dass eine fußläufige Erlebbarkeit der nördlich gelegenen Bereiche nicht mehr gegeben ist. Auch vor dem Hintergrund der vorhandenen Leerstände innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist eine Reduzierung zu empfehlen, um die vorhandenen Einzelhandelsnutzungen auf den Kernbereich zu konzentrieren.
- / In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und im Sortiment Bekleidung ist das Nebenzentrum einer **Konkurrenzsituation** mit dem Sonderstandort Herner Straße (u. a. Rewe-Center, Lidl, Adler) ausgesetzt.
- / **Flächenpotenziale** für eine Ansiedlung eines mittel- und großflächigen Betriebs ist grundsätzlich im Bereich des Knauf'schen Ecks (Blockinnenbereich Bochumer Straße und zur Theodor-Körner-Straße und Im Reitwinkel) vorhanden. Auch im Bereich des Rewe- / dm-Standortes bestehen mit der alten Post und dem Parkplatz große Flächenpotenziale für eine Umstrukturierung.

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Nebenzentrum umfasst insgesamt 60 Einzelhandelsbetriebe und rd. 9.400 m² Verkaufsfläche.
- / In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nebenzentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich**. Hier ist auf den Lebensmittelvollsortimenter Rewe, verschiedene ethnische Lebensmittelmärkte, einen Getränkemarkt, Kioske, Bäckereien, den Drogeriefachmarkt dm sowie verschiedene Apotheken hinzuweisen. Darüber hinaus befindet sich im zentralen Versorgungsbereich auch der Zoofachmarkt Fressnapf und ein Florist. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 55 % der Verkaufsfläche, gefolgt vom **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit rd. 23 %. Hier ist im Wesentlichen auf verschiedene Anbieter v. a. aus dem Fachmarktsegment bei Büchern, Schreibwaren, Bekleidung und Schuhe hinzuweisen. Der **langfristige Bedarfsbereich** umfasst rd. 22 % der Verkaufsfläche; hier sind Anbieter (v. a. Fachgeschäfte) im Bereich Elektrowaren, Haushaltswaren und Heimtextilien, Optik, Uhren und Schmuck vorhanden.
- / Einzige **großflächige Anbieter** innerhalb des Nebenzentrums sind der Supermarkt Rewe und der Getränkemarkt Trinkgut. Alle weiteren Anbieter sind kleinflächig. Davon weisen 38 Anbieter Verkaufsflächen von unter 100 m² auf und weitere 15 Anbieter Verkaufsflächen zwischen

100 und 400 m². Als mittelflächige Betriebe (400 – 800 m² Verkaufsfläche) sind die Anbieter Takko, Deichmann, dm, Riwa Supermarkt und Fressnapf anzuführen.

- / Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für den südlichen Stadtbereich von Recklinghausen und hier v. a. für die Stadtteile Grullbad, Süd und König-Ludwig sowie untergeordnet für die Stadtteile Hochlarmark und Hillerheide.
- / Dienstags und freitags findet jeweils von 7.00 Uhr bis 13.00 Uhr auf dem Neumarkt ein Wochenmarkt statt.
- / Das Einzelhandelsangebot wird durch einige **Komplementärnutzungen** ergänzt, v. a. Dienstleistungsbetriebe (u. a. Friseure, Ärzte, Kosmetikstudios, Reisebüros, Fahrschulen), Gastronomiebetriebe (u. a. Imbisse, Eiscafé) sowie verschiedene öffentliche Einrichtungen (u. a. Polizeipräsidium Recklinghausen-Süd, katholischer Sozialdienst) sowie gewerbliche Nutzungen.

Städtebauliche Situation

- / Das Nebenzentrum wird maßgeblich durch seine Lage entlang der Bochumer Straße, als wesentliche Hauptverkehrsstraße geprägt. Für die **fußläufige Erlebbarkeit** weist die Bochumer Straße zwar eine gewisse Barrierewirkung auf, jedoch bestehen in regelmäßigen Abständen Querungshilfen in Form von Ampelanlagen oder kleineren Fußgänger-Verkehrinseln. Durch die hohe Verkehrsbelastung der Bochumer Straße wird jedoch die Aufenthaltsqualität im Nebenzentrum eingeschränkt.
- / **Parkmöglichkeiten** bestehen auf den Seitenstreifen vereinzelt entlang der Bochumer Straße und in der Theodor-Körner-Straße sowie auf dem Neumarkt.
- / Darüber hinaus ist die Erreichbarkeit des Zentrums mit dem **ÖPNV** durch verschiedene Bushaltestellen entlang der Bochumer Straße und der Seitenstraßen gegeben (Am Neumarkt, Marienstraße, Bürgerhaus Süd; Linien 210, 234, SB20, NE5).
- / Der an die Bochumer Straße angrenzende **Neumarkt** ist insgesamt modern gestaltet und wird z. T. als Parkplatzfläche genutzt. Durch die vorhandene Sitzgelegenheiten und einen Kinderspielplatz weist der Neumarkt jedoch eine gewisse Aufenthaltsqualität auf, die z. T. jedoch durch mangelnde Sauberkeit beeinträchtigt wird.
- / Insgesamt weist das Nebenzentrum 14 **Leerstände** auf. Diese befinden sich v. a. im nördlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches sowie am südlichen Ende.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für den südlichen Siedlungsbereich Recklinghausen ist die Sicherung und der Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) anzustreben, um das Zentrum langfristig zu sichern und zu stärken. In diesem Zuge ist auch eine Neustrukturierung des Gebäudes Rewe / dm zu empfehlen.
- ➔ Ebenfalls ist die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Einzelhandel, v. a. des mittelfristigen Bedarfsbereiches, zur Ergänzung der Grundversorgung sinnvoll. Das Nebenzentrum sollte jedoch hierbei nicht in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich der Altstadt treten.
- ➔ Stärkung des zentralen Bereiches auf Höhe der Theodor-Körner-Straße / Neumarkt, Bündelung des Angebotes und Abbau der vorhandenen Leerstände

3.3.3 Nahversorgungszentrum Südliche Bochumer Straße

Einwohner ⁵⁶	31.12.2016
▪ Stadtteil Süd	7.939
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

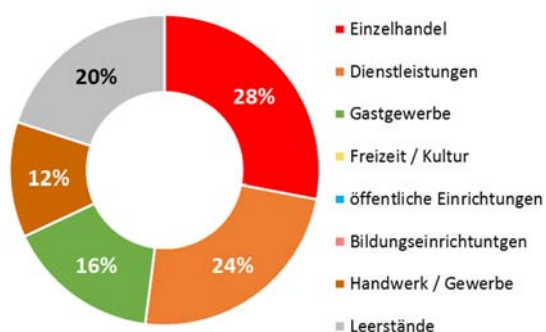
Versorgungsgebiet: südliches Siedlungsgebiet der Stadtteile Süd und Grullbad mit rd. 9.600 Einwohnern

Ausstattung

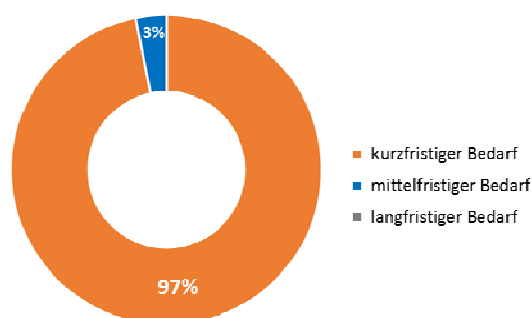
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	57	1.400	89
Gesundheit, Körperpflege	2	29	125	8
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	6	86	1.525	97
mittelfristiger Bedarfsbereich	1	14	50	3
langfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	7	100	1.575	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Lidl
▪ 400 bis unter 800 m ²	---
▪ bis unter 400 m ²	u. a. ethnischer Lebensmittelmarkt, Apotheke, Boutique, Bäckerei

⁵⁶ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 10: Nahversorgungszentrum Südliche Bochumer Straße



Räumliche Situation

- / Das Nahversorgungszentrum **Südliche Bochumer Straße** wird im Wesentlichen von den Nutzungen entlang der südlichen Bochumer Straße, ab dem Kreuzungsbereich Kanalstraße im Süden bis auf Höhe des Lebensmitteldiscounters Lidl im Norden begrenzt.
- / Die **räumliche Ausdehnung** in Nord-Süd-Richtung beträgt etwa 230 Meter und umfasst nur Nutzungen entlang der Bochumer Straße.
- / **Im Vergleich zur Abgrenzung 2012** wird das Zentrum im Süden leicht enger abgegrenzt; dieser Bereich wird nicht maßgeblich von Einzelhandelsnutzungen geprägt, hier überwiegen Dienstleistungsbetriebe.
- / Das Nahversorgungszentrum liegt rd. 900 m südlich des Nebenzentrums Süd, befindet sich jedoch aufgrund der räumlichen Distanz und seiner geringen Ausstattung im mittelfristigen Bereich noch in einer gemäßigten **Konkurrenzsituation** mit dem Nebenzentrum. Darüber hinaus weist das Nebenzentrum derzeit keinen Lebensmitteldiscounter auf, sodass der im Nahversorgungszentrum ansässige großflächige Lidl-Markt als Magnetbetrieb dient. Das Zentrum kann so seinem Versorgungsauftrag für die Einwohner im südlichen Bereich des Stadtteils Süd und in Teilen von Grullbad (rd. 9.600 Einwohner) nachkommen.
- / **Flächenpotenziale** für die Neuansiedlung mittel- bis großflächiger Betriebe sind aufgrund der städtebaulichen Struktur in diesem Bereich nicht vorhanden. Für eine mögliche Erweiterung des Lidl-Marktes sind auf dem jetzigen Grundstück noch Flächenressourcen nutzbar bzw. könnten durch eine Verringerung des Stellplatzangebotes geschaffen werden. In diesem Fall wären jedoch im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung die Auswirkungen gegenüber dem Nebenzentrum Süd zu untersuchen.

Angebots- und Nachfragesituation

- / Im Nahversorgungszentrum sind insgesamt **7 Einzelhandelsbetriebe und rd. 1.575 m² Verkaufsfläche** vorhanden; der ansässige Lidl Lebensmitteldiscounter nimmt eine Magnetfunktion für den zentralen Versorgungsbereiches ein.
- / In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** liegt der Schwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich**; hier sind neben dem Lidl Lebensmitteldiscounter ein ethnischer Lebensmittelmarkt, zwei Bäckereien, eine Apotheke und ein Fachgeschäft für Friseurbedarf zu nennen. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen insgesamt rd. 97 % der Verkaufsfläche, gefolgt vom **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit lediglich ca. 3 % und einem Anbieter im Bereich Bekleidung. Im **langfristigen Bedarfsbereich** besteht kein Angebot im Nahversorgungszentrum.
- / Einziger **großflächiger Anbieter** innerhalb des Nahversorgungszentrums ist der Anbieter Lidl, welcher sich mit einem modernen Marktauftritt und Bäckerei im Vorkassenbereich präsentiert. Ansonsten besteht das Einzelhandelsangebot aus **kleinteiligen Betrieben**. Diese weisen zusammen eine Verkaufsfläche von rd. 580 m² auf, wovon der ethnische Lebensmittelmarkt Safran Market den Großteil ausmacht (rd. 360 m²).
- / Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für den südlichen Bereich des Stadtteils Süd sowie für den östlichen Teilbereich des Stadtteils Grullbad. Es weist jedoch aufgrund der Nähe zum Stadtteilzentrum Süd gewisse funktionale Überschneidungen mit diesem auf.
- / Das vorhandene Einzelhandelsangebot wird durch mehrerer **Komplementärnutzungen** ergänzt, v. a. durch Dienstleistungsbetriebe (u. a. Friseur, Änderungsschneiderei, Bestatter, Haus-

arzt, Familientherapiepraxis), Gastronomieangebote (u. a. Imbiss, Gaststätte, Restaurant, Pizzeria) sowie handwerklichen oder gewerblichen Betrieben (u. a. Autoglaszentrum, Reifen Center).

Städtebauliche Situation

- 
 Das Zentrum verfügt über eine **heterogene Baustruktur** ohne geschlossene Bebauung, mit unterschiedlichen Gebäudekanten und unterschiedlicher Geschossigkeit entlang der Bochumer Straße. Die aufgelockerte Bauweise mit den teilweise rückversetzten Gebäuden führt zu einem lückenhaften Besatz an Geschäftsnutzungen. Die Gebäudestruktur ist durch mehrgeschossige Wohnbauten mit teilweiser Geschäftsnutzung im Erdgeschoss geprägt.
- 
 Durch die Lage entlang der Bochumer Straße verfügt das Nahversorgungszentrum über eine gute **Erreichbarkeit** per Pkw. Gleichzeitig mindert eine relativ hohe Pkw-Frequenz die Aufenthaltsqualität.
- 
 Insgesamt ist für das Zentrum eine ausreichende **Stellplatzsituation** zu konstatieren. Neben den Kundenparkplätzen von Lidl kann straßenbegleitend auf beiden Seiten der Bochumer Straße geparkt werden.
- 
 Eine gute **fußläufige Erlebbarkeit** ist durch die geringe Längenausdehnung des Zentrums, mehreren Querungshilfen sowie ausreichend breite Gehwege, die sich beidseitig entlang der Bochumer Straße befinden, gegeben. Daneben sind auf den Gehwegen separate Fahrradstreifen ausgewiesen.
- 
 Per **ÖPNV** ist das Nahversorgungszentrum durch mehrere Buslinien (201, NE 5, SB 20), welche die im Süden gelegene Haltestelle (Hochlarmarkstraße) bedienen, gut erreichbar.
- 
 Das Nahversorgungszentrum umfasst derzeit fünf **Leerstände**, wovon sich drei im Bereich zwischen Leusbergstraße und Kanalstraße befinden.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- 
 Sicherung der Versorgungsfunktion in nahversorgungsrelevanten Sortimenten (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) durch Erhalt des dortigen Lebensmittelmarktes.
- 
 Nach- oder Umnutzung vorhandener Leerstände sowie Ansiedlung weiterer kleinteiliger Anbieter (v. a. im kurzfristigen Bedarfsbereich) zur Stärkung des Nahversorgungszentrums.

3.3.4 Nahversorgungszentrum Hochlarmark, Westfalenstraße

Einwohner ⁵⁷	31.10.2016
▪ Stadtteil Hochlarmark	10.074
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

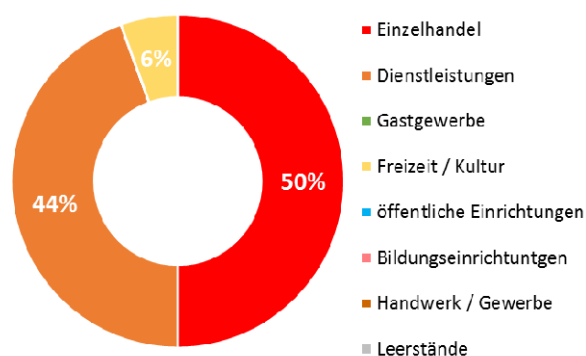
Versorgungsgebiet: Stadtteil Hochlarmark mit rd. 10.070 Einwohnern

Ausstattung

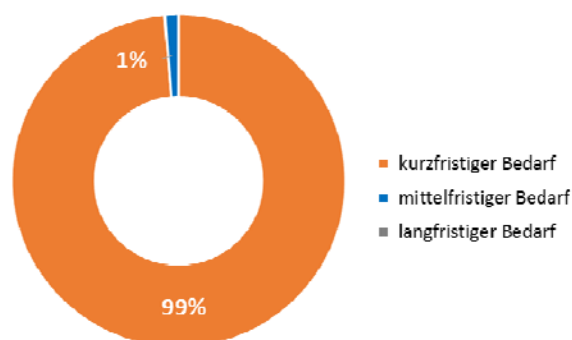
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	56	1.090	72
Gesundheit, Körperpflege	1	11	40	3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	22	360	24
kurzfristiger Bedarfsbereich	8	89	1.490	99
mittelfristiger Bedarfsbereich	1	11	20	1
langfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	9	100	1.510	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	---
▪ 400 bis unter 800 m ²	Penny
▪ bis unter 400 m ²	u. a. kleiner ethnischer Lebensmittelmarkt, Kiosk, Metzgerei, Bäckerei, Florist, Apotheke, Zoofachgeschäft

⁵⁷ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 11: Nahversorgungszentrum Hochlarmark, Westfalenstraße



Räumliche Situation

- Das **Nahversorgungszentrum Hochlarmark, Westfalenstraße** erstreckt sich entlang der Westfalenstraße zwischen Salentinstraße und Zehlendorfer Straße.
- Es handelt sich um ein relativ kompaktes Zentrum, das in **Nord-Süd-Ausdehnung** rd. 350 m beträgt, während die **Süd-Ost-Ausdehnung** nur die Häuserzeilen entlang der Westfalenstraße umfasst.
- Gegenüber der Abgrenzung von 2012** endet der zentrale Versorgungsbereich bereits auf Höhe der Zehlendorfer Straße, während hier die vorhandenen Häuser auf der östlich gelegenen Straßenseite nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich gehören. Nördlich des Zentrums schließt sich im Wesentlichen Wohnbebauung an, in der vereinzelt noch Komplementärnutzungen bzw. ein Kiosk verortet sind. Diese Nutzungen tragen nicht zur Magnetwirkung des zentralen Versorgungsbereiches bei.
- Der **Einzelhandelsbesatz** entlang der Westfalenstraße ist im Wesentlichen durch kleinteilige Nutzungen geprägt. Flächenpotenziale für die Ansiedlung eines größeren Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bestehen südlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich. Diese Flächen sind derzeit durch Kleingärten genutzt. In diesem Bereich wäre beispielsweise die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters denkbar. Darüber hinaus bestehen Flächenpotenziale angrenzend an den Lebensmitteldiscounter Penny im Norden, sodass hier eine Erweiterung des Anbieters zur langfristigen Bestandssicherung möglich wäre. Sollte sich künftig eine Entwicklung abzeichnen, wären diese in den zentralen Versorgungsbereich zu integrieren.

Angebots- und Nachfragesituation

- Im Nahversorgungszentrum sind insgesamt **neun Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 1.500 m² Verkaufsfläche** vorhanden.
- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln. In diesem Sortiment ist im Wesentlichen auf den Lebensmitteldiscounter Penny und den Lebensmittelmarkt Kant hinzuweisen, die sich im nördlichen und südlichen Bereich des Nahversorgungszentrums befinden. Darüber hinaus verfügt das Nahversorgungszentrum über weitere kleinteilige Anbieter im kurzfristigen Bedarfsbereich (Bäckerei, Metzgerei, Apotheke, Florist, Zoofachgeschäft) sowie über einen Kiosk, der Zeitschriften verkauft.
- Im Nahversorgungszentrum ist **kein großflächiger Anbieter** vorhanden, wobei als größter Anbieter mit rd. 750 m² Verkaufsfläche der Lebensmitteldiscounter Penny zu nennen ist. Mit Ausnahme der Anbieter Lebensmittel Kant und Hund & Natur weisen alle weiteren Geschäfte Verkaufsflächen unter 50 m² auf.
- Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für den nördlichen Teilbereich des Stadtteils Hochlarmark.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch einige **Komplementärnutzungen** ergänzt; hier ist im Wesentlichen auf verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Praxisgemeinschaft, Sparkasse, Änderungsschneiderei, Friseur, Reisebüro) hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- Bei dem Nahversorgungszentrum handelt es sich um einen **kompakten Bereich**, in dem verschiedene Einzelhandelsnutzungen und Komplementärnutzungen vorhanden, die z. T. durch wenige Wohngebäude unterbrochen sind.
- Die **Aufenthaltsqualität** im Zentrum wird durch den hohen Pkw-Verkehr auf der Westfalenstraße gemindert, wobei für Fußgänger Querungshilfen vorhanden sind. Die vorhandenen Gehwege sind ausreichend, verfügen jedoch z. T. über unterschiedliche Pflasterungen. Für Radfahrer ist ein separater Fahrradstreifen ausgewiesen.
- Im südlichen Bereich des Zentrums kann zu beiden Straßenseiten straßenbegleitend geparkt werden.
- Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch die Bushaltestelle Auguststraße (Buslinie 239) gesichert.
- Das Zentrum wies zum Zeitpunkt der Erhebung keine Leerstände auf.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Hier ist eine Verbesserung der Versorgungssituation durch die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zu empfehlen. Aus gutachterlicher Sicht ist grundsätzlich eine Ansiedlung direkt südlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich anzuregen, um so langfristig die Versorgungsfunktion des Zentrums zu sichern.
- ➔ Grundsätzlich wäre auch zu prüfen, ob durch die Arrondierung von Flächen nördlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich eine Modernisierung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Penny möglich wäre.

3.3.1 Nahversorgungszentrum Suderwich

Einwohner ⁵⁸	31.12.2016
▪ Stadtteil Suderwich	11.643
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

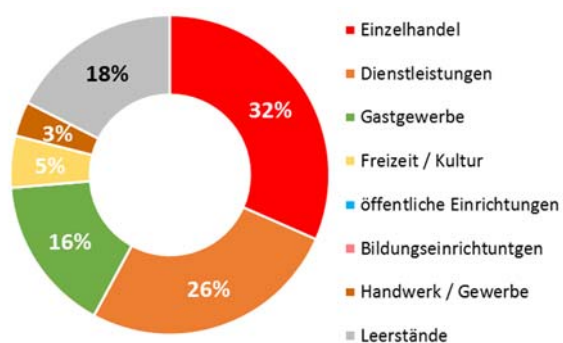
Versorgungsgebiet: Stadtteile Suderwich und Essel mit insgesamt rd. 12.070 Einwohnern

Ausstattung

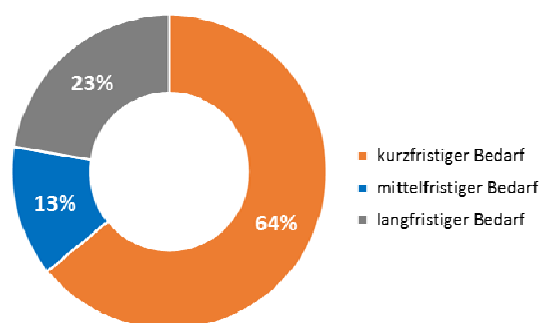
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	9	50	2.195	60
Gesundheit, Körperpflege	2	11	90	2
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	6	80	2
kurzfristiger Bedarfsbereich	12	67	2.365	64
mittelfristiger Bedarfsbereich	3	17	495	14
langfristiger Bedarfsbereich	3	17	830	22
Einzelhandel insgesamt	18	100	3.690	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

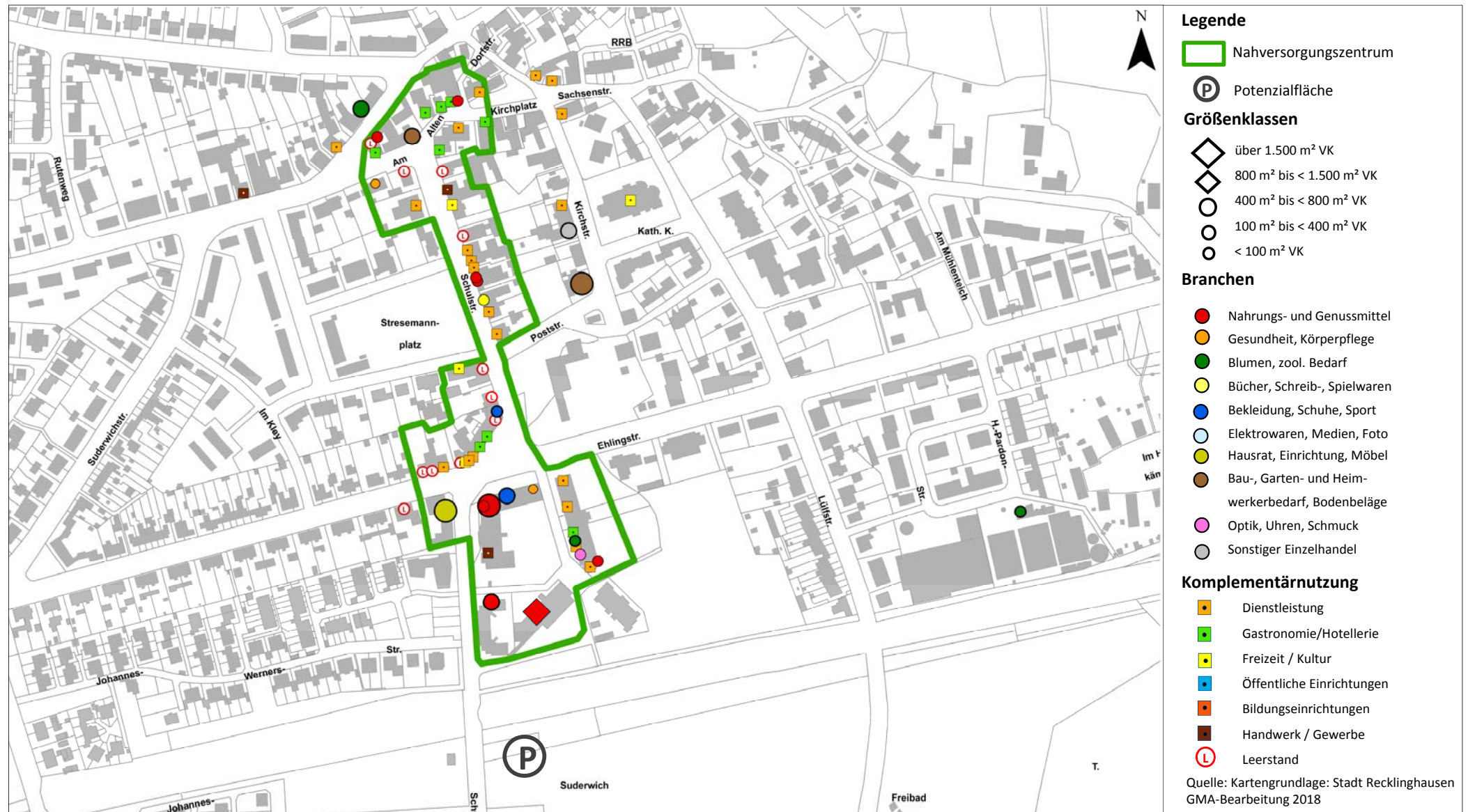


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Aldi
▪ 400 bis unter 800 m ²	Edeka, Möbel Tönnis
▪ bis unter 400 m ²	u. a. Bäckereien, Obstladen, Apotheke, Tapetenladen, Florist, Schuhladen

⁵⁸ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 12: Nahversorgungszentrum Suderwich



Räumliche Situation

- Das **Nahversorgungszentrum Suderwich** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Schulstraße zwischen der Johannes-Werners-Straße und der Straße Am Alten Kirchplatz.
- Die **räumliche Ausdehnung** des Zentrums beträgt in Nord-Süd-Richtung rd. 500 m, womit bereits heute eine relativ große Längenausdehnung vorhanden ist.
- **Im Vergleich zu 2012** wird das Zentrum im Nordosten im Bereich der Kirchstraße enger abgegrenzt; dieser Bereich ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt.
- Vor allem die Angebote an der Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Netto, Lidl) üben **Konkurrenzdruck** im nahversorgungsrelevanten Bereich auf das Zentrum aus. Darüber hinaus ist auch auf das Einzelhandelsangebot am Sonderstandort Herner Straße in Recklinghausen (u. a. Rewe-Center, Lidl, Adler) und die Anbieter real und Rossmann in Castrop-Rauxel hinzuweisen.
- Der **Einzelhandelsbesatz** wird im Wesentlichen durch die ansässigen Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi geprägt, die durch einige kleinteilige Nutzungen ergänzt werden. Südlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich befindet sich eine **Entwicklungsfläche**, die im Anschluss an die Zentrumsbeschreibung bewertet wird.

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Nahversorgungszentrum umfasst insgesamt **18 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 3.700 m² Verkaufsfläche**. Damit handelt es sich um das größte Nahversorgungszentrum in Recklinghausen.
- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt deutlich im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier mit rd. 2.200 m² im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. Im Wesentlichen ist hier auf die Magnetbetriebe Edeka und Aldi hinzuweisen. Der Lebensmitteldiscounter Aldi präsentiert sich als moderner Lebensmittelmarkt, während der Lebensmittelvollsortimenter Edeka eine vergleichsweise kleine Verkaufsfläche aufweist. Grundsätzlich wäre die Modernisierung und Erweiterung des Anbieters wünschenswert und unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten zu empfehlen, wobei dieser innerhalb des Nahversorgungszentrums verbleiben sollte. In diesem Zuge ist eine Prüfung der etwaigen Potenzialfläche vorzunehmen (vgl. möglicher Entwicklungsstandort: Südliche Schulstraße). Darüber hinaus fehlen in Suderwich derzeit größere Angebote im Bereich Drogeriewaren.
- Neben den beiden Lebensmittelmärkten weist das Nahversorgungszentrum noch weitere **kleinteilige Einzelhandelsbetriebe** auf, wobei auch hier Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs überwiegen (Obst- und Gemüsehändler, Getränkeanbieter, Bäckereien, Drogerie, Apotheke, Florist). Darüber hinaus besteht auch ein guter Branchenmix mit verschiedenen kleinteiligen Anbietern des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Tapeten, Optik). Insbesondere ist hier auf den mittelflächigen Anbieter Möbel Tönnis im südlichen Bereich des Zentrums hinzuweisen.
- Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für die Stadtteile Suderwich und Essel. Aufgrund seiner Verkaufsflächengröße kann der vorhandene Lebensmittelvollsortimenter seiner Versorgungsfunktion für Essel nicht komplett nachkommen.
- Das Zentrum weist insgesamt eine unterschiedliche Struktur auf: Die wesentlichen, größeren Magnetbetriebe befinden sich im Süden des Zentrums, während der nördliche Bereich durch kleinteilige Strukturen geprägt wird.

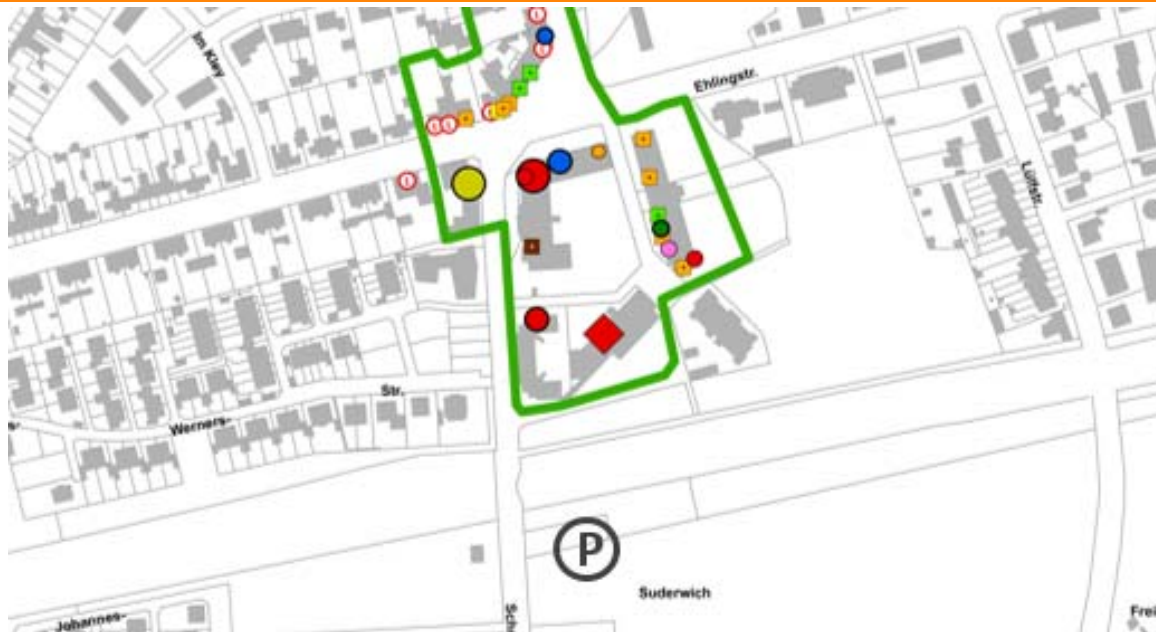
- 
 Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt, hier ist auf Anbieter aus dem Bereich Dienstleistungen (u. a. Banken, Friseure, Versicherung, Fahrschule, Ärzte), gastronomische Einrichtungen (u. a. Restaurants, Imbisse, Café) hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- 
 Das Nahversorgungszentrum weist im südlichen Bereich in der Ehlingstraße eine relativ hohe Verkehrsbelastung auf, da diese eine direkte Anbindung an die Kernstadt von Recklinghausen ermöglicht. Eine Querung der Straße ist jedoch für Fußgänger durch eine Ampelanlage möglich. Die nördlich anschließende Schulstraße weist eher geringe Pkw-Frequenzen auf, sodass die **Aufenthaltsqualität** hier deutlich zunimmt. Insbesondere im Bereich der Straße Am Alten Kirchplatz wird durch die vorhandenen Gastronomieeinrichtungen eine hohe Aufenthaltsqualität erreicht.
- 
 Den vorhandenen Lebensmittelmärkten ist eine gemeinsame Stellplatzanlage zugeordnet, zugleich kann in der Ehlingstraße direkt angrenzend an den Edeka-Markt sowie in der Schulstraße auf beiden Straßenseiten straßenbegleitend geparkt werden.
- 
 Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch die Bushaltestelle Schulstraße (Buslinie 234) sichergestellt.
- 
 Der zentrale Versorgungsbereich wies zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt zehn **Leerstände** auf, wobei sich diese v. a. im Kreuzungsbereich der Schulstraße mit der Ehlingstraße befinden sowie vereinzelt auch im nördlichen Bereich der Schulstraße.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- 
 Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie ggf. Drogeriewaren.
- 
 Grundsätzlich sollte eine Modernisierung des Lebensmittelvollsortimenters Edeka geprüft werden, um diesen Anbieter langfristig am Standort in Suderwich zu sichern. Hierbei kommt eine Fläche in Frage, die sich direkt angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich befindet (vgl. möglicher Entwicklungsstandort: Südliche Schulstraße). Sollte es zu einer Entwicklung der Fläche kommen, ist eine funktionsräumliche Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich im Sinne einer fußläufigen Erlebbarkeit anzustreben, um diesen in die Zentrumsabgrenzung aufzunehmen.
- 
 Förderung der funktionalen Verbindung zwischen den größeren Magnetbetrieben im südlichen Bereich des Zentrums und den im nördlichen Bereich verorteten eher kleinteiligen Strukturen, z. B. durch die Ergänzung von kleinteiligen Anbietern in den vorhandenen Leerständen.

Möglicher Entwicklungsstandort: Südliche Schulstraße


Lage	- südlich angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich - ehemalige Bahngleise wirken als Zäsur
aktuelle Nutzung	Freifläche
Umfeldnutzung	Einzelhandel, Wohnen
Flächengröße / -zuschnitt	- etwa rechtwinkliger Zuschnitt möglich - Grundstücksgröße abhängig von der Nutzung der Freifläche
Erreichbarkeit	- grundsätzlich gute Erreichbarkeit für Individualverkehr über die Schulstraße als Anbindung an die Ehlingstraße. - vorhandene fußläufige Anbindung an umliegende Wohnbereiche des Stadtteils, wobei keine vollständige Einbettung in vorhandene Wohngebiete erfolgen kann. Östlich angrenzend ist nach derzeitigem Planungsstand die Etablierung eines Sportplatzes geplant. - ausreichende ÖPNV-Anbindung durch die Bushaltestelle Schulstraße (rd. 300 m nördlich)
Bewertung / mögliche Nutzungen	Insgesamt ist am Standort eine ausreichende Flächenverfügbarkeit für die Ansiedlung bzw. Verlagerung von Einzelhandel vorhanden. Eine verkehrliche Anbindung kann darüber hinaus über die Schulstraße sichergestellt werden. Von großer Bedeutung wäre die Schaffung einer ausreichenden funktionalen Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich. Auf dem Areal sollte kein solitärer Einzelhandelsstandort entstehen, sondern eine Ergänzung des zentralen Versorgungsbereichs erfolgen. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass es bei der Etablierung von neuen Einzelhandelsnutzungen am Standort zu einer weiteren Stärkung des südlichen Bereichs des Zentrums kommen würde, der bereits heute starkes Gewicht gegenüber dem nördlichen Bereich hat.

3.3.2 Nahversorgungszentrum Amelandstraße

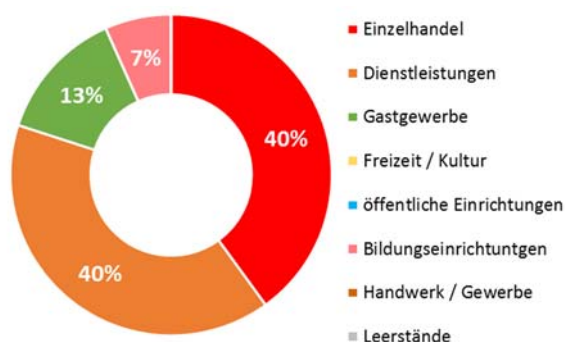
Einwohner ⁵⁹	31.12.2016
▪ Stadtteil Hillen	11.643
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151
Versorgungsgebiet: Siedlungsgebiet am Quellberg, rd. 6.400 Einwohner	

Ausstattung

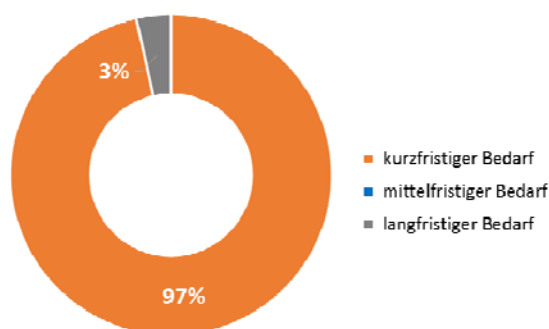
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	50	1.020	89
Gesundheit, Körperpflege	2	33	90	8
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	5	83	1.110	97
mittelfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
langfristiger Bedarfsbereich	1	17	40	3
Einzelhandel insgesamt	6	100	1.150	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Norma
▪ 400 bis unter 800 m ²	---
▪ bis unter 400 m ²	Bäckerei, Apotheke, Kiosk, Kosmetikgeschäft

⁵⁹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 13: Nahversorgungszentrum Amelandstraße



Räumliche Situation

- Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich im Wesentlichen auf den als Fußgängerzone ausgebauten Bereich in der Amelandstraße. Es handelt sich um ein äußerst kompaktes Zentrum im Baustil der 80er Jahre und ist als Fußgängerzone ausgebaut.
- Im Vergleich zur Abgrenzung von 2012 ist nur auf eine kleinere Änderung hinzuweisen; das westlich angrenzende Wohnhaus wird nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.
- Die Angebote in der Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Netto, Lidl) üben starken **Wettbewerbsdruck** auf das Nahversorgungszentrum aus.
- Aufgrund der vorhandenen Baustruktur befindet sich keine größere **Potenzialfläche** innerhalb des Zentrums. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass ggf. eine Neustrukturierung des Gebäudes des Norma Lebensmitteldiscounters vorgenommen werden könnte, der sich auf einer vergleichsweise großen Verkaufsfläche befindet. Im Rahmen einer Umstrukturierung und Gebäudeerweiterung durch die Verlegung von Parkplätzen könnte Fläche für die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben geschaffen werden.

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Nahversorgungszentrum weist insgesamt sechs Einzelhandelsbetriebe mit rd. 1.150 m² Verkaufsfläche auf.
- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt v. a. im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier mit rd. 1.000 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Im Wesentlichen ist hier auf den großflächigen Magnetbetrieb Norma hinzuweisen, der sich als zeitgemäßer Anbieter präsentiert.
- Neben dem Lebensmitteldiscounter weist das Nahversorgungszentrum noch fünf **weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe** auf, wobei auch hier der überwiegende Anteil des Sortiments im kurzfristigen Bedarfsbereich verortet ist (Kiosk, Bäckerei, Kosmetikfachgeschäft, Apotheke). Ergänzt wird das Angebot durch einen Optiker.
- Das Zentrum übernimmt als Quartierszentrum eine **Versorgungsfunktion** im Wesentlichen für die Siedlungsbereiche am Quellberg. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass mit den Lebensmittelanbietern in der Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Netto, Lidl) ein wesentlicher Konkurrenzstandort vorhanden ist, der Einfluss auf die Einzelhandelsstruktur im Nahversorgungszentrum Amelandstraße genommen hat.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Hier ist im Wesentlichen auf Sparkasse, Ärzte / Massagepraxis, Friseur sowie ein Restaurant / Imbiss hinzuweisen. Des Weiteren befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Kindertagesstätte.

Städtebauliche Situation

- Das Nahversorgungszentrum präsentiert sich als kompakter, als Fußgängerzone ausgebauter Bereich. Neben der Bedeutung als Versorgungszentrum kommt der Bereich auch einer Funktion als Treffpunkt und Begegnungsstätte nach.
- Der Platz wird zwar durch eher heterogene Bauweise und unterschiedliche Geschossigkeit geprägt, jedoch trägt die vorhandene Begrünung durch Bäume positiv zum Gesamtbild bei.

- Das Zentrum weist jedoch unterschiedliche Pflasterungen auf, sodass hierdurch ein etwas unruhiger Eindruck entsteht. Die Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich ist jedoch grundsätzlich durch den Ausbau als Fußgängerzone als gut zu bewerten.
- Dem Lebensmitteldiscounter Norma sind grundsätzlich ausreichend Stellplätze zugeordnet. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Verkehrsverbindung aufgrund der Anliegerstraßen vergleichsweise schwierig ist, jedoch auch der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums für die angrenzenden Siedlungsbereiche grundsätzlich entspricht und damit als ausreichend zu bewerten ist.
- Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch die Bushaltestelle Quellberg-Zentrum (Linien 201,213, 235) sichergestellt.
- Das Zentrum wies zum Zeitpunkt der Erhebung keine Leerstände auf.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums in nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Hierbei ist insbesondere die Nähe zu den Angeboten in der Castroper Straße zu berücksichtigen, durch die die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums nicht weiter beeinträchtigt werden darf.
- ➔ Ggf. Stärkung des Nahversorgungszentrums durch Umstrukturierung des Norma-Gebäudes und Ansiedlung von weiteren nahversorgungsrelevantem Einzelhandel (u. a. Drogeriewaren).

3.3.3 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Hillerheide-Heidestraße

Einwohner ⁶⁰	31.12.2016
▪ Stadtteil Hillerheide	7.213
▪ Stadt Recklinghausen gesamt	120.151

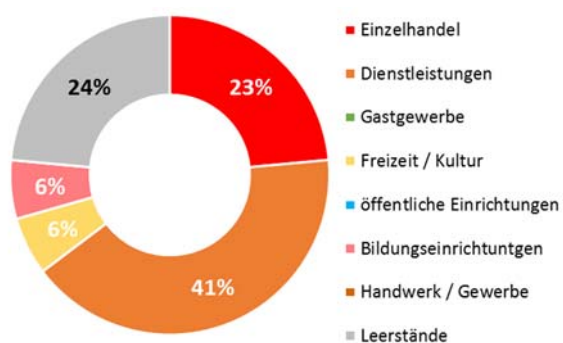
Versorgungsgebiet: Stadtteil Hillerheide mit rd. 7.210 Einwohnern

Ausstattung

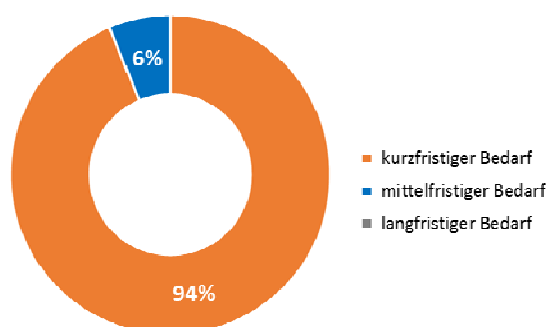
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	75	150	94
Gesundheit, Körperpflege	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	3	75	150	94
mittelfristiger Bedarfsbereich	1	25	10	6
langfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	4	100	160	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

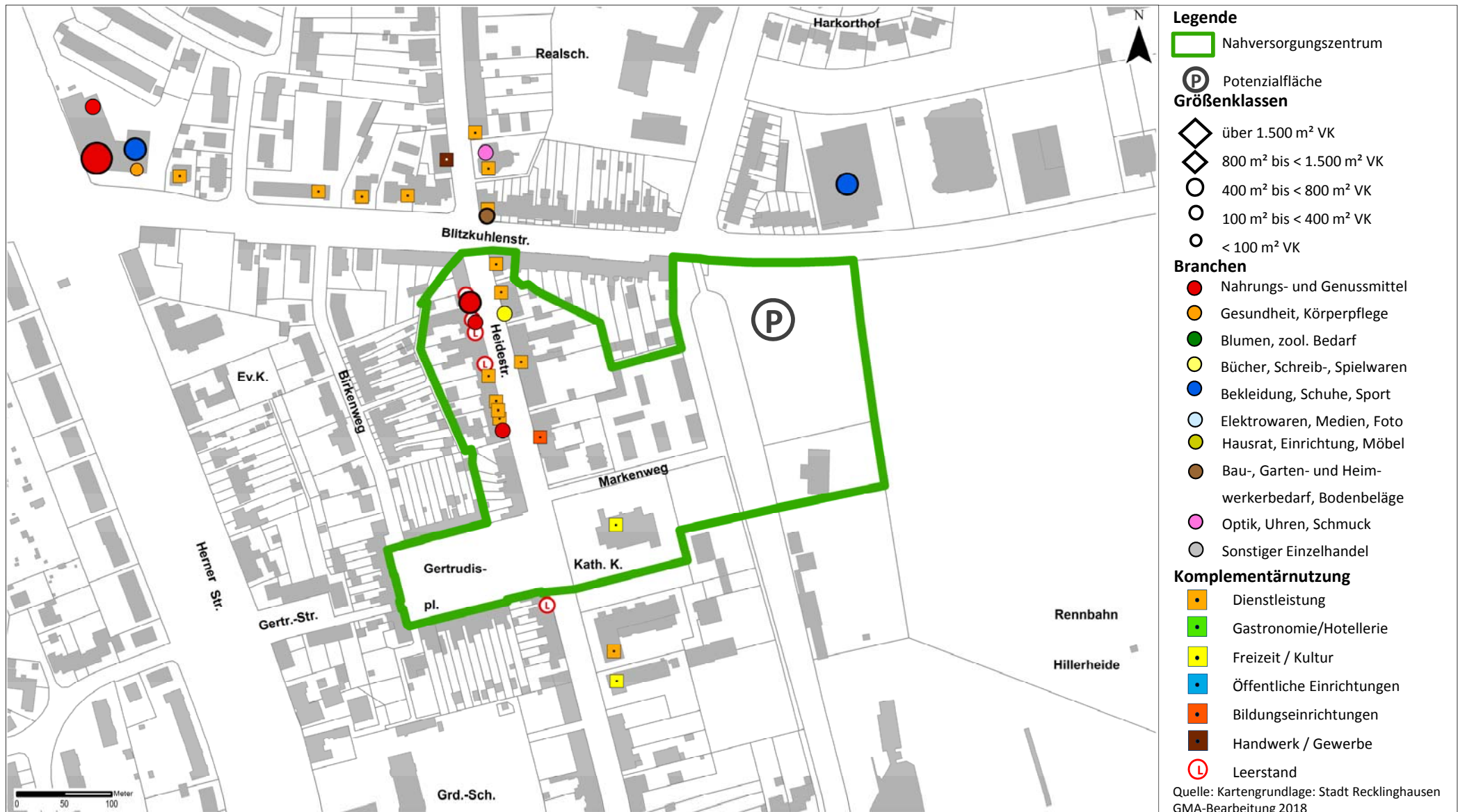


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (zum Zeitpunkt der Erhebungen)

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	---
▪ 400 bis unter 800 m ²	---
▪ bis unter 400 m ²	Getränkemarkt, Metzgerei, Bäcker, Kiosk

⁶⁰ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Recklinghausen, Stand: 31.12.2016

Karte 14: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Hillerheide-Heidestraße



Räumliche Situation

- Das **perspektivische Nahversorgungszentrum** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Heidestraße zwischen der Blitzkuhlenstraße und dem Gertrudisplatz. Im östlichen Bereich weitet sich der zentrale Versorgungsbereich auf Teilflächen der ehemaligen Trabrennbahn aus. Grundstücke nördlich der Blitzkuhlenstraße wurden aufgrund dessen Zäsur und der Größenausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs außen vor gelassen.⁶¹
- Insgesamt ist für den gesamten Stadtteil Hillerheide sowohl räumlich, quantitativ als auch qualitativ derzeit eine geringe Angebotssituation im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel festzuhalten. Dies hat zur Folge, dass ein Großteil der vorhandenen Kaufkraft derzeit an Wettbewerbsstandorte in anderen Stadtteilen in Recklinghausen abfließt. **Wettbewerbsdruck** auf das Nahversorgungszentrum üben u. a. der angrenzende Netto-Standort (rd. 350 m) und die Angebote am Sonderstandort Herner Straße (v. a. Rewe-Center, Lidl) und in der Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Lidl, Netto) aus.
- Der Bereich ist **2012** als geplantes Nahversorgungszentrum ausgewiesen worden. Vor dem Hintergrund der geplanten künftigen Entwicklung wird das Zentrum aktuell als perspektivisches Nahversorgungszentrum ausgewiesen.
- Am Standort der ehemaligen Trabrennbahn im Stadtteil Hillerheide soll ein neues Quartier mit voraussichtlich rd. 1.000 Wohneinheiten entstehen. Die im Anschluss an das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) entwickelte Rahmenplanung sieht eine urbane Nutzungsstruktur mit einer Mischung aus Wohnen, Arbeiten, Nahversorgung und Freizeitnutzungen vor. Des Weiteren sind eine Grundschule und eine Kindertagesstätte geplant. Durch die Entwicklung der Wohneinheiten wird sich die Kaufkraft im Stadtteil Hillerheide künftig weiter erhöhen. Vor dem Hintergrund der perspektivisch zunehmenden Einwohnerzahl im Umkreis bedarf es in Hillerheide einer Verbesserung der Nahversorgungssituation, die innerhalb des perspektivischen Nahversorgungszentrums vollzogen werden soll. Hier ist im Bereich der ehemaligen Trabrennbahn auf eine **Potenzialfläche** für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes mit ggf. kleinteiligen Geschäften in der Vorkassenzzone hinzuweisen, der künftig als Frequenzbringer für die Heidestraße und die hier vorhandenen kleinteiligen Nutzungen dienen kann.
- Sofern diese Entwicklung umgesetzt wird, kann der Bereich als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Bisher weist er jedoch keine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus auf, da ein wesentlicher Magnetbetrieb fehlt. Der in der Heidestraße ansässige kleinteilige Besatz kann diese Versorgungsfunktion derzeit nicht gewährleisten.**

Angebots- und Nachfragesituation

- Mit insgesamt **vier Einzelhandelsbetrieben** und einer **Verkaufsfläche von rd. 160 m²** entspricht der Bereich derzeit – wie bereits erläutert – nicht der Ausstattung eines Nahversorgungszentrums. Mit der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes wird sich die Verkaufsfächenausstattung jedoch auf deutlich über 1.000 m² erhöhen.
- In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt des Zentrums derzeit mit einer Bäckerei, einer Metzgerei, einem Kiosk sowie einem Getränkehandel im kurzfristigen Bedarfsbereich. Darüber hinaus weist der hier ansässige Kiosk Zeitschriften auf. Durch

⁶¹ Bei dem in der Karte dargestellten Anbieter aus dem Bereich „Bekleidung, Schuhe, Sport“ nördlich der Potenzialfläche an der Blitzkuhlenstraße handelt es sich um einen Fabrikverkauf, welcher zum Zeitpunkt der Erhebungen stark eingeschränkte Öffnungszeiten hatte. Mittlerweile ist der Betrieb geschlossen.

die Entwicklung der Potenzialfläche wird sich auch perspektivisch der Verkaufsflächenschwerpunkt weiter im kurzfristigen Bedarfsbereich befinden.

- 
 Das Zentrum wird perspektivisch eine **Versorgungsfunktion** für den Stadtteil Hillerheide einnehmen.
- 
 Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Hier ist u. a. auf eine Volksbank, Versicherung, Reinigung, die Kirche St. Gertrudis und eine Bibliothek hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- 
 Das perspektivische Nahversorgungszentrum wird in der Heidestraße v. a. durch kleinteilige Nutzungen geprägt. Insgesamt weist der Bereich eine geringe Verkehrsbelastung und damit eine hohe **Aufenthaltsqualität** auf.
- 
 Im Bereich der Trabrennbahn ist derzeit innerhalb des perspektivischen Nahversorgungszentrums die Einrichtung von Quartiersplätzen geplant, sodass sich die Aufenthaltsqualität weiter erhöhen wird.
- 
 Eine ausreichende **Pkw-Anbindung** ist durch die Blitzkuhlenstraße vorhanden. In diesem Bereich kann zu beiden Straßenseiten straßenbegleitend geparkt werden. Auch in der Heidestraße ist zu beiden Straßenseiten das Parken möglich.
- 
 Die **ÖPNV-Anbindung** wird durch eine Bushaltestelle Hohenhorster Weg (Buslinien N5 und SB20) im Kreuzungsbereich Herner Straße und Blitzkuhlenstraße (Buslinien 236 und 237) westlich des Zentrums und in der Blitzkuhlenstraße Am Sattelplatz (Buslinien 236 und 237) östlich des Zentrums sichergestellt.
- 
 Das perspektivische Nahversorgungszentrum umfasst derzeit vier **Leerstände** im nördlichen Bereich der Heidestraße.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- 
 Ansiedlung eines modernen und leistungsfähigen Lebensmittelsupermarktes auf der Potenzialfläche, östlich der Heidestraße. Mit der Ansiedlung erfüllt der Bereich perspektivisch die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich und kann als Nahversorgungszentrum ausgewiesen werden.
- 
 Wünschenswert wäre die weitere Ansiedlung von kleinteiligen Anbietern auf der Potenzialfläche, aber auch in der Heidestraße in den vorhandenen Leerständen. Darüber hinaus kann durch die Ansiedlung eine Verbesserung des Betriebstypenmixes im perspektivischen Nahversorgungszentrum erreicht werden.
- 
 Bei der Planung des Lebensmittelmarktes ist die funktionale Anbindung zwischen der Heidestraße, die überwiegend durch kleinteiligen Einzelhandel und ergänzenden Nutzungen geprägt wird, und der Potenzialfläche in den Fokus zu nehmen. Maßgeblich hierfür ist die städtebauliche Gestaltung der Verbindungsbereiche, um eine gute fußläufige Erreichbarkeit und Erlebbarkeit zu gewährleisten. Um eine ausreichende Nutzungsmischung am Standort des künftigen Nahversorgers zu schaffen, bietet sich auch hier die Ergänzung mit kleinteiligen Nutzungen an, die jedoch nicht in Konkurrenz zu den Angeboten in der Heidestraße stehen sollten. Ziel ist die funktionale Ergänzung beider Bereiche.

3.4 Sonderstandorte für den großflächigen Einzelhandel

Aufgrund der nicht integrierten Lage und meist stark gewerblichen Prägung des Umfeldes sowie der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen sind die Sonderstandorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Als **Sonderstandorte für den großflächigen Einzelhandel** werden die Standortbereiche **Herner Straße und Ortloh** ausgewiesen.

- Am **Sonderstandort Herner Straße** sind insgesamt rd. 21.200 m² Verkaufsfläche vorhanden, die auf zehn Einzelhandelsbetriebe entfallen. Neben dem Baumarkt Hellweg weist dieser Standort auch mehrere mittelgroße und großflächige Anbieter mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment auf. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen hier rd. 5.440 m². Hier ist insbesondere auf den Anbieter Rewe-Center hinzuweisen. Auch der mittelfristige Bedarfsbereich weist mit rd. 3.600 m² Verkaufsfläche ein gewisses Gewicht auf (v. a. Bekleidungsfachmarkt Adler). Es handelt es sich um einen etablierten Handelsstandort, der trotz seiner dezentralen Lage eine Versorgungsbedeutung für den südlichen Siedlungsbereich der Stadt Recklinghausen übernimmt. Bei der Bewertung des Standortes ist jedoch insbesondere die geringe räumliche Distanz zum Nebenzentrum Süd zu berücksichtigen (rd. 1 km). Durch die in den vergangenen Jahren erfolgte Entwicklung v. a. im Bereich der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimente ist die Entwicklungsfähigkeit des Nebenzentrums erschwert worden, das bereits heute funktionale Defizite aufweist. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sich in rd. 1 km Entfernung in nördlicher Richtung das perspektivische Nahversorgungszentrum Hillerheide – Heidestraße befindet, in dem als wesentlicher Frequenzbringer ein Lebensmittelmarkt vorgesehen ist.

Derzeit bestehen Überlegungen zur Umstrukturierung und Modernisierung des Bereiches Rewe-Center / Adler. Die Planung ist mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar, sofern Ziel 6.5- 7 LEP NRW erfüllt ist. Ausnahmsweise sind gemäß Ziel 6.5- 7 „Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ geringfügige Erweiterungen in Bezug auf die Sortimente und Verkaufsflächen zulässig. Die exakte Größe der Erweiterung ist im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens auf Basis der Auswirkungen durch ein Gutachten zur ermitteln.

Neuansiedlungen von Anbietern am Sonderstandort mit nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Kernsortiment sind jedoch auszuschließen.

- Der **Sonderstandort Ortloh** umfasst insgesamt fünf Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 44.700 m², wobei die Schwerpunkte bei Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf und Möbeln liegt. Hier ist im Wesentlichen auf den Baumarkt OBI und das Möbelhaus Ostermann hinzuweisen. Darüber hinaus befinden sich am Standort der Fachmarkt Kibek und das Pferdesporthaus Loesdau. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und untergeordnet von Verkehrsströmen)

sind die im Kern nicht zentrenrelevanten Anbieter hier standortadäquat angesiedelt. Da es sich lt. Gebietsentwicklungsplan um einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) handelt, ist die Neuansiedlung von großflächigem Einzelhandel landesplanerisch nicht zulässig. Die Betriebe genießen jedoch Bestandsschutz; auch sind gemäß Ziel 6.5- 7 LEP NRW „Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ ausnahmsweise geringfügige Erweiterungen in Bezug auf die Sortimente und Verkaufsflächen zulässig.

Tabelle 9: Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten

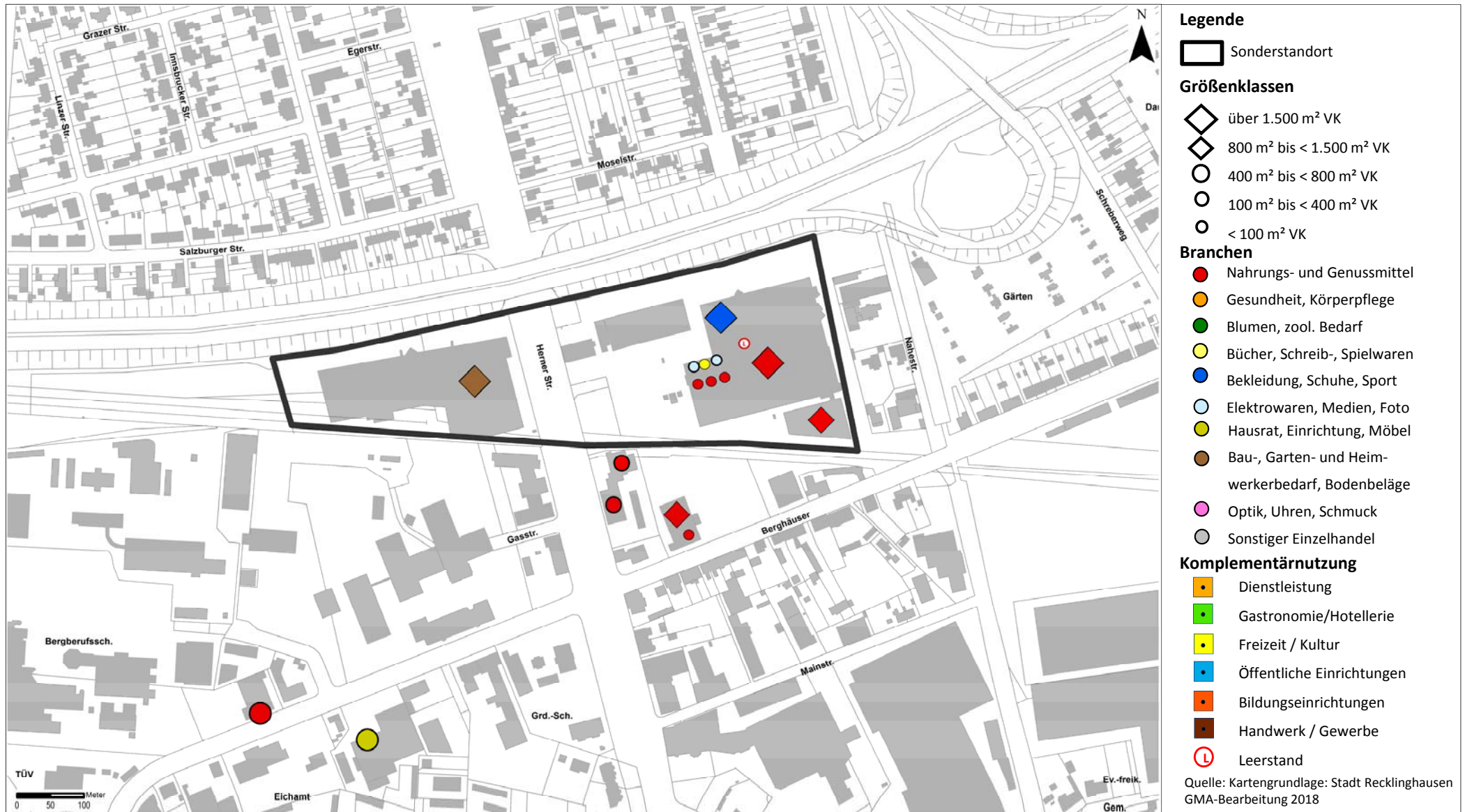
Branche	Sonderstandort Herner Straße				Sonderstandort Ortlohe			
	Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**		Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m²	in %	abs.	in %	in m²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	50	4.635	22	1	20	20	<1
Gesundheit, Körperpflege	-	-	680	3	-	-	-	-
Blumen, zool. Bedarf	-	-	120	1	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	5	50	5.435	26	1	20	20	-
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1	10	520	2	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	10	3.130	15	-	-	50	-
mittelfristiger Bedarfsbereich	2	20	3.650	17	-	-	50	-
Elektrowaren, Medien, Foto	2	20	555	3	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	2.870	14	1	20	28.030	63
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	10	8.680	41	2	40	14.570	33
Optik, Uhren, Schmuck	-	-	0	-	-	-	-	-
Sonstige Sortimente***	-	-	0	-	1	20	2.000	4
langfristiger Bedarfsbereich	3	30	12.105	57	4	80	44.600	100
Einzelhandel insgesamt	10	100	21.190	100	5	100	44.670	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

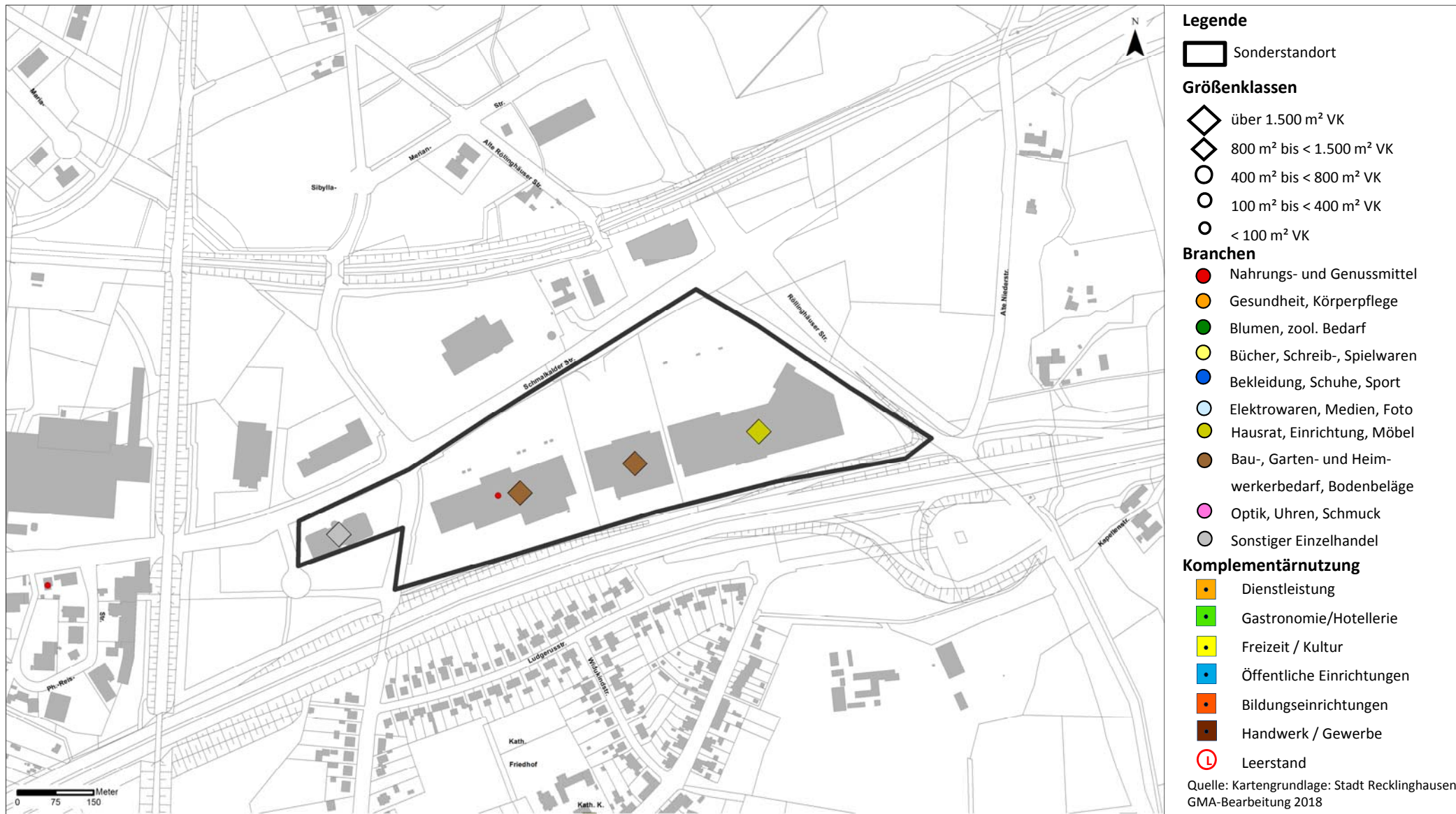
** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen April / Mai 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 15: Sonderstandort Herner Straße


Karte 16: Sonderstandort Ortlohn



3.5 Sonstige Lagen

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (auch Streulagen genannt). Hierzu zählen sowohl städtebaulich integrierte Lagen als auch nicht integrierte Standorte in überwiegend autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten):

- In den (städtebaulich) **integrierten Lagen** sind vereinzelt Betriebe ansässig, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen für die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um solitär gelegene, fußläufig gut erreichbare Lebensmittelmärkte mit wesentlicher Nahversorgungsfunktion (**solitäre Nahversorgungsstandorte**), die jedoch keinen zentralen Versorgungsbereich darstellen, sowie Bereiche mit kleinflächigen Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Metzger, Blumengeschäft). Auf diese Standortlagen wird im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes vertiefend eingegangen.
- Bei **nicht integrierten Lagen** handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte, die keinen oder nur einen geringen Wohngebietsbezug aufweisen. Gewerbe- und Industriegebiete sollen – primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben genutzt werden. Einzelhandels- und Komplementärnutzungen sind an diesen Standorten derzeit kaum vorhanden.

4. Nahversorgungskonzept

4.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Recklinghäuser Einzelhandelspolitik ist die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet. Die wesentlichen Träger der Nahversorgung stellen dabei Lebensmittelmärkte dar, wobei zwischen folgenden Betriebstypen zu unterscheiden ist:

Übersicht 5: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächen-größe in m ²	Sortiments-schwerpunkt ¹	durchschnittliche Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	11.175 (33 %) 7.950 (16 %) 25.400 (51 %) Gesamt: 49.525	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.740 (62 %) 4.810 (19 %) 4.480 (17 %) Gesamt: 15.330	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	400 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.760 (76 %) 2.010 (17 %) 840 (7 %) Gesamt: 11.610	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.200 / 1.400	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.584 (75 %) 273 (13 %) 264 (12 %) Gesamt: 2.121	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittel-handwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2014; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider; siehe hierzu auch Abbildung 6 in Kapitel I., 4.1.4.

* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

** Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)

GMA-Darstellung 2018

4.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Recklinghausen

Im Folgenden werden die einzelnen Stadtteile der Stadt Recklinghausen hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

In Bezug auf die **quantitative Ausstattung** ist zu berücksichtigen, dass die Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner u. a. auch abhängig ist von dem räumlichen Bezug (hier Stadtteilebene), der gewählt wurde. So kann beispielsweise in Stadtteil A eine geringe quantitative Ausstattung im Lebensmittelbereich vorhanden sein, im direkt angrenzenden Stadtteil B befindet sich jedoch ein größerer Lebensmittelmarkt, der eine Versorgungsfunktion auch für den Stadtteil A einnimmt. Aufgrund

dessen erfolgt neben der Berechnung der Ausstattungskennziffer auch immer ein Hinweis auf die vorhandene Wettbewerbssituation.

Die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtteile basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte. Die räumliche Situation der Nahversorgung wird über Versorgungsradien untersucht, die 700 m umfassen⁶², welches ca. 10 min Gehzeit entspricht.

Da es sich bei der Darstellung nach 700-Meter-Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird auch die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dargestellt, sodass die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung⁶³ finden. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“ bezeichnet, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert (vgl. nachfolgende Karten).

Die Nahversorgungssituation in den Recklinghäuser Stadtteilen wird in nachfolgender Übersicht dargestellt und bewertet.

⁶² Gemäß Einzelhandelserlass soll i. d. R. die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs innerhalb von 10 min. bzw. in einer Entfernung von 700 – 1.000 m zu erreichen sein. Aufgrund der Tatsache, dass es sich um einen städtischen Raum mit überwiegend verdichteten Siedlungsstrukturen handelt, wird in Recklinghausen eine Entfernung von 700 m zugrunde gelegt.

⁶³ Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzungen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Übersicht 6: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hochlarmark

Stadtteil Hochlarmark						
Einwohnerzahl	10.074 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Netto	Wanner Straße	rd. 750	integriert	zeitgemäß	zeitgemäß gestalteter Markt, jedoch mit eher geringer Verkaufsfläche, ausreichende Parkplatzsituation
	Penny	Westfalenstraße	rd. 750	NVZ Hochlarmark Westfalenstraße	zeitgemäß	relativ kleine Verkaufsfläche, wobei der Markt innen zeitgemäß ausgestattet ist. Erweiterung wäre grundsätzlich denkbar
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Getränkemarkt ▪ Kioske ▪ Metzgereien ▪ Lebensmittelgeschäft					
Wettbewerbssituation:	Im östlich angrenzenden Stadtteil Grullbad sind als wesentliche Anbieter Rewe – Ihr Kaufpark in der Dieselstraße und Aldi in der Salentinstraße sowie in Süd das Rewe-Center in der Herner Straße zu nennen. In der Nachbarstadt Herne befinden sich darüber hinaus weitere leistungsfähige Lebensmittelanbieter, wobei diese aus den Wohngebieten nur über die A 43 zu erreichen sind. ➔ durchschnittliche Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 150 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁴ .					
	qualitativ: zwei Lebensmitteldiscounter, jedoch fehlender klassischer Lebensmittelsupermarkt. Beide Lebensmitteldiscounter weisen eher geringe Verkaufsflächen auf.					
	räumlich: gute räumliche Verteilung, ohne nennenswerte Versorgungslücken, durch die südlich und nördlich gelegenen Lebensmitteldiscounter weisen fast alle Siedlungslagen eine fußläufige Anbindung an Lebensmittelmärkte auf. Lediglich im Bereich der Theodor-Körner Straße bestehen kleinere Versorgungslücken.					
Empfehlungen:	Primäres Ziel ist die Sicherung des Angebotes im Nahversorgungszentrum sowie in den integrierten Lagen. Im Rahmen der langfristigen Betriebssicherung ist die Modernisierung und Erweiterung des Anbieters Penny zu prüfen. Wünschenswert wäre zudem die Verbesserung der Versorgungssituation durch die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters, wobei die Ansiedlung aufgrund des vorhandenen Einwohnerschwerpunkts im nördlichen Bereich des Stadtteils im Nahversorgungszentrum Hochlarmark (bspw. südliche Potenzialfläche) erfolgen sollte. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich im angrenzenden Stadtteil Grullbad mit dem Markt Rewe – Ihr Kaufpark ein leistungsfähiger Anbieter befindet, der aufgrund seiner Größe und guten verkehrlichen Anbindung auch eine Versorgung der Bevölkerung in Hochlarmark übernimmt, obwohl dieser eher nicht integriert gelegen ist.					

64

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadtteil Hochlarmark

Eine Ansiedlung eines ergänzenden Vollsortimenters in Hochlarmark darf nicht zu einer Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche führen, sodass im Falle einer Ansiedlung eine Einzelfallprüfung vorzunehmen ist.

Übersicht 7: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Grullbad**Stadtteil Grullbad**

Einwohnerzahl	6.315 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Rewe – Ihr Kaufpark	Dieselstraße	rd. 1.550	nicht integriert	modern	Lage in eher gewerblich geprägtem Gebiet mit weiterem Einzelhandel, autokundenorientiert, übernimmt jedoch auch eine Versorgungsfunktion für die Wohngebiete im Umkreis
	Aldi	Salentinstraße	rd. 700	integriert	nicht mehr zeitgemäß	relativ kleine Verkaufsfläche, nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt, erschwerte Anfahrbarkeit, eingeschränkte Sichtbarkeit, Umstrukturierung des Standortes oder ggf. Verlagerung zur Bestandssicherung notwendig
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ Kiosk					
Wettbewerbssituation:	Im östlich angrenzenden Stadtteil Süd ist v. a. auf den Standort Herner Straße (u. a. Rewe-Center, Lidl) und die beiden Anbieter Rewe (Nebenzentrum Süd) und Lidl (Nahversorgungszentrum Südliche Bochumer Straße) hinzuweisen. In Herne befinden sich ebenfalls verschiedene leistungsfähige Lebensmittelanbieter (u. a. real, Rewe-Center, Lidl, Penny). → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (355 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁵ .					
	qualitativ: ein Lebensmitteldiscounter, der jedoch eine vergleichsweise kleine Verkaufsfläche aufweist, ein moderner Supermarkt.					
	räumlich: relativ gute räumliche Verteilung; z. T. wird die fußläufige Versorgung auch durch Anbieter im Stadtteil Süd gewährleistet (vgl. Karte 22), bei dem im Süden des Stadtteils vorhandenen, nicht fußläufig versorgten Gebiet, handelt es sich um ein gewerblich geprägtes Areal.					

65

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadtteil Grullbad

Empfehlungen:	Grundsätzlich weist der Stadtteil zwar eine unterdurchschnittliche Ausstattung auf, jedoch besteht eine ausgewogene räumliche Verteilung der Anbieter. Zudem übernimmt auch der angrenzende Stadtteil Süd eine Versorgung der Einwohner Grullbads. Demnach ist v. a. eine Bestandssicherung der vorhandenen Anbieter anzustreben, wobei hierbei zu berücksichtigen ist, dass der Anbieter Rewe – Ihr Kaufpark zwar eine Versorgung der umliegenden Wohngebiete übernimmt, dennoch aufgrund seiner Lage als nicht integriert einzustufen ist, sodass eine weitere Stärkung des Standortes nicht zu verfolgen ist. Der Anbieter Aldi in der Salentinstraße hingegen weist direkte Anbindung an Wohngebiete auf und ist insbesondere für die Versorgung der nördlichen Siedlungsbereiche ein wesentlicher Anbieter. Aufgrund der nicht optimalen Gesamtpräsentation des Marktes ist grundsätzlich eine Umstrukturierung des Standortes anzustreben, um den Anbieter langfristig im Bestand zu sichern. Im Rahmen der Ansiedlung wäre sicherzustellen, dass dieser Markt keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung auslöst.
----------------------	--

Übersicht 8: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Süd

Stadtteil Süd						
Einwohnerzahl	13.060 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Rewe Center	Herner Straße	rd. 6.800	Sonderstandort Herner Straße	nicht mehr zeitgemäß	befindet sich in räumlicher Nähe zum Nebenzentrum Recklinghausen-Süd, übt dadurch Konkurrenzdruck auf das Zentrum aus, insgesamt autokundenorientierter Standort, übernimmt jedoch auch eine wichtige Versorgungsfunktion für Süd und die angrenzenden Stadtteile, weist Modernisierungsbedarf auf
	Rewe	Bochumer Straße	rd. 1.350	NZ Recklinghausen-Süd	modern	modern gestalteter Anbieter, der jedoch aufgrund des Grundstückszuschnitts über eine erschwerte Anlieferung und damit verbunden auch begrenzte Stellplatzsituation verfügt, Verbesserungsbedarf in der Außengestaltung.
	Lidl	Bochumer Straße	rd. 1.000	NVZ Südl. Bochumer Straße	modern	moderner und vergleichsweise großer Lebensmitteldiscounter, ausreichende Stellplatzsituation
	Lidl	Berghäuser Straße	rd. 800	nicht integriert	zeitgemäß	autokundenorientierter Standort, der jedoch auch für die angrenzenden Wohngebiete eine Versorgungsfunktion übernimmt, befindet sich in räumlicher Nähe zum Nebenzentrum Recklinghausen-Süd

Stadtteil Süd						
	Penny	Kölner Straße	rd. 650	nicht integriert	zeitgemäß	vergleichsweise kleine Verkaufsfläche, jedoch befindet sich der Anbieter an einem nicht integrierten Standort, eine Bestandsveränderung ist nicht zu empfehlen
	Riwa	Im Reitwinkel	rd. 550	NZ Recklinghausen-Süd	zeitgemäß	ethnischer Lebensmittelsupermarkt, umfassende Frischeabteilung, marktübliche Rahmenbedingungen
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ ethnische Lebensmittelmärkte ▪ Getränkemärkte ▪ Tankstellen-Shops ▪ Kioske					
Wettbewerbssituation:	Die Stadtteile Grullbad (Rewe – Ihr Kaufpark, Aldi) und König-Ludwig (Rewe, Aldi, Penny, 2 x Netto) verfügen zwar überwiegend über leistungsfähige Anbieter, jedoch strahlen das Nebenzentrum Recklinghausen-Süd und der Sonderstandort Herner Straße deutlich über die Stadtteilgrenzen hinaus. → mäßige Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: deutlich überdurchschnittliche Ausstattung (855 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁶ .					
	qualitativ: alle Betriebstypen vorhanden (drei Lebensmitteldiscounter, ein Supermarkt, ein SB-Warenhaus), z. T. weisen die Anbieter jedoch Modernisierungsbedarf auf.					
	räumlich: gute räumliche Verteilung, keine Versorgungslücken vorhanden.					
Empfehlungen:	Der Stadtteil Süd verfügt sowohl quantitativ als auch räumlich über eine sehr gute Versorgungssituation. Des Weiteren sind alle Betriebstypen des Lebensmittelhandels vertreten. Z. T. weisen einzelne Anbieter jedoch nicht mehr zeitgemäße Marktauftritte auf, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass v. a. eine Sicherung und Stärkung der Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen erfolgen sollte. Schwerpunkt sollte hierbei die Umstrukturierung und Modernisierung des Anbieters Rewe im Nebenzentrum Recklinghausen-Süd sein. Zudem ist im Nebenzentrum auch eine Stärkung der Nahversorgung durch die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters zu empfehlen.					

⁶⁶ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 9: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil König-Ludwig

Stadtteil König-Ludwig						
Einwohnerzahl	11.643 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Rewe	Am Waldschlösschen	rd. 1.050	integriert	modern	Standortverbund mit Aldi und Rewe Getränkemarkt, südlich angrenzend größere Gartenfläche, jedoch integrierte Lage in einem Wohngebiet
	Aldi	Am Waldschlösschen	rd. 800	integriert	zeitgemäß	Standortverbund aus Rewe und Getränkemarkt, insgesamt zeitgemäße Marktgestaltung, jedoch vergleichsweise kleine Verkaufsfläche
	Netto	Ortlohstraße	rd. 700	integriert	zeitgemäß	vergleichsweise kleine Verkaufsfläche, befindet sich zwischen den Siedlungsbereichen König-Ludwig und Röllinghausen, auch gewerbliche Prägung im Umfeld, übernimmt aufgrund seiner Lage auch eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil Röllinghausen
	Penny	Marienstraße	rd. 800	integriert	modern	in räumlicher Nähe zum Anbieter Netto, zwar moderne Verkaufsraumgestaltung, jedoch ebenfalls vergleichsweise kleine Verkaufsfläche
	Netto	Marienstraße	rd. 550	integriert	nicht mehr zeitgemäß	weist im Inneren einen gewissen Modernisierungsbedarf auf, Erweiterungsmöglichkeit bestehen aufgrund der Grundstücksgröße und der umliegenden Bebauung voraussichtlich nicht
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ Kioske ▪ Getränkemarkt					
Wettbewerbssituation:	Während der östlich angrenzende Stadtteil Röllinghausen keine größeren Lebensmittelanbieter aufweist, befinden sich im Stadtteil Süd westlich angrenzend eine Vielzahl an leistungsfähigen Anbietern. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (333 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁷ .					
	qualitativ: vier Lebensmitteldiscounter, die jedoch vergleichsweise kleine Verkaufsflächen aufweisen, ein moderner Supermarkt.					

⁶⁷

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadtteil König-Ludwig

	räumlich: gute räumliche Verteilung; im westlichen Teil befinden sich zwar z. T. Versorgungslücken, hierbei handelt es sich jedoch überwiegend durch die Grünflächen Südpark und Schimmelsheider Park.
Empfehlungen:	Sicherung der bestehenden Märkte in den integrierten Lagen, z. T. ist eine Erweiterung der Anbieter im Rahmen der Bestandssicherung denkbar, hierbei sind jedoch die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und auch die Versorgung der Bevölkerung zu prüfen.

Übersicht 10: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Röllinghausen
Stadtteil Röllinghausen

Einwohnerzahl	4.012 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	-	-	-	-	-	-
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Getränkehandel ▪ Metzgerei ▪ Bäckerei ▪ Tankstellen-Shop					
Wettbewerbssituation:	Die westlich angrenzenden Stadtteile König-Ludwig und Süd weisen verschiedene leistungsfähige Anbieter auf. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: rudimentäre Ausstattung.					
	qualitativ: kein großer Anbieter vorhanden.					
	räumlich: es bestehen im östlichen und südlichen Bereich des Stadtteils Versorgungslücken, ein Großteil des Siedlungsgebietes weist jedoch eine fußläufige Anbindung an den Lebensmitteldiscounter Netto in der Ortlohstraße auf.					
Empfehlungen:	Die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes wäre grundsätzlich wünschenswert; vor dem Hintergrund der starken Wettbewerbssituation und der eher geringen Einwohnerzahl ist ein Standort aufgrund des geringen Potenzials jedoch nur schwer ableitbar. Der Lebensmitteldiscounter Netto in der Ortlohstraße sollte jedoch vor dem Hintergrund seiner Versorgungsfunktion für den Stadtteil im Bestand gesichert werden.					

Übersicht 11: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Suderwich

Stadtteil Suderwich						
Einwohnerzahl	11.643 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Aldi	Schulstraße	rd. 950	NVZ Suderwich	zeitgemäß	Standortverbund mit Edeka, ausreichende Stellplatzsituation, Erweiterungsflächen sind südlich noch vorhanden
	Edeka Aktiv Markt	Ehlingstraße	rd. 800	NVZ Suderwich	nicht mehr zeitgemäß	Standortkombination mit Aldi, ausreichende Stellplatzsituation, schwieriger Gebäudezuschnitt, keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort
	Lidl	Sachsenstraße	rd. 750	integriert	zeitgemäß	kleine Verkaufsfläche, ausreichende Stellplatzsituation, angrenzend an die Bahntrasse
	Netto	Becklemer Weg	rd. 750	integriert	nicht mehr zeitgemäß	kleine Verkaufsfläche, ausreichende Stellplatzsituation, angrenzend an die Bahntrasse
	Ihr Frischmarkt	Sachsenstraße	rd. 500	integriert	nicht mehr zeitgemäß	kleiner Nahversorger, wenige Stellplätze angrenzend im Straßenraum
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Getränkemärkte ▪ Weinladen ▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shop					
Wettbewerbssituation:	Als wesentlicher Wettbewerbsstandort ist die Castroper Straße (Marktkauf / Netto / Lidl) sowie der Anbieter real in Henrichsburg zu nennen. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (318 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁸ .					
	qualitativ: ein Vollsortimenter, drei Lebensmitteldiscounter, ein kleiner Supermarkt.					
	räumlich: gute räumliche Verteilung, keine größeren Versorgungslücken.					
Empfehlungen:	Sicherung und Stärkung der Anbieter im ZVB und den integrierten Lagen. Vor dem Hintergrund der kleinen Verkaufsfläche und des nicht mehr zeitgemäßen Marktauftrittes ist grundsätzlich eine Modernisierung des Anbieters Edeka anzustreben, welche jedoch aufgrund der vorhandenen baulichen Strukturen wahrscheinlich nicht am Standort erfolgen kann. Der Anbieter dient jedoch dem Nahversorgungszentrum als wesentlicher Frequenzbringer, sodass dieser bei einer Neuaufstellung im Zentrum oder direkt angrenzend verbleiben soll. Hierbei sind die Wirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich abzuwägen. Eine erste Bewertung einer Entwicklungsfläche erfolgt im Kapitel IV., 3.3.1.					

⁶⁸

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadtteil Suderwich

Auch der Netto-Markt im Becklemer Weg weist nicht mehr zeitgemäße Strukturen auf, sodass grundsätzlich eine Modernisierung und ggf. Verlagerung an einen ebenfalls integrierten Standort innerhalb des gleichen Siedlungsgebietes erfolgen sollte.

Übersicht 12: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Essel**Stadtteil Essel**

Einwohnerzahl	422 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	-	-	-	-	-	-
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	keine, außer Schnapsbrennerei					
Wettbewerbssituation:	Sowohl Hillen (Marktkauf, Lidl, Netto) entlang der Castroper Straße als auch Suderwich (Aldi, Edeka, Lidl, Netto) verfügen über mehrere Lebensmittelanbieter. Auch die Nachbargemeinde Oer-Erkenschwick weist, in direkter Nähe zu Essel, leistungsfähigen Einzelhandel (Lidl, Kaufland) auf. → ausgeprägte Wettbewerbssituation.					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: rudimentäre Ausstattung.					
	qualitativ: kein Lebensmittelanbieter.					
	räumlich: Versorgungslücken aufgrund des Fehlens eines Lebensmittelanbieters, jedoch ist aufgrund der niedrigen Einwohnerzahl (rd. 420 Einwohner) das Kaufkraftpotenzial deutlich zu gering für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes.					
Empfehlungen:	Keine Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes in Essel, jedoch Aufrechterhaltung der Versorgung durch Sicherung der ÖPNV-Anbindungen in Richtung der wesentlichen Lebensmittelstandorte in Suderwich und dem Stadtzentrum.					

Übersicht 13: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Berghausen

Stadtteil Berghausen						
Einwohnerzahl	403 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	-	-	-	-	-	-
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	-					
Wettbewerbssituation:	Der westlich angrenzende Stadtteil Hillen verfügt über einen ausgeprägten Einzelhandelsstandort an der Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Lidl, Netto). Auch das östlich gelegene Suderwich (u. a. Edeka, Aldi, Lidl, Netto) verfügt über verschiedene Anbieter. → ausgeprägte Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: keine Ausstattung.					
	qualitativ: keine eigene Ausstattung.					
	räumlich: durch das Fehlen eines größeren Lebensmittelmarktes sind Versorgungslücken festzustellen.					
Empfehlungen:	Aufgrund der geringen Einwohnerzahl und der damit verbundenen zu geringe Kaufkraft im Stadtteil ist keine Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zu empfehlen. Die ÖPNV-Anbindung nach Suderwich und Hillen sollte jedoch gesichert werden.					

Übersicht 14: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hillen

Stadtteil Hillen						
Einwohnerzahl	9.544 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Marktkauf	Castroper Straße	rd. 3.900	nicht integriert	modern	angrenzend befindet sich der Getränkemarkt trinkgut, autokundenorientierter Standort, Versorgungsfunktion deutlich über den Stadtteil Hillen hinaus
	Norma	Amelandstraße	rd. 950	NVZ Amelandstraße	zeitgemäß	ausreichende Stellplatzsituation, vergleichsweise große Verkaufsfläche, wesentlicher Frequenzbringer für das Nahversorgungszentrum
	Netto	Hubertusstraße	rd. 800	nicht integriert	zeitgemäß	in räumlicher Nähe zum Anbieter Marktkauf, ausreichende Stellplatzsituation, eher schlechte Einsehbarkeit von der Castroper Straße
	Lidl	Castroper Straße	rd. 800	nicht integriert	zeitgemäß	in räumlicher Nähe zum Anbieter Marktkauf, ausreichende Stellplatzsituation
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Feinkost ▪ Kiosk ▪ Getränkemärkte ▪ Tankstellen-Shops					
Wettbewerbssituation:	Die östlich angrenzenden Stadtteile weisen abgesehen von Suderwich keine größeren Lebensmittelmärkte auf, ebenso ist das Ostviertel und Hillerheide eher unterdurchschnittlich aufgestellt. → mäßige Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: überdurchschnittliche Ausstattung (680 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁶⁹ .					
	qualitativ: ein SB-Warenhaus, drei Discounter.					
	räumlich: keine Versorgungslücken vorhanden.					
Empfehlungen:	Sicherung und Stärkung des bestehenden Lebensmitteldiscounters Norma im Nahversorgungszentrum Amelandstraße als wesentlicher Frequenzbringer für das Zentrum. Der Markt übernimmt als einziger Nahversorger für die Bewohner des Quellbergs eine wesentliche Versorgungsfunktion. Vor diesem Hintergrund ist der Standort an der Castroper Straße, der bereits heute einen starken Konkurrenzdruck auf das Nahversorgungszentrum ausübt, nicht weiter zu entwickeln. Eine weitere Stärkung des Standortes ist aus versorgungsstruktureller Sicht nicht zu empfehlen.					

⁶⁹ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 15: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Ostviertel

Stadtteil Ostviertel						
Einwohnerzahl	11.643 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter: ⁷⁰	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Penny	Dortmunder Straße	rd. 1.050	integriert	zeitgemäß	gut erschlossen über die Dortmunder Straße, gepflegter Eindruck, gute Stellplatzbedingungen im Hinterhof
	Prima Markt	Castroper Straße	rd. 400	nicht integriert	nicht mehr zeitgemäß	ethnischer Lebensmittelsupermarkt, marktübliche Rahmenbedingungen
	Naturata	Dortmunder Straße	rd. 500	integriert	zeitgemäß	Biomarkt, integrierter Bäcker, marktübliche Rahmenbedingungen
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Kiosk ▪ ethnische Lebensmittelmärkte ▪ Weinladen ▪ Getränkemärkte ▪ Tankstellen-Shops					
Wettbewerbssituation:	Alle angrenzenden Stadtteile (abgesehen von Essel) weisen Lebensmittelmärkte auf. Hierbei sind vor allem die Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Lidl, Aldi, Netto), die Innenstadt (u. a. Kaufland) und Suderwich (u. a. Edeka, Aldi, Lidl, Netto) zu nennen. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (167 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷¹ .					
	qualitativ: ein Lebensmitteldiscounter mit großer Verkaufsfläche, ein ethnischer Supermarkt und ein Bioladen					
	räumlich: nördliche und östliche Gebiete weisen keine fußläufige Anbindung an die größeren Supermärkte auf, der vorhandene Lebensmitteldiscounter deckt jedoch den Großteil der Siedlungsbereiche des Stadtteils im 700 m Radius ab.					
Empfehlungen:	Sicherung des bestehenden Lebensmitteldiscounters Penny in integrierter Lage. Aufgrund der unterdurchschnittlichen Ausstattung und des fehlenden Betriebstypenmixes ist grundsätzlich die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters im Ostviertel denkbar. Voraussetzung hierfür ist jedoch ein integrierter Standort, der eine wesentliche fußläufige Versorgungsfunktion für den Stadtteil entfalten kann. Im Rahmen der Ansiedlung wäre sicherzustellen, dass dieser Markt keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung auslöst.					

⁷⁰ Im September 2019 hat im ehem. Rewe-Markt an der Dortmunder Straße 15 ein Penny Lebensmitteldiscounter eröffnet.

⁷¹ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 16: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Nordviertel

Stadtteil Nordviertel						
Einwohnerzahl	9.070 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Rewe	Oerweg	rd. 1.850	integriert	modern	Standortverbund mit Rewe Getränkemarkt, im Vorkassenbereich Bäckerei, Metzger und Fischladen, ausreichende Stellplatzsituation, im Osten befindet sich die Bahntrasse, im Westen v. a. Wohnbebauung
	Aldi	Oerweg	rd. 1.000	integriert	zeitgemäß	Standortkombination mit Dursty Getränkemarkt und Das Futterhaus, ausreichende Stellplatzsituation, im Osten befindet sich die Bahntrasse, im Westen v. a. Wohnbebauung
	Netto ⁷²	Halterner Straße	rd. 580	integriert	nicht mehr zeitgemäß	kleine Verkaufsfläche, wenig Parkplätze am Markt, jedoch straßenbegleitende Parkplätze, kleiner Nahversorger
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Getränkemarkte ▪ Weinladen ▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shops					
Wettbewerbssituation:	Die südlich angrenzenden Stadtteile Altstadt (u. a. Kaufland) und Westviertel (Edeka, Aldi, Lidl) weisen leistungsstarke Anbieter im Lebensmittelbereich auf. → mäßige Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (376 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷³ .					
	qualitativ: ein moderner Vollsortimenter, zwei Lebensmitteldiscounter.					
	räumlich: alle drei wesentlichen Lebensmittelanbieter befinden sich im südlichen bzw. östlichen Teil des Stadtteils, das nordwestliche Siedlungsgebiet verfügt über keine fußläufige Anbindung an einen größeren Lebensmittelmarkt.					
Empfehlungen:	Sicherung und Stärkung der Anbieter in den integrierten Lagen. Vor dem Hintergrund der kleinen Verkaufsfläche und des nicht mehr zeitgemäßen Marktauftrittes ist grundsätzlich eine Modernisierung des Anbieters Netto wünschenswert, welche jedoch aufgrund der vorhandenen baulichen Struk-					

⁷² Der Netto-Markt wurde geschlossen, hier hat ein denn's Biomarkt eröffnet.

⁷³ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadtteil Nordviertel

turen nur mit intensiven Bemühungen einhergehen dürfen. Zudem sind vor diesem Hintergrund auch die vorhandenen Versorgungslücken im Nordwesten des Stadtteils zu berücksichtigen, die sich in diesem Bereich auch im Westviertel fortsetzen. Grundsätzlich wäre eine Verbesserung der räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte wünschenswert. Dies ist im Einzelfall zu prüfen.

Übersicht 17: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Speckhorn/Bockholt**Stadtteil Speckhorn/Bockholt**

Einwohnerzahl	1.426 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	-	-	-	-	-	-
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Hofladen ▪ Tankstellen-Shop					
Wettbewerbssituation:	Das angrenzende Nordviertel (u. a. Rewe, Aldi, Netto) und das Westviertel (Edeka, Aldi, Lidl) verfügen über verschiedene Lebensmittelmärkte. Das Ostviertel besitzt lediglich einen Lebensmitteldiscounter in relativer Nähe zu Speckhorn. In der nördlich angrenzenden Stadt Marl befindet sich ein Netto in direkter Nähe zum Siedlungsgebiet von Speckhorn / Bockholt. → ausgeprägte Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: rudimentäre Ausstattung.					
	qualitativ: keine eigene Ausstattung.					
	räumlich: keine fußläufige Anbindung an einen Lebensmittelmarkt.					
Empfehlungen:	Vor dem Hintergrund der geringen Einwohnerzahl und des damit verbundenen geringen Kaufkraftpotenzials ist eine Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht möglich. Ziel ist die Aufrechterhaltung der ÖPNV-Anbindungen.					

Übersicht 18: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Westviertel

Stadtteil Westviertel						
Einwohnerzahl	7.285 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Edeka	Von-Bruchhausen-Straße	rd. 1.300	integriert	modern	Ladeneinheit im Erdgeschoss eines Wohnhauses, der Anbieter verfügt über eine Tiefgarage, schwierige Anfahrbarkeit
	Lidl	Hertener Straße	rd. 900	integriert	zeitgemäß	Lage an der verkehrlich stark befahrene Hertener Straße, trotz integrierter Lage autokundenorientierter Standort, räumliche Nähe zum Aldi-Markt
	Aldi ⁷⁴	Bert-Brecht-Straße	rd. 700	integriert	nicht mehr zeitgemäß	Standortverbund mit dem Textildiscounter kik, vom Westring nur schwer einsehbar, Lage am Rand eines Wohngebietes
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shop ▪ Kiosk					
Wettbewerbssituation:	Räumliche Nähe zu den Angeboten in der Altstadt und im Paulusviertel (u. a. Kaufland (Altstadt), Rewe, Penny (Paulusviertel)) → mäßige Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (395 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷⁵ , die sich durch die Aldi-Schließung weiter verringert hat.					
	qualitativ: ein moderner Vollsortimenter, zwei Lebensmitteldiscounter					
	räumlich: alle drei wesentlichen Lebensmittelanbieter befinden sich im südlichen Teil des Stadtteils, das nordöstliche Siedlungsgebiet verfügt über keine fußläufige Anbindung an einen größeren Lebensmittelmarkt					
Empfehlungen:	Sicherung der Anbieter in den integrierten Lagen. Vor dem Hintergrund der Verteilung sind beide Pole (Lidl, Aldi und Edeka) im Bestand zu sichern. Zudem sind vor diesem Hintergrund auch die vorhandenen Versorgungslücken im Norden des Stadtteils zu berücksichtigen, die sich in diesem Bereich auch im Nordviertel fortsetzen. Hier wäre die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung anzustreben.					

⁷⁴ Zwischenzeitlich wurde der Markt geschlossen.

⁷⁵ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 19: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hochlar

Stadtteil Hochlar						
Einwohnerzahl	4.913 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	-	-	-	-	-	-
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Kiosk ▪ Tankstellen-Shop					
Wettbewerbssituation:	Neben den verschiedenen Lebensmittelmärkten im West- und Paulusviertel ist insbesondere auf die Lebensmittelmärkte in der Stadt Herten in rd. 1 km Entfernung (u. a. real, Rewe, Lidl, Aldi, Netto) hinzuweisen. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: rudimentäre Ausstattung.					
	qualitativ: kein größerer Lebensmittelmarkt.					
	räumlich: keine fußläufige Anbindung an einem größeren Lebensmittelmarkt.					
Empfehlungen:	Grundsätzlich wäre in Hochlar eine Verbesserung der Nahversorgung wünschenswert, jedoch ist dies vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation und der fehlenden Flächenpotenziale in integrierten Lagen (bspw. Kreuzungsbereich Hertener Straße / Bockholter Straße / Akkoallee) derzeit nicht umsetzbar.					

Übersicht 20: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Paulusviertel

Stadtteil Paulusviertel						
Einwohnerzahl	7.693 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Rewe	Westring	rd. 1.100	integriert	modern	Standortkombination mit Penny und Rewe-Getränkemarkt, gemeinsamer Parkplatz mit Penny, kaum Erweiterungsflächen vorhanden
	Penny	Friedrich-Ebert-Straße	rd. 800	integriert	modern	Souterrain eines Wohngebäudes, Standortverbund mit Rewe, gute Parkplatzsituation, gute verkehrliche Anbindung und Einsehbarkeit
	Aldi	Hubertusstraße	rd. 800	nicht integriert	zeitgemäß	Koppelstandort mit Dänischem Bettenlager und Grüner Laden, ausreichende Stellplatzsituation, unübersichtlicher Grundstückszuschnitt
	Netto	Bruchweg	rd. 800	integriert	modern	Standortverbund mit einer Bäckerei, gute verkehrliche Erreichbarkeit, ausreichendes Stellplatzangebot, Markt ist von Wohnbebauung umgeben
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Kiosk ▪ Weinhändler ▪ Gastroservice					
Wettbewerbssituation:	Die Stadtteile Altstadt (u. a. Kaufland) und Hillen (u. a. Marktkauf, Lidl, Netto) stehen aufgrund ihres guten bis sehr guten Einzelhandelsbesatzes in einer starken Wettbewerbssituation. In diesem Zuge ist auch auf die Einzelhandelsstandorte in Recklinghausen-Süd hinzuweisen. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: überdurchschnittliche Ausstattung (456 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷⁶ .					
	qualitativ: ein Vollsortimenter, drei Lebensmitteldiscounter.					
	räumlich: gute räumliche Verteilung, ohne nennenswerte Versorgungslücken, durch die westlich und östlich gelegenen Lebensmitteldiscounter weisen alle Siedlungslagen eine fußläufige Anbindung an größere Lebensmittelmärkte auf.					
Empfehlungen:	Sicherung der bestehenden Anbieter in den integrierten Lagen. Aufgrund des zeitgemäßen Marktauftritts der ansässigen Anbieter und der guten räumlichen Verteilung besteht kein wesentlicher Handlungsbedarf.					

76

 bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 21: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hillerheide

Stadtteil Hillerheide						
Einwohnerzahl	7.213 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Netto	Herner Straße	rd. 700	integriert	modern	Standortkombination mit dem Textildiscounter kik, ausreichende Stellplatzsituation, ungünstiger Grundstückszuschnitt
	Aldi	Werkstättenstraße	rd. 650	integriert	nicht mehr zeitgemäß	kleine Verkaufsfläche und nicht mehr optimale Innengestaltung, es bestehen jedoch keine Erweiterungsmöglichkeiten, gute Stellplatzsituation
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shop ▪ Kioske ▪ Weinhandel ▪ Schnapsbrennerei					
Wettbewerbssituation:	Die beiden nördlich und südlich gelegenen Stadtteile Hillen (u. a. Marktkauf, Norma, Netto, Lidl) und Süd mit dem NZ Recklinghausen Süd (u. a. Rewe) und Sonderstandort Herner Straße (u. a. Rewe-Center) verfügen über leistungsfähige Anbieter. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: stark unterdurchschnittliche Ausstattung (189 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷⁷ .					
	qualitativ: zwei Lebensmitteldiscounter, fehlender Vollsortimenter.					
	räumlich: der Hauptsiedlungsbereich ist mit dem Lebensmitteldiscounter als räumlich versorgt zu bezeichnen. Der Standort Herner Straße versorgt zudem den südlichen Bereich des Stadtteils mit, wobei die tatsächliche fußläufige Versorgung lediglich kleine Teilräume (bis zur Weserstraße) abdeckt.					
Empfehlungen:	Vor dem Hintergrund der unterdurchschnittlichen Ausstattung und der vorhandenen Versorgungslücken ist eine Verbesserung der Nahversorgung anzustreben. Im Sinne eines ausgewogenen Betriebstypenmixes empfiehlt sich insbesondere die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters. Im Rahmen der städtebaulichen Maßnahmen auf dem Gebiet der Trabrennbahn sollen zudem zusätzliche Wohneinheiten geschaffen werden (max. 1.000 Wohneinheiten), wodurch sich weiterer Bedarf für die Verbesserung der Nahversorgung ergibt. Im Rahmen der Planung ist eine Fläche für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes vorgesehen. Diese Entwicklung ist zu unterstützen.					

⁷⁷

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 22: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Stuckenbusch

Stadtteil Stuckenbusch						
Einwohnerzahl	2.356 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Aldi	Friedrich-Ebert-Straße	rd. 800	integriert	modern	gute verkehrliche Erreichbarkeit, ausreichende Parkplatzsituation, Siedlungsrandlage
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	Getränkehandel					
Wettbewerbssituation:	Im Stadtteil Paulusviertel ist insbesondere auf den verkehrlich gut erreichbaren Standort Rewe / Penny am Westring hinzuweisen. → starke Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (344 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷⁸					
	qualitativ: ein Lebensmitteldiscounter					
	räumlich: kleinere Versorgungslücken sind in den nördlichen und südlichen Gebieten des Stadtteils vorhanden, der Lebensmitteldiscounter deckt jedoch einen Großteil des Siedlungsgebietes ab.					
Empfehlungen:	Trotz der unterdurchschnittlichen Ausstattung besteht aufgrund der geringen Einwohnerzahl kein Handlungsbedarf. Der ansässige Lebensmitteldiscounter Aldi übernimmt für die rd. 2.350 Einwohner eine wichtige Versorgungsfunktion. Dieser ist im Bestand zu sichern.					

⁷⁸ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Übersicht 23: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Innenstadt

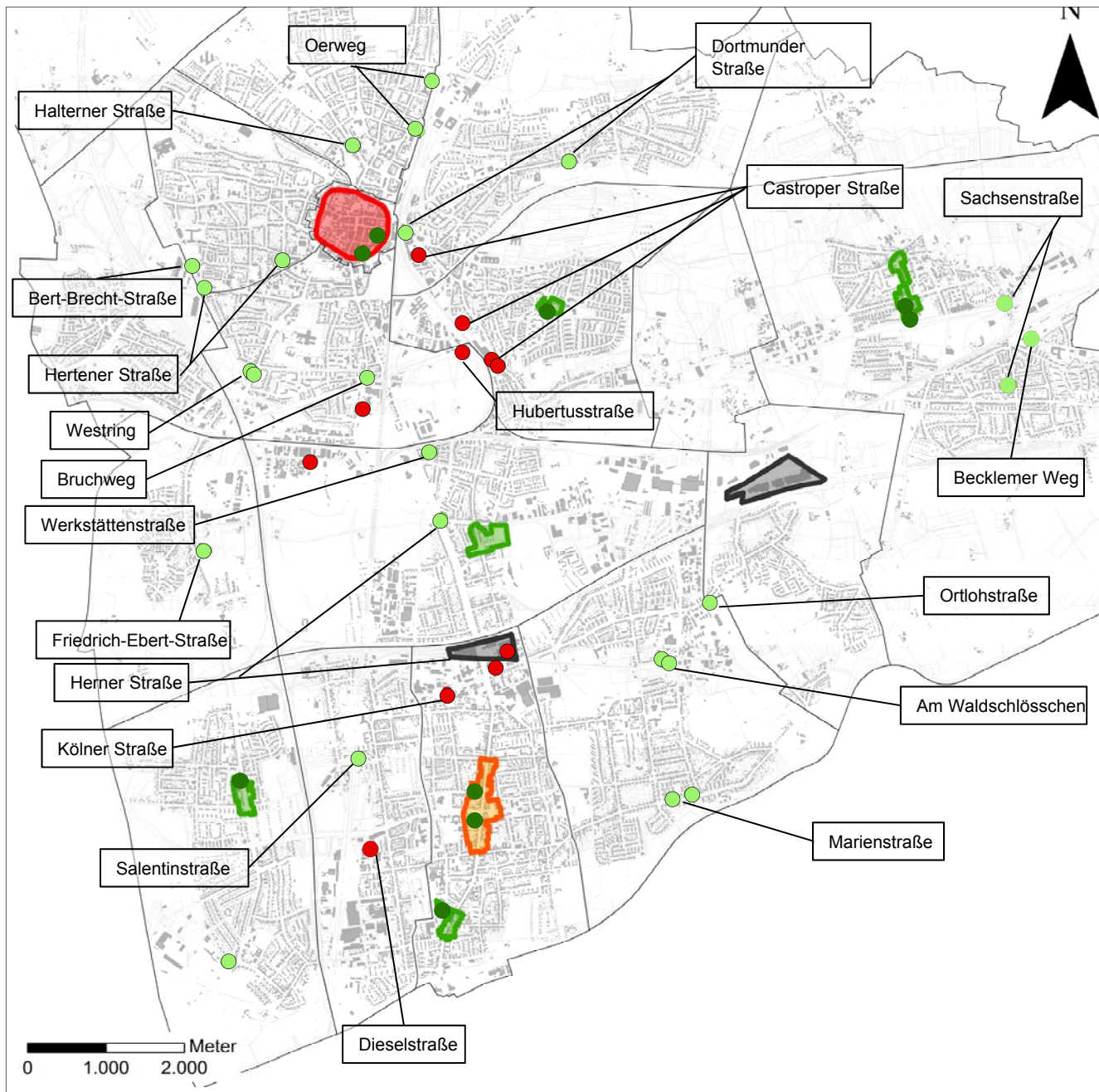
Stadtteil Innenstadt						
Einwohnerzahl	1.746 Einwohner (Stand: 31.12.2016)					
wesentliche Lebensmittelanbieter:	Name	Straße	VK in m²	Lage	Marktauftritt	Standortrahmenbedingungen
	Kaufland	Löhrhof	rd. 2.600	Hauptzentrum	modern	Lage im Palais Vest, in Standortverbund mit verschiedenen leistungsstarken Anbietern
	Karadag	Löhrhof	rd. 400	Hauptzentrum	modern	Lage im Palais Vest, in Standortverbund mit verschiedenen leistungsstarken Anbietern
weitere kleinteilige Anbieter der Lebensmittelversorgung:	▪ Bäckereien ▪ Metzgereien ▪ Feinkost ▪ ethnische Lebensmittelanbieter ▪ Kioske ▪ Weinhandel					
Wettbewerbssituation:	Die angrenzenden Stadtteile weisen verschiedene größere Lebensmittelmärkte auf, die Innenstadt übernimmt jedoch eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion. → mäßige Wettbewerbssituation					
Bewertung der Versorgungssituation:	quantitativ: stark überdurchschnittliche Ausstattung (1.718 m ² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner) ⁷⁹ .					
	qualitativ: SB-Warenhaus, ethnischer Lebensmittelmarkt.					
	räumlich: keine Versorgungslücken vorhanden.					
Empfehlungen:	Die Anbieter in der Innenstadt übernehmen aufgrund ihrer Lage im Hauptzentrum eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion; die vorhandenen Anbieter sind im Bestand zu schützen und zu sichern. Grundsätzlich wäre eine Verbesserung des Betriebstypenmixes denkbar, vor dem Hintergrund der Versorgung in den angrenzenden Stadtteilen (v. a. Ostviertel) sollte jedoch eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in den derzeit räumlich unterversorgten Gebieten Vorrang haben. Entwicklungen dürfen jedoch nicht die bestehenden Anbieter im Hauptzentrum gefährden.					

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2018; (ZVB = zentraler Versorgungsbereich, VK = Verkaufsfläche)

⁷⁹

bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Karte 17: Übersicht Standorte der Lebensmittelmärkte in Recklinghausen



Zentrale Versorgungsbereiche

- Hauptzentrum
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum

Keine zentralen Versorgungsbereiche

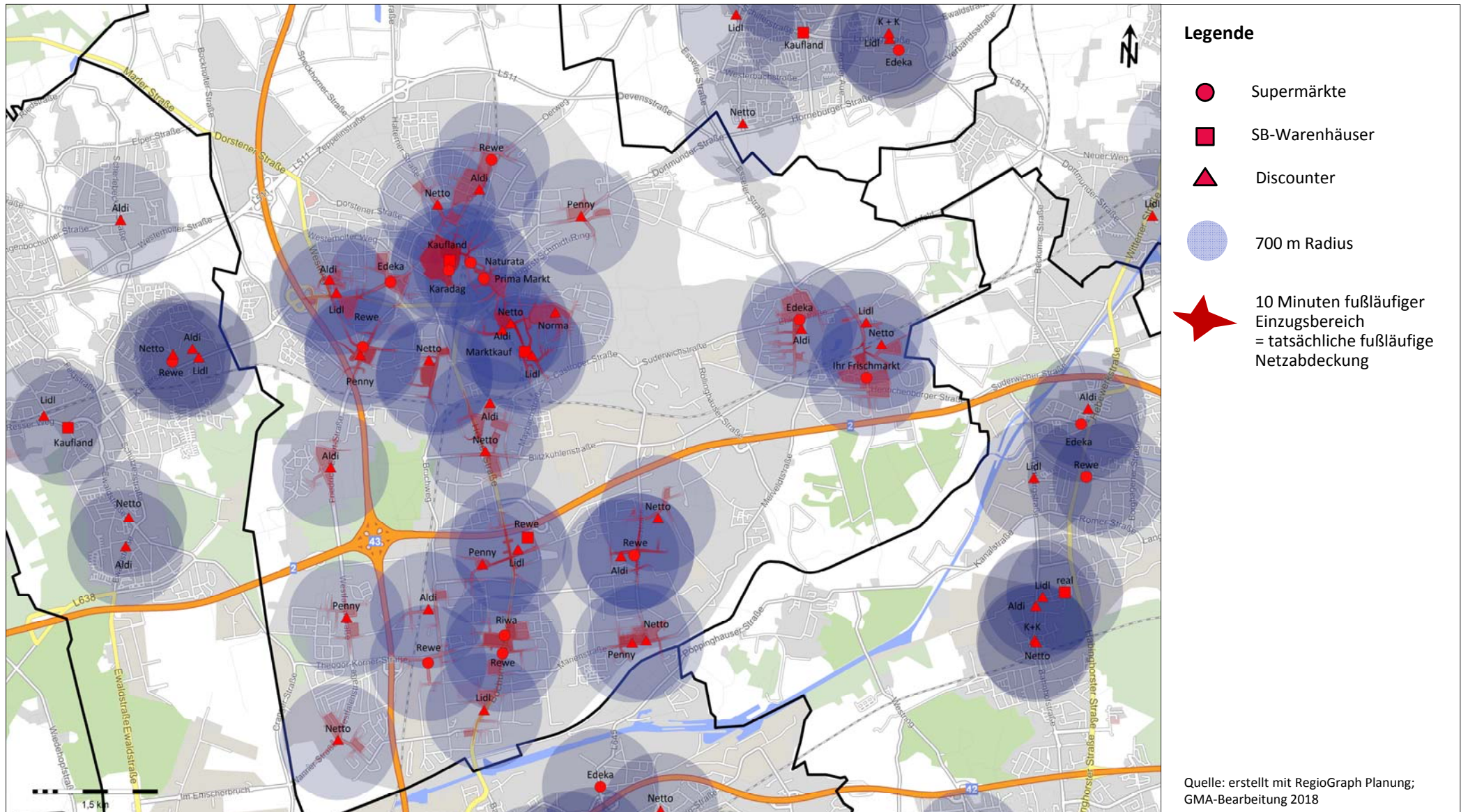
- Sonderstandort

Lebensmittelmärkte über 400 m²

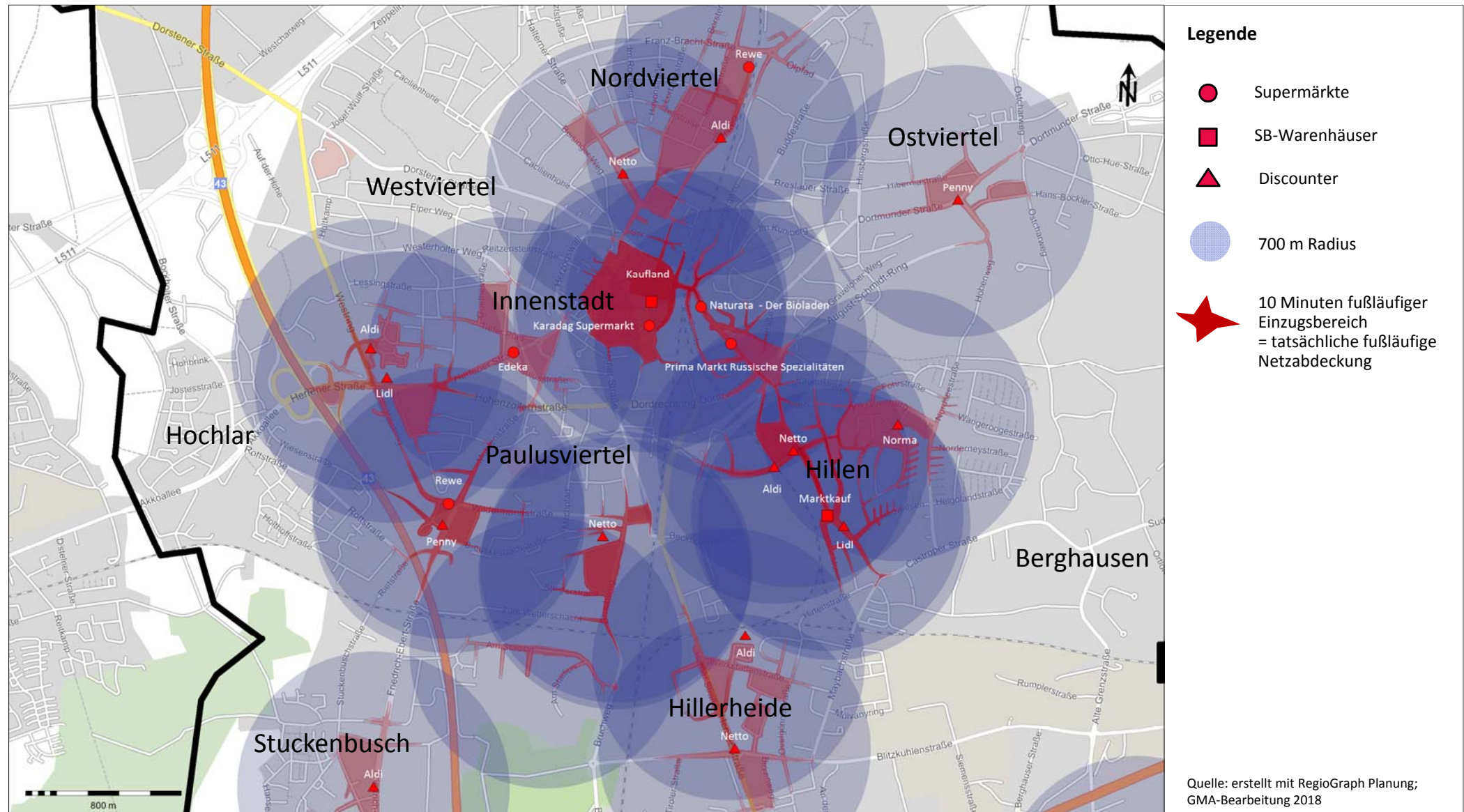
- Lage in ZVB
- integrierte Standortlage
- nicht integrierte Standortlage oder Lage in einem Sonderstandort

Kartengrundlage: Stadt Recklinghausen, GMA-Bearbeitung 2018

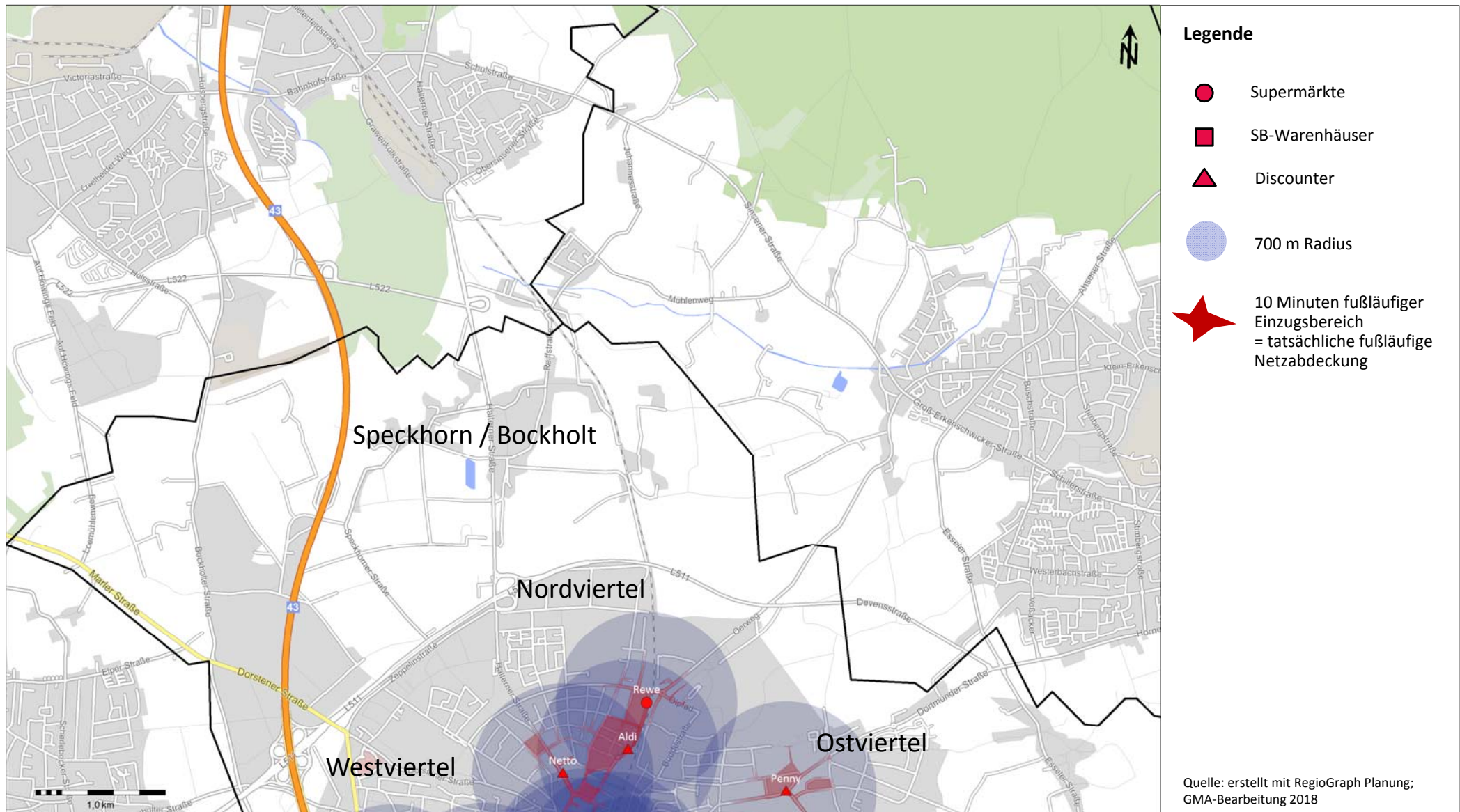
Karte 18: Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Gesamtstadt)



Karte 19: Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Mitte)



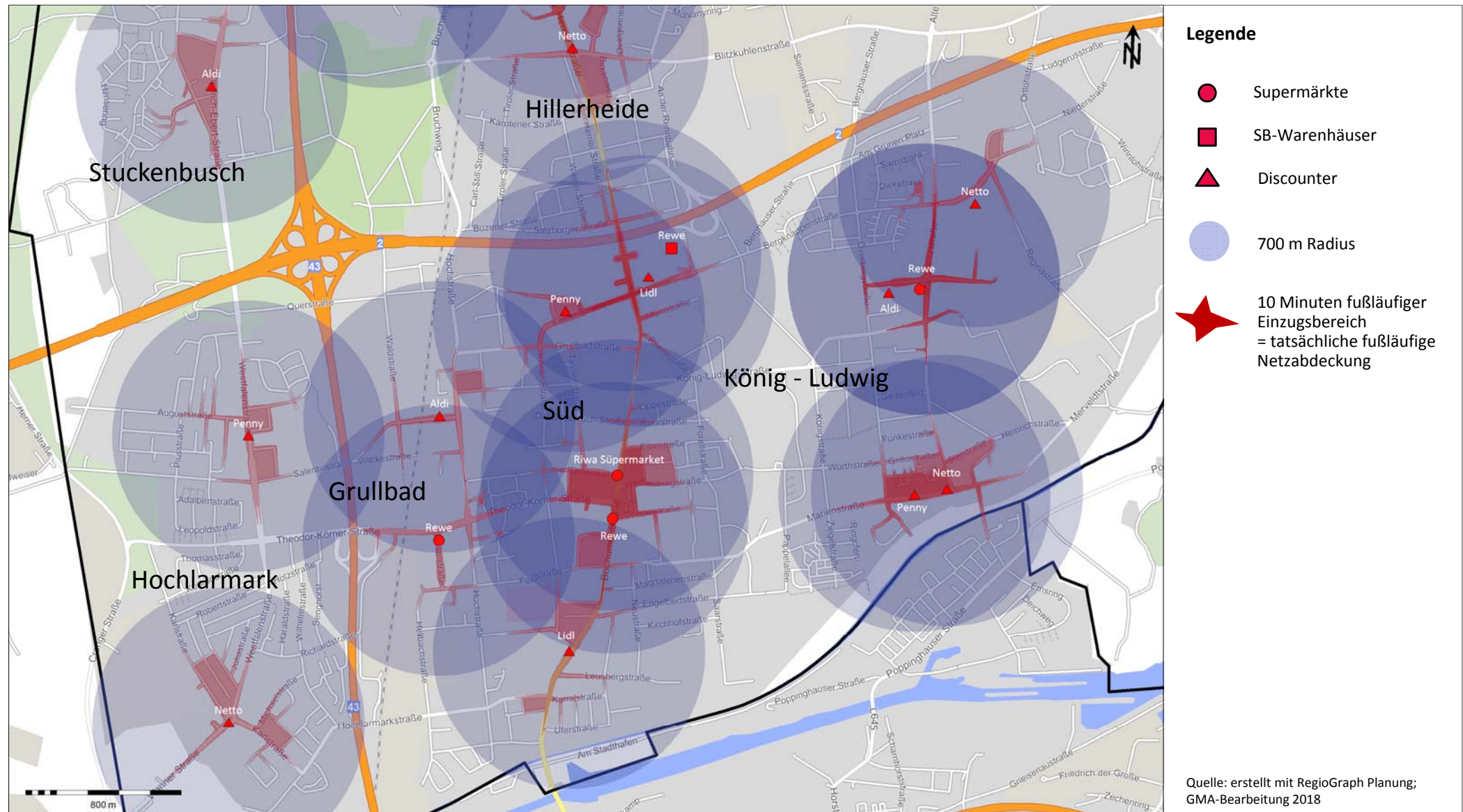
Karte 20: Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Nord)



Karte 21: Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Ost)



Karte 22: Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Süd)



5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁸⁰ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Recklinghausen branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Altstadt sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁸¹ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Recklinghäuser Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Altstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

5.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Recklinghausen-Süd

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches des Nebenzentrums Recklinghausen-Süd sollte der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben

⁸⁰ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁸¹ großflächiger Einzelhandel i. d. R. ab 800 m² Verkaufsfläche

mit nahversorgungsrelevantem und ergänzend auch zentrenrelevantem Sortiment liegen. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung des zentralen Versorgungsbereiches der Altstadt und unter Berücksichtigung des funktional zugeordneten Versorgungsgebietes des Nebenzentrums grundsätzlich möglich, aber nicht anzustreben. Hier sollten vorhandene Flächenpotenziale dazu genutzt werden, ggf. einen weiteren größeren Betrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment anzusiedeln, damit der übrige zentrale Versorgungsbereich von der Magnetfunktion dieses Anbieters profitieren kann. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist aus städtebaulichen Gründen im Nebenzentrum nicht zu empfehlen.

5.1.3 Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren

Innerhalb der Nahversorgungszentren soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Altstadt in den Nahversorgungszentren auszuschließen. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen in Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen. Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sind im Sinne einer Angebotsergänzung für den entsprechenden Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sowohl im zentrenrelevanten als auch im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich möglich. In diesem Fall ist je nach Größe des Vorhabens ggf. eine Einzelfallprüfung vorzunehmen.

5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.2.1 Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten Sonderstandorten zukünftig die Neuansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden. An diesen Standorten sind Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu konzentrieren, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass derzeit keine größeren Flächen für eine Neuansiedlung zur Verfügung stehen. Bei konkreten Ansiedlungsanfragen im Umfeld der Sonderstandorte wären hier die entsprechenden Grundstücksflächen mit einzubeziehen.

In Bezug auf den Sonderstandort Ortlohe ist darauf hinzuweisen, dass sich dieser Standort lt. Gebietsentwicklungsplan in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) befindet, sodass Neuansiedlungen von großflächigem Einzelhandel – auch mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten – landesplanerisch nicht zulässig sind.

Bestehende Betriebe in den Sonderstandorten genießen generell Bestandsschutz; auch sind gemäß Ziel 6.5- 7 LEP NRW „Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ ausnahmsweise geringfügige Erweiterungen in Bezug auf die Sortimente und Verkaufsflächen zulässig. Dies gilt auch für Betriebe des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels (Sonderstandort Herner Straße). Diese Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten erforderlich. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁸² auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche analog zu Ziel 6.5-5 LEP NRW „Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente“ vorzunehmen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Recklinghausen führen.

5.2.2 Städtebaulich nicht integrierte Lagen

Städtebaulich nicht integrierte Lagen sind Standorte Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug. Hierzu gehören auch Standorte außerhalb der Sonderstandorte in gewerblich oder industriell geprägten Lagen bzw. außerhalb des Siedlungsbereiches. Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden.

⁸² Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

Im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in städtebaulich nicht integrierten Lagen vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Recklinghäuser Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Die bereits vorhandenen Anbieter in städtebaulich nicht integrierten Lagen genießen Bestandschutz.

Zu dieser Standortkategorie gehören auch die Einzelhandelslagen in der **Dieselstraße** (Rewe – Ihr Kaufpark) und **Castroper Straße** (Marktkauf, Lidl, Netto), die vor dem Hintergrund ihrer nicht integrierten Lagen nicht weiter gestärkt werden sollten.

5.2.3 Städtebaulich integrierte Lagen

Bei den städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere kleinere Stadtteilmitten (bspw. Hochlar angrenzend an die Akkoallee, Röllinghausen in der Niederstraße, Hochlarmark Karlstraße oder Suderwich Sachsenstraße) weisen häufig gewisse Zentrumsansätze auf bzw. übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches ausreicht. Zu den städtebaulich integrierten Lagen zählen darüber hinaus alle Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht.

Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können in städtebaulich integrierten Lagen im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig sein, sofern keine Auswirkungen zu erwarten sind (vgl. Anhang Kapitel VII. 1). Hierbei sind darüber hinaus die Vorgaben des LEP NRW Ziel 6.5-2 (Ausnahmeregelung) zu beachten. Darüber hinaus können auch großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ohne die Ausweisung eines Sondergebietes zulässig sein, sofern sie eine städtebauliche Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁸³ Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen i. W. auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

An den städtebaulich integrierten Standorten in Recklinghausen sollte die Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel **unterhalb der Großflächigkeit** möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit ist über die Bauleitplanung zu steuern

⁸³ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

und kann an städtebaulich integrierten Standorten ausnahmsweise zugelassen werden. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Lebensmittelmarkt, Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbe-
reiche zu erwarten sind.⁸⁴

Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Abbildung 22: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Zentrale Versorgungsbereiche			sonstige Lagen		
		Haupt- zentrum Altstadt	Neben- zentrum Reckling- hausen-Süd	Nah- versorgungs- zentren	städte- baulich integrierte Lagen	Sonder- standorte	städte- baulich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	⚡	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	ⓘ	⚡	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	ⓘ	ⓘ	⚡	⚡
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	⚡	⚡	⚡	⚡	✓**	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	✓**	⚡

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen / ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen. / * großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche / ** Für den Sonderstandort Ortlohe sind keine Neuansiedlungen zulässig (siehe Ausführungen in Kapitel IV, 5.2.1) / GMA-Empfehlungen 2018

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Recklinghausen und der Steuerungsgruppe erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Stadt Recklinghausen** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf

⁸⁴ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² Verkaufsfläche zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Recklinghausen für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Recklinghäuser Sortimentsliste**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.⁸⁵

Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Recklinghäuser Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an nicht integrierten, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Zudem sind die Maßnahmen im Zuge des ISEK eng an die planerische Sicherung der Altstadt und ihrer Entwicklungsfähigkeit geknüpft.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Recklinghausen zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

⁸⁵ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	10
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	14
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	15
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2016	15
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	17
Abbildung 6: Umsatz im Onlinehandel in einzelnen Branchen	18
Abbildung 7: Durchschnittliche Verkaufsfläche und Artikelanzahl von Discountern und Supermärkten (Bundesdurchschnitt, laufende Marktbetrachtung)	19
Abbildung 8: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	20
Abbildung 9: Verkaufsflächenvergleich 2012 / 2017	41
Abbildung 10: Kaufkraftbindung in Recklinghausen	43
Abbildung 11: Kaufkraftströme in Recklinghausen	44
Abbildung 12: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Recklinghausen im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche in m ² pro 1.000 Einwohner)	46
Abbildung 13: Einzelhandelszentralität der Stadt Recklinghausen	47
Abbildung 14: Einkaufsorientierung je Bedarfsbereich	49
Abbildung 15: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	51
Abbildung 16: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen	52
Abbildung 17: Ziele des Einzelhandelskonzeptes	62
Abbildung 18: Verteilung der Sortimente in der Stadt Recklinghausen nach Lagekategorien*	66
Abbildung 19: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	72
Abbildung 20: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	74
Abbildung 21: Zentren- und Standortstruktur Recklinghausen	79
Abbildung 22: Übersicht Steuerungsempfehlungen	148

Abbildung 23: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)	158
Abbildung 24: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)	159
Abbildung 25: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)	160
Abbildung 26: Regelmäßigkeit der Einkäufe in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	162
Abbildung 27: Gründe für einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	163
Abbildung 28: Gründe gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	164
Abbildung 29: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich	165
Abbildung 30: Regelmäßigkeit der Einkäufe in der Altstadt von Recklinghausen	166
Abbildung 31: Gründe für einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen	167
Abbildung 32: Gründe für einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen	168
Abbildung 33: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen	169
Abbildung 34: Verbesserung der Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort	170
Abbildung 35: Verschlechterung der Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort	170
Abbildung 36: Einkaufskopplung Palais Vest / Altstadt	171
Abbildung 37: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel der Altstadt	172
Abbildung 38: Weitere Verbesserungspotenziale in der Altstadt	173
Abbildung 39: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung / Ausblick	176
Abbildung 40: Verkaufsfördernde Maßnahmen und Werbung	176
Abbildung 41: Entwicklung der Attraktivität der Altstadt in den letzten 3 bis 5 Jahren	177
Abbildung 42: Sonstige Verbesserungsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen	179
Abbildung 43: Bewertung des Angebotes „frei parken ab 16 Uhr“	180
Abbildung 44: Prüfschema zur Beurteilung von großflächigen Lebensmittelmärkten in der Stadt Recklinghausen	187

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Recklinghausen und zentralörtliche Funktion	30
Karte 2:	Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen in Recklinghausen	37
Karte 3:	Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hochlar	76
Karte 4:	Ehemaliges Nahversorgungszentrum Hochlarmark Westfalenstraße Süd	76
Karte 5:	Ehemaliges Nahversorgungszentrum Suderwich Sachsenstraße	77
Karte 6:	Ehemaliges geplantes Nahversorgungszentrum Hochlarmark Karlstraße	78
Karte 7:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Recklinghausen	80
Karte 8:	Hauptzentrum Altstadt Recklinghausen	82
Karte 9:	Nebenzentrum Recklinghausen-Süd	87
Karte 10:	Nahversorgungszentrum Südliche Bochumer Straße	91
Karte 11:	Nahversorgungszentrum Hochlarmark, Westfalenstraße	95
Karte 12:	Nahversorgungszentrum Suderwich	99
Karte 13:	Nahversorgungszentrum Amelandstraße	104
Karte 14:	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Hillerheide-Heidestraße	108
Karte 15:	Sonderstandort Herner Straße	114
Karte 16:	Sonderstandort Ortloh	115
Karte 17:	Übersicht Standorte der Lebensmittelmärkte in Recklinghausen	138
Karte 18:	Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Gesamtstadt)	139
Karte 19:	Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Mitte)	140
Karte 20:	Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Nord)	141
Karte 21:	Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Ost)	142
Karte 22:	Nahversorgungssituation in Recklinghausen (Detailausschnitt Süd)	143

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	12
Tabelle 2:	Standortpräferenzen für bestimmte Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels	19
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Recklinghausen)	32

Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	36
Tabelle 5:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Recklinghausen seit 2012 (Gesamtstadt)	39
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft des Recklinghäuser Einzelhandels	42
Tabelle 7:	Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung	48
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Recklinghausen (Prognose)	55
Tabelle 9:	Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten	113
Tabelle 10:	Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung	156
Tabelle 11:	Statistische Merkmale der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung	174

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Recklinghausen	29
Übersicht 2:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	56
Übersicht 3:	Kriterien der Zentrenrelevanz	65
Übersicht 4:	Recklinghäuser Sortimentsliste	68
Übersicht 5:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	117
Übersicht 6:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hochlarmark	119
Übersicht 7:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Grullbad	120
Übersicht 8:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Süd	121
Übersicht 9:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil König-Ludwig	123
Übersicht 10:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Röllinghausen	124
Übersicht 11:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Suderwich	125
Übersicht 12:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Essel	126
Übersicht 13:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Berghausen	127
Übersicht 14:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hillen	128
Übersicht 15:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Ostviertel	129
Übersicht 16:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Nordviertel	130
Übersicht 17:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Speckhorn/Bockholt	131
Übersicht 18:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Westviertel	132

Übersicht 19:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hochlar	133
Übersicht 20:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Paulusviertel	134
Übersicht 21:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Hillerheide	135
Übersicht 22:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Stuckenbusch	136
Übersicht 23:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtteil Innenstadt	137
Übersicht 24:	Prüfung der Ausnahmeregelung in Ziel 2 bei Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (sofern eine Atypik nicht vorliegt)	189

Anhang

V. Auswertung Passanten-/ Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Recklinghausen

1. Ergebnisse der Passanten- und Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes der Stadt Recklinghausen wurde im Mai und Juni 2017⁸⁶ eine **Passantenbefragung** sowie eine online-basierte **Haushaltsbefragung** durchgeführt. Auftragsgemäß konnten sich an der Befragung Bürger aus Recklinghausen und auswärtige Kunden beteiligen. Durch die Befragungen ist es möglich, Aussagen über die Einkaufsorientierung, das Verbraucherverhalten und die aktuelle Versorgungsbedeutung der einzelnen Einzelhandelsstandorte im Recklinghäuser Stadtgebiet zu erhalten. Die Befragung dient damit der Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und der Verbesserung des Informationsgehaltes des Konzeptes. Insgesamt haben 1.107 Personen an der Befragung teilgenommen, was eine hohe Beteiligung darstellt. Der überwiegende Teil der Befragten nahm an der Passantenbefragung teil. Von den befragten Personen kommen 924 aus Recklinghausen und 143 aus dem Umland. 40 Befragte geben keinen Wohnort an.

Tabelle 10: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	434	39
	weiblich	667	60
	keine Angabe	6	< 1
Alter	unter 18 Jahre	25	2
	18 – unter 45 Jahre	525	47
	45 – unter 60 Jahre	319	29
	60 Jahre und älter	222	20
	keine Angabe	16	2
Wohnort	Recklinghausen	924	83
	Umland	143	13
	keine Angabe	40	4
Art der Befragung	Passantenbefragung	674	61
	Onlinebefragung	433	39

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017

Die Passanten- und Onlinebefragung wurde als sogenannte nicht-probabilistische Methode durchgeführt. Nicht-probabilistische Methoden sind selbstrekrutierende Verfahren; alle interessierten Recklinghäuser konnten an der Befragung teilnehmen, sodass keine kontrollierte Stichprobe aus der Grundgesamtheit ausgewählt wurde. Die dabei erhaltenen demographischen Merkmalsausprägungen werden zur besseren Einordnung der Ergebnisse nachrichtlich übernom-

⁸⁶ Passantenbefragung am 19. und 20.05.2017, Onlinebefragung vom 19.05. – 05.06.2017.

men. Sie dienen jedoch nicht zur Begrenzung der Stichprobe. Bei der Betrachtung der Altersverteilung der teilgenommenen Personen fällt auf, dass insbesondere die Altersgruppen unter 18 Jahre stark und über 60 Jahre leicht unterrepräsentiert sind. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass solche Ergebnisse nicht ungewöhnlich sind. Die Altersverteilung bei nicht-probabilistischen Verfahren variiert stark von der gewählten Befragungsmethode. Eine der Grundgesamtheit entsprechende Altersverteilung der Recklinghäuser Bürger kann durch das offene Verfahren häufig nicht erreicht werden und ist auch nicht das Ziel der Befragung, vielmehr soll im Rahmen der Befragung jedem Bürger die Möglichkeit eingeräumt werden, an der Befragung teilzunehmen.

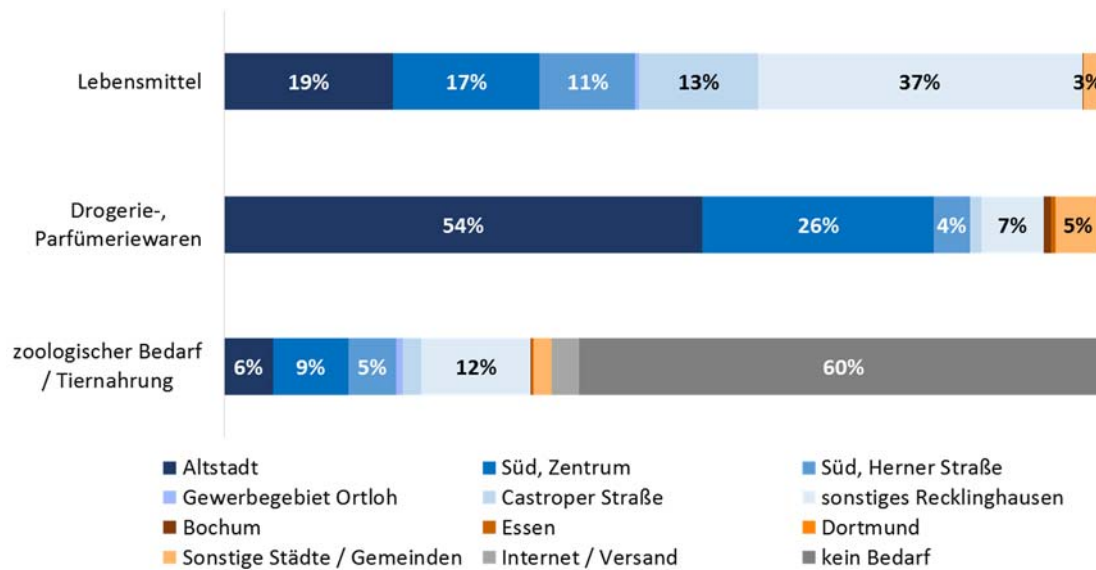
1.1 Einkaufsorientierung

Im Rahmen der Passanten- und Onlinebefragung wird zunächst die **Einkaufsorientierung** der Befragten nach Sortimentsgruppe ermittelt. In der Regel weist das räumliche **Einkaufsverhalten** der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere Einkaufsorte feststellbar ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

- /// Einzelhandelsversorgung am Wohnort
- /// Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld
- /// individueller Bedarf und Anspruch des Befragten
- /// Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten
- /// Arbeitsort
- /// spontanes Erinnerungsvermögen.

1.1.1 Kurzfristiger Bedarf

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich im Allgemeinen eine hohe Einkaufsorientierung auf den eigenen Wohnort. Insbesondere geben rd. 96 % der befragten Recklinghäuser an, Lebensmittel im Stadtgebiet von Recklinghausen einzukaufen (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)

Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 924, nur Recklinghäuser; GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Vor allem die Lebensmittelmärkte in den einzelnen Stadtteilen (bspw. in Hochlarmark, König-Ludwig, Suderwich) übernehmen hierbei eine wichtige Versorgungsfunktion für den eigenen Stadtteil und die direkt angrenzenden Siedlungsbereiche. So zum Beispiel kommen rd. 83 % der Kunden, die am häufigsten im Suderwicher Zentrum einkaufen aus den Stadtteilen Suderwich und Essel. Die Lebensmittelstandorte Castroper Straße (u. a. Marktkauf, Lidl, Netto) und Herner Straße (u. a. Rewe-Center) haben eine stadtteilübergreifende Versorgungsbedeutung. Dies ist v. a. auf die gute verkehrliche Anbindung der Standorte sowie die Bündelung des Angebots der verschiedenen Bedarfsbereiche zurückzuführen, sodass Kunden hier Einkäufe miteinander verknüpfen können.

Im Sortiment **Drogerie- und Parfümeriewaren** zeigt sich mit rd. 89 % der befragten Recklinghäuser, die dieses Sortiment in Recklinghausen selbst einkaufen, ebenfalls eine starke Orientierung auf den Recklinghäuser Einzelhandel. Hier werden bevorzugt die Altstadt mit den Anbietern dm und Parfümerie Pieper sowie die Einzelhandelslage Süd-Zentrum (Bochumer Straße, Anbieter dm) aufgesucht. Die Stärke der Einkaufsorientierung in diesem Sortiment auf die Einzelhandelslagen in Recklinghausen hängt stark von der Lage des jeweiligen Wohnortes im Stadtgebiet ab. Andere Städte spielen jedoch nur eine untergeordnete Rolle für die befragten Recklinghäuser zum Erwerb von Waren dieses Sortimentsbereiches.

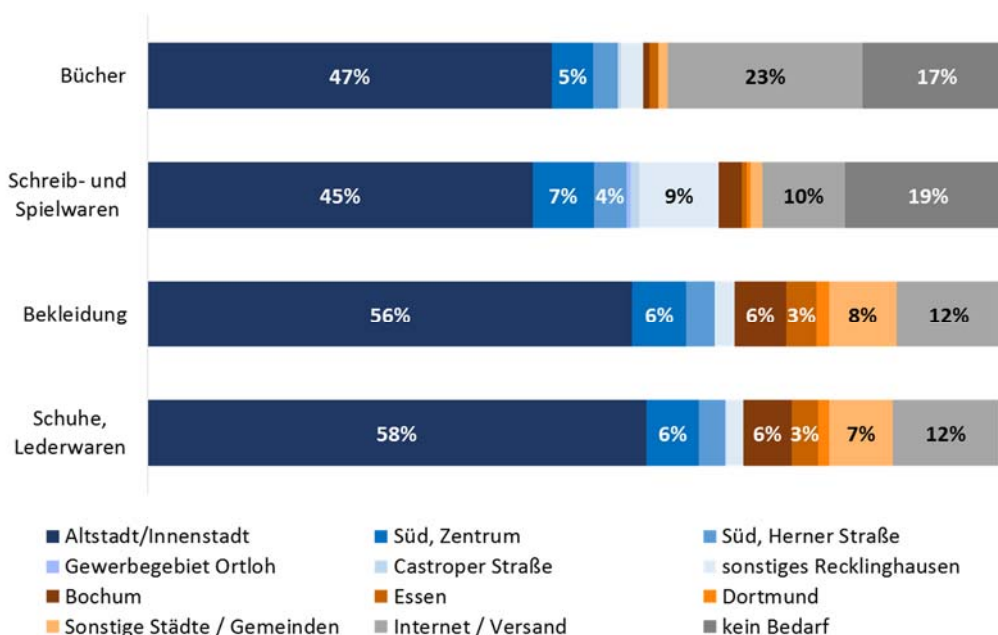
Waren des **zoologischen Bedarfs / Tiernahrung** werden zu rd. 35 % in Recklinghausen gekauft. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist darauf zurückzuführen, dass rd. 60 % der Befragten angeben, keinen Bedarf an Waren aus diesem Bereich zu haben. Demnach werden fast alle Waren

dieses Sortiments in Recklinghausen erworben. Hauptsächlich werden hierbei die Einzelhandelslage Süd-Zentrum (u. a. Fressnapf) und die sonstige Lagen (u. a. Das Futterhaus Oerweg, Fressnapf Blitzkuhlenstraße) aufgesucht.

1.1.2 Mittelfristiger Bedarf

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ist der Wettbewerb zu den umliegenden Einkaufsstädten sowie zum Internethandel deutlich stärker ausgeprägt. Unter Beachtung der allgemeinen Entwicklungstrends nimmt der Onlinekauf in Recklinghausen eine starke Bedeutung ein. Hier zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen der Passanten- und der Onlinebefragung. Entsprechend ihrer Affinität zum Internet nutzen die online Befragten dieses Medium in höherem Maße, um Waren im mittelfristigen Bedarfsbereich zu erwerben. Beispielsweise geben rd. 35 % der online befragten Recklinghäuser an, Bücher überwiegend im Internet zu kaufen, wohingegen dieser Anteil bei allen befragten Recklinghäusern bei rd. 23 % liegt (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 924, nur Recklinghäuser, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Mit rd. 47 % kauft der Großteil der befragten Recklinghäuser jedoch ihre **Bücher** in der Altstadt Recklinghausens. Die sonstigen Stadtbereiche Recklinghausens sowie die umliegenden Städte spielen für den Erwerb von Büchern lediglich eine untergeordnete Rolle.

Waren des Sortiments **Schreib- und Spielwaren** werden von den Recklinghäusern mit rd. 45 % in der Altstadt gekauft, ansonsten zu rd. 21 % im sonstigen Stadtgebiet Recklinghausens erworben. Mit rd. 10 % kauft der zweitgrößte Anteil der befragten Recklinghäuser Schreib- und Spielwaren im Internet ein.

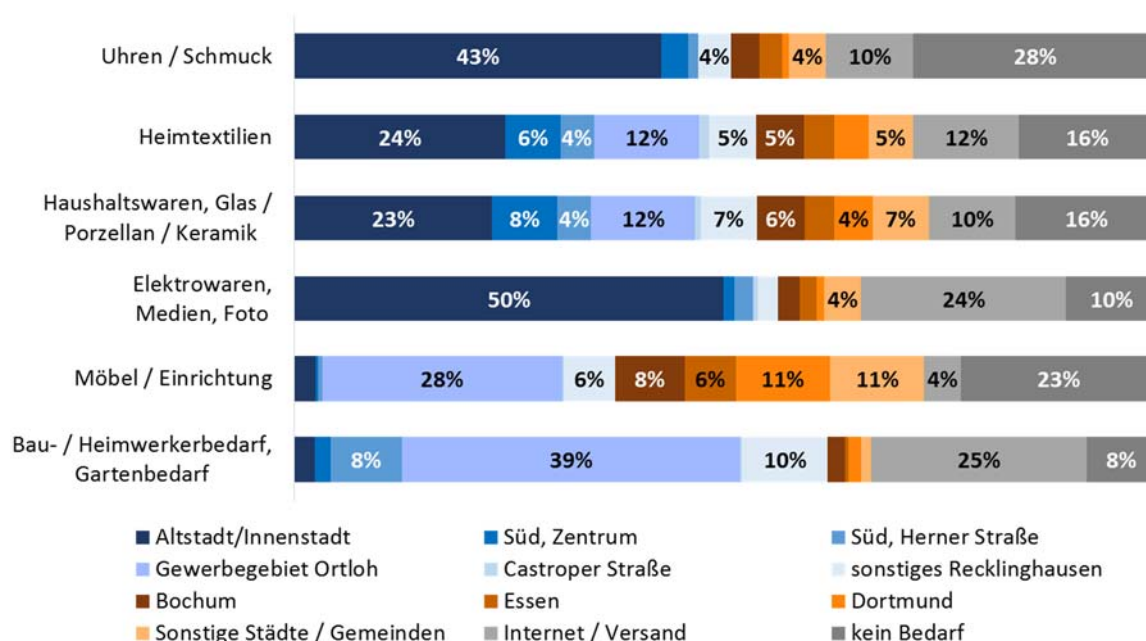
Im Sortiment **Bekleidung** wird eine im Vergleich zu den sonstigen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs größere Orientierung auf die umliegenden Städte sichtbar. Dennoch kauft mit 56 % die Mehrheit der befragten Recklinghäuser Bekleidung in Recklinghausens Altstadt ein. Insgesamt erwirbt ein Anteil von rd. 68 % diese Waren im Stadtgebiet. Dem gegenüber steht ein Anteil von rd. 19 % der befragten Recklinghäuser, die ihre Bekleidung in anderen Städten / Gemeinden kaufen. Bevorzugter Standort außerhalb Recklinghausens ist mit rd. 6 % Bochum. Dies ist unter u. a. auf den Ruhr-Park mit Anbietern wie z. B. C&A, Esprit, H&M und S. Oliver zurückzuführen. Mit rd. 12 % spielt auch hier der Onlineeinkauf eine bedeutende Rolle.

Im Bereich **Schuhe / Lederwaren** spiegelt sich eine nahezu identische Verteilung wider, wobei hier mit rd. 58 % der Schwerpunkt noch deutlicher in der Altstadt von Recklinghausen liegt. Lediglich rd. 17 % der Befragten erwerben Waren dieser Sortimente außerhalb Recklinghausens; rd. 12 % der befragten Recklinghäuser nutzen zu diesem Zweck das Internet.

1.1.3 Langfristiger Bedarf

Der **langfristige Bedarfsgüterbereich** umfasst Waren, die i. d. R. nur aperiodisch, d. h. in großen Zeitabständen, angeschafft werden und eine hohe Lebensdauer aufweisen. In diesem Sortiment zeigt sich bei den befragten Recklinghäusern ebenfalls eine starke Orientierung auf die eigene Stadt. Im Sortiment **Uhren / Schmuck** erwerben 51 % der befragten Recklinghäuser ihre Waren im Stadtgebiet. Davon nutzen 43 % das Angebot in der Altstadt. Am zweithäufigsten nutzen die befragten Recklinghäuser mit 10 % das Internet zum Erwerb von Uhren / Schmuck. 28 % der Befragten geben an, keinen Bedarf an diesen Produkten zu haben.

Abbildung 25: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Recklinghäuser)



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 924, nur Recklinghäuser, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Im Sortiment **Elektrowaren, Medien, Foto** tätigen rd. 56 % der befragten Recklinghäuser ihren Einkauf in Recklinghausen. Davon erwerben rd. 50 % der befragten Recklinghäuser diese Waren in der Altstadt, hier ist auf den großen Anbieter Media Markt im Palais Vest hinzuweisen. Daneben kaufen rd. 24 % der befragten Recklinghäuser im Internet ein.

Trotz der Schließung von Karstadt erwirbt mit rd. 23 % der befragten Recklinghäuser der Großteil der Befragten seine Waren des Warenbereichs **Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik** in der Altstadt von Recklinghausen. Insgesamt geben rd. 54 % der befragten Recklinghäuser an, dieses Sortiment in Recklinghausen einzukaufen. Eine ähnliche Einkaufsorientierung zeigt sich im Sortiment **Heimtextilien**, dass ebenfalls rd. 54 % der Befragten in Recklinghausen erwerben. Bereits hier zeigt sich eine starke Einkaufsorientierung auf das Gewerbegebiet Ortloh mit dem dortigen Möbelhaus Ostermann.

Bei der Einkaufsorientierung im Bereich **Möbel / Einrichtung** wird die große Bedeutung des Möbelhauses Osterman in Bezug auf diesen Warenbereich ersichtlich. Mit rd. 28 % kauft die Mehrheit der befragten Recklinghäuser im Gewerbegebiet Ortloh ein. Gleichzeitig sind in diesem Sortiment die höchsten Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen. Mit rd. 36 % zeigt sich eine starke Orientierung der befragten Recklinghäuser auf andere Städte und Gemeinden, wobei mit rd. 11 % eine relativ starke Einkaufsorientierung auf die Stadt Dortmund festzuhalten ist. Dies ist durch das dortige Angebot an Möbelhäusern (u. a. IKEA, Möbel Roller, POCO, SB Möbel Boss) erklärbar. Es zeigt sich jedoch auch eine nennenswerte Einkaufsorientierung in diesem Sortiment nach Bochum (rd. 8 %) sowie nach Essen (rd. 6 %).

Mit den Anbietern OBI im Gewerbegebiet Ortloh, Hellweg am Standort Herner Straße sowie Blumen Risse in der Hochlarmarkstraße besteht darüber hinaus ein relativ gutes Angebot im Sortiment **Bau- Heimwerker-, Gartenbedarf** in Recklinghausen, sodass mit rd. 62 % eine hohe Einkaufsorientierung auf das eigene Stadtgebiet besteht. Da 25 % der befragten Recklinghäuser angeben keinen Bedarf an Waren dieses Sortimentsbereichs zu haben, wird die überwiegende Nachfrage nach Konsumgütern dieser Sortimentsgruppe in Recklinghausen gedeckt. Umliegende Städte und Gemeinden spielen kaum eine Rolle.

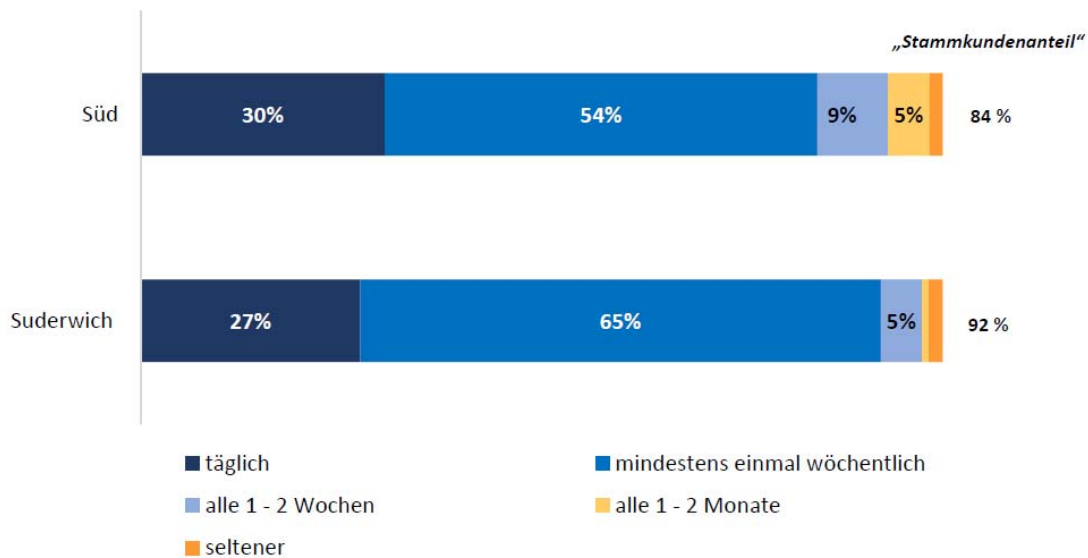
1.2 Bewertung des Angebotes in Recklinghausen-Süd und Recklinghausen-Suderwich

Um differenzierte Erkenntnisse über die Einkaufsgewohnheiten bzw. die Einstellung der Befragten gegenüber den Einkaufsstandorten Recklinghausen-Süd und -Suderwich zu erhalten, wurden bei der Auswertung der Befragungsergebnisse der Fragen nach der Einkaufshäufigkeit und den Gründen, welche für bzw. gegen einen Einkauf in Recklinghausen Süd bzw. Suderwich sprechen, sowie bei der Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten vor Ort nur die Befragten, die in Süd bzw. nur die Befragten, die in Suderwich einkaufen, berücksichtigt.

1.2.1 Einkaufshäufigkeit in Recklinghausen-Süd und Recklinghausen-Suderwich

In Bezug auf die Einkaufshäufigkeit in Recklinghausen-Süd geben rd. 30 % der befragten Recklinghäuser an, dort täglich einzukaufen, weitere rd. 54 % tun dies mindestens einmal wöchentlich (vgl. Abbildung 26)⁸⁷. Rund 16 % der Befragten kaufen seltener als alle 1 – 2 Wochen in Recklinghausen-Süd ein. In Recklinghausen Suderwich kaufen rd. 27 % der Befragten täglich und rd. 65 % zumindest einmal wöchentlich dort ein. Gerade einmal 8 % der Befragten nutzen den Standort seltener als alle 1 – 2 Wochen zum Einkaufen.

Abbildung 26: Regelmäßigkeit der Einkäufe in Recklinghausen-Süd und -Suderwich



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n= 374, nur Befragte, die regelmäßig in Süd oder Suderwich einkaufen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

1.2.2 Gründe für oder gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich

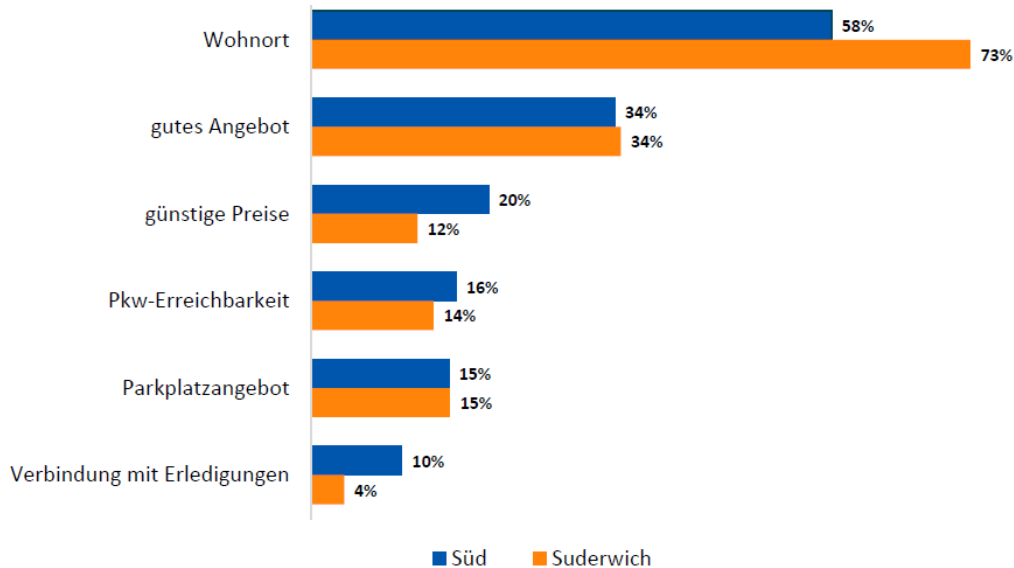
Die Einkaufshäufigkeit an einem bestimmten Ort ist abhängig von objektiven Standortrahmenbedingungen in Verbindung mit subjektiv empfundenen **Vor- und Nachteilen des Einkaufsortes**. Diese wurden u. a. bei der Frage nach Gründen für oder gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und Recklinghausen-Suderwich ermittelt.

Für einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich spricht für die befragten Recklinghäuser, die angeben, regelmäßig an den genannten Standorten einzukaufen, v. a. die räumliche Nähe zum Wohnort (rd. 58 % Süd bzw. 73 % Suderwich) und mit jeweils rd. 34 % das gute Angebot vor Ort. Weitere Gründe für einen Einkauf in Süd und Suderwich sind die günstigen Preise (rd. 20 % Süd bzw. rd. 12 % Suderwich) sowie die gute PKW-Erreichbarkeit (rd. 16 % Süd bzw. rd. 14 % Suderwich). Daneben stellen auch das ausreichende Parkplatzangebot (jeweils rd. 15 %) sowie die

⁸⁷ Als Stammkunden werden alle Kunden gezählt, die einmal wöchentlich oder häufiger in Recklinghausen-Süd bzw. Recklinghausen-Suderwich einkaufen.

Verbindung des Einkaufs mit weiteren Erledigungen Gründe dar, die für einen Einkauf in Süd oder Suderwich sprechen.

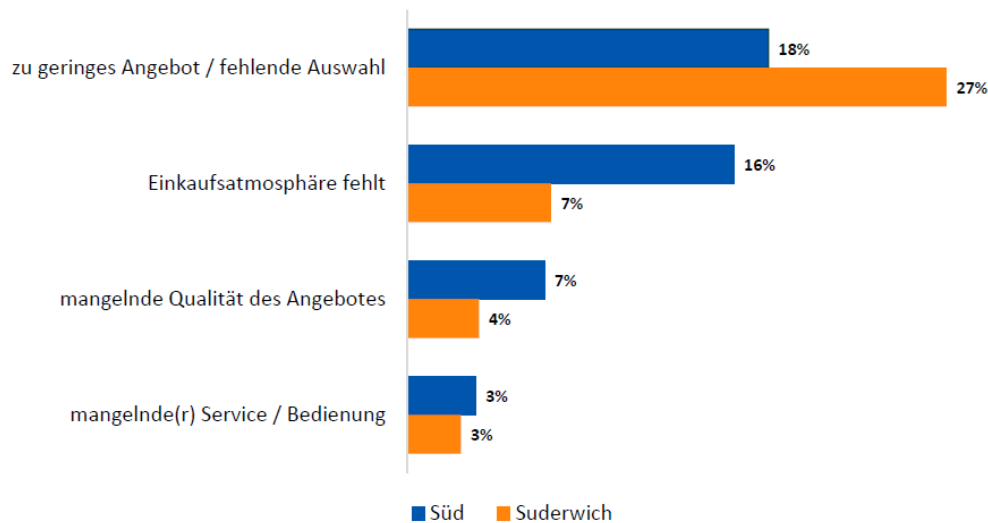
Abbildung 27: Gründe für einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n= 374, nur Befragte, die regelmäßig in Süd oder Suderwich einkaufen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Auffällig ist hier, dass die Verbindung des Einkaufs mit weiteren Erledigungen v. a. bei den Personen, die regelmäßig in Süd einkaufen, geschätzt wird. Zurückzuführen ist dies auf das dort vorhandene Einzelhandels- sowie Dienstleistungsangebot, das im Vergleich zum Standort Suderwich wesentlich ausgeprägter ist und somit über ein höheres Kopplungspotenzial verfügt.

Gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich spricht – als Pendant zur Frage zuvor – als Hauptgrund der Personen, die regelmäßig dort einkaufen, das zu geringe bzw. das fehlende Angebot. Während dies für 18 % der regelmäßig in Süd Einkaufenden gegen den Einkauf dort spricht, stellt das Angebot für 27 % der regelmäßig in Suderwich Einkaufenden einen Grund gegen den Einkauf dort dar. Der am zeithäufigsten genannte Grund ist die fehlende Einkaufsatmosphäre (rd. 16 % Süd bzw. 7 % Suderwich), gefolgt von der wahrgenommenen mangelnden Qualität des Angebots (rd. 7 % Süd bzw. 3 % Suderwich). Vor allem die ausgeprägte Bandstruktur des Standortes Süd entlang der Bochumer Straße und die damit starke verkehrliche Belastung tragen vermutlich zur negativen Wahrnehmung der Einkaufsatmosphäre bei. Daneben bemängelten jeweils 3 % der Befragten, die regelmäßig an den Standorten einkaufen, den Service bzw. Bedienung an den Standorten.

Abbildung 28: Gründe gegen einen Einkauf in Recklinghausen-Süd und -Suderwich

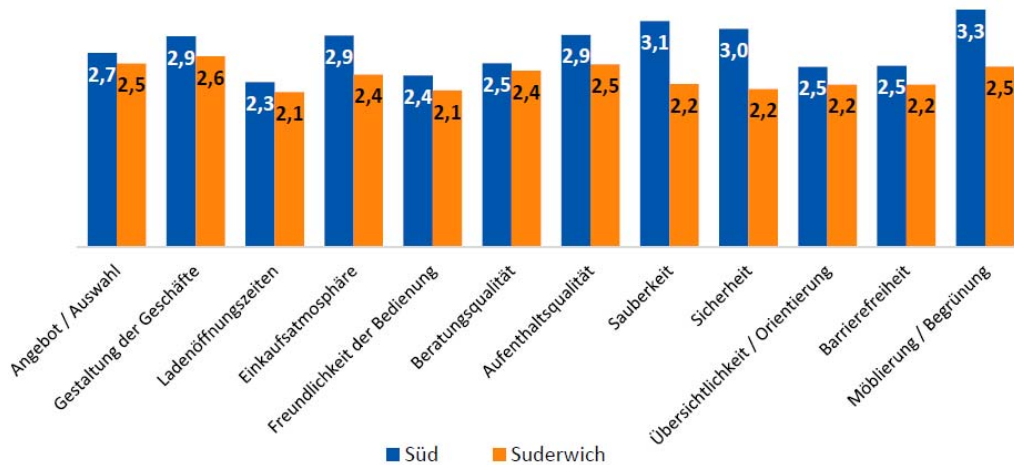
Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n= 374, nur Befragte, die regelmäßig in Süd oder Suderwich einkaufen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

1.2.3 Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich

Im Rahmen der Passanten- und Onlinebefragung wurde auch eine Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich durchgeführt. Insgesamt werden die Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Suderwich von den Befragten deutlich besser bewertet als die Gegebenheiten in Süd. Während Süd von den regelmäßig dort einkaufenden Befragten mit einer Durchschnittsnote von 2,7 bewertet wird, erhält Suderwich eine durchschnittliche Note von 2,3.

Besonders kritisch wird am Standort Süd die **Möblierung und Begrünung** gesehen (Note 3,3), was v. a. auf die städtebauliche Struktur und verkehrliche Situation zurückzuführen ist. In Suderwich hingegen wird die **Gestaltung der Geschäfte** mit der Note 2,6 am schlechtesten beurteilt.

Darüber hinaus werden in Süd auch die **Sauberkeit und Sicherheit** (Note 3,1 bzw. 3,0) sowie die **Gestaltung der Geschäfte** und die **Einkaufsatmosphäre** (jeweils Note 2,9) vergleichsweise negativ wahrgenommen. In Suderwich hingegen bewerten die Befragten, die regelmäßig dort einkaufen, das **Angebot** bzw. die **Auswahl**, die **Aufenthaltsqualität** sowie die **Möblierung** bzw. die **Begründung** jeweils mit der Note 2,5. Sowohl bei den Befragten, die regelmäßig in Süd einkaufen, als auch den regelmäßig in Suderwich Einkaufenden korrelieren diese Angaben somit weitestgehend mit den zuvor abgefragten Gründen gegen einen Einkauf an den genannten Standorten (vgl. Abbildung 29).

Abbildung 29: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in Recklinghausen-Süd und -Suderwich


Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung, n= 374, Schulnoten von 1 – 5, nur Befragte, die regelmäßig in Süd oder Suderwich einkaufen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Positiv bewertet werden hingegen sowohl in Süd als auch in Suderwich die **Ladenöffnungszeiten** (Note 2,3 bzw. Note 2,1) sowie die **Freundlichkeit der Beratung** an den Standorten (Note 2,4 bzw. Note 2,1). Daneben werden zudem die **Übersichtlichkeit** und **Orientierung** sowie die **Barrierefreiheit** (jeweils Note 2,5 bzw. Note 2,2) überdurchschnittlich gut beurteilt.

Insgesamt ist festzuhalten, dass Kunden, die online an der Befragung teilgenommen haben, leicht kritischer bewerten, als Personen, die an der Passantenbefragung teilnahmen. Dies ist aber grundsätzlich mit Befragungen in anderen Kommunen vergleichbar und nicht ungewöhnlich. Ebenfalls lässt sich eine leicht negativere Bewertung der Altersgruppe über 60 Jahre festhalten, wobei auch hier die eher kritische Bewertung dieser Altersgruppe mit anderen Befragungen vergleichbar ist. Darüber hinaus neigen generell einheimische Kunden häufiger zu kritischen Bewertungen, da diese meist einen Vergleich zu anderen stärkeren Standorten ziehen.

1.3 Bewertung des Angebotes in Recklinghausen-Altstadt

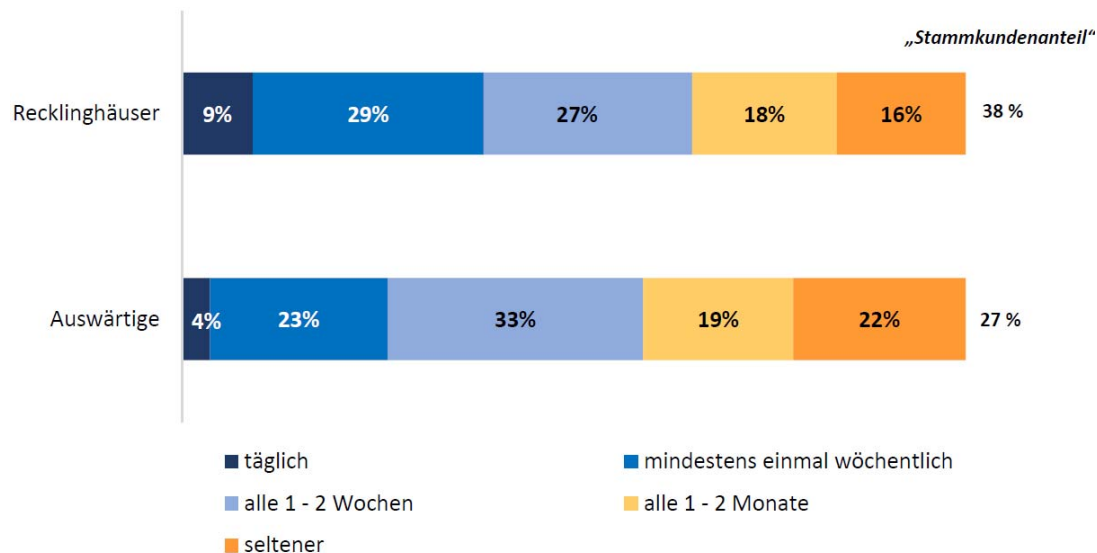
Bei der Auswertung der Befragung in Bezug auf die Altstadt Recklinghausens werden die Ergebnisse nach Recklinghäusern und Auswärtigen differenziert dargestellt. Dies ermöglicht eine Unterscheidung der Wahrnehmung dieser Personengruppen in Bezug auf die Bewertung der Altstadt als Einkaufsstandort.

1.3.1 Einkaufshäufigkeit in der Altstadt von Recklinghausen

Es lässt sich zunächst festhalten, dass rd. 38 % der Befragten aus Recklinghausen und rd. 27 % der Befragten aus anderen Städten und Gemeinden Stammkunden in der Altstadt von Recklinghausen sind. So geben 9 % der befragten Recklinghäuser und 4 % der auswärtigen Befragten an, täglich in Recklinghausen Altstadt einzukaufen. Daneben kaufen rd. 29 % der Recklinghäuser und

23 % der Auswärtigen mindestens einmal wöchentlich in der Altstadt ein. Von den auswärtigen Befragten sind es vor allem Personen aus Herten, Herne, Marl und Oer-Erkenschwick, welche dem Stammkundenanteil zugerechnet werden können.

Abbildung 30: Regelmäßigkeit der Einkäufe in der Altstadt von Recklinghausen

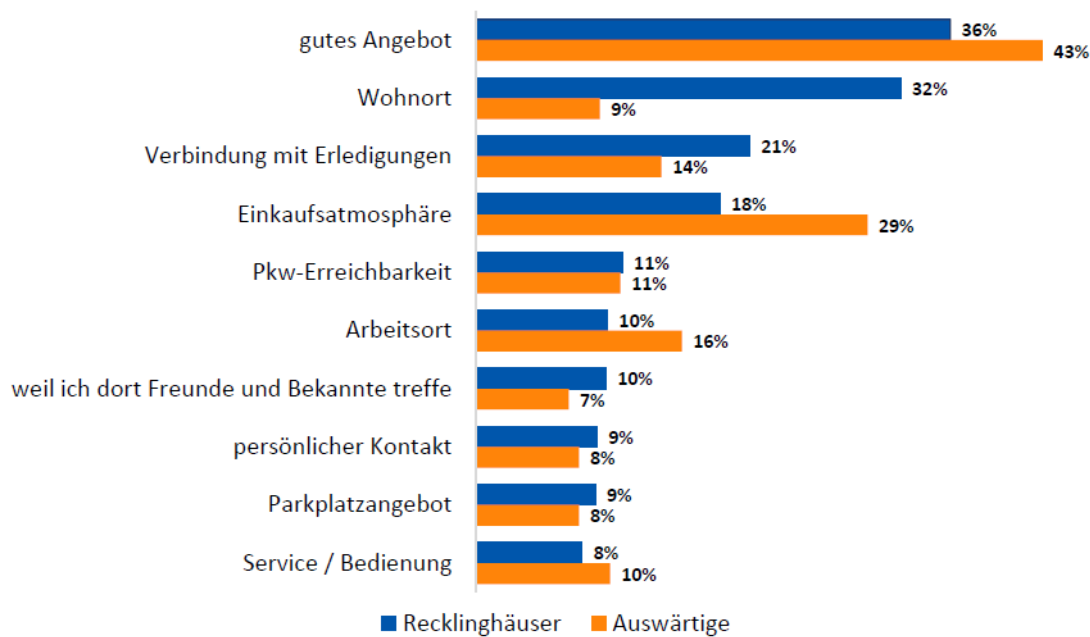


Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 1.107, alle Befragten, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

Der ein großer Teil der Befragten besucht die Altstadt von Recklinghausen jedoch alle 1 – 2 Wochen (rd. 27 % Recklinghäuser bzw. rd. 33 % Auswärtige). Daneben kaufen rd. 18 % der befragten Recklinghäuser und rd. 19 % der befragten auswärtigen Kunden alle 1 – 2 Monate in der Altstadt von Recklinghausen ein. Auffällig ist, dass der Kundenanteil, der seltener als alle 1 – 2 Monate in der Altstadt einkauft, bei den auswärtigen Kunden mit 22 % deutlich höher ist, als bei den Recklinghäusern (16 %) (vgl. Abbildung 30).

1.3.2 Gründe für oder gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen

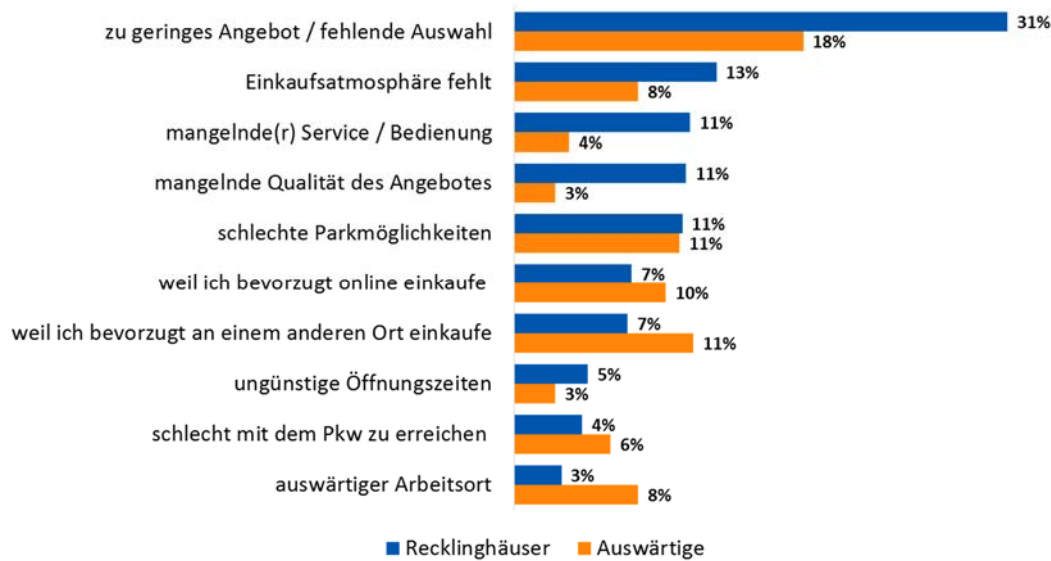
Vor allem das gute Angebot spricht für sowohl für die einheimischen als auch die auswärtigen Befragten **für einen Einkauf in Altstadt von Recklinghausen** (rd. 36 %, bzw. 43 %). Daneben stellen v. a. für die Einheimischen die Nähe zum Wohnort (rd. 32 %) sowie die Verbindung mit anderen Erledigungen (rd. 21 %) Gründe für den Einkauf vor Ort dar. Für Auswärtige ist im Vergleich zu Recklinghäusern besonders die Einkaufsatmosphäre (rd. 29 %) sowie Recklinghausen als Arbeitsort (rd. 16 %) ein Grund für einen Einkauf in der Altstadt. Auffällig ist hier der große Anteil an auswärtigen Kunden, der die Einkaufsatmosphäre in der Altstadt als Grund für einen Einkauf dort anführt, während dieser Anteil bei den einheimischen Befragten deutlich geringer ist (rd. 18 %).

Abbildung 31: Gründe für einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen

Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 1.107, alle Befragten, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

Gründe wie die Möglichkeit, in der Altstadt Freunde und Bekannte zu treffen, der persönliche Kontakt, das Parkplatzangebot sowie der gebotene Service und die Bedienung sprechen für die einheimischen und auswärtigen Befragten ebenfalls für einen Einkauf in der Altstadt, haben aber im Vergleich zu den anderen Gründen eine geringere Bedeutung (vgl. Abbildung 31).

Gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen spricht als Hauptgrund für die Einheimischen als auch für die Auswärtigen das Angebot. Während für einen Großteil der Befragten gerade das Angebot für einen Einkauf in Recklinghausen spricht, bemängelt ein ebenso großer Teil der Befragten ein zu geringes bzw. fehlendes Angebot (Einheimische: rd. 31 % bzw. Auswärtige: rd. 18 %). Neben dem Angebot wird der Altstadt von den einheimischen Befragten z. T. eine fehlende Einkaufsatmosphäre (rd. 13 %) sowie mangelnde/r Service / Bedienung attestiert (rd. 11 %). Auch die Qualität des Angebotes wird von den befragten Recklinghäusern z. T. kritisch betrachtet (rd. 11 %). Für auswärtige Befragte sprechen neben der Auswahl und dem Angebot v. a. schlechte Parkmöglichkeiten gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen. Daneben geben zahlreiche Befragte von außerhalb an, bevorzugt online (10 %) bzw. bevorzugt an einem anderen Ort (11 %) einzukaufen.

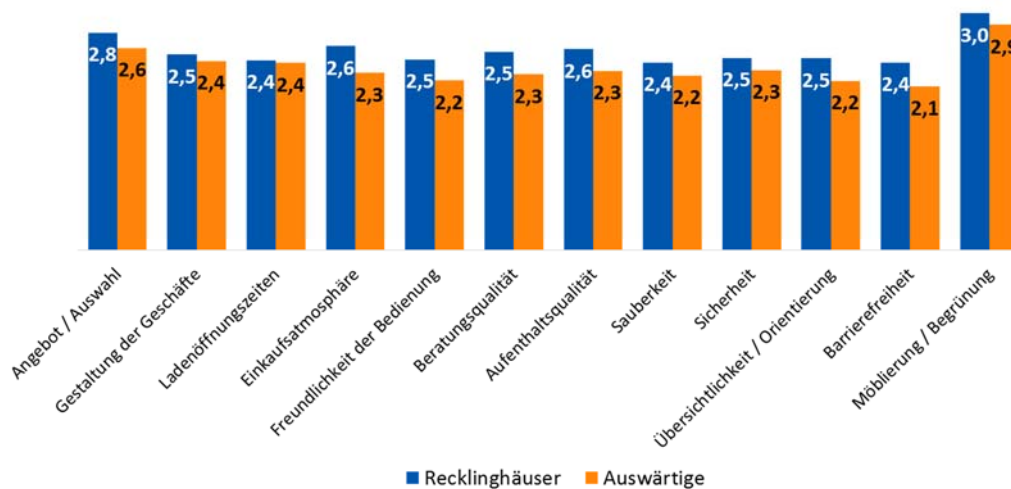
Abbildung 32: Gründe gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen

Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 1.107, alle Befragten, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

1.3.3 Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen

Im Rahmen der Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen zeigt sich erneut, dass die einheimischen Befragten die Gegebenheiten insgesamt leicht kritischer betrachten. Während diese die Altstadt mit der Durchschnittsnote 2,6 bewerten, vergeben die auswärtigen Befragten die durchschnittliche Note von 2,4. Die bessere Bewertung von Auswärtigen ist nicht ungewöhnlich, da sich Einheimische häufig kritischer mit ihrer eigenen Innenstadt auseinandersetzen.

Am schlechtesten schneidet bei der Bewertung die **Möblierung / Begründung** in der Altstadt ab (Einheimische: Note 3,0 bzw. Auswärtige: Note 2,9), gefolgt von **der Auswahl / dem Angebot** (Note 2,8 bzw. Note 2,6). Die vergleichsweise schlechte Bewertung des Angebotes / der Auswahl korreliert mit den Gründen, die gegen einen Einkauf in der Altstadt von Recklinghausen sprechen. Hier gab der Großteil der einheimischen und auswärtigen Befragten dies als Grund gegen einen Einkauf vor Ort an. Am besten benotet wurden die **Barrierefreiheit** (Note 2,4 bzw. Note 2,1) sowie die **Sauberkeit** in der Altstadt von Recklinghausen (Note 2,4 bzw. Note 2,2). Die Ladenöffnungszeiten werden von beiden Befragtengruppen gleichermaßen bewertet (Note 2,4). Daneben werden von den Kunden aus anderen Städten und Gemeinden die Freundlichkeit der Beratung sowie die Übersichtlichkeit / Orientierung mit der Note 2,2 bewertet.

Abbildung 33: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen


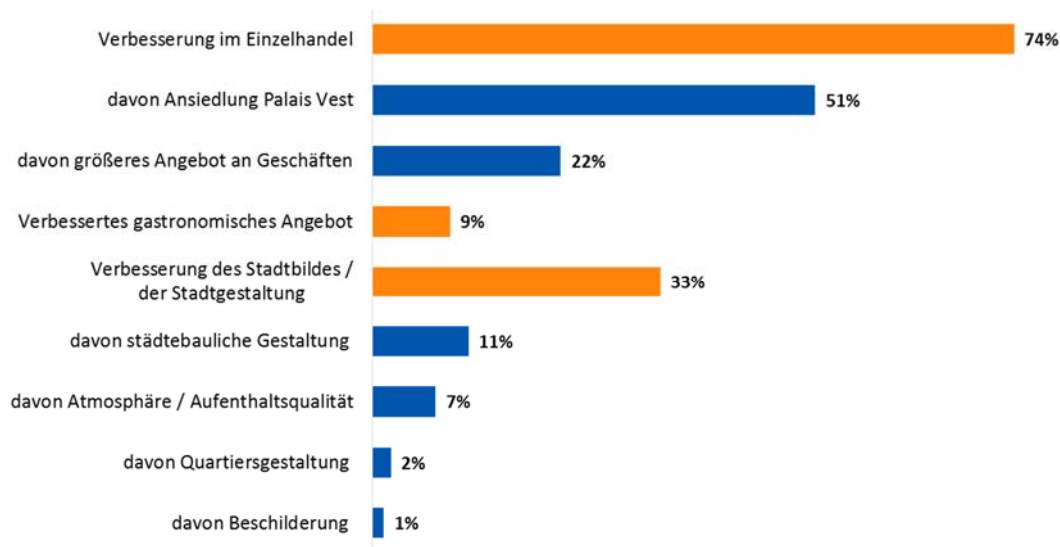
Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, n = 1.107, alle Befragten, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

1.3.4 Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort

Im Rahmen der Befragung wurde auch nach der Entwicklung der **Attraktivität der Altstadt** von Recklinghausen als Einkaufsstandort gefragt. Insgesamt finden rd. 26 % (rd. 23 % der Einheimischen bzw. rd. 40 % der Auswärtigen) der Befragten, dass sich die Attraktivität der Altstadt erhöht hat. Dem stehen rd. 48 % der Befragten gegenüber, die der Ansicht sind, die Attraktivität habe sich verschlechtert (rd. 50 % Einheimische bzw. rd. 40 % Auswärtige). Für die restlichen Befragten hat sich die Situation nicht verändert. Erneut zeigt sich die unterschiedliche Wahrnehmung der Gegebenheiten, die von den Recklinghäusern insgesamt kritischer betrachtet werden als von den auswärtigen Kunden.

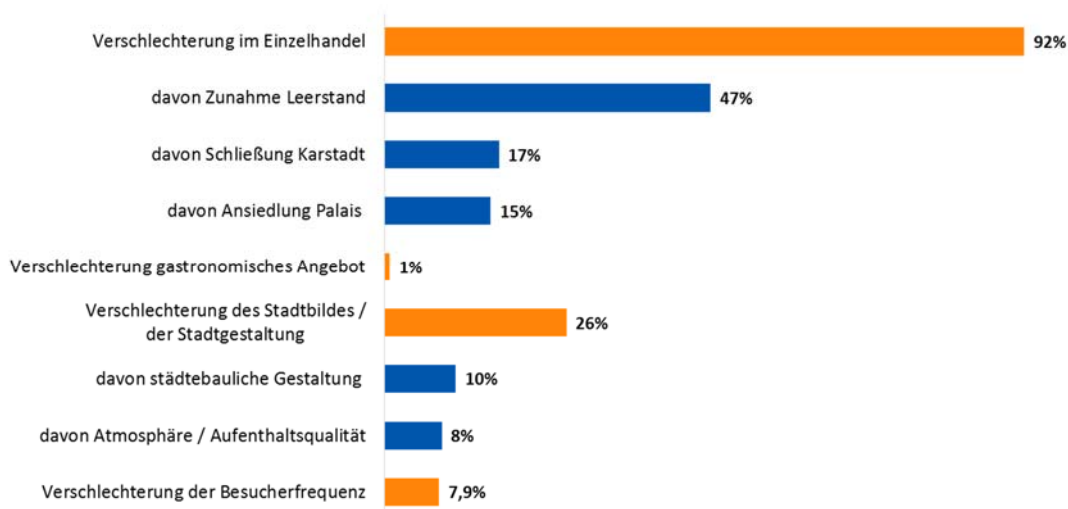
Auf die Frage, was sich verbessert hat, geben rd. 74 % der Befragten⁸⁸ an, dass Verbesserungen im Einzelhandel die Attraktivität der Altstadt erhöht haben. Rd. 51 % der Befragten geben zusätzlich an, dass die Verbesserung v. a. durch die Eröffnung des Palais Vest zustande käme. Für rd. 22 % hat sich die Attraktivität des Einzelhandelsangebotes durch das größere Angebot an Geschäften gesteigert. Für rd. 9 % der Befragten hat sich das gastronomische Angebot positiv entwickelt und somit zur Steigerung der Attraktivität der Altstadt beigetragen. Daneben sind rd. 33 % der Befragten der Ansicht, dass sich das Stadtbild und die Stadtgestaltung verbessert haben. Dies überwiegend zum einen durch eine positive Entwicklung der städtebaulichen Gestaltung (rd. 11 %), zum anderen durch die Verbesserung der Atmosphäre sowie der Aufenthaltsqualität (rd. 7 %).

⁸⁸ Nur Personen, die eine Verbesserung der Attraktivität beobachtet haben.

Abbildung 34: Verbesserung der Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort


Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, die eine Verbesserung beobachtet haben, n = 280, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

Interessant ist, dass diese Entwicklungen im Einzelhandel gleichzeitig für rd. 92 % der Befragten, die auch eine Verschlechterung wahrgenommen haben, ursächlich für diese Entwicklung sind. Meistgenannt wurden hier die Zunahme des Leerstandes (rd. 47 %) sowie die Schließung des Karstadt am Markt (rd. 17 %). Daneben nannten rd. 15 % der Befragten die Ansiedlung des Palais Vest als Grund für eine Verschlechterung der Einkaufsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen.

Abbildung 35: Verschlechterung der Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen als Einkaufsort


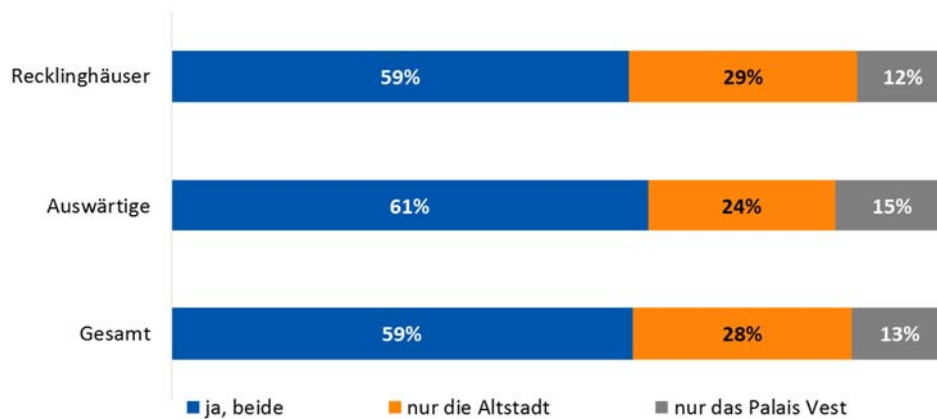
Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, in % der Befragten, die eine Verschlechterung beobachtet haben, n = 525, GMA-Darstellung, ggf. Rundungsdifferenzen

Mit rd. 22 % geben zahlreiche Befragte zudem an, dass die Verschlechterung des Stadtbildes / der Stadtgestaltung zu einer gesunkenen Attraktivität der Altstadt Recklinghausens beigetragen hat. Vor allem Aspekte der städtebaulichen Gestaltung sowie der Atmosphäre und Aufenthaltsqualität haben sich nach Meinung einiger Befragter insgesamt eher negativ entwickelt (vgl. Abbildung 27). Rund 8 % der Befragten geben daneben noch die rückläufige Besucherfrequenz als Grund für eine gesunkene Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen an.

1.3.5 Einkaufskopplung und „frei parken ab 16 Uhr“

Rund 59 % der Befragten suchten bei ihrem letzten Altstadtbesuch sowohl die Altstadt als auch das Palais Vest auf. Rd. 28 % der Befragten nutzen nur die Altstadt für den Einkauf, während die restlichen rd. 13 % lediglich das Palais Vest zu selbigem Zweck ansteuern.

Abbildung 36: Einkaufskopplung Palais Vest / Altstadt



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, n = 1.107, in % der Befragten, GMA-Darstellung

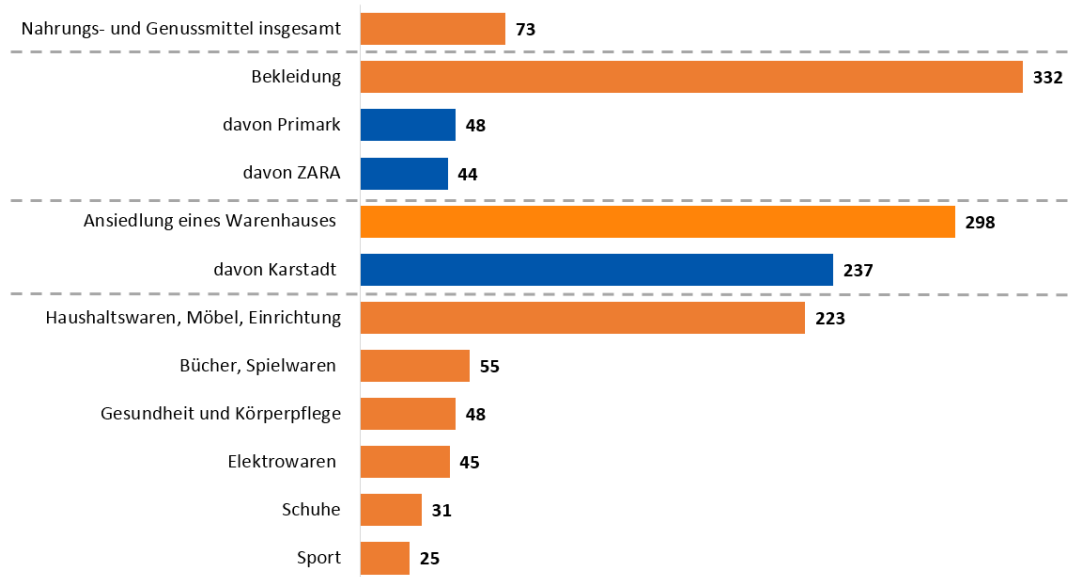
Es zeigt sich bei der nach Auswärtigen und Einheimischen differenzierten Betrachtung der **Einkaufskopplung**, dass ein geringerer Anteil der Kunden aus anderen Städten und Gemeinden nur die Altstadt Recklinghausens aufsucht. Auswärtige Kunden nutzen somit in höherem Maße das gesamte Einzelhandelsangebot Recklinghausens.

Insgesamt rd. 72 % der Befragten kennen das Angebot „**frei parken ab 16 Uhr**“, während die restlichen rd. 28 % keine Kenntnis darüber besitzen. Die Befragten, die das Angebot kennen, sehen es zu rd. 66 % insgesamt positiv, während rd. 4 % der Befragten dieses (eher) negativ bewerten. Daneben sind rd. 10 % der Befragten dem Angebot neutral gegenübergestellt oder haben keine Meinung dazu. Rd. 20 % der Befragten halten das Angebot für optimierungsbedürftig und sind zu der Ansicht gekommen, dass dieses auch im Parkhaus des Palais-Vest gelten sollte (rd. 5 %), dass die Parkgebühren allgemein gesenkt oder Parken generell frei sein sollte (rd. 10 %) sowie dass das Angebot bereits zu einer früheren Uhrzeit gelten sollte (rd. 5 %).

1.4 Verbesserungsvorschläge für die Altstadt

Gefragt nach möglichen Verbesserungsvorschlägen im Bereich Einzelhandel werden Verbesserungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit insgesamt 73 Nennungen erwähnt. Die Mehrheit aller Nennungen (332) bezieht sich jedoch auf Verbesserungen im Bereich Bekleidung. Diesem Sortiment kommt gemäß der Befragten eine wesentliche Bedeutung zu. Auffällig ist, dass häufig spezielle Anbieter genannt werden. Zum Beispiel werden mit 48 Nennungen das Bekleidungsgeschäft Primark und mit 44 Nennungen der Modefilialist Zara als Verbesserungsmöglichkeiten im Einzelhandel genannt. Insgesamt wird deutlich, dass sich viele Befragten eine Verbesserung des Bekleidungsangebotes wünschen.

Abbildung 37: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel der Altstadt



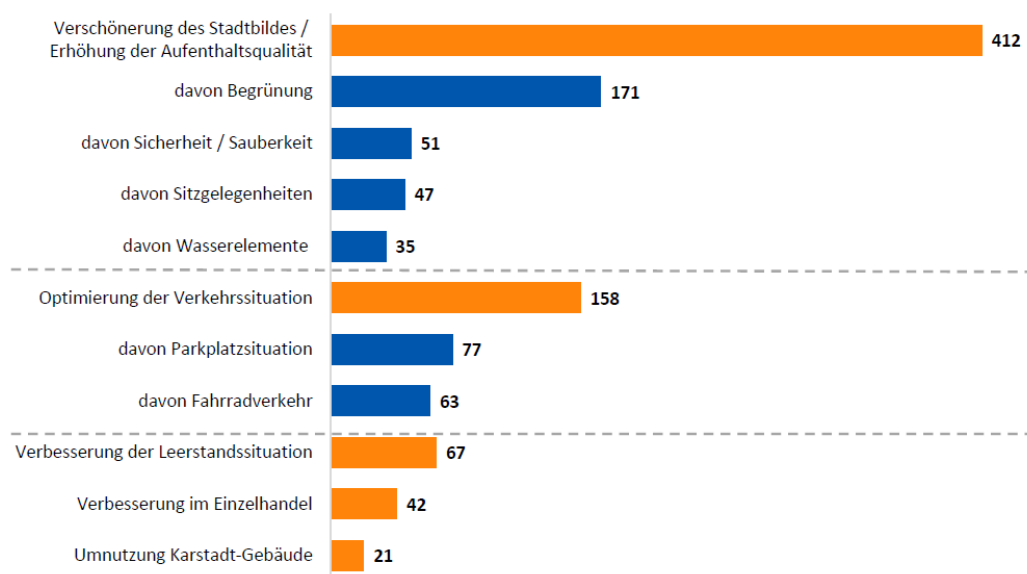
Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, n = 1.107, Mehrfachnennungen möglich, absolute Nennungen, GMA-Darstellung 2017

Daneben zeigt sich bei den Antworten der Befragten auch der Wunsch nach der Ansiedlung eines Warenhauses (298 Nennungen), der durch die Schließung von Karstadt in der Altstadt von Recklinghausen hervorgerufen wurde. Speziell das Warenhaus Karstadt wünschen sich viele Befragte zurück in der Altstadt (237 Nennungen). Der Wunsch nach einem Warenhaus spiegelt sich zudem in dem Vorschlag der Befragten nach einer Ergänzung des Angebotes in den Sortimenten Haushaltswaren, Möbel und Einrichtung wider, da der weggefallene Anbieter dieses Sortiment (v. a. Haushaltswaren, Heimtextilien) führte.

Auch in den Sortimentsbereichen Bücher und Spielwaren (55 Nennungen), Gesundheit und Körperpflege (48 Nennungen), Elektrowaren (45 Nennungen), Schuhe (31 Nennungen) und Sportartikel (25 Nennungen) sehen die Befragten Verbesserungspotenziale im Einzelhandelsangebot.

Weitere Verbesserungspotenziale sehen die Befragten v. a. in der Verschönerung des Stadtbildes und in der Erhöhung der Aufenthaltsqualität (412 Nennungen). Insbesondere eine stärkere Begrünung der Altstadt wünscht sich ein Großteil der Befragten (171 Nennungen). In diesem Zusammenhang wurde mit 51 Nennungen der Wunsch nach mehr Sicherheit und Sauberkeit und mit 47 Nennungen der Wunsch nach mehr Sitz- und Verweilmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen genannt. Auch die Installierung von Wasserelementen im Stadtbild wurde mehrfach als Verbesserungspotenzial angeführt (35 Nennungen).

Abbildung 38: Weitere Verbesserungspotenziale in der Altstadt



Quelle: GMA-Online- und Passantenbefragung 2017, n = 1.107, Mehrfachnennungen möglich, absolute Nennungen, GMA-Darstellung 2017

Weitere Verbesserungsvorschläge werden zudem im Bereich der Verkehrssituation gemacht (158 Nennungen). Besonders in Bezug auf die Parkplatzsituation und den Fahrradverkehr sehen einige Befragte Verbesserungspotenzial (vgl. Abbildung 38). Die Reduzierung der Leerstände wurde 67 Mal genannt, während 21 Mal die Umnutzung des Karstadt-Gebäudes angeregt wurde.

2. Ergebnisse der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung

Parallel zur Passantenbefragung wurde im Juni 2017⁸⁹ eine persönliche **Befragung ausgewählter Einzelhändler und Schlüsselpersonen** in Recklinghausen durchgeführt. Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Recklinghausen. Nachfolgend werden die Ergebnisse der Befragung dargestellt und mit den Ergebnissen der Passanten- und Onlinebefragung gegenübergestellt.

⁸⁹ Die Befragung wurde am 13., 14. und 27. Juni 2017 durchgeführt.

Insgesamt haben 36 Einzelhändler und sechs Schlüsselpersonen an der Befragung teilgenommen. Bis auf einen Betreiber mehrerer Filialgeschäfte im sonstigen Stadtgebiet Recklinghausens verfügen alle weiteren befragten Einzelhändler über ein oder mehrere Geschäfte in der Altstadt von Recklinghausen. Beteiligt haben sich sowohl vergleichsweise junge Betriebe als auch Betriebe, welche bereits langjährig in Recklinghausen ansässig sind.

Tabelle 11: Statistische Merkmale der Einzelhändler- und Schlüsselpersonenbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Funktion	Einzelhändler	36	86
	davon inhabergeführt	28	-
	davon Filialisten	8	-
	Schlüsselpersonen	6	14
Bedarfsbereich	kurzfristig	10	28
	mittelfristig	16	44
	langfristig	10	28
Verkaufsfläche	< 100 m ²	17	47
	100 – 399 m ²	9	25
	400 – 800 m ²	7	19
	800 – 1.500 m ²	1	3
	> 1.500 m ²	2	6
Einzelhändler in Recklinghausen ansässig seit	< 10 Jahren	18	50
	10 bis 19 Jahren	6	17
	20 bis 49 Jahren	8	22
	50 bis 99 Jahren	2	6
	mehr als 100 Jahren	2	6
	keine Angabe	0	0
Filialisierung	Hauptgeschäft	28	78
	Filiale	8	22
Eigentumsverhältnis	Eigentum	3	8
	Miete / Pacht	33	92

Quelle: GMA-Einzelhändler-/ schlüsselpersonenbefragung 2017

Der Großteil der befragten Einzelhändler verfügt über einen Betrieb mit Waren im mittelfristigen Bedarfsbereich (rd. 44 %), sowie jeweils rd. 28 % der befragten Einzelhändler im kurz- sowie im langfristigen Bedarfsbereich. Insgesamt ist die Einzelhandelsstruktur in der Altstadt in stärkerem Maße durch mittelständische, kleinteilige und inhabergeführte Betriebe geprägt, was sich auch deutlich in der Stichprobe widerspiegelt. Fast die Hälfte der Befragten hat sich in den letzten zehn Jahren in Recklinghausen angesiedelt, was auch auf eine gewisse **Dynamik** bei der Ansiedlung neuer Betriebe hindeutet.

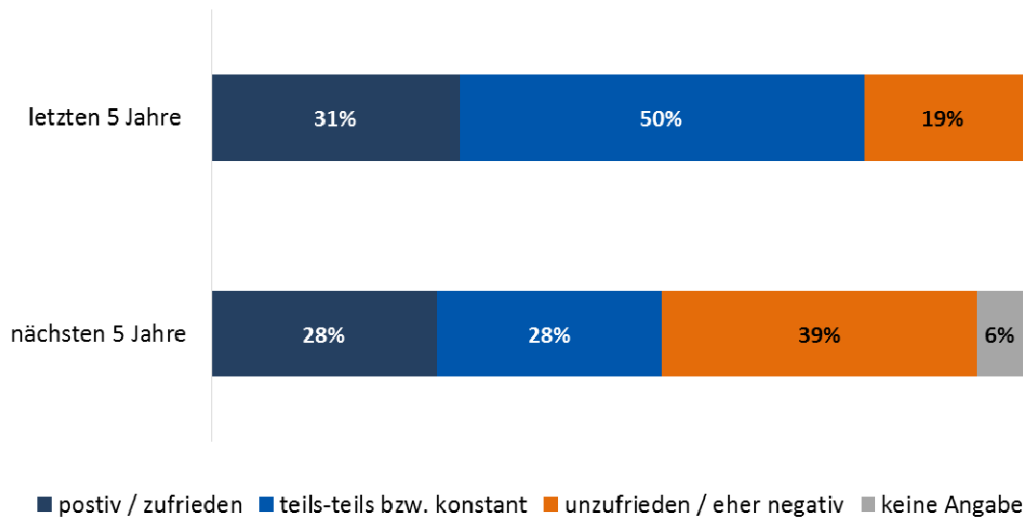
In Bezug auf das **Investitions-** und **Standortverhalten** der ortsansässigen Betriebe bleibt festzuhalten, dass ein Großteil der befragten Händler (rd. 68 %) vorhat, innerhalb der nächsten fünf

Jahre betriebliche Veränderungen durchzuführen. Die meisten der insgesamt 27 Nennungen beziehen sich auf Veränderungen im Sortiment (8 Nennungen (rd. 20 %)). Mit jeweils vier Nennungen (rd. 10 %) werden Geschäftsmodernisierung, Geschäftsaufgabe und Geschäftsverlagerung innerhalb Recklinghausens genannt. In zwei Fällen (rd. 5 %) wird daneben die Geschäftsverlagerung an einen Standort außerhalb Recklinghausens und darüber hinaus in drei Fällen (rd. 8 %) eine geplante Vergrößerung der Verkaufsfläche angeführt.

Bei rd. 94 % der befragten Händler ist die **Altersnachfolge** im Betrieb (noch) nicht geregelt. Dabei ist für den Großteil der Befragten (rd. 61 %) das Thema nicht relevant, für rd. 33 % der Betriebe ist die Altersnachfolge noch nicht geklärt bzw. ist noch kein Nachfolger vorhanden. Demgegenüber weisen rd. 6 % der Betriebe eine geregelte Altersnachfolge auf. Damit ist ein verhältnismäßig hoher Anteil (noch) unklarer Altersnachfolgen festzuhalten. Es wird darauf ankommen, Recklinghausen als Einzelhandelsstandort so zu stabilisieren bzw. attraktivieren, dass er auch für auswärtige Einzelhändler als Geschäftsstandort infrage kommt.

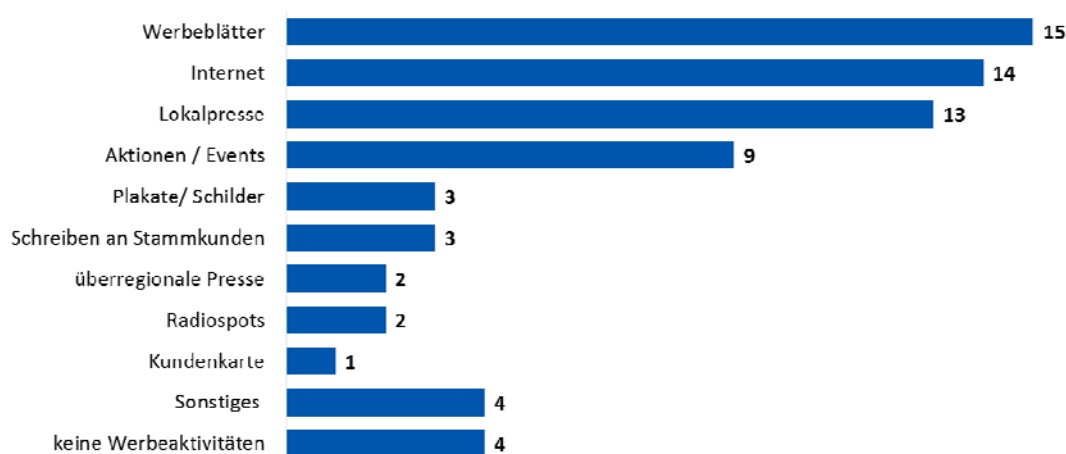
Die befragten Betriebe machten auch Angaben zur Einschätzung ihrer **bisherigen und zukünftigen Geschäftsentwicklung**. Von den befragten Einzelhändlern geben rd. 31 % an, zufrieden mit der **Geschäftsentwicklung in den letzten fünf Jahren** zu sein. Rd. 50 % sind mit der Entwicklung weder zufrieden noch unzufrieden, während rd. 19 % der befragten Einzelhändler unzufrieden sind. Dieses Ergebnis offenbart eine insgesamt eher positive Entwicklung in den letzten fünf Jahren aus Sicht der Einzelhändler, welche sich jedoch bei Betrachtung der Einschätzung der Geschäftsentwicklung in den nächsten fünf Jahren anders darstellt.

Für die Zukunft sehen rd. 28 % der befragten Geschäftsleute eine positive **Entwicklung ihres Geschäftes in den nächsten fünf Jahren** voraus. Daneben schätzen rd. 28 % der Befragten die weitere Geschäftsentwicklung eher konstant ein, ohne eine Entwicklungstendenz feststellen zu können. Eine eher negative Entwicklung ihrer Geschäfte in den nächsten fünf Jahren wird hingegen von rd. 39 % der befragten Einzelhändler prognostiziert. Zwei befragte Geschäftsleute machten zur zukünftigen Entwicklung keine Aussage.

Abbildung 39: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung / Ausblick

Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 36, nur Einzelhändler, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Für eine bessere Marktpositionierung sowie zur Erreichung potentieller und bereits akquirierter Kunden setzt die Mehrheit der Befragten auf **verkaufsfördernde Maßnahmen und Werbung**; lediglich vier befragte Einzelhändler (rd. 11 %) führen keine Werbeaktivitäten durch. Auffällig ist, dass der Großteil der Befragten die angeben, für ihr Geschäft Werbung zu betreiben, dies mit Hilfe von Multi-Channel-Marketing auf unterschiedlichen Informationskanälen durchzuführen. Bei dem Großteil der durchgeführten Werbemaßnahmen handelt es sich um Anzeigen in diversen Werbeblättern (15 Nennungen). 14 Nennungen von Werbeaktivitäten bezogen sich auf Werbung im Internet, während 13 Mal lokale Printmedien als Werbekanal genannt wurden.

Abbildung 40: Verkaufsfördernde Maßnahmen und Werbung

Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 70, alle Nennungen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

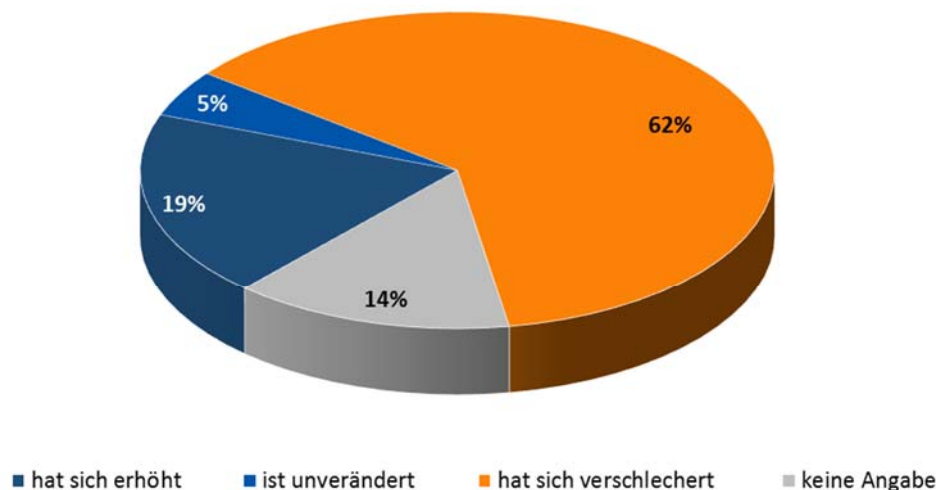
Daneben veranstalten zahlreiche Einzelhändler verschiedene Aktionen und Events (u. a. Rabatt-, Mal-, Bastelaktionen, Lesungen, Probiernachmittage), die verkaufsfördernd wirken sollen. Weitere Marketingkanäle sind u. a. die Nutzung von Plakaten und Schildern, das direkte Anschreiben von Stammkunden (je drei Nennungen), Bekanntmachungen in der überregionalen Presse sowie Radiospots (je zwei Nennungen) und das Verteilen von Kundenkarten (eine Nennung).

Generell zeigt sich bei der Befragung, dass der Großteil der befragten Einzelhändler das **Internet** als wichtiges Informationsmedium nutzt. Rund 72 % der befragten Geschäftsleute verfügen über eine eigene **Homepage**, wobei rd. 14 % eine zentrale Homepage im Verbund mit anderen Filialen des Unternehmens nutzen. Daneben verfügen rd. 36 % über einen Social Media Auftritt. Lediglich rd. 6 % verfügen weder über eine Homepage, noch über einen Auftritt in den sozialen Medien.

Die befragten Geschäftsleute, deren Betrieb über eine eigene Homepage verfügt, nutzen diese in erster Linie zur Informationen der Kunden über den Betrieb im Allgemeinen (rd. 69 %). Daneben wird der eigene Internetauftritt zur Präsentation von Produkten und des Sortiments (rd. 53 %) sowie zur Bewerbung aktueller Angebote und Aktionen genutzt (rd. 42 %). Einen Online-Shop bieten nur rd. 14 % der Befragten auf ihrer Homepage an.

Analog zu der Passanten- und Onlinebefragung wurden auch die Einzelhändler Recklinghausens nach der **Entwicklung der Attraktivität der Altstadt Recklinghausens als Einkaufsstandort** in den letzten 3 – 5 Jahren befragt.

Abbildung 41: Entwicklung der Attraktivität der Altstadt in den letzten 3 bis 5 Jahren



Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 42, Einzelhändler und Schlüsselpersonen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Auch hier zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten der Meinung ist, dass sich die Attraktivität der Altstadt von Recklinghausen in den letzten 3 bis 5 Jahren eher verschlechtert hat (rd. 62 %). Rund 5 % sind der Meinung die Attraktivität wäre unverändert, während 19 % der Ansicht sind,

sie habe sich in diesem Zeitraum verbessert. Je nach Sortiment und Lage des Geschäfts in der Altstadt variieren die Ansichten bezüglich der Entwicklung deutlich. Insgesamt spiegelt dieses Meinungsbild jedoch die Ergebnisse der Passanten- und Onlinebefragung zu weiten Teilen wider (vgl. Kapitel 1.3.4).

Die Gründe, welche für eine **Verbesserung der Attraktivität** aus Sicht der befragten Einzelhändler bzw. Schlüsselpersonen sprechen, ähneln denen der befragten Kunden. Auch die Einzelhändler und Schlüsselpersonen sehen die Steigerung der Attraktivität anhand von Verschönerungen im Stadtbild. Neun der insgesamt 20 Nennungen beziehen sich auf diesen Aspekt. Daneben wird mit drei Nennungen die Erweiterung des Einzelhandelsangebotes mehrfach positiv bewertet. Es zeigt sich jedoch auch, dass die befragten Einzelhändler und Schlüsselpersonen die Bemühungen im Bereich Stadtmarketing positiv wahrnehmen (4 Nennungen). Weitere Gründe, die aus Sicht der Befragten für eine Verbesserung der Attraktivität sprechen sind mit jeweils einer Nennung u. a. die zahlreichen Aktionen und Events oder die gestiegene Zahl an gastronomischen Einrichtungen.

Betrachtet man die Gründe, welche aus Sicht der Einzelhändler zu einer **Verschlechterung der Attraktivität** der Altstadt Recklinghausens beitragen, so gleichen sich auch diese mit denen der im Rahmen der Passanten- und Onlinebefragung angegebenen Faktoren. Während die Kunden die sinkende Attraktivität vor allem mit Verschlechterungen im Einzelhandel, Verschlechterungen im Stadtbild und der Stadtgestaltung sowie mit einem Rückgang der Kundenfrequenz begründen, geben die befragten Einzelhändler und Schlüsselpersonen vor allem die zunehmende Zahl an Leerständen und Ladenschließungen (23 Nennungen)⁹⁰, die sinkende Kundenfrequenz (14 Nennungen), die Auswirkungen des Palais Vest (10 Nennungen) – unter anderem in Form von Verlagerung der Magnetbetriebe und Veränderungen der Kundenlaufwege – sowie die zunehmende Zahl der Geschäfte im Niedrigpreissegment (6 Nennungen) an. Auch zu hohe Parkgebühren und schlechte Parkmöglichkeiten werden von drei Befragten als Grund für die gesunkene Attraktivität angeführt. Insgesamt werden 64 Nennungen zu den konkreten Verschlechterungen in der Recklinghäuser Altstadt gemacht.

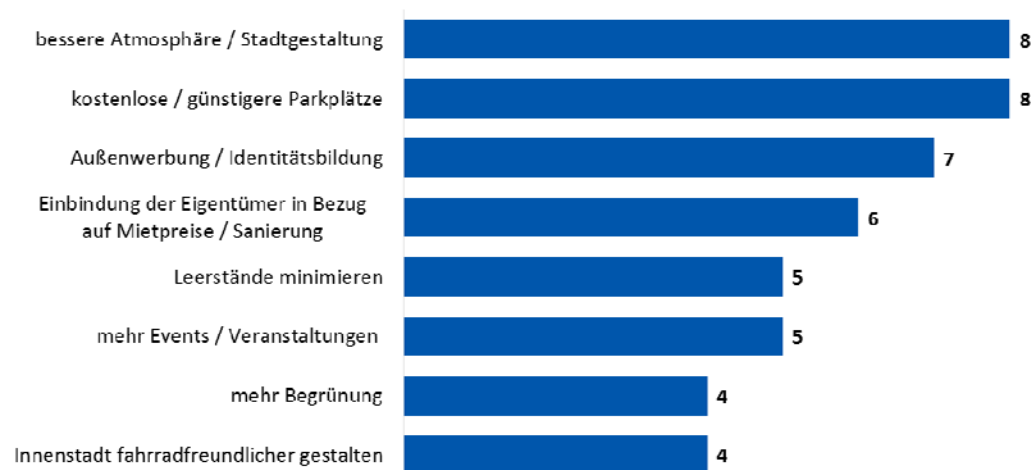
Auch auf die Frage, welche **Geschäfte und Sortimente** die Befragten in der Altstadt vermissen, zeigt sich eine Korrelation mit den Ergebnissen der Passanten- und Online-Befragung. Insgesamt werden 32 Geschäfte bzw. Sortimente von den Einzelhändlern und Schlüsselpersonen angegeben. Ein Großteil der Befragten in der Passanten- und Online-Befragung wünschen sich neben weiteren Bekleidungsgeschäften v. a. auch eine Verbesserung im Sortiment **Haushaltswaren**. Des Weiteren wird angeführt, dass die Ansiedlung eines Warenhauses eine Verbesserung darstellen würde. Mit 16 Nennungen bezieht sich auch die Mehrheit aller Angaben der befragten Einzelhändler und Schlüsselpersonen auf Verbesserungsbedarf in den Sortimentsbereich Haus-

⁹⁰ in % der Befragten, Mehrfachnennungen bei dem konkreten Grund der Verschlechterung möglich.

haltswaren. Daneben gelten sieben Nennungen der Ansiedlung von weiteren Lebensmittelgeschäften, zwei Nennungen beziehen sich dabei explizit auf einen Metzgereifachgeschäft. Drei befragte Personen wünschen sich einen Herrenausstatter und jeweils zweimal werden ein Schuhladen, ein Spielwarenladen und ein Elektrofachmarkt genannt. Weitere sechs Nennungen gelten sonstigen Geschäften und Sortimenten (u. a. Kinderbekleidung, Baumarktartikel, allgemein Fachgeschäfte).

Auch die Frage nach den **sonstigen Verbesserungsmöglichkeiten in der Altstadt** von Recklinghausen spiegeln die Ergebnisse der Passanten- und Onlinebefragung in den Grundzügen wider (vgl. Kapitel 1.3.4). Vor allem auf eine Verbesserung der Atmosphäre verbunden mit städtebaulichen Maßnahmen sowie auf Veränderungen bezüglich der Parkplatzsituation (Preis und Verfügbarkeit) bezieht sich der Großteil der Nennungen (jeweils 8 Nennungen).

Abbildung 42: Sonstige Verbesserungsmöglichkeiten in der Altstadt von Recklinghausen



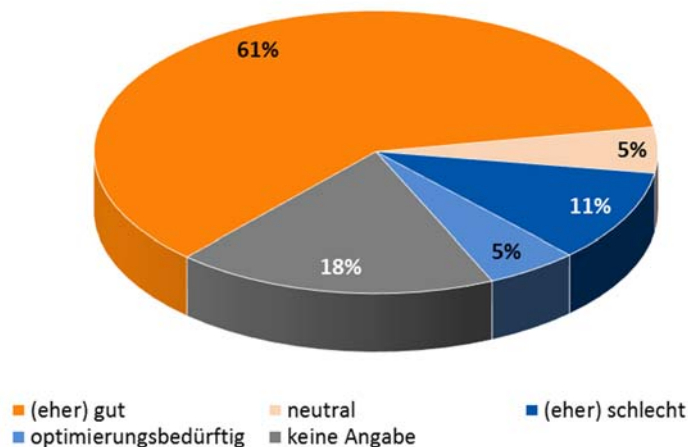
Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 62, alle Nennungen, Einzelhändler und Schlüsselpersonen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Daneben wird verstärkte **Außenwerbung** in der Region und die Bildung einer gemeinsamen **gesamtinnerstädtischen Identität** unter Einbeziehung aller Akteure gewünscht (7 Nennungen). Auch eine verbesserte überörtliche Bewerbung der Stadt als Einkaufsstandort, eine einheitliche Außenbestuhlung, gemeinsame Eyecatcher der Einzelhändler und ein einheitliches Design bei Blumenkübeln werden angeführt. Ebenfalls wird die **Einbindung der Immobilieneigentümer**, bezogen auf eine mögliche Reduzierung der Mietpreise, und nötige Sanierungsmaßnahmen vermehrt genannt (6 Nennungen). Wie auch in der Passanten- und Onlinebefragung werden die Bereiche **Fahrradverkehr** (4 Nennungen) und **Reduzierung der Leerstände** (5 Nennungen) ebenfalls von den befragten Einzelhändlern und Schlüsselpersonen einige Male als Verbesserungspotenzial angeführt. Auch die Zahl bzw. die Art der Events und Veranstaltungen (5 Nennungen) sowie die

innerstädtische Begrünung (4 Nennungen) werden als optimierungsbedürftig angesehen. Daneben werden noch einige weitere Verbesserungsmöglichkeiten genannt (u. a. Wochenmarkt am Löhrhof, Regelung des Lieferverkehrs, allgemeine Baustellenkoordination).

Das Angebot „frei parken ab 16 Uhr“ kennen mit rd. 92 % der befragten Einzelhändler und Schlüsselpersonen nahezu alle Befragten. Lediglich einem Befragten war das Angebot unbekannt (rd. 3 %), zwei Personen machten zu dieser Frage keine Aussagen (rd. 5 %).

Abbildung 43: Bewertung des Angebotes „frei parken ab 16 Uhr“



Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 42, Einzelhändler und Schlüsselpersonen, GMA-Darstellung 2017, ggf. Rundungsdifferenzen

Der Großteil der Befragten bewertet das Angebot mit gut oder eher gut (rd. 61 %), nur rd. 5 % bewerten es (eher) schlecht. Jeweils rd. 5 % der befragten Einzelhändler und Schlüsselpersonen stehen dem Angebot neutral gegenüber oder sind der Ansicht, dass die Konditionen des Angebotes verbessert werden müssten (bereits früher frei parken, Einbeziehung aller Parkplätze). Rund 18 % der Befragten macht keine konkrete Aussage darüber, wie sie das Angebot bewerten.

VI. Kriterien der Zentrenrelevanz und Zuordnung in der Stadt Recklinghausen

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Recklinghausen 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächenschwerpunkte) in Recklinghausen		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren	23 %	77 %	●	●	●	●	●	● / ●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Gesundheits- und Körperpflege-artikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)	76 %	24 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
pharmazeutische Artikel	27 %	73 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Papier- / Schreibwaren, Schulbedarf	37 %	63 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Zeitschriften, Zeitungen	25 %	75 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Schnittblumen	18 %	82 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungs- und zentrenrelevant
Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel	75 %	25 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Recklinghausen 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufspunkte) in Recklinghausen		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Bücher	41 %	59 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Spielwaren	78 %	22 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Bastelartikel, Bürobedarf	37 %	63 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche	79 %	21 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Schuhe, Lederwaren	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Sportbekleidung, -schuhe, -artikel (ohne Angelartikel, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte)	30 %	70 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren	34 %	66 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel	36 %	64 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Haus-/ Heimtextilien, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Badtextilien	28 %	72 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie z. B. Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln)	35 %	65 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Recklinghausen 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsfächenschwerpunkte) in Recklinghausen		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Uhren, Schmuck	92 %	8 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Optik, Akustik	89 %	11 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Musikalien, Musikinstrumente	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-,Kommunikationselektronik, Computer, Foto)	97 %	3 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektro-großgeräte)	79 %	21 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Campingartikel (ohne Großgeräte)	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf	32 %	68 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf	17 %	83 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Recklinghausen 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsfächenschwerpunkte) in Recklinghausen		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und-zubehör, Dekorationsstoffe, dekorative Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauf-lagen	15 %	85 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Möbel, Antiquitäten, inkl. Küchen-einrichtungen, Büromöbel, Badmöbel)	2 %	98 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppdecken)	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	8 %	92 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Gartenmöbel, Gartengeräte, Rasenmäher	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Berufsbekleidung	0 %	100 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Erotikartikel	0 %	100 %	●	●	●	●	●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Sportgroßgeräte	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Reitsportartikel	0 %	100 %	●	●	●	●	● / ●	●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Recklinghausen 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsfächenschwerpunkte) in Recklinghausen		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Angelbedarf, Jagdbedarf	0 %	100 %	●	●	●	●	● / ●	●	nicht zentrenrelevant
Auto- / Motorradzubehör, Motorradbekleidung	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Kinderwagen, Autokindersitze	10 %	90 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)	15 %	75 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung)	15 %	75 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper	8 %	92 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Elektrogroßgeräte	40 %	60 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Büromaschinen (Großgeräte wie z. B. gewerbliche Aktenvernichter, Multifunktionsdrucker)	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft / GMA-Zusammenstellung 2018

VII. Prüfschema zur Bewertung von großflächigen Lebensmittelmärkte

1. Stufe 1: Standortbewertung

A) Planvorhaben: Mindestens 90 % der Verkaufsfläche des Marktes ist für nahversorgungsrelevante Sortimente vorgesehen UND

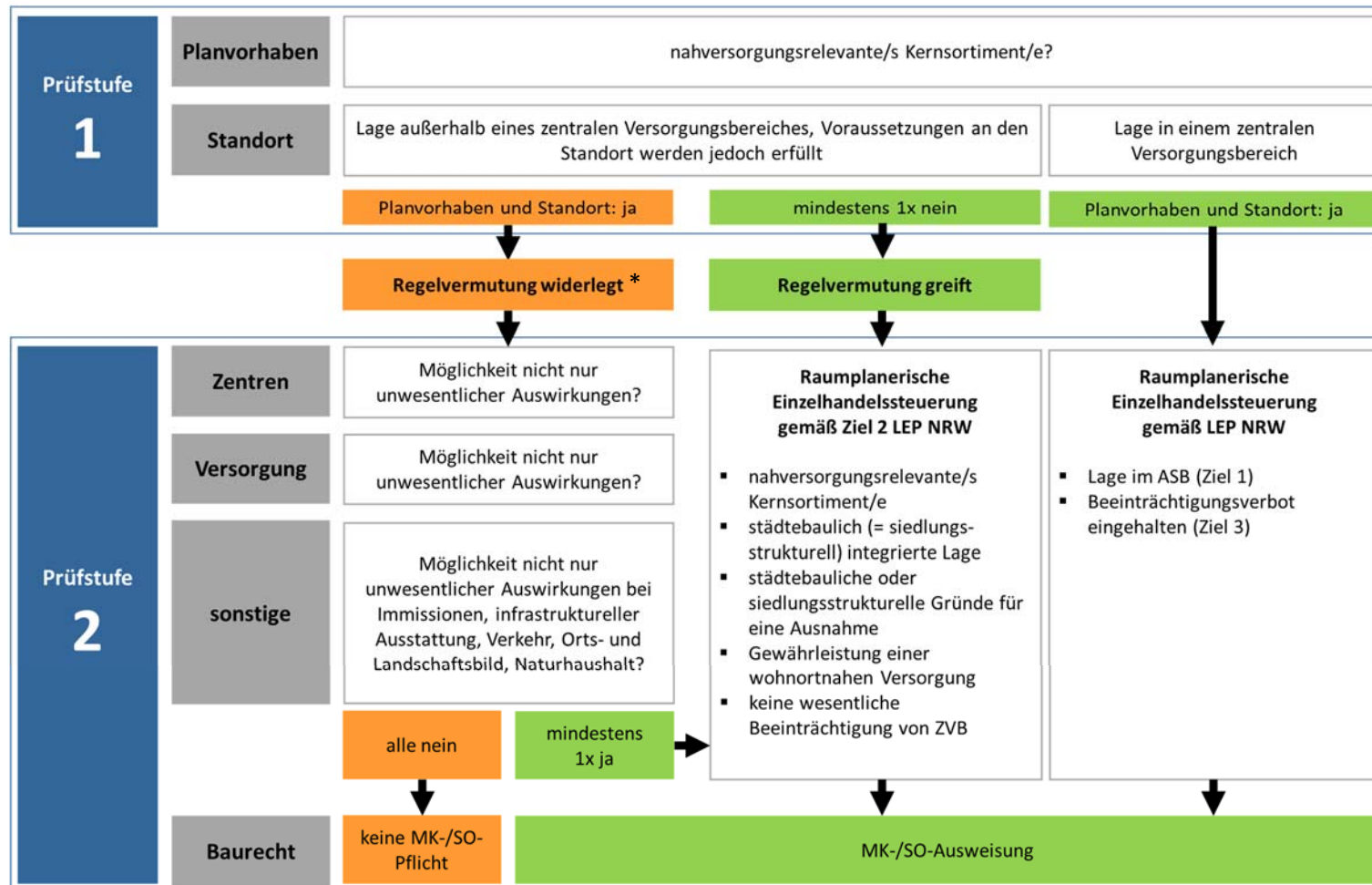
B1) Standort: Das Planvorhaben liegt außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, das Planvorhaben weist jedoch

- /// eine Lage innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB),
- /// innerhalb des ASB eine städtebaulich integrierte Lage,
- /// eine Anbindung an den ÖPNV,
- /// einen zu versorgenden Nahbereich (Gehdistanz von etwa 700 – 1.000 m um den Planstandort) auf.

Sind alle diese Kriterien erfüllt, erfolgt die weitergehende Prüfung der Auswirkungen des Planvorhabens in der **Stufe 2** zur Überprüfung der atypischen Fallgestaltung

B2) Standort: Wenn das Planvorhaben in einem zentralen Versorgungsbereich liegt und Stufe 1A erfüllt, erfolgt die weitergehende Prüfung des Planvorhabens gemäß LEP NRW.

Abbildung 44: Prüfschema zur Beurteilung von großflächigen Lebensmittelmärkten in der Stadt Recklinghausen



MK = Kerngebiet gem. § 7 BauNVO

SO = spezielles Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel gem. § 11 Abs. 3 BauNVO

*= kann im Einzelfall auch bei Lagen im zentralen Versorgungsbereich vorkommen

Quelle: GMA-Darstellung 2018

2. Stufe 2: Bewertung des Vorhabens

A) Wenn die Regelvermutung bei einem Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches in Stufe 1 widerlegt wurde, müssen folgende weitere Kriterien berücksichtigt werden:

- Zentren und Versorgung:** Das Planvorhaben hat keine wesentlichen Negativauswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Versorgung der Bevölkerung in Recklinghausen und im Umland. Dies ist i. d. R. der Fall, wenn – von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen – der voraussichtliche Gesamtumsatz des Vorhabens maximal 35 % der relevanten, sortimentsspezifischen Kaufkraft der Bevölkerung im fußläufigen Nahbereich (Gehdistanz von i. d. R. 700 m bis maximal 1.000 m um den Planstandort) nicht übersteigt. Den Nachweis hat eine vorhabenbezogene Auswirkungsanalyse zu erbringen.
- Sonstige Auswirkungsbereiche nach § 11 Abs. 3 BauNVO:** Auch die Möglichkeit nicht nur unwesentlicher Auswirkungen bei Immissionen, infrastruktureller Ausstattung, Verkehr, Orts- und Landschaftsbild und den Naturhalt kann ausgeschlossen werden.

Sind alle diese Kriterien erfüllt, ist die Ausweisung eines Sondergebietes nicht erforderlich; das Planvorhaben kann dann z. B. auch in einem Mischgebiet angesiedelt werden.

Wenn die Regelvermutung **nicht widerlegt werden kann** oder wenn die nach einer solchen Widerlegung zulässige konkrete Auswirkungsprognose negative Auswirkungen erwarten lässt, d. h. es sich also nicht um einen atypischen Fall handelt, ist das Vorhaben als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO einzuordnen. Die dann notwendige **Planung eines Kern- oder Sondergebietes** muss eine Prüfung gemäß in Stufe 2 Ziel 2 LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel vornehmen und die Erfüllung der Voraussetzungen für eine Ausnahme nach diesem Ziel prüfen (weiter mit B).

B) Sofern bei einem Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches die Regelvermutung nicht greift, sind die Vorgaben des LEP NRW zu prüfen. Voraussetzung für eine Ausnahme nach Ziel 2 ist jedoch ebenfalls, dass das Vorhaben tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dient, sich der Standort innerhalb eines regionalplanerisch ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereiches befindet, er städtebaulich (= siedlungsstrukturell) integriert ist⁹¹ und keine städtebaulichen Negativauswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Im Einzelnen sind folgende Punkte zu prüfen:

⁹¹ Für Standorte mit Lage in einem Gewerbegebiet bzw. ohne Wohngebietsanschluss ist eine Prüfung gemäß Ziel 2 nicht anwendbar.

Übersicht 24: Prüfung der Ausnahmeregelung in Ziel 2 bei Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (sofern eine Atypik nicht vorliegt)

Prüfkriterium	Prüfmaßstab
Voraussetzung: keine Atypik im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO	s. o. Nachweis (Erläuterung)
Lage in einem ASB (Ziel 1)?	Prüfung laut Regionalplan
Sortimentsstruktur: mindestens 90 % nahversorgungsrelevante Sortimente	✓ Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente < 10 % der Gesamtverkaufsfläche ✓ Prüfung lt. kommunaler Sortimentsliste
städtebaulich (= siedlungsstrukturell) integrierter Standort	✓ Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht
es liegen städtebauliche oder siedlungsstrukturelle Gründe für die Ansiedlung / Erweiterung vor	✓ ein Standort innerhalb des ZVB ist nicht vorhanden ✓ der Planstandort kann nicht in einen bestehenden ZVB integriert werden (durch Erweiterung des ZVB) oder aber... ✓ der nächstgelegene ZVB kann die Versorgung im Bezugsraum des Planstandortes nicht erfüllen
Gewährleistung der wohnortnahen Versorgung	✓ ausreichendes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich vorhanden und Anbindung an den ÖPNV ✓ begründete Nahversorgungsfunktion (Orientierungswert für Gesamtumsatz des Lebensmittelmarktes: 35 % der relevanten Kaufkraft im Nahbereich (Gehzeit von 10 Minuten bzw. 700 – 1.000 m, vgl. Einzelhandelserlass 2008)
keine wesentlichen Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen (Ziel 2 bzw. 3)	✓ Begründung durch Auswirkungsanalyse

GMA-Zusammenstellung 2018

Was unter „**Nahbereich**“ zu verstehen ist, kann im Einzelfall variieren. In der Regel ist darunter gemäß der AG Strukturwandel eine fußläufige Gehdistanz von 700 – 1.000 m zu verstehen, der einer Gehzeit von ca. 10 Minuten entspricht. Der „Nahbereich“ kann jedoch in Abhängigkeit von siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten, z. B. aufgrund räumlicher Zäsuren wie Bahntrassen, der großen räumlichen Entfernung zu zentralen Versorgungsbereichen o. ä., auch kleiner oder größer sein. Unter Umständen kann der Nahbereich auf diese Weise auch in eine Himmelsrichtung kleiner als 700 m, in eine andere Himmelsrichtung größer als 1.000 m sein.

Auch die **Kaufkraftabschöpfung von 35 %** im Nahbereich ist nicht als Obergrenze, sondern nur als erster grober Anhaltspunkt für die Annahme einer Nahversorgungsfunktion zu verstehen. Bei besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen kann die Kaufkraftabschöp-

fung auch höher sein. Die Einhaltung sonstiger Vorgaben, v. a. die des Beeinträchtigungsverbot, bleibt hiervon unbenommen. Sofern nicht anders abgeleitet, wird jedoch eine Kaufkraftabschöpfung von 35 % aus dem Nahbereich empfohlen.

Die **verträgliche Größenordnung** für einen großflächigen Lebensmittelmarkt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Recklinghausen bemisst sich sodann wie folgt:

- / Einwohner im Nahbereich
 - x Kaufkraftpotenzial pro Kopf im projektrelevanten Kernsortiment
(bei Nahrungs- und Genussmitteln aktuell € 2.035)
 - x Kaufkraftniveau in der Stadt Recklinghausen (x 0,971)
- / = Kaufkraftpotenzial im projektrelevanten Kernsortiment im Nahbereich
 - x 35 % Kaufkraft
- / = tragfähiges Umsatzpotenzial im projektrelevanten Kernsortiment
 - / Anteil des projektrelevanten Kernsortiments am Gesamtumsatz (i. d. R. 80 – 90 %)
- / = tragfähiger Gesamtumsatz des Planvorhabens
 - / durchschnittliche Flächenleistung Betriebstyps je m² VK
- / = tragfähige Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens.

Für den Betriebstyp „Supermarkt“ bzw. „Vollsortimenter“ kann dabei von einer durchschnittlichen Flächenleistung in Höhe von € 4.000 und für den Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“ in Höhe von € 6.000 ausgegangen werden. Für Erweiterung sind grundsätzlich betreiberspezifische Durchschnittswerte anzusetzen.⁹²

Als Beispiel würde sich für einen (erweiterten) Netto Lebensmitteldiscounter (fiktiv) somit folgende tragfähige Gesamtverkaufsfläche ergeben:

/ Einwohner im Nahbereich	7.800
x Kaufkraftpotenzial pro Kopf bei Nahrungs- und Genussmitteln	x € 2.035
x Kaufkraftniveau in der Stadt Recklinghausen	x 0,971

⁹² Betreiberspezifische Flächenproduktivität: Aldi Nord rd. 6.650 € / m² ; Lidl rd. rd. 7.400 € / m², Penny rd. 5.090 € / m², Netto rd. 4.250 € / m², Norma rd. 3.570 € / m², Edeka rd. 4.480 € / m², Rewe rd. 4.010 € / m² Verkaufsfläche. Quelle: Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019, diese Werte sind regelmäßig zu aktualisieren.

///	= Kaufkraftpotenzial bei Nahrungs- und Genussmittel im Nahbereich	= 15,4 Mio. €
	x 35 % Kaufkraft	x 0,35
///	= tragfähiges Umsatzpotenzial bei Nahrungs- und Genussmitteln	= 5,4 Mio. €
	/ Anteil von Nahrungs- und Genussmitteln am Gesamtumsatz	/ 0,87
///	= tragfähiger Gesamtumsatz des Vollsortimenters	= 6,2 Mio. €
	/ durchschnittliche Flächenleistung des	
	Netto Lebensmitteldiscounters je m ² VK	/ € 4.250
///	= <u>tragfähige Gesamtverkaufsfläche eines (erweiterten)</u>	
	<u>Lebensmitteldiscounters (fiktiv)</u>	= 1.450 m ² .

C) Bei einer Lage in einem zentralen Versorgungsbereich erfolgt die Prüfung der weiteren Ziele des LEP NRW (v. a. 6.5.1 und 6.5.3).