



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Menden (Sauerland)

Auftraggeber: Stadt Menden (Sauerland)

Projektleitung: Birgitt Wachs, Dipl.-Geogr. /
Niederlassungsleitung

-bearbeitung: Stephan Eckert, M. Sc. Stadt- und
Regionalentwicklung

Köln, am 22.08.2018 – angepasst 10.08.2020

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 bzw. 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 Menden (Sauerland)¹ erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Fortschreibung des derzeit gültigen kommunalen Einzelhandelskonzeptes. Ziel der Überarbeitung ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Menden zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Für die Erarbeitung des vorliegenden Berichtes standen der GMA Daten der Stadt Menden, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik NRW sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgten im November 2017 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet sowie eine telefonisch und online durchgeführte Haushaltsbefragung und eine persönliche Befragung der Einzelhändler.

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 Menden und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Rat der Stadt dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 22.08.2018 – angepasst 10.08.2020
WA/ETS-aw

¹ Im Folgenden nur „Stadt Menden“

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
niL	nicht integrierte Lagen
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	8
1. Aufgabenstellung	8
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	9
3. Methodische Vorgehensweise	10
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	13
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	14
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	15
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	15
4.1.3 Internethandel	16
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	17
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	18
4.2.1 Demographische Entwicklung	18
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	19
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	19
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	20
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	22
5.1 Bauplanungsrecht	22
5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	22
5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	23
5.1.3 Besonderes Städtebaurecht	24
5.2 Landes- und Regionalplanung	24
6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Menden (Sauerland)	27
II. Angebots- und Nachfragesituation	31
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Menden	31
2. Einzelhandelsbestand in den Mendener Ortsteilen	33
3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Menden	37
4. Nachfragesituation	40
4.1 Kaufkraftpotenzial für den Mendener Einzelhandel	40

4.2	Kaufkraftströme	41
5.	Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	44
5.1	Ausstattungskennziffern	44
5.2	Zentralitätskennziffer	45
6.	Bewertung der Nahversorgungssituation	46
6.1	Entwicklung der Nahversorgung	46
6.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Menden	47
III.	Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Menden	59
1.	Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Menden	61
2.	Einkaufsorientierung	61
2.1	Kurzfristiger Bedarf	62
2.2	Mittelfristiger Bedarf	63
2.3	Langfristiger Bedarf	65
3.	Gründe für oder gegen einen Einkauf in Menden in der Kerninnenstadt	66
4.	Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten	68
5.	Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	72
6.	Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel	73
7.	Verbesserungsvorschläge für den eigenen Ortsteil	75
8.	Onlinehandel	78
IV.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Menden	79
1.	Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung	79
2.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	79
V.	Einzelhandelskonzept Menden	83
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	83
2.	Sortimentskonzept	85
2.1	Begriffsdefinition	85
2.2	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	86
2.3	Mendener Sortimentsliste	88

3.	Standortkonzept	91
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	91
3.2	Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	95
3.2.1	Kriterien	95
3.3	Zentren- und Standortstruktur Menden	96
3.4	Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Menden	104
3.4.1	Hauptzentrum Innenstadt Menden	104
3.4.2	Nebenzentrum Lendringsen	110
3.5	Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel	115
3.6	Sonstige Lagen	120
4.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	120
4.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	121
4.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	122
4.2.1	Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:	122
4.2.2	Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	122
4.2.3	Städtebaulich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungslagen)	124
4.2.4	Randsortimente	124
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	126
	Verzeichnisse	128

I. Grundlagen

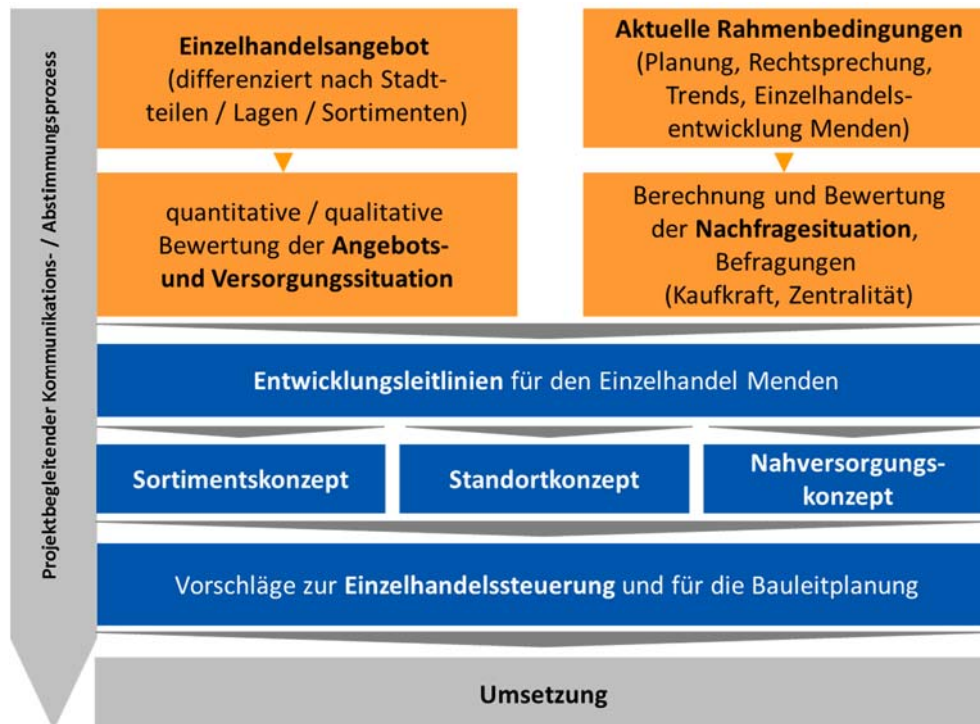
1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund der Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation sowie veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen wird mit dem vorliegenden Gutachten das Einzelhandelskonzept der Stadt Menden aus dem Jahr 2007 aktualisiert. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Menden) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

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 Menden; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2007
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Bewertung der Nahversorgungssituation
- /// Auswertung der Haushalts- und Einzelhändlerbefragung
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Menden
- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Menden (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung der Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2018

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte bzw. Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. 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 dezentralen 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.

Das Einzelhandelskonzept stellt ein wichtiges Steuerungselement für eine nachhaltige Standortplanung dar. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit entscheiden Kommunen selbst darüber, dieses Instrumentarium einzusetzen. Das Einzelhandelskonzept dient als sachliche Grundlage der planungsrechtlichen Steuerung und kann zur Vereinfachung und Beschleunigung der Be-

wertung von Planvorhaben führen. Durch ein Einzelhandelskonzept erfolgt i. d. R. in der Beteiligung eine Abstimmung mit der übergeordneten Planungsebene (Bezirksregierung) sowie mit anderen Schlüsselakteuren (bspw. Industrie- und Handelskammer, Einzelhandelsverband, benachbarte Kommunen). Darüber hinaus bietet ein Einzelhandelskonzept Investoren nach der Schaffung von verbindlichem Baurecht Investitionssicherheit. Zudem kann der Einsatz von Städtebaufördermitteln auch von der Umsetzung von Einzelhandelskonzepten abhängig sein.

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 nennen². 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 festgesetzt 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 Menden aus dem Jahr 2007³ zur Verfügung. Nachfolgend werden

² vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

³ Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden (Sauerland), November 2007, Stadt Menden (Sauerland)

die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen⁴ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Mendener Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁵ wurde im November 2017 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 aufgeführten Sortimentsgruppen. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle aufgeführten Branchen zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	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

⁴ 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).

⁵ Darunter 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, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

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

- /// **Zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Menden basieren auf dem 2007 beschlossenen Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden. Hierbei ist zu differenzieren zwischen dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, dem Stadtteilzentrum Lendringsen und den Grund- und Nahversorgungszentren.
- /// **Städtebaulich integrierte Lagen:** Ein städtebaulich integrierter Standort liegt vor, sofern ein wesentlicher Wohngebietsbezug (mind. zwei Himmelsrichtungen⁶) sowie eine entsprechende Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr aufweist.⁷
- /// **Städtebaulich nicht integrierte Lagen:** Sind Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung).

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Menden sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Mendener Innenstadt und den weiteren zentralen Versorgungsbereichen. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten 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 Mendener Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Focus 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 November 2017 eine **telefonische und online-basierte Haushaltsbefragung** in Menden durchgeführt. Darüber hinaus wurden auch gezielt Bürger aus Fröndenberg, Hemer, Wickede und Balve an der Befragung beteiligt. Die

⁶ Der Wohngebietsbezug sollte gewichtig sein und somit nicht nur eine einzelne Hausbebauung umfassen.

⁷ vgl. auch LEP NRW Ziel 1 und 2.

Befragung dient zur Fundierung und Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und verbessert somit den Informationsgehalt des Konzeptes.

Darüber hinaus erfolgte ebenfalls im November 2017 eine **persönliche Befragung der örtlichen Einzelhändler**, um Einschätzungen der Einzelhändler zur Einzelhandelssituation in Menden zu erhalten sowie um Anregungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Menden zu erfragen.

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 einem **Arbeitskreis** (insgesamt 2 Sitzungstermine) begleitet. In diesem waren u. a. Vertreter der Stadtverwaltung Menden, der Politik, der Werbegemeinschaften Menden und Lendringsen, des Initiativkreises Mendener Wirtschaft, des Vereins Aktiv für Lendringsen, der Industrie- und Handelskammer, des Handelsverbandes Südwestfalen sowie der Bezirksregierung Arnsberg vertreten.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Menden 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

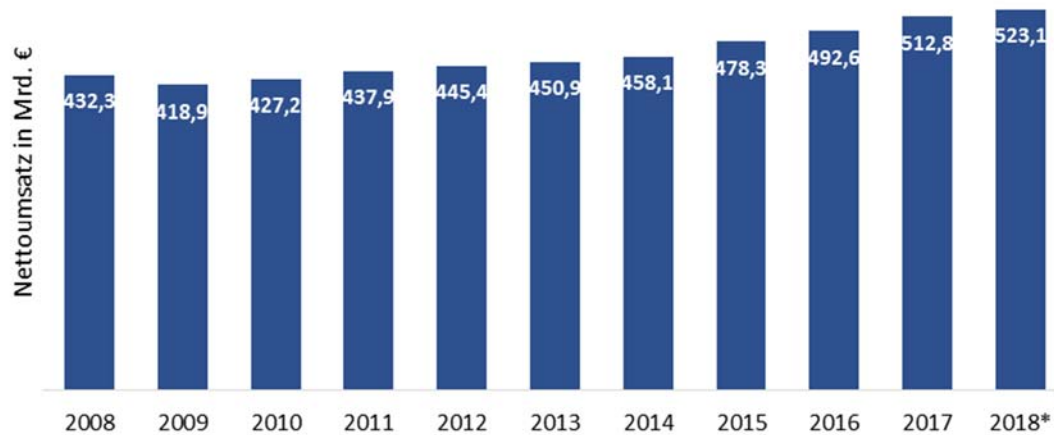


GMA-Darstellung 2018

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz⁸ (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe⁹; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden¹⁰.

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



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

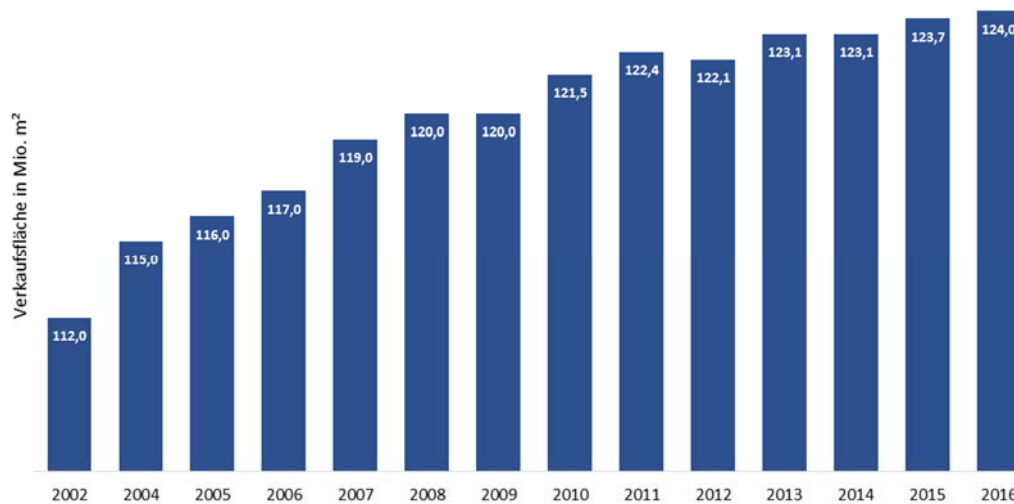
Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet (vgl. Abbildung 4); in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen (vgl. Abbildung 3), der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

⁸ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018.

⁹ Quelle: Destasis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

¹⁰ gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016



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

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.¹¹ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel 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 verloren¹². 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. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.¹³ Gerade die Shops in den Centern traten

¹¹ GMA-Grundlagenforschung.

¹² 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.

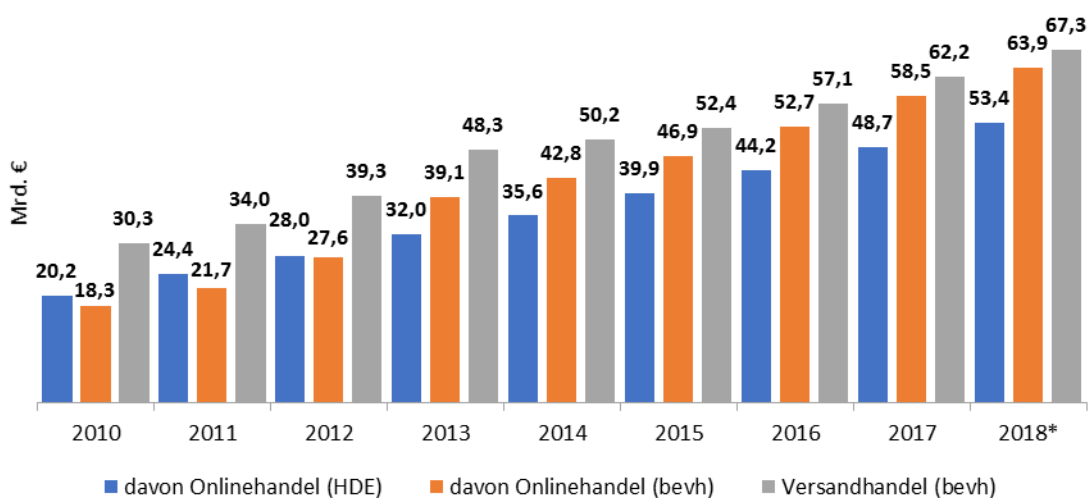
¹³ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016

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.¹⁴

4.1.3 Internethandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2008 und 2017 nur ein leichtes Plus verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Online-Handel) seinen Umsatz; der Online-Handel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



* Daten des bevh als Prognose / Quelle: Handelsdaten aktuell 2018; bevh, GMA-Darstellung 2018

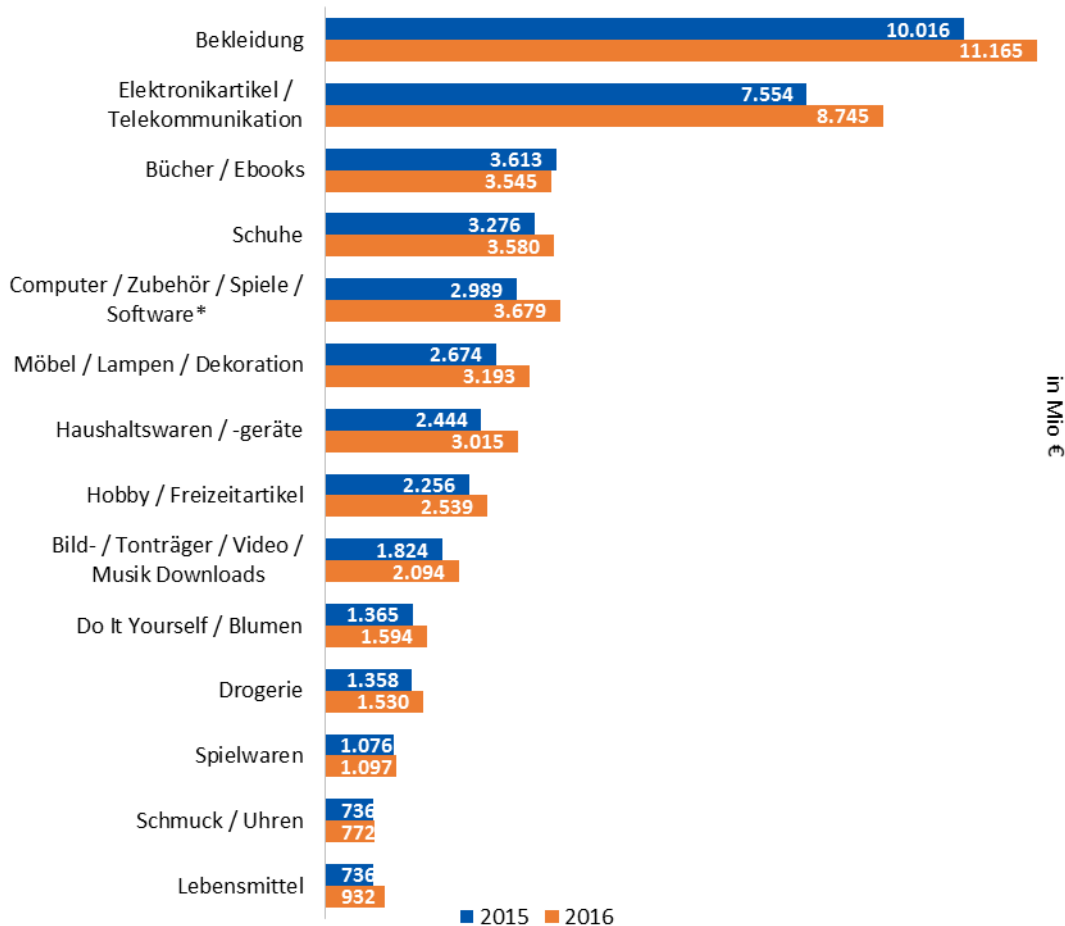
Für das Jahr 2018 geht der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) von einem Gesamtumsatz für den Versandhandel von 67,3 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man den Wert des Online-Handels lt. bevh im Jahr 2017 von 62,2 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2017, so liegt der Anteil des Online-Handels bei rd. 12 %. Allerdings schwanken die Anteile des Online-Handels 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 Lebensmittel Einzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Online-Handel auf.

Die Übergänge zwischen Online-Handel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel

¹⁴ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten ist zu beobachten, dass auch 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).

Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner 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 %¹⁵. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen

¹⁵ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2017.

verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.650 (2017) Geschäfte¹⁶.

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. 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.

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

Quelle: GMA-Standortforschung 2018, ca.-Werte

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

4.2.1 Demographische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demographische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa die im Rahmen der Demografieentwicklung prognostizierte Schrumpfung der Bevölkerung durch das niedrige Geburtenniveau, die steigende Lebenserwartung und die demographische Alterung oder die wachsende Zahl der Haushalte begleitet von einer Verkleinerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße.

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen hohe Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen

¹⁶ ebd.

Abwanderungsverluste. Da sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹⁷.

4.2.2 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 (vgl. Abbildung 7). 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 Online-Handel begünstigt.

Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2018

4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

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:

¹⁷ Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

- /// 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 Gegenteil lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- /// Die große Bedeutung des **Online-Handels** hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.¹⁸
- /// 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 vorgenommen¹⁹.

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanälen** 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

¹⁸ 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.

¹⁹ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

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

/// Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Punkt darstellen (z. B. McTrek). 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 Bucheinzelhandels vom Markt genommen, auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Online-Handels. Neue Verkaufsflächen werden sich zukünftig überwiegend außerhalb der Stadtzentren ansiedeln.

/// 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 Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Die Raumordnung in Deutschland wird durch das sog. Gegenstromprinzip geprägt. Dabei muss sich die untere Planungsebene (kommunale Planung) an die Vorgaben der überörtlichen Planung (Bundesraumordnung, Landes- und Regionalplanung) halten. Im Gegenzug haben die Kommunen jedoch auch Mitsprache- und Beteiligungsrechte bei der Erstellung der überörtlichen Planung. Zudem können sie durch die Aufstellung von Bauleitplänen und bspw. eines Einzelhandelskonzeptes (hier v. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und ortsspezifische Sortimentsliste) das Planungsrecht spezifizieren (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Gegenstromprinzip



GMA-Zusammenstellung 2018

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. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet 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).

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. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung 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

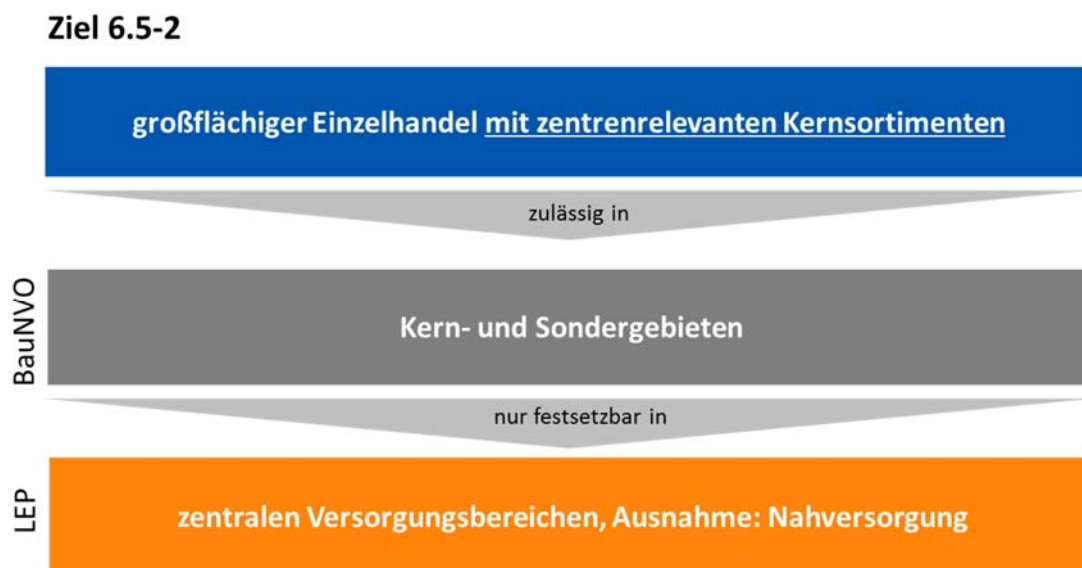
- die Sortimente gemäß Anlage 1 und

- 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.“

Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



GMA-Zusammenstellung 2018

„6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot

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.“

Der **Regionalplan bzw. der Gebietsentwicklungsplan des Regierungsbezirks Arnsberg**, Teilabschnitt Oberbereiche Bochum und Hagen,²⁰ legt darüber hinaus folgende Ziele und Grundsätze fest:

Ziel 13

„(1) Im Rahmen der Bauleitplanung sind Sondergebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vorrangig aus den „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ zu entwickeln.

(2) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sollen standörtlich konzentriert werden. Dabei ist sicherzustellen, dass negative Auswirkungen solcher Konzentrationen auf die Zentrenbereiche der Siedlungsschwerpunkte ausgeschlossen bleiben.

(3) Eine standörtliche Bündelung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten und ebensolchen Einrichtungen mit zentrumstypischen oder der Nahversorgung dienen den Angeboten an bestehenden Einzelhandelsstandorten außerhalb der zentralen Bereiche ist wegen der besonders negativen Agglomerationswirkung auf die zentralen Versorgungsbereiche durch die kommunale Bauleitplanung auszuschließen.

(4) Neuplanungen, Erweiterungen und Umstrukturierungen von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen sollen die Zentrenstruktur und Versorgungsfunktion der eigenen und der benachbarten Zentren nicht beeinträchtigen.

(5) Eine ausreichende Nahversorgung der Wohnstandorte mit Gütern des täglichen Bedarfs (Grundversorgung) ist zu sichern. Sie darf durch die Konzentration von großflächigen Angeboten, die auch der Nahversorgung dienen, an wenigen Großstandorten nicht unterlaufen werden.

(6) Eine gute verkehrliche Erschließung mit Anbindung an den ÖPNV muss gewährleistet sein.“

6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Menden (Sauerland)

Die Stadt Menden liegt im Nordosten des Märkischen Kreises innerhalb des Regierungsbezirkes Arnsberg. Die Stadt ist in der landesplanerischen Hierarchie als Mittelzentrum eingestuft. Die nächst gelegenen Oberzentren Dortmund und Hagen befinden sich rd. 30 km westlich der Stadt Menden. Das nächstgelegene Mittelzentrum ist Hemer, rd. 9 km südlich der Stadt Menden.

²⁰ Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Arnsberg, Teilabschnitt Oberbereiche Bochum und Hagen (Bochum, Herne, Hagen, Ennepe-Ruhr-Kreis, Märkischer Kreis), September 2001

Menden liegt in Niedersauerland und ist landschaftlich stark durch die dort vorherrschenden **naturräumlichen Gegebenheiten** geprägt. Die bewegte Topografie spiegelt sich v. a. in den deutlichen Höhenunterschieden innerhalb des Stadtgebietes wider. Prägend ist außerdem die Lage der Stadt an der Hönne, die nahezu das gesamte Stadtgebiet von Süden nach Nordosten durchfließt.

In Menden leben derzeit **ca. 54.246 Einwohner**. Dabei hat die Stadt in den vergangenen Jahren einen stetigen Bevölkerungsrückgang hinnehmen müssen. Die Einwohnerzahl nahm von 57.435 Einwohnern im Jahr 2007 um rd. - 5,6 % (- 3.189 Einwohner) bis zum Jahr 2017 ab.²¹ Die starke Abnahme zwischen den Jahren 2011 / 2012 ist jedoch – wie in fast allen Kommunen – im Wesentlichen auf die Diskrepanz der Zensus-Daten zurückzuführen. Auch in Zukunft wird der Stadt Menden eine insgesamt negative Bevölkerungsentwicklung prognostiziert.²²

Das Stadtgebiet Mendens ist rd. 86 km² groß und gliedert sich in insgesamt **24 Ortsteile**, die z. T. dörflichen Charakter aufzeigen (u. a. Asbeck, Böingsen, Lürbke). Die einwohnerstärksten Ortsteile bilden Lendringsen-Mitte mit ca. 14 % der Einwohner, gefolgt von Menden-Mitte (ca. 12 %), Platte Heide (ca. 10 %), Am Papenbusch (ca. 10 %) und Menden-Nord (ca. 6 %).

Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** am Arbeitsort betrug Mitte 2017 in der Stadt Menden rd. 15.420 Personen. Die **Pendlerverflechtungen** der Stadt sind dabei durch einen negativen Saldo gekennzeichnet. Die Stadt weist mit 12.292 Auspendlern und 6.840 Einpendlern einen deutlichen Auspendlerüberschuss auf²³, was die Bedeutung der Stadt als Wohnstandort widerspiegelt.

Die **verkehrliche Anbindung** der Stadt Menden an das regionale und überregionale Straßennetz wird insbesondere durch die das Stadtgebiet kreuzenden Bundesstraßen B 7 und B 515 sichergestellt. Über die Bundesstraße B 7 besteht in rd. 9,5 km südwestlicher Distanz Anschluss an die Bundesautobahn A 46 (Teilstück Hemer – Hagen). Auch an die westlich (A 1), nördlich (A 44) und östlich (A 445) der Stadt Menden verlaufenden Bundesautobahnen sind Anschlussstellen im Umkreis von rd. 15 km zum Mendener Stadtzentrum vorhanden. An das Schienennetz der Deutschen Bahn AG ist die Stadt Menden über die Hönnetal-Bahn angeschlossen. Zudem verkehren im Stadtgebiet mehrere Buslinien, die u. a. die Kernstadt mit den umliegenden Ortsteilen und Kommunen verbinden.

²¹ Quelle: Stadt Menden, Einwohnerzahlen, Stand: 01.07.2017

²² Quelle: IT NRW, Gemeindemodellrechnung 2014 bis 2040

²³ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Kennzahlen der Beschäftigungsstatistik, Stand: 30.06.2017.

Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Menden

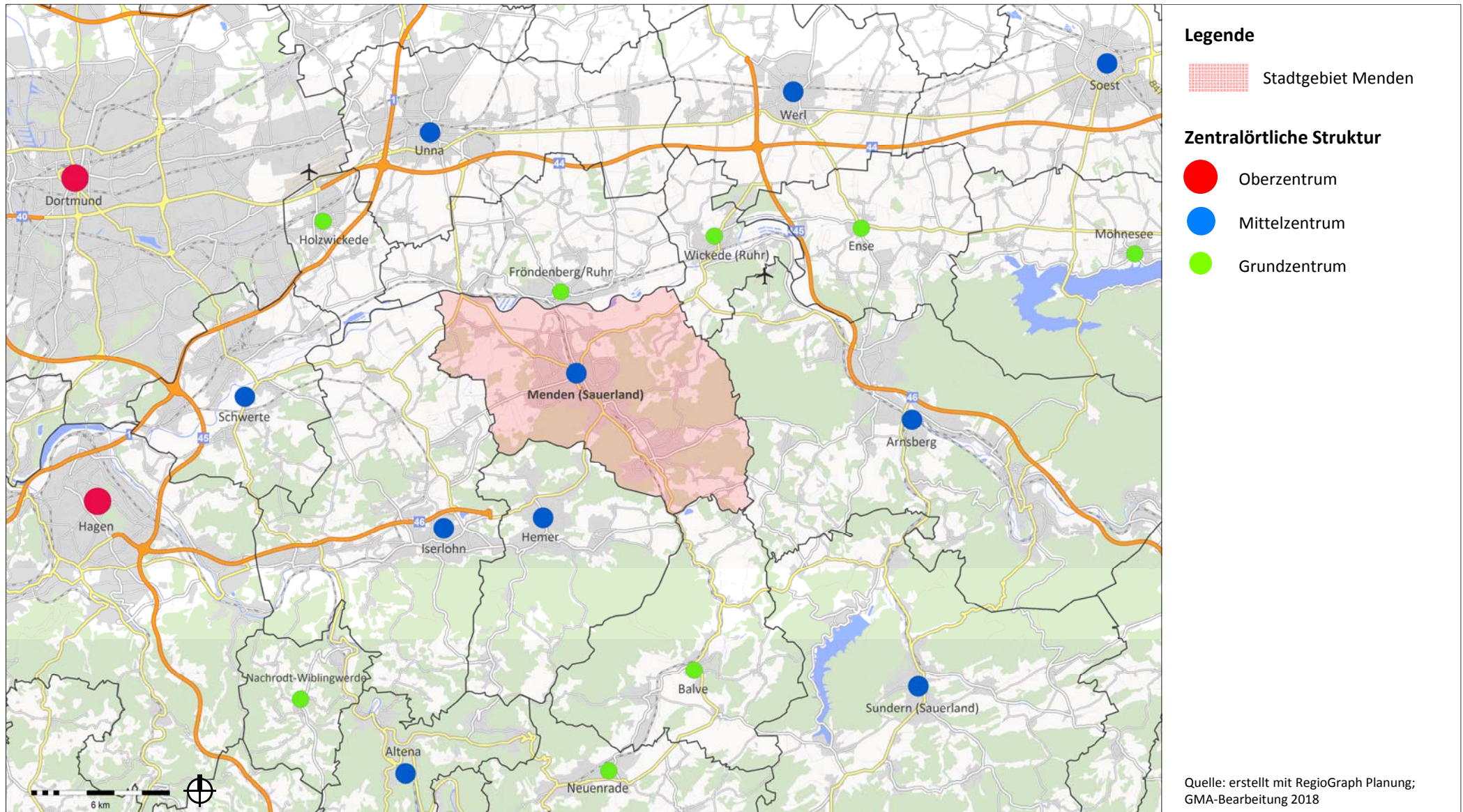
Merkmal	Daten	
	absolut	in %
Einwohner auf Ortsteilebene^{1*}		
Lendringsen-Mitte	7.399	13,6
Menden-Mitte	6.305	11,6
Platte Heide	5.581	10,3
Am Papenbusch	5.282	9,7
Menden-Nord	3.296	6,1
Obsthof/ Horlecke/ Oesewiese	2.922	5,4
Bösperde	2.820	5,2
Hüingsen	2.605	4,8
Schwitten	2.426	4,5
Bösperde Holzen	2.420	4,5
Liethen	2.143	4,0
Lahrfeld	2.034	3,7
weitere Ortsteile	9.013	16,6
Menden gesamt	54.246	100,0
Bisherige Einwohnerentwicklung²	2007 – 2017	
- Stadt Menden	- 5,6 %	
- Märkischer Kreis	- 6,2 %	
- Land Nordrhein-Westfalen	- 1,8 %	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 2016⁴	Bundesdurchschnitt = 100	
- Stadt Menden	leicht überdurchschnittlich (100,7)	
- Märkischer Kreis	leicht unterdurchschnittlich (97,7)	
- Land NRW	durchschnittlich (100,1)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2017⁵	ca. 15.420	
Beschäftigtenentwicklung 2007 – 2017⁵		
- Stadt Menden	steigend (+ 4,3 %)	
- Märkischer Kreis	steigend (+ 10,5 %)	
- Land NRW	steigend (+ 13,4 %)	
Pendlersaldo 2017⁵	- 5.452	
Arbeitslosenquote 2017⁴		
- Stadt Menden	5,3 %	
- Märkischer Kreis	6,5 %	
- Land NRW	7,1 %	

* Ortsteile über 2.000 Einwohner

¹ Stadt Menden, Stand: 01.07., Hauptwohnoort / ² IT NRW / ³ IT NRW, Basisjahr 2014 / ⁴ MB Research 2016 / ⁵ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, 2017

GMA-Zusammenstellung 2018

Karte 1: Lage der Stadt Menden und zentralörtliche Struktur in der Region



II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Menden

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

- /// 318 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 102.485 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 298,8 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.²⁴

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

- /// 111 Betriebe (= ca. 35 % aller Betriebe)²⁵
- /// ca. 28.980 m² Verkaufsfläche (= ca. 28 % der Gesamtverkaufsfläche)²⁶
- /// ca. 126,5 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 42 % des Gesamtumsatzes)²¹

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 207 Betriebe (= ca. 65 % aller Betriebe)
- /// ca. 73.505 m² Verkaufsfläche (= ca. 72 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 172,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 58 % des Gesamtumsatzes)

²⁴ Umsatzschätzung auf Basis allgemeiner Handelsstatistiken sowie unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen auf Basis intensiver Vor-Ort-Begehungen und der durchgeführten Einzelhändlerbefragung in Menden.

²⁵ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²⁶ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Menden)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	111	35%	28.980	28%	126,5	42%
Gesundheit, Körperpflege	21	7%	3.975	4%	20,5	7%
Blumen, zool. Bedarf	14	4%	2.260	2%	7,8	3%
kurzfristiger Bedarf insgesamt	146	46%	35.215	34%	154,8	52%
Bücher, Schreib- / Spielwaren	15	5%	2.430	2%	11,4	4%
Bekleidung, Schuhe, Sport	50	16%	13.740	13%	41	14%
mittelfristiger Bedarf insgesamt	65	20%	16.170	16%	52,4	18%
Elektrowaren, Medien, Foto	24	8%	3.675	4%	20,1	7%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	25	8%	9.275	9%	15,8	5%
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	22	7%	34.910	34%	42,5	14%
Optik / Uhren, Schmuck	21	7%	1.290	1%	7,3	2%
Sonstige Sortimente***	15	5%	1.950	2%	5,9	2%
langfristiger Bedarf insgesamt	107	34%	51.100	50%	91,6	31%
Einzelhandel insgesamt	318	100%	102.485	100%	298,8	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, Gebrauchtwaren)

GMA-Erhebung 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2. Einzelhandelsbestand in den Mendener Ortsteilen

Die 24 Mendener Ortsteile weisen eine unterschiedliche Verteilung von Einzelhandelsnutzungen auf. Hierbei ist festzuhalten, dass neben dem Ortsteil Menden-Mitte bzw. der Innenstadt in den Ortsteilen Menden-Nord und Böisperde Holzen die höchste Verkaufsflächenausstattung vorzufinden ist (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen mit Einzelhandelsbesatz

Ortsteile	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Menden-Mitte	142	45	22.935	22	89,2	30
Lendringsen-Mitte	55	17	12.510	12	46,3	15
Menden-Nord	23	7	23.835	23	37,6	13
Böisperde Holzen	26	8	20.455	20	58,4	20
Schwitten	7	2	4.985	5	22,8	8
Am Papenbusch	9	3	5.275	5	10,8	4
Obsthof / Horlecke/ Oesewiese	10	3	3.565	4	15,6	5
Hüingsen	2	1	1.400	1	2,4	1
Lahrfeld	3	1	140	0	0,9	0
Platte-Heide	20	6	3.565	3	8,5	3
Landwehr	1	0	20	0	0,1	0
Halingen	4	1	195	1	0,8	0
Barge / Werringsen	6	2	2.975	4	4,0	1
Oberrödinghausen	2	1	60	0	0,2	0
Heimkerweg	2	1	65	0	0,5	0
Böisperde	2	1	65	0	0,2	0
Berkenhofskamp	4	1	440	0	0,7	0
Menden gesamt	318	100	102.485	100	298,8	100

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

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

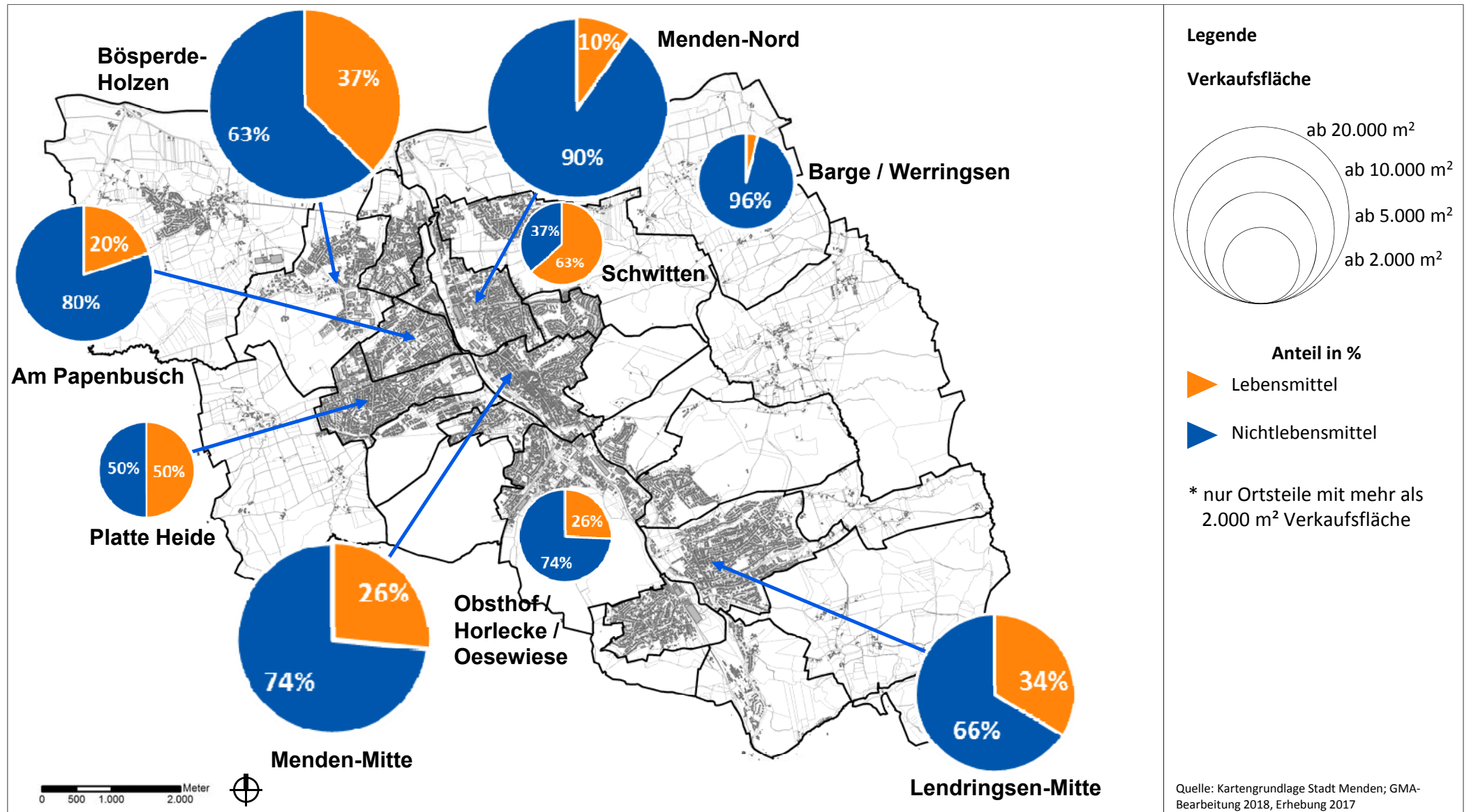
Für die einzelnen Ortsteile sind folgende Aspekte zusammenzufassen:

- Der **Ortsteil Menden-Mitte** wird im Wesentlichen durch die Angebotsausstattung der Mendener Innenstadt geprägt. Der Ortsteil verfügt nach Menden-Nord über die größte Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet. Insgesamt sind hier rd. 22.935 m² Verkaufsfläche vorhanden, wovon der Großteil (rd. 46 %) auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfällt. Wesentliche Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind hier die Lebensmittelmärkte Edeka, Aldi und Rewe sowie im Bereich Gesundheit, Körperpflege die Drogeriemärkte dm und Rossmann. Der mittelfristige Bedarfsbereich macht

aufgrund der Angebotsstruktur der Mendener Innenstadt einen Verkaufsflächenanteil von rd. 33 % aus. Wesentliche Anbieter sind hier das Modehaus Sinn, Modehaus Grüter & Schimpff sowie die Schuhhäuser Siemes, Ariston Schuhhaus und das Schuhhaus Hammerschmidt. Auf den langfristigen Bedarfsbereich entfallen entsprechend rd. 21 % der Verkaufsfläche, welche v. a. durch die Anbieter der Sortimente Elektrowaren sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik / Uhren, Schmuck sowie Elektrowaren zustande kommen.

- Im **Ortsteil Lendringsen-Mitte** sind rd. 12.510 m² Verkaufsfläche ansässig, von denen mit rd. 46 % ebenfalls der Großteil der Verkaufsflächen auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfällt. Hier verteilen sich die Verkaufsflächen in erster Linie auf die großflächigen Lebensmittelmärkte Lidl, Aldi und Rewe sowie auf den dm Drogeriemarkt. Mit rd. 4.095 m² Verkaufsfläche lässt sich rd. ein Drittel der Verkaufsfläche dem mittelfristigen Bedarfsbereich zuordnen, in welchem v. a. das Modehaus Kress sowie das Schuhgeschäft Schuhpark die wesentlichen Anbieter darstellen. Im langfristigen Bedarfsbereich verfügt der Ortsteil über eine Verkaufsfläche von ca. 2.645 m², welche v. a. durch die Anbieter Dieler, Center-Shop und Eddy's Küchentraum belegt wird.
- Der **Ortsteil Menden-Nord** verfügt mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 23.835 m² über die größte Verkaufsflächenausstattung, was v. a. auf die Einzelhandelsnutzungen entlang der Fröndenberger Straße zurückzuführen ist. Aufgrund der beiden im Ortsteil gelegenen Baumärkte liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt mit rd. 86 % deutlich im langfristigen Bedarfsbereich. Daneben ist auf die Ausstattung im kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel hinzuweisen (rd. 2.390 m² Verkaufsfläche), in dem die beiden Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto im Wesentlichen das Angebot darstellen.
- Der **Ortsteil Böisperde Holzen** (ca. 20.455 m² Verkaufsfläche) wird v. a. durch die Einzelhandelsstrukturen im Gewerbegebiet Holzener Straße-Nord geprägt und verfügt über die drittgrößte Verkaufsflächenausstattung im Stadtgebiet. Größter Anbieter in diesem Ortsteil ist das SB-Warenhaus Kaufland, das zusammen mit den Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl sowie mehreren kleinteiligen Anbietern auf rd. 7.670 m² Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelbereich kommt und einen Verkaufsflächenanteil von rd. 37 % ausmacht. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt jedoch im langfristigen Bedarfsbereich, welcher durch den dort vorhandenen Baumarkt einen Anteil von rd. 52 % an der Gesamtverkaufsfläche einnimmt.

Karte 2: Wesentlicher Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen*



- Im **Ortsteil Schwitten** befinden sich insgesamt rd. 4.985 m² Verkaufsfläche, welche in erster Linie auf den Anbieter real zurückzuführen sind. Durch die Verkaufsflächenausstattung des SB-Warenhauses liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt mit rd. 75 % deutlich im kurzfristigen Bedarfsbereich. Daneben befinden sich nur kleinteilige Einzelhandelsnutzungen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten im sonstigen Ortsteil.
- Der Verkaufsflächenschwerpunkt des **Ortsteils Am Papenbusch** liegt aufgrund der dort vorhandenen Baumschule Schrotenröhrl mit rd. 4.220 m² im langfristigen Bedarfsbereich. Daneben entfallen rd. 20 % der Verkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, in welchem der Markt Supermarkt angebotsprägend ist.
- Der Einzelhandelsbesatz des **Ortsteils Obsthof / Horlecke/ Oesewiese** wird in erster Linie durch den Elektrowarenanbieter Euronics Brumberg sowie den Badausstatter Elements geprägt, wodurch der langfristige Bedarfsbereich einen Anteil von rd. 74 % an der Verkaufsfläche ausmacht. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen rd. 26 % der Verkaufsfläche, was v. a. auf den im Ortsteil ansässigen Netto Lebensmittel-discounter zurückzuführen ist.
- Der **Ortsteil Hüingsen** verfügt mit den Anbietern Trinkgut sowie Bäckerei Tillmann lediglich über Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, sodass die gesamte Verkaufsfläche (rd. 1.400 m²) auf diesen Sortimentsbereich entfällt.
- Auch der **Ortsteil Lahrfeld** kann mit ca. 140 m² Gesamtverkaufsfläche nur eine geringe Einzelhandelsausstattung vorweisen, welche aus drei Anbietern (Kiosk, Bäckerei, Apotheke) besteht und entsprechend zur Gänze im kurzfristigen Bedarfsbereich liegt.
- Der **Ortsteil Platte-Heide** weist eine Verkaufsflächenausstattung von insgesamt 3.565 m² auf, welche zu 52 % im kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. zum größten Teil im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt. Durch die Anbieter MFO Matratzen sowie Dänisches Bettenlager verfügt der Ortsteil jedoch über eine Verkaufsfläche 1.630 m² im langfristigen Bedarfsbereich, was einen Anteil von rd. 46 % an der Verkaufsfläche des Ortsteils ausmacht.
- Im **Ortsteil Landwehr** ist nur eine Einzelhandelsnutzung ansässig und entsprechend nur eine minimale Verkaufsflächenausstattung vorhanden. Da sich der Anbieter dem Bereich Elektrowaren, Medien, Foto zuordnen lässt, liegt die gesamte Verkaufsfläche im langfristigen Bedarfsbereich.
- Der **Ortsteil Halingen** verfügt mit vier Anbietern auf insgesamt 195 m² Verkaufsfläche nur über einen geringen Einzelhandelsbesatz. Aufgrund des Anbieters im Bereich zoologischer Bedarf sowie der dortigen Bäckerei entfällt der Großteil der Verkaufsflächen

auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. Daneben ergänzen ein Anbieter für Hausgeräte sowie ein Anbieter für Tretrroller das Einzelhandelsangebot im Ortsteil Halingen.

- /// Mit rd. 2.975 m² Verkaufsfläche weist der **Ortsteil Barge / Werringsen** eine nennenswerte Verkaufsflächenausstattung auf, welche v. a. auf den Anbieter Bad & Fliesenwelt an der Fröndenberger Straße zurückzuführen ist. Entsprechend liegt mit rd. 96 % der Verkaufsflächenschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich bzw. im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf.
- /// Auf die **Ortsteile Oberrödinghausen, Heimkerweg und Böesperde** entfallen Verkaufsflächen von jeweils max. 65 m². Alle drei Ortsteile verfügen lediglich jeweils über zwei Einzelhandelsbetriebe, welche überwiegend dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen sind.
- /// Im **Ortsteil Berkenhofskamp** sind vier Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 440 m² ansässig, die durch den Anbieter Schultheiß Werkzeuge zu rd. 91 % dem Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf zuzuordnen sind. Die weiteren Anbieter befinden sich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Menden

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2007²⁷ vorgenommen. Es ist zu berücksichtigen, dass die GMA eine z. T. andere Branchen- sowie eine Erhebungssystematik²⁸ verwendet.²⁹ Eine Vergleichbarkeit wurde so gut wie möglich hergestellt.

Insgesamt ist in der Stadt Menden zwischen den Jahren 2007 und 2017 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe zu beobachten gewesen. Während 2007 noch 358 Einzelhandelsbetriebe in Menden vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2017 um rd. 11 % auf 318 Betriebe zurück. Im gleichen Zeitraum lässt sich allerdings ein leichter Anstieg der Verkaufsflächen um rd. 1.100 m² beobachten. Dies ist v. a. auf die Umsiedlung mit einhergehender Erweiterung des Modehauses

²⁷ Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden (Sauerland) 2007, Stadt Menden.

²⁸ vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden (Sauerland) 2007, Stadt Menden, S. 47.

²⁹ Es ist darauf hinzuweisen, dass sich die Erhebungssystematiken bzw. einzelne Warengruppen in Teilen 2017 gegenüber 2007 unterscheiden. So wird das Sortiment Leuchten und Zubehör in der heutigen Systematik statt der Hauptwarengruppe Elektrowaren, Medien, Foto der Hauptwarengruppe Hausrat, Einrichtung, Möbel zugeordnet. Babyfachmärkte werden statt den Sortimenten Spielwaren oder Möbel den sonstigen Sortimenten zugerechnet. Des Weiteren werden die Umsätze und Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen (Warenhäuser / Kaufhäuser, Nonfood-Discounter / Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte, Sportfachmärkte und Einrichtungsfachmärkte ab 800 m² VK, Lebensmittelmärkte ab 2.500 m² VK) aufgeteilt und den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet. Im Sortiment Gesundheit, Körperpflege ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass bei Apotheken – anders als im Jahr 2010 – nur der Umsatz berücksichtigt wird, der durch frei verkäufliche Artikel erwirtschaftet wird.

Kress nach Lendringsen sowie die großflächigen Einzelhandelsentwicklungen im Bahnhofsbereich in der Kernstadt von Menden zurückzuführen.

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Menden seit 2007 (Gesamtstadt)

Daten	2007	2017	Veränderung	Tendenz
Einwohner	59.052*	54.246	- 4.806	↘
Anzahl der Betriebe	358	318	- 40	↘
Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner	6,1	5,9	- 0,2	→
Verkaufsfläche in m ²	101.350	102.485	1.135	↗
Verkaufsfläche in m ² je 1.000 Einwohner	1.716	1.889	173	↗
Durchschnittliche Betriebsgröße in m ²	283	322	39	↗

* Einwohnerzahlen gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden 2007, S. 19; Wert variiert von amtlicher Statistik

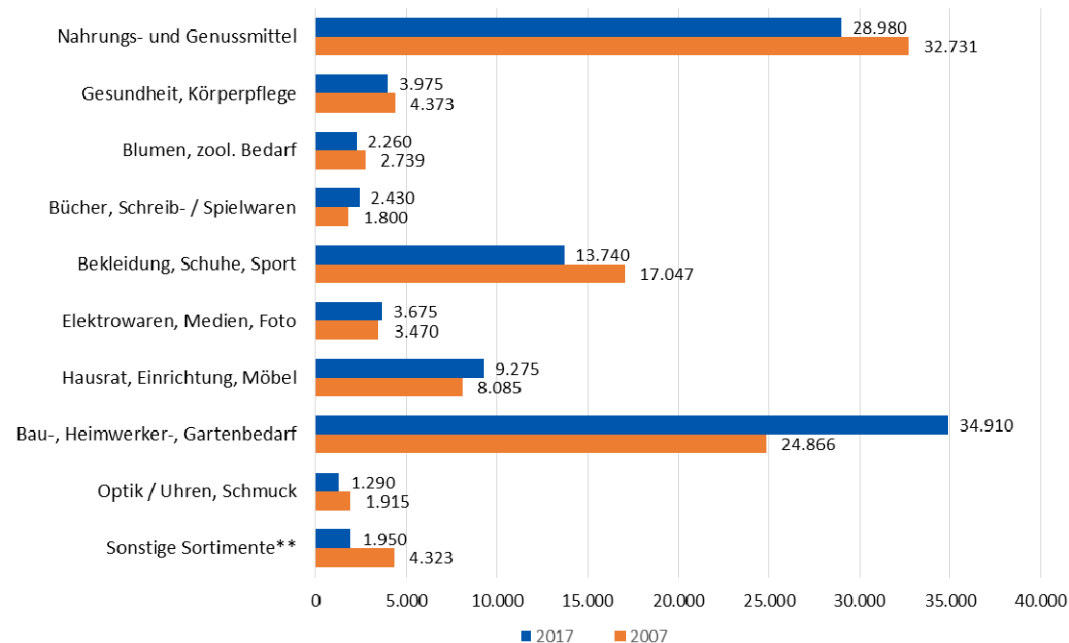
Quelle: GMA-Erhebung 2017; Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden (Sauerland) 2007, Stadt Menden.

Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den einzelnen Branchen, so zeigt sich, dass im Großteil der Branchen ein Verkaufsflächenrückgang stattgefunden hat. In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Sortimentsbereiche sind aufgrund dessen folgende Aspekte festzustellen:

- /// Im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist ein geringfügiger Verkaufsflächenrückgang festzustellen, welcher in erster Linie darauf zurückzuführen ist, dass die Verkaufsflächen der beiden SB-Warenhäuser real und Kaufland im Konzept von 2007 nicht aufgeteilt wurden und entsprechend in ihrer gesamten Verkaufsfläche dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel zugeordnet wurden. Insgesamt lässt sich seit 2007 der Wegfall mehrerer Anbieter (u. a. Getränke Doeden und DGS Der Getränke-Spezialist (beide Fröndenberger Str.), Plus (Salzweg)) sowie auch vereinzelt Betriebsaufgaben kleinerer Lebensmittelmärkte (Edeka aktiv-Markt in Lahrfeld, Edeka aktiv-Markt in Hüngsen, Ihre Kette in Lendringsen-Mitte) feststellen, welche jedoch durch die großflächigen Ansiedlungen im Bahnhofsbereich flächenseitig kompensiert wurden.
- /// In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist insbesondere auf den Wegfall von zwei Ihr Platz-Filialen sowie vier Schlecker-Filialen im Stadtgebiet Mendens hinzuweisen. Daneben fand aber seit 2007 auch die Neueröffnung bzw. Verlagerung des dm Drogeriemarktes von der Hauptstraße in die Straße Untere Promenade statt.
- /// Im Bereich **Blumen, zoologischer Bedarf** lässt sich ein deutlicher Verkaufsflächenrückgang beobachten, welcher auf den Wegfall mehrerer Blumen- bzw. Tiernahrungsanbieter im Stadtgebiet Mendens zurückzuführen ist. Auch die Verlagerung des Anbieters Fressnapf mit gleichzeitiger Flächenerweiterung konnte den Rückgang der Verkaufsfläche nicht kompensieren.

- /// Im Bereich **Bücher, Schreib- und Spielwaren** lässt sich seit 2007 insgesamt eine konstante Verkaufsflächenausstattung feststellen. Die 2007 bereits vorhandenen wesentlichen Anbieter prägen in diesem Sortimentsbereich noch immer die Angebotsstruktur. Die Unterschiede in der Verkaufsflächenausstattung lassen sich auch hier vornehmlich durch die Aufteilung der großflächigen Anbieter herleiten.
- /// Im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist im Wesentlichen auf die Schließung des Dieler Kaufhauses in der Unnaer Straße sowie den Wegfall beider Babyzubehör-Anbieter Trillewitz und Excelsior Nowak + Reinhard GmbH hinzuweisen. Darüber hinaus gab es insbesondere in der Innenstadt von Menden verschiedene Betriebsaufgaben (bspw. C&A, Engbers, Den Lord). Im gleichen Zeitraum fanden kaum Neueröffnungen statt.
- /// Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** lässt sich der geringe Verkaufsflächenrückgang in erster Linie auf die unterschiedliche Branchensystematik zurückführen, da der Anbieter Leuchten Busch nicht länger bei Elektrowaren, sondern den Sortimenten Hausrat, Einrichtung, Möbel zugeordnet wird. Ein Wegfall wesentlicher Anbieter ist im Zeitraum seit 2007 nicht festzustellen. Hier prägen immer noch die Anbieter Euronics Brumberg und Radio Neuhaus GmbH maßgeblich das Angebot in diesem Sortimentsbereich in Menden.
- /// Der leichte Verkaufsflächenrückgang im Bereich **Optik, Uhren / Schmuck** ist auf die Aufgabe von mehreren kleinteiligen Anbietern in der Innenstadt von Menden sowie auf eine deutlich geringer erhobene Verkaufsfläche des Anbieters Fielmann zurückzuführen.
- /// Der Sortimentsbereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** weist einen Verkaufsflächenrückgang von rd. 30 % auf, welcher in erster Linie auf den Wegfall der Anbieter Brauckmann in Lendringsen, Schnäppchen-Diele sowie mehrerer kleinteilige Anbieter zurückzuführen ist.
- /// Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2007 und 2017 ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs von rd. 46 % feststellbar. Der Verkaufsflächenzuwachs lässt sich auf Erhebungsdifferenzen zurückführen. Gleichzeitig trägt die Erweiterung des Baumarktes Herbrügger an der Fröndenberger Straße ebenfalls zu einer höheren Verkaufsfläche als 2007 bei.
- /// In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** lässt sich eine relativ konstante Verkaufsfläche feststellen, wobei hier noch einmal auf die unterschiedliche Erhebungssystematik zu verweisen ist.

Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich 2007 / 2017



Verkaufsflächenveränderung, absolut in m², prozentuale Veränderung jeweils bezogen auf die Voruntersuchung; GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, Werte 2017 gerundet)

4. Nachfragesituation

4.1 Kaufkraftpotenzial für den Mendener 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.

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 Menden liegt dieser mit 100,7 geringfügig über dem Bundesdurchschnitt.³⁰

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.

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

ca. 304,2 Mio. €.

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

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in Menden

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	111,2
Gesundheit, Körperpflege	22,1
Blumen, zool. Bedarf	7,6
kurzfristiger Bedarf insgesamt	140,9
Bücher, Schreib- / Spielwaren	14,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	38,1
mittelfristiger Bedarf insgesamt	52,4
Elektrowaren, Medien, Foto	29,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	33,1
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	26,9
Optik / Uhren, Schmuck	6,4
Sonstige Sortimente*	15,2
langfristiger Bedarf insgesamt	110,9
Einzelhandel insgesamt	304,2

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

4.2 Kaufkraftströme

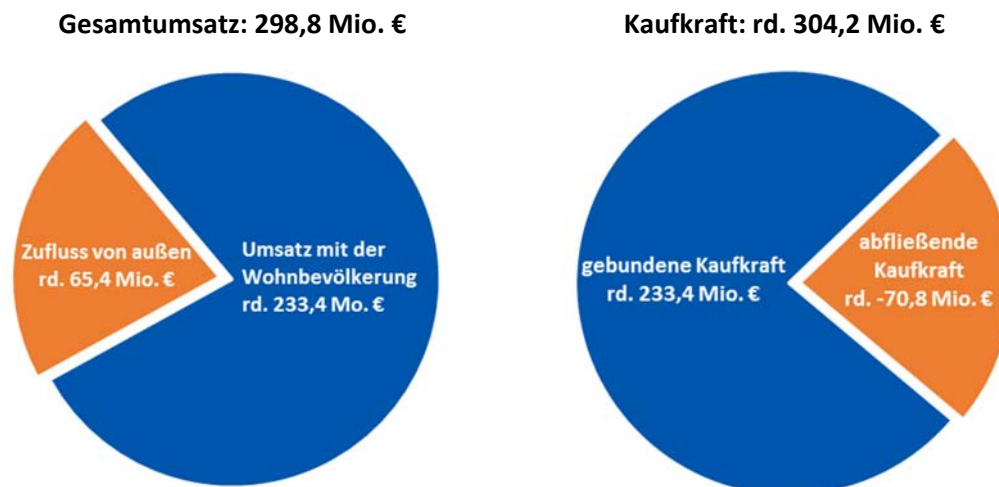
Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Mendener Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte³¹ außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Mendener Einzelhandels mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Haushalts- und Einzelhändlerbefragungen zurückgegriffen werden (vgl. Kapitel III.).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung der Stadt Menden mit dem Kaufkraftpotenzial in Menden lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln. Für den Einzelhandel der Stadt Menden insgesamt stellt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Bilanz dar.

³¹ inkl. Online- und Versandhandel

Abbildung 11: Kaufkraftbindung in Menden



GMA-Berechnung 2018 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

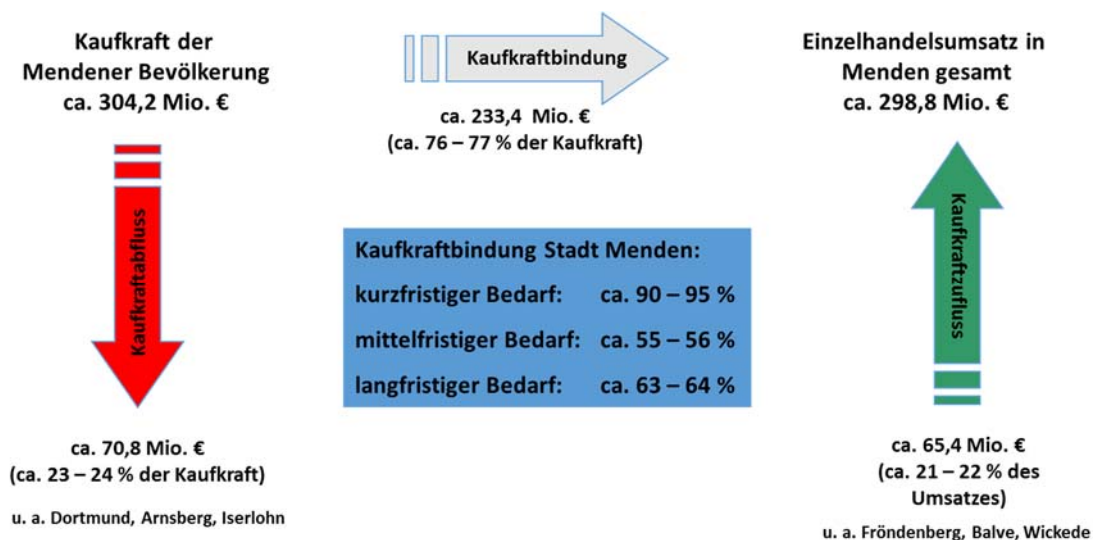
Der Einzelhandel in der Stadt Menden bindet gegenwärtig ca. 76 – 77 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 23 – 24 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Mendener Stadtgebietes ab. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen branchenspezifisch große Unterschiede:

- / Die höchste bzw. beste Kaufkraftbindungsquote wird im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor erreicht (ca. 97 %), gefolgt von Gesundheit / Körperpflege (ca. 94 %). 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 relativ hohe Kaufkraftbindung im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist insbesondere auf die verschiedenen in Menden ansässigen Drogeriefachmärkte sowie die vorhandenen Apotheken und Sanitätshäuser zurückzuführen. Im Bereich Pflanzen, zoologischer Bedarf sind höhere Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, da in Menden mit dem Anbieter Fressnapf nur noch ein wesentlicher Fachmarkt im Stadtgebiet vorhanden ist.
- / Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Kaufkraftbindungsquoten von rd. 55 – 56 % erreicht. Im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren wird das Angebot in erster Linie durch die Buchhandlungen Daub und Weltbild, die Büro- und Schreibwarenanbieter Kissing, Breunig & Kölling sowie sonstigen Zeitschriften- und Schreibwarenanbieter getragen. Im Sortiment Bekleidung / Schuhe sind in Menden neben verschiedenen Fachgeschäften auch Fachmärkte vorhanden, wobei insbesondere im Segment Junge Mode nur ein geringes Angebot vorliegt und hier somit auch stärkere Kaufkraftabflüsse an Wettbewerbsstandorte wie z. B. Dortmund bestehen. Grundsätzlich stellen die Kaufkraftbindungsquoten in diesem Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum zwar noch

steigerbare Werte dar, jedoch fließt ein Teil der Kaufkraft in diesem Bedarfsbereich an starke Einzelhandelsstandorte in den umliegenden Mittel- und Oberzentren ab. Insofern sind einer Steigerung der Kaufkraftbindungsquoten in diesen Sortimenten Grenzen gesetzt.

- Leicht stärkere Kaufkraftbindungsquoten werden mit rd. 61 – 62 % im **langfristigen Bedarfsbereich** erzielt, wobei sich die Werte branchenspezifisch zwischen 35 % und 90 % bewegen. Während die Kaufkraftbindungsquote in den Sortimenten Optik / Uhren, Schmuck mit rd. 90 % mehr als zufriedenstellend ist, fließt aufgrund des geringen Angebotes insbesondere in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto (ca. 45 %) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (ca. 50 %) Kaufkraft ab. Im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto vereint jedoch der Onlinehandel vergleichsweise starke Marktanteile auf sich. Im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf ist die Kaufkraftbindungsquote aufgrund der starken Ausstattung von rd. 90 % nicht steigerbar. Im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel macht sich bemerkbar, dass – trotz einiger kleinerer Anbieter wie Elements, Dieler und Dänisches Bettenlager – ein Großteil der Kaufkraft v. a. an Angebotsstandorte ins Umland abfließt, begründet durch das Fehlen eines größeren Möbelanbieters im Mendener Stadtgebiet. Auch hier dürfte der größte Teil der Kaufkraft an attraktive Angebotsstandorte in den Umlandstädten abfließen.

Abbildung 12: Kaufkraftströme in Menden



GMA-Berechnungen 2018 (ca.-Werte, 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 Menden.

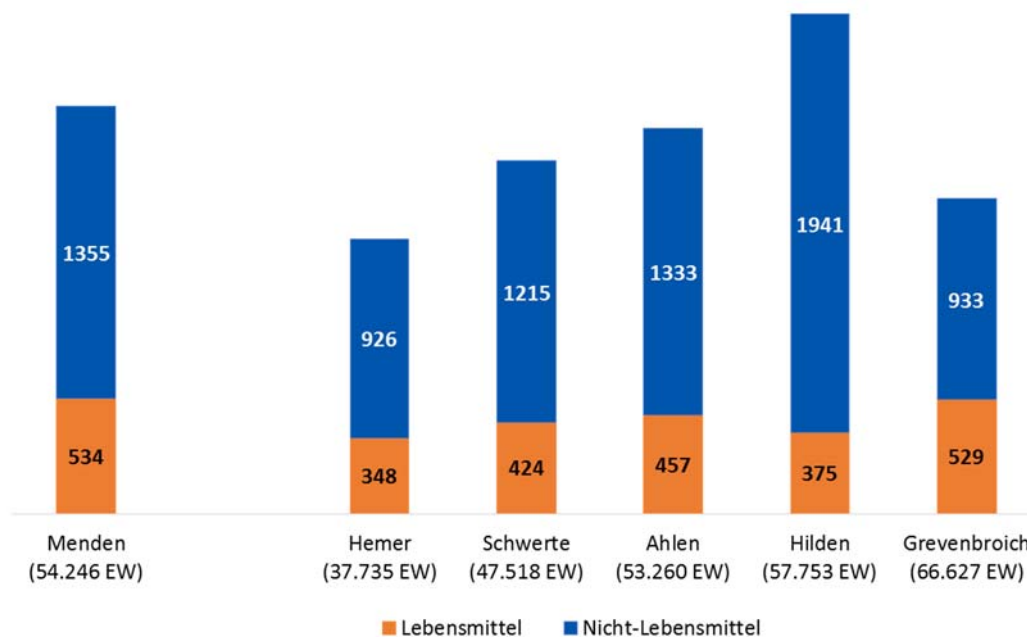
Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, 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. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Menden mit anderen Mittelzentren mit ähnlichen Einwohnerzahlen zeigt, dass in der Stadt Menden eine vergleichsweise gute Verkaufsflächenausstattung besteht. Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die bis in das Jahr 2011 zurückreichen und z. T. auf anderen Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) basieren. Aus diesem Grund ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben, sondern die Darstellung liefert nur Anhaltswerte.

Im Vergleich zu Kommunen ähnlicher Größe zeigt sich Menden im Bereich Nahrungs- und Genussmittel überdurchschnittlich gut ausgestattet. Auch bei Nichtelebensmitteln wird die insgesamt gute Verkaufsflächenausstattung Mendens deutlich, die nur von der Stadt Hilden übertroffen wird. Hier machen sich die Anbieter im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf im langfristigen Bedarfsbereich bemerkbar, die das Angebot durch ihre flächenintensiven Betriebsformen prägen und zu der vergleichsweise großen Flächenausstattung im Nonfood-Bereich beitragen. Daneben tragen die großflächigen Lebensmittelmärkte zu der vergleichsweise großen Ausstattung je 1.000 Einwohner im Food-Bereich bei.

Abbildung 13: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Menden im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche in m² pro 1.000 Einwohner)



Quelle: GMA-Erhebung 2017, BBE, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hemer, 2011; Junker + Kruse, Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwerte, 2014; Stadt + Handel, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ahlen, 2015; GMA, Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes für die Stadt Grevenbroich, 2017; Dr. Jansen GmbH, Stadt Hilden, Nahversorgungs- und Einzelhandelskonzept, 2017

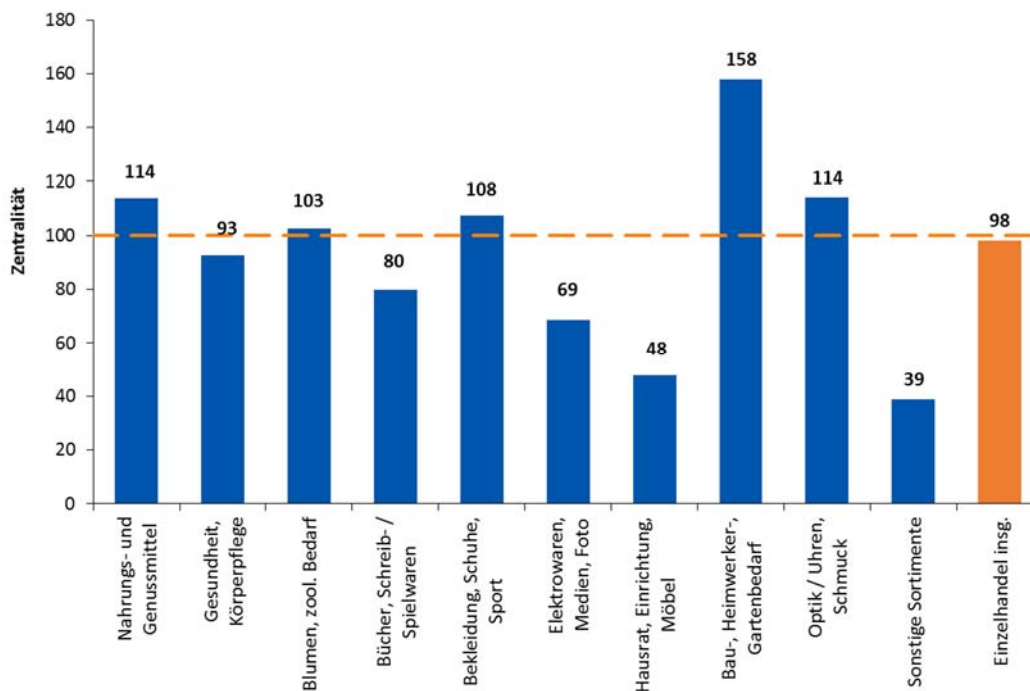
5.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³² zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Menden insgesamt geringfügig weniger Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 98 deutet per Saldo auf marginale Kaufkraftabflüsse aus dem Mendener Stadtgebiet hin (vgl. Abbildung 14). Dies resultiert v. a. aus der vergleichsweise geringen Ausstattung Menden in den Sortimentsbereichen Elektrowaren, Medien, Foto sowie im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel. Angesichts der bereits dargestellten räumlichen Lage der Stadt in Nachbarschaft zu mehreren attraktiven Mittel- und Oberzentren (u. a. Dortmund, Arnsberg, Iserlohn) mit ausgeprägten Versorgungsstrukturen in diesen Sortimentsbereichen werden entsprechend hier nur vergleichsweise geringe Zentralitätswerte erreicht. Dagegen lassen sich in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf und Optik, Uhren / Schmuck Zentralitätswerte jenseits der 100 feststellen, welche per Saldo auf einen Ausstrahlungsüberschuss in das Mendener Umland hindeuten. Im Nahrungs- und Genussmittelsegment ist der Zentralitätswert von 114 als gut zu bewerten. Auch die nahversorgungsrelevanten Bereiche Gesundheit / Körperpflege sowie Blumen, zoologischer Bedarf weisen mit Zent-

³² Die Einzelhandelszentralität stellt den in Menden getätigten Einzelhandelsumsatz der in Menden vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

ralitätswerten um die 100 für ein Mittelzentrum wie Menden adäquate Werte auf. Im Sortimentsbereich Bücher, Schreib- und Spielwaren bestehen grundsätzlich noch Steigerungsmöglichkeiten, wobei diese vor dem Hintergrund zu sehen sind, dass in diesem Sortimentsbereich eine vollständige Kaufkraftbindung in Anbetracht des Onlinehandels kaum erreicht werden kann. In erster Linie muss es hier um die Sicherung und gezielte Ergänzung des vorhandenen Angebotes gehen (vgl. hierzu auch nachfolgende Ausführungen in Kapitel III.).³³

Abbildung 14: Einzelhandelszentralität der Stadt Menden



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

6. Bewertung der Nahversorgungssituation

6.1 Entwicklung der Nahversorgung

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

³³ MB Research analysiert darüber hinaus die Einzelhandelszentralität von Kommunen über 10.000 Einwohner im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt (D=100). Hier weist Menden 2018 einen Wert von 94,1 auf und steht damit im deutschlandweiten Vergleich unterdurchschnittlich da. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass MB Research keine Vor-Ort-Erhebungen des Einzelhandels durchführt, sondern mit Hilfe von amtlichen Statistiken und Recherchen in Handelsdatenbanken den jeweiligen zugrundeliegenden Einzelhandelsumsatz ermittelt.

Übersicht 2: 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 %	16.470 (34 %) 7.900 (16 %) 25.400 (50 %) Gesamt: 48.870	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 %	15.730 (62 %) 4.825 (20 %) 4.450 (18 %) Gesamt: 25.005	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.995 (76 %) 2.030 (17 %) 805 (7 %) Gesamt: 11.830	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.755 (76 %) 265 (9 %) 275 (15 %) Gesamt: 2.295	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	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 2018; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider.

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

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

GMA-Zusammenstellung 2018

6.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Menden

Im Folgenden werden die einzelnen Ortsteile der Stadt Menden hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

Die Bewertung der räumlichen Versorgungssituation und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Ortsteile basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte.

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 Berücksichtigung³⁴ finden. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, 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 Mendener Ortsteilen wird in nachfolgender Übersicht dargestellt und bewertet.

³⁴ 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 3: Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Menden

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Menden-Mitte	ca. 6.305	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reformhaus ▪ Kioske ▪ Feinkosthandel ▪ Bäckereien ▪ Metzgereien ▪ Parfümerien ▪ Getränkemarkt ▪ Rossmann ▪ Ethnischer Lebensmittelmarkt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ denn's Bio (ZVB) ▪ dm (ZVB) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (ZVB) ▪ Rewe (ZVB) ▪ Edeka (ZVB) 	<p>quantitativ: sehr gute Ausstattung (742 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner im Stadt-raum)³⁵</p> <p>qualitativ: guter Betriebstypenmix in Form eines Lebensmitteldiscounters, eines größerer ethnischen Supermarktes, eines Bio Supermarktes sowie eines großen Supermarktes; Anbieter mit überwiegend zeitgemäßen bis modernen Marktaufritten</p> <p>räumlich: ohne nennenswerte Versorgungslücken, Angebotschwerpunkt befindet sich in der Mendener Innenstadt</p> <p>Empfehlung: Sicherung des Angebotes in den integrierten Standortlagen (v. a. in den zentralen Versorgungsbereichen), keine Angebotserweiterung notwendig.</p>
Lendringsen-Mitte	ca. 7.399	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränkemarkt ▪ Metzgerei ▪ Kioske ▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dm (ZVB) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidl (ZVB) ▪ Rewe (ZVB) ▪ Aldi (ZVB) 	<p>quantitativ: leicht überdurchschnittliche Ausstattung (rd. 465 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³²</p> <p>qualitativ: alle wesentlichen Betriebstypen vertreten</p> <p>räumlich: Bündelung des Angebotes im Nordwesten der Lendringser Hauptstraße, wodurch Versorgungslücken im östlichen Siedlungsbe- reich des Ortskerns entstehen</p> <p>Empfehlung: Sicherung des Angebotes im zentralen Versorgungsbe- reich. Aufgrund der Wettbewerbssituation und des Fehlens von Po- tenzialflächen bestehen kaum Handlungsmöglichkeiten, den vorhan- denen Versorgungslücken im östlichen Bereich des Ortsteils zu be- gegnen. Grundsätzlich ist daneben nach erfolgter Neuaufstellung des</p>

³⁵ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 440 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2017).

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					Lidl Lebensmitteldiscounters ebenfalls die Modernisierung und Erweiterung des Aldi-Marktes sowie eine Neustrukturierung des Standortes des Rewe-Marktes wünschenswert.
Menden-Nord	ca. 3.296	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teka ▪ Bäckereien ▪ Hofladen ▪ Tankstellen-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto (niL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidl (niL) 	<p>quantitativ: gute Ausstattung im Lebensmittelbereich (rd. 528 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner)</p> <p>qualitativ: eingeschränkte qualitative Versorgung durch zwei Lebensmitteldiscounter</p> <p>räumlich: gute räumliche Ausstattung mit Konzentration der Angebote entlang der Fröndenberger Straße</p> <p>Empfehlung: Keine weitere Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den dezentralen Standortlagen entlang der Fröndenberger Straße. Erhalt der bestehenden Angebote.</p>
Bösperde Holzen	ca. 2.420	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hofläden ▪ Tankstellen-Shop ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (niL) ▪ Kaufland Getränkemarkt (niL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufland (niL) ▪ Lidl (niL) 	<p>quantitativ: überverhältnismäßig große Ausstattung (rd. 3.269 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁶ v. a. aufgrund des Kaufland SB-Warenhauses</p> <p>qualitativ: trotz Fehlen eines Supermarktes insgesamt gute qualitative Ausstattung durch das Kaufland SB-Warenhaus</p> <p>räumlich: die Anbieter Kaufland und Aldi befinden sich in dezentraler Standortlage im Gewerbegebiet Holzener Straße-Nord, es handelt sich in erster Linie um autokundenorientierte Anbieter, die kaum Nahversorgungsfunktionen für den Ortsteil übernehmen; es bestehen im Siedlungsgebiet des Ortsteils Versorgungslücken</p> <p>Empfehlung: keine Neuansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen zur Sicherung und ggf. Entwicklung des Angebotes in integrierten Standortlagen.</p>

³⁶ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 440 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2017).

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Schwitten	rd. 2.426	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckereien ▪ Hofladen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ real (niL) 	<p>quantitativ: deutlich überdurchschnittliche Ausstattung (rd. 1.999 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)</p> <p>qualitativ: mit dem real SB-Warenhaus ist nur ein Betriebstyp vertreten</p> <p>räumlich: der Anbieter real befindet sich in dezentraler Standortlage an der Fröndenberger Straße, es handelt sich in erster Linie um einen autokundenorientierten Anbieter, der kaum eine Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil übernimmt; es bestehen im Siedlungsgebiet des Ortsteils Versorgungslücken</p> <p>Empfehlung: Keine weitere Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen zur Sicherung des Angebotes in den integrierten Lagen. Die Ansiedlung eines Versorgers im Hauptsiedlungsgebiet des Ortsteils ist aufgrund geringer Einwohnerzahl kaum zu realisieren. Die Anbindung an Versorgungsstandorte per ÖPNV ist sicherzustellen.</p>
Am Papenbusch	ca. 5.282	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tankstellen-Shop ▪ Bäckerei ▪ Kioske 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Markant (iL) 	<p>quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 186 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁷</p> <p>qualitativ: lediglich ein Betriebstyp im Ortsteil vertreten</p> <p>räumlich: nahezu flächendeckende Versorgung des Stadtteils durch den ansässigen Anbieter sowie durch den Aldi-Markt in Böisperde Holzen.</p> <p>Empfehlung: Sicherung der Versorgungsstruktur durch den Erhalt des dortigen Lebensmittelanbieters. Aufgrund der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Umfeld ist eine Erweiterung des Angebotes im Ortsteil kaum umsetzbar.</p>

³⁷ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 440 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2017).

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Obsthof / Horlecke / Oesewiese	ca. 2.922	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckerei ▪ Kiosk ▪ Tankstellen-Shop ▪ Getränkeanbieter 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto (iL) 	<p>quantitativ: insgesamt geringe Ausstattung (rd. 245 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)</p> <p>qualitativ: mit dem Anbieter Netto ist lediglich ein Lebensmitteldiscounter im Ortsteils ansässig</p> <p>räumlich: im nordwestlichen sowie östlichen Bereich des Ortsteils bestehen zwar Versorgungslücken, jedoch konnte bisher keine Ansiedlung eines Versorgers realisiert werden; Netto Lebensmitteldiscounter: Bereits langjährig am Standort etablierter Lebensmittelmarkt, welcher als alleiniger Lebensmittelmarkt in diesem Gebiet eine Nahversorgungsbedeutung für die umliegenden Siedlungsbereiche übernimmt und welcher einen Großteil seines Kundenpotenzials aus dem Nahbereich zieht.³⁸ Zwar befindet sich der Markt außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, jedoch trägt er zu einer flächendeckenden Versorgung bei.</p> <p>Empfehlung: Sicherung des Lebensmittelanbieters Netto, grundsätzlich ist eine Modernisierung des Marktes zwecks Bestandssicherung wünschenswert; Ausschluss der Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen zur Sicherung des Angebotes in den integrierten Standortlagen. Netto Lebensmitteldiscounter erfüllt als alleiniger Lebensmittelmarkt in diesem Siedlungsbereich eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Zwecks Bestandssicherung sollte unter Berücksichtigung städtebaulicher sowie versorgungsstruktureller Auswirkungen eine Modernisierung des Marktes mit einhergehender Flächenvergrößerung ermöglicht werden. Ein alternativer, besser integrierter Standort ist nicht vorhanden, sodass die Erweiterung am bestehenden Standort zu empfehlen ist.</p>

³⁸ Im April 2018 wurde eine Kundenwohnorterhebung durchgeführt, welche nachwies, dass rd. 66 % der im Markt befragten Mendener ihren Wohnort im 1.000 m-Radius haben.

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Hüingsen	ca. 2.605	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränkemarkt ▪ Bäckerei 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion</p> <p>qualitativ: neben einem Getränkemarkt verfügt der Ortsteil über eine Bäckerei</p> <p>räumlich: Der Ortsteil wird durch das Versorgungsangebot in Lendringsen-Mitte mitversorgt; durch den Wegfall des Lebensmittelanbieters im Siedlungsgebiet kann Hüingsen als unterversorgt betrachtet werden.</p> <p>Empfehlung: Grundsätzlich wäre die Stärkung des Lebensmittelangebotes in integrierten Lagen in Hüingsen wünschenswert, jedoch sind derzeit keine adäquaten Flächen für eine Neuansiedlung vorhanden bzw. verfügt der Ortsteil nur über ein geringes Bevölkerungspotenzial.</p>
Lahrfeld	ca. 2.034	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckerei ▪ Kiosk 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion für den Ortsteil vorhanden</p> <p>qualitativ: im Ortsteil befindet sich eine Bäckerei und ein Kiosk</p> <p>räumlich: Mitversorgung des Ortsteils durch die Angebote in Mendен-Mitte, jedoch keine fußläufige Versorgung im Ortsteil durch Wegfall des einstigen Lebensmittelanbieters</p> <p>Empfehlung: Sicherung der Erreichbarkeit innerstädtischer Versorgungsstrukturen per ÖPNV, da die Etablierung eines eigenen Nahversorgungsangebotes aufgrund fehlender marktgängiger Flächen und des geringen Bevölkerungspotenzials kaum zu realisieren ist.</p>
Platte-Heide	ca. 5.581	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Frischemarkt³⁹ ▪ Lebensmittelgeschäfte ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei 	▪ ---	▪ Getränkemarkt	<p>quantitativ: geringe Ausstattung</p> <p>qualitativ: ein kleinflächiger Lebensmittelmarkt sowie mehrere kleinteilige Anbieter von Nahrungsmitteln vorhanden</p> <p>räumlich: die Versorgung wird derzeit in erster Linie durch den Anbieter Ihr Frischemarkt übernommen, sodass in den östlichen Teilen</p>

³⁹ In Bezug auf den Frischemarkt Hülsmeier in Platte Heide ist darauf hinzuweisen, dass dieser aufgrund eines Brandschadens geschlossen ist. Ob und wann eine Nachnutzung des Ladenlokals durch einen Lebensmittelmarkt stattfindet, ist derzeit nicht absehbar.

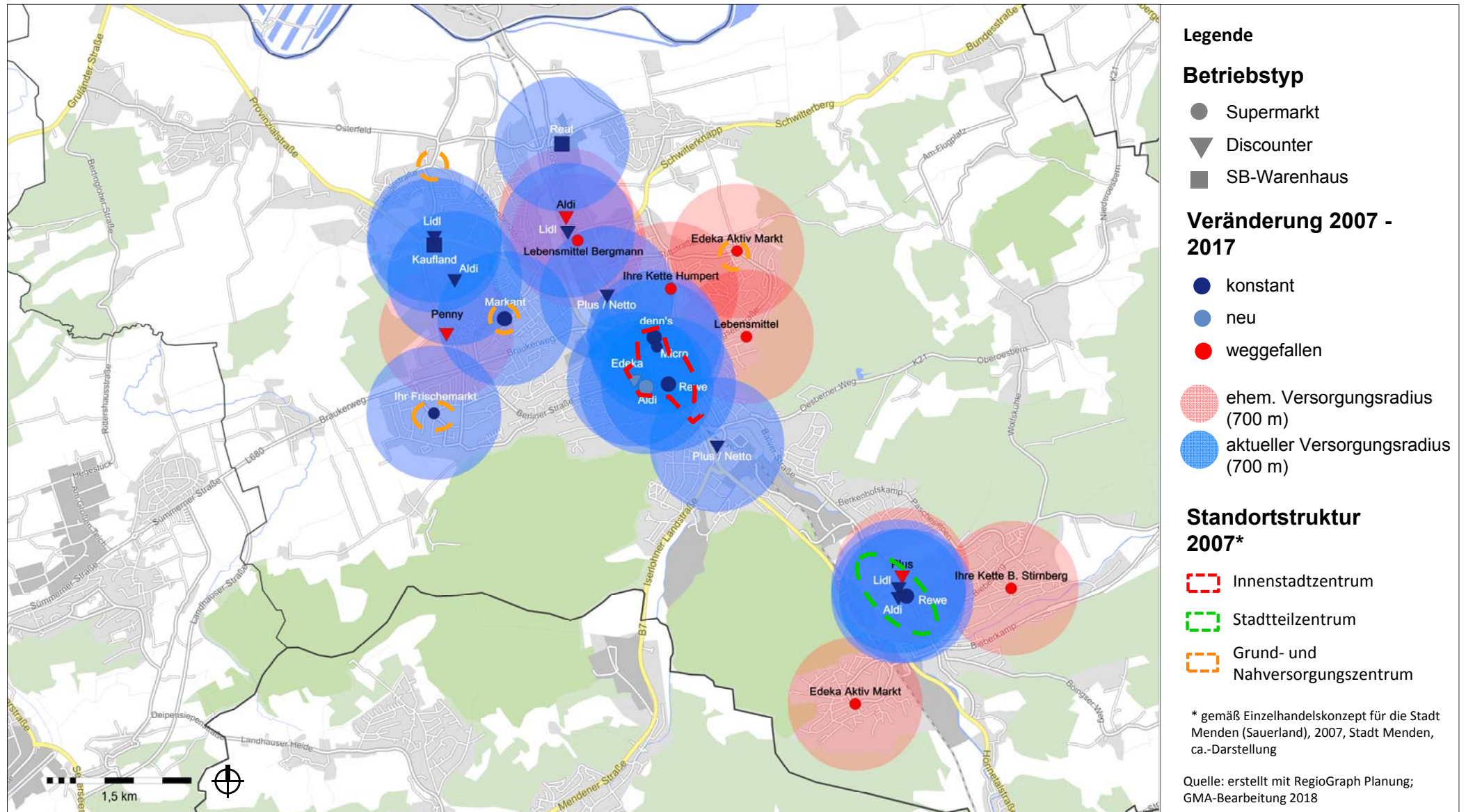
Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					des Ortsteils Versorgungslücken bestehen; Mitversorgung des östlichen Siedlungsbereichs durch die Angebote in der Innenstadt Empfehlung: Sicherung des bestehenden Anbieters, da bei einem Wegfall dessen nur schwerlich ein Nachfolger zu finden wäre.
Halingen	ca. 1.827	▪ Bäckerei	▪ ---	▪ ---	quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion qualitativ: der Ortsteil verfügt lediglich über eine Bäckerei räumlich: in diesem Ortsteil sind zwar Versorgungslücken festzuhalten, aufgrund der niedrigen Einwohnerzahl besteht jedoch kein ausreichendes Kaufkraftpotenzial für einen Lebensmittelmarkt Empfehlung: Aufrechterhaltung der ÖPNV-Anbindungen an die wesentlichen Nahversorgungsstandorte in der Kernstadt.
Brockhausen / Barge / Werringsen	ca. 418	▪ Hofläden ▪ Tankstellen-Shop	▪ ---	▪ ---	quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion qualitativ: zwei Hofläden sowie ein Aral Tankstellen-Shop räumlich: zwar weist der Ortsteil Versorgungslücken, jedoch ist aufgrund der dünnen Besiedlung eine flächendeckende Versorgung kaum zu gewährleisten. Empfehlung: Sicherstellung einer ausreichenden ÖPNV-Anbindungen an die Versorgungsstandorte in der Kernstadt.
Oberröding- hausen	ca. 486	▪ Tankstellen-Shop	▪ ---	▪ ---	quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion qualitativ: im Ortsteil befindet sich lediglich ein Tankstellen-Shop räumlich: zwar weist der Ortsteil Versorgungslücken, jedoch erfolgt die Versorgung über die Standorte in Lendringsen-Mitte. Aufgrund der dünnen Besiedlung ist die Ansiedlung eines eigenen Versorgungsangebotes nicht realisierbar. Empfehlung: Gewährleistung einer guten ÖPNV-Anbindungen an die Versorgungsstandorte in Lendringsen-Mitte und Ausschluss der Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen.

Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Heimkerweg	ca. 1.081	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konditorei ▪ Weinhandel 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: kein Anbieter mit Versorgungsfunktion</p> <p>qualitativ: Konditorei und Weinhandlung</p> <p>räumlich: weite Bereiche des Ortsteils werden durch die Versorgungsangebote der Innenstadt mitversorgt, jedoch verfügt der westliche Teil über keine fußläufige Versorgung</p> <p>Empfehlung: Insgesamt besteht wegen der städtebaulichen Strukturen sowie des Wettbewerbsumfeldes keine Handlungsmöglichkeit.</p>
Bösperde	ca. 2.820	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hofladen 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: nur ein Anbieter von Nahrungsmitteln</p> <p>qualitativ: im Ortsteil Bösperde ist ein Hofladen ansässig</p> <p>räumlich: der Ortsteil verfügt über keine eigene Versorgungsangebote und wird nur zu geringen Teilen durch umliegende Standorte mitversorgt, entsprechend lassen sich Versorgungslücken festhalten</p> <p>Empfehlung: In Anbetracht der Wettbewerbssituation sowie des Flächenangebotes ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht zu empfehlen; hier sollte die Erschließung per ÖPNV sichergestellt werden, um Versorgungsstandorte zu erreichen.</p>
Berkenhofskamp	ca. 1.880	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tankstellen-Shop ▪ Bioladen 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: nur rudimentäre Ausstattung</p> <p>qualitativ: Tankstellen-Shop und Bioladen</p> <p>räumlich: Teilbereiche werden durch die Angebote in Lendringsen-Mitte mitversorgt; Versorgungslücken im nördlichen Bereich</p> <p>Empfehlung: Vor dem Hintergrund des geringen Einwohnerpotenzials sowie der Wettbewerbssituation mit den Anbietern in Lendringsen-Mitte bestehen keine Handlungsmöglichkeiten. Ziel ist die Aufrechterhaltung der ÖPNV-Anbindungen an die Versorgungsstandorte in Lendringsen-Mitte.</p>
Landwehr, Liethen, Oesbern, Rauherfeld,	ca. 1.173 ca. 2.143 ca. 499 ca. 1.034 ca. 251	▪ ---	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: keine Anbieter von Lebensmittel- und Drogeriewaren</p> <p>qualitativ: /</p>

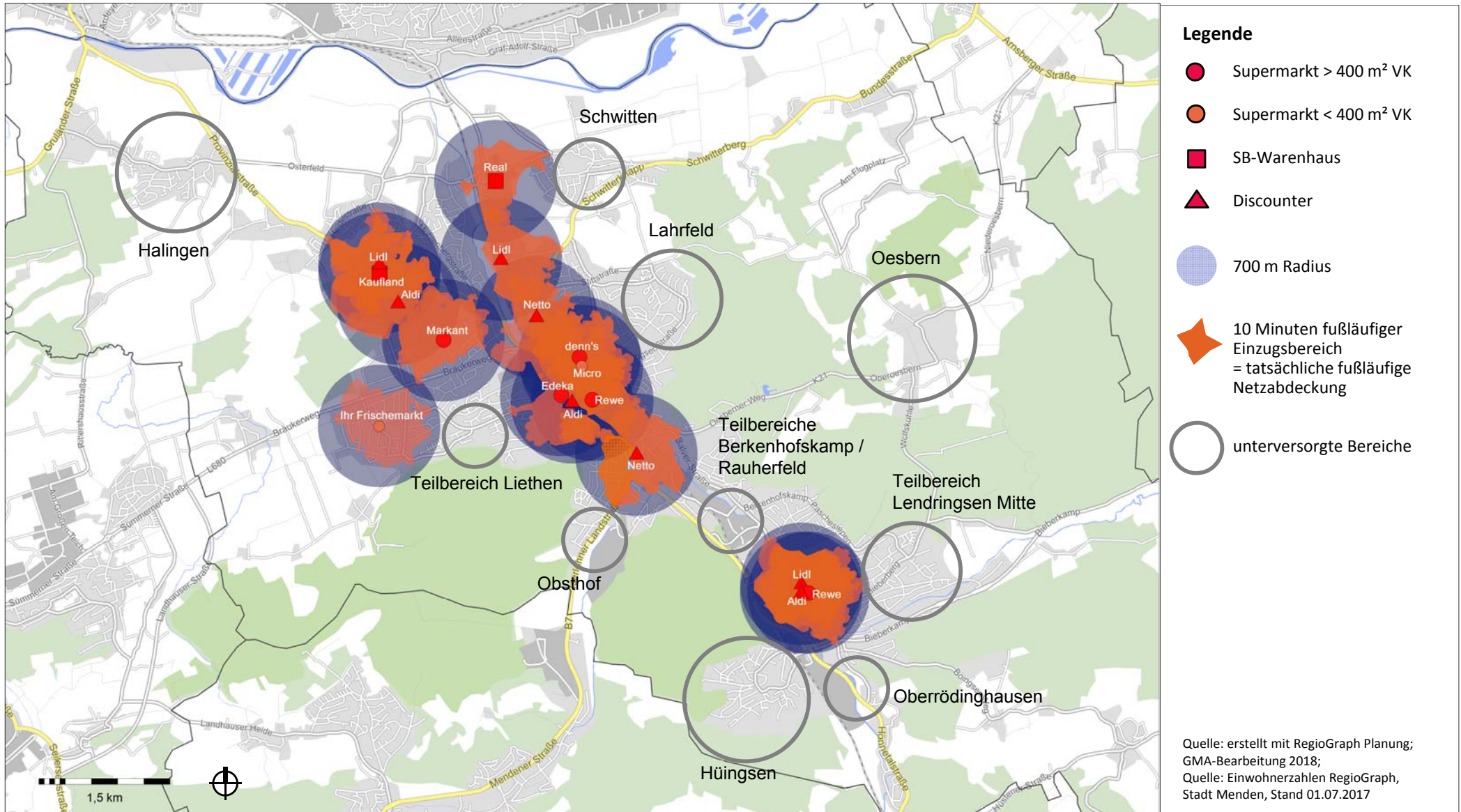
Ortsteile	Einwohner 01.07.2017	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Ostsümmern, Lürbke, Asbeck, Böingsen	ca. 97 ca. 153 ca. 114				<p>räumlich: die Versorgung wird derzeit durch die Anbieter in zentraleren Lage der Stadt Menden übernommen, sodass in diesen Ortsteilen per se Versorgungslücken bestehen.</p> <p>Empfehlung: Die Ortsteile verfügen über keine Anbieter von Lebensmittel- sowie Drogeriewaren und weisen entsprechend Versorgungslücken auf. Diese sind jedoch vor dem Hintergrund der niedrigen Bevölkerungszahlen in den überwiegend ländlich geprägten Ortsteilen bzw. der städtebaulichen Strukturen in den Ortsteilen zu bewerten und künftig auch nicht oder nur schwer zu beseitigen. Sichergestellt werden sollte in diesem Zusammenhang v. a. eine gute Erreichbarkeit bestehender Versorgungsstandorte in Lendringsen bzw. der Kernstadt per ÖPNV. Ebenfalls könnten alternative Versorgungskonzepte (mobile Angebote) geprüft werden.</p>

ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVZ = Nahversorgungszentrum; NVL = Nahversorgungslage; iL = sonstige integrierte Lage; nil = nicht integrierte Lagen; GMA-Zusammenstellung 2018

Karte 3: Veränderung der wesentlichen Lebensmittelmärkte 2007 - 2017



Karte 4: Nahversorgungssituation in Menden (Gesamtstadt)



III. Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Menden

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Menden wurde im November bis Dezember 2017⁴⁰ eine telefonische und online-basierte **Haushaltsbefragung** durchgeführt. Auftragsgemäß konnten sich an der Befragung Bürger aus Menden und dem Umland beteiligen. Daneben wurden explizit Haushalte in den Umlandkommunen Balve, Fröndenberg, Hemer und Wickede befragt. Durch die Befragungen ist es möglich, Aussagen über die Einkaufsorientierung, das Verbraucherverhalten und die aktuelle Versorgungsbedeutung der jeweiligen Einzelhandelsstandorte im Mendener Stadtgebiet zu erhalten. Sie dient damit der Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und der Verbesserung des Informationsgehaltes des Konzeptes. Insgesamt haben 798 Personen an der Haushaltsbefragung teilgenommen, welches eine durchaus gute Beteiligung darstellt. Entsprechend den Zielvorgaben nahm der überwiegende Teil der Befragten an der telefonischen Befragung teil. Von den befragten Personen kamen 556 aus Menden und 240 aus dem Umland der Stadt.

Übersicht 4: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	251	32
	weiblich	480	60
	keine Angabe	67	8
Alter	unter 25 Jahre	31	4
	25 – unter 45 Jahre	154	19
	45 – unter 65 Jahre	384	48
	65 Jahre und älter	154	19
	keine Angabe	75	10
Wohnort	Menden	556	70
	Umland	240	30
	keine Angabe	2	< 1
Art der Befragung	Telefonbefragung	689	86
	Onlinebefragung	109	14

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017

Die Haushaltsbefragung wurde als sogenannte nicht-probabilistische Methode durchgeführt. Nicht-probabilistische Methoden sind selbstrekrutierende Verfahren; alle interessierten Mendener Bürger konnten an der Befragung teilnehmen, so dass keine kontrollierte Stichprobe aus der Grundgesamtheit ausgewählt wurde. Untersuchungsgegenstand der Befragung ist der Haushalt, wobei demographische Merkmalsausprägungen zur besseren Einordnung der Ergebnisse nachrichtlich übernommen werden. Diese dienen nicht zur Begrenzung der Stichprobe. Bei der Betrachtung der Altersverteilung der teilgenommenen Personen fällt auf, dass insbesondere die Al-

⁴⁰ vom 08.11. – 6.12.2017.

tersgruppen unter 25 Jahre und über 65 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 Mendener Bürger kann durch das offene Verfahren häufig nicht erreicht werden und ist nicht das Ziel der Befragung. Vielmehr soll jedem Bürger die Möglichkeit eingeräumt werden, an der Befragung teilzunehmen.

Neben der Haushaltsbefragung wurde im November 2017 eine **persönliche Befragung der Einzelhändler** in Menden durchgeführt. Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in Menden. Insgesamt haben 32 Einzelhändler an der Befragung teilgenommen. Der Großteil der befragten Einzelhändler (rd. 56 %) wird dem mittelfristigen Bedarfsbereich zugerechnet. Beteiligt haben sich sowohl junge Betriebe als auch Betriebe, die bereits langjährig in Menden ansässig sind. Insgesamt ist die Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt von Menden in stärkerem Maße durch mittelständische, kleinteilige und inhabergeführte Betriebe geprägt, was sich auch deutlich in der Stichprobe widerspiegelt. Mehr als ein Drittel der Befragten hat sich in den letzten zehn Jahren in Menden angesiedelt, was auch auf eine gewisse Dynamik bei der Ansiedlung neuer Betriebe hindeutet (vgl. Übersicht 5).

Übersicht 5: Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung

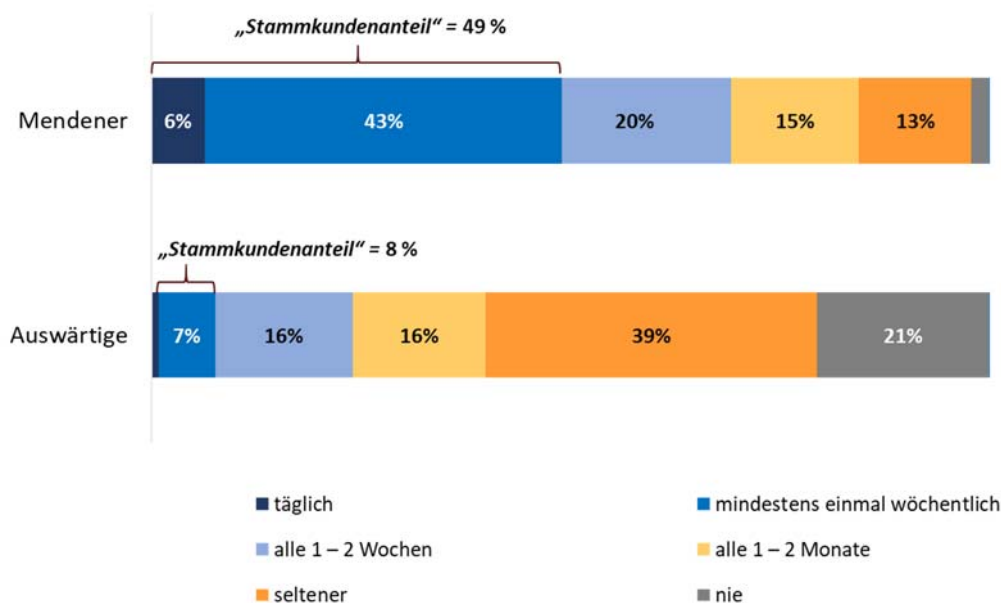
Merkmalsname	Attribut	Anzahl	in %
Befragte	insgesamt	32	100
Filialisierung	Hauptgeschäfte	24	75
	Filiale	8	25
Bedarfsbereich	kurzfristig	5	16
	mittelfristig	18	56
	langfristig	9	28
Verkaufsfläche	< 100 m ²	15	47
	100 – 399 m ²	10	31
	400 – 800 m ²	1	3
	800 – 1.500 m ²	0	0
	> 1.500 m ²	4	13
	keine Angabe	2	6
in Menden ansässig seit	< 10 Jahren	11	34
	10 bis 19 Jahren	5	16
	20 bis 49 Jahren	7	22
	50 bis 99 Jahren	6	19
	mehr als 100 Jahren	3	9
Eigentumsverhältnis	Eigentum	12	37
	Miete / Pacht	20	63

Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017

1. Einkaufshäufigkeit in der Innenstadt von Menden

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wird zunächst die Einkaufshäufigkeit in der Mendener Innenstadt ermittelt. Rund 6 % der befragten **Mendener** kaufen täglich in der Innenstadt von Menden ein und von rd. 43 % wird der dortige Einzelhandel mindestens einmal wöchentlich für einen Einkauf aufgesucht (vgl. Abbildung 15). Dieser Stammkundenanteil⁴¹ von rd. 49 % ist ein vergleichsweise niedriger Stammkundenanteil. Zumindest rd. 20 % der Mendener Bürger kaufen alle ein bis zwei Wochen in der Innenstadt ein. Bei den auswärtigen Kunden liegt der Stammkundenanteil lediglich bei ca. 8 %, dies lässt darauf schließen, dass die Umlandbewohner deutlich stärker auf ihre Heimatorte sowie die die starken Ober- und Mittelzentren orientiert sind. In **Lendingen Mitte** kaufen dagegen rd. 29 % der Mendener Bewohner mindestens einmal wöchentlich ein. Der Anteil der Stammkunden aus dem Umland liegt deutlich darunter (bei rd. 5 %).

Abbildung 15: Regelmäßigkeit der Einkäufe in der Innenstadt von Menden



GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 798, alle Befragten

2. Einkaufsorientierung

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

⁴¹ Als Stammkunden werden alle Kunden gezählt, die einmal wöchentlich oder häufiger in Menden einkaufen.

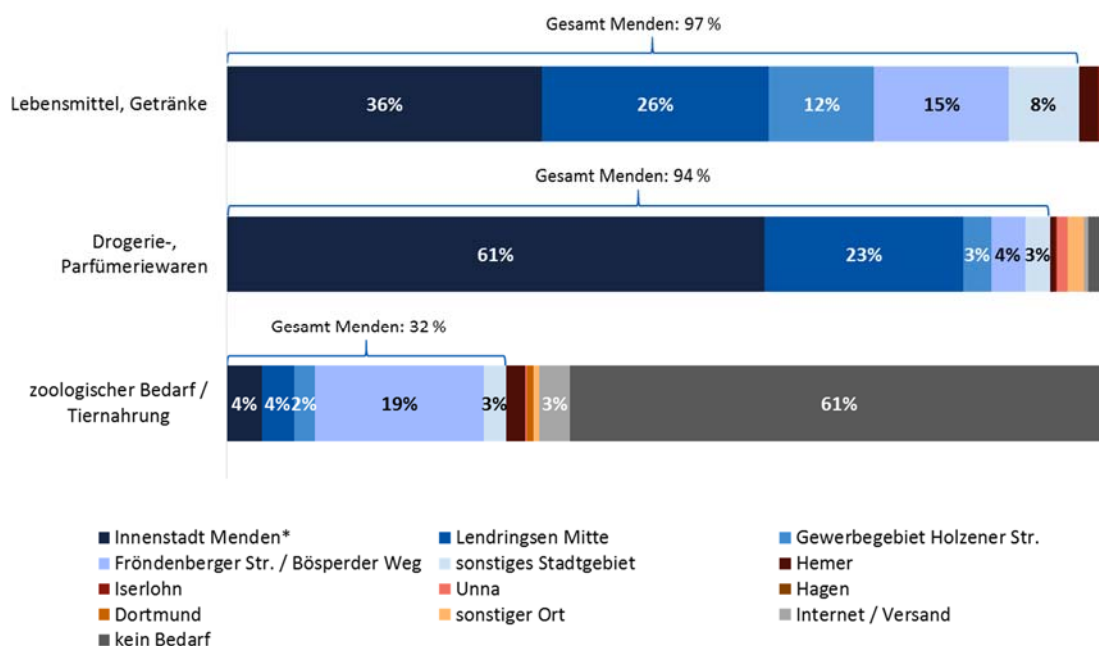
Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

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

2.1 Kurzfristiger Bedarf

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich im Allgemeinen eine hohe Einkaufsorientierung auf den eigenen Wohnort. Insbesondere geben rd. 97 % der befragten Mendener an, Lebensmittel im Stadtgebiet von Menden einzukaufen (vgl. Abbildung 16).

Abbildung 16: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)



* Innenstadt Menden inkl. Bahnhofsbereich

GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 556, nur Mendener

Hierbei werden v. a. die Lebensmittelmärkte in der Innenstadt von den meisten Mendenern Bürgern bevorzugt. Aber auch die Lebensmittelanbieter im Stadtteil Lendringsen übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für die Bewohner des südlichen Stadtgebietes. Daneben werden auch die Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Holzener Straße (u. a. Kaufland

und Aldi) sowie an der Fröndenberger Straße (u. a. Lidl, real) zwecks Lebensmitteleinkauf aufgesucht. 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 Bereich **Drogerie- und Parfümeriewaren** zeigt sich mit rd. 94 % der befragten Bürger, die dieses Sortiment in Menden selbst einkaufen, ebenfalls eine sehr starke Orientierung auf den Mendener Einzelhandel. Hier wird die Kerninnenstadt mit den Anbietern dm und Rossmann bevorzugt. Die Stärke der Einkaufsorientierung in diesem Sortiment auf die Einzelhandelslagen in Menden hängt stark von der Lage des jeweiligen Wohnortes im Stadtgebiet ab. Andere Städte spielen jedoch kaum eine Rolle für die befragten Mendener zum Erwerb von Waren dieses Sortimentsbereiches.

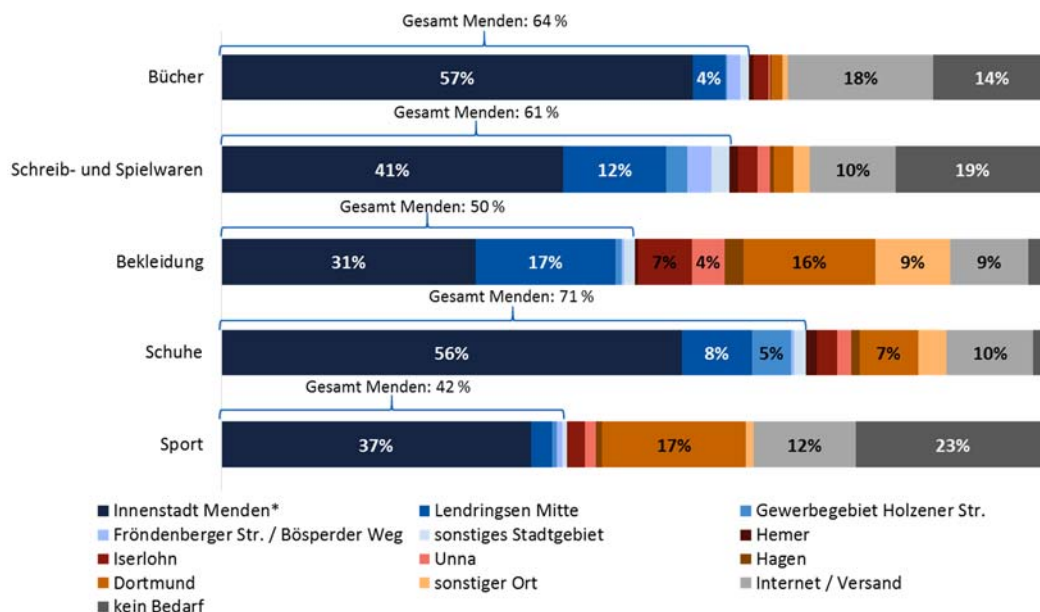
Waren des **zoologischen Bedarfs / Tiernahrung** werden zu rd. 32 % in Menden gekauft. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist darauf zurückzuführen, dass rd. 61 % der Befragten angaben, keinen Bedarf in diesem Bereich zu haben. Demnach werden fast alle Waren dieses Sortiments in Menden erworben. Insbesondere der Bereich Fröndenberger Straße mit dem dortigen großflächigen Anbieter Fressnapf ist Haupteinkaufsort der Mendener in diesem Sortiment.

Auch ein Teil der auswärtigen Kunden kauft Waren des kurzfristigen Bedarfs im Stadtgebiet von Menden ein, insgesamt ist dies ein Anteil von etwa 11 %. Hier werden v. a. die Einzelhandelsangebote im Gewerbegebiet Holzener Straße und an der Fröndenbergerstraße / Böspeder Weg mit den dortigen SB-Warenhäusern Kaufland und real bevorzugt. Diese liegen im nordwestlichen beziehungsweise nördlichen Stadtgebiet von Menden und sind verkehrlich gut zu erreichen.

2.2 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 Menden jedoch eine weniger starke Bedeutung ein, als es in vergleichbaren Städten der Fall ist. (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)



* Innenstadt Menden inkl. Bahnhofsbereich
 GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 556, nur Mendener

Bücher werden von den Mendener Bürgern mit rd. 57 % v. a. in der KernInnenstadt gekauft, hier prägen die Buchhandlung Daub sowie der Anbieter Weltbild das Angebot. Ansonsten wird jedoch nur ein geringfügiger Anteil im sonstigen Stadtgebiet Mendens erworben. Mit rd. 18 % kauft zwar augenscheinlich ein relativ hoher Anteil der Mendener Bücher im Internet ein, jedoch ist dies für dieses Sortiment nicht ungewöhnlich. Der Anteil entspricht vielmehr in etwa dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abbildung 6).

Im Sortimentsbereich **Schreib- und Spielwaren** werden ca. 61 % der Waren im Stadtgebiet von Menden erworben. Davon entfallen 41 % auf die KernInnenstadt und 12 % auf den Ortsteil Lendringsen.

Besonders im Bereich **Bekleidung** ist eine stärkere Orientierung auf die umliegenden Städte festzustellen. Nur rd. 31 % der Befragten kaufen Bekleidung in der Innenstadt von Menden ein. Hier zeigt sich insbesondere die Bedeutung Lendringsens mit dem dortigen Anbieter Mode Kress (ca. 17%). Des Weiteren besteht eine starke Konkurrenzsituation zu den umliegenden Gemeinden, insbesondere zu Dortmund, wo rd. 16 % der Mendener Bekleidung einkaufen. Der Onlineeinkauf spielt in diesem Sortiment mit rd. 9 % eine eher untergeordnete Rolle.

Im Bereich **Schuhe** kauft mehr als die Hälfte der Befragten (rd. 56 %) in der Mendener Innenstadt ein. Aufgrund der guten Angebotsausstattung mit mehreren wesentlichen Anbietern ist dieser vergleichsweise hohe Wert jedoch nicht überraschend. Insgesamt wird dieses Sortiment von rd. 71 % der Befragten in Menden erworben. Umliegenden Kommunen sowie dem Onlinehandel kommen hier kaum nennenswerte Anteile zu.

Waren des Sortimentsbereichs **Sport** werden von etwa 42 % der Befragten in Menden gekauft. Wesentlicher Anbieter ist hier der innerstädtische Anbieter Intersport Hesse. Mit rd. 17 % wird ein nennenswerter Teil dieser Sortimentsgruppe ebenfalls in Dortmund erworben. Ein relativ großer Anteil der Mendener Bürger sagt aus, dass kein Bedarf in diesem Sortiment besteht (ca. 23 %).

Von den Kunden aus dem Umland kaufen insgesamt 23 % Waren des mittelfristigen Bedarfs in Menden ein. Davon werden rd. 55 % in der Innenstadt von Menden erworben und rd. 22 % im Ortsteil Lendringsen. Ein eher geringer Anteil kauft Waren des mittelfristigen Bedarfs in den anderen Einzelhandelsstandortlagen von Menden ein.

2.3 Langfristiger Bedarf

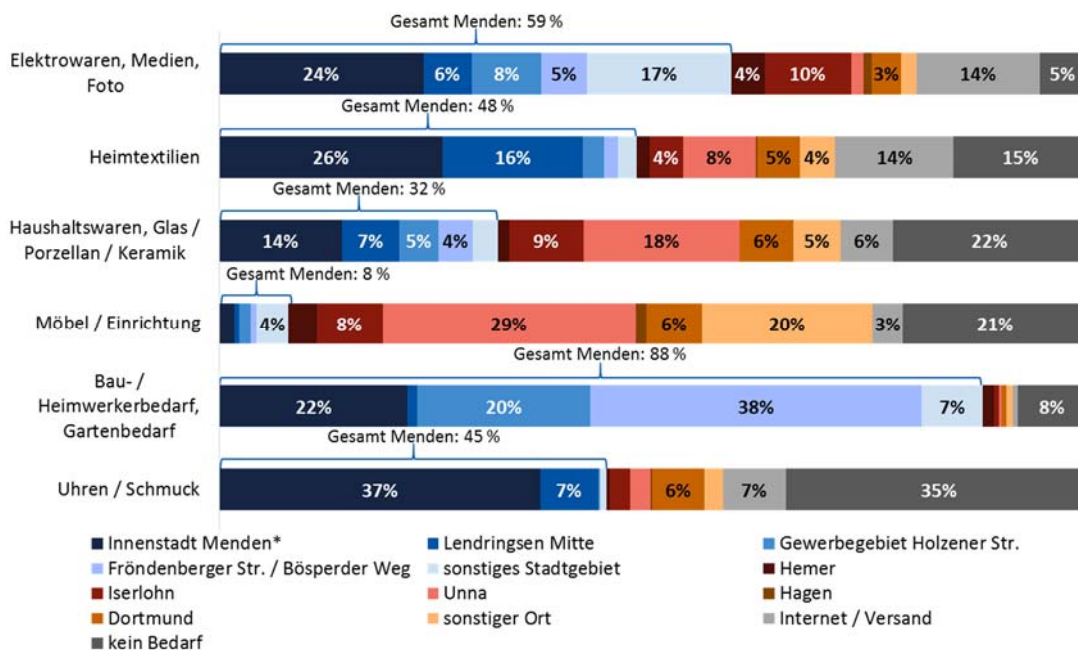
Waren des **langfristigen Bedarfs** zeichnen sich dadurch aus, dass sie i. d. R. nur aperiodisch sind, d. h. in großen Zeitabständen angeschafft werden und eine hohe Lebensdauer aufweisen. Im langfristigen Bedarfsbereich zeigt sich bei den **befragten Mendener Bürgern** eine durchmischte Einkaufsorientierung. Während in einigen Sortimenten eine überdurchschnittliche Orientierung auf das eigene Stadtgebiet erfolgt, ist diese in anderen Sortimenten deutlich geringer ausgeprägt. Im Bereich **Elektrowaren, Medien und Foto** erwerben rd. 59 % der Befragten die Waren im Stadtgebiet von Menden. Dieses Sortiment wird v. a. durch den Anbieter Euronics Brumberg in den sonstigen Lagen des Stadtgebietes abgedeckt.

Im Bereich **Heimtextilien** kaufen ca. 48 % der Mendener im eigenen Stadtgebiet ein. Davon entfällt ein relativ großer Anteil von rd. 16 % auf den Ortsteil Lendringsen, der durch den Anbieter Dieler geprägt wird. Das Sortiment **Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik** wird von ca. 32 % der Befragten in Menden selbst erworben. Etwa 18 % der Bürger kaufen dieses Sortiment in Unna ein. Nur ca. 8 % der Mendener Bewohner kaufen **Möbel / Einrichtung** im eigenen Stadtgebiet, was auf die geringe Angebotsausstattung in Menden zurückzuführen ist. Ein Großteil der Befragten erwirbt Möbel und Einrichtungsgegenstände v. a. in Unna (rd. 29 %), welches u. a. mit den Anbietern Zurbrüggen und Osca! ein breites Angebot aufweist, und an sonstigen Orten.

Dagegen besteht im Bereich des **Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarfs** die höchste Einkaufsorientierung. Hier kaufen ca. 88 % der Bürger von Menden im eigenen Stadtgebiet ein. Insbesondere die großen Anbieter Hellweg Profibaumärkte, Hagebau Bauking und Herbrügger Baumarkt prägen das Angebot der Stadt.

Aufgrund der guten Angebotsausstattung in der Innenstadt gaben rd. 37 % der befragten Mendener beim Sortiment **Uhren / Schmuck** an, zum Kauf der Waren v.a. diese Lage aufzusuchen. Dies stellt verglichen zu den anderen Sortimenten eine relativ starke Einkaufsorientierung zur Innenstadt dar.

Abbildung 18: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)



* Innenstadt Menden inkl. Bahnhofsbereich

GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 556, nur Mendener

Bei der Betrachtung der Einkaufsorientierung der befragten auswärtigen Kunden erwerben rd. 19 % von dem langfristigen Bedarf in Menden. Je nach Warengruppe sind neben der Innenstadt auch Lendringsen sowie die Standorte Gewerbegebiet Holzener Straße-Nord sowie Fröndenberger Straße / Böisperder Weg von Bedeutung. So werden rd. 28 % der Waren des langfristigen Bedarfs in der Standortlage Fröndenberger Straße / Böisperder Weg erworben, rd. 27 % in der Innenstadt Menden und ca. 20 % im Gewerbegebiet Holzener Straße-Nord.

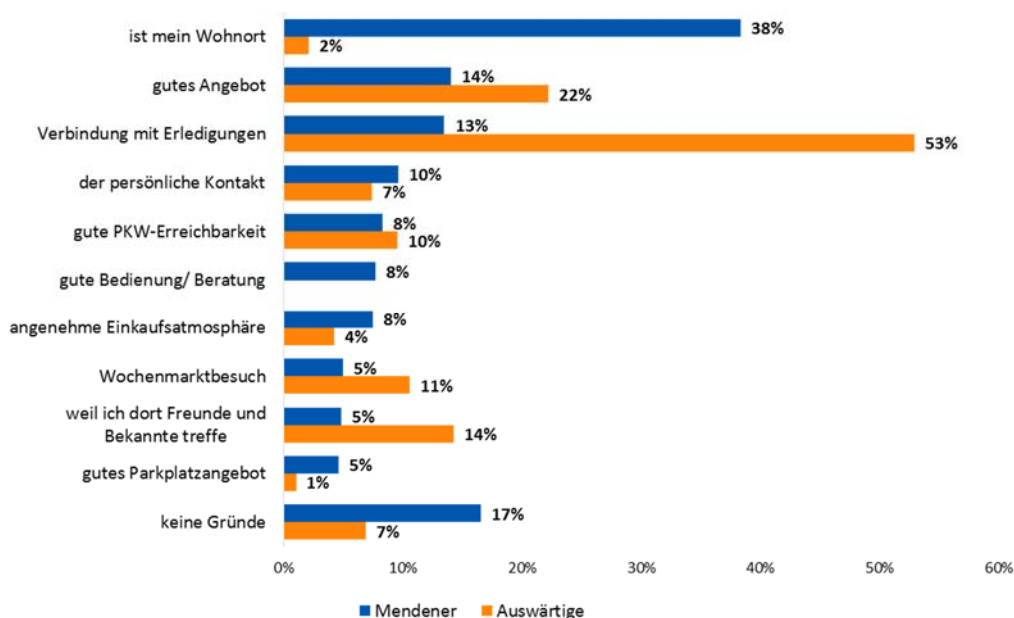
3. Gründe für oder gegen einen Einkauf in Menden in der Kerninnenstadt

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 der Stadt Menden ermittelt.

Für einen Einkauf in der Kerninnenstadt spricht für die Einwohner **Mendens** in erster Linie, dass es sich um ihren Wohnort handelt (rd. 38 %). Daneben ist für einige das gute Angebot (rd. 14 %) sowie die Möglichkeit zur Verbindung des Einkaufs mit anderen Erledigungen (rd. 13 %) ein Grund für einen Einkauf in der Innenstadt. Dagegen geben ca. 17 % der Mendener an, dass keine bestimmten Gründe für einen Einkauf in der Innenstadt sprechen. Dieser Wert zeigt, dass es den Befragten an Alleinstellungsmerkmalen fehlt, welche die Innenstadt von Menden

von anderen Einzelhandelsstandorten abheben. Für Auswärtige spricht in erster Linie die Verbindung des Einkaufs mit anderen Erledigungen (rd. 53 %) eine Rolle. Daneben werden das gute Angebot (rd. 22 %) sowie die Möglichkeit dort Freunde und Bekannte zu treffen (ca. 14 %) als Gründe für einen Einkauf in der Innenstadt von Menden genannt. Auch die angenehme Einkaufsatmosphäre (ca. 8 % der Mendener bzw. ca. 4 % der Auswärtigen) und die gute PKW-Erreichbarkeit (rd. 8 % bzw. 10 %) sprechen aus Sicht der Befragten für einen Einkauf in der Innenstadt von Menden. Während somit insbesondere das Verbinden von Erledigungen für die auswärtigen Kunden der Hauptgrund für den Einkauf in Menden zu sein scheint, spielt dies für die Mendener Bewohner eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 19). Für die Befragten aus Menden ist die Nähe zum Wohnort überwiegend der ausschlaggebende Grund für einen Einkauf in der Innenstadt von Menden.

Abbildung 19: Gründe für einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Menden

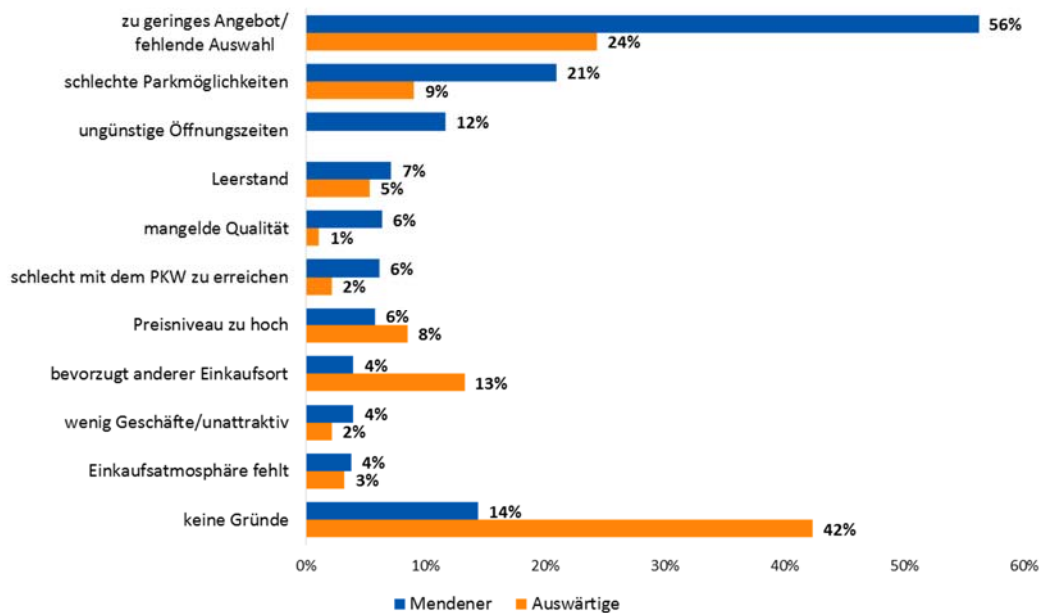


GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 798, alle Befragten, Mehrfachnennungen möglich

Gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Menden spricht – als Pendant zur Frage zuvor – als Hauptgrund für die **Einheimischen** das geringe Angebot bzw. das fehlende Angebot in der Innenstadt (rd. 56 %) (vgl. Abbildung 20). Neben dem Angebot werden auch die schlechten Parkmöglichkeiten (rd. 21 %) und die ungünstigen Öffnungszeiten (rd. 12 %) bemängelt. Auch die auswärtigen Kunden bemängeln das zu geringe Angebot bzw. fehlende Angebot, wobei hier die Befragten deutlich unkritischer sind und der Anteil mit 24 % deutlich niedriger ausfällt. Des Weiteren bevorzugen ca. 13 % der auswärtigen Kunden einen anderen Einkaufsort. Weitere Gründe, die gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Menden sprechen, sind u. a. die Vielzahl an Leerständen (rd. 7 % der Mendener bzw. rd. 5 % der auswärtigen Befragten), eine schlechte PKW-Erreichbarkeit (rd. 6 % bzw. rd. 2 %) sowie ein zu hohes Preisniveau, welches v. a. für auswärtige Kunden

gegen einen Einkauf in der Innenstadt von Menden spricht (ca. 8 %). Für rd. 14 % der Mendener und 42 % der Auswärtigen gibt es keine Gründe, die gegen einen Einkauf in der KernInnenstadt von Menden sprechen.

Abbildung 20: Gründe gegen einen Einkauf in der KernInnenstadt von Menden



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, in % der Befragten, n= 798, alle Befragten, Mehrfachnennungen möglich

4. Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten

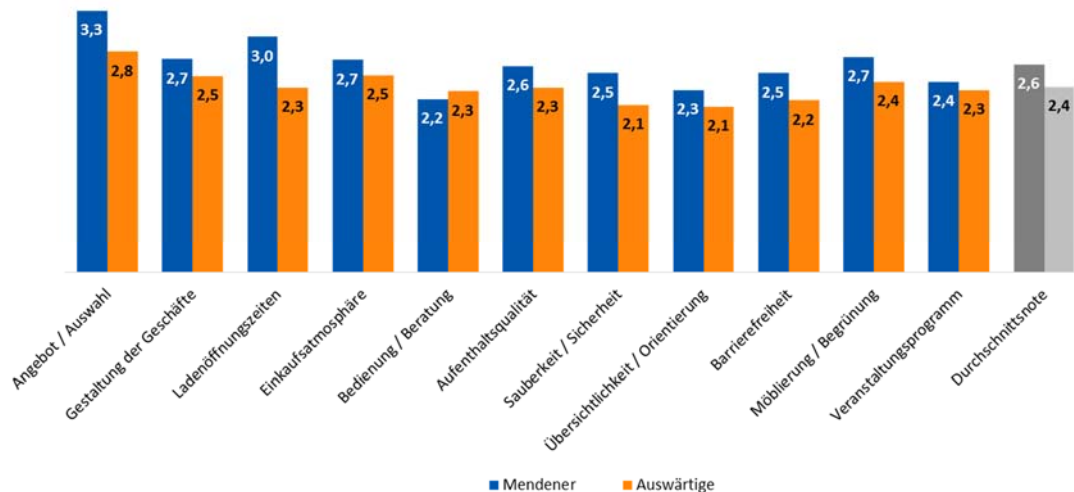
Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurde auch eine Bewertung⁴² der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Menden durchgeführt. Insgesamt werden die Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten von den auswärtigen Befragten deutlich besser bewertet als von den Mendener Bürgern. Während die auswärtigen Haushalte die KernInnenstadt durchschnittlich mit der Note 2,4 bewerten, bewerten die Mendener Haushalte ihre Innenstadt mit einer 2,6. Die bessere Bewertung von Auswärtigen ist nicht ungewöhnlich, da sich Einheimische häufig kritischer mit ihrer eigenen Innenstadt auseinandersetzen.

Besonders kritisch bewerten sowohl die Mendener Bürger als auch die auswärtigen Kunden den Bereich **Angebot / Auswahl** (3,3 / 2,8). Sowohl bei den Mendener Einwohnern als auch bei den Auswärtigen korreliert diese Angabe mit den zuvor abgefragten Gründen gegen einen Einkauf. Hier nannten 56 % der Mendener und 24 % der Auswärtigen das mangelnde Angebot als Grund gegen einen Einkauf (vgl. Abbildung 20). Des Weiteren bemängeln die einheimischen Bürger die Ladenöffnungszeiten (3,0) sowie die **Möblierung / Begrünung**, die **Gestaltung der Geschäfte** und

⁴² Schulnoten von 1-5.

die **Einkaufsatmosphäre** (jeweils 2,7). Die letzten zwei Aspekte werden auch von den auswärtigen Kunden eher kritisch betrachtet (jeweils Durchschnittsnote 2,5), jedoch insgesamt etwas positiver eingeschätzt als von den Mendener Bürgern.

Abbildung 21: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten



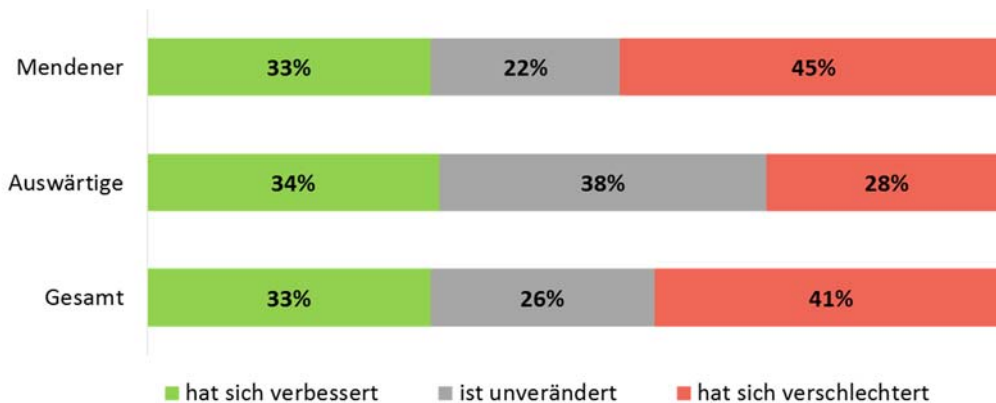
GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, Schulnoten von 1 – 5, alle Befragten

Dagegen werden die Aspekte **Bedienung / Beratung** und **Übersichtlichkeit / Orientierung** von den Einwohnern Mendens sowie den Auswärtigen mit einer durchschnittlichen Note von jeweils 2,2 bzw. 2,3 von den Einheimischen und 2,3 bzw. 2,1 von den Auswärtigen als positiv wahrgenommen.

Die Unterschiede in der Einschätzung der Innenstadt zwischen Einheimischen und Auswärtigen zeigt sich auch in der Bewertung der Entwicklung der Attraktivität der Innenstadt als Einkaufsort. Insgesamt finden rd. 33 % (33 % der Einheimischen bzw. rd. 34 % der Auswärtigen), dass sich die Attraktivität der Innenstadt erhöht hat. Demgegenüber stehen rd. 41 % der Befragten, welche der Ansicht sind, dass sich die Attraktivität verschlechtert hat (davon rd. 45 % der Mendener Bürger und rd. 28 % der Kunden aus dem Umland). Für die restlichen Befragten hat sich die Situation nicht verändert (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22: Entwicklung der Attraktivität der Innenstadt in den letzten 3 – 5 Jahren

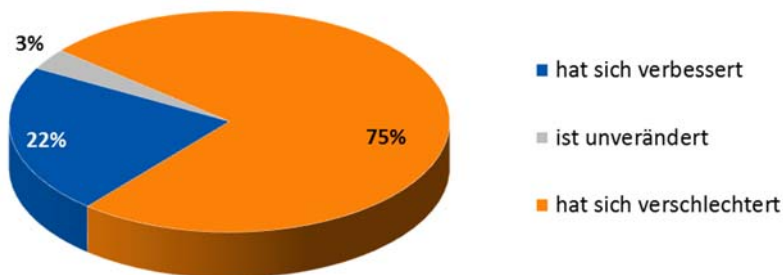
GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 798, alle Befragten



Für die Befragten haben sich dabei v. a. Aspekte wie das Stadtbild / Stadtgestaltung (rd. 98 %) und die Verbesserung der Angebotes (rd. 16 %) positiv entwickelt. Verschlechtert haben sich dagegen nach Ansicht der Befragten die Anzahl der geschlossenen Geschäfte und Leerstände (rd. 65 %) und im Zuge dessen das Angebot sowie die Auswahl (ca. 64 %).

Neben den Haushalten wurden auch die **Einzelhändler** gebeten, die Attraktivität Mendens als Einkaufsort zu bewerten. Hier gaben rd. 75 % der Einzelhändler an, dass sich diese in den letzten 3 - 5 Jahren verschlechtert hat. Rund 22 % sieht eine Erhöhung der Attraktivität des Einkaufsortes. Für rd. 3 % ist diese unverändert geblieben.

Abbildung 23: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Menden als Einkaufsort (Einzelhändler)



GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, in % der Befragten, n= 32, alle Einzelhändler

Als Gründe für eine negative Beurteilung der Entwicklung werden v. a. die Zunahme der Leerstände (rd. 26 %) und die Ungewissheit bezüglich der Auswirkungen des Nordwall-Centers genannt (rd. 19 %). Zudem werden von den Einzelhändlern ebenfalls die schlechten Parkmöglichkeiten und die zu hohen Parkgebühren analog zu den Bürgern von Menden bemängelt (rd. 19 %).

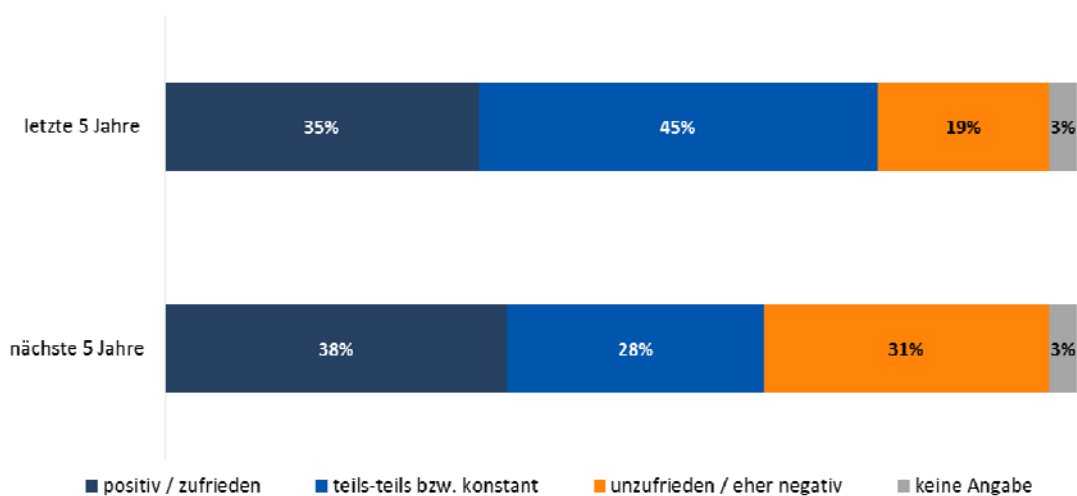
In der genauen Einschätzung der Aspekte, die sich in der Mendener Innenstadt verbessert bzw. verschlechtert haben, sind die Meinungen der Einzelhändler und Bürger sehr ähnlich. Auch der Großteil der befragten Einzelhändler findet, dass sich v. a. das Stadtbild verbessert hat (rd. 50 %).

Dagegen werden auch von den Einzelhändlern die zunehmenden Leerstände und Schließungen in der Innenstadt kritisiert (rd. 26 % der Nennungen).

Obwohl die Einzelhändler eine Verschlechterung der Attraktivität Mendens als Einkaufsort feststellen, haben sie in Bezug auf ihre eigene **Geschäftsentwicklung der letzten 5 Jahre** vergleichsweise positive Angaben gemacht. Rund 35 % der Einzelhändler sind mit der Geschäftsentwicklung zufrieden und rd. 45 % sind weder zufrieden noch unzufrieden beziehungsweise sehen diese ihre Entwicklung konstant. Etwa 19 % der befragten Einzelhändler ist mit ihrer Geschäftsentwicklung in der Vergangenheit unzufrieden.

Die Einschätzung der **Geschäftsentwicklung in den nächsten 5 Jahren** stellt sich deutlich polarisierter dar. In Zukunft sehen rd. 38 % der befragten Geschäftsleute eine positive Entwicklung ihres Geschäftes voraus. Im Gegensatz dazu prognostizieren 31 % der befragten Einzelhändler eher eine negative Entwicklung ihrer Geschäfte. Daneben schätzen 28 % der Befragten die weitere Geschäftsentwicklung als konstant ein. Die Tendenz zur Unzufriedenheit ist zwar gestiegen, jedoch sehen für die Zukunft insgesamt etwa zwei Drittel der Befragten keine negativen Entwicklungen voraus.

Abbildung 24: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren

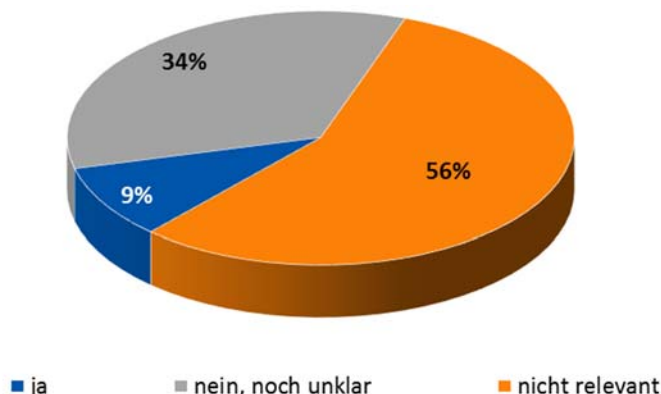


GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, in % der Befragten, n= 32

In Bezug auf das **Investitions- und Standortverhalten** der ortsansässigen Betriebe bleibt festzuhalten, dass 44 % der befragten Händler innerhalb der nächsten fünf Jahre vorhaben betriebliche Veränderungen durchzuführen. Dabei handelt es sich vor allem um Maßnahmen zur Geschäftsmodernisierung und Sortimentsveränderungen.

Trotz der geplanten zukünftigen Investitionen ist die **Altersnachfolge** nur bei rd. 9 % der Betriebe geregelt. Bei rd. 34 % der Geschäfte ist diese Frage noch ungeklärt oder nicht geregelt. Für rd. 56 % ist die Frage nach der Altersnachfolge nicht relevant. (vgl. Abbildung 25).

Abbildung 25: Betriebliche Altersnachfolge

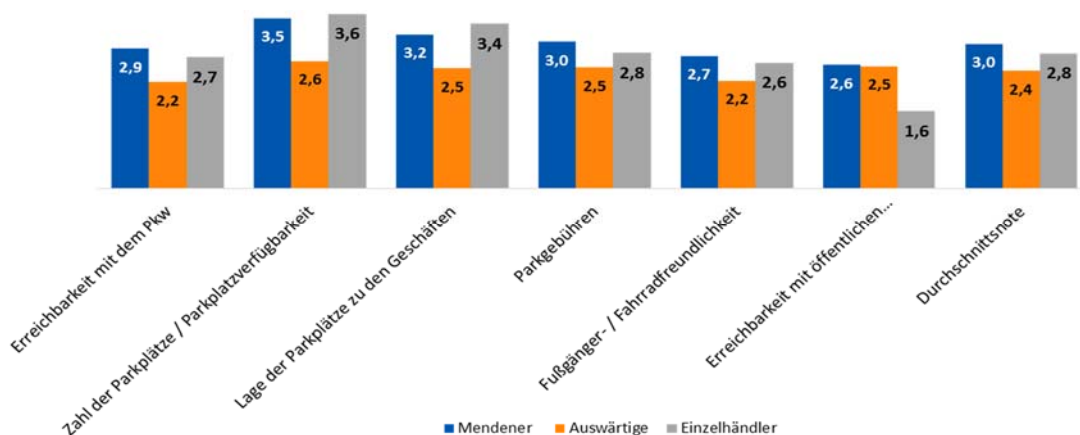


GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 32, in % der Befragten

5. Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation

In Bezug auf die Verkehrs- und Parkplatzsituation wurde ebenfalls eine Bewertung in Schulnoten durchgeführt. Insgesamt lässt sich bei beiden Befragungen eine durchschnittliche Bewertung feststellen. Die Mendener Bürger vergeben dabei eine Durchschnittsnote von 3,0, die Befragten von Außerhalb eine 2,4 und die Mendener Einzelhändler eine 2,8. Insgesamt werden aber auch hier alle Aspekte von den auswärtigen Haushalten besser beurteilt als von den Mendener Bürgern und Einzelhändlern (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation



GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, n= 798, alle Befragten, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 32, alle Befragten; in Noten von 1 – 5

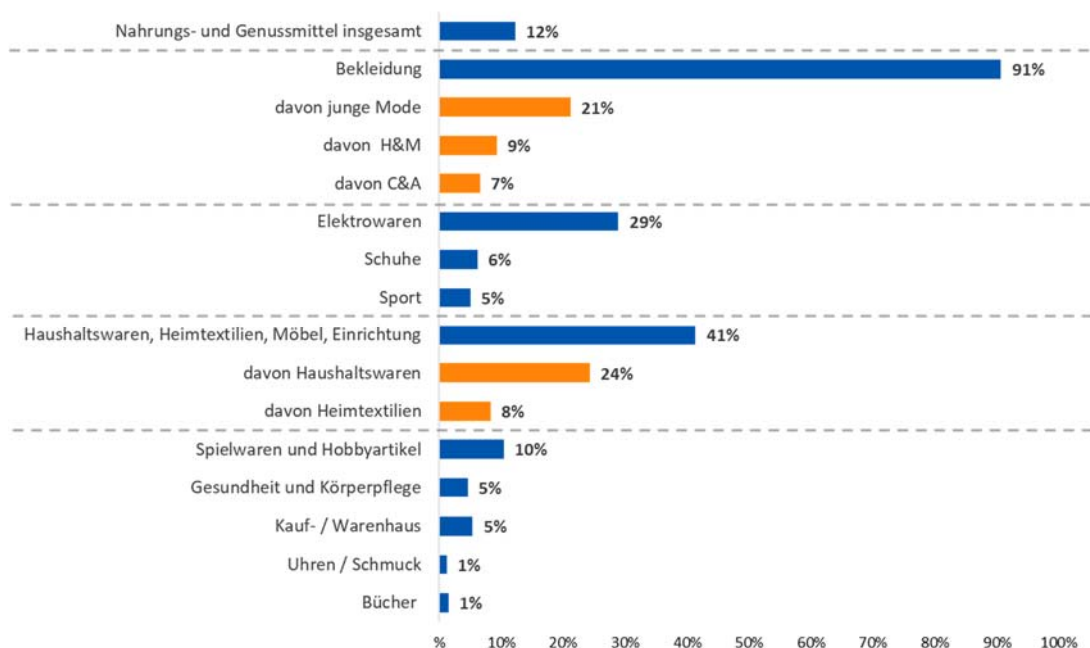
Die Kritik der Einzelhändler fällt indes im Vergleich zu der Haushaltsbefragung besser aus. Die **Erreichbarkeit mit dem ÖPNV** wird in beiden Befragungen am besten bewertet. Dabei vergeben die Einzelhändler eine deutlich bessere Note (1,6) als die Einwohner von Menden (2,6). Zu beachten ist dabei jedoch, dass diese Frage eine vergleichsweise hohe Anzahl an Befragten nicht beantwortet hat. Auffällig negativ benotet wird die **Zahl der Parkplätze / Parkplatzverfügbarkeit**.

Mit einer durchschnittlichen Note von 3,5 von den Bürgern und 3,6 von den Einzelhändlern wird v. a. dieser Aspekt sehr kritisch betrachtet. Auch die **Lage der Parkplätze zu den Geschäften** wird mit der Note 3,5 von den Mendenern Haushalten und mit 3,6 von den Einzelhändlern ebenfalls als nicht befriedigend empfunden. Dies stellt auch im Vergleich mit anderen Kommunen gleicher Größenordnung eine auffallend negative Bewertung dar. Dagegen wird die Stellplatzsituation von den Kunden aus dem Umland weniger negativ eingeschätzt (Note 2,6 bzw. 2,5).

6. Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel

Grundsätzlich sehen die Mendener Bürger und Einzelhändler Verbesserungsbedarf in einigen Bereichen des Einzelhandels der Stadt. Insbesondere dem Sortiment Bekleidung kommt eine wesentliche Bedeutung zu. In diesem Punkt werden v. a. fast allen befragten Haushalten (rd. 91 %) aber auch von zahlreichen Einzelhändlern Verbesserungsvorschläge genannt (vgl. Abbildung 27).

Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel



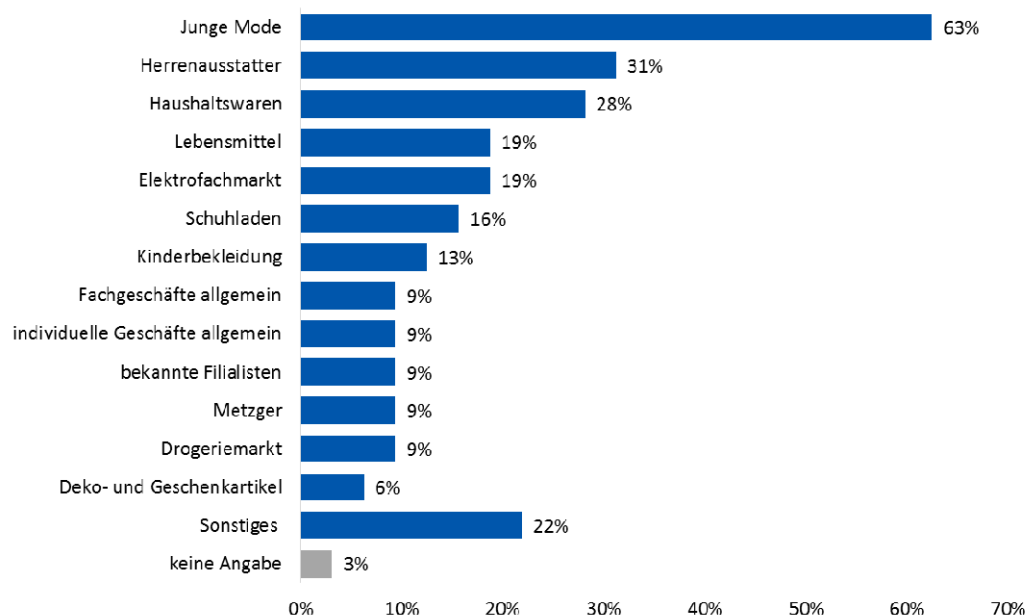
GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 481, Befragte, die Geschäfte / Sortimente vermissen, Mehrfachnennungen möglich

Im Bereich der Bekleidung wird das Angebot an v. a. junger Mode häufig als verbesserungswürdig bewertet. Etwa 21 % der Mendener Einwohner und rd. 63 % der Einzelhändler sehen hier Verbesserungsbedarf. Auffällig ist, dass auch spezielle Anbieter genannt werden. Zum Beispiel wünschen sich rd. 9 % der Haushalte das Bekleidungsgeschäft H&M und rd. 7 % den Filialisten C&A. Die hohe Anzahl an Nennungen direkter Anbieter ist eher ungewöhnlich. Neben der Verbesse-

zung der jungen Mode wünschen sich die Einzelhändler ebenfalls einen weiteren Herrenausstatter in Menden (rd. 31 % der Nennungen). Insgesamt wird deutlich, dass sich sowohl die Bürger als auch Einzelhändler eine Verbesserung des Bekleidungsangebotes wünschen.

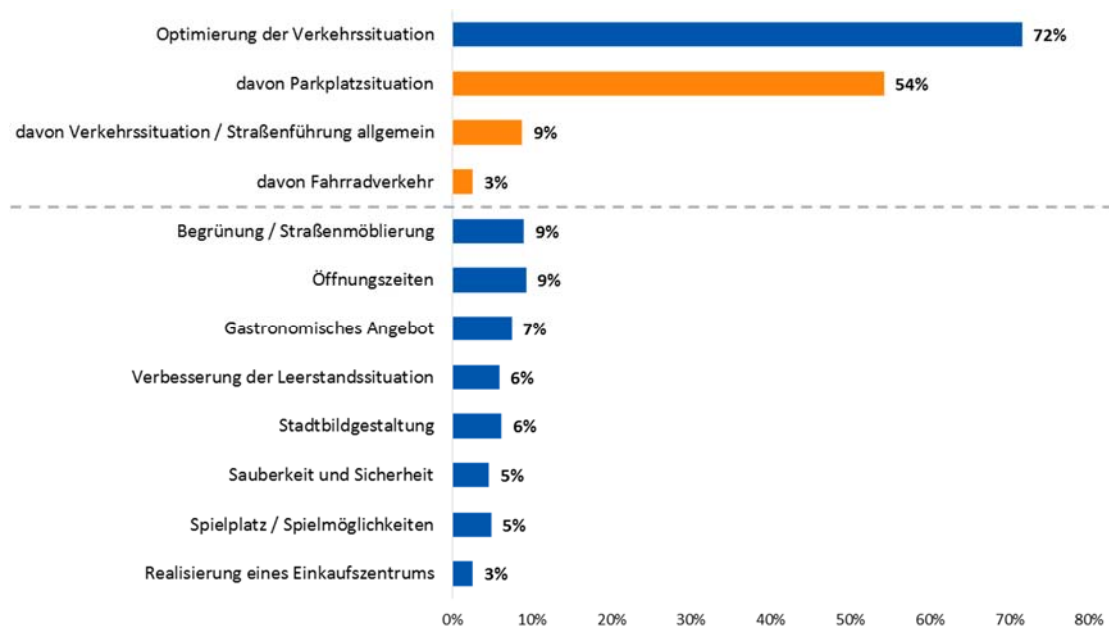
Daneben werden auch weitere Sortimente angeführt sowohl von den Einwohnern als auch den Einzelhändlern. Insbesondere wünschen sich rd. 41 % der befragten Haushalte und rd. 28 % der Einzelhändler eine Verbesserung im Bereich Haushaltswaren, Heimtextilien, Möbel und Einrichtung. Auch das Sortiment Elektrowaren (genannt von ca. 29 % der Einwohner und ca. 19 % der Einzelhändler) wird häufig bei den Verbesserungsvorschlägen für das Einzelhandelsangebot in der Mendener Innenstadt aufgeführt.

Abbildung 28: Verbesserungsvorschläge der Einzelhändler für den Einzelhandel



GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, in % der Befragten, n= 32, alle Einzelhändler, Mehrfachnennungen möglich

Bei den weiteren Verbesserungspotenzialen wurde v. a. die Optimierung der Verkehrssituation genannt. Etwa 72 % der befragten Mendener Bürger sieht hier Entwicklungsbedarf. Davon nannten rd. 54 % explizit die Verbesserung der Parkplatzsituation. Analog dazu wünschen sich auch ca. 44 % der Einzelhändler kostenlose / günstigere Parkplätze. Weitere Aspekte spielen bei den Mendener Bürgern nur eine untergeordnete Rolle. Jeweils ca. 9 % sehen Verbesserungspotenziale bei den Themen Begrünung / Straßenmöblierung sowie Öffnungszeiten. Noch einmal rd. 7 % wünschen sich ein besseres gastronomisches Angebot bzw. eine größere Vielfalt bei den Anbietern. Daneben sehen die Einzelhändler bei Themen wie mehr Events und Veranstaltungen (rd. 19 %), eine bessere Atmosphäre und Stadtgestaltung (rd. 16 %) sowie mehr Sauberkeit und Sicherheit (rd. 16 %) Verbesserungsbedarf.

Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge der Haushalte im Bereich Sonstiges


GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n= 387, Befragte mit weiteren Verbesserungsvorschlägen, Mehrfachnennungen möglich

7. Verbesserungsvorschläge für den eigenen Ortsteil

Neben den Verbesserungsvorschlägen für die Innenstadt wurden die Haushalte in Menden darüber hinaus befragt, welche möglichen Verbesserungen in ihrem eigenen Ortsteil anzustreben wären. In der Gesamtheit gehen die Verbesserungsvorschläge der Befragten auf Ortsteilebene mit den Verbesserungsvorschlägen auf Innenstadtebene einher. Bei den befragten Haushalten wurden insbesondere das zu geringe Angebot bzw. die fehlende Auswahl sowie die Parkplatzsituation kritisiert. Auch auf Ortsteilebene waren dies häufige Nennungen und Themen, welche die Einwohner gerne verbessern würden.

Für Lendringsen-Mitte wünschen sich rd. 42 % der antwortenden Lendringser eine Verbesserung im Stadtbild. Auch eine Verbesserung im Bereich Parkplatz- / Verkehrssituation wird von rd. 47 % genannt. Etwa 29 % wünschen sich allgemein mehr Einkaufsmöglichkeiten in ihrem Ortsteil. Jeweils ca. 11 % der Befragten sehen Verbesserungsbedarf bei den Themen wie Lebensmittel- und Gastronomieangebot.

In Menden-Mitte sehen ebenfalls ca. 48 % der auf diese Frage antwortenden Personen aus dem Ortsteil Verbesserungspotenzial im Bereich Parkplatz- / Verkehrssituation. Ebenfalls wünschen sich jeweils rd. 23 % allgemein mehr Einkaufsmöglichkeiten sowie eine Verbesserung der Sauberkeit / Sicherheit. Für jeweils ca. 10 % der befragten Einwohner von Menden-Mitte spielt die Verbesserung des Lebensmittelangebotes und des Stadtbildes eine Rolle.

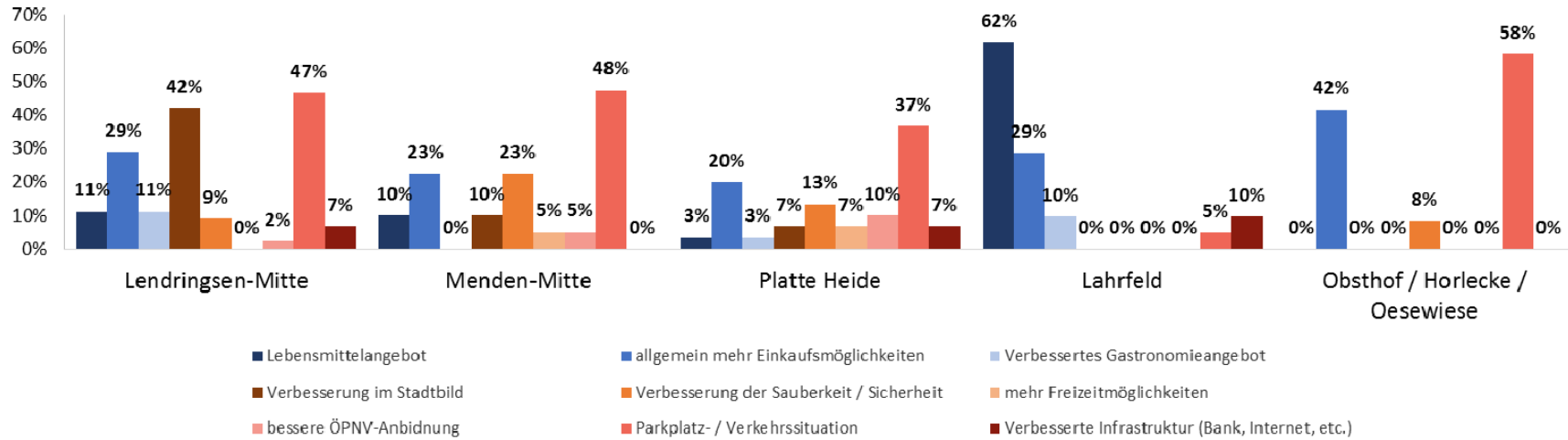
Die Befragten im Ortsteil Platte Heide wünschen sich ebenfalls eine Optimierung der Verkehrssituation. Hier machten rd. 37 % Verbesserungsvorschläge für die Parkplatz- / Verkehrssituation. Des Weiteren werden von rd. 20 % der Einwohner mehr Einkaufsmöglichkeiten gewünscht. Zusätzlich dazu wünschen sich rd. 13 % eine Verbesserung der Sauberkeit und Sicherheit und noch einmal ca. 10 % eine Verbesserung der ÖPNV-Verbindung.

Im Ortsteil Lahrfeld wird von ca. 62 % der befragten Einwohner die Verbesserung des Lebensmittelangebots gewünscht, v. a. da dieser Ortsteil über keinen eigenen Lebensmittelmarkt mehr verfügt. Des Weiteren wünschen sich rd. 29 % allgemein mehr Einkaufsmöglichkeiten in Lahrfeld. Jeweils ca. 10 % der Befragten Lahrfelder Einwohner finden ein verbessertes Gastronomieangebot sowie eine verbesserte Infrastruktur wünschenswert. Die anderen Aspekte spielen in diesem Ortsteil eine untergeordnete Rolle.

In den Ortsteilen Obsthof / Horlecke / Oesewiese werden v. a. die Themen Verbesserung der Parkplatz- / Verkehrssituation (rd. 58 %) und mehr Einkaufsmöglichkeiten (rd. 42 %) angesprochen. Etwa 8 % der Befragten wünschen sich eine Verbesserung der Sauberkeit / Sicherheit. Anderen Themen werden ansonsten von den Befragten mit Verbesserungsvorschlägen für den Ortsteil nicht genannt.

Die folgende Abbildung 30 zeigt zusammengefasst die Ergebnisse der Verbesserungsvorschläge für den eigenen Ortsteil für die Ortsteile, bei denen zehn oder mehr Angaben gemacht wurden. Für Ortsteile mit weniger als zehn Angaben wird aufgrund der geringen Aussagekraft auf eine detaillierte Darstellung der Befragungsergebnisse verzichtet.

Abbildung 30: Verbesserungsvorschläge auf Ebene der Ortsteile (ab zehn Nennungen)

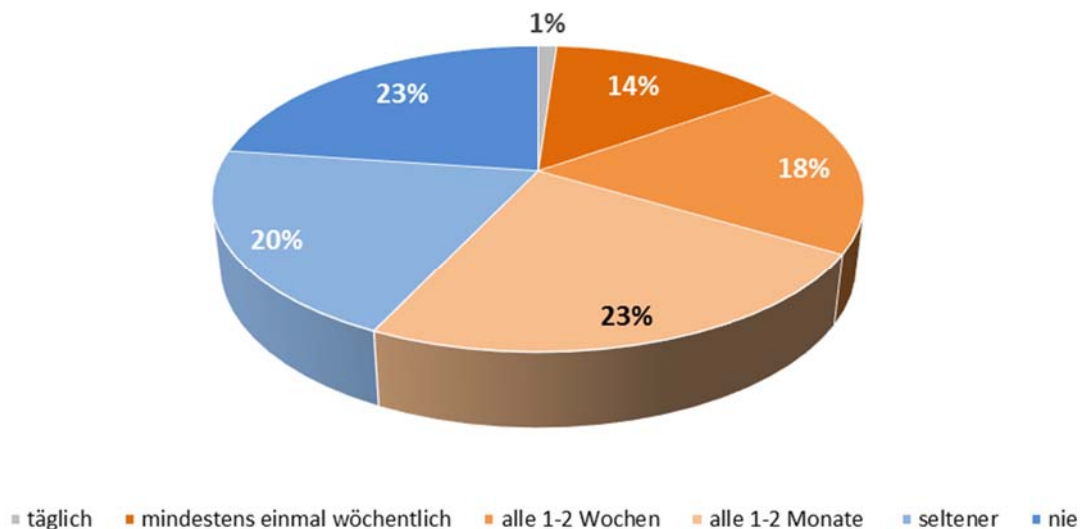


GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, in % der Befragten, n Lendringsen-Mitte = 45, n Menden-Mitte = 40, n Platte Heide = 30, n Lahrfeld = 21, n Obsthof / Horlecke / Oesewiese = 12; Merfnennungen möglich

8. Onlinehandel

Neben der Einkaufshäufigkeit im stationären Handel in Menden wurden die **Haushalte** auch nach der Häufigkeit des Onlineeinkaufs befragt (vgl. Abbildung 31). Hierbei ist festzuhalten, dass rd. 14 % der befragten Mendener angeben, mindestens einmal wöchentlich bzw. häufiger online einzukaufen. Etwa 23 % geben an, alle 1 – 2 Monate Waren online einzukaufen. Dieser Wert korreliert mit den Angaben zur Einkaufsorientierung der Mendener Bürger (vgl. Kapitel 2). Dort ist festzustellen, dass die befragten Mendener relativ selten Waren des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs online einkaufen. Insbesondere die online-affinen Sortimente Bekleidung und Schuhe werden von den Einwohnern v. a. stationär erworben. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die befragten Mendener Bürger weniger online-affin sind, als es in anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung und Einzelhandelsausstattung der Fall ist.

Abbildung 31: Häufigkeit des Onlineeinkaufs



GMA-Online- und Telefonbefragung 2017, n = 539

Auch die Einzelhändler wurden hinsichtlich ihres Umgangs mit dem Internet befragt. Auf die Frage, ob diese über einen Internetauftritt verfügen, gaben rd. 41 % der befragten **Einzelhändler** an, dass sie über eine eigene Homepage verfügen. Etwa 28 % der Einzelhändler in Menden besitzen eine zentrale Homepage im Verbund mit anderen Filialen und rd. 50 % haben einen eigenen Social Media Auftritt. Von den Einzelhändlern die über einen Internetauftritt verfügen bieten alle allgemeine Informationen über den Betrieb an, rd. 85 % präsentieren Produkte / Sortimente, rd. 89 % geben Informationen über aktuelle Angebote / Aktionen und ca. 30 % besitzt einen eigenen Onlineshop. Grundsätzlich ist hiermit für die Einzelhändler in Menden eine relativ gute Onlinepräsenz festzuhalten, wobei der Informationsgehalt und die Aktualität der Auftritte stark variieren.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Menden

1. Bevölkerungsprognose und Kaufkraftentwicklung

Für den Zeitraum zwischen 2007 und 2017 ist wie in Kapitel I., 6 dargestellt für die Stadt Menden ein Bevölkerungsrückgang von etwa - 5 – 6 % zu verzeichnen. Auch bis zum **Jahr 2025** ist für die Stadt Menden von einem Bevölkerungsrückgang im Stadtgebiet auszugehen⁴³. Die Bevölkerungsprognose für den Märkischen Kreis geht dabei zwischen 2017 und 2025 von Bevölkerungsrückgängen um rd. - 7 – 8 %⁴⁴ aus.

In Bezug auf die Prognose der Kaufkraftentwicklung ist anzumerken, dass es durch den Onlinehandel bzw. dessen Entwicklung keine Korrelation zwischen Pro-Kopf-Ausgaben und Verkaufsflächenentwicklung gibt. Daher können aus der Prognose der zu erwartenden Kaufkraft keine konkreten Rückschlüsse für eventuelle Potenziale oder Verkaufsflächenbedarfe abgeleitet werden. In diesem Zusammenhang wird auf eine Prognose der Kaufkraft in Bezug auf die Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Menden verzichtet.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

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

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohnerprognose für die Stadt Menden und der generellen Entwicklungstrends (inkl. Online-Handel) und der überörtlichen Wettbewerbssituation die in nachfolgender Übersicht 6 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

⁴³ Quelle: IT NRW, Gemeindemodellrechnung 2014 – 2040.

⁴⁴ Quelle: IT NRW, Bevölkerungsprognose kreisfreie Städte und Kreise 2014 – 2040.

Übersicht 6: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitativ insgesamt leicht überdurchschnittliche Ausstattung; im Stadtgebiet von Menden sind eine Vielzahl von Lebensmitteldiscounter, Supermärkten und SB-Warenhäusern ansässig. ▪ Insgesamt herrscht damit ein relativ ausgewogenes Verhältnis der Betriebstypen, wobei die SB-Warenhäuser einen großen Anteil an der Verkaufsflächenausstattung ausmachen und nur bedingt zur Nahversorgung beitragen. Zudem befinden sich einzelne Anbieter wie bspw. das SB-Warenhaus real und die Märkte am Standortbereich Holzener Straße-Nord in dezentraler Lage. ▪ Einzelne Anbieter verfügen über geringe Verkaufsflächengrößen und sind z. T. nicht mehr zeitgemäß aufgestellt. 	<p>Gegebenenfalls Ergänzung mit weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Spezialgeschäften (z. B. Feinkost, Käse), schwerpunktmäßig in der Innenstadt von Menden. Zudem sind Ansiedlungen in städtebaulich integrierten Lagen denkbar sowie Modernisierungen bestehender Anbieter zu empfehlen (v. a. Markant, Am Papenbusch; Aldi und Rewe, Heinrich-Böll-Straße; Netto, Iserlohner Landstraße). Keine Neuansiedlungen im nahversorgungsrelevanten Bereich an dezentralen Standortlagen, um vor dem Hintergrund der künftigen Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie der ausgeprägten Angebotsituation die integrierten Lagen zu schützen. Insgesamt besteht vor dem Hintergrund des guten Besatzes und der guten räumlichen Verteilung derzeit kein dringender Handlungsbedarf im Bereich Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten.</p>
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell sind drei Drogeriefachmärkte im Stadtgebiet ansässig, davon zwei Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und ein Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Lendringsen. ▪ Im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sind darüber hinaus zwei Parfümerien vorhanden, sowie in den einzelnen Ortsteilen verschiedene Apotheken in überwiegend integrierter Lage. Insgesamt ist damit in Menden eine grundsätzlich gute Ausstattung im Bereich Gesundheit / Körperpflege festzuhalten. ▪ Wegfall von Schlecker und Ihr Platz konnte weitestgehend qualitativ durch die vorhandenen Drogeriefachmärkte und die Randsortimente der Lebensmittelbetriebe (v. a. der SB-Warenhäuser) kompensiert werden; grundsätzlich ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Anbieter Schlecker und Ihr Platz auch in kleineren Ortsteilkernen wie bspw. Platte Heide oder auch im Nebenzentrum Lendringsen ansässig war. 	<p>Aufgrund der insgesamt guten Ausstattung besteht im Bereich Gesundheit, Körperpflege kein wesentlicher Handlungsbedarf. Priorität hat die Sicherung der bestehenden Anbieter an den aktuellen Standorten, ohne Ansiedlungen in dezentralen Lagen zuzulassen.</p>
Blumen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gute quantitative Ausstattung bei Blumen und ausreichende Ausstattung im zoologischen Bedarf. ▪ Im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen sind mehrere Fachgeschäfte vorhanden, diese liegen schwerpunktmäßig innerhalb der integrierten Lagen. Das Angebot im zoologischen Bedarf wird durch einen 	<p>Bei Schnittblumen / Zimmerpflanzen kein wesentlicher Handlungsbedarf; im zoologischen Bedarf ist eine Angebotserweiterung vorstellbar.</p>

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<p>großen Zoofachmarkt in dezentraler Lagen sowie zwei kleinteilige Anbieter bestimmt.</p>	
<p>Bücher, Schreib- und Spielwaren</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insgesamt ist ein ausreichendes Angebot im Bereich Zeitungen / Zeitschriften, Schreibwaren und Büchern in Menden vorhanden; Zeitschriften und Bücher wird durch die Buchhandlung Daub sowie Weltbild im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie durch verschiedene Kioske, die sich auf das gesamte Stadtgebiet verteilen, angeboten. ▪ Schreibwaren werden v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie im Nebenzentrum Lendringsen angeboten, darüber hinaus gibt es einen wesentlichen Anbieter von Bürobedarf in Streulage. Im Sortiment Spielwaren sind derzeit nur wenige kleinteilige Anbieter in Menden vorhanden, das Angebot wird daneben zudem durch die Randsortimente der SB-Warenhäuser real und Kaufland zur Verfügung gestellt. 	<p>Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich, insbesondere bei Spielwaren wäre eine Ansiedlung eines wesentlichen Spielwarenanbieters in der Mendener Innenstadt wünschenswert. Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.</p>
<p>Bekleidung, Schuhe, Sport</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitativ insgesamt gute Verkaufsflächenausstattung mit bestehenden Entwicklungspotenzialen. ▪ Der höchste Besitz im Sortiment Bekleidung ist im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt vorhanden, wobei auch in Lendringsen mit dem Modehaus Kress ein großflächiger Anbieter im Nebenzentrum ansässig ist; daneben auch verschiedene fachmarktorientierte Angebote in dezentralen Lagen (Holzener Straße-Nord). ▪ Im Bereich Schuhe verfügt Menden über eine überdurchschnittliche Ausstattung; das Sortiment Schuhe wird ebenfalls mehrheitlich im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt angeboten, wenngleich auch ein dezentral gelegener Anbieter vorhanden sind (Deichmann, Holzener Straße). ▪ Das Sortiment Sport ist nur durch die Anbieter Intersport Hesse und Magic Mount in der Innenstadt in Menden vertreten. 	<p>Sicherung, Stärkung und Erweiterung des Angebotes im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Menden. Ansiedlungen sind v. a. im Bereich Bekleidung (v. a. junge Mode) und evtl. Sport wünschenswert. Hier sollte v. a. die Reaktivierung der vorhandenen Leerstände im Hauptgeschäftsbereich sowie die Nachnutzung des leerstehenden Dieler Kaufhauses bzw. die Ansiedlung von Einzelhandel auf den dortigen Flächen im Vordergrund stehen. Keine weitere Ansiedlung von Fachmärkten mit diesem innerstädtischen (Leit-)Sortiment in dezentralen Standortlagen.</p>
<p>Elektrowaren, Medien, Foto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung. ▪ Als wesentliche Anbieter sind Euronics Brumberg im Ortsteil Obsthof / Horlecke / Oesewiese sowie Radio Neuhaus GmbH im zentralen Versor- 	<p>Angebotsergänzung bzw. Neuansiedlung im Bereich Elektrowaren sind in der Stadt Menden grundsätzlich wünschenswert und darstellbar, eine Lenkung der Ansiedlung eines großflächigen Anbieters ist auf die Innenstadt von Menden anzustreben. Keine Ansiedlung von großflächigen An-</p>

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<p>gungsbereich Innenstadt zu nennen, darüber hinaus gibt es verschiedene kleinteilige Anbieter (v. a. Handy-Shops, Fachgeschäfte mit Haushaltsgeräten) im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, in Nebenzentrum Lendringsen und vereinzelt in sonstigen integrierten Lagen in den Ortsteilen Lendringsen, Halingen und Landwehr. Darüber hinaus ist am Standortbereich Holzener Straße-Nord ein Anbieter im Bereich Elektromedien vorhanden.</p>	<p>biern mit diesem zentrenrelevanten Sortiment außerhalb der Innenstadt. Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.</p>
<p>Hausrat, Einrichtung, Möbel</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung in dieser Warengruppe, wobei verschiedene kleinteilige Anbieter im Bereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind. ▪ Darüber hinaus bestehen auch größere Anbieter (bspw. Herbrügger, Bauking, Hellweg) in dezentraler Lage, die in erheblichem Umfang ebenfalls zentrenrelevante Randsortimente in dieser Warengruppe führen. Das Angebot von Möbeln wird derzeit ausschließlich über die Anbieter Lesser Polstermöbel, Elements, BettenMax und Dänisches Bettenlager sowie verschiedene Matratzenfachmärkte und kleinteilige Fachgeschäfte geführt. 	<p>Die Ansiedlung eines Möbelanbieters (z. B. SB-Markt, Möbeldiscounter) wäre für Menden wünschenswert, ist jedoch vor dem Hintergrund der starken Wettbewerbssituation in den Umlandkommunen voraussichtlich nur schwer realisierbar. Hier wäre die Prüfung geeigneter Betriebskonzepte mit vergleichsweise geringer Fläche anzustreben. Auch in den Sortimenten Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sowie Heimtextilien sind insgesamt noch Ergänzungen möglich, wobei mögliche Anbieter in die zentralen Versorgungsbereiche und hier v. a. in die Innenstadt zu lenken sind. Daneben kann auch die Ansiedlung eines Möbelhauses durch dessen Randsortimente zu einer Ergänzung des Angebots in diesem beitragen.</p>
<p>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In diesem Sortimentsbereich besteht durch die Anbieter Herbrügger, Hellweg sowie Bauking eine überdurchschnittliche Flächenausstattung, darüber hinaus ergänzen zahlreiche Fliesenanbieter, die Baumschule Schotenröhr sowie diverse Spezialanbieter das Angebot. 	<p>Kein wesentlicher Handlungsbedarf; ggf. Ergänzung um weitere Fach- und Spezialanbieter möglich (z. B. Gartenmarkt, Fachanbieter für Heimdecor, Holz o. ä.).</p>
<p>Optik, Uhren / Schmuck</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quantitativ und qualitativ gute Ausstattung mit einer lageangemessenen räumlichen Verteilung mit Schwerpunkt auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. 	<p>Kein Handlungsbedarf.</p>
<p>sonstige Sortimente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hier ist v. a. auf die vorhandenen Fachgeschäfte für Autozubehör, Fahrräder und Campingartikel sowie auf die verschiedenen vorhandenen Sonderpostenmärkte und Nonfooddiscounter hinzuweisen. 	<p>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.</p>

GMA-Empfehlungen 2018

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

V. Einzelhandelskonzept Menden

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Menden 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 Menden

- Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
- Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- Modernisierung und Weiterentwicklung bestehender Angebotsstrukturen

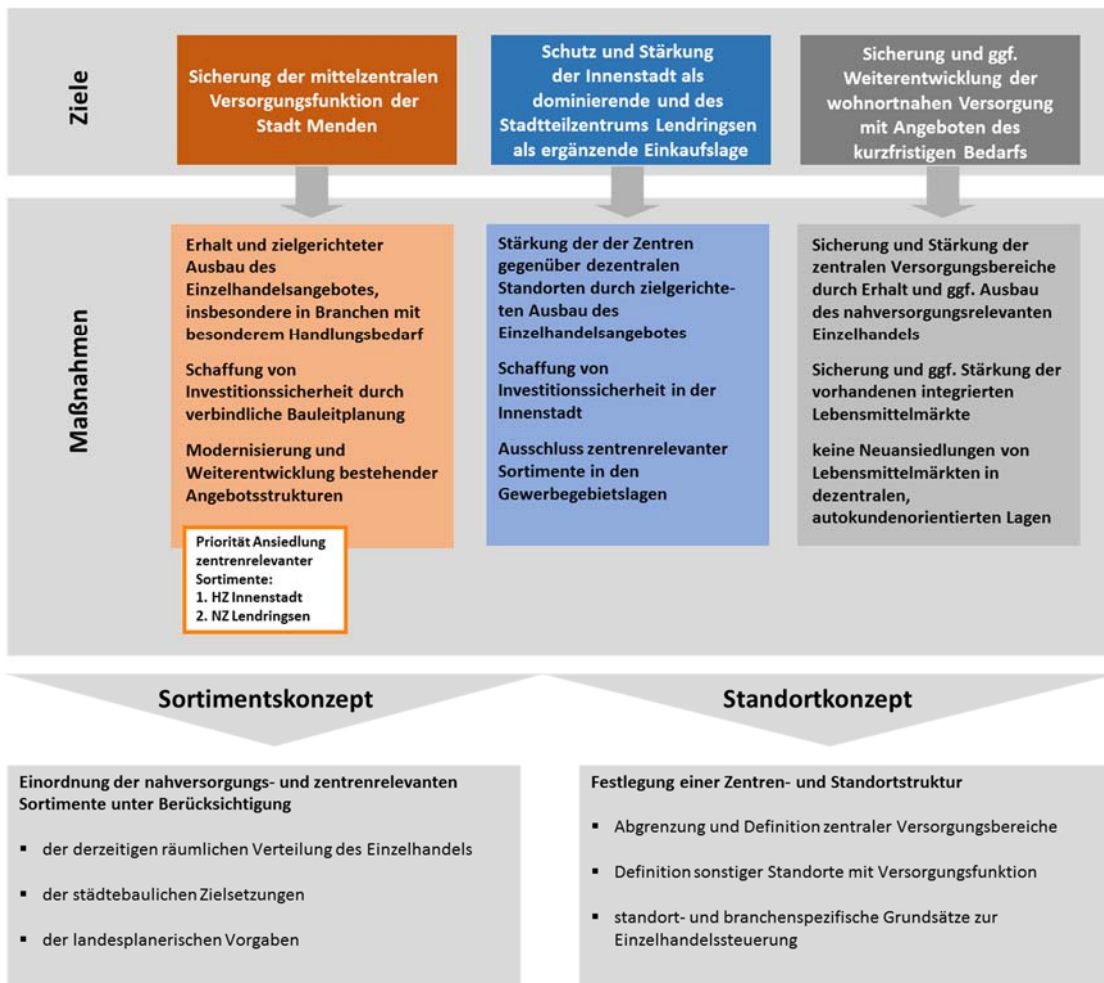
/// Schutz und Stärkung der Innenstadt als dominierende Einkaufslage und des Stadtteilzentrums Lendringsen als ergänzende Einkaufslage

- Stärkung der Zentren gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
- Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt
- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in dezentralen Lagen

/// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs

- Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
- Sicherung und ggf. Stärkung der vorhandenen integrierten Lebensmittelmärkte
- Vermeidung von Neuansiedlungen von Lebensmittelmärkten in dezentralen Lagen.

Abbildung 32: Ziele des Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2018

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 32):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 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.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen 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 + Kruse⁴⁵ 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)

⁴⁵ Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
 - Uhren, Schmuck
 - Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
 - 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 7: 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

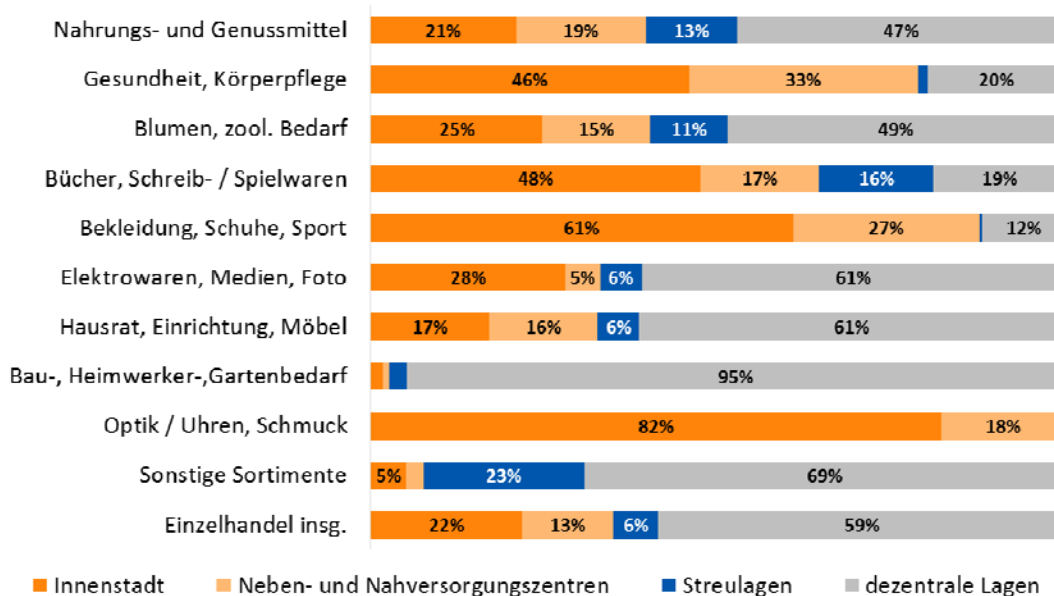
Als erstes Bewertungskriterium ist die aktuelle **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die stadtpolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Menden 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 Zentrentauglichkeit 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 33: Verteilung der Sortimente in der Stadt Menden nach Lagekategorien*



* Einordnung der Standortlagen gem. Einzelhandelskonzept für die Stadt Menden (Sauerland), 2007
GMA-Erhebung 2017

2.3 Mendener Sortimentsliste

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Menden dar. Die einzelnen Sortimente wurden gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung der

konkreten örtlichen Gegebenheiten in Menden den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Anhang Kapitel VI).

Die Aktualisierung der Sortimentsliste der Stadt Menden berücksichtigt die Sortimentszuordnungen der Liste des Jahres 2012, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotsituation in Menden, 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 Menden 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 8: Mendener Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> - <u>pharmazeutische Artikel</u> - <u>Papier-/ Schreibwaren</u>, Schulbedarf - Sanitätswaren, <u>medizinische, orthopädische Artikel</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) - Campingartikel (ohne Großgeräte) - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, <u>Korbwaren</u> - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Badtextilien - <u>Uhren, Schmuck</u> - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)</u> - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und -zubehör - Möbel, Antiquitäten (inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Bettdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen (Großgeräte wie z. B. gewerbliche Aktenvernichter, Multifunktionsdrucker) - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Fahrräder / Zubehör (ohne Bekleidung) - Angelbedarf, Jagdbedarf, Reitsportartikel - Auto- / Motorradzubehör, Motorradbekleidung - Kinderwagen, Autokindersitze - Erotikartikel
<p>Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nahrungs-/ 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, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Mendener Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Einzelhandelskonzept von 2007 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- /// Die Mendener Sortimentsliste 2007 weist Bürobedarf, Organisationsartikel (mit überwiegend gewerblicher Ausrichtung) als nicht zentren- bzw. nahversorgungsrelevantes Einzelhandelssortiment aus. Abweichend von der bisherigen Zuordnung wird nun die Zuordnung der gesamten Warengruppe Bürobedarf zu den zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Dies geschieht auf Grundlage der im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in Anhang 1 festgelegten Zentrenrelevanz dieses Sortimentes.
- /// Bei dem Sortiment Babyartikel, welches in der Mendener Sortimentsliste von 2007 als nicht zentren- bzw. nahversorgungsrelevantes Einzelhandelssortiment eingestuft wurde, wird zukünftig die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment empfohlen. Seit Wegfall der in Menden vorhandenen großflächigen Anbieter befindet sich die Mehrheit der kleinteiligen Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen. Entsprechend wird hier eine Zuordnung zu den zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen.
- /// In der Mendener Sortimentsliste 2007 werden Leuchten, Lampen als zentren- bzw. nahversorgungsrelevante Einzelhandelssortimente eingestuft. Zukünftig wird für diese aufgrund des Fehlens von Anbietern in zentralen Versorgungsbereichen die Einstufung des Sortimentes als nicht zentrenrelevant empfohlen, da der einzige wesentliche Anbieter in dezentraler Lage im Gewerbegebiet Holzener Straße-Nord ansässig ist.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. 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 wird zunächst kurz die Funktion 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 Versorgungsbereiche⁴⁶:

- /// **§ 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, welcher durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB diesem einen erheblichen Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. 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:

⁴⁶ vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- /// Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus⁴⁷: „ ... 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 es⁴⁸: „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“ (BVerwGE 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 15.02.2012⁴⁹ 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

⁴⁷ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07.

⁴⁸ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.

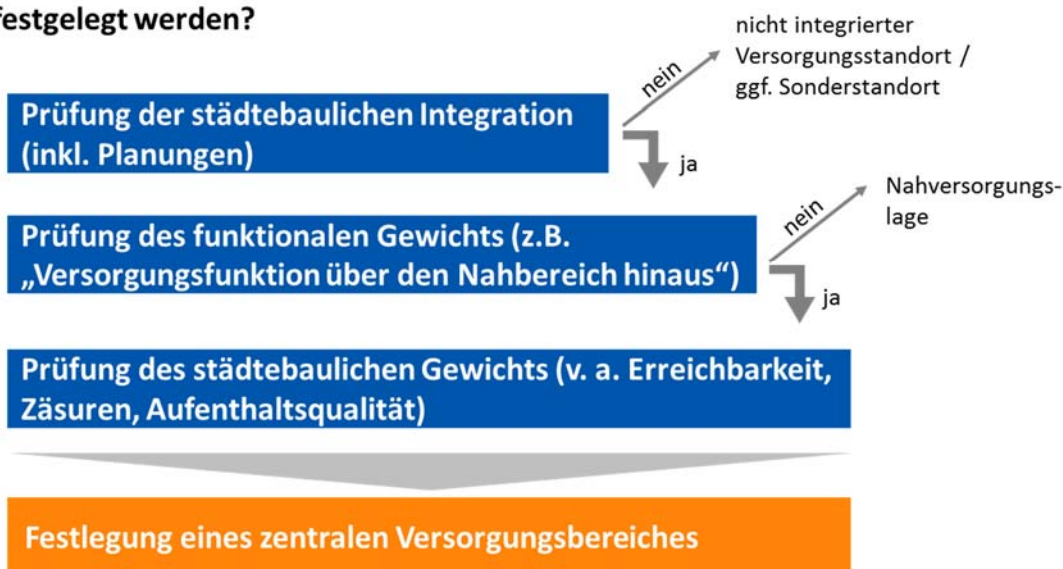
⁴⁹ vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

„über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009⁵⁰ 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 hat⁵¹. 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 bemisst⁵².

Abbildung 34: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Kann eine Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich festgelegt werden?



GMA-Zusammenstellung 2018

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich 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 Versorgungsbereichs 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**

⁵⁰ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁵¹ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

⁵² 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 im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB somit ein schützenswerter Bereich, der sich insbesondere aus

- /// planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen⁵³

ergibt.

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵⁴ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁵⁵

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.

3.2 Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

3.2.1 Kriterien

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)

⁵³ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁵⁴ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁵⁵ 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)
- /// Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Menden zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail folgender Abbildung zu entnehmen und werden im Folgenden erläutert und operationalisiert.

Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen	
Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
<ul style="list-style-type: none"> /// 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 	<ul style="list-style-type: none"> /// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// Pkw-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)

GMA-Zusammenstellung 2018

3.3 Zentren- und Standortstruktur Menden

Unter Berücksichtigung der Kriterien wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt (vgl. Abbildung 36):

- /// Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Menden** übernimmt gesamtstädtische und z. T. regionale Versorgungsfunktionen. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik bzw. einer gezielten Einzelhandelsentwicklung sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (über 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment auf das Hauptzentrum gelenkt werden.

- Demgegenüber ist das **Nebenzentrum Lendringsen** im Wesentlichen auf die Versorgung der Bevölkerung in den Ortsteilen im südlichen Siedlungsgebiet Mendens (Lendringsen-Mitte, Hüingsen, Oberrödinghausen, Böingsen, Asbeck, Lürbke, Berkenhofskamp) ausgerichtet. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im kurzfristigen Bedarfsbereich, welcher durch die Anbieter (Lidl, Rewe, Aldi, dm) im Nordwesten des Zentrums eine maßgebliche Rolle für die Belebung des Zentrums spielt. Ein weiterer Angebotsschwerpunkt liegt im mittelfristigen Bedarfsbereich bzw. im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport, der durch den großflächigen Anbieter Modehaus Kress geprägt wird und z. T. eine regionale Ausstrahlung besitzt. Ergänzt wird das Angebot durch zahlreiche Betriebe mit weiteren zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.
- In den Ortsteilen **Am Papenbusch** und **Platte Heide** werden **Nahversorgungslagen** als integrierte Ergänzungsstandorte für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ausgewiesen. Sie weisen einen Bezug zu Wohngebietslagen auf und dienen i. d. R. der fußläufigen, wohnortnahen Nahversorgung der dort lebenden Einwohner. Die Nahversorgungslagen Am Papenbusch und Platte Heide wurden im Einzelhandelskonzept 2007 als Nahversorgungszentren ausgewiesen. Auf Basis der derzeitigen Rechtsprechung und insbesondere aufgrund der fehlenden Versorgung der Standorte über ihren unmittelbaren Nahbereich hinaus können beide Bereiche nunmehr nicht weiter als zentrale Versorgungsbereiche eingestuft werden (vgl. auch Abbildung 34):
 - Der Bereich ehem. Grund- und Nahversorgungszentrum Am Papenbusch kann auf Basis der faktischen Prägung nicht weiter als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Zwar weist die Lage mit dem Anbieter Markant einen größeren Lebensmittelmarkt auf, jedoch verfügt der Bereich neben der vorhandenen Bäckerei über keine ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen sowie über sonstige Komplementärnutzungen. Aufgrund der städtebaulichen Situation und der baulichen Struktur fehlt es zudem an urbaner Dichte und an Zentrencharakter. Da die Realisierung von Ansiedlungsvorhaben auf den im Konzept von 2007 ausgewiesenen Potenzialflächen nicht stattfand, wird zukünftig die Ausweisung als **Nahversorgungslage Am Papenbusch** empfohlen.⁵⁶
 - Im Ortskern des Ortsteils Platte Heide ist vor dem Hintergrund der vorhandenen Angebotsstruktur aus ausschließlich kleinteiligen Anbietern ebenfalls nicht mehr

⁵⁶ Anders als bei den zentralen Versorgungsbereichen erfolgt die Abgrenzung der Nahversorgungslagen schematisch und nicht parzellenscharf.

ein zentraler Versorgungsbereich erkennbar. Zwar verfügt die Lage mit dem Anbieter Ihr Frischemarkt⁵⁷ über einen kleinflächigen Lebensmittelanbieter, jedoch kann dieser nicht als Magnetbetrieb gesehen werden, welcher die Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gewährleistet. Daneben sind auch die am Standort vorhandenen ergänzenden kleinteiligen Einzelhandels- sowie Komplementärnutzungen nicht ausreichend, um dem Bereich eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zuzuschreiben. Durch den geringen Besatz an Nutzungen insgesamt bzw. dem stark lückenhaften Besatz entlang der Straßen im Zentrum fehlt auch diesem Bereich eine ausreichende Dichte und entsprechend an Zentrencharakter. Somit wird für das ehem. Grund- und Nahversorgungszentrum Platte Heide die Ausweisung als **Nahversorgungslage Platte Heide** empfohlen.⁵⁸

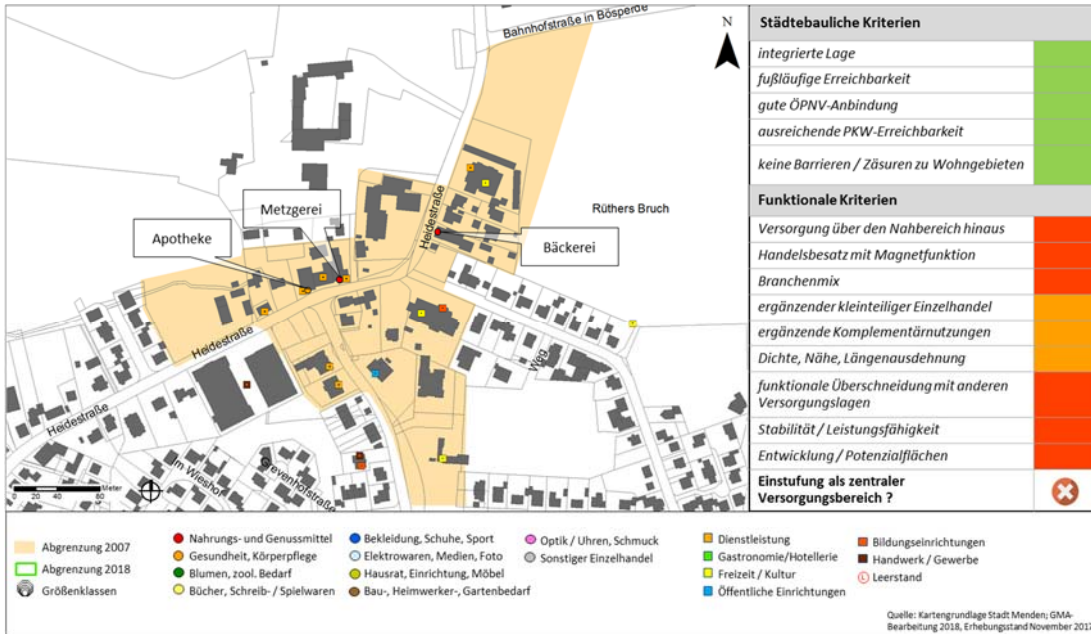
■ In den Ortsteilen **Bösperde** und **Lahrfeld** wurden im Einzelhandelskonzept 2007 weitere **Grund- und Nahversorgungszentren ausgewiesen**. Aufgrund der derzeitigen Rechtsprechung, der fehlenden Versorgung der Standorte über ihren unmittelbaren Nahbereich hinaus und der seit 2007 nicht erfolgten einzelhandelsseitige Entwicklung der ausgewiesenen Potenzialflächen, welche gegenwärtig zudem nicht mehr den Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels entsprechen, können diese Lagen nicht weiter als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt und auch nicht als Nahversorgungslagen eingestuft werden:

- Im Stadtteil Bösperde weist das Einzelhandelskonzept von 2007 das **Grund- und Nahversorgungszentrum Bösperde** aus. Der Bereich verfügt gegenwärtig jedoch nur über einen kleinteiligen Einzelhandelsbesatz (Bäckerei, Metzgerei, Apotheke) und nur wenige Komplementärnutzungen. Es fehlt grundsätzlich an einem wesentlichen Lebensmittelmarkt sowie an komplementierenden Nutzungen.

⁵⁷ In Bezug auf den Frischemarkt Hülsmeier in Platte Heide ist darauf hinzuweisen, dass dieser aufgrund eines Brandschadens geschlossen ist. Ob und wann eine Nachnutzung des Ladenlokals durch einen Lebensmittelmarkt stattfindet, ist derzeit nicht absehbar. Eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt wird aus Gutachtersicht jedoch empfohlen.

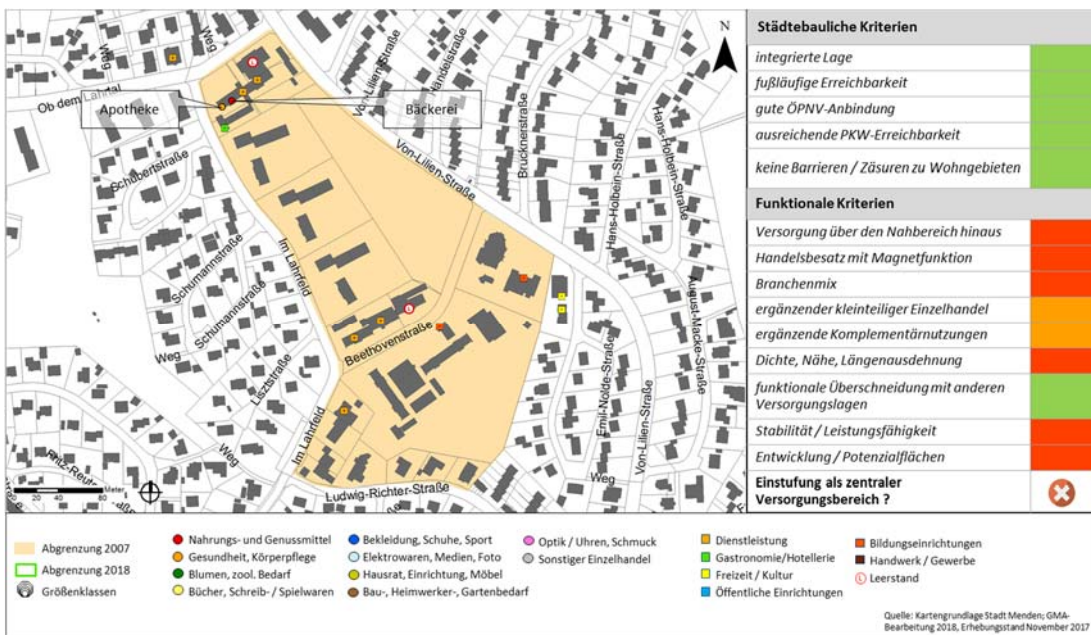
⁵⁸ Anders als bei den zentralen Versorgungsbereichen erfolgt die Abgrenzung der Nahversorgungslagen schematisch und nicht parzellenscharf.

Karte 5: Ehemaliges Grund- und Nahversorgungszentrum Böesperde



- Das im Konzept von 2007 ausgewiesene **Grund- und Nahversorgungszentren Lahr-feld** kann vor dem Hintergrund der vorhandenen Angebotsstruktur nicht weiter als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden. Die Lage weist seit dem Wegfall des Anbieters Edeka Aktiv Markt keinen wesentlichen Lebensmittelanbieter mehr auf. Die ansässigen kleinteiligen Anbieter (Bäckerei, Apotheke) können keine Versorgungsfunktionen über den unmittelbaren Nahbereich hinaus übernehmen.

Karte 6: Ehemaliges Grund- und Nahversorgungszentrum Lahr-feld



Ein Augenmerk für die Bereiche ist 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 Verträglichkeit erforderlich.

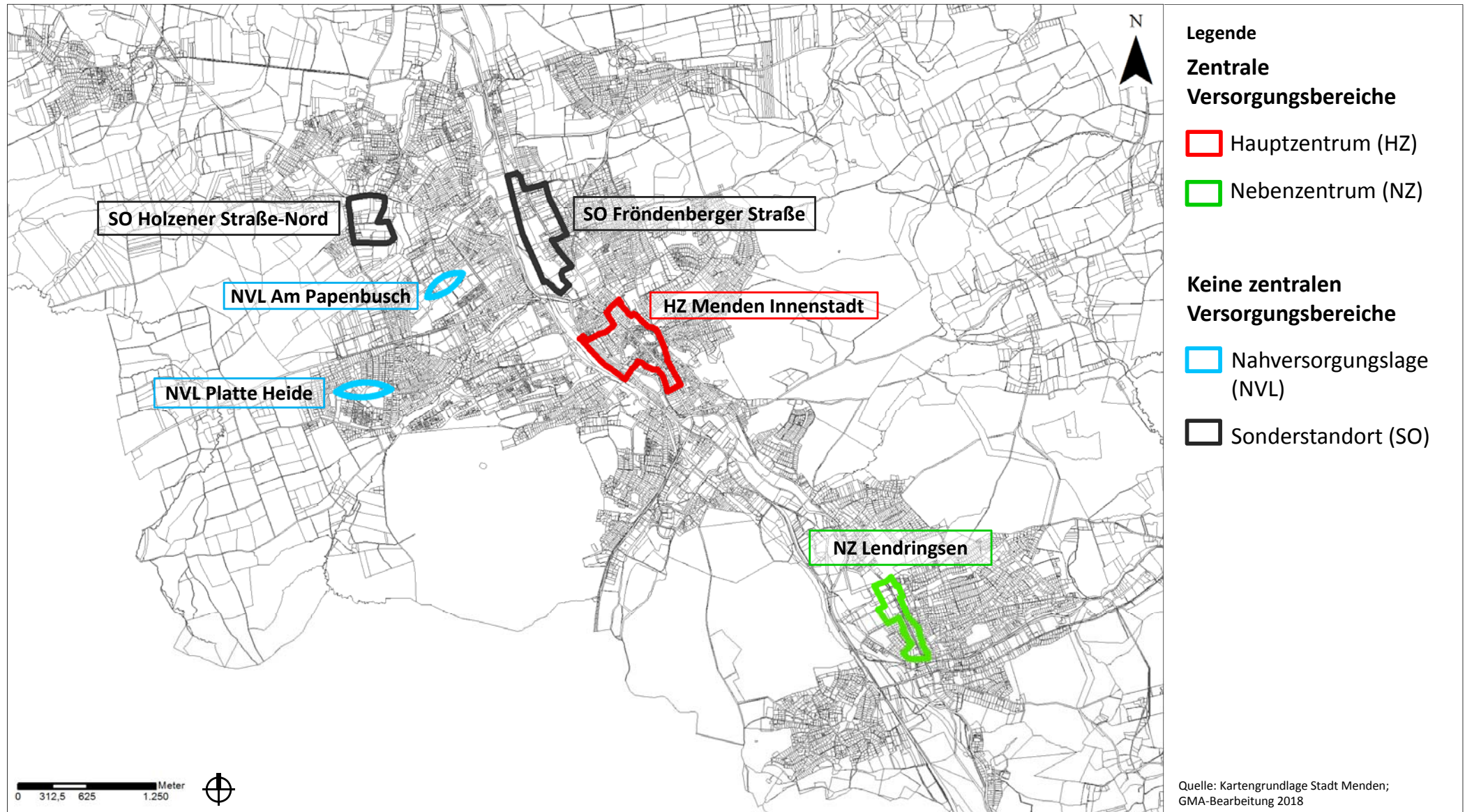
- Bei den **Sonderstandorten Holzener Straße-Nord** und **Fröndenberger Straße** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte mit (z. T.) überwiegend mittelgroßen und großflächigen Fachmärkten. Sie weisen einen Besatz von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (v. a. Bau, Heimwerkerbedarf) auf; auf der anderen Seite sind hier insbesondere im Sonderstandort Holzener Straße-Nord Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (v. a. Lebensmittel) ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sind diese Standorte **nicht als zentrale Versorgungsbereiche** auszuweisen (vgl. Abbildung 34).
- Darüber hinaus sind einige Einzelhandelsbetriebe an Standorten im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte eingestuft werden können. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl städtebaulich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen. In einer dezentralen Standortlage ansässig ist auch der Anbieter real im Böesperder Weg. Dieser liegt isoliert im Norden der Fröndenberger Straße; die nächsten Einzelhandelsnutzungen Fressnapf und Lidl liegen südlich des SB-Warenhauses, in rd. 1 km Entfernung. Entsprechend besteht kein Zusammenhang des Anbieters mit dem Sonderstandort Fröndenberger Straße.

Abbildung 36: Zentren- und Standortstruktur Menden

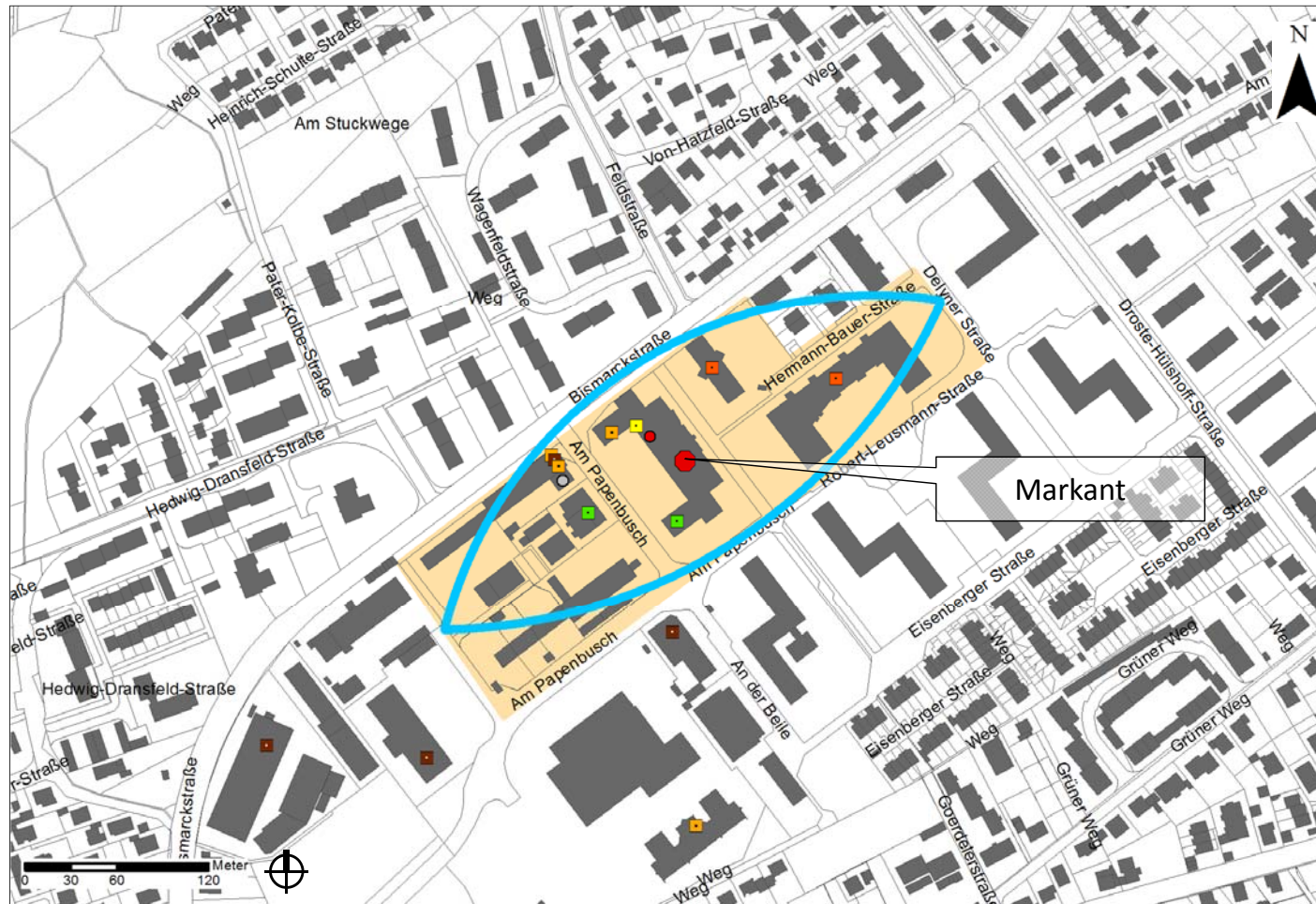
Zentrale Versorgungsbereiche	Hauptzentrum	- Innenstadt
	Nebenzentrum	- Lendringsen
Sonstige Lagen	städtebaulich integrierte Lagen (inkl. NVL)	- Am Papenbusch - Platte Heide - Standorte mind. 2 Himmelsrichtungen wesentlichen Wohngebietsbezug
	Sonderstandorte	- Holzener Straße-Nord - Fröndenberger Straße
	städtebaulich nicht integrierte Lagen	- dezentrale Lagen, in nur eine Himmelsrichtung oder keinen wesentlichen Wohngebietsbezug

NVL = Nahversorgungslage / GMA-Zusammenstellung 2018

Karte 7: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Menden



Karte 8: Nahversorgungslage Am Papenbusch*



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	Green
fußläufige Erreichbarkeit	Green
gute ÖPNV-Anbindung	Green
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	Green
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	Green
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	Yellow
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	Green
Branchenmix	Red
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	Red
ergänzende Komplementärnutzungen	Yellow
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	Yellow
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	Red
Stabilität / Leistungsfähigkeit	Red
Entwicklung / Potenzialflächen	Red
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	Red with X

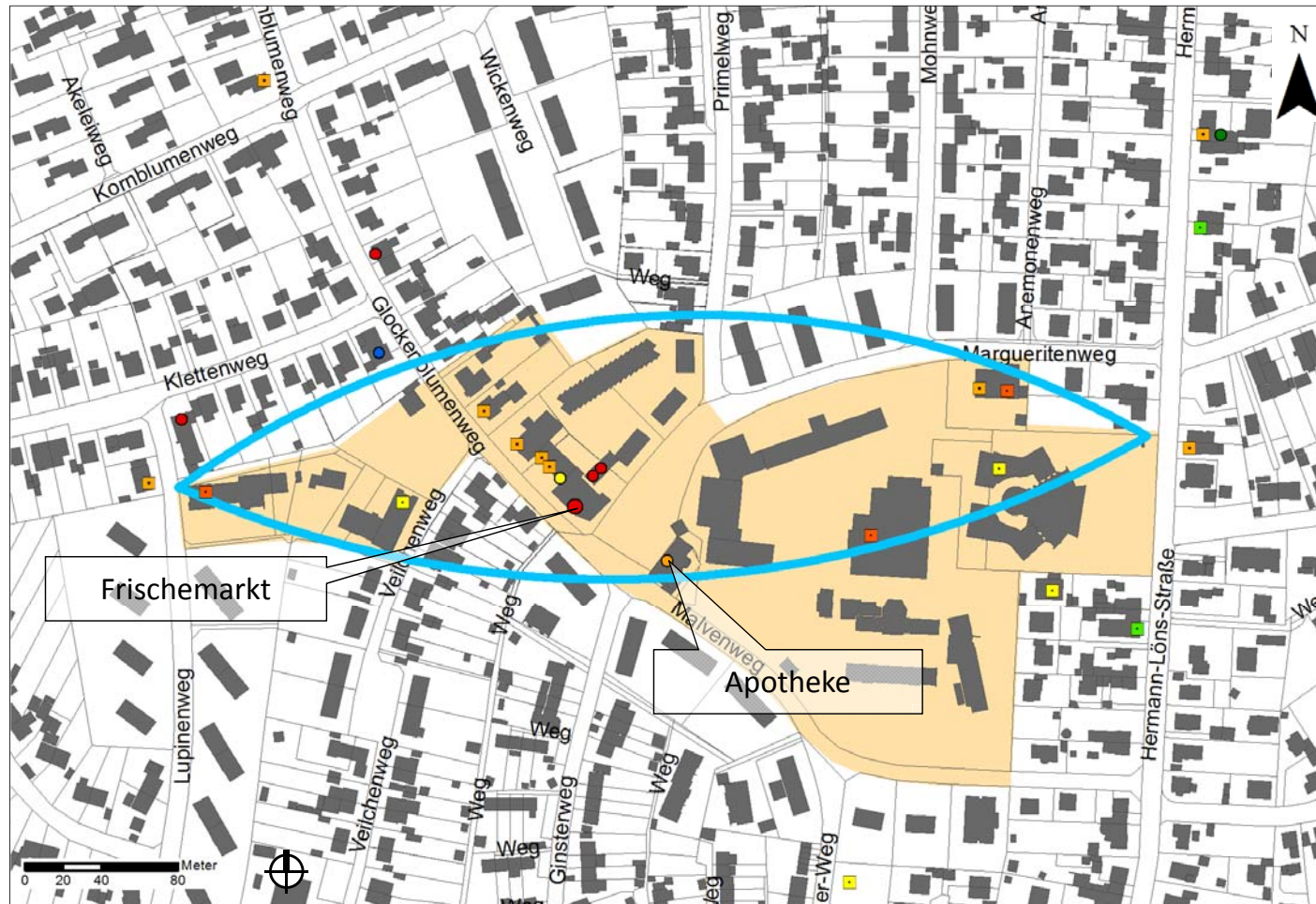
Legende

- Abgrenzung 2007
- Abgrenzung 2018
- Größenklassen
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, Schreib- / Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf
- Optik / Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

* Schematische Abgrenzung, nicht parzellenscharf

Quelle: Kartengrundlage Stadt Menden; GMA-Bearbeitung 2018, Erhebungsstand November 2017

Karte 9: Nahversorgungslage Platte Heide*



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	Green
fußläufige Erreichbarkeit	Green
gute ÖPNV-Anbindung	Green
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	Green
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	Green
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	Red
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	Red
Branchenmix	Red
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	Red
ergänzende Komplementärnutzungen	Yellow
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	Yellow
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	Yellow
Stabilität / Leistungsfähigkeit	Red
Entwicklung / Potenzialflächen	Red
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	Red with X

Legende

- Abgrenzung 2007
- Abgrenzung 2018
- Größenklassen
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, Schreib- / Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Optik / Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

* Schematische Abgrenzung, nicht parzellenscharf

Quelle: Kartengrundlage Stadt Menden; GMA-Bearbeitung 2018, Erhebungsstand November 2017

3.4 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Menden

3.4.1 Hauptzentrum Innenstadt Menden

Einwohner ⁵⁹	01.07.2017
▪ Menden-Mitte	6.305
▪ Stadt Menden gesamt	54.246

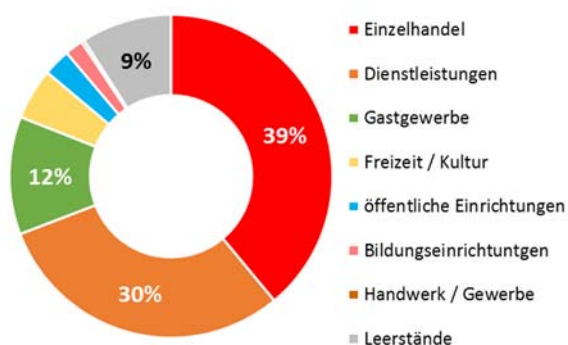
Versorgungsgebiet: gesamtes Mendener Stadtgebiet, z. T. überörtliches Einzugsgebiet (v. a. Fröndenberg)

Ausstattung

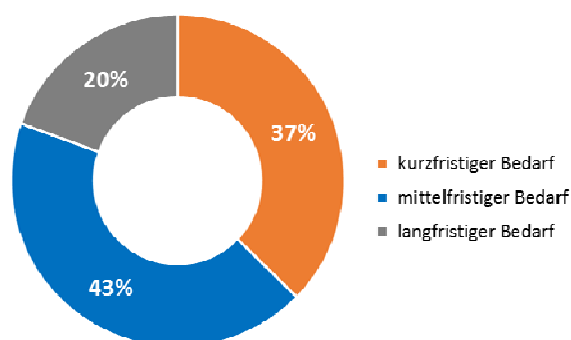
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	32	25	6.030	28
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	12	9	1.785	8
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	2	310	1
kurzfristiger Bedarfsbereich	46	36	8.125	37
Bücher, Schreib- / Spielwaren	6	5	1.155	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	36	28	8.255	38
mittelfristiger Bedarfsbereich	42	33	9.410	43
Elektrowaren, Medien, Foto	15	12	1.000	5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8	6	1.535	7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	0	0	580	3
Optik / Uhren, Schmuck	15	12	1.010	5
sonstige Sortimente*	3	2	100	0
langfristiger Bedarfsbereich	41	32	4.225	15
Einzelhandel insgesamt	129	100	21.760	100

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

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

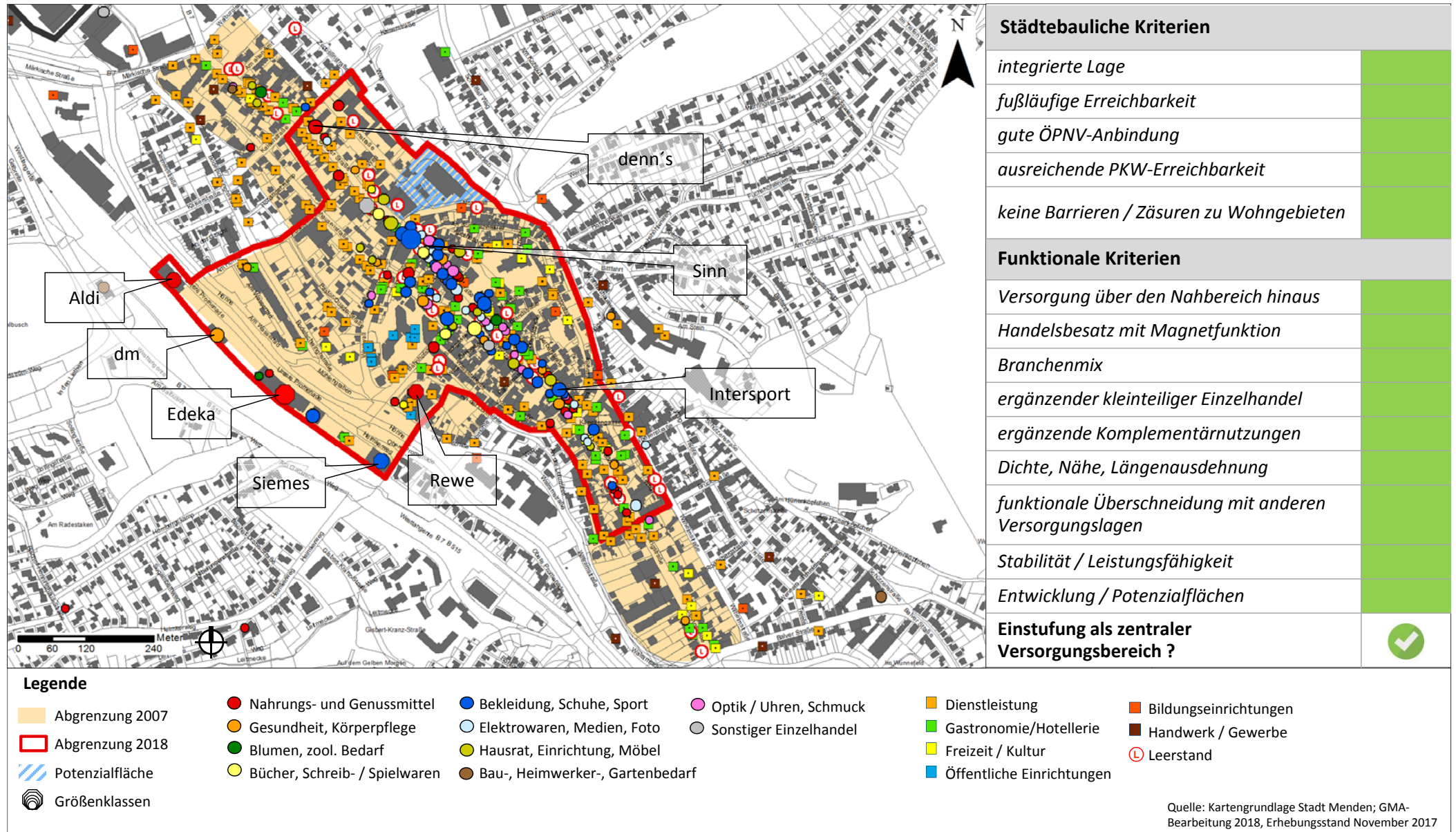


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m ²	Edeka, Sinn
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Siemes, Aldi, Action
▪ 400 bis unter 800 m ²	Schuhhaus Hammerschmidt, dm, Ariston Schuhhaus, Intersport Hesse, kik, Musikhaus Jost, Grüter & Schimpff, denn's Bio
▪ bis unter 400 m ²	u. a. Rossmann, TEDi, Kodi, Douglas, Hunkemöller, Ernesting's Family, Eickhoffs Schule und Büro, Buchhandlung Daub, Weltbild, verschiedene Bekleidungsfachgeschäfte, Neuhaus, Optiker

⁵⁹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Menden, Stand: 01.07.2017

Karte 10: Hauptzentrum Innenstadt Menden



Räumliche Situation

- /// Die **Innenstadt von Menden** umfasst im Wesentlichen den Bereich zwischen der Unnaer Straße ab dem Kreuzungsbereich Poststraße, über die gesamte Hauptstraße, bis zum Kreuzungsbereich Kolpingstraße / Brückstraße. Daneben erstreckt sich der Innenstadtbereich im Nordosten bis zur Straße Nordwall bzw. Ostwall und im Südwesten bis zum Bahnhofsbereich inklusive der Nutzungen an der Straße Untere Promenade.

- /// Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** zieht sich entlang der Hauptstraße ab Höhe des Kreuzungsbereichs Unnaer Straße / Nordwall / Hauptstraße und umfasst dort auch das derzeit leerstehende Dieler Textilkaufhaus bis hin zum Ostwall. Entlang dieser Hauptachse befindet sich die Mehrheit der Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt, welche jedoch überwiegend kleinflächig sind. Während die Hauptstraße im Bereich Westwall bis Brandstraße noch einen relativ dichten Besatz aufweist, nimmt dieser in den Randbereichen zur Hauptgeschäftslage ab. Einzelhandelsbetriebe sind in diesen Bereichen nur noch lose verteilt, der Besatz an sog. Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Gastronomiebetriebe) nimmt zu. Ein **weiterer Einzelhandelsschwerpunkt** hat sich durch die Entwicklungen im Bahnhofsbereich in der Straße Untere Promenade gebildet. Hier sind verschiedene groß- und mittelflächige Anbieter im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich ansässig.

- /// Die **räumliche Ausdehnung** in Nordwest-Südost-Richtung beträgt ca. 760 m, in Südwest-Nordost-Süd-Richtung etwa 500 m. Die Bereiche nordwestlich der Poststraße und südöstlich der Brückstraße weisen nur noch wenige Nutzungen und keine fußläufige Erlebbarkeit auf, da hier Pkw-Verkehr deutlich zunimmt und kaum Einzelhandelsnutzungen mehr vorhanden sind. Diese Bereiche waren im Einzelhandelskonzept 2007 noch als Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum eingestuft, werden jedoch aufgrund der aktuellen Gegebenheiten und der Tatsache der Entwicklung des ehemaligen Ergänzungsbereiches Untere Promenade zum Einzelhandelsstandort nicht mehr dem Zentrum zugeordnet.

- /// Der zentrale Versorgungsbereich weist insbesondere in der Hauptgeschäftsstraße mehrere **Leerstände** auf und verfügt damit über funktionale Defizite. Aufgrund der verfügbaren Flächen in der Hauptgeschäftszone in Form des derzeit leerstehenden ehemaligen Dieler Kaufhauses sowie mehrerer mittel- und kleinflächiger Leerstände entlang der Hauptstraße wird demnach das Areal des ehem. Dieler Kaufhauses sowie angrenzender Grundstücke (Parkhaus) als **Potenzialfläche** für die Innenstadt ausgewiesen. Ziel der Entwicklung sollte die Nachnutzung der vorhandenen Leerstände sowie des Dieler-Areals sein.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Mit insgesamt **129 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 21.760 m² Verkaufsfläche** weist die Innenstadt eine große Einzelhandelsbedeutung innerhalb der Stadt auf.

- /// In Bezug auf die **Versorgungsfunktion** des Hauptzentrums sichern die Supermärkte Edeka und Rewe, der Bio-Supermarkt denn's, der Lebensmitteldiscounter Aldi, ein Reformhaus, ein ethnischer Lebensmittelmarkt, verschiedene Bäckereien und Metzgereien, zwei Parfümerien, die Drogeriemärkte Rossmann und dm sowie verschiedene Apotheken und Floristen die Nahversorgung. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 37 % der Verkaufsfläche. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt jedoch mit rd. 43 % im **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit deutlichem Angebotsschwerpunkt im Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport. Auf den **langfristigen Bedarfsbereich** entfallen entsprechend rd. 20 % der Verkaufsfläche. Hier ist v. a. auf Anbieter in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto und Hausrat, Einrichtung, Möbel sowie auf die Angebote im Bereich Optik / Uhren, Schmuck hinzuweisen.
- /// Als wesentliche **großflächige Magnetbetriebe** innerhalb des Hauptzentrums sind zum einen die Anbieter Edeka, Aldi, dm und Siemes zu nennen, die sich im Bahnhofsbereich an der unteren Promenade befinden. Darüber hinaus sind im Kernbereich an der Hauptachse des zentralen Versorgungsbereiches der großflächige Anbieter Sinn sowie u. a. die mittelflächigen Anbieter Schuhhaus Hammerschmidt, Ariston Schuhhaus, Intersport Hesse und Rossmann ansässig. Ansonsten wird das Zentrum im Wesentlichen durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt, der mit mittelgroßen Anbietern durchmischt ist. Rund 33 % der Betriebe weisen **Verkausflächengrößen** von unter 50 m² auf, rd. 26 % von 50 bis unter 100 m². Nur rd. 20 % der Betriebe verfügen über Verkaufsflächen von mindestens 200 m².
- /// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für das gesamte Mendener Stadtgebiet und z. T. auch für die Nachbarstadt Fröndenberg sowie in einzelnen Sortimenten für die Nachbarkommunen Wickede, Balve und Hemer, die verkehrlich gut an die Mendener Innenstadt angebunden sind. Eine stärkere Einkaufsorientierung der weiter entfernt liegenden Städte und Gemeinden kann aufgrund der vorhandenen Wettbewerbsstandorte in den angrenzenden starken Mittel- und Oberzentren nicht abgeleitet werden.
- /// Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt wird durch diverse **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen v. a. verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherungen, Rechtsanwälte, Steuerberater, Reisebüros, Banken / Bausparkasse, Friseure / Kosmetikstudios, Ärzte, Pflegedienste, Änderungsschneidereien, Fahrschulen), Gastronomieangebote (u. a. Restaurants / Bistro, Kneipen, Eiscafé, Imbisse), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Kirche, Spielhallen, Städtisches Museum, Fitnessstudio), Bildungseinrichtungen (u. a. Bücherei, Kindergärten) und öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Polizeiwache)

Städtebauliche Situation

- /// Die stärkste **Nutzungskonzentration** besteht im Bereich ab der Kreuzung Unnaer Straße / Nordwall / Hauptstraße entlang der Hauptstraße bis zum Marktplatz. Der Hauptstraße Richtung Süd-

osten weiter folgend lässt sich eine leichte Abnahme der Einzelhandelsnutzungen und eine Zunahme verschiedener Komplementärnutzungen feststellen. Der überwiegende Bereich zwischen Nordwall / Westewall und Südwall / Ostwall ist einschließlich der Bahnhofstraße als Fußgängerzone ausgebaut. Grundsätzlich weist das Areal eine hohe Aufenthalts- und Verweilqualität auf, welche sich nach Beendigung der derzeit stattfindenden städtebaulichen Maßnahmen noch einmal deutlich steigern wird. Bereits gegenwärtig weisen die umgebauten Bereiche (Kirchstraße, Hochstraße, Bahnhofstraße) eine hohe städtebauliche Qualität auf. Dennoch sind funktionale Defizite v. a. aufgrund der Zunahme der Leerstände zu beobachten.

- / Im Bereich der Innenstadt bestehen verschiedene **Parkmöglichkeiten** (u. a. Tiefgarage Rathaus, Parkplatz Untere Promenade, Parkplatz Schlachthof in der Walramstraße sowie z. T. straßenbegleitendes Kurzparken entlang der Kolpingstraße und der Unnaer Straße). Insgesamt stellt sich das Stellplatzangebot als ausbaubar dar, weswegen die Schaffung von Parkplätzen in direkter Innenstadtnähe (bspw. im Bereich des ehemaligen Parkhauses) wünschenswert ist.
- / Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches waren zum Erhebungszeitpunkt 30 **leerstehende Ladenlokale** (Leerstandsquote rd. 9 %) vorhanden. Die relativ hohe Leerstandsquote wirkt sich negativ auf die Attraktivität der Innenstadt aus. Die leerstehenden Lokale befinden sich neben den Leerständen im Hauptgeschäftsbereich Hauptstraße überwiegend in den Randlagen des Innenstadtbereichs (Unnaer Straße, Kolpingstraße).

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Die Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Branchen möglich, unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist die jedoch in erster Linie die Lenkung von zentrenrelevanten Sortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich zu forcieren. Entwicklungsschwerpunkte sollten dabei die Nachnutzung des ehemaligen Dieler Kaufhauses inkl. angrenzender Bereiche sowie der sonstigen Leerstände und eine gezielte Stärkung der Hauptstraße ab etwa der Einmündung Brandstraße, um ein weiteres Abschmelzen des Nutzungsbesatzes im südöstlichen Bereich der Haupteinkaufslage zu vermeiden, darstellen.
- ➔ Eine Stärkung des Angebotes ist v. a. in den Sortimenten zu empfehlen, in denen Menden derzeit Defizite aufweist und die als klassische innerstädtische Sortimente gelten (bspw. Bekleidung (v. a. junge Mode), Sport, Spielwaren, Heimtextilien, Haushaltswaren, Elektrowaren).
- ➔ Sollte dies kurzfristig nicht möglich sein, so ist eine Kaschierung funktionaler Defizite durch Zwischennutzungen vorhandener Leerstände mit Hilfe alternativer Betriebskonzepte (bspw. Ateliers) sowie durch gestalterische Maßnahmen zur Aufwertung von leerstehenden Ladenlokalen (z. B. Ausstellungen) anzustreben.
- ➔ Darüber hinaus ist in den Randbereichen des Zentrums die funktionale Ergänzung durch Komplementärnutzungen sowie in den Bereichen außerhalb des Zentrums die Realisierung bzw. die Stärkung der Wohnfunktion in den Erdgeschoss-Lagen wünschenswert.

- Vor dem Hintergrund der Leerstandssituation in der Mendener Innenstadt, die sich neben den Randlagen auch auf die Hauptlage der Hauptstraße bezieht, sowie der Tatsache, dass sich die Mendener Innenstadt in den letzten Jahren in der Innenstadtleitbranche Bekleidung, Schuhe, Sport negativ entwickelt hat (u. a. Betriebsaufgaben des Dieler Kaufhauses, C&A, Engbers, Den Lord) (vgl. hierzu Ausführungen in Kapitel II., 3.), sind neben der Aufstellung und Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes als Steuerungskonzept auch weitere Handlungsfelder und Maßnahmen zur Aufwertung der Innenstadt erforderlich. Hierzu können Immobilien-Standort-Gemeinschaften (ISG) hilfreich sein, genauso wie verkaufsoffene Sonntage. Diese Maßnahmen sind dazu geeignet, die standortbedingten Problemlagen in Teilen zu mildern und somit zu einer Attraktivitätssteigerung der Mendener Innenstadt beizutragen.

3.4.2 Nebenzentrum Lendringsen

Einwohner ⁶⁰	01.07.2017
▪ Ortsteil Lendringsen Mitte	7.399
▪ Stadt Menden gesamt	54.246

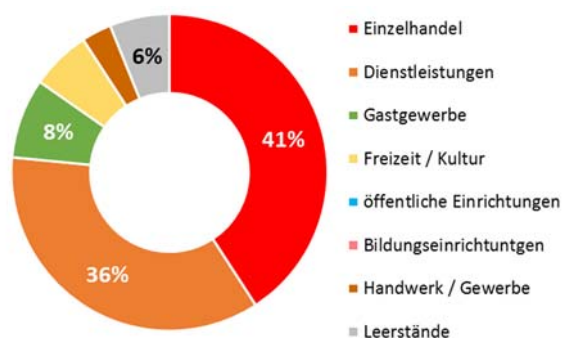
Versorgungsgebiet: Ortsteile Hüingsen, Oberrödinghausen, Böingsen, Lürbke, Berkenhofskamp, Asbeck, z. T. überörtliches Einzugsgebiet (Balve)

Ausstattung

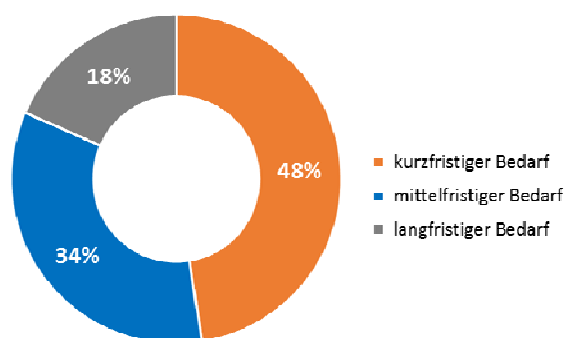
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	12	30	4.083	36
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	4	10	1.150	10
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	3	180	2
kurzfristiger Bedarfsbereich	17	43	5.413	47
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	5	270	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	15	3.620	32
mittelfristiger Bedarfsbereich	8	20	3.890	34
Elektrowaren, Medien, Foto	3	8	185	2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	3	8	1.370	12
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	2	5	280	2
Optik / Uhren, Schmuck	4	10	230	2
sonstige Sortimente*	3	8	30	0
langfristiger Bedarfsbereich	15	38	2.095	17
Einzelhandel insgesamt	40	100	11.398	100

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

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m ²	Modehaus Kress,
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Lidl, Rewe, Aldi, Center Shop,
▪ 400 bis unter 800 m ²	dm, kik, Dieler,
▪ bis unter 400 m ²	u. a. Takko, Kik, Schuhpark, Gerotronic, TEDi, Dursty, Textilhaus Wortmann, Blumen Schwarzkopf, Marien Apotheke, Breunig & Kölling

⁶⁰ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Menden, Stand: 01.07.2017

Karte 11: Nebenzentrum Lendringens



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	✓
fußläufige Erreichbarkeit	✓
gute ÖPNV-Anbindung	✓
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	✓
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	✓
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	✓
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	✓
Branchenmix	✓
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	✓
ergänzende Komplementärnutzungen	✓
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	⚠
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	✓
Stabilität / Leistungsfähigkeit	✓
Entwicklung / Potenzialflächen	✓
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	✓

Legende

- Abgrenzung 2007
- Abgrenzung 2018
- Potenzialflächen
- Größenklassen
- Nahrungs- und Genussmittel
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Optik / Uhren, Schmuck
- Dienstleistung
- Bildungseinrichtungen
- Gesundheit, Körperpflege
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Gastronomie/Hotellerie
- Handwerk / Gewerbe
- Blumen, zool. Bedarf
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Sonstiger Einzelhandel
- Freizeit / Kultur
- Leerstand
- Bücher, Schreib- / Spielwaren
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf
- Öffentliche Einrichtungen

Quelle: Kartengrundlage Stadt Menden; GMA-Bearbeitung 2018, Erhebungsstand November 2017

Räumliche Situation

- /// Das **Nebenzentrum Lendringesen** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Lendringser Hauptstraße zwischen der Straße Walzweg im Süden und der Straße Salzweg inklusive der nördlich davon gelegenen Nutzungen im Norden. Während sich die wesentlichen Magnetbetriebe Kress, Lidl, Aldi, Rewe und dm im nordwestlichen Bereich des Zentrums befinden, ist der Einzelhandel im südlichen Bereich entlang der Lendringser Hauptstraße ab Heinrich-Böll-Straße im Wesentlichen durch kleinteilige Geschäfte geprägt. Flächenpotenziale für die Ansiedlung von mittel- und großflächigen Betrieben sind im südlichen Bereich nicht oder nur durch Zusammenlegung bestehender Ladeneinheiten oder bauliche Neustrukturierungen vorhanden.
- /// Aufgrund der bandartigen Struktur des Zentrums entlang der Lendringser Hauptstraße beträgt die **räumliche Längenausdehnung** in Nordwest-Südost-Richtung rd. 800 m. Die größte Breitenausdehnung verfügt das Zentrum an seiner breitesten Stelle mit rd. 200 m in Südwest-Nordost-Richtung auf Höhe der Neuwerkstraße. Im Vergleich zur Abgrenzung des Zentrums von 2007 entfallen Bereiche im Süden sowie Osten, die überwiegend von Wohnnutzungen geprägt sind und nur einen geringen Einzelhandelsbesatz bzw. eine Zunahme an Mindernutzungen aufweisen. Im Westen wird das Zentrum geringfügig erweitert, um Flächenpotenziale zu schaffen. Daneben entfallen hier rückwärtige Bereiche, die durch Wohnnutzungen belegt sind.
- /// Strukturell weist das Nebenzentrum eine deutliche **Zweiteilung** auf, welche zum einen von den großflächigen Betrieben im Nordwesten und den kleinteiligen Anbietern im Süden geprägt ist. Diese hat eine Bündelung der wesentlichen Angebote im Nordwesten mit geringen funktionalen Austauschbeziehungen zum gewachsenen Zentrumskern im Süden der Lendringser Hauptstraße zur Folge.
- /// **Flächenpotenziale** für die Entwicklung mittel- und großflächiger Betriebe sind westlich des Aldi und Lidl Lebensmitteldiscounters sowie im Kreuzungsbereich Lendringser Hauptstraße / Neuwerkstraße / Am Ehrenmal vorhanden.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Nebenzentrum verfügt insgesamt über **40 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 11.400 m² Verkaufsfläche**.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nebenzentrums liegt der Schwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich**. Hier ist auf den Lebensmittelvollsortimenter Rewe, die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, den Drogeriemarkt dm sowie verschiedene Bäckereien, Kioske, Lebensmittelfachgeschäfte und Apotheken hinzuweisen.⁶¹ Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen rd. 48 % der Verkaufsfläche, gefolgt vom mittelfristigen Bedarfsbereich mit rd. 34 %. In

⁶¹ Zurzeit entsteht auf der Potenzialfläche Zum Eisenwerk ein Rossmann Drogeriemarkt, welcher in 2020 eröffnet wird.

diesem Bereich liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt deutlich im Sortimentsbereich Bekleidung, Schuhe, Sport, was in erster Linie durch den Anbieter Kress zustande kommt. Daneben prägen einige klein- und mittelflächige Anbieter das Angebot in diesem Sortimentsbereich (u. a. Schuhpark, kik, Takko, Textilhaus Wortmann). Der **langfristige Bedarfsbereich** umfasst rd. 18 % der Verkaufsfläche, wobei hier die Anbieter Center Shop, Dieler und TEDi, Eddy's Küchentraum den Großteil der Verkaufsflächen ausmachen.

- /// **Großflächige Anbieter** innerhalb des Nebenzentrums sind die Anbieter Kress, Lidl, Rewe, Center Shop und Aldi, alle weiteren Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von unter 800 m². Von diesen weisen 19 Betriebe Verkaufsflächen unter 100 m² auf, davon 12 Betriebe sogar unter 50 m².
- /// Aufgrund der zum Hauptsiedlungsgebiet Mendens räumlich abgesetzten Lage des Ortsteils Lendringens sowie der vergleichsweise großen Verkaufsflächenausstattung mit teilweise attraktiven Anbietern übernimmt das Nebenzentrum eine **Versorgungsfunktion** für das südöstliche Stadtgebiet Mendens (hier v. a. für die Ortsteile Hüingsen, Oberrödinghausen, Böingsen, Lürbke, Berkenhofskamp, Asbeck) und verfügt z. T. sogar über ein überörtliches Einzugsgebiet.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird durch einige **Komplementärnutzungen** ergänzt, v. a. Dienstleistungsbetriebe (u. a. Sparkasse, Ärzte, Reisebüro, Pflegedienste, Friseure / Kosmetikstudio, Steuerberater, Fahrschulen, Änderungsschneiderei), Gastronomiebetriebe (u. a. Restaurants, Kneipe, Imbiss, Eiscafé), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Spielhallen, Tattoo-Studio, Bowling-Center) sowie verschiedene Gewerbe-Handwerksbetriebe (u. a. Kfz- und Reifenservice).

Städtebauliche Situation

- /// Die **Aufenthaltsqualität** im Nebenzentrum ist grundsätzlich aufgrund dessen Bandstruktur entlang der Lendringser Hauptstraße und der hohen Verkehrsbelastung stark beeinträchtigt. Für die **fußläufige Erlebbarkeit** weist die Lendringser Hauptstraße zwar eine gewisse Barrierewirkung auf, jedoch bestehen in regelmäßigen Abständen Querungshilfen in Form von Ampelanlagen. Daneben ist die fußläufige Erlebbarkeit des Zentrums durch die große Längenausdehnung eingeschränkt. Teilweise sanierungsbedürftige Gebäude entlang der Verkehrsachse mindern zusätzlich die Aufenthalts- und Verweilqualität im Zentrum.
- /// Mit dem Lendringser Platz verfügt das Zentrum grundsätzlich über einen urbanen Aufenthaltsbereich im Süden, welcher zu einer Erhöhung der Verweilqualität, der Schaffung von Zentrencharakter sowie zur Stärkung des südlichen Bereichs beitragen kann. Aufgrund der städtebaulichen Gestaltung zeigt sich hier jedoch noch Entwicklungsbedarf.
- /// **Parkmöglichkeiten** bestehen teilweise straßenbegleitend entlang der Lendringser Hauptstraße sowie vor einzelnen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben. Größere Stellflächen bieten die großflächigen Anbieter im Nordwesten des Zentrums. Insgesamt ist das Stellplatzangebot

ausreichend, in Stoßzeiten herrscht im südlichen Bereich bei hohem Verkehrsaufkommen z. T. Park-Such-Verkehr.

- Insgesamt weist das Nebenzentrum **6 Leerstände** auf, welche sich auf den gesamten Zentrumsbereich entlang der Lendringser Hauptstraße verteilen.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für den südöstlichen Siedlungsbereich Mendens ist die Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (v. a. Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) anzustreben. In diesem Zusammenhang ist auch eine Neustrukturierung des Rewe Supermarktes sowie eine Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters denkbar.
- ➔ Über die dargestellten Potenzialflächen hinaus keine nennenswerte räumliche Ausweitung im rückwärtigen Bereich der Lendringser Hauptstraße, zur Vermeidung einer Verschärfung der vorhandenen Zweiteilung des Zentrums und des Bedeutungsverlustes des südlichen Bereichs.
- ➔ Stärkung des südlichen Bereichs durch Aufwertung des Stadtraumes (Lendringser Platz) zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und Stärkung des Zentrencharakters sowie Nach- oder Umnutzung vorhandener Leerstände und Ansiedlung weiterer kleinteiliger Anbieter (auch im mittelfristigen Bedarfsbereich), wobei hier kein weiterer Wettbewerbsdruck auf das Hauptzentrum geschaffen werden sollte. Des Weiteren stellen verkaufsoffene Sonntage geeignete Maßnahmen zur Aufwertung und Stärkung des Zentrums dar; der Lendringser Platz sollte dabei unbedingt als Zentrumsplatz eingebunden und ‚bespielt‘ werden.

3.5 Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zu dem Haupt- und Nebenzentrum – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen können daher Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen werden, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen. Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist an diesen dezentralen Standorten planungsrechtlich auszuschließen.

Als **Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels werden die Standortbereiche **Holzener Straße-Nord** und **Fröndenberger Straße** ausgewiesen. Sie weisen einen Besitz mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf (z. B. Baumarkt, Zoofachmarkt) auf, neben dem oftmals Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittel) zu finden sind. Aufgrund der nicht integrierten Lage, der gewerblichen Prägung des Umfeldes sowie der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren.

Für die beiden Sonderstandorte in der Stadt Menden sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Am **Sonderstandort Holzener Straße-Nord** sind insgesamt rd. 17.540 m² vorhanden, die sich auf 12 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Neben verschiedenen Anbietern mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment weist dieser Standort auch mehrere mittelgroße und großflächige Anbieter mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment auf. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen rd. 6.790 m² Verkaufsfläche, wovon rd. 6.285 m² dem Nahrungs- und Genussmittelbereich zugehörig sind. Wesentliche Anbieter sind hier Kaufland in der Holzener Straße sowie Aldi in der Straße Stuckenacker. Mit diesen und weiteren Anbietern verfügt der Sonderstandort über eine größere Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel als das Innenstadtzentrum Menden. Auch der mittelfristige Bedarfsbereich weist mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche mit u. a. den Anbietern Takko, Ernsting's family, kik und Deichmann ein gewisses Gewicht auf (v. a. Bekleidung, Schuhe, Sport). In Anbetracht der städtebaulichen Strukturen, der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie des Fehlens einer direkten Anbindung an Wohnsiedlungsbereiche handelt es sich bei dem Standort nicht um einen Standort, der auf die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsgebiete ausgelegt ist, sondern vielmehr um einen autokundenorientierten Standort. In nördlicher Richtung wirkt die stark frequentierte Provinzialstraße als städtebauliche Zäsur zu den dahinter liegenden Wohngebieten. Eine direkte fußläufige Anbindung aus

den umliegenden Wohngebieten besteht aufgrund der den Standort umgebenden Gewerbebereichen nicht. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der Standort auch aus städtebaulicher Perspektive nicht die Qualitäten eines Zentrums aufweist. So fehlt es dem Standort aufgrund der vorhandenen baulichen Strukturen sowohl an Aufenthaltsqualität als auch an Zentrencharakter; Begrünungs- und Möblierungselemente sind – wie an Fachmarktstandorten üblich – kaum bzw. nicht vorhanden. Durch die große Verkaufsflächenausstattung im Bereich der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente wird die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt beeinträchtigt, der bereits gegenwärtig Defizite in den Kernbereichen aufweist.

Aktuell liegen Bestrebungen der Firma Aldi vor, den kleinflächigen Markt vom rückwärtigen Standort Stuckenacker an den Blumenweg zu verlagern. Diese Planung ist dann mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar, wenn es sich um eine reine Verlagerung (und keine Neuansiedlung ist), der Markt kleinflächig bleibt und am Altstandort kein nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Einzelhandel entsteht. Derzeit bestehen des Weiteren Überlegungen zur Umstrukturierung und Modernisierung des Kauflandstandortes. Die Planung ist mit dem Einzelhandelskonzept vereinbar, sofern Ziel 6.5-7 LEP NRW erfüllt ist. Ausnahmsweise sind gemäß Ziel 6.5-7 „Überplanungen von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ geringfügige Erweiterungen in Bezug auf die Sortimente und Verkaufsflächen zulässig. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen. Dabei dürfen keine nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimente am Standort angesiedelt werden, die bislang nicht vorhanden sind.

- Der **Sonderstandort Fröndenberger Straße** umfasst insgesamt 13 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 22.145 m², wobei der klare Verkaufsflächenschwerpunkt auf das Sortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf entfällt. In diesem Bereich ist auf die beiden Baumärkte Hellweg und Herbrügger hinzuweisen, welche bereits den Großteil der Verkaufsfläche auf sich vereinen. Darüber hinaus befinden sich am Standort noch die Lebensmitteldiscounter Lidl und Netto sowie der Zoofachmarkt Fressnapf, welche die Verkaufsflächen im kurzfristigen Bedarfsbereich prägen. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und untergeordnet auch von Verkehrsströmen) ist hier – ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen, Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment sollten weiterhin nicht zulässig sein.

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten

Branche	Sonderstandort "Holzener Straße-Nord"				Sonderstandort "Fröndenberger Straße"			
	Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**		Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ²	in %	abs.	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	42	6.285	36	6	46	2.205	10
Gesundheit, Körperpflege	-	-	340	2	-	-	-	-
Blumen, zool. Bedarf	1	8	165	1	1	8	830	4
kurzfristige Bedarfsbereich	6	50	6.790	39	7	54	3.035	14
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	180	1	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	4	33	820	5	0	0	90	< 1
mittelfristiger Bedarfsbereich	4	33	1.000	6	-	-	90	< 1
Elektrowaren, Medien, Foto	1	8	180	1	-	-	30	< 1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	930	5	1	8	1.780	8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	8	8.580	49	5	38	17.110	77
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sortimente***	-	-	60	< 1	-	-	100	< 1
langfristiger Bedarfsbereich	2	17	9.750	56	6	46	19.020	86
Einzelhandel insgesamt	12	100	17.540	100	13	100	22.145	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

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

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

GMA-Erhebungen November 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 12: Sonderstandort Holzener Straße-Nord



Karte 13: Sonderstandort Fröndenberger Straße



3.6 Sonstige Lagen

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl städtebaulich integrierte Lagen als auch dezentrale, 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, die jedoch keinen zentralen Versorgungsbereich darstellen, sowie Bereiche mit kleinflächigen Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäckerei, Metzgerei, Blumengeschäft).

/// Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ihrer primären Funktion entsprechend als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben genutzt werden. Einzelhandels- und Komplementärnutzungen sind in diesen Lagen kaum vorhanden. Ausnahmen im Mendener Stadtgebiet, bei denen Einzelhandelsnutzungen in diesen Lagen ansässig sind, bilden u. a. das real SB-Warenhaus am Böesperder Weg in Menden-Nord sowie darüber hinaus verschiedene Einzelhandelsbetriebe mit z. T. nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Gewerbebereichen Holzener Straße-Süd sowie Obsthof. Eine weitere Entwicklung ist in diesen Standortbereichen auszuschließen, da es sich um Industrie- und Gewerbegebietsstandorte bzw. dezentrale Standorte handelt.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁶² Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nachversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

⁶² Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

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 Menden branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

■ Für den **zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt** sollten keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁶³ 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 Mendener Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

■ Innerhalb des **zentralen Versorgungsbereichs Nebenzentrum Lendringsen** soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben mit nahversorgungsrelevantem und vereinzelt zentrenrelevantem Sortiment liegen. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt grundsätzlich möglich, aber nicht anzustreben. Hier sollten vorhandene Flächenpotenziale dazu genutzt werden, ggf. bestehenden Anbietern eine Erweiterung zu ermöglichen, damit der zentrale Versorgungsbereich in seiner Versorgungsfunktion gestärkt wird und somit zukunftsfähig aufgestellt ist. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist aus städtebaulichen Gründen im Nebenzentrum nicht zu empfehlen.

Da großflächige Einzelhandelsansiedlungen baurechtlich nur in Kerngebieten und in dafür vorgesehenen Sondergebieten zulässig sind, ist im Falle **großflächiger Ansiedlungsbegehren in den zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und Lendringsen** wie folgt vorzugehen:

⁶³ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

- /// **Kerngebiet:** uneingeschränkte Zulässigkeit gegeben
- /// **bestehendes Sondergebiet:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) entsprechende Änderung der einzelhandelsbezogenen Festsetzungen
- /// **Misch- / Wohn- / Gewerbegebiet:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) Änderung des Bebauungsplans unter Ausweisung eines Sondergebietes mit entsprechenden einzelhandelsbezogenen Festsetzungen
- /// **unbeplanter Innenbereich:** bei Nachweis einer städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit des Ansiedlungsvorhabens (Auswirkungsanalyse gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) Aufstellung eines Bebauungsplans unter Ausweisung eines Sondergebietes mit entsprechenden einzelhandelsbezogenen Festsetzungen.

Die Zentren können somit als Einzelhandelsstandorte im gesamtstädtischen Standortgefüge gestärkt sowie die Versorgungsbedeutung und Attraktivität der Bereiche stabilisiert werden.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.2.1 Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten 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 Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden (Ausnahme: Getränkemärkte unter Ausschluss sonstiger Randsortimente, Einzelfallprüfung). An diesen Standorten sollte die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe, auch mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten, genießen Bestandschutz. Gemäß Ziel 6.5-7 „Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel“ LEP NRW können den Betrieben ausnahmsweise Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt werden. Sämtliche Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

4.2.2 Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen sind 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. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Bestehende Einzelhandelsbetriebe besitzen grundsätzlich baurechtlichen Bestandsschutz.

Zu dieser Standortkategorie gehört u. a. auch die Einzelhandelslage am Bösperder Weg (real SB-Warenhaus), die vor dem Hintergrund ihrer nicht integrierten Lage nicht weiter gestärkt werden sollte. In Gewerbe- und Industriegebieten, in denen derzeit kein Einzelhandel ansässig ist, ist ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) im Rahmen der Bauleitplanung geboten, da im Mendener Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen sind.

Ausnahmen: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder in unmittelbarem funktionalem Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Handwerksleistung steht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Menden zu erwarten.⁶⁴ Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁶⁵

⁶⁴ Es ist darauf hinzuweisen, dass der sog. Annexhandel in der Stadt Menden aktuell lediglich marginale Verkaufsflächen- und Umsatzanteile aufweist und somit keine nennenswerte Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge darstellt.

⁶⁵ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

Eine weitere Ausnahme besteht für Getränkemärkte (wegen des Flächenbedarfs von Getränkegroßgebänden) unter Ausschluss sonstiger Randsortimente (Einzelfallprüfung).

4.2.3 Städtebaulich integrierte Lagen (inkl. Nahversorgungslagen)

Bei den städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere **Nahversorgungslagen** weisen allerdings häufig bereits Zentrumsansätze auf bzw. übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den **sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen mit mindestens zwei Himmelsrichtungen wesentlichen Wohngebietsbezugs. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern sie eine 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.-Wesentlich für die Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist, dass die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient (siehe hierzu Ausführungen in Kapitel II. 6.2). Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz.

Die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁶⁶

4.2.4 Randsortimente

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen im Wesentlichen auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes

⁶⁶ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

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 VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁶⁷ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzulegen. 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 Menden führen.

⁶⁷ 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. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

Abbildung 37: Übersicht Steuerungsempfehlungen
(siehe hierzu auch textliche Ausführungen in Kapitel V. 4)

Ansiedlung / Erweiterung in ... mit ...		Zentrale Versorgungsbereiche		sonstige Lagen		
		Hauptzentru m Menden Innenstadt	Nebenzentrum Lendringsen	städtebaulich integrierte Lagen (inkl. NVL)	Sonder- standorte ³⁾	städtebaulich nicht integrierte Lagen ^{2) 3)}
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	⚡	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	✓	ⓘ	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	ⓘ	⚡	⚡
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	⚡	⚡	⚡	✓	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	⚡

✓ Grundsätzlich möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen

ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen

⚡ Grundsätzlich nicht möglich

¹⁾ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

²⁾ Ausnahme: Annexhandel

³⁾ Ausnahme: Getränkemärkte

NVL= Nahversorgungslage

GMA-Empfehlungen 2018

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

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

/// Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Ausschuss für Umwelt, Planen und Bauen der Stadt Menden als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelsstandortkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Menden für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Mendener 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.⁶⁸

/ 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 Mendener Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadt- bzw. Ortsteilkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Zudem sind die Maßnahmen im Zuge des IKEK eng an die planerische Sicherung der Innenstadt und ihrer Entwicklungsfähigkeit geknüpft.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Menden 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.

⁶⁸ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	9
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	13
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	14
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016	15
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	16
Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen	17
Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	19
Abbildung 8: Gegenstromprinzip	22
Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	25
Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich 2007 / 2017	40
Abbildung 11: Kaufkraftbindung in Menden	42
Abbildung 12: Kaufkraftströme in Menden	43
Abbildung 13: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Menden im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche in m ² pro 1.000 Einwohner)	45
Abbildung 14: Einzelhandelszentralität der Stadt Menden	46
Abbildung 15: Regelmäßigkeit der Einkäufe in der Innenstadt von Menden	61
Abbildung 16: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)	62
Abbildung 17: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)	64
Abbildung 18: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Mendener)	66
Abbildung 19: Gründe für einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Menden	67
Abbildung 20: Gründe gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Menden	68
Abbildung 21: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten	69
Abbildung 22: Entwicklung der Attraktivität der Innenstadt in den letzten 3 – 5 Jahren	70

Abbildung 23: Veränderung der Attraktivität der Innenstadt von Menden als Einkaufsort (Einzelhändler)	70
Abbildung 24: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren	71
Abbildung 25: Betriebliche Altersnachfolge	72
Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	72
Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge der Haushalte für den Einzelhandel	73
Abbildung 28: Verbesserungsvorschläge der Einzelhändler für den Einzelhandel	74
Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge der Haushalte im Bereich Sonstiges	75
Abbildung 30: Verbesserungsvorschläge auf Ebene der Ortsteile (ab zehn Nennungen)	77
Abbildung 31: Häufigkeit des Onlineeinkaufs	78
Abbildung 32: Ziele des Einzelhandelskonzeptes	84
Abbildung 33: Verteilung der Sortimente in der Stadt Menden nach Lagekategorien*	88
Abbildung 34: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	94
Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	96
Abbildung 36: Zentren- und Standortstruktur Menden	100
Abbildung 37: Übersicht Steuerungsempfehlungen	126

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der Stadt Menden und zentralörtliche Struktur in der Region	30
Karte 2: Wesentlicher Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen	35
Karte 3: Veränderung der wesentlichen Lebensmittelmärkte 2007 – 2017	57
Karte 4: Nahversorgungssituation in Menden (Gesamtstadt)	58
Karte 5: Ehemaliges Grund- und Nahversorgungszentrum Böisperde	99
Karte 6: Ehemaliges Grund- und Nahversorgungszentrum Lahrfeld	99
Karte 7: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Menden	101
Karte 8: Nahversorgungslage Am Papenbusch	102
Karte 9: Nahversorgungslage Platte Heide	103
Karte 10: Hauptzentrum Innenstadt Menden	105
Karte 11: Nebenzentrum Lendringsen	111
Karte 12: Sonderstandort Holzener Straße-Nord	118
Karte 13: Sonderstandort Fröndenberger Straße	119

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	11
Tabelle 2:	Standortpräferenzen für bestimmte Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels	18
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Menden)	32
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Ortsteilen mit Einzelhandelsbesatz	33
Tabelle 5:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Menden seit 2007 (Gesamtstadt)	38
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in Menden	41
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten	117

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Menden	29
Übersicht 2:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	47
Übersicht 3:	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Menden	49
Übersicht 4:	Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung	59
Übersicht 5:	Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung	60
Übersicht 6:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	80
Übersicht 7:	Kriterien der Zentrenrelevanz	87
Übersicht 8:	Mendener Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)	90