

Fortschreibung 2018 des Einzelhandelskonzeptes

der Kreisstadt Unna

Auftraggeber:

Stadt Unna

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail freuen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	6
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung.....	6
1.2	Methodische Vorgehensweise.....	7
2	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung.....	8
2.1	Lage im Raum und Verkehrsanbindung.....	8
2.2	Siedlungsstruktur Unna	11
2.3	Demografische Entwicklung	13
2.4	Regionale Wettbewerbssituation	15
3	Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Unna	17
4	Einzelhandelssituation in Unna	21
4.1	Einzelhandelsausstattung nach Teilräumen.....	22
4.2	Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte	24
4.2.1	Hauptzentrum Innenstadt Unna	25
4.2.2	Nebenzentrum Königsborn	33
4.2.3	Nebenzentrum Massen	35
4.2.4	Nahversorgungszentrum Kastanienhof	38
4.2.5	Nahversorgungszentrum Berliner Allee	39
4.2.6	Standortbereich „Feldstraße“	41
4.2.7	Sonstige Lagen	44
4.3	Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	45
4.4	Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2008 - 2018.....	49
4.5	Wohnortnahe Versorgung	52
4.6	Einzelhandelszentralität.....	56
5	Exkurs: Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels	59
5.1	Allgemeine Trends im Onlinehandel	59
5.2	Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten	60
5.3	Online-Aktivitäten des stationären Handels	63
5.4	Fazit und Empfehlungen für die „Digitalisierungsstrategie“ der Innenstadt Unna.....	66
6	Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse.....	68
7	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Unna sowie Handlungsempfehlungen	70
7.1	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	70
7.2	Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“	73
7.3	Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Unna	74

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

7.4	Standortkonzept und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.....	78
7.5	Empfehlungen zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet.	83
7.6	Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels	87
7.7	Definition einer örtlichen Sortimentsliste	88
7.8	Ersteinschätzung einzelner Planvorhaben	93
7.8.1	„Mühle-Bremme“	93
7.8.2	Unna-Massen.....	94
7.8.3	Erweiterung Lebensmittelmarkt Massener Straße/ Büddenberg	96
7.8.4	Erweiterung Maxi-Markt/ Berliner Allee	97
7.8.5	Erweiterung Norma Am Kastanienhof	97
7.8.6	Netto-Erweiterungsvorhaben Viktoriastraße	97
7.8.7	Aldi-Erweiterungsvorhaben Weberstraße	98
7.8.8	Lidl-Erweiterungsvorhaben HansasträÙe	98
7.8.9	Lidl Erweiterungsvorhaben Bertha-von-Suttner-Allee.....	98
7.8.10	Erweiterungsvorhaben Aldi/ Lidl Kamener Straße	99
8	Abschließende Empfehlungen.....	100
9	Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	101
9.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten .	101
9.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	102
9.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.....	105
9.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	106
9.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten.....	107
9.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	107
9.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung.....	108

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Einwohnerentwicklung in Unna und Vergleichsräumen 2005 - 2015	13
Abbildung 2:	Altersstruktur der Bevölkerung in Unna in den Jahren 2012 und 2030 im Vergleich ..	14
Abbildung 3:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Unna und in Nachbarkommunen	17
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten	19
Abbildung 5:	Kaufkraftpotenzial 2008-2017	20
Abbildung 6:	Angebotsstrukturen nach räumlicher Gliederung	23
Abbildung 7:	Fotos Innenstadtbereich Unna	28
Abbildung 8:	Fotos „Mühle Bremme“	30
Abbildung 9:	Verkaufsflächen nach Sortimenten in der Innenstadt	31
Abbildung 10:	Fotos Nebenzentrum Königsborn	33
Abbildung 11:	Fotos Nebenzentrum Massen	35
Abbildung 12:	Fotos Nahversorgungszentrum Kastanienhof	39
Abbildung 13:	Fotos Nahversorgungszentrum Berliner Allee	41
Abbildung 14:	Fotos „Feldstraße“	42
Abbildung 15:	Verkaufsflächen und Umsätze in Unna nach Sortimenten	45
Abbildung 16:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	56
Abbildung 17:	Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels	60
Abbildung 18:	Projektskizzen „Mühle-Bremme“	94

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohner nach Stadtteilen	12
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Unna p.a.	18
Tabelle 3:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen	25
Tabelle 4:	Betriebe und Verkaufsflächen nach Größenklassen in der Innenstadt	29
Tabelle 5:	Verkaufsflächen und Umsätze der Stadt Unna nach Sortimenten	47
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Unna p.a.	49
Tabelle 7:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen	50
Tabelle 8:	Verkaufsflächenentwicklungen seit 1993	51
Tabelle 9:	Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Stadtgebiet (nur Lebensmittel/ Getränke) ..	54
Tabelle 10:	Unnaer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente	91
Tabelle 11:	Nahversorgungssituation in Massen vor/nach Realisierung der Planvorhaben	95

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Unna und zentralörtliche Gliederung	8
Karte 2:	Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl)	16
Karte 3:	Übersicht Einzelhandelssituation in Unna	22
Karte 4:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet	24
Karte 5:	Hauptzentrum Innenstadt Unna (gem. EHK 2008)	26
Karte 6:	Nebenzentrum Königsborn (gem. EHK 2008)	34
Karte 7:	Nebenzentrum Massen (gem. EHK 2008)	36
Karte 8:	Nahversorgungszentrum „Kastanienhof“ (gem. EHK 2008)	38
Karte 9:	Nahversorgungszentrum „Berliner Allee“ (gem. EHK 2008)	40
Karte 10:	Standortbereich „Gewerbegebiet Feldstraße“	43
Karte 11:	Nahversorgungssituation in Unna	53
Karte 12:	Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)	61
Karte 13:	Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)	62
Karte 14:	Online-Sichtbarkeit der Unnaer Einzelhandelsbetriebe	64
Karte 15:	Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe	65
Karte 16:	Regionalplandarstellung Stadt Unna	70
Karte 17:	Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2018	78
Karte 18:	Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums	79
Karte 19:	Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Königsborn ..	80
Karte 20:	Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Massen	81
Karte 21:	Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche Stadt Unna	83
Karte 22:	GIB-Darstellung Kernstadtbereich Unna	85

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Um die lokale Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin fundiert und im gesamtstädtischen Kontext bewerten und ggf. steuern zu können, hat die Stadt Unna die BBE Handelsberatung mit der Fortschreibung ihres zuletzt 2008 aufgestellten Einzelhandelskonzepts beauftragt. Dafür wird auch eine umfassende Aktualisierung der Datengrundlagen zur Einzelhandelssituation erforderlich.

Unna hat als Mittelzentrum umfassende Versorgungsfunktionen zu erfüllen, ist jedoch – wie im Ballungsraum Rhein-Ruhr typisch – durch Angebotsstrukturen in angrenzenden Nachbarkommunen einem erheblichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt.

Die positive Konsumstimmung in Deutschland und die außergewöhnlich starke Nachfrage nach Handelsimmobilien verändern das Marktumfeld schneller als je zuvor, zumal der Onlinehandel den stationären Einzelhandel vor völlig neue Herausforderungen stellt. Auf Basis des bisherigen Konzepts können somit schon nach wenigen Jahren nicht mehr alle Fragen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Unna zufriedenstellend beantwortet werden.

Im besonderen Fokus steht dabei die Nahversorgungssituation in den Stadtteilen und in den kleineren Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt. Neben Fragen zur generellen Perspektive der Nahversorgungszentren und Fachmarktstandorte sind auch aktuelle Planungsüberlegungen zu berücksichtigen und hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit den Zielen der Entwicklung zu bewerten. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen.

Einen formalen Rahmen für die Entwicklung der Stadt Unna als Einzelhandelsstandort setzt der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen mit seiner Bekanntmachung vom 25.01.2017, mit dem die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung weiterbestehen, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen.

Unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben, der örtlichen Angebotssituation sowie der möglichen Entwicklungsperspektiven ist schließlich die lokale Sortimentsliste („Unnaer Liste“) der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zu prüfen und ggf. anzupassen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in Unna

Im Sommer 2017 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 33 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt und den Stadtteilzentren die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt.

Weitere Grundlagen

Die Zahlen zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial basieren auf Daten des Instituts für Handelsforschung (IfH) zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2016), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen MB-Research-Veröffentlichung „Kaufkraft nach Sortimenten 2017“ zugrunde gelegt.

Für die Konzeptentwicklung wurde darüber hinaus auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen wurden ebenfalls berücksichtigt.

Schließlich wurde das Einzelhandelskonzept der Stadt Unna aus dem Jahr 2008 für einen Zeitvergleich ausgewertet.²

¹ Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

² Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Unna; BBE 12/2008

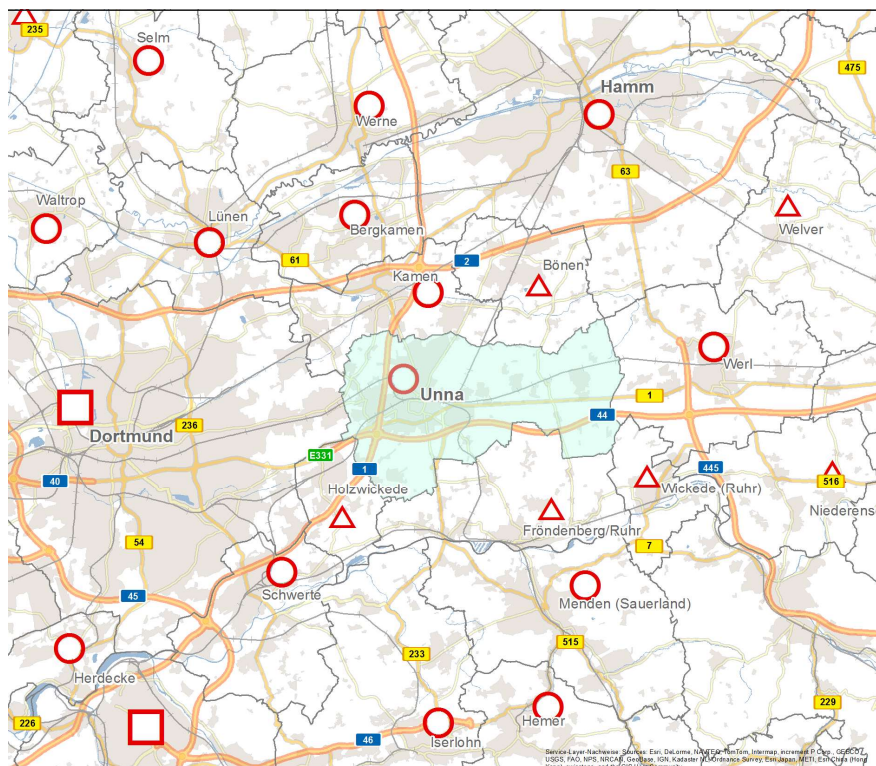
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung

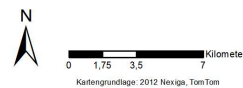
Die Stadt Unna nimmt eine zentrale Lage innerhalb von Nordrhein-Westfalen ein und ist administrativ dem Regierungsbezirk Arnsberg zugehörig. Als Kreisstadt des gleichnamigen Kreises, dem insgesamt zehn Kommunen³ mit rd. 394.000 Einwohnern⁴ angehören, ist sie somit auch Sitz übergeordneter Verwaltungseinrichtungen.

Karte 1: Lage der Stadt Unna und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum



Quelle: Eigene Darstellung

³ Neben der Stadt Unna umfasst der Kreis Unna die Städte Bergkamen, Fröndenberg (Ruhr), Kamen, Lünen, Schwerte, Selm und Werne sowie die beiden Gemeinden Bönen und Holzwickede,

⁴ IT.NRW; Stand 31.12.2016

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Naturräumlich liegt Unna als Teil der Hellweger Börde zwischen den Flusslandschaften von Lippe und Ruhr, während sie im Norden vom Münsterland und im Süden von den Ausläufern des Sauerlandes begrenzt wird.

Gemäß dem Landesentwicklungsplan NRW wird die Stadt Unna als Mittelzentrum eingestuft, das als solches insbesondere die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs gewährleisten soll⁵.

Auch den meisten benachbarten Städten wird primär eine kurz- bis mittelfristige (Nah-) Versorgungsfunktion zugestanden. So grenzt die Stadt Unna im Norden an das Mittelzentrum Kamen und das Grundzentrum Bönen, im Westen an das Grundzentrum Holzwickede, im Osten an das Mittelzentrum Werl und das Grundzentrum Wickede sowie im Süden an das Grundzentrum Fröndenberg. Eine Ausnahme bildet hierbei das westlich angrenzende Oberzentrum Dortmund, welches symptomatisch die Rolle Unnas als östlicher Ausläufer des Ruhrgebiets kennzeichnet. Dementsprechend ist das westliche regionale Umfeld von einer hohen Bevölkerungsdichte und einer Vielzahl nahegelegener Oberzentren der Metropolregion Rhein-Ruhr geprägt, während das Umland östlich von Unnas vor allem von kleineren Grund- und Mittelzentren und einem Übergang in den eher ländlichen Raum bestimmt wird.

Trotz der Nähe zum benachbarten Oberzentrum Dortmund weist die Stadt Unna mit rd. 7.600 Personen⁶ dabei einen deutlich positiven Pendlersaldo auf, was insbesondere auf ihre Arbeitsmarktbedeutung⁷ und ihre Funktion als Kreisstadt zurückzuführen ist.

Aufgrund der Lage an den Autobahnkreuzen Dortmund-Unna, Unna-Ost und der Nähe zum Kamener Kreuz verfügt die Stadt Unna über eine sehr gute Anbindung an das überregionale Fernstraßennetz. In Nord-Süd-Richtung quert die Bundesautobahn A 1 (Köln – Wuppertal – Münster – Bremen) das Stadtgebiet, an die Unna über die beiden Anschlussstellen Unna-Zentrum und Kamen-Zentrum angebunden ist. Südlich der Kernstadt verläuft zudem die A 44 in Ost-West-Richtung (Kassel – Soest – Dortmund) mit Anschlussmöglichkeit über das Autobahnkreuz Unna-Ost bzw. die Bundesstraße B 233. Die nördlich parallel zur A 1 verlaufende B 1 bildet eine weitere leistungsfähige Ost-West-Achse. Sie stellt dabei insbesondere die Verbindung nach Dortmund bzw. zu den östlichen Stadtgebieten und im weiteren Verlauf nach Werl/Soest sicher.

Als wesentliche innerörtliche Straßenverbindungen fungieren die Hansastraße/ Massener Hellweg, der Afferder Weg, die Kamener Straße, die Hammer Straße, die Fröndenberger Straße, die Iserlohner Straße und die Feldstraße, die aus sämtlichen Richtungen direkt oder mittelbar auf das innerstädtischen Ringsystem⁸ führen und hierdurch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit im Kernstadtbereich gewährleisten.

⁵ Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW), Stand: 14.12.16, Seite 123

⁶ Laut Pendleratlas 2016 (IT.NRW) stehen 17.257 Auspendler 24.842 Einpendler gegenüber.

⁷ So hat beispielsweise neben der Einzelhandelskette Woolworth auch die Wohnzentrum Zurbrüggen GmbH ihre Unternehmenszentrale in der Kreisstadt Unna.

⁸ Südring, Ostring, Nordring, Beethovenring, Käthe-Kollwitz-Ring

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Unna liegt zudem an den Bahnstrecken Hamm-Köln und Dortmund-Soest und ist über den zentral in der Kernstadt gelegenen Bahnhof Unna sehr gut an den Schienenpersonennahverkehr angebunden. Tagsüber gibt es halbstündliche bzw. stündliche Verbindungen nach Dortmund (RB 59), Soest (RB 59), Hamm (RE 13) und Menden/ Neuenrade (RB 54), hinzu kommt die werktags im 20-Minuten-Takt verkehrende S 4 nach Dortmund mit Halt in Unna-West, -Königsborn und –Massen.

Eine Anbindung an den Schienenfernverkehr besteht derzeit nicht; diese soll aber ab Dezember 2019 (wieder) eingerichtet werden.⁹

Dem Bahnhofsgebäude vorgelagert ist zudem der zentrale Busknotenpunkt der Stadt, an dem eine Vielzahl an sowohl innerstädtisch wie auch überörtlich verkehrenden Buslinien auch im ÖPNV eine örtliche wie überörtliche Erreichbarkeit gewährleistet.

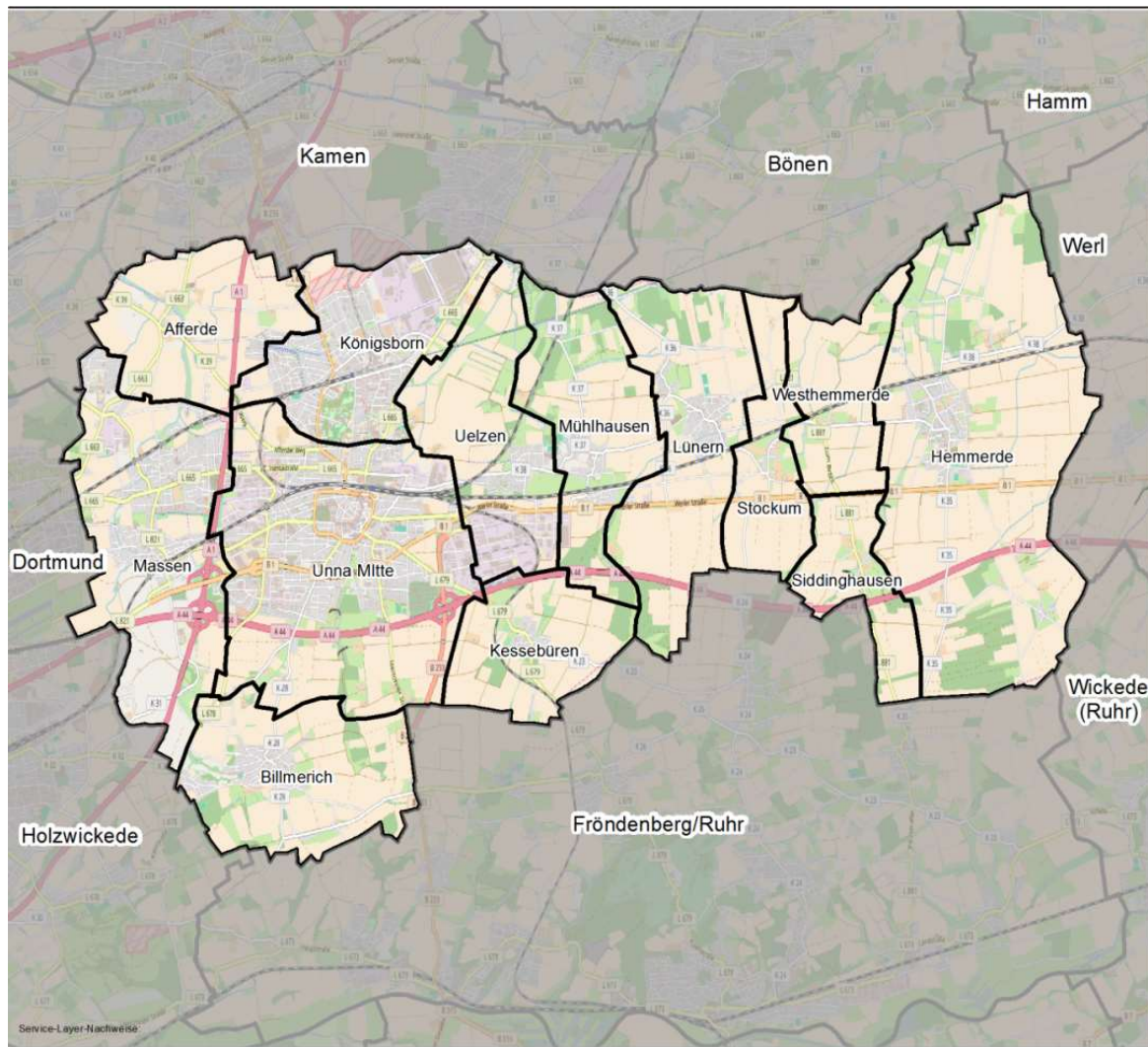
⁹ vgl. u.a. Hellweger Anzeiger/ Westfälische Rundschau, „Zähe Verhandlungen um IC-Halt“ vom 17.10.2017; online abrufbar unter <https://www.hawr-digital.de/unna/Zaehe-Verhandlungen-ueber-IC-Halt-108686.html>

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

2.2 Siedlungsstruktur Unna

In der Stadt Unna leben aktuell rd. 60.900 Personen¹⁰, die sich auf die 13 Stadtteile Afferde, Billmerich, Hemmerde, Kessebüren, Königsborn, Lünern, Massen, Mühlhausen, Siddinghausen, Stockum, Uelzen, Unna-Mitte und Westhemmerde verteilen.

Karte 2: Raumgliederung der Stadt Unna



Quelle: Eigene Darstellung

¹⁰ Quelle: Stadt Unna, Stand 31.12.2016; nur Hauptwohnsitze

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Der Siedlungsschwerpunkt liegt eindeutig in den im Westen gelegenen Stadtteilen Mitte, Massen und Königsborn, in denen rd. 80 % der Bevölkerung leben; die sonstigen Ortslagen weisen hingegen deutlich geringere Einwohnerzahlen auf und sind eher ländlich strukturiert.

Die genauen Einwohnerzahlen der einzelnen Stadtteile sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 1: Einwohner nach Stadtteilen

Ortslage	Einwohner	
	absolut	in %
Afferde	1.832	3
Billmerich	2.074	3
Hemmerde (inkl. Westhemmerde)	2.703	4
Kessebüren	605	1
Königsborn	14.165	23
Lünern	2.032	3
Massen	10.688	18
Mühlhausen	1.374	2
Siddinghausen	106	< 1
Stockum	311	< 1
Uelzen	1.697	3
Unna-Mitte	23.322	38
Stadt Unna gesamt	60.909	100

Quelle: Stadt Unna, Stand 31.12.2016; ohne Nebenwohnsitze
Rundungsdifferenzen möglich

Bei einer Gesamtfläche von rd. 88,6 km² ergibt sich eine Einwohnerdichte von rd. 688 Einwohnern pro km². Damit liegt Unna leicht unterhalb der durchschnittlichen Bevölkerungsdichte des Kreises Unna (725 EW/ km²), was im Wesentlichen auf die ausgeprägte siedlungsstrukturelle Zweiteilung des Stadtgebietes zurückzuführen ist.

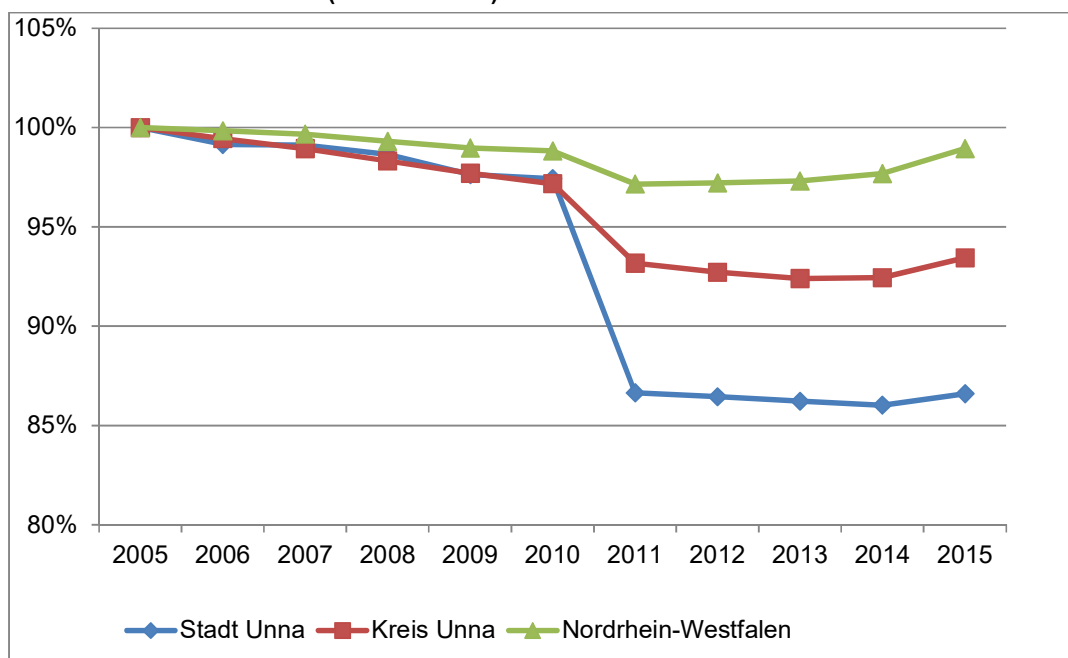
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

2.3 Demografische Entwicklung

Auf Grundlage der Bevölkerungszahlen des statistischen Landesamtes NRW ergibt sich für den Zeitraum 2005 – 2015¹¹ für die Stadt Unna ein Bevölkerungsrückgang von knapp 13 %. Dieser ist allerdings im Wesentlichen auf das Vorhandensein der Landesstelle Unna¹² und den statistischen Effekt im Zuge des Zensus 2011 zurückzuführen, als mit einem Schlag alle Personen, die noch in Unna gemeldet waren ohne sich nach ihrem Fortzug in andere Länder oder Kommunen ab- oder umzumelden aus den bislang vorhandenen Bevölkerungsdaten entfernt worden sind.

Dieser Effekt ist – abgeschwächt – auch bei der Bevölkerungsentwicklung des Kreises ablesbar.

**Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Unna und Vergleichsräumen
2005 - 2015 (2005 = 100 %)**



Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Für die vergangenen fünf Jahre (=nach Zensus 2011) ist in Unna hingegen eine stabile Einwohnerentwicklung festzustellen, bei der zuletzt sogar ein geringes Bevölkerungswachstum¹³ verzeichnet werden konnte.

¹¹ Für den Stichtag 31.12.2016 liegt bislang noch keine endgültige Einwohnerzahl vor. IT.NRW begründet dies auf seiner Internetseite mit Unterschieden bei der „melderechtlichen Behandlung von Schutzsuchenden“.

¹² Landesstelle für Aussiedler, Zuwanderer und ausländische Flüchtlinge in Nordrhein-Westfalen, kurz „Landesstelle Unna“. Nachdem die Einrichtung im Jahre 2009 geschlossen wurde, ist diese am 12. Oktober 2012 wieder in Betrieb genommen worden.

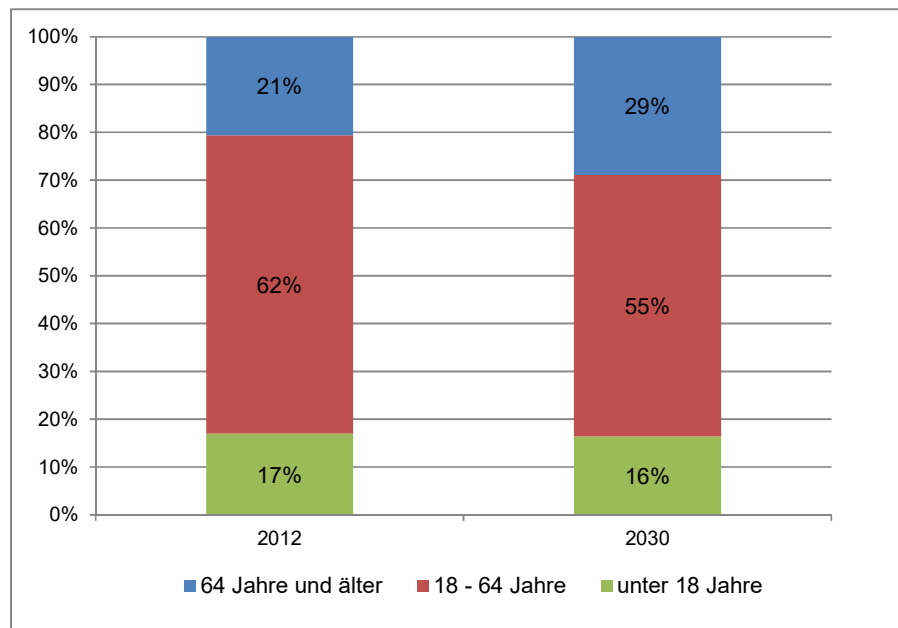
¹³ + rd. 400 Personen von 2014 auf 2015

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Trotz zuletzt positiver Entwicklungen gehen die Bevölkerungsprognosen des Landes NRW¹⁴ sowie der Bertelsmann Stiftung¹⁵ aber übereinstimmend von einem Rückgang der städtischen Einwohnerzahlen aus. Demnach soll sich der Bevölkerungsstand im Jahr 2030 auf rd. 54.250 Einwohner (Bertelsmann) bzw. rd. 54.575 Einwohner (IT.NRW) belaufen, was einem Bevölkerungsrückgang von etwa 8 % entsprechen würde.

Parallel zu der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich in Folge des demografischen Wandels aber auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 18 Jahren von 17 % auf 16 % im Jahr 2030 leicht sinken. Deutlicher wird dagegen langfristig die prozentuale Abnahme des Anteils von Personen im erwerbsfähigen Alter (18 – 64 Jahre) ausfallen. Hier prognostiziert die Bertelsmann Stiftung ausgehend von rd. 62 % eine Abnahme um rd. 7 Prozentpunkte bis 2030 auf dann nur noch rd. 55 %. Insgesamt wird somit der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 21 % auf rd. 29 % im Jahr 2030 stark ansteigen, während jüngere Bevölkerungsgruppen anteilmäßig an Bedeutung verlieren.

**Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in Unna
in den Jahren 2012 und 2030 im Vergleich**



Quelle: Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsprognose für die Stadt Unna; eigene Darstellung

¹⁴ IT.NRW, Gemeindemodellrechnung 2014 bis 2040 (Basis)

¹⁵ Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsstruktur 2012 - 2030

2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Der Einzelhandelsstandort Unna befindet sich in der Ballungsrandzone der Metropolregion Rhein - Ruhr, die durch zahlreiche unmittelbar angrenzende Ober- und Mittelzentren geprägt ist. Die hier lebende Bevölkerung kann daher meist in jeweils relativ kurzer Distanz verschiedene Innenstädte, Nebenzentren und Fachmarktstandorte bzw. Einkaufszentren erreichen.

Für das Mittelzentrum Unna ist insbesondere das benachbarte Oberzentrum **Dortmund** mit seinen vielfältigen Einzelhandelsangeboten ein nahegelegener und auch mit dem ÖPNV gut zu erreichender Wettbewerbsstandort.

Dabei stellt die Innenstadt von Dortmund mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 200.000 m² sowohl qualitativ als auch quantitativ den eindeutigen Einzelhandelsschwerpunkt der Region dar. Neben dem 2011 eröffneten innerstädtischen Einkaufszentrum „Thier-Galerie“ (u. a. Primark, H&M, Hollister, Inter-sport, Thalia) prägen eine Vielzahl an Kauf- und Warenhäusern (u. a. Galeria Kaufhof, Karstadt/ Karstadt-Sport, Peek & Cloppenburg, C&A, Saturn) das Angebot der A-Lage. Von Unna aus ist die Dortmunder City rd. 20 Kilometer entfernt und zudem in knapp 30 Minuten mit der Bahn zu erreichen.

Von Relevanz ist auch der Fachmarktstandort Aplerbeck-Ost im Dortmunder Osten. Der vor allem von großflächigen Einzelhandelsbetrieben geprägte Standortbereich verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 35.000 m². Neben einem Real SB-Warenhaus, einem Bauhaus-Baumarkt, dem Möbelmitnahmemarkt Roller und dem Sportfachmarkt Decathlon sind dort auch weitere Fachmärkte vorzufinden. Auch das solitär gelegene Gartencenter Risse kann dem Fachmarktstandort funktional zugeordnet werden.

Unmittelbar jenseits der Stadtgrenze zum nördlich benachbarten Mittelzentrum **Kamen** befindet sich mit dem Kamen-Karrée ein weiterer regional bedeutsamer Angebotsstandort. Standortprägend ist insbesondere ein rd. 18.000 m² großes Ikea-Einrichtungshaus, das von einem rd. 6.500 m² großen Gartencenter sowie einem weiteren Einrichtungsspezialisten (Mäx) ergänzt wird. Das Kamen-Karrée entwickelt seine Attraktivität nicht zuletzt auch aufgrund einer sehr guten Verkehrs- und Sichtenbindung an die A 1. Die unmittelbare Erschließung erfolgt über die B 233, die im weiteren Verlauf als Kamener Straße zugleich den Hauptverkehrsträger des Unnaer Stadtteils Königsborn darstellt.

Nur rd. 1 km weiter nördlich befindet sich der Standortbereich „Zollpost“, an dem mit Kaufland, Toys “R” Us, Hornbach etc. weitere großflächige Anbieter vorzufinden sind.

Während die beiden Fachmarktstandorte – auch wegen der hervorragenden verkehrlichen Erreichbarkeit in unmittelbarer Nähe zur Autobahnanschlussstelle „Kamen-Zentrum“ der A 1 – in hohem Maße von auswärtigen Kunden aufgesucht werden, übernimmt die Kamener Innenstadt im Wesentlichen lokale Versorgungsfunktion. Dabei konnte die Angebotssituation mit dem 2015 am Standort des ehemaligen Hertie-Kaufhauses eröffneten, innerstädtischen Einkaufszentrum „Kamen Quadrat“ zuletzt nochmals deutlich ausgebaut werden.

Die Wettbewerbsbeziehungen zum östlich angrenzenden Mittelzentrum **Werl** beziehen sich im Wesentlichen auf das rd. 52.000 m² große Möbelhaus Turflon, das einen der wichtigsten direkten Wettbewerber des Unnaer Anbieters Zurbrüggen darstellt. Zugleich stellt Werl – maßgeblich aufgrund der räumlichen Nähe – für die in den östlichen Ortslagen von Unna lebende Bevölkerung eine nahegelegene und grundsätzlich auch verkehrlich gut zu erreichende (Nah-)Versorgungsalternative dar.

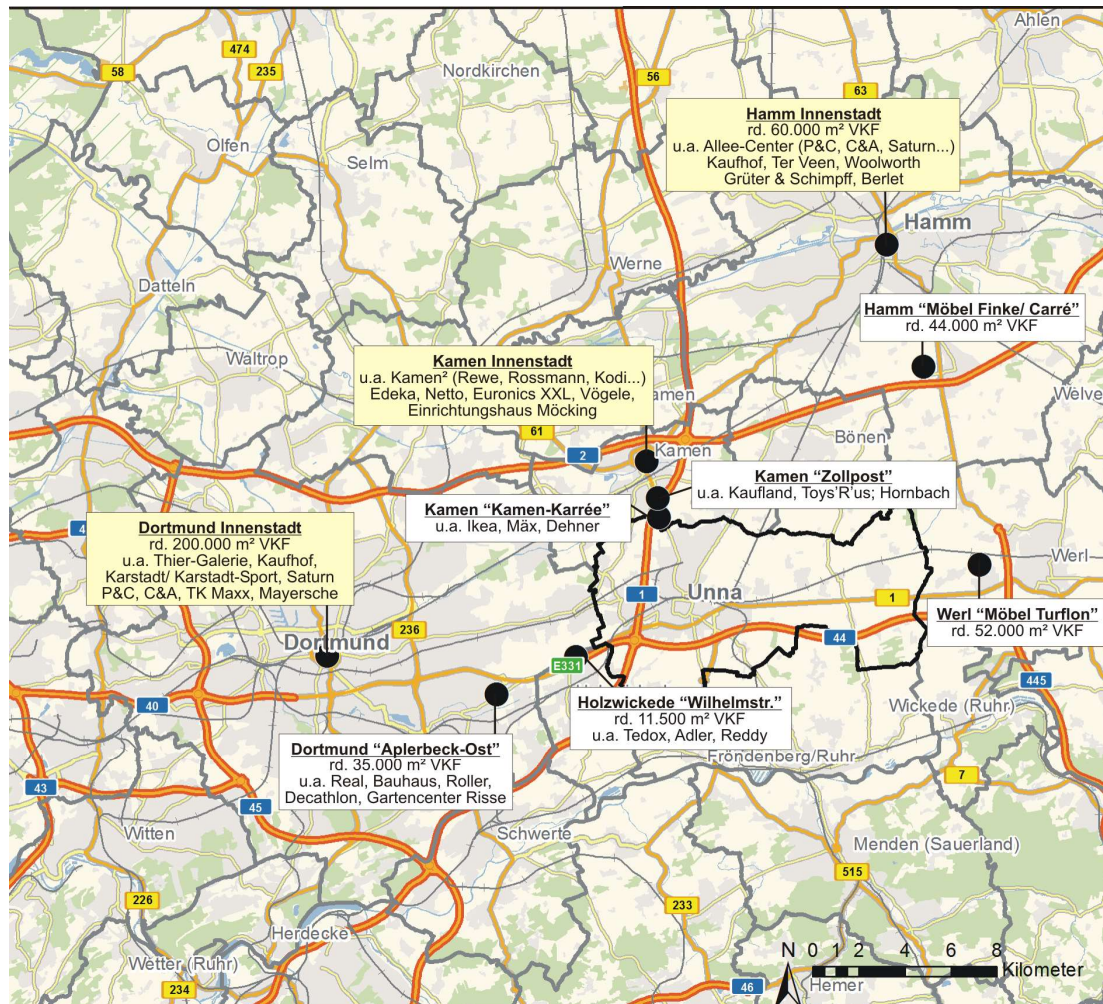
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die südwestlich von Unna gelegene Gemeinde **Holzwickede** erreicht allenfalls über die im Gewerbegebiet an der Wilhelmstraße ansässigen Anbieter eine begrenzte Bedeutung als Wettbewerbsstandort und wird hierbei im Wesentlichen die im westlichen Stadtgebiet von Unna lebende Bevölkerung ansprechen können. Dort befinden sich u. a. der „Renovierungs-Discounter Tedox“, ein großflächiger Adler-Mode-markt sowie die beiden Küchenspezialisten Reddy und Marquardt Küchen.

Der in den Nachbarkommunen **Bönen, Wickede** und **Fröndenberg** ansässige Einzelhandel ist aufgrund seiner vornehmlich lokalen Kundenansprache nur von untergeordneter Wettbewerbsbedeutung.

Der Wettbewerbsbezug zu der rd. 20 km nordöstlich gelegenen Stadt **Hamm** beschränkt sich ebenfalls im Wesentlichen auf das Möbelsegment und bezieht sich vor allem auf das 2015 im südlichen Stadtgebiet eröffnete Möbelhaus Finke. Trotz einiger attraktiver innerstädtischer Angebote (u.a. „Allee-Center“) kann Hamm, bei annähernd gleicher Distanz zu Unna, aber mit dem deutlich größeren Angebot in Dortmund nicht konkurrieren.

Karte 2: Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl)



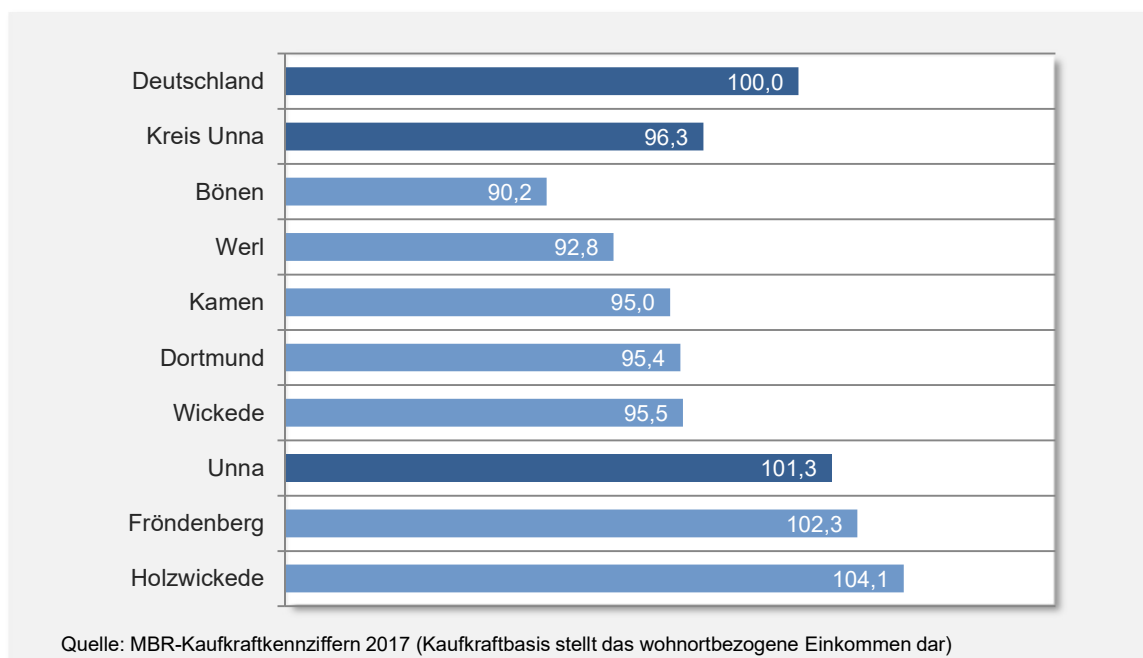
Quelle: Eigene Darstellung

3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Unna

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.232 € einzelhandelsrelevant.¹⁶

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für Unna aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von rd. 101 % aus, das somit leicht über dem Bundesdurchschnitt liegt.

Abbildung 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Unna und in Nachbarkommunen (in % vom Bundesdurchschnitt)



Wie der vorstehenden Abbildung entnommen werden kann, ist das Kaufkraftniveau auch im regionalen Vergleich als überdurchschnittlich einzustufen. So erreichen sämtliche Nachbarkommunen – mit Ausnahme von Fröndenberg und Holzwickede - jeweils niedrigere Kaufkraftwerte und auch das Kaufkraftniveau im benachbarten Oberzentrum Dortmund liegt deutlich (> 5 Prozentpunkte) unterhalb des Kaufkraftniveaus von Unna.

¹⁶ Quelle: Institut für Handelsforschung, Ergänzungen und Berechnungen der BBE (Marktvolumina 2016); unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Motorräder, Brennstoffe und Reparaturen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Unna p.a.

Sortiment	Deutschland	Unna	
	Pro-Kopf-Ausgaben	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraft-potenzial
	in €	in €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.315	2.341	142,6
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	345	345	21,0
Apothekenwaren	564	582	35,4
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	92	95	5,8
Blumen	66	65	4,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	53	53	3,2
Bekleidung, Wäsche	533	545	33,2
Schuhe, Lederwaren	121	123	7,5
Sport-, Campingartikel	101	103	6,3
Bücher, Zeitschriften	101	102	6,2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	85	86	5,2
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	95	94	5,7
Möbel, Küchen	367	382	23,2
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	61	61	3,7
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	24	24	1,5
Heimtextilien, Gardinen	24	24	1,5
Bettwaren	43	44	2,7
Lampen und Leuchten	34	35	2,1
Elektro Großgeräte	54	54	3,3
Elektrokleingeräte	58	59	3,6
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger	140	141	8,6
Computer, Telekommunikation	193	194	11,8
Foto	41	41	2,5
Optik	52	53	3,3
Uhren, Schmuck	72	74	4,5
Bau- und Heimwerkerbedarf	221	218	13,3
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	82	81	4,9
Pflanzen, Gartenbedarf	134	132	8,1
Fahrräder, Fahrradzubehör	52	52	3,2
Autozubehör	50	51	3,1
Sonstiger Einzelhandel***	59	60	3,6
Gesamt	6.232	6.313	384,5

* Glas, Porzellan, Keramik ** u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IffH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern
(Datenstand: 2016)

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

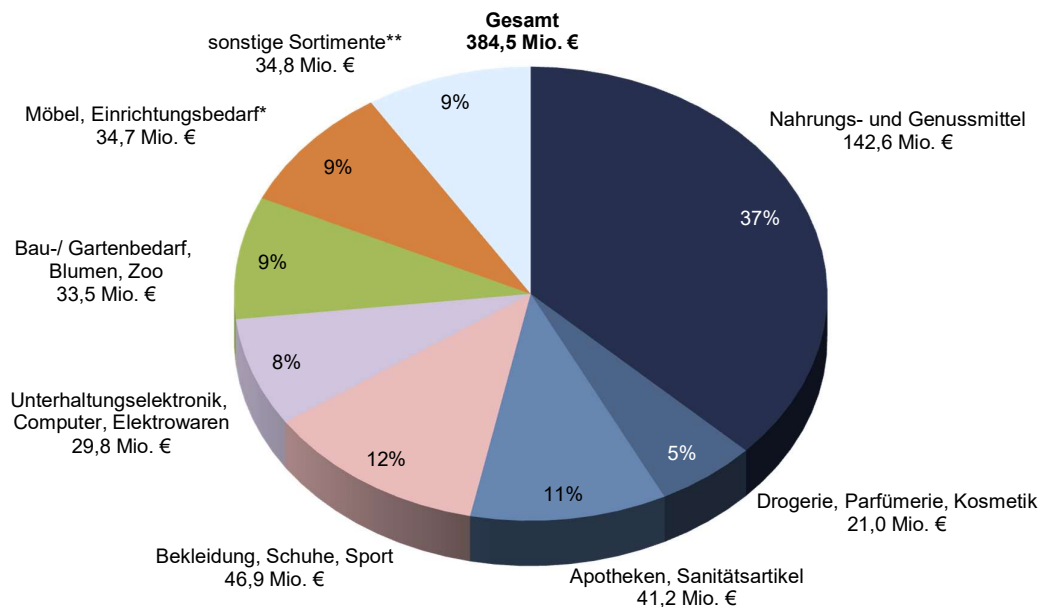
Für die Stadt Unna ergeben sich unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.313 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von aktuell rd. 385 Mio. € errechnen (vgl. vorstehende Abbildung).

Mit rund 38 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 53 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt rd. 77 Mio. € Kaufkraft (rd. 20 %) zur Verfügung.

Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf rd. 68 Mio. € (rd. 18 %), die sonstigen Warengruppen umfassen rd. 35 Mio. € Kaufkraft bzw. rd. 9 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 4). Bei letzterem verfügen die Warengruppen Bücher/ Zeitschriften, Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren sowie Uhren/ Schmuck mit jeweils 5 – 6 Mio. € über die höchsten Nachfragevolumina.

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

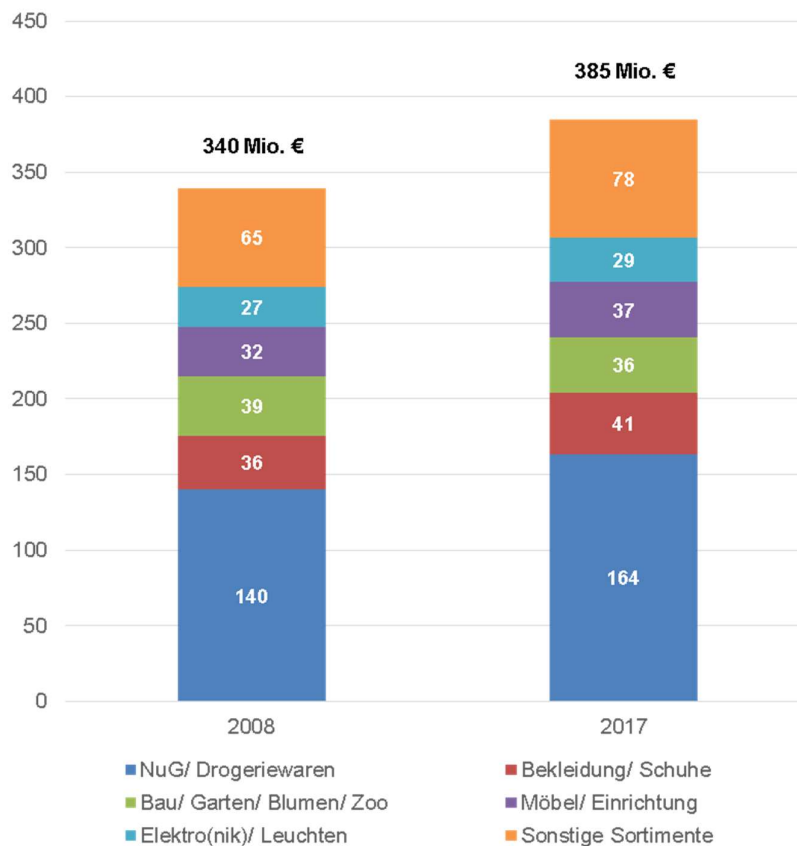
Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept der Stadt Unna aus dem Jahr 2008 verfügt die lokale Bevölkerung mit rd. 385 Mio. € aktuell über eine etwa 45 Mio. € höhere einzelhandelsrelevante Kaufkraft (+ 13 %) als noch vor ca. 10 Jahren.

Die zwischenzeitlich gesunkene Einwohnerzahl wird hierbei von den in den letzten Jahren stark gestiegenen Verbrauchsausgaben überkompensiert und führt per Saldo zu einem deutlich höheren Kaufkraftpotenzial.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die höchsten Wachstumsraten sind hierbei im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren festzustellen, bei denen die Pro-Kopf-Ausgabenbeträge im Zeitvergleich um fast ein Viertel angestiegen sind. Allein auf diese beiden Warengruppen bezogen steht mit aktuell rd. 164 Mio. € ein um etwa 24 Mio. € höheres Nachfragevolumen zur Verfügung.

Abbildung 5: Kaufkraftpotenzial 2008-2017



Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern; Einzelhandelskonzept der Stadt Unna 2008; Rundungsdifferenzen möglich

4 Einzelhandelssituation in Unna

Im Sommer 2017 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller im Stadtgebiet Unna ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe¹⁷ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops¹⁸ durchgeführt.

Die Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe wurde sortimentsscharf erhoben.

Anschließend wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistungen der Einzelhandelsbetriebe waren-gruppenspezifisch eingeschätzt.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Demnach gibt es im Stadtgebiet von Unna derzeit insgesamt

- **359 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe**, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. **138.900 m²** verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. **422 Mio. €** erwirtschaften.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 49 leerstehende Ladenlokale mit einer potenziellen Verkaufsfläche von insgesamt rd. 5.600 m² vorhanden.¹⁹ Dabei weisen lediglich drei Objekte Verkaufsflächen von 600 m² und mehr auf; knapp drei Viertel der leerstehenden Ladenlokale sind mit Verkaufsflächen von maximal 100 m² dagegen deutlich kleiner. Größere Ladenlokale, die zur Aufnahme moderner Einzelhandelskonzepte fähig sind, stehen zum derzeitigen Zeitpunkt somit kaum zur Verfügung, zudem alle größeren Ladenleerstände ausgeprägte standort- bzw. objektseitige Nachteile aufweisen.²⁰

Im Vergleich zu 2008 hat sich damit die Anzahl der leer stehenden Ladenlokale von damals 31 auf 49 erhöht, ebenso die leer stehende Gesamtfläche von rd. 4.300 m² auf rd. 5.600 m². Die sich als Verhältnis der leer stehenden Flächen zur potenziellen Gesamtverkaufsfläche ergebende Leerstandsquote ist damit von damals rd. 3 % auf rd. 4 % angestiegen und ist damit weiterhin relativ niedrig. Dies gilt auch für die Innenstadt, wo bei der aktuellen Erhebung 23 leer stehende Ladenlokale mit einer potenziellen Gesamt-

¹⁷ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

¹⁸ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

¹⁹ Soweit einsehbar, sind die Leerstandsflächen von außen geschätzt worden. Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

²⁰ u.a. schlechter Bauzustand, Mehrgeschossigkeit

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

fläche von rd. 2.200 m² festgestellt wurden. Die sich ergebende Quote von rd. 6 % (auf die Fläche bezogen) entspricht durchaus der für eine Einkaufsstadt in der Größe von Unna üblichen Dimension. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in einigen Fällen eine Nachnutzung bereits absehbar ist.

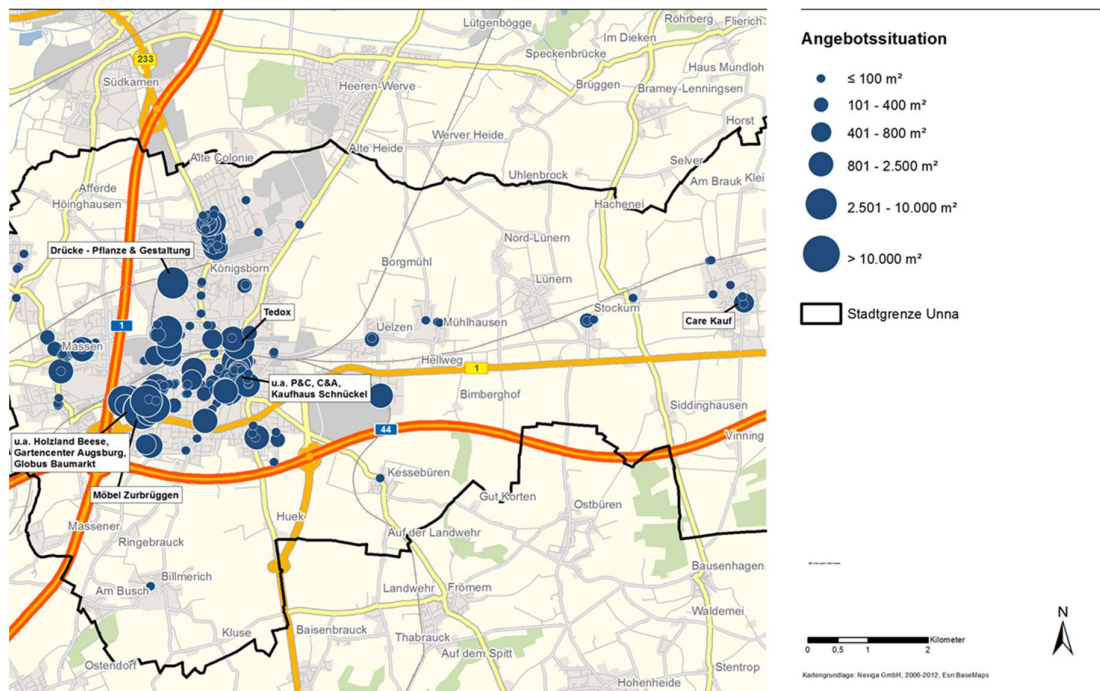
Als erster Anhaltspunkt zur Bewertung der vorgefundenen Angebotsstruktur kann die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl herangezogen werden. Bezogen auf die Kennzahlen der Stadt Unna lässt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 2,3 m² je Einwohner errechnen. Damit liegt die Flächenausstattung deutlich oberhalb des deutschen Durchschnittswerts von ca. 1,5 m² je Einwohner.²¹

Dies deutet darauf hin, dass der örtliche Einzelhandel in der Gesamtschau dazu in der Lage ist, auch übergemeindliche Ausstrahlkraft entfalten zu können.

4.1 Einzelhandelsausstattung nach Teilräumen

Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz entsprechend dem vorhandenen Siedlungsgefüge auch weiterhin in hohem Maße auf die im westlichen Stadtgebiet gelegenen Siedlungsschwerpunkte, während in den sonstigen Ortslagen nur wenige Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.

Karte 3: Übersicht Einzelhandelssituation in Unna



Quelle: Eigene Darstellung

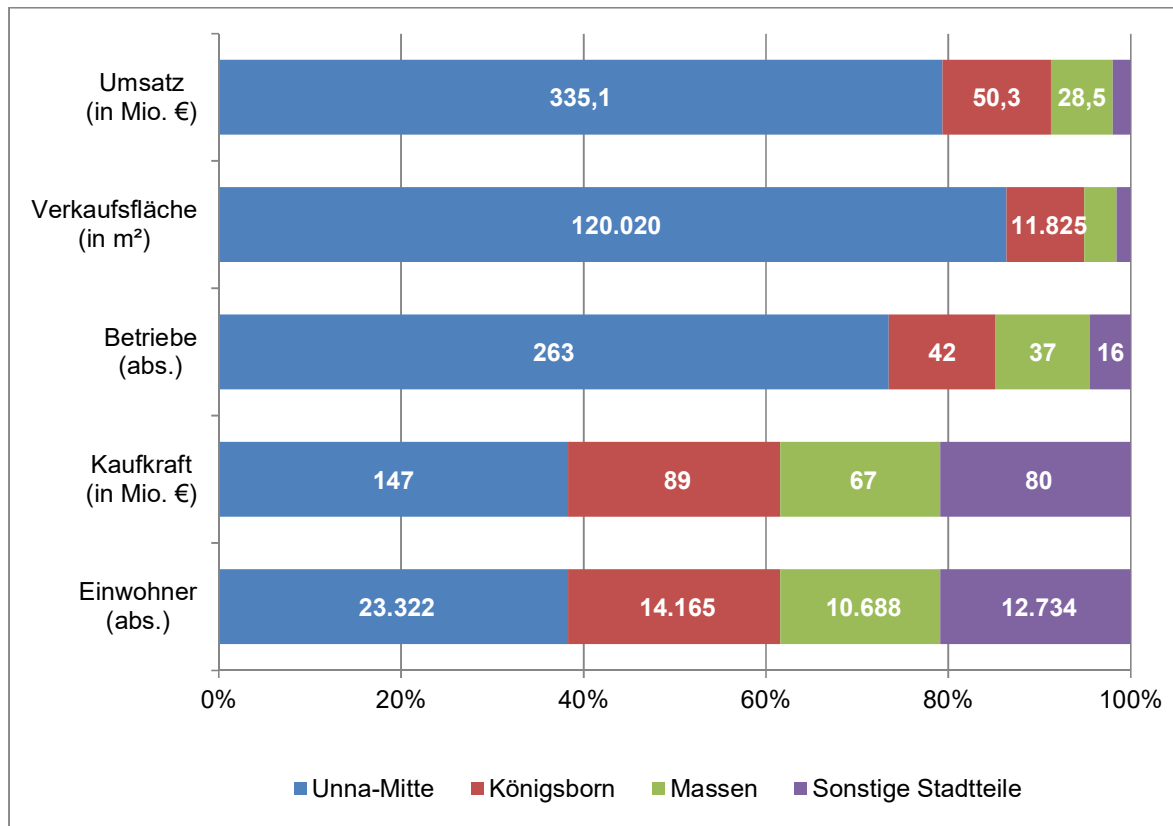
²¹ Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist für das Jahr 2016 eine bundesweite Verkaufsfläche (VKF) von rd. 124 Mio. m² aus. Bezogen auf die Bevölkerung (2016: rd. 82,3 Mio. Einwohner) ergibt sich ein Dichtewert von rd. 1,5 m² VKF je Einwohner.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Etwa drei Viertel der vorhandenen Betriebsstätten sind demnach dem Kernort Unna-Mitte zuzuordnen, die mit rd. 120.000 m² etwa 86 % des gesamten Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen. Hierbei fallen neben dem Stadtzentrum vor allem die großformatigen Einzelhandelsbetriebe im gewerblich geprägten Standortbereich Feldstraße/ Hans-Böckler-Straße/ Massener Straße ins Gewicht (u.a. Möbelhaus Zurbrüggen, Globus Baumarkt, Gartencenter Augsburg). Auch hinsichtlich des erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes ist mit rd. 355 Mio. € bzw. rd. 80 % eine hohe Konzentration auf Unna-Mitte festzustellen.

Ergänzende Angebote finden sich darüber hinaus auch in den bevölkerungsreichen Stadtteilen Königsborn und Massen, während in den dörflich strukturierten Stadtteilen nur vereinzelte Einzelhandelsangebote (4 % aller Gesamtbetriebe) vorzufinden sind, wenngleich dort rd. 12.700 Einwohner und damit etwa 21 % der Gesamtbevölkerung leben.

Abbildung 6: Angebotsstrukturen nach räumlicher Gliederung



Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

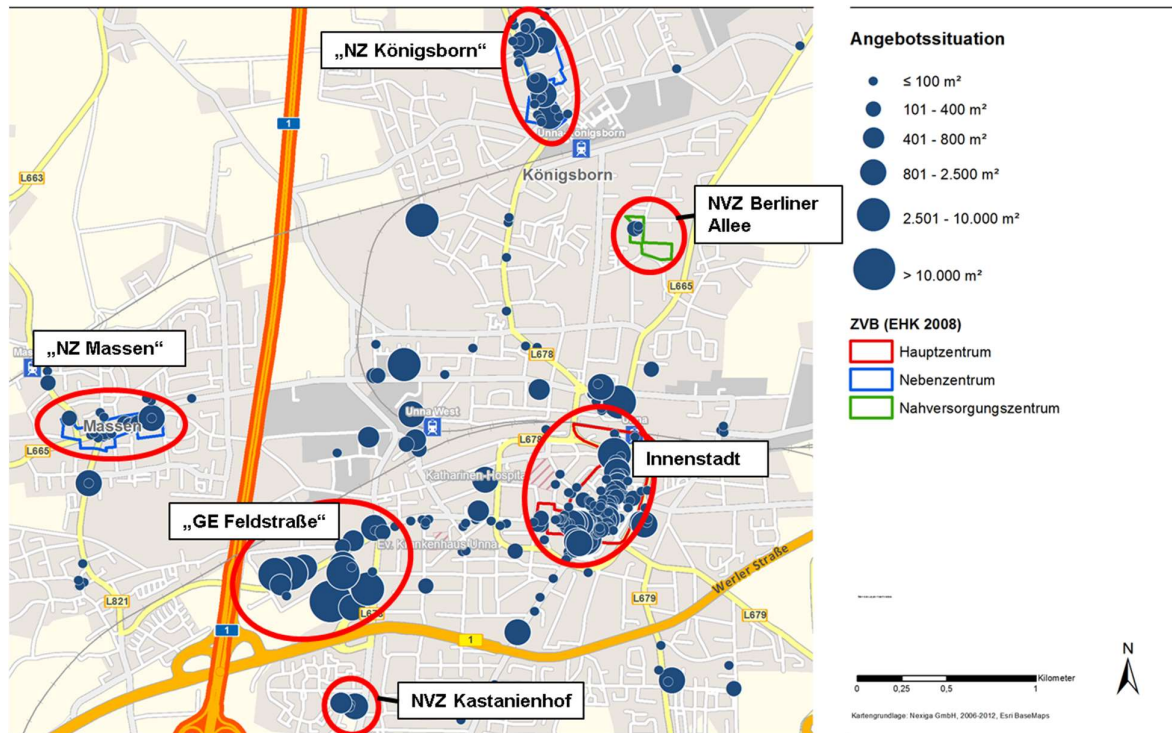
Insgesamt betrachtet konzentrieren sich rd. 96 % der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe sowie nahezu der vollständige Verkaufsflächenbestand wie auch der Einzelhandelsumsatz (jeweils rd. 98 %) auf die drei bevölkerungsreichsten Stadtteile Unna-Mitte, Königsborn und Massen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

4.2 Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte

Innerhalb des westlichen Stadtgebietes lassen sich wiederum verschiedene Standortbereiche voneinander unterscheiden, die sich bereits im 2008 festgelegten Standortkonzept der Stadt Unna als Angebotschwerpunkte wiederfinden (vgl. folgende Karte).²²

Karte 4: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet



Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um die im Vorgängerkonzept als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) abgegrenzte zentrale Stadtmitte (= Hauptzentrum), die beiden Nebenzentren Königsborn und Massen sowie die zwei Nahversorgungszentren „Berliner Allee“ und „Kastanienhof“, die von dem „Regional bedeutsamen Ergänzungsstandort“ im Gewerbegebiet Feldstraße ergänzt werden.

Während die Stadtmitte sowohl hinsichtlich der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe als auch des erwirtschafteten Umsatzes angebotsprägend ist, wird der lokale Verkaufsflächenbestand wesentlich von den im Gewerbegebiet Feldstraße ansässigen Betrieben dominiert: Mit rd. 64.000 m² ist dort nahezu die Hälfte des Gesamtverkaufsflächenbestandes vorzufinden, obwohl diesem Standortbereich lediglich 16 Ladenlokale bzw. 5 % der in Unna vorhandenen Einzelhandelsbetriebe zuzuordnen sind.

²² Sowohl hinsichtlich der Bezeichnung als auch der jeweiligen räumlichen Abgrenzung wird diesbezüglich das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Unna aus dem Jahr 2008 zugrunde gelegt.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Eine Übersicht der vorhandenen Anzahl der Betriebe, der Verkaufsfläche sowie des erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes nach Standortbereichen ist der folgenden Tabelle zu entnehmen:

Tabelle 3: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen

Ortslage	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Hauptzentrum Innenstadt	163	45	33.160	24	129	31
Nebenzentrum Königsborn	18	5	6.720	5	37	9
Nebenzentrum Massen	20	6	3.030	2	18	4
Nahversorgungszentrum Kastanienhof	4	1	1.715	1	8	2
Nahversorgungszentrum Berliner Allee	3	1	445	< 1	4	1
Gewerbegebiet Feldstraße	16	5	64.200	46	115	27
Sonstiges Stadtgebiet: Unna Kernstadt	119	33	27.535	20	102	24
Sonstiges Stadtgebiet: umliegende Ortsteile	16	4	2.115	2	8	2
Stadt Unna gesamt	359	100	138.920	100	422	100

Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Im Folgenden werden die die örtliche Angebotsstruktur prägenden Standortbereiche näher betrachtet.

4.2.1 Hauptzentrum Innenstadt Unna

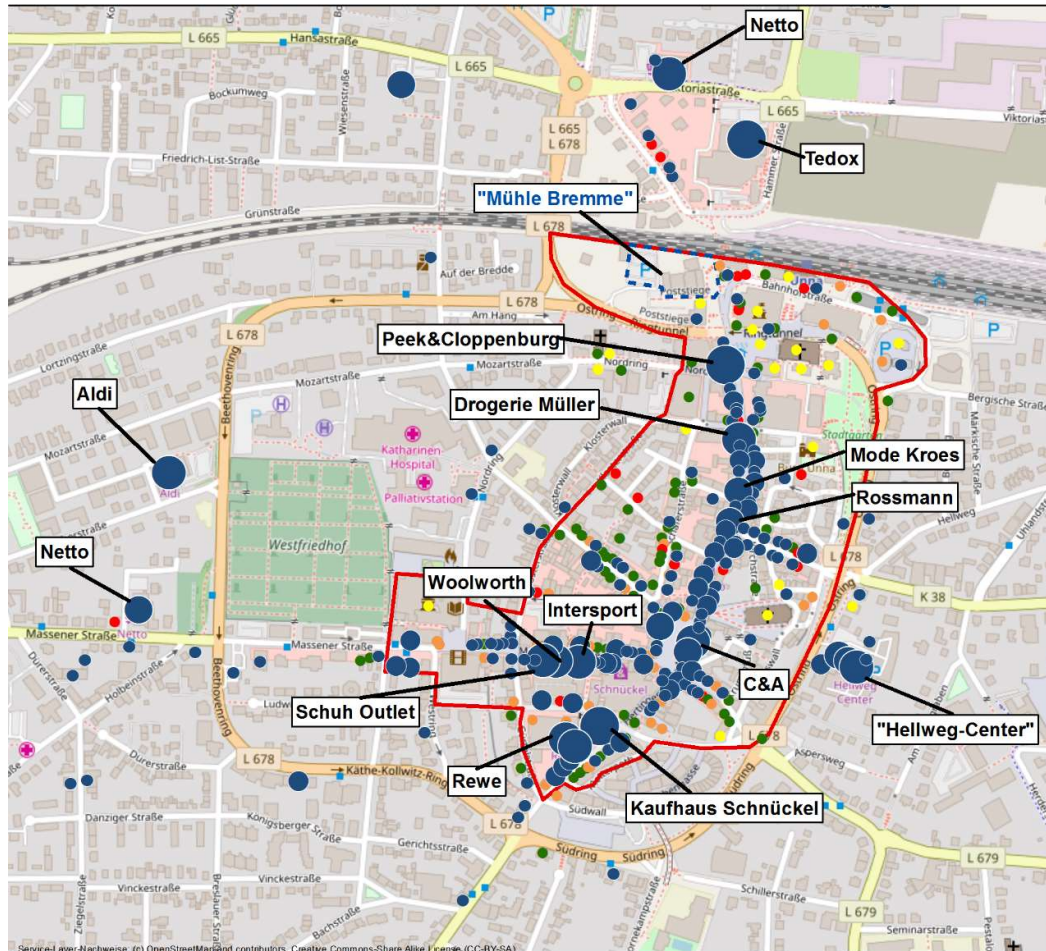
Die Innenstadt von Unna ist der wichtigste und prägendste Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt der Stadt mit einem differenzierten Besatz an Versorgungseinrichtungen der öffentlichen und privaten Infrastruktur.

Unter Zugrundelegung der im Jahr 2008 erfolgten räumlichen Abgrenzung umfasst die Innenstadt im Wesentlichen den zentral gelegenen, historisch gewachsenen Stadtkern. Das Hauptzentrum wird im Norden von den am Ende des als Fußgängerzone ausgewiesenen Innenstadtbereichs gelegenen Bahntrassen begrenzt und umfasst neben dem innerstädtischen Entwicklungsbereich „Mühle Bremme“ und dem Rathaus auch das Standortumfeld des Bahnhofs sowie die östlich hiervon gelegenen Dienstleistungs- und Gastronomieangebote (u.a. Arbeitsagentur). Südlich reicht das Stadtzentrum bis zum Kreuzungsbereich

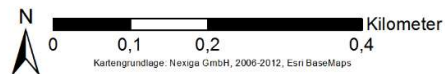
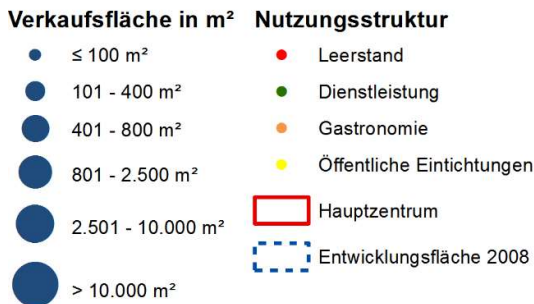
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Gürtelstraße / Südwall / Hertingerstraße. Im Osten wird der Innenstadtbereich von dem als Einbahnstraße um das Zentrum herumführenden Ringsystem („Ostring“) begrenzt. Westlich dient im Wesentlichen die Klosterstraße als Grenze der räumlichen Abgrenzung. Entlang der Massener Straße werden zudem die v.a. kulturell geprägten Nutzungen (u. a. Kino, Museum für Lichtkunst) der räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums zugeordnet, das in diesem Bereich somit bis zur Rembrandtstraße reicht.

Karte 5: Hauptzentrum Innenstadt Unna (gem. EHK 2008)



Angebotsituation Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Gemäß den aktuellen Bestanderhebungen sind im Innenstadtbereich mit etwa 160 Betrieben knapp 45 % der gesamtstädtisch vorhandenen Einzelhandelsbetriebe ansässig, die über eine Verkaufsfläche von rd. 33.200 m² (rd. 24 %) verfügen und einen Einzelhandelsumsatz von rd. 129 Mio. € (rd. 31 %) erwirtschaften.

Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot um rd. 50 Gastronomiebetriebe, etwa 85 Dienstleistungsanbieter sowie zentrale öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Volkshochschule, Zentrum für Information und Bildung).

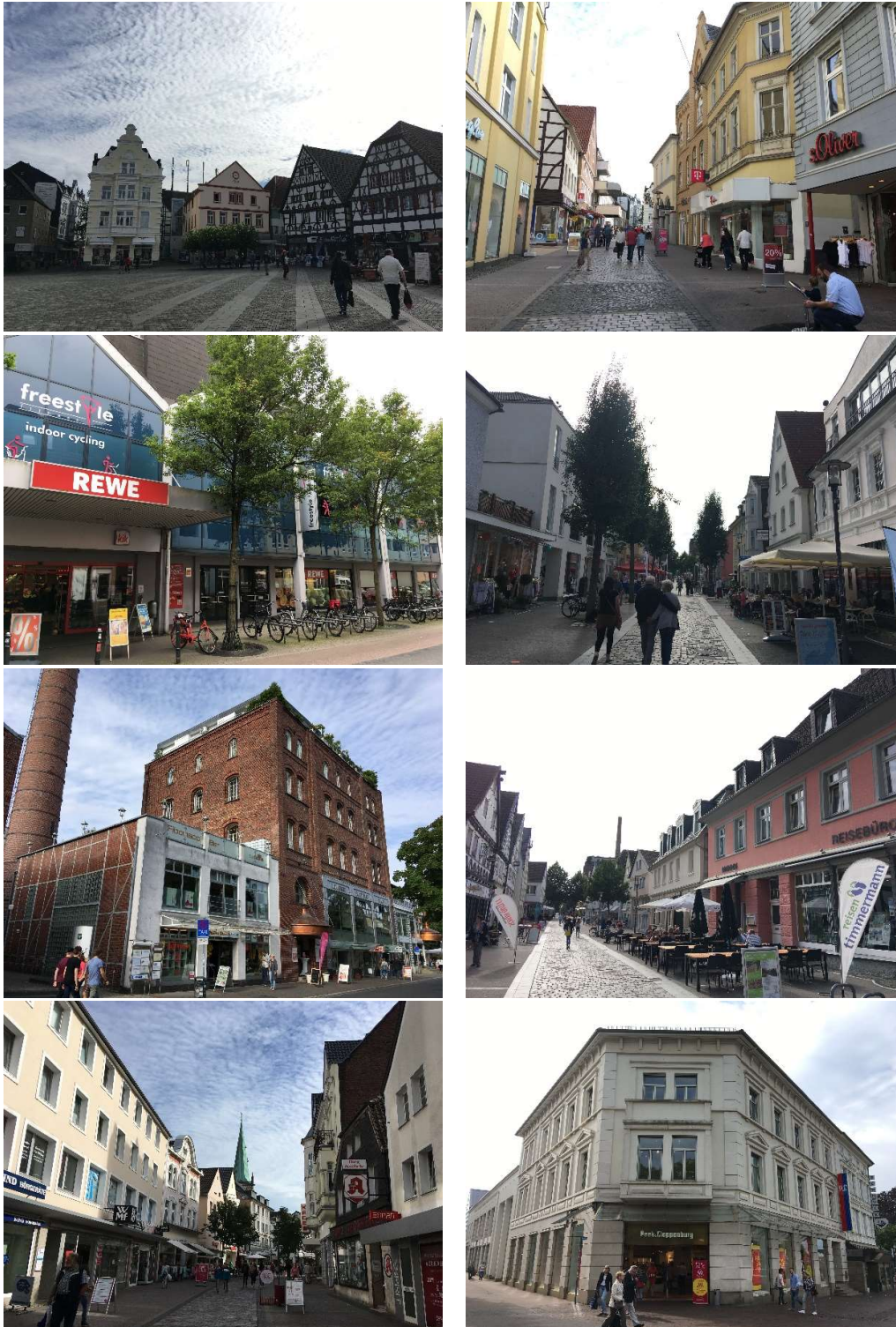
Den stadträumlichen Mittelpunkt mit der höchsten **Nutzungs- und Einzelhandelsdichte** bildet die 850 Meter lange Fußgängerzone, die sich entlang der Bahnhofsstraße – in etwa zwischen dem Bereich zur Flügelstraße / Josef-Ströthoff-Straße im Süden und dem Bahnhof im Norden sowie der davon westlich abzweigenden Massener Straße konzentriert. Die zentrale Einkaufslage verfügt in Kombination mit der gegebenen Bausubstanz und der Gestaltung des öffentlichen Raumes, u. a. durch eine attraktive Oberflächengestaltung, Möblierung, Außengastronomie und Begrünung, über eine ansprechende Aufenthaltsqualität. Insbesondere der zentral gelegene Marktplatz, auf dem dienstags und freitags der Wochenmarkt stattfindet, bietet aufgrund der historischen und gut erhaltenen Bebauungsstrukturen ein individuelles Ambiente und lockert – auch durch die Vielzahl an Außengastronomie – das Stadtzentrum unverkennbar auf.

In den Seitenstraßen und Randbereichen des Hauptzentrums treten Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe in den Vordergrund. Auch die vorhandenen Leerstände – 29 Ladenlokale mit einer potenziellen Verkaufsfläche von rd. 2.500 m² – konzentrieren sich überwiegend auf die Randlagen des im Einzelhandelskonzept 2008 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches (vgl. vorstehende Karte). Im Hauptgeschäftsbereich sind dagegen nur einige wenige leerstehende Ladenlokale vorzufinden, die sich im Wesentlichen auf eine im Einzelhandel übliche Fluktuation zurückführen lassen.

Die **Verkehrerschließung** des Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erfolgt im Wesentlichen über das um das Zentrum herumführende Ringstraßensystem. Für die Kfz-Besucher der Innenstadt bestehen mit den öffentlichen Tiefgaragen bzw. Parkhäusern am Bahnhof, am Neumarkt, an der City-Residenz sowie an der Massener Straße sowohl im Norden, Süden als auch im Westen ausreichend bewirtschaftete Parkflächen (1 € / 1 h bzw. „Brötchentaste“ 10 ct / 20 Min) zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot für den ruhenden Verkehr durch weitere straßenbegleitende Stellplatzmöglichkeiten.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Abbildung 7: Fotos Innenstadtbereich Unna



Quelle: eigene Fotos

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die **bauliche Struktur** des Innenstadtbereiches ist im gewachsenen Kern vor allem durch verdichtete, kleinteilige Altstadtbebauung geprägt, aus der sich relativ kleine Laden- und Gewerbeflächen im Erdgeschoss ergeben. Dementsprechend sind nur neun der im Innenstadtbereich gelegenen Einzelhandelsbetriebe als großflächige Einzelhandelsbetriebe (VKF > 800 m²) einzustufen, was einem Anteil von gerade einmal rd. 6 % entspricht. Mehr als 70 % verfügen dagegen über Verkaufsflächen von weniger als 100 m², können aber gerade einmal rd. 17 % der innerstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen.

Tabelle 4: Betriebe und Verkaufsflächen nach Größenklassen in der Innenstadt

Größenklassen in m ²	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche	
	absolut	in %	in m ²	in %
< 100	115	71	5.630	17
100 – 399	35	21	5.880	18
400 – 799	4	2	2.290	7
800 – 2.499	7	4	10.160	31
≥ 2.500	2	1	9.200	28
Innenstadt gesamt	163	100	33.160	100

Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Zur Aufnahme weiterer – auch großflächiger – Angebotsformate ist bereits in der Vorgängeruntersuchung das am nördlichen Ende der Fußgängerzone gelegene „Mühle Bremme“-Gelände als zentrale **Potenzialfläche** benannt worden, die aktuell das einzige größere Entwicklungsareal in der Innenstadt darstellt. Mit einer Entfernung von gerade einmal rd. 70 Metern zu einem der bedeutendsten Innenstadtmagneten²³, der nachbarschaftlichen Lage zu Rathaus und zentralem Bahnhof sowie einer ausreichenden Flächendimension, verfügt das „Mühle-Bremme“-Areal standortseitig über eine sehr gute Ausgangssituation, um am nördlichen Ende des Innenstadtbereiches eine kundenfrequenzstarke Einzelhandelsentwicklung aufzunehmen und positive Impulse nicht nur für diesen Teilbereich der Innenstadt zu setzen.

²³ dem Textilkaufhaus Peek & Cloppenburg

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Abbildung 8: Fotos „Mühle Bremme“



Quelle: eigene Fotos

Die Mühle ist seit den 1960er Jahren außer Betrieb und war immer wieder Gegenstand verschiedener Planungen. Nun wurde das Areal im Herbst 2017 nach jahrelangem Stillstand an einen Projektentwickler verkauft, der an dem Standort insgesamt rd. 7.400 m² Verkaufsfläche realisieren möchte. Als Ankermieter ist ein Edeka-Supermarkt vorgesehen (vgl. Kapitel 7.8.1). Mit dem Rückbau des Gebäudes soll 2019 begonnen werden.²⁴

Neben dem ehemaligen Mühle Bremme-Areal ist 2008 auch das an der Massener Straße gelegene „Dehne-Gelände“ als weitere innerstädtische Potenzialfläche identifiziert worden. Dort ist zwischenzeitlich ein mehrgeschossiger Gebäudekomplex realisiert worden, der neben Einzelhandelsnutzungen im Erdgeschoss auch eine Seniorenwohnanlage²⁵ in den Obergeschossen beherbergt. Mieter der Erdgeschossflächen sind inzwischen das Kleinpreiskaufhaus Woolworth sowie – nach dem Rückzug des Berlet-Elektrofachmarktes - das Schuh Outlet Hammerschmidt. Mit der Inwertsetzung des Dehne-Areals ist die ursprünglich vorhandene Nutzungslücke geschlossen worden, was ebenso wie die standortsichernde Erweiterung der benachbarten Intersport-Filiale maßgeblich zur Attraktivitätssteigerung der Massener Straße beigetragen hat.

Darüber hinaus hat in den vergangenen Jahren eine konsequente Aufwertung des städtebaulichen Erscheinungsbildes stattgefunden und ebenfalls wichtige Impulse für die Entwicklung der Massener Straße setzen können.

Der in der Unnaer Innenstadt vorhandene Einzelhandelsbesatz umfasst eine Mischung unterschiedlicher **Betriebsgrößen und Betriebstypen**, wobei - wie vorab bereits dargelegt – überwiegend kleinere Geschäftseinheiten dominieren. Die großflächigen Angebote verteilen sich überwiegend entlang der Massener Straße (Kaufhaus Schnücker, Woolworth, Intersport Leiendecker, Schuh Outlet Hammerschmidt), der Bahnhofstraße (Drogerie Müller), der Hertinger Straße (Rewe, Kik) sowie am Markt (C&A) und am Rat-

²⁴ vgl. z.B. Focus online, „Edeka kommt: Planungen für Einkaufszentrum an der Mühle Bremme stehen“; 21.03.2018; abrufbar unter: https://www.focus.de/regional/nordrhein-westfalen/unna-edeka-kommt-planungen-fuer-einkaufszentrum-an-der-muehle-bremme-steinen_id_8649863.html

²⁵ ehem. „City-Residenz“, inzwischen „Domizil am Hellweg“

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

hausplatz (Peek & Cloppenburg). Daneben sind mit Rossmann, Deichmann, Mode Kroes sowie der inhabergeführten Buchhandlung Hornung weitere, etwas geringer dimensionierte Ladeneinheiten in der Innenstadt ansässig.

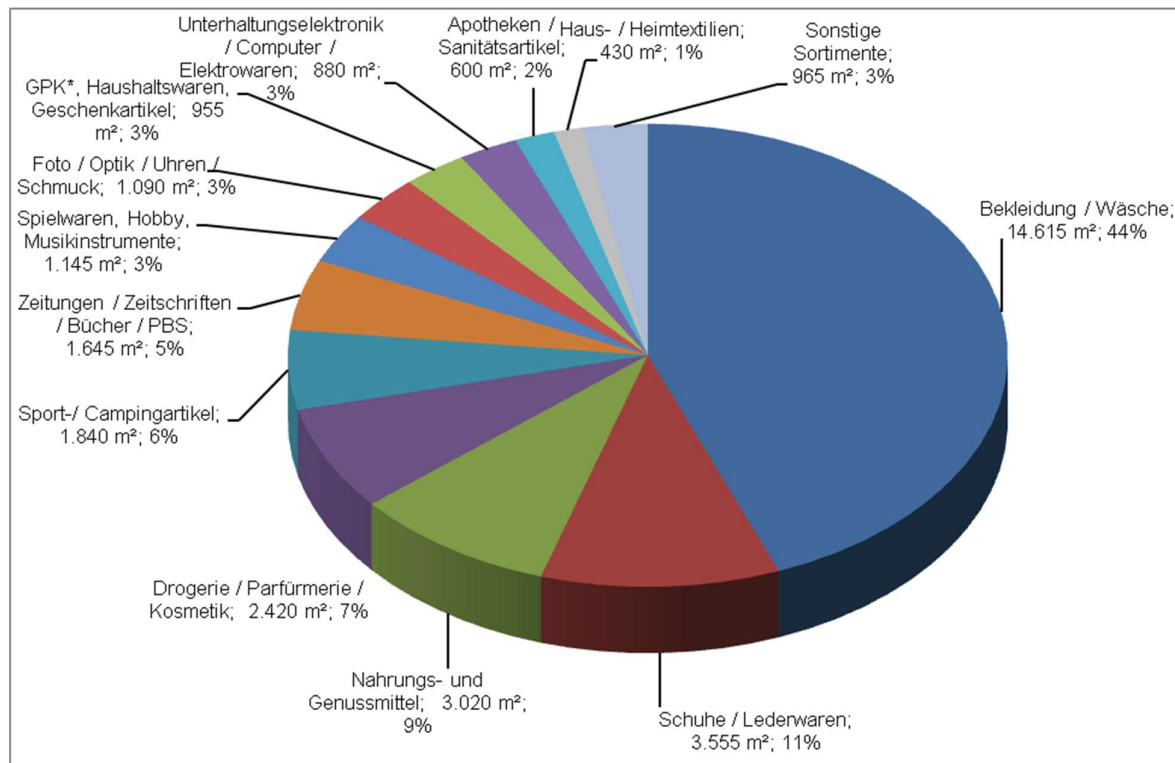
Darüber hinaus sind neben zahlreichen weiteren Filialisten (u. a. Hunkemöller, Stadtparfumerie Pieper, Douglas, s. Oliver, Engbers, WMF, Ernesting's Family, Weltbild, Bijou Brigitte, Kind Hörgeräte, Apollo Optik) auch viele inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden, die im Innenstadtbereich ein umfassendes und abwechslungsreiches Einzelhandelsangebot vorhalten.

Der **quantitative Flächenschwerpunkt** des innerstädtischen Einzelhandels liegt mit insgesamt rd. 14.600 m² im Bekleidungssegment, auf das rd. 45 % des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes entfallen. Neben den flächengrößten Anbietern Kaufhaus Schnüchel und Peek & Cloppenburg – die knapp zwei Drittel der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen – wird das Bekleidungssegment von einer Vielzahl überwiegend kleinteiliger Betriebe vorgehalten und führt so zu einem individuellen und attraktiven Angebotsmix.

Im Sortiment „Schuhe/ Lederwaren“ addiert sich die innerstädtische Gesamtverkaufsfläche auf rd. 3.550 m², die vor allem von den Anbietern Schuh Outlet Hammerschmidt und der zwischenzeitlich an den Markt in das ehemalige C&A Ladenlokal verlagerten und deutlich erweiterten Deichmann-Filiale vorgehalten werden.

Insgesamt beläuft sich das Verkaufsflächenangebot im zentrenprägenden Modesegment damit auf rd. 18.200 m² bzw. rd. 55 %.

Abbildung 9: Verkaufsflächen nach Sortimenten in der Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Mit etwa 5.400 m² folgen – bereits mit deutlichem Abstand – die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie-/ Parfümeriewaren, auf die mit rd. 16 % ein vergleichsweise hoher Verkaufsflächenanteil entfällt. Größter Anbieter für Nahrungs- und Genussmittel ist ein Rewe-Supermarkt am südlichen Ende des Innenstadtbereichs, der aber vor allem aufgrund einer funktional eingeschränkten Anbindung an den Haupteinkaufsbereich betreiberseitige Standortnachteile aufweist. Dennoch wird dieser Markt als derzeit einziger größerer Lebensmittelmarkt im Stadtzentrum wichtige Versorgungsfunktionen für die im Stadtkern lebende und arbeitende Bevölkerung übernehmen. Zugleich wird er auch von den sonstigen Innenstadtbesuchern v.a. im Rahmen sogenannter „Handtaschenkäufe“ aufgesucht und ist daher wichtiger Bestandteil der innerstädtischen Angebotsstruktur.

Ergänzt werden die Angebote des Rewe-Supermarktes von mehreren Lebensmittelspezialisten (u.a. Bio, Reformwaren, Feinkost) sowie einer Vielzahl an Ladenhandwerksbetrieben.

Darüber hinaus wird von der zweigeschossigen, Ende 2016 eröffneten Drogerie Müller, einer Rossmann-Filiale sowie den Parfümerien Pieper und Douglas ein umfangreiches Drogerie-/ Parfümeriewarenangebot vorgehalten.

Wesentliche Verkaufsflächenanteile können zudem die Branchen Spiel- und Sportwaren (u. a. Intersport Leiendecker, Abteilungen von Kaufhaus Schnücker und Drogerie Müller), Glas, Porzellan, Keramik, Haushalts-/ Geschenkartikel (u. a. WMF, Woolworth, Tedi) sowie Bücher/ Zeitschriften/ Schreibwaren (u. a. Buchhandlung Hornung, Weltbild, McPaper) auf sich vereinen.

Das darüber hinausgehende Angebot ist ebenfalls als relativ breit zu charakterisieren. Nur in einigen wenigen Branchen lassen sich allerdings auch Lücken im innerstädtischen Angebot erkennen. So ist nach dem 2015 erfolgten Rückzug des Berlet-Elektrofachmarktes kein umfassendes Elektronikangebot mehr in zentraler Lage vorhanden und entfällt neben mehreren Mobilfunkanbieter aktuell vor allem auf die Randsortimente von Drogerie Müller.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

4.2.2 Nebenzentrum Königsborn

Das im nördlichen Kernstadtbereich gelegene **Nebenzentrum Königsborn** erstreckt sich maßgeblich entlang eines rd. 700 Meter langen Teilstücks entlang der Kamener Straße, die als L 678 das Stadtzentrum an die Autobahnanschlussstelle „Kamen-Zentrum“ der A 1 anbindet und im weiteren Verlauf als B 233 nach Kamen bzw. Werne führt. Im Norden stellt der Kreuzungsbereich Kamener Straße/ Wilhelminenstraße und im Süden die Zechenstraße die Begrenzung des 2008 definierten Nebenzentrums Königsborn. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst dabei vor allem die östliche Straßenseite; lediglich am südlichen Ende werden auch die auf der gegenüberliegenden Straßenseite vorhandenen Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Das lokale Einzelhandelsangebot wird wesentlich durch die beiden Verbundstandorte von jeweils einem Supermarkt und einem Lebensmitteldiscounter geprägt: Im nördlichen Teilbereich von Edeka und Lidl und im Süden von Rewe und Aldi, die jeweils über gemeinsamen Stellplatzanlagen und Zu-/ Abfahrtsbereiche verfügen.

Ergänzt werden die für die Versorgung der im nördlichen Stadtgebiet lebenden Bevölkerung bedeutenden Lebensmittelmärkte von zwei kleinflächigen Fachmärkten (Siemes Schuhcenter, Fressnapf) sowie einigen wenigen, vornehmlich auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichteten Einzelhandelsbetrieben (u.a. Bäckereien, zwei Apotheken, Optik, Akustik). Gleiches gilt für die vorhandenen Dienstleistungsangebote (u.a. Bank, Frisör, Café, medizinisches Versorgungszentrum). Während sich die nahversorgungsrelevanten Magnetbetriebe hierbei durchgängig auf der östlichen Straßenseite befinden, ist die westliche Straßenseite ausschließlich von kleinteiligen Nutzungsstrukturen geprägt.

Abbildung 10: Fotos Nebenzentrum Königsborn

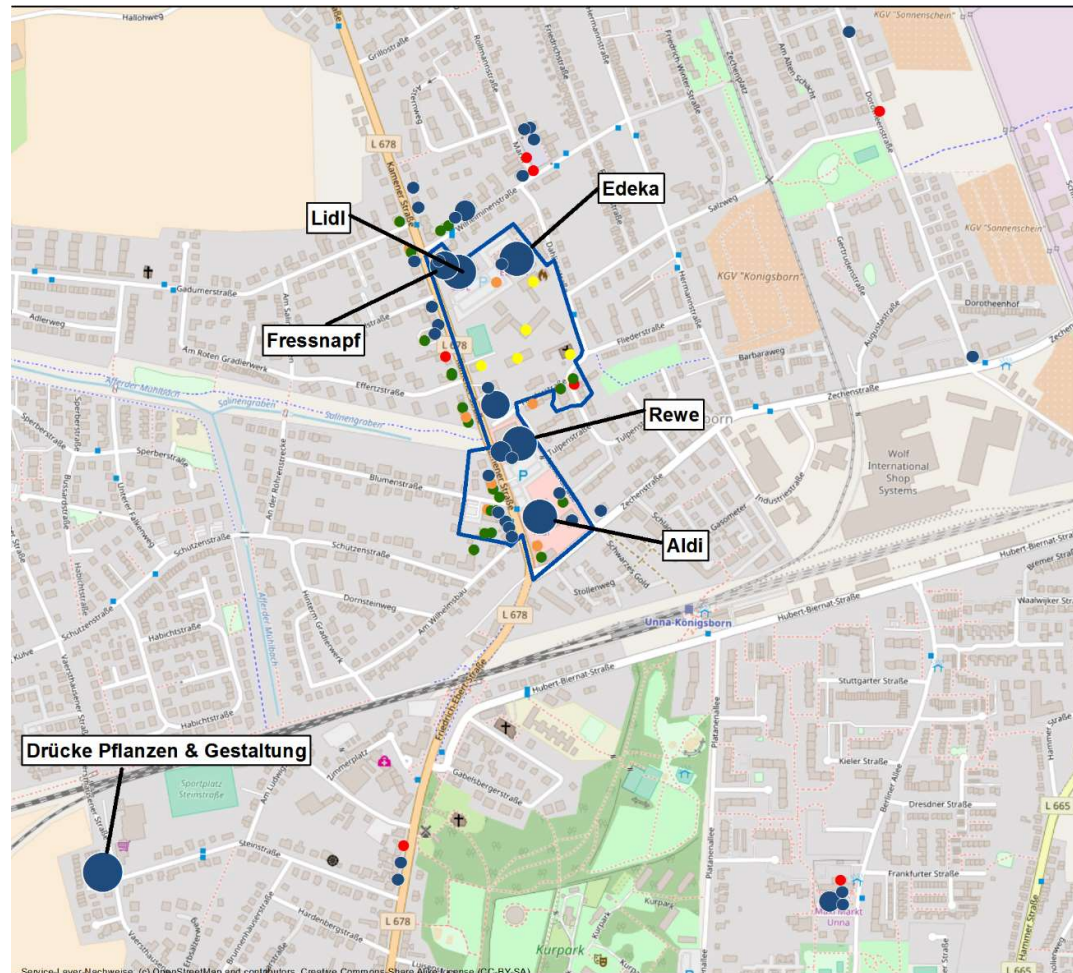


Quelle: eigene Fotos

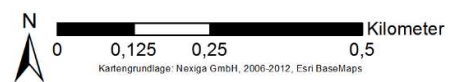
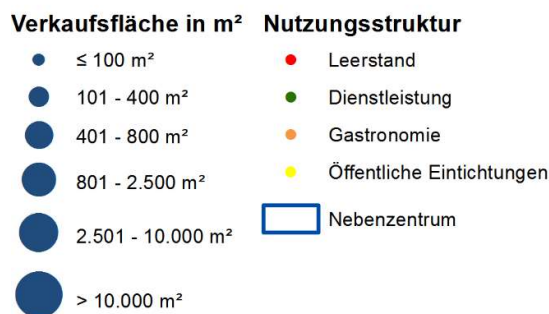
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Das Nebenzentrum Königsborn ist durch die direkte Lage an einer der Hauptverkehrsachsen von Unna insbesondere für den PKW-Verkehr sehr gut erschlossen. Aufgrund der bestehenden Durchgangsverkehre ist die Aufenthaltsqualität innerhalb des Zentrums jedoch herabgesetzt.

Karte 6: Nebenzentrum Königsborn (gem. EHK 2008)



Angebotsituation Königsborn



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Mit insgesamt 18 Einzelhandelsbetrieben, einer Verkaufsfläche von rd. 6.700 m² sowie einem Umsatz von rd. 38 Mio. € ist das Nebenzentrum deutlich kleiner als die vorab beschriebene Innenstadt. Hierbei entfallen rd. 4.600 m² bzw. fast 70 % der vorhandenen Verkaufsfläche auf das Lebensmittelsortiment, was den Nahversorgungscharakter des Standortbereiches verdeutlicht.

Die sonstigen Sortimente werden wesentlich von den beiden nicht großflächigen Fachmärkten geprägt, so dass auch auf die Sortimente Schuhe (rd. 10 %) bzw. Tierbedarf (rd. 7 %) noch recht hohe Verkaufsflächenanteile entfallen.

4.2.3 Nebenzentrum Massen

Im westlich der Autobahntrasse der A 1 gelegenen Siedlungsbereich ist auf einem rd. 500 Meter langen Teilstück entlang des Massener Hellwegs mit dem „**Nebenzentrum Massen**“ ein weiterer Angebotschwerpunkt vorhanden. Dieser erstreckt sich in etwa zwischen der Kletterstraße im Westen und der Mittelstraße im Osten und umfasst neben den beidseitig entlang des Massener Hellwegs vorhandenen Besitzstrukturen auch eine am westlichen Ende des zentralen Versorgungsbereichs gelegene Potenzialfläche (gem. EHK 2008).

Abbildung 11: Fotos Nebenzentrum Massen



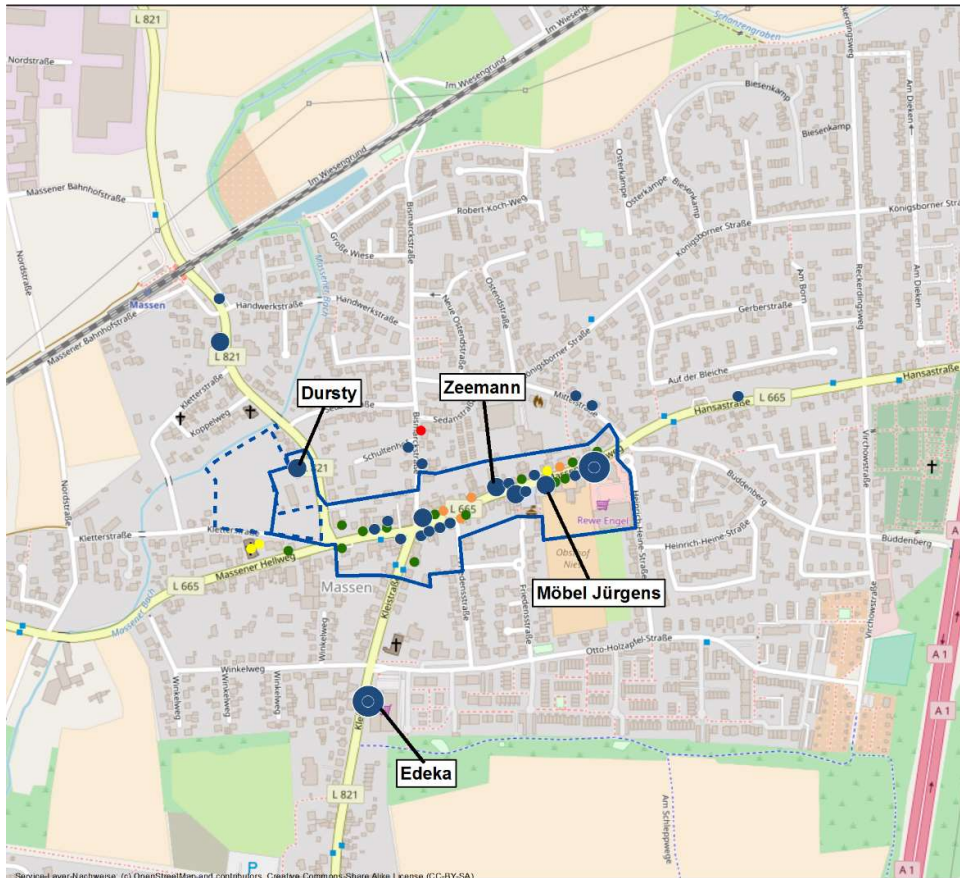
Quelle: eigene Fotos

Als wesentlicher Funktionsträger des Zentrums dient aktuell der 2015 umfassend modernisierte und erweiterte Vollsortimenter Rewe Engel im östlichen Zentrenbereich. Straßenbegleitend sind in östlicher

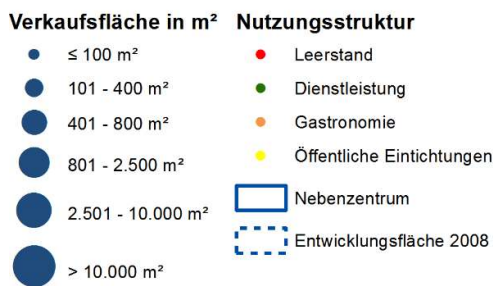
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Richtung ausschließlich kleinteilige Bebauungsstrukturen mit entsprechend kleinflächigen Nutzungen vorzufinden. Hierbei überwiegen inhabergeführte Fachgeschäfte (u. a. Mega Bike, Juwelier Düdder, Boutique Claire), wengleich auch einige filialisierte Anbieter (z. B. Apollo Optik, Dursty, Zeeman) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansässig sind. Darüber hinaus ergänzen rd. 25 Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe das lokale Angebot und führen zu einem nahezu geschlossenen Geschäftsbesatz entlang der Massener Straße.

Karte 7: Nebenzentrum Massen (gem. EHK 2008)



Angebotsituation Massen



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Insgesamt sind im Nebenzentrum 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.000 m² ansässig. Der Verkaufsflächenbestand ist damit etwa halb so groß wie der des vorab beschriebenen Nebenzentrums im Stadtteil Königsborn. Der prognostizierte Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf etwa 18 Mio. €. Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch des erwirtschafteten Umsatzes ist der Angebotsschwerpunkt im Nebenzentrum Massen eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln auszumachen (v.a. Rewe/ Rewe Getränke; Dursty).

Darüber hinaus finden sich zahlreiche weitere Sortimente im Nebenzentrum Massen wieder (u. a. Bekleidung, Schreibwaren, Bücher, Fahrräder, Optik, Drogerie- / Parfümeriewaren, Blumen, Uhren / Schmuck), die zumeist zwar lediglich von einem Anbieter vorgehalten werden, in der Gesamtschau allerdings dazu führen, dass innerhalb des Nebenzentrums – trotz vergleichsweise geringer Größe – eine recht umfassende (Basis)Versorgung gewährleistet wird.

Bereits im Vorgängerkonzept wurde allerdings darauf hingewiesen, dass das Nebenzentrum seine ihm angedachte Versorgungsfunktion aber „nicht vollständig erfüllt“²⁶, was u.a. auch mit dem Fehlen eines Lebensmitteldiscounters begründet worden ist. Darüber hinaus ist nach der insolvenzbedingten Schließung der ehemals vorhandenen Schlecker-Filiale kein Drogeriemarkt mehr in Massen ansässig.

Aktuell bestehen Überlegungen, auf der am westlichen Pol des Zentrums gelegenen Potenzialfläche eine Einzelhandelsentwicklung zu realisieren, die neben der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters auch die Verlagerung des bislang außerhalb des Zentrums gelegenen Edeka-Marktes vorsieht (vgl. Ausführungen Kapitel 7.8.2).

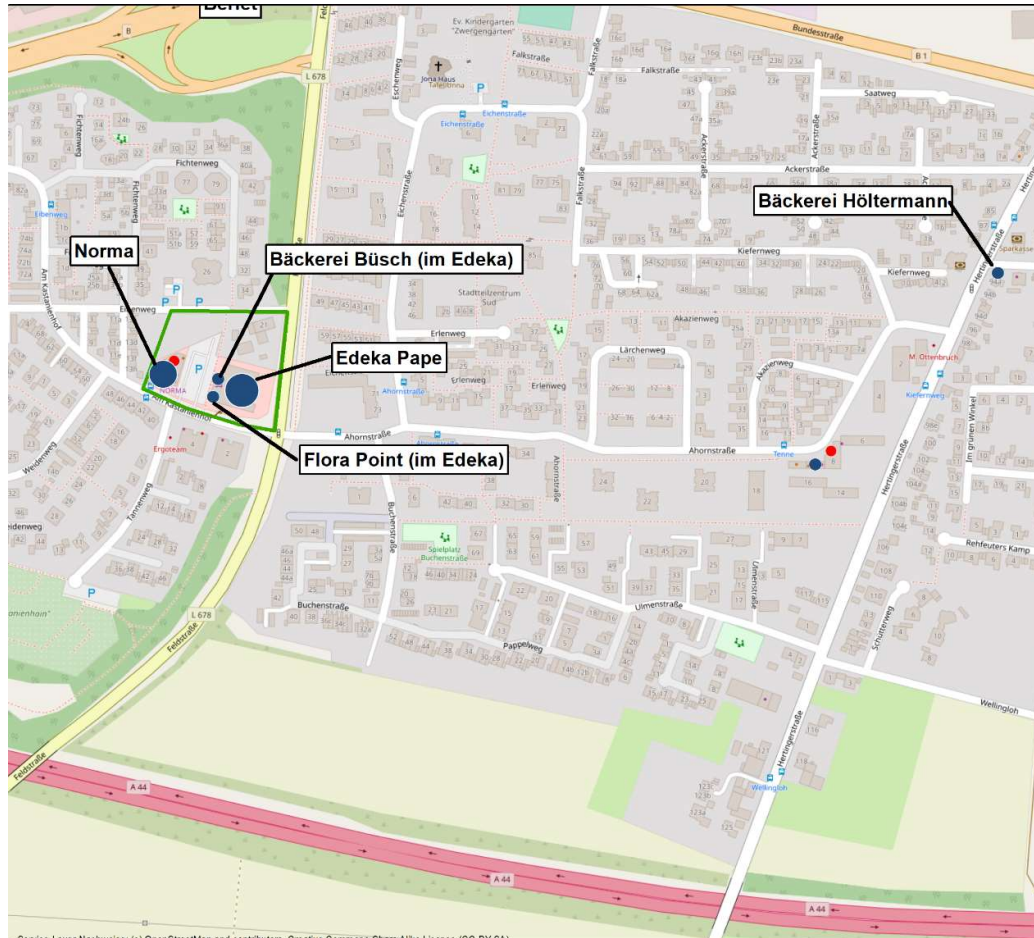
²⁶ Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Unna 2008; S. 59

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

4.2.4 Nahversorgungszentrum Kastanienhof

Südlich der B 1 und westlich der Feldstraße ist im Einzelhandelskonzept 2008 das Nahversorgungszentrum „Kastanienhof“ festgelegt worden. Die räumliche Abgrenzung umfasst dabei die gemeinschaftliche Betriebsanlage der beiden prägenden Nahversorger Edeka und Norma sowie die nördlich hieran angrenzenden Grundstücke, die als potenzielle Erweiterungsflächen ebenfalls miteinbezogen worden sind.

Karte 8: Nahversorgungszentrum „Kastanienhof“ (gem. EHK 2008)



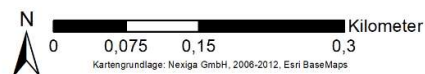
Angebotssituation Kastanienhof

Verkaufsfläche in m²

- ≤ 100 m²
- 101 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.500 m²
- 2.501 - 10.000 m²
- > 10.000 m²

Nutzungsstruktur

- Leerstand
- Nahversorgungszentrum



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Während der Edeka-Supermarkt seine Verkaufsfläche zwischenzeitlich erweitern konnte, besitzt die gegenüberliegende Norma-Filiale mit rd. 450 m² dagegen eine als nicht länger marktgerecht zu bewertende Verkaufsflächendimension. Für etwaige Erweiterungsabsichten sind im Nahversorgungszentrum bereits mit dem Einzelhandelskonzept 2008 entsprechende Potenzialflächen im unmittelbaren Standortumfeld vorgesehen worden. Der Presse ist diesbezüglich zu entnehmen, dass auch der Norma-Markt nunmehr eine Neuaufstellung am Standort anstrebt.²⁷ Das ehemals von einem Schlecker-Drogeriemarkt genutzte Ladenlokal steht seit der Insolvenz des Mutterkonzerns leer, so dass die beiden Lebensmittelmärkte aktuell nur noch von den im Vorkassenbereich des Supermarktes ansässigen Anbietern (Bäckerei/ Blumen) ergänzt werden.

Das unmittelbare Standortumfeld wird überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Lediglich auf der gegenüberliegenden Straßenseite sind im Erdgeschoss noch einige wenige ergänzende Nutzungen (u. a. Copy-Shop, Friseur) vorhanden, die allerdings nicht in die räumliche Abgrenzung des Nahversorgungszentrums einbezogen worden sind.

Abbildung 12: Fotos Nahversorgungszentrum Kastanienhof



Quelle: eigene Fotos

4.2.5 Nahversorgungszentrum Berliner Allee

Im Stadtteil Königsborn liegt westlich der Hammer Straße ein Siedlungsbereich mit überwiegend mehrgeschossigem Wohnungsbau und einer entsprechend hohen Einwohnerdichte. Dort befindet sich in zentraler Lage an der Berliner Allee das gleichnamige Nahversorgungszentrum (EHK 2008), das im Wesentlichen aus einer kleinen Ladenzeile besteht.

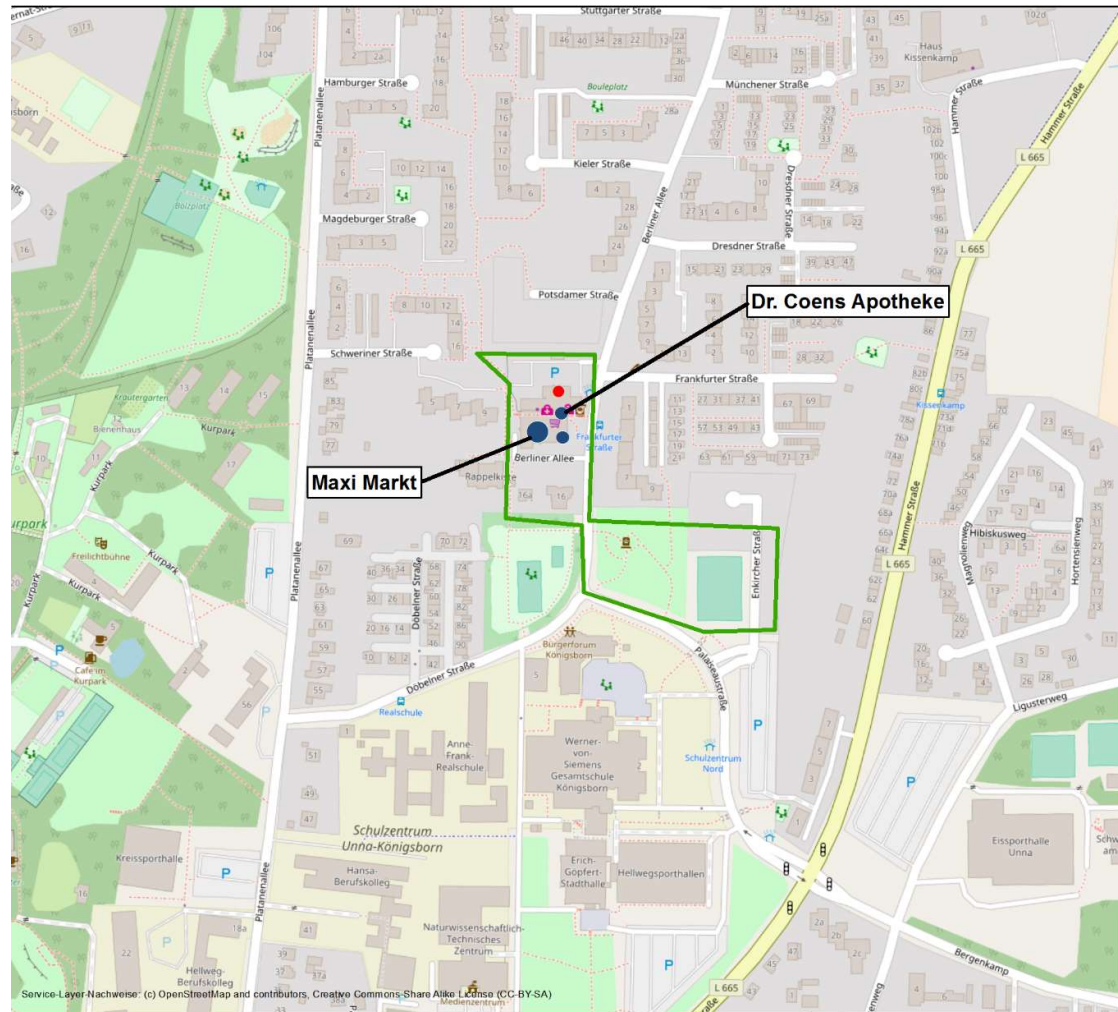
Hier befinden sich ausschließlich kleinteilige Angebotsstrukturen des kurzfristigen Bedarfsbereiches. Innerhalb des Zentrums fungiert ein kleinflächiger Lebensmittelmarkt („Maxi Markt“) als wesentlicher Träger der wohnortnahen Versorgung. Darüber hinaus befinden sich eine Bäckerei sowie eine Apotheke innerhalb der Ladenzeile, die von einigen wenigen Dienstleistungsbetrieben (u.a. Sparkasse, Frisör) ergänzt

²⁷ vgl. u.a. <http://www.unna24.de/unna/supermarkt-norma-will-sich-vergroessern> vom 16.11.2017

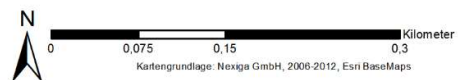
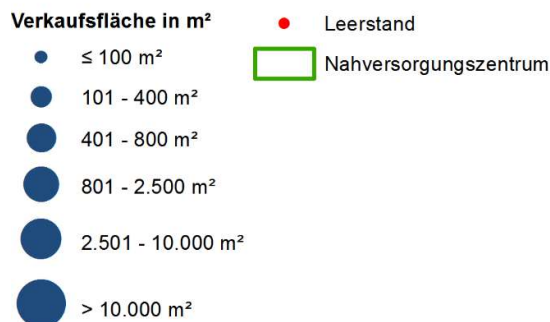
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

wird. Auch hier ist eine ehemals vorhandene Schlecker-Filiale – wie in den vorab beschriebenen Zentren – ersatzlos geschlossen worden.

Karte 9: Nahversorgungszentrum „Berliner Allee“ (gem. EHK 2008)



Angebotsituation Berliner Allee



Quelle: Eigene Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Aufgrund des quantitativ wie qualitativ geringen nahversorgungsrelevanten Angebotes kann der Standortbereich keine umfassende Versorgung der in den umliegenden Wohnbereichen lebenden Bevölkerung gewährleisten. Weitere, ergänzende Nahversorgungsangebote bestehen in diesem städtischen Teilbereich nicht. Die nächsten Anbieter befinden sich erst im fußläufig rd. 1,4 km entfernten Nebenzentrum Königsborn.

Da aufgrund der baulichen Gegebenheiten keine Erweiterungsmöglichkeiten im Bestand gegeben sind, wurde bereits im EHK 2008 ein südöstlich gelegener Standortbereich als Ausweich- bzw. Ergänzungsfläche für einen Lebensmittelmarkt in marktgerechter Größendimension vorgesehen. Ein 2008 im Rahmen des Einzelhandelskonzepts (positiv) bewertetes Ansiedlungsvorhaben²⁸ ist augenscheinlich nicht weiter verfolgt worden.

Abbildung 13: Fotos Nahversorgungszentrum Berliner Allee



Quelle: eigene Fotos

4.2.6 Standortbereich „Feldstraße“

Nordöstlich des Kreuzungsbereichs der A 1 und der B 1 befindet sich im Bereich Feldstraße/ Hans-Böckler-Straße/ Massener Straße der quantitativ größte Angebotsstandort der Stadt Unna. Hier ist mit rd. 64.000 m² Verkaufsfläche nahezu die Hälfte des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes vorzufinden – entfällt dort aber auf lediglich 16 Betriebe (4 % der Gesamtstadt).

Mit deutlichen Abstand flächengrößter Anbieter ist das weit in die Region ausstrahlende Möbelhaus Zurbrüggen, das neben dem firmeneigenen Möbelmitnahmemarkt „Osca!“ auch von einem Berlet-Elektrofachmarkt im Hauptgebäude ergänzt wird.

Weitere großflächige Anbieter sind:

- Globus Baumarkt, Hans-Böckler-Straße
- Holzland Beese, Massener Straße

²⁸ vgl. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Unna 2008; S. 83f.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

- Gartencenter Augsburg, Massener Straße
- Reitsportmarkt „Equitan“, Massener Straße
- Sport Schröder, Massener Straße
- Rewe, Massener Straße

Abbildung 14: Fotos „Feldstraße“



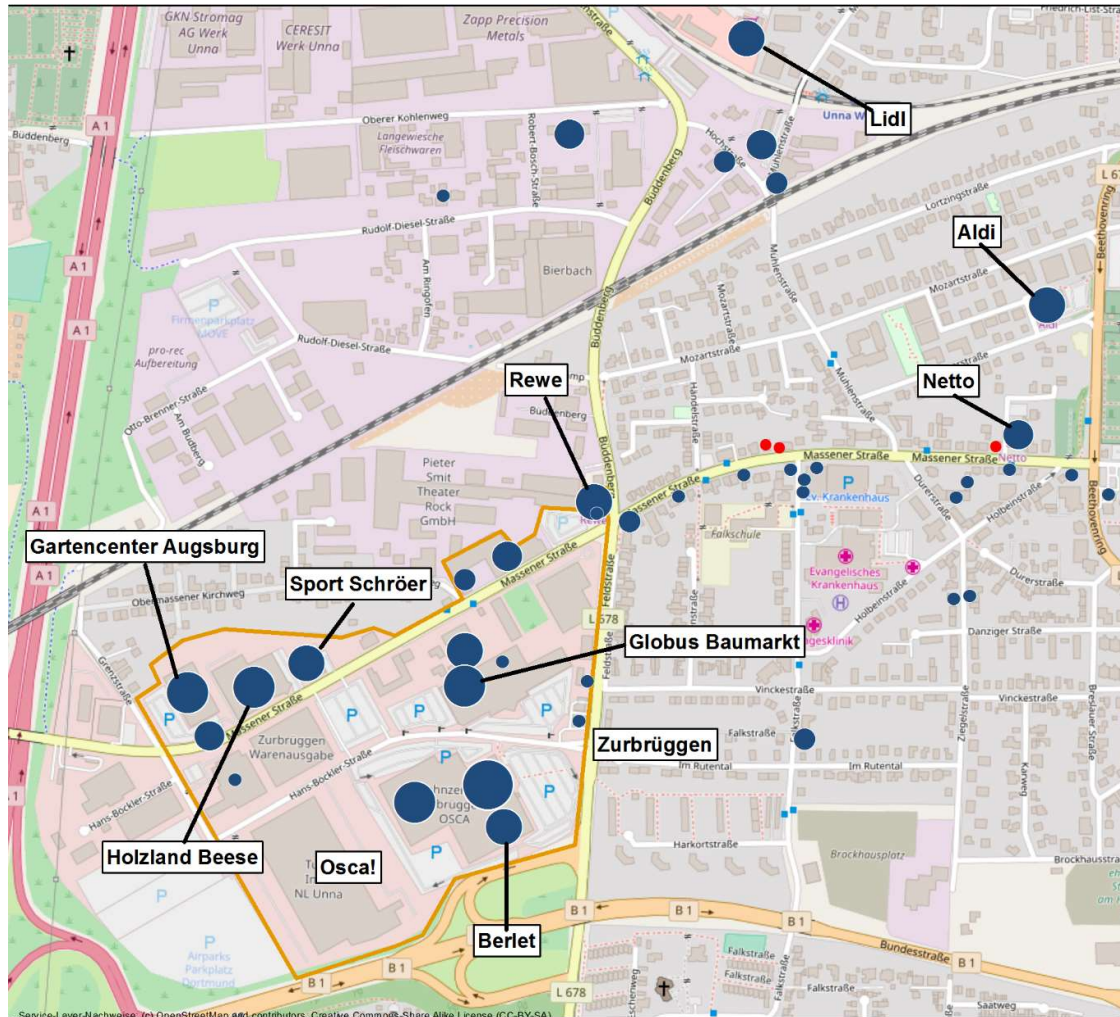
Quelle: eigene Fotos

Der Angebotsschwerpunkt ist angesichts der standortprägenden Einzelhandelsbetriebe mit rd. 34.000 m² eindeutig im Möbelsortiment (53 %) bzw. dem Bau- und Gartenmarktsegment (rd. 17.000 m²; 27 %) auszumachen.

Insbesondere die großformatigen Anbieter mittel- bzw. langfristiger Güter werden dabei über Einzugsgebiete verfügen, die über die Stadt Unna hinausreichen und daher auf die gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes angewiesen sind.

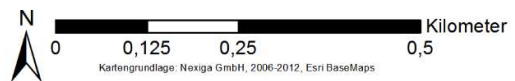
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Karte 10: Standortbereich „Gewerbegebiet Feldstraße“



Angebotssituation Feldstraße

- ≤ 100 m²
- 101 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.500 m²
- 2.501 - 10.000 m²
- > 10.000 m²
- Leerstand
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Öffentliche Einrichtungen
- Sonderstandort



Quelle: Eigene Darstellung

4.2.7 Sonstige Lagen

Außerhalb der vorab beschriebenen Standortbereiche sind etwa 135 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 29.650 m² ansässig. Neben dem am Ostring gelegenen „Hellweg-Center“ (v.a. Rewe, dm, Takko; insg. rd. 2.800 m²), das trotz zentraler Lage innerhalb des Kernstadtbereichs vor allem aufgrund der trennenden Wirkung des stark frequentierten innerstädtischen Ringsystems nur sehr eingeschränkt funktional an die nahegelegene Innenstadt angebunden ist, handelt es sich oftmals um solitär gelegene großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, von denen die flächengrößten exemplarisch aufgeführt werden:

- Baustoffhandel Herbrügger, Hansastrasse
- Gartenzentrum Drücke, Steinstraße
- Tedox, Hammer Straße
- Mertens Baustoffe, Hertingerstraße
- Raiffeisen-Markt, Alfred-Nobel-Straße

Darüber hinaus können auch die außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen Lebensmittelmärkte große Verkaufsflächenanteile auf sich vereinen, die sich auf mehr als 7.000 m² addieren. Zu den angebotsprägenden Anbietern mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² und mehr zählen hierbei:

- Rewe Dürre, Ostring (im „Hellweg-Center“; s.o.)
- Edeka, Kleistraße, Unna-Massen
- Lidl, Bertha-von-Suttner-Allee
- Lidl, Hansastrasse
- Aldi, Weberstraße
- Netto, Viktoriastraße
- Netto, Massener Straße
- Care Kauf, Hemmerder Dorfstraße, Unna-Hemmerde

Der sonstige Einzelhandel ist durchgängig kleinteilig strukturiert und verteilt sich diffus auf das Stadtgebiet Unnas, ohne dass sich weitere stadtbildprägende Angebotsstandorte feststellen lassen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

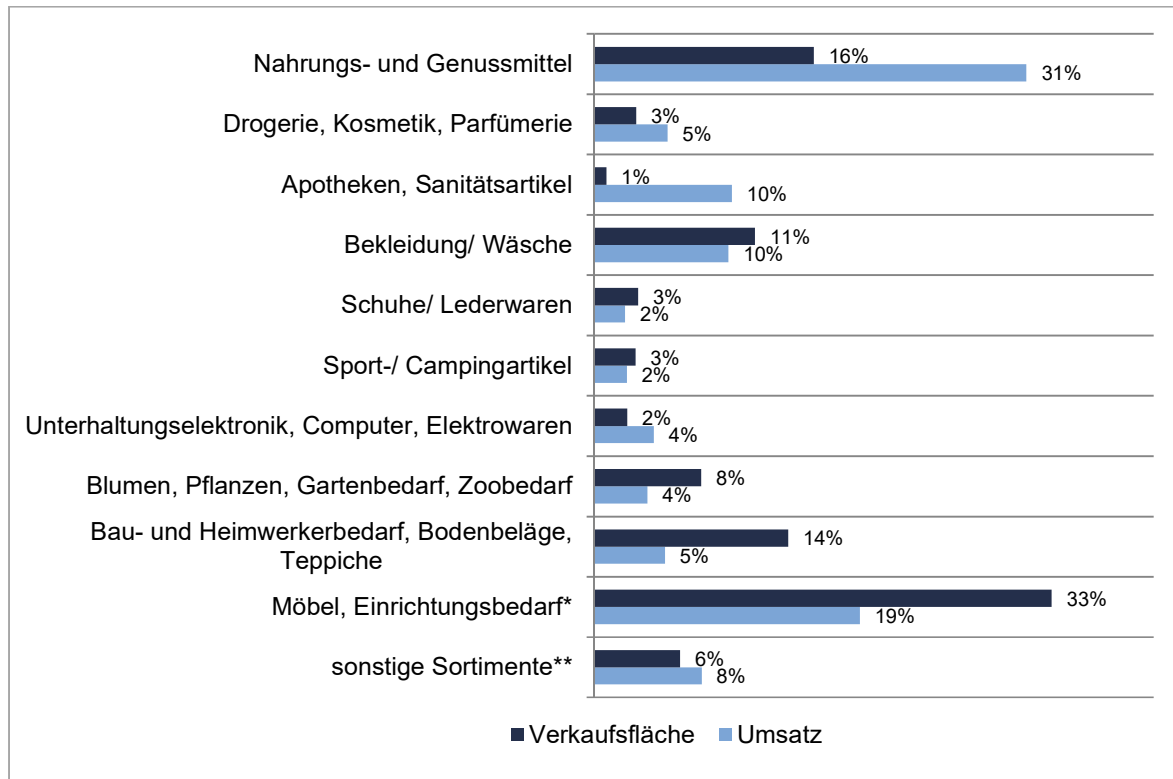
4.3 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Auf gesamtstädtischer Ebene weist die Einzelhandelsausstattung von Unna verkaufsflächenbezogenen Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Möbeln/ Einrichtungsbedarf (rd. 33 %), Bau- und Gartenbedarf (inkl. Zooartikel, Blumen; rd. 22 %) sowie Nahrungs- und Genussmittel (rd. 16 %) auf (vgl. Abbildung 15).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatzanteil wird mit rd. 31 % bei den **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Prägend ist neben dem innerstädtischen Rewe-Supermarkt, den Angeboten innerhalb der Neben- und Nahversorgungszentren auch eine Vielzahl an über das Stadtgebiet verteilten Lebensmittelmärkten (vgl. vorstehendes Kapitel).

Daneben bestehen vor allem im Innenstadtbereich umfangreiche spezialisierte Lebensmittelangebote (u.a. Feinkost, Spirituosen/ Weine, Reformwaren), die von mehreren zumeist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen Getränkemärkten ergänzt werden.

Abbildung 15: Verkaufsflächen und Umsätze in Unna nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus auch die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik** sowie **Pharmazie**²⁹, die mit rd. 64 Mio. € etwa 15 % des insgesamt getätigten Einzelhandelsumsatz auf sich vereinen. Der Drogeriebereich wird dabei neben den im Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführten Angeboten vor allem durch die in der Innenstadt gelegenen Drogeriemärkte Müller und Rossmann sowie einer am „Hellweg-Center“ gelegenen dm-Filiale geprägt. Auch das Parfümerie- und Kosmetikangebot konzentriert sich in hohem Maße auf im Stadtzentrum gelegene Fachanbieter (u. a. Stadtparfümerie Pieper, Douglas).

Die Apothekenausstattung ist mit 16 Betrieben im Verhältnis zur vorhandenen Einwohnerzahl von rd. 60.900 Personen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als leicht überdurchschnittlich zu werten.³⁰ Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik und Pharmazie/ Sanitätsbedarf ein Jahresumsatz in Höhe von rd. 194 Mio. € erwirtschaftet, was mit rd. 46 % nahezu der Hälfte des gesamtstädtisch getätigten Einzelhandelsumsatzes entspricht (vgl. Tabelle 6).

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein relativ umfangreiches Angebot auf, das trotz bislang fehlender Angebote im Bereich Junge Mode (z. B. H&M) als bedarfsgerecht einzustufen ist. Magnetfunktionen für die Innenstadt kommen den strukturprägenden Anbietern Kaufhaus Schnüchel, Peek & Cloppenburg, Intersport Leiendecker und C&A zu. Das innerstädtische Schuhangebot ist geprägt durch mehrere filialisierte Anbieter (u. a. Deichmann, Quickschuh) sowie das Schuh Outlet Hammerschmidt. Darüber hinaus sind in der Innenstadt fast 50 weitere Bekleidungs-, Schuh-/ Lederwaren- und Sportanbieter ansässig (u. a. s. Oliver, Esprit, Gerry Weber, Ernsting's Family, Bonita, Schuh Meyer, Boutique La Rosa, Der Pullover Laden, Strümpfe und Mode Soxland, Bella Brautstudio), so dass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Preisniveaus und Zielgruppenbezüge im Innenstadtbereich vorzufinden ist.

Außerhalb des Stadtzentrums ist dagegen nur ein geringes Angebot im Bereich Bekleidung und Schuhe festzustellen, das sich im Wesentlichen auf die regelmäßig von den Lebensmitteldiscountern vorgehaltenen Aktionswaren beschränkt und durch einzelne Anbieter (u. a. Siemes Schuhcenter in Königsborn, Takko im „Hellweg-Center“) ergänzt wird. Im Bereich Sport konzentriert sich das sonstige Angebot im Wesentlichen auf das Gewerbegebiet Feldstraße, wo mit den Anbietern „Equitan“ und „Sport Schröer“ zwei spezialisierte Fachanbieter ansässig sind.

Relativ geringe Verkaufsflächen- und Umsatzanteile sind dagegen im Bereich **Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren** zu erkennen. Nach dem Rückzug der innerstädtischen Berlet-Filiale, nimmt der einzig verbliebene Elektromarkt eine dezentrale Lage im Gewerbegebiet Feldstraße ein. Ansonsten entfällt das sortimentsbezogene Angebot auf diverse Handyshops und einige wenige spezialisierte Fachgeschäfte (u. a. Elektronik Heitmann).

²⁹ inkl. Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte

³⁰ In der Stadt Unna liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für rd. 3.806 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von etwa 4.080 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2015). Die Apothekendichte hängt dabei wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab und weicht vor diesem Hintergrund vor allem in ländlich geprägten Gebieten oftmals (stark) nach unten ab.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsätze der Stadt Unna nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	21.810	16	130,6	31
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	4.180	3	22,2	5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	1.220	1	41,6	10
Blumen	410	(*)	3,2	1
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	850	1	2,6	1
Bekleidung, Wäsche	15.970	11	40,5	10
Schuhe, Lederwaren	4.370	3	9,4	2
Sport-, Campingartikel	4.140	3	9,9	2
Bücher, Zeitschriften	1.200	1	6,0	1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1.760	1	4,8	1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1.360	1	4,5	1
Möbel	36.440	26	62,8	15
GPK ¹⁾ , Haushaltswaren, Geschenkartikel	4.340	3	7,1	2
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1.080	1	2,0	(*)
Heimtextilien, Gardinen	1.270	1	2,0	(*)
Bettwaren	1.050	1	2,9	1
Lampen und Leuchten	1.290	1	3,4	1
Elektrohaushaltsgeräte	1.240	1	4,7	1
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom.	2.060	1	13,3	3
Foto	120	(*)	1,3	(*)
Optik, Uhren, Schmuck	1.310	1	8,2	2
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	19.280	14	21,4	5
Pflanzen, Gartenbedarf	9.390	7	10,3	2
Fahrräder, Fahrradzubehör	480	(*)	1,8	(*)
Autozubehör	1.060	1	3,5	1
Sonstiger Einzelhandel ²⁾	1.260	1	2,4	1
Gesamt	138.920	100	422,5	100

1) Glas, Porzellan, Keramik
2) u. a. Kinderwagen, Kunstgegenstände
(*) marginal
Quelle: Eigene Erhebungen, sortimentsbezogene Verkaufsflächenangaben auf 10 m² gerundet; Rundungsdifferenzen möglich

Ein hoher Verkaufsflächenanteil ist mit rd. 29.900 m² dagegen im **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Blumen und Tierbedarf) auszumachen, was etwa rd. 22 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Die flächenex-

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

tensive Warenpräsentation in diesen Sortimentsgruppen geht dabei mit relativ geringen Flächenleistungen³¹ einher, so dass der sortimentsbezogene Umsatzanteil deutlich unterhalb des gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteils liegt.

Das Bau- und Gartenmarktsortiment wird hierbei vor allem von den fünf großen Anbietern Globus Baumarkt, Baustoffhandel Herbrügger, Holzland Beese, Gartencenter Augsburg sowie Gartencenter Drücke geprägt wird, die allein mehr als 80 % der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Im Bereich Heimtierbedarf ist mit dem im Nebenzentrum Königsborn an der Kamener Straße ansässigen Tierfachmarkt Fressnapf nur ein größerer Anbieter im Stadtgebiet vorzufinden. Darüber hinaus findet sich das Teilsortiment „Tierfutter“ auch regelmäßig im Randsortiment der ortsansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte.

Hinsichtlich der Verkaufsfläche eindeutiger Angebotsschwerpunkt des örtlichen Einzelhandels ist allerdings der Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf**, auf den mit rd. 36.400 m² etwa 33 % des Gesamtverkaufsflächenbestandes entfallen. Aufgrund der geringen Flächenproduktivitäten des Möbeleinzelhandels fällt der Umsatzanteil allerdings deutlich geringer (19 %) aus.

Während insbesondere in den Sortimenten Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren auch in der Innenstadt ein umfangreiches Sortiment vorzufinden ist (u. a. WMF, Tedi), wird das Möbelangebot vor allem von dem regional ausstrahlenden Einrichtungshaus Zurbrüggen samt angegliederter Möbelmitnahmemarkt geprägt.

Einen spezialisierten Anbieter für Lampen-/ Leuchten gibt es in Unna bisher nicht. Die größten Flächen in diesem Segment entfallen auf die Randsortimentsabteilungen der an der Feldstraße ansässigen Anbieter Zurbrüggen und Globus.

Weitere Verkaufsflächen- bzw. Umsatzschwerpunkte sind nicht auszumachen. Die sonstigen Sortimente beziehen sich dabei vor allem auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher/ Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/ Schmuck und Autozubehör.

³¹ Umsatz je m² Verkaufsfläche

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

4.4 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2008 - 2018

Ein Abgleich mit den Bestandsdaten von vor etwa zehn Jahren zeigt, dass sich die Zahl der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe zwischenzeitlich um rd. 11 % reduziert hat, während der Gesamtverkaufsflächenbestand nahezu konstant geblieben ist. Anhand der vorliegenden Zahlen lässt sich damit der generelle Trend nach immer größer werdenden Ladeneinheiten auch in Unna belegen.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Unna p.a.

Sortiment	Einzelhandelskonzept Unna	
	2008	2018
Anzahl der Betriebe	404	359
Gesamtverkaufsfläche	139.290	138.920
Fläche je Einwohner	2,2	2,3

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Unna 2008 (BBE)

Dabei haben sich seit der letzten Datenfortschreibung im Jahr 2008³² diverse Veränderungen in den Angebotsstrukturen ergeben:

- Im Innenstadtbereich ist ein deutliches Umsatz- und Flächenwachstum festzustellen, das sich vor allem auf die zwischenzeitlich erfolgten Modernisierungen (u.a. Intersport) bzw. Neubauten (Woolworth, Schuh Outlet/ Berlet, Drogerie Müller) begründet.
- An der Feldstraße hingegen sind trotz nur geringer Verkaufsflächenveränderungen deutliche Umsatzverluste zu verzeichnen, die insbesondere auf die Verschärfung der regionalen Wettbewerbsstruktur im Möbelsegment durch z. B. Möbel Finke in Hamm zurückzuführen sind.
- Die deutliche Verkaufsflächenabnahme in den sonstigen Bereichen von Unna-Mitte ist im Wesentlichen auf den Wegfall bzw. die (definitorische) Nichtberücksichtigung von Lager- und Produktionsflächen der ortsansässigen Baustoffhändler und Gartencenter zurückzuführen.
- Gleichzeitig hat die zwischenzeitlich stattgefunden Eröffnung von umsatzstarken Lebensmittelmärkten (Aldi/ Weberstraße; Netto/ Viktoriastraße) zu einem höheren Einzelhandelsumsatz geführt.
- Auch in Königsborn lässt sich der Verkaufsflächenrückgang maßgeblich mit heute nicht berücksichtigten Lager-/ Produktionsflächen des Gartencenters Drücke erklären.
- Der starke Verkaufsflächenanstieg in den sonstigen Stadtteilen ist vor allem auf den Raiffeisen-Markt an der Adolf-Nobel-Str. zurückzuführen, der administrativ Uelzen (anstatt Unna-Mitte) zuzuordnen ist.

³² Die Erhebungen zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2008 haben im November 2007 stattgefunden (vgl. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept – Stadt Unna; BBE 12/2008; S. 6).

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die standortbezogenen Veränderungen, die sich seit dem Stand 2008 ergeben haben, zeigt folgende Tabelle:

Tabelle 7: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen

Standortbereich	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	2008	2018	2008	2018	2008	2018
Unna-Mitte, davon	285	264	118.375	120.035	312,6	335,3
<i>Innenstadt</i>	177	163	26.805	33.160	98,4	129,4
<i>Standort Feldstraße</i>	7	16	62.530	64.200	129,3	115,3
<i>Sonstige Standorte Unna-Mitte</i>	101	85	29.040	22.675	84,9	90,6
Königsborn	54	42	14.420	11.825	52,6	50,3
Massen	48	37	5.520	4.945	25,8	28,5
Sonstige Stadteile	17	16	975	2.115	5,1	8,3
Stadt Unna gesamt	404	359	139.290	138.920	396,1	422,5

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Unna 2008 (BBE)

Der zeitliche Sprung zurück in die 1990er Jahre zeigt ebenfalls einige z. T. deutliche quantitative Veränderungen der Verkaufsflächen. Sortimentsbezogen stellen sich diese wie folgt dar:

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Tabelle 8: Verkaufsflächenentwicklungen seit 1993

Sortiment*	1993	1998	2008	2018	2008 - 2018
in m²					
Nahrungs- und Genussmittel	18.035	17.840	20.430	21.810	+ 1.380
Drogerie-, Parfümerie, Pharmazie	3.900	3.505	4.140	5.400	+ 1.260
Bekleidung	9.955	9.885	17.895	15.970	- 1.925
Schuhe/ Lederwaren	1.685	1.710	1.300	4.370	+ 3.070
Büro/ Zeitschriften/ Bücher	2.290	3.060	2.700	2.960	+ 260
Spielwaren/ Sport	2.085	2.875	2.920	5.980	+ 3.060
Elektro	10.320	7.925	4.410	4.585	+ 175
Foto/ Optik/ Uhren/ Schmuck	1.455	1.540	1.325	1.420	+ 95
GPK** /Hausrat***	4.015	4.225	5.300	4.665	- 635
Baumarkt/ Garten/ Blumen/ Zoo	22.560	26.820	36.520	29.375	- 7.145
Möbel/ Einrichtung/ Teppiche	31.315	30.840	40.110	38.985	- 1.125
Bettwaren/ Haus- und Heimtextilien	5.585	4.035	2.235	3.400	+ 1.165
Gesamt	113.200	114.260	139.290	138.920	- 370
Wesentliche Veränderungen (v.a. 2008 – 2018)					
Nahrungs- und Genussmittel	neu: Aldi/ Weberstr., Netto/ Viktoriastr.; dafür Wegfall Aldi/ Hammer Straße; Erweiterung Edeka/ Kastanienhof; Carekauf Hemmerde (450 m ²) deutlich größer als ursprüngl. Edeka (100 m ²)				
Drogerie-, Parfümerie, Pharmazie	Wegfall Schlecker/ Ihr Platz; Müller Innenstadt neu; Ausbau Drogeriewaren bei Lebensmittelmärkten				
Bekleidung	v.a. Verschiebungen bei Schnücker (z.B. Sport); Kik deutlich kleiner als 2008				
Schuhe/ Lederwaren	neu: Schuh Outlet/ Innenstadt, Siemes/ Königsborn; Umzug/ Erweiterung Deichmann an den Markt (ehem. C&A)				
Büro/ Zeitschriften/ Bücher	v.a. Randsortimente Müller				
Spielwaren/ Sport	Intersport und RS Schnücker deutlich ausgebaut; Eröffnung Equitan Reitsport/ Feldstraße				
Elektro	Eröffnung/ Schließung Berlet Innenstadt				
Foto/ Optik/ Uhren/ Schmuck	-				
GPK** /Hausrat***	v.a. Verkleinerung RS Möbelhäuser/ Gartencenter				
Baumarkt/ Garten/ Blumen/ Zoo	"v.a. Nichtberücksichtigung von Lager-/Produktionsflächen der Baustoffhändler und Gartencenter				
Möbel/ Einrichtung/ Teppiche	v.a. Wegfall Teppichland/ Morgenstraße				
Bettwaren/ Haus- und Heimtextilien	v.a. Ausbau RS Zurbrüggen				
<p>* Die Sortimentsgruppen wurden zusammengefasst, um eine Vergleichbarkeit mit den Altdaten zu gewährleisten. ** Glas, Porzellan, Keramik *** inkl. Kunst, Antiquitäten Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Unna 2008 (BBE)</p>					

4.5 Wohnortnahe Versorgung

Ein Schwerpunktthema des Einzelhandelskonzepts stellt die Frage der wohnortnahen Versorgung mit regelmäßig nachgefragten Konsumgütern dar. Dabei handelt es sich insbesondere um Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie ergänzende, häufig nachgefragte Randsortimente wie Tierfutter oder Zeitungen/ Zeitschriften.

Träger der „Nahversorgung“ sind im Wesentlichen Lebensmittel-Verbrauchermärkte und Supermärkte, Discounter sowie Drogerie- und Getränkefachmärkte. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Apotheken, Blumen- und Zeitschriftenfachgeschäfte, spezialisierte Anbieter von Obst/ Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Kiosks, Tankstellenshops und bäuerlichen Direktverkaufsstellen („Hofläden“).

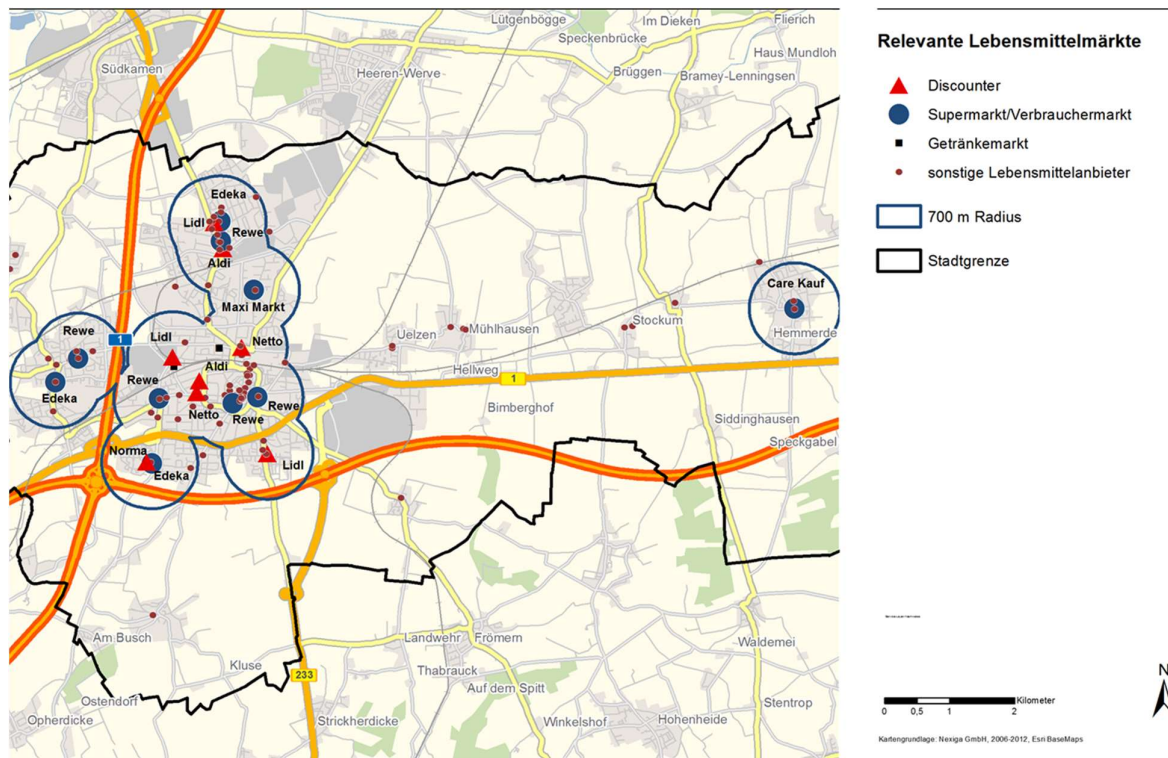
Auch regelmäßig stattfindende Wochenmärkte können in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung sein, bieten sie doch zumindest die Möglichkeit einer Grundversorgung im Lebensmittelsegment. Aufgrund des sehr begrenzten Warenangebotes, das zudem vornehmlich auf frische Lebensmittel fokussiert ist, kann es sich hierbei aber lediglich um ein ergänzendes Nahversorgungsangebot handeln. In Unna ist diesbezüglich auf den dienstags und freitags von 7.00 bis 14.00 Uhr auf dem „Alten Markt“ stattfindenden Wochenmarkt zu verweisen.

In der nachfolgenden Karte ist um alle Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² jeweils ein 700-Meter-Radius (Luftlinie) gezogen. Die innerhalb dieser Radien lebende Bevölkerung findet in fußläufiger Entfernung mindestens einen Anbieter vor, so dass ihre Nahversorgung grundsätzlich gewährleistet ist.

Dabei ist selbstverständlich zu berücksichtigen, dass es in Einzelfällen zu Einschränkungen durch die Barrierewirkung von Verkehrswegen, Wasserläufen oder sonstigen topografischen Gegebenheiten kommen kann. Außerdem stellen nicht alle dargestellten Anbieter in gleicher Weise attraktive „Nahversorger“ dar, so dass eine differenzierte Bewertung der einzelnen Standorte erfolgen muss.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Karte 11: Nahversorgungssituation in Unna



Quelle: Eigene Darstellung

Wie die vorstehende Karte zeigt, gewährleisten die vorhandenen Lebensmittelmärkte in den bevölkerungsreichen Stadtteilen Unna-Mitte, Königsborn und Massen dabei ein nahezu flächendeckendes Versorgungsnetz, in dem der weit überwiegende Teil der Bevölkerung auch fußläufig mindestens einen größeren Lebensmittelmarkt erreichen kann.

Auch im Ortsteil Hemmerde ist mit dem 2010 eröffneten Carekauf-Markt wieder eine wohnortnahe Lebensmittelversorgung gegeben, die zugleich wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen für die umliegenden kleineren Stadtteile übernimmt.

Denn dort sind – wie auch in den übrigen, dörflich strukturierten Ortslagen – allenfalls rudimentäre, kleinteilige Angebotsstrukturen der Nahversorgung (z. B. Ladenhandwerk, Hofverkauf) vorzufinden. Die dort lebende Bevölkerung kann sich demnach nicht am Wohnort versorgen und ist auf umliegende Angebotsstandorte angewiesen. Gleichzeitig ist allerdings festzuhalten, dass die einzelnen Ortslagen über jeweils nur geringe Einwohnerzahlen verfügen, die für einen dauerhaft wirtschaftlich rentabel zu betreibenden Lebensmittelmarkt nicht ausreichen.

Zur quantitativen Beurteilung der Nahversorgungssituation in der Stadt Unna wird als Indikator die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel herangezogen (vgl. Kapitel 4.6).

Die Stadt Unna verzeichnet bei Nahrungs- und Genussmitteln aktuell per Saldo Kaufkraftabflüsse. Einem Gesamtumsatz von rd. 131 Mio. € steht eine sortimentspezifischen Kaufkraft von rd. 143 Mio. € zur Verfügung. Somit fließen knapp 12 Mio. € Kaufkraftpotenzial an Umlandstandorte ab.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Dies ist zumindest teilweise auch auf den in Unna vorhandenen Betriebsformenmix zurückzuführen, der aktuell von zehn Supermärkten und acht Lebensmitteldiscountern geprägt wird. Ein Verbrauchermarkt bzw. ein SB-Warenhaus ist hingegen im Stadtgebiet nicht vorhanden. Kunden, die diesen Betriebstyp präferieren, werden daher die nahegelegenen, aber außerhalb von Unna gelegenen Angebotsstandorte in Dortmund-Aplerbeck, Kamen bzw. Werl aufsuchen.

Die Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft nach Teilräumen zeigt, dass die Lebensmittelversorgung der Wohnbevölkerung wesentlich durch die Lebensmittelmärkte in der Kernstadt sichergestellt wird. Auch im Stadtteil Königsborn sind Kaufkraftabflüsse von per Saldo nur rd. 2 Mio. € Ausdruck einer umfassenden Nahversorgung.

Tabelle 9: Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Stadtgebiet (nur Lebensmittel/ Getränke)

Stadtteil	Einwohner	Verkaufsfläche	Arealität	Kaufkraft	Umsatz	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	absolut	in m ²	in m ² / Ew.	in Mio. €	in Mio. €	in %
Afferde	1.832	-	-	4,3	-	-
Billmerich	2.074	20	< 0,01	4,9	< 1,0	3
Hemmerde/ Westhemmerde	2.703	505	0,19	6,3	2,1	33
Kessebüren	605	30	0,05	1,4	< 1,0	42
Königsborn	14.165	5.250	0,37	33,2	30,6	92
Lünern	2.032	-	-	4,8	-	-
Massen	10.688	2.810	0,26	25,0	17,3	69
Mühlhausen	1.374	90	0,07	3,2	< 1,0	17
Siddinghausen	106	-	-	0,2	-	-
Stockum	311	315	1,01	0,7	< 1,0	124
Uelzen	1.697	205	0,12	4,0	< 1,0	21
Unna-Mitte	23.322	12.585	0,54	54,6	77,5	142
Stadt Unna	60.909	21.810	0,36	142,6	130,6	92

Quelle: eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

Demgegenüber sind im westlich der A 1 gelegenen Stadtteil Massen mit aktuell rd. 8 Mio. € vergleichsweise hohe Kaufkraftabflüsse festzustellen, die mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 69 % einhergehen. Dort sind mit dem innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansässigen Rewe-Markt (innerhalb ZVB) und dem südlich, außerhalb des Zentrums gelegenen Edeka-Markt zwar zwei Supermärkte ansässig, bislang aber kein Lebensmitteldiscounter.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Das vorab bereits beschriebene Angebotsdefizit in den sonstigen Stadtteilen lässt sich auch anhand der nahversorgungsrelevanten Ausstattungswerten der vorstehenden Tabelle ablesen. Dabei sind die Kennwerte im Ortsteil Stockum auf die geringe Einwohnerzahl sowie die beiden dort gelegenen Hofläden zurückzuführen, die zwar wesentlicher Bestandteil der dortigen Angebotsstruktur sind, aufgrund des eingeschränkten Warensortimentes aber keine umfassende Nahversorgung gewährleisten können.

Als **Zwischenfazit** ist festzuhalten, dass der Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes in der Stadt Unna eine hohe Bedeutung zukommt. In Unna-Mitte und Königsborn ist hierbei primär eine marktgerechte Sicherung der bestehenden Versorgungsstrukturen anzustreben. Die Notwendigkeit neue, außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegene (Nah-)Versorgungsstandorte zu entwickeln, ist vor dem Hintergrund einer flächendeckenden Angebotssituation aktuell nicht erkennbar.

Im Stadtteil Massen kann sich die lokale Bevölkerung zwar ebenfalls wohnortnah versorgen, allerdings sind dort recht hohe Kaufkraftabflüsse festzustellen. Dies ist vor allem auf das Fehlen eines Lebensmitteldiscounters zurückzuführen. Das Ziel, einen solchen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches anzusiedeln, ist bereits mit der Vorgängeruntersuchung 2008 formuliert worden. Mit den derzeitigen Planungen (vgl. Kapitel 4.2.3 bzw. Kapitel 7.8.2) würde dieser Empfehlung gefolgt und zukünftig ein umfassendes Lebensmittelangebot in diesem bevölkerungsreichen Stadtteil vorgehalten.

Wohnungsnah Versorgungsdefizite sind – mit Ausnahme von Hemmerde – vor allem in den sonstigen, dörflich strukturierten Ortslagen zu verzeichnen. Diese Gebiete sind durch eine disperse Siedlungsstruktur und jeweils geringe Einwohnerzahlen gekennzeichnet. Billmerich und Lünern sind in diesem Bereich die mit Abstand größten Ortschaften, verfügen aber mit rd. 2.000 Einwohnern über nur so geringe Nachfragepotenziale, dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Lebensmittelmarktes in diesen Orten nicht gewährleistet ist.³³ In den nochmals z.T. deutlich kleineren Ortslagen stehen entsprechen kleinere Nachfrageplattformen zur Verfügung.

³³ In Lünern ist der 2011 an der Schulstraße eröffnete Carekauf-Lebensmittelmarkt bereits Mitte 2013 wieder geschlossen worden.

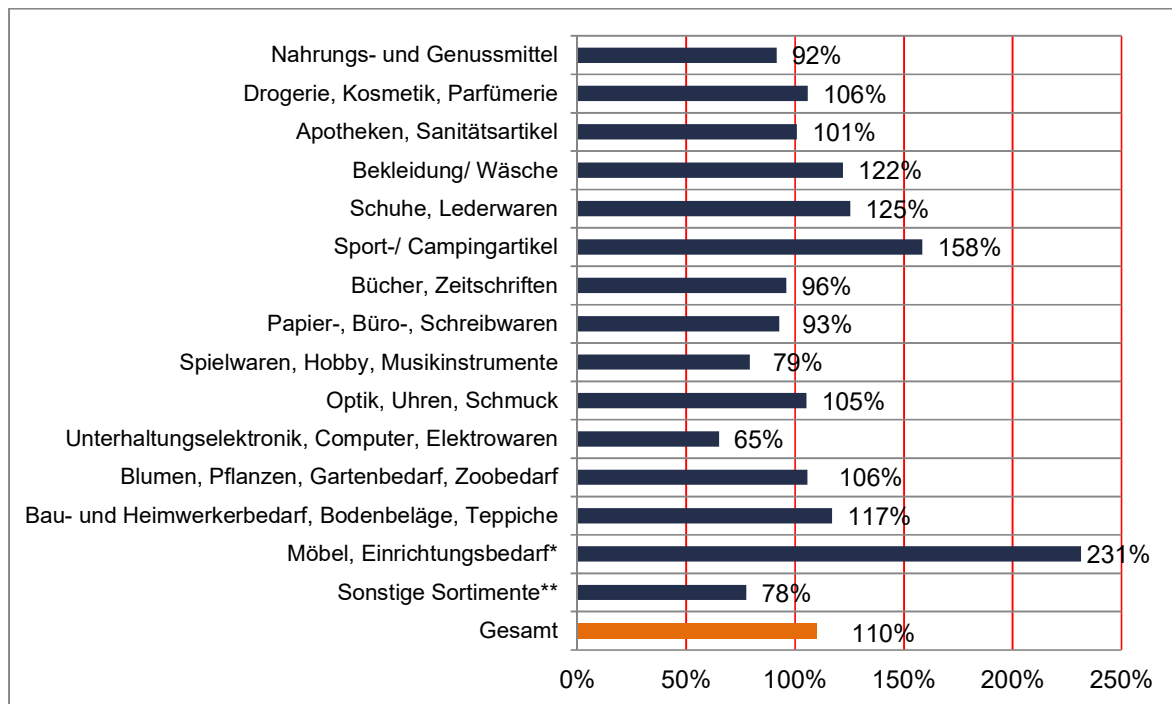
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

4.6 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den bisherigen Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenüber gestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Stadt Unna liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) nach den vorliegenden Zahlen bei rd. 110 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial um rd. 10 %-Punkte übersteigt und somit per Saldo rd. 38 Mio. € Kaufkraft aus den Umlandkommunen an die Unnaer Angebotsstandorte zufließen.

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



*Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

**Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente, Foto, Optik, Uhren/Schmuck, Autozubehör, Kinderwagen, Kunstgegenstände, Antiquitäten

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. vorstehende Abbildung).

Die per Saldo höchsten Kaufkraftzuflüsse (rd. 46 Mio. €) sind noch immer im **Möbel-/Einrichtungssegment** vorhanden und insbesondere auf das Möbelhaus Zurbrüggen bzw. den Mitnahmemarkt Osca! zurückzuführen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

In den **baumarktspezifischen Sortimentsgruppen** ist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 117 % ebenfalls deutliches Indiz für eine über das eigene Stadtgebiet hinausgehende Kundenansprache und insbesondere auf den ebenfalls an der Feldstraße gelegenen Anbieter Globus-Baumarkt zurückzuführen. Dabei wird dieser Anbieter auch von den bestehenden Angebotsdefiziten in den Umlandkommunen (z.B. Holzwickede) profitieren. Gleiches gilt auf etwas geringerem Niveau auch für das **Gartenbausegment**.

Besonders hervorzuheben ist, dass der örtliche Einzelhandel in den innerstädtischen Leitsortimenten **Bekleidung/ Wäsche** (122 %) und **Schuhe/ Lederwaren** (125 %) sowie **Sport** (158 %) per Saldo hohe Kaufkraftzuflüsse verzeichnen kann. Diese Werte sind insbesondere vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation und der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Dortmund als äußerst positiv zu bewerten. Da sich die entsprechenden Sortimente zudem in hohem Maße auf die Unnaer Innenstadt konzentrieren, spiegeln diese Kennwerte auch die hohe Attraktivität und Bedeutung des Stadtzentrums als überörtliche Einkaufsdestination wieder, wenngleich auch dort – immer noch – einzelne Angebotslücken vorzufinden sind (z. B. junge Mode).

Im Bereich Sport ist die hohe Umsatz-Kaufkraft-Relation neben den innerstädtischen Strukturen (u.a. Intersport) auch durch den 2013 eröffneten Reitsportanbieter Equitan und den Outdoor-Spezialisten Sport Schroer an der Feldstraße zu begründen.

Im umsatzstarken **Lebensmittelsegment** stehen rd. 143 Mio. € Kaufkraft einer Umsatzleistung von etwa 131 Mio. € gegenüber. Hieraus ergibt sich eine sortimentsbezogene Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 92 %, die mit einem Kaufkraftabfluss von per Saldo rd. 12 Mio. € einhergeht. Dieser dürfte vor allem an die nahegelegenen und verkehrlich gut zu erreichenden Angebotsstrukturen in Dortmund-Aplerbeck (u.a. Real), Kamen-Zollpost (u.a. Kaufland) und Werl (u.a. Kaufland) gebunden werden.

Im Bereich der **Drogerie- und Parfümeriewaren** beläuft sich die UKR auf etwa 106 %. Neben den Randsortimenten der örtlichen Lebensmittelmärkte konzentriert sich das entsprechende Angebot v. a. auf die beiden im Stadtzentrum gelegenen Drogeriemärkte Rossmann und Müller sowie zwei Parfümerien, die von einer im Hellweg-Center gelegenen dm-Filiale ergänzt werden. Ähnlich hoch fällt die UKR bei **Apotheken, Sanitätsbedarf sowie medizinisch./ orthopädisch. Artikeln** aus (rd. 101 %), was auch mit der Vielzahl an (Fach)ärztlichen Angeboten zu erklären ist.

Im zentrenprägenden Sortiment **Optik, Uhren und Schmuck**, das im Wesentlichen auf die im Stadtzentrum vorhandenen Angebote entfällt³⁴, kann der örtliche Einzelhandel bestehende Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb auffangen und in der Summe sogar ein geringes Umsatzplus erwirtschaften. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation fällt mit rd. 105 % demnach leicht positiv aus, was vor dem Hintergrund des nahegelegenen Oberzentrums Dortmund besonders hervorzuheben ist.

Wenngleich in den Warengruppen **Bücher / Zeitschriften** (96 %), **Papier-, Büro-, Schreibwaren** (93 %) und **Spielwaren/ Hobby** (79 %) per Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind, ist insbesondere das innerstädtische Angebot als umfassend und leistungsfähig hervorzuheben. Dort sind neben den Fachabteilungen von Kaufhaus Schnüchel, Drogerie Müller und Woolworth auch mehrere spezialisierte Anbieter

³⁴ So befinden sich rd. 80 % der gesamtstädtisch vorhandenen Angebotsflächen in der Warengruppe „Optik“ innerhalb des Hauptzentrums, bei „Uhren/ Schmuck“ fällt der Wert mit fast 90 % nochmals höher aus.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

ansässig (u.a. Buchhandlung Hornung, Weltbild, Strathoff Wohnen-Malen-Basteln, McPaper), die gemeinsam ein attraktives und differenziertes Angebot vorhalten.

Hohe Kaufkraftabflüsse sind aufgrund fehlender Angebote vor allem bei den Sortimenten **Unterhaltungselektronik / Computer / Elektrowaren** zu verzeichnen und addieren sich auf insgesamt rd. 10 - 11 Mio. €. Zwar ist in diesen Segmenten mit Berlet ein großformatiger Anbieter im Stadtgebiet ansässig, darüber hinaus finden sich ansonsten allerdings nur kleinteilige Fachangebote (insb. Handyshops) in den Angebotsstrukturen wieder.

Die sortimentsbezogenen Umsatz-Kaufkraft-Relationen der **sonstigen Sortimente** schwanken zwischen rd. 52 % (Foto) und 112 % (Autozubehör) und sind Ausdruck einer sehr umfassenden Angebotsstruktur, die die vorhandene Kaufkraft aber nicht immer lokal binden kann.

5 Exkurs: Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

5.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

Die Veränderungen im Handel (u. a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet.

Derzeit wird die Einzelhandelsentwicklung insbesondere durch den Online-Handel bestimmt. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlichen Raumes oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Siedlungsräumen befürchtet.

Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends zum Onlinehandel und seine Auswirkungen – insbesondere auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte – lässt sich wie folgt zusammenfassen:

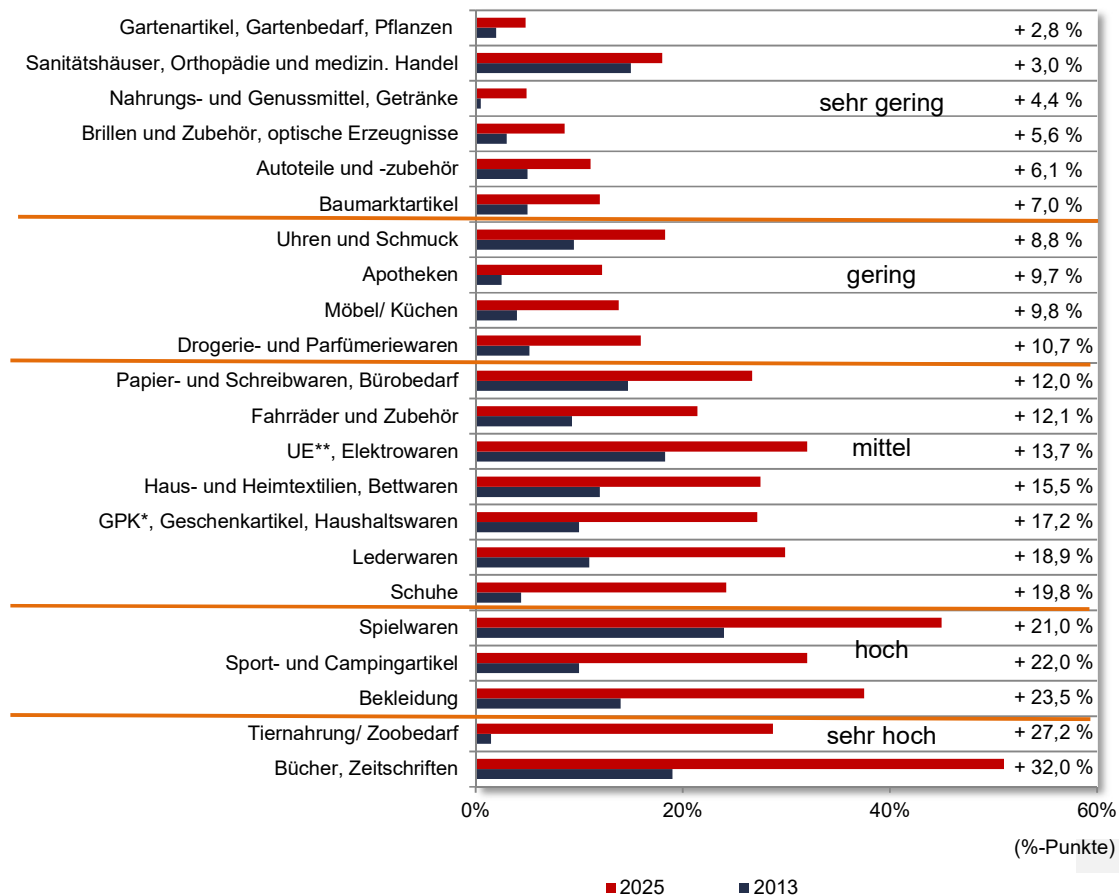
- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, so dass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Der demografische Wandel wird nur sehr eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit werden der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross-Channel“). Aktuell fehlen hierzu insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, so dass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitiert. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen vor allem in den Zentren größerer Städte zumindest teilweise ablösen.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

5.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

In fast allen Branchen sorgt das anhaltende Wachstum im Onlinehandel für Umsatzverluste im Offlinehandel. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun zu Lasten der Umsätze im stationären Einzelhandel. So leidet der stationäre Einzelhandel in Deutschland ungefähr seit dem Jahr 2010 an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des E-Commerce.

Abbildung 17: Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels



* GPK: Glas, Porzellan, Keramik
 ** UE: Unterhaltungselektronik
 Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von elaboratum-Prognosen

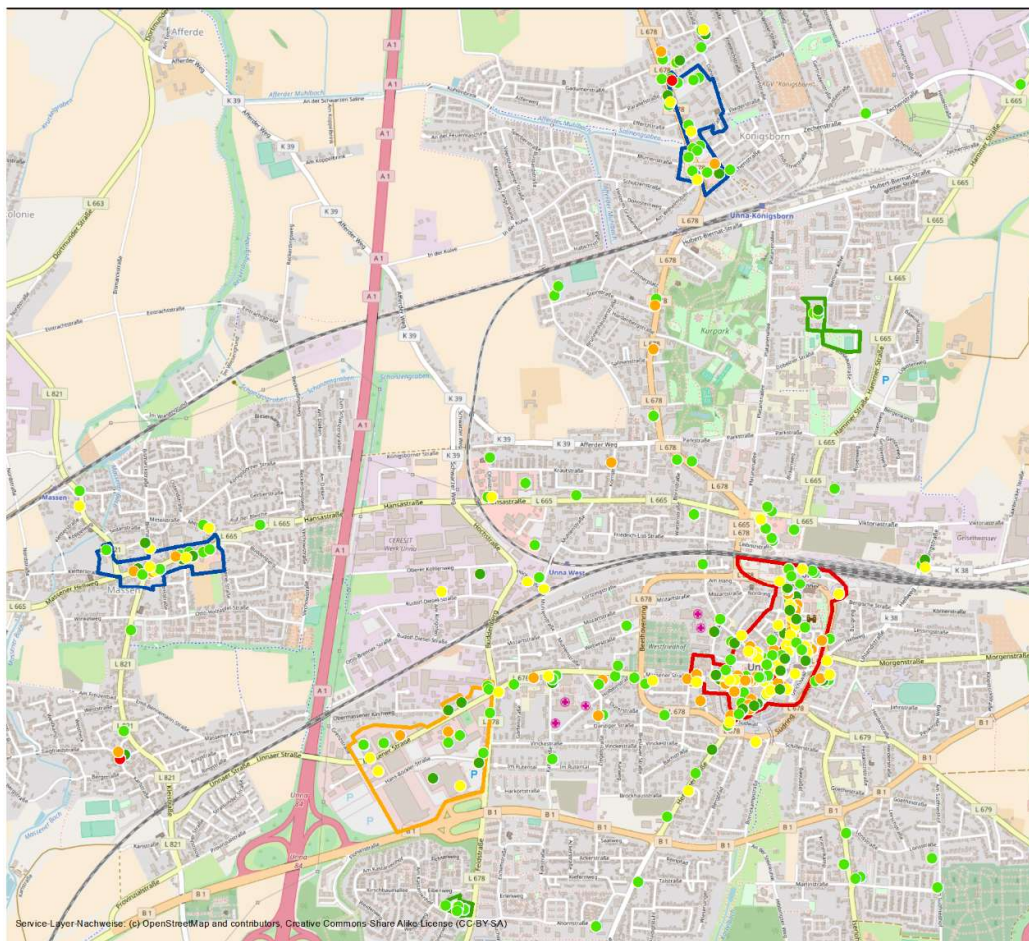
Dabei sind starke Unterschiede nach Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 17).

Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren und Elektronik/ Medien bereits ein hoher Online-Anteil erreicht wird, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Sanitätswaren, Pflanzen, Optik, Kfz-Zubehör und Baummarktartikel die Marktanteile des Online-Handels noch sehr gering.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

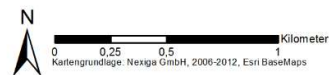
In der Trendprojektion gehen die Experten von elaboratum³⁵ von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, wobei die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Zooartikel, Spielwaren, Bekleidung, Sportartikel und Spielwaren zu erwarten sind.

Karte 12: Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)



Onlinegefährdung des Einzelhandels in Unna

- Sehr gering
 - Gering
 - Mittel
 - Hoch
 - Sehr hoch
- ▭ Hauptzentrum
 - ▭ Nebenzentrum
 - ▭ Nahversorgungszentrum
 - ▭ Sonderstandort



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung; Bezeichnung der Standortbereiche gemäß Einzelhandelskonzept 2008

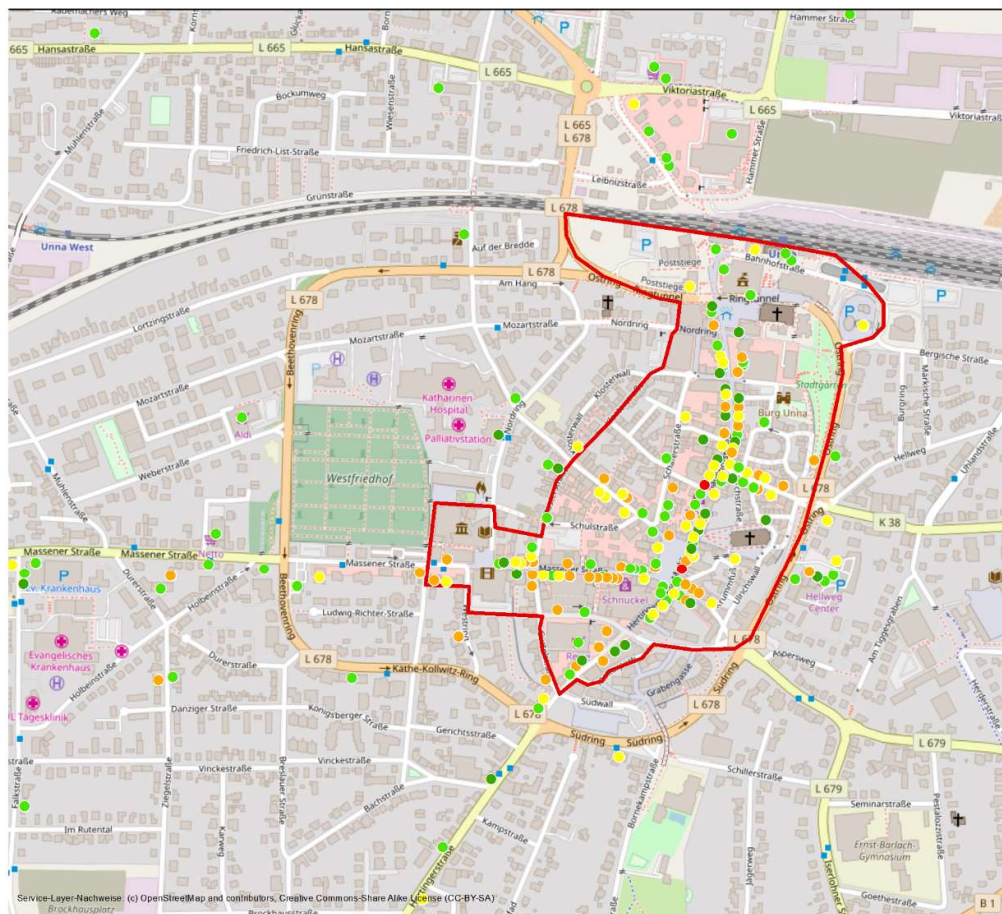
³⁵ Quelle: elaboratum, Prognose der sortimentsbezogenen Marktanteile des Onlinehandels im Jahre 2025 (Basis: E-Commerce-Umsätze 2013)

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die Klassifizierung der in Unna ansässigen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel ist der vorstehenden Abbildung zu entnehmen.

Hierbei wird deutlich, dass die Sortimente, die den örtlichen Einzelhandel überwiegend prägen, zukünftig nur einem gering bzw. sehr gering wachsenden Online-Wettbewerb ausgesetzt sein werden. Gesamtstädtisch betrachtet verfügen fast vier Fünftel der vorhandenen Betriebe über einen Angebotsschwerpunkt mit mittlerem bis (sehr) geringem Online-Wachstum. Einzelhandelsbetriebe die sich dagegen einem sehr hohen Online-Wachstum gegenübersehen, machen hingegen nur knapp 1 % aus.

Karte 13: Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)



Onlinegefährdung des Einzelhandels in Unna

- Sehr gering Hauptzentrum
- Gering
- Mittel
- Hoch
- Sehr hoch



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung; Bezeichnung der Standortbereiche gemäß Einzelhandelskonzept 2008

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Bei Betrachtung des Innenstadtbesatzes zeigt sich eine deutliche Verschiebung zu den Warengruppen mit hohem bzw. sehr hohem Gefährdungspotenzial. Während diese auf gesamtstädtischer Ebene rd. 21 % ausmachen, beläuft sich der Anteil im Zentrum auf etwa 33 % und ist insbesondere auf die Vielzahl an Bekleidungsanbieter zurückzuführen.

Mit rd. 41 % weist die größte Gruppe der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe aber Kernsortimente auf, die nur einer geringen Online-Konkurrenz ausgesetzt sind. Neben den überwiegend kleinteilig strukturierten nahversorgungsrelevanten Angeboten sind hier exemplarisch zudem die Anbieter der zentrenprägenden Warengruppen Uhren und Schmuck bzw. Optik zu nennen.

5.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels

In der heutigen Zeit der umfassenden Digitalisierung ist es für den stationären Einzelhandel von großer Wichtigkeit, auch im World-Wide-Web sichtbar und auffindbar zu sein. Ein hoher Prozentsatz der Kunden informiert sich vor einem geplanten Kauf eines Produktes im Internet. Zusätzlich verschaffen sie sich einen Überblick, welche Händler in der Umgebung die avisierten Waren ebenfalls führen.

Ein eigener Internetauftritt bzw. eine Platzierung von Online-Anzeigen sichert eine hohe Auffindbarkeit, so dass der Kunde bei einer Internetrecherche auf das stationäre Angebot aufmerksam wird. Die Online-Präsenz ist somit von elementarer Bedeutung zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebs.

Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalysen auch ermittelt, welche Online-Präsenzen die in Unna ansässigen Einzelhandelsbetriebe zeigen. Dazu wurden zunächst mit gängigen Suchmaschinen ermittelt, ob ein Betrieb überhaupt online auffindbar ist. Hat ein Betrieb keine eigene Webseite, sollte er zumindest über elektronische Verzeichnisse (z. B. „Das Örtliche“, klicktel) oder Plattformen wie „kaufDa“ gefunden werden („eingeschränkte Auffindbarkeit“).

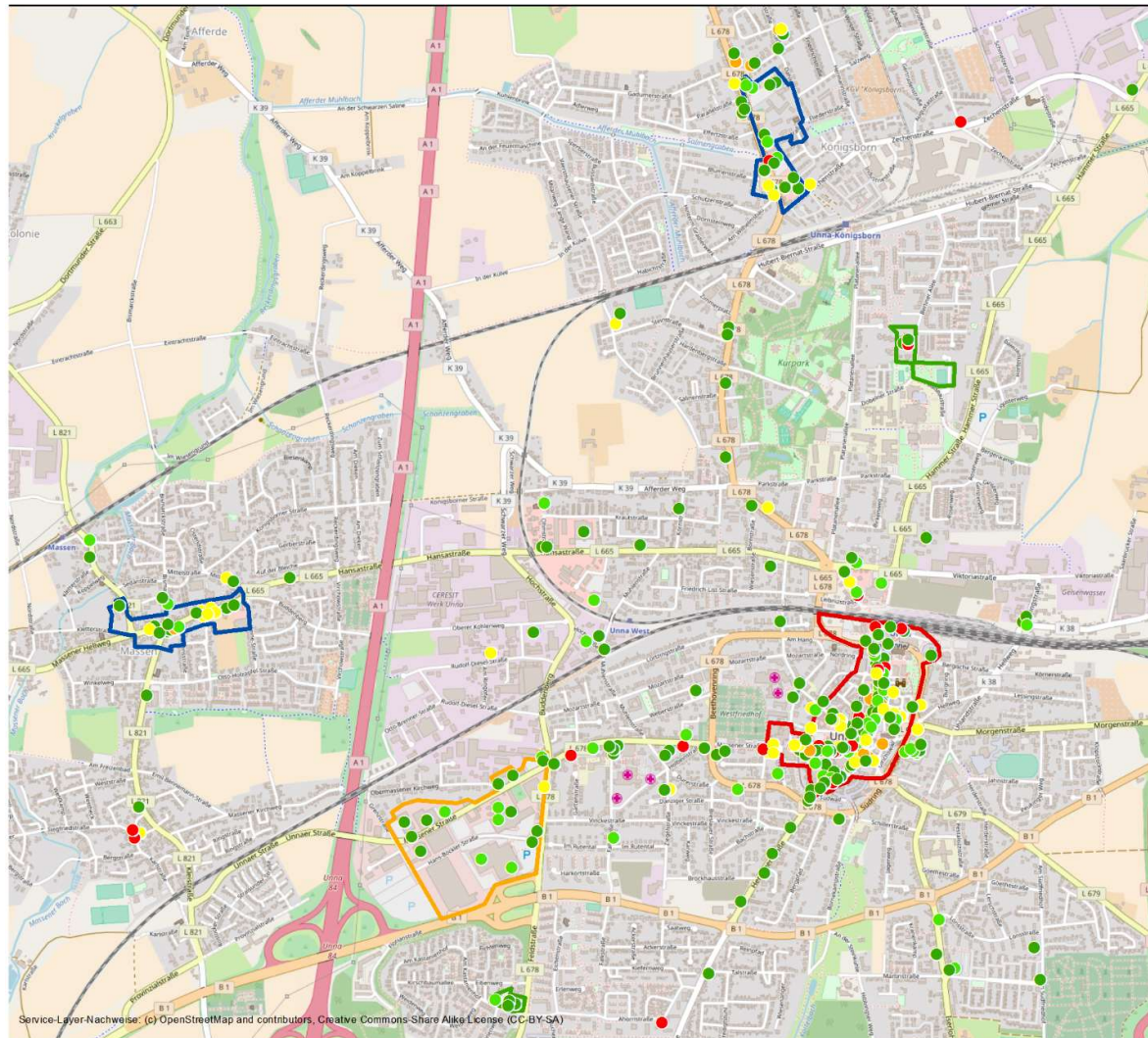
Eine bereits deutlich professionellere Präsenz ist zu erreichen, wenn über Dienste wie „Google my Business“ alle wichtigen Firmeninformationen inklusive Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrsbeschreibung usw. in die lokalen Suchergebnisse gezielt eingebracht werden („hohe Auffindbarkeit“).

Eine „eigene Webseite“ erhöht die Sichtbarkeit im Netz, ein „eigener Onlineshop“ belegt, dass das Einzelhandelsunternehmen bereits Multichannel-Vertriebsstrukturen aufgebaut hat.

Die Ergebnisse der von den Gutachtern durchgeführten Recherche illustriert die folgende Abbildung.

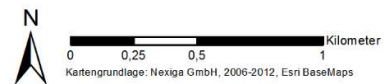
Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Karte 14: Online-Sichtbarkeit der Unnaer Einzelhandelsbetriebe



Onlinesichtbarkeit des Einzelhandels in Unna

- Keine Auffindbarkeit
- Eingeschränkte Auffindbarkeit
- Hohe Auffindbarkeit
- Eigene Webseite
- Eigener Onlineshop
- Hauptzentrum
- Nebenzentrum
- Nahversorgungszentrum
- Sonderstandort



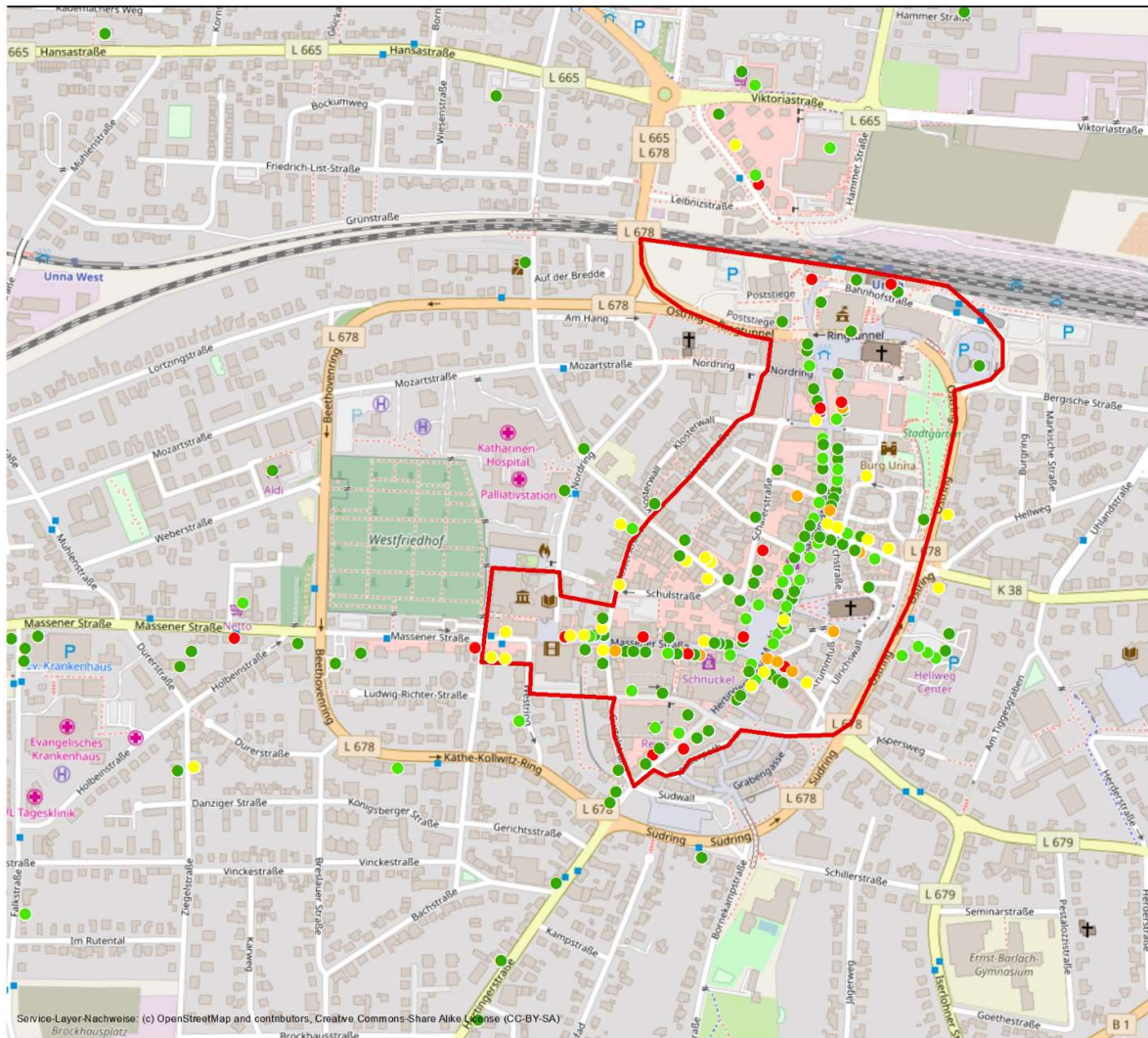
Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung; Bezeichnung der Standortbereiche gemäß Einzelhandelskonzept 2008

Positiv hervorzuheben ist zunächst, dass sich der weit überwiegende Teil der erhobenen Einzelhandelsbetriebe auch im Internet über gängige Suchmaschinen wiederfinden lässt. Gerade einmal rd. 12 % der Unnaer Betriebe sind gar nicht bzw. nur eingeschränkt online sichtbar – was auch im Vergleich zu anderen Städten einen sehr niedrigen Wert darstellt.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

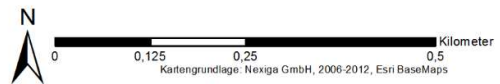
Knapp 260 der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe verfügen dagegen bereits über eine eigene Website, davon wiederum gut ein Drittel sogar über einen Online-Shop. Letztere sind somit bereits heute dazu in der Lage, auf allen Vertriebskanälen aktiv zu sein, wobei es sich hierbei zum weit überwiegenden Teil um die in Unna ansässigen Filialisten handelt.

Karte 15: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe



Onlinesichtbarkeit des Einzelhandels in Unna

- Keine Auffindbarkeit
 - Eingeschränkte Auffindbarkeit
 - Hohe Auffindbarkeit
 - Eigene Webseite
 - Eigener Onlineshop
- Hauptzentrum



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Dabei lassen sich hinsichtlich der digitalen Sichtbarkeit des örtlichen Einzelhandels nur geringe Unterschiede zwischen den Angeboten der Innenstadt im Vergleich zur Gesamtstadt feststellen. Lediglich der Anteil der nicht bzw. nur schwer auffindbaren Einzelhandelsbetriebe ist im Stadtzentrum mit rd. 2 %-Punkte geringfügig höher als im gesamtstädtischen Vergleich und entfällt hierbei auf mehrere Kioskbetriebe und einige, vor allem in den Randbereichen ansässige und durchgängig sehr klein dimensionierte Anbieter.

5.4 Fazit und Empfehlungen für die „Digitalisierungsstrategie“ der Innenstadt Unna

Für das Stadtzentrum konnte im Rahmen der Bestandsanalyse aufgezeigt werden, dass das innerstädtische Verkaufsflächenangebot wesentlich vom Bekleidungssegment geprägt wird – dieses allerdings ein hohes Online-Wachstum aufweist. Dabei verfügen etwa 45 der insgesamt rd. 160 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe über das Kernsortiment „Bekleidung“, von denen wiederum 10 nicht oder nur eingeschränkt im Internet auffindbar sind. Hierbei handelt es sich durchgängig um kleinere Modeanbieter, die ihre jeweilige Auffindbarkeit im Netz verbessern sollten. Der weit überwiegende Teil der Modeanbieter ist dagegen bereits heute im Netz mit eigenen Websites vertreten – die Filialisten sogar durchgängig mit einem Online-Shop.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass nur zwei Einzelhandelsbetriebe über ein Kernsortiment verfügen, das ein sehr hohes Gefährdungspotenzial durch den Onlinehandel aufweist. Hierbei handelt es sich ausschließlich um Anbieter von Büchern. Beide Buchhandlungen sind im Netz mit jeweils eigenen Internetseiten bzw. Online-Shops sehr gut aufgestellt.

Die Betriebe mit Kernsortimenten hoher Online-Wachstumsprognosen sind somit bereits heute im Internet sehr gut positioniert, so dass insgesamt eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen ist.

Gleichzeitig hat die Analyse gezeigt, dass etwa zwei Drittel der im Stadtzentrum vorhandenen Betriebe nur eine geringe bis mittlere Online-Gefährdung aufweisen und demnach nur über ein geringes Gefährdungspotenzial durch die zukünftigen Entwicklungen des Onlinehandels verfügen.

Da hinsichtlich der gesamtstädtischen Kennwerte nur geringe Unterschiede zwischen den Betrieben inner- und außerhalb des Stadtzentrums festgestellt werden konnten, gilt dies tendenziell auch für die im sonstigen Stadtgebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den gesamten stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels; jede Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg – aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher die

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.

- Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontaktmöglichkeiten), die ohne großen Aufwand von jedem Marktteilnehmer online platziert werden können, möchten Kunden sich auch über das vorgehaltene Sortiment und bestenfalls über die Warenverfügbarkeit informieren. Letzteres setzt ein klassisches Warenwirtschaftssystem voraus und dient als Bindeglied zwischen dem online und dem stationären Geschäft.
- Dabei sind auf mobile Endgeräte optimierte Lösungen von immenser Bedeutung. Denn bereits heute findet der Großteil der Online-Aktivität über Smartphones und Tablets statt.
- Das Einkaufserlebnis, individuelle Kundenbetreuung und Serviceleistungen werden (wieder) wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann primär nicht über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss es daher auf anderem Wege schaffen, dem Kunden einen Mehrwert zu bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping-/Kultur-)Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität noch stärker an den Einkaufsort binden zu können.
- Den einzelnen Akteuren wird diesbezüglich angeraten, sich zu organisieren und sich den neuen Herausforderungen gemeinsam zu stellen. Insbesondere der sehr aktive City-Werberings bietet hierfür sehr gute Anknüpfungspunkte.

Die Wirtschaftsförderung der Kreisstadt Unna hat im Rahmen der „Digitalisierungsstrategie“ bereits erste Konzeptideen für die Innenstadt entwickelt. Damit sollen bestehende Ansätze aufgenommen und gebündelt werden. Die Innenstadt soll „als vitaler und zukunftsfähiger Handelsstandort“ gesichert und entwickelt werden.

- Bereits seit 2014 besteht zwischen Lindenbrauerei, Markt und Bahnhof ein freies und mittlerweile nicht mehr in der Nutzung zeitlich begrenztes WLAN über die Stadtwerke und einen lokalen Anbieter (HeliNet).
- Im Sommer 2018 soll der bislang nur in Papierform vorhandene „City-Gutschein“ in digitaler Form über Smartphones verfügbar werden. Geplant ist auch ein „digitales Schaufenster“ als zentrales Stadtportal, das auch mobil erreichbar ist.
- Schließlich sollen der Zugang zur Innenstadt und die Kundenbindung über ein „Loyalty-Programm“ verbessert werden. Dabei können bei Nutzung von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Kulturangeboten in der City Unna Bonuspunkte erworben werden, die bei der Nutzung von bewirtschafteten Parkplätzen/-häusern verrechnet werden. Im Endausbau soll damit ein „digitaler Stadtschlüssel“ bereitgestellt werden, der bequemes und kostengünstiges Parken ermöglicht.

Im IHK-Handelsreport 2016 für den Kreis Unna wurde bereits festgestellt, dass die Innenstadt Unna auch in Zukunft und unter Berücksichtigung des zunehmenden Onlinehandels sehr gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Positionierung als Einkaufsstadt besitzt. Von daher ist eine Intensivierung der Anstrengungen zur „Digitalisierung“ unbedingt zu empfehlen.

6 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Das Mittelzentrum Unna befindet sich, insbesondere durch die Versorgungsmöglichkeiten im benachbarte Oberzentrum Dortmund, in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation. Dennoch kann der ortsansässige Einzelhandel – vor allem aufgrund der attraktiven Innenstadtangebote sowie den am Standortbereich „Feldstraße“ ansässigen Einzelhandelsbetrieben – per Saldo eine rd. 38 Mio. über der lokalen Kaufkraft liegende Umsatzleistung erwirtschaften.

Aufgrund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten konzentriert sich das lokale Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot auf die im Westen des Stadtgebietes gelegenen Hauptsiedlungsbereiche.

Die historisch geprägte Stadtmitte von Unna ist nicht nur der bedeutendste Einzelhandelsstandort des Mittelzentrums, sondern bietet aufgrund einer Vielzahl an kulturellen und gastronomischen Angeboten auch eine hohe Nutzungsdurchmischung und Aufenthaltsqualität.

Daneben wird die lokale Angebotsstruktur wesentlich von dem im Bereich Feldstraße/ Massener Straße/ Hans-Böckler-Straße ansässigen, vornehmlich großflächigen Einzelhandelsbetrieben geprägt, die nahezu die Hälfte des gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen können. Neben dem weit in die Region ausstrahlenden Möbelhaus Zurbrüggen sind diesbezüglich auch der Globus-Baumarkt sowie das Gartencenter Augsburg exemplarisch zu nennen.

Daneben bestehen mit den beiden Stadtteilzentren Königsborn und Massen sowie den Standortbereichen „Kastanienhof“ und „Berliner Allee“ weitere Angebotsstandorte, die vor allem in Bezug auf die Nahversorgung von hervorgehobener Bedeutung sind.

Insgesamt betrachtet lassen die Ausstattungskennziffern und die Umsatz-Kaufkraft-Relationen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite erkennen. Neben den großformatigen Einzelhandelsbetrieben am Standortbereich Feldstraße kann insbesondere die Innenstadt auch eine übergemeindliche Ausstrahlung entfalten.

Zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort lassen sich aufgrund des bereits äußerst umfassenden und attraktiven Branchenmix nur wenige sortimentsbezogene Handlungsempfehlungen geben. Grundsätzlich ist eine Diversifizierung des zentrumstypischen Angebotes um **Bekleidungsangebote** aus dem Bereich „Junge Mode“ – wie bereits mit dem ursprünglichen Einzelhandelskonzept formuliert – weiterhin sinnvoll. Diesbezüglich ist das Augenmerk allerdings auf eher kleinere Angebotsformate wie beispielsweise mister*lady oder NewYorker zu legen, denn größere Anbieter wie bspw. H&M werden in der gegebenen Raumkonstellation (ausschließlich) auf das nahegelegene Oberzentrum Dortmund ausgerichtet sein. Auch im **Elektroniksegment** sind – nach dem Rückzug des Berlet-Elektromarktes – wieder Angebotslücken zu identifizieren, die im Sinne einer möglichst umfassenden Versorgung geschlossen werden sollten.

Eine der wesentlichen Erkenntnisse der Vorgängeruntersuchung war zudem, dass im Innenstadtbereich neben einer Schlecker-Filiale lediglich ein dm-Drogeriemarkt im jenseits des Innenstadtrings gelegenen „Hellweg-Center“ ansässig war und daher die Ansiedlung leistungsfähiger **Drogeriewarenanbieter** in zentraler Innenstadtlage empfohlen wurde.

Mit der zwischenzeitlich eröffneten Drogerie Müller im neugebauten Geschäftshaus Bahnhofstraße/ Ecke Klosterstraße sowie dem ebenfalls an der Bahnhofstraße gelegenen Rossmann-Drogeriemarkt ist diesen

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

sortimentsbezogenen Handlungsempfehlungen gefolgt worden, so dass aktuell ein umfassendes Drogeriewarenangebot in der Innenstadt vorgehalten wird.

Die stadtteilbezogene Drogeriewarenversorgung findet dagegen vor allem über die im Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführten Artikel statt – Drogeriemärkte sind dort bislang nicht ansässig.

In weiteren Innenstadtbranchen wie beispielsweise Bücher, Uhren/Schmuck oder Optik sind ebenfalls umfassende Angebotsstrukturen vorhanden, so dass Erweiterungen/Ergänzungen zwar erwünscht, nicht aber dringend erforderlich sind. Darüber hinaus werden im Kaufhaus Schnücker als zentral gelegenen und größtem Anbieter in der Innenstadt mit entsprechender Magnetfunktion Sortimente wie Spielwaren, Lederwaren und Haus-, Tisch- und Bettwäsche auch über Fachabteilungen kompetent abgedeckt.

Hinsichtlich weiterer Branchen ist festzuhalten:

Bei **Lebensmitteln** konnte im Rahmen der Angebots- und Nachfrageanalyse aufgezeigt werden, dass in den Siedlungsschwerpunkten Mitte, Königsborn und Massen derzeit eine flächendeckende Nahversorgung gegeben ist, die es grundsätzlich zu sichern gilt. Für den Bereich Massen ist ein weiterer Ausbau der Nahversorgungsstrukturen grundsätzlich sinnvoll, da weiterhin hohe Kaufkraftabflüsse festzustellen sind. Wie bereits 2008 ist dabei eine Ergänzung im Lebensmitteldiscountsegment anzuraten, da dieser Betriebstyp aktuell in dem bevölkerungsreichen Stadtteil nicht vertreten ist. Die von Edeka angestrebte Verlagerung an den westlichen Rand des Nebenzentrums ist vor diesem Hintergrund ebenfalls sinnvoll (siehe Kap. 7.8.2).

Im östlichen Stadtgebiet übernimmt der in Hemmerde gelegene Care-Kauf wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen, während die sonstigen, weniger bevölkerungsreichen Stadtteile über keine wohnortnahen Versorgungsmöglichkeiten verfügen. In den zentral gelegenen Stadtteilen Uelzen, Mühlhausen und Lünern addiert sich die Einwohnerzahl auf rd. 5.000 Personen, für die eine „eigene“ Nahversorgung wünschenswert wäre.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Angebots- und Nachfragesituation ist darüber hinaus kein akuter Handlungsbedarf zu erkennen.

Im **Bau- und Gartenmarkt-** sowie dem **Möbelsegment** sind hohe Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Die gegebene Besitzstruktur sollte daher gesichert werden. Ein deutlicher Ausbau der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen ist aufgrund der gegebenen Wettbewerbssituation im regionalen Umland aber nicht zu erwarten.

Auch im Bereich **Sport** sind per Saldo hohe Kaufkraftzuflüsse aus den Umlandkommunen aufgezeigt worden, die neben den innerstädtischen Strukturen (u.a. Intersport) auch durch die an der Feldstraße gelegenen, auf Reitsport bzw. Outdoor spezialisierten Fachanbieter zurückzuführen sind. Im Sportsegment ist demnach eine umfassende Angebotssituation gegeben, aus der sich keine Entwicklungsnotwendigkeit ergibt.

Allenfalls für die Warengruppe **Fahrräder/-zubehör** sind umfangreichere Kaufkraftabflüsse von per Saldo mehr als einer Mio. € festzustellen. Allerdings sind die Ansiedlungschancen eines größeren Fachmarktkonzeptes aufgrund des als begrenzt zu bewertenden sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials als relativ gering zu bewerten. Zumal mit den beiden Facheinzelhändlern „Zweirad Höni“ (Innenstadt) bzw. „Megabike“ (Massen) zwei kompetente Facheinzelhändler in Unna ansässig sind, die eine solide Basisversorgung gewährleisten.

7 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Unna sowie Handlungsempfehlungen

7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

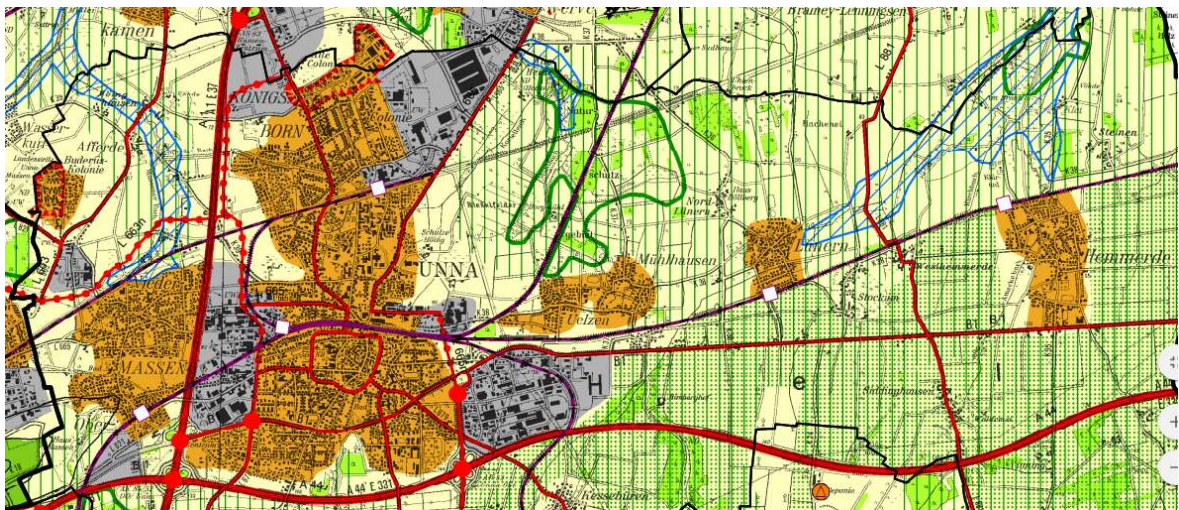
Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (Bekanntmachung am 25.01.2017) bestehen weiterhin die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanung von den Kommunen beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen:

- **Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB; in der folgenden Karte orange gefärbte Bereiche) dargestellt und festgesetzt werden.

Karte 16: Regionalplandarstellung Stadt Unna



Quelle: Gebietsentwicklungsplan Regierungsbezirk Arnsberg - Teilabschnitt Oberbereiche Dortmund; Blatt 5

- **Ziel 6.5-2: Zentrenrelevante Kernsortimente:** Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen
Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in bestehenden sowie neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß Anlage 1 – Sachlicher Teilplan sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (Ortstypische Sortimentsliste).

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, das Vorhaben einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- **Ziel 6.5-3: Beeinträchtigungsverbot**
Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **Grundsatz 6.5-4: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**
Der zu erwartende Umsatz von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll die sortimentsbezogene Kaufkraft der Standortgemeinde nicht überschreiten.
- **Ziel 6.5-5: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente**
Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang zentrenrelevanter Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich um Randsortimente handelt.
- **Grundsatz 6.5-6: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente: die maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente soll 2.500 m² nicht überschreiten.**
- **Ziel 6.5-7: Überplanung von vorhandenen Standorten**
Abweichend von den vorstehenden Zielen/ Grundsätzen dürfen vorhandene Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich.
- **Ziel 6.5-8: Einzelhandelsagglomerationen**
Außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Gleiches gilt für Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Gemeinden haben dabei sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vermieden wird.
Unter Verfestigung ist dabei etwa die Änderung der Sortimente bestehender Betriebe zu verstehen, während mit Erweiterung das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration gemeint ist.
- **Grundsatz 6.5-9: Regionale Einzelhandelskonzepte**
Bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen sind Regionale Einzelhandelskonzepte in die Abwägung miteinzustellen.
- **Ziel 6.5-10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs.3 BauNVO**
Diese sind, soweit von § 12 Abs. 3a (1) BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den vorab formulierten Anforderungen der Festlegungen 1-8 entsprechen.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008³¹ fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Der Erlass soll

„(...) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

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

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

³¹ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gemeinsamer Runderlass des Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

7.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich nach entsprechender Beschlussfassung durch die zuständigen kommunalen Gremien um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die dann in die Abwägung konkreter Bauleitpläne einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB sowie in § 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich somit um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es unter anderem, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und die Funktionalität** zentraler Versorgungsbereiche zu bestimmen.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des Oberverwaltungsgerichts (OVG) NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG), räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das BVerwG in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.

Betont hat das BVerwG in dieser Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern:

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

- **Haupt- oder Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Neben- oder Stadtteilzentren**, deren Einzugsbereich sich zumeist auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie sowie
- **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

7.3 Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Unna

Ziel der vorliegenden Analyse ist es, die mit der Vorgängeruntersuchung getroffenen Handlungsempfehlungen unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen im Einzelhandelsbestand sowie den rechtlichen Rahmenbedingungen zu überprüfen und in ein aktualisiertes Einzelhandelskonzept zu überführen, das als Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung dient. Beschließt der Rat das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, wäre es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund werden im künftigen **Standortkonzept** folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines aktualisierten räumlich und funktional differenzierten Standortkonzepts
- Verifizierung und ggf. Veränderung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, auf den sich der zentrenrelevante Einzelhandel konzentrieren sollte
- Vorschläge zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet
- Vorschläge zu geeigneten Entwicklungsstandorten für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Überprüfung der „Unnaer Liste“ der zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung zwischenzeitlich stattgefundener Veränderungen im Bestand bzw. marktseitiger Aspekte
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. Kapitel 7.1) bilden dabei den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Darauf aufbauend werden die **Leitlinien** der künftigen Einzelhandelsentwicklung von Unna wie folgt konkretisiert:

- Oberstes Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung ist es, die **mittelzentrale Versorgungsfunktion** der Kreisstadt Unna aufrechtzuerhalten bzw. funktionsgerecht weiterzuentwickeln. Den

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

zentralen Versorgungsbereichen wird dabei eine Vorrangstellung im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebote eingeräumt.

- Aufgrund der Konzentration strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen stellt die **Innenstadt** von Unna weiterhin den **wichtigsten gesamtstädtischen Versorgungsstandort** dar, der hinsichtlich der quantitativen und qualitativen Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen höchste Priorität genießt. Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischer Versorgungsfunktion sind daher auf das Hauptzentrum zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für großflächige Betriebe, die die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen.

Dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird damit die Funktion eines Vorrangstandortes für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Gleichzeitig soll die Innenstadt auch Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- Ergänzt wird das Hauptzentrum von dem im Norden gelegenen **Stadtteilzentrum Königsborn** sowie dem westlich der A 1 gelegenen **Stadtteilzentrum Massen**, deren jeweilige Versorgungsfunktionen gesichert und ggf. weiter auszubauen sind.
Neben (großflächigen) nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben ist in den Stadtteilzentren ergänzender zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig, der in seiner Dimensionierung der zugewiesenen Versorgungsfunktion (= Verflechtungsbereich) entspricht, die Grenze zur Großflächigkeit aber nicht überschreiten soll.
Als Verflechtungsbereich wird dem Stadtteilzentrum Massen der gleichnamige Stadtteil (inkl. Landesstelle) zugewiesen; dem Stadtteilzentrum Königsborn die Stadtteile Königsborn sowie der westlich angrenzende Stadtteil Afferde.
Um die gesamtstädtische Versorgungsfunktion des Hauptzentrums nicht zu gefährden, sollen Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten folgende Ansiedlungsregeln erfüllen, die im Rahmen einer nachvollziehbaren Prognose darzulegen sind:
 - Umsatz max. 50 % des sortimentsrelevanten Kaufkraftpotenzials im Verflechtungsbereich
 - Umsatz mind. 70 % mit Kunden aus dem Verflechtungsbereich (Umsatzherkunft)

Auch in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten soll das Stadtteilzentrum Massen Versorgungsfunktion für den gleichnamigen Stadtteil übernehmen, das Stadtteilzentrum Königsborn teilt sich diese Funktion mit dem der wohnortnahen Versorgung dienenden „Nahversorgungsstandort Berliner Allee“ (s.u.).

- Das vorab dargelegte System zentraler Versorgungsbereiche wird auf Ebene der **wohnortnahen Versorgung** von städtebaulich integrierten Standorten mit ausschließlich ortsteil- bzw. wohnsiedlungsbezogener Versorgungsbedeutung (zugeordneter Verflechtungsbereich, vgl. Karte 21) ergänzt. Aufgrund geringer Verkaufsflächenausstattungen und/ oder fehlender Angebotsergänzung durch Einzelhandel/ Dienstleistungen entsprechen diese Geschäftsbereiche aber nicht den Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches.
Als „**Nahversorgungsstandorte**“ festgelegt werden die Geschäftsbereiche am Kastanienhof (Edeka/ Norma), an der Berliner Allee (Maxi-Markt) sowie im östlichen Stadtteil Hemmerde (Care-kauf). Darüber hinaus wird für das derzeit nur unzureichend versorgte Siedlungsgefüge Uelzen,

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Mühlhausen und Lünern die Realisierung eines zusätzlichen Nahversorgungsstandortes vorgeschlagen.

Entwicklungsziel für diese ergänzenden Angebotsstandorte ist die Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung durch Erhalt und Weiterentwicklung des bestehenden Nahversorgungsangebotes; dabei ist auch eine Ansiedlung/ Erweiterung von Lebensmittelmärkten über die Grenze der Großflächigkeit möglich, wenn der (ggf. großflächige) Einzelhandelsbetrieb der Grundversorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im zugeordneten Verflechtungsbereich (siehe Kapitel 7.5) dient und damit die wohnungsnaher Versorgung in anderen Wohnsiedlungsbereichen/ Ortsteilen nicht gefährdet.

- Auf unterster Ebene ergänzen fünf solitär gelegene Lebensmittelmärkte, sog. **Grundversorgungsstandorte**, das zukünftige Versorgungsnetz der Stadt Unna.
- Zusammenfassend wird vorgeschlagen, die zukünftige nahversorgungsbezogene Weiterentwicklung an einem Standortmodell auszurichten, das neben dem Hauptzentrum Unna, den beiden Stadtteilzentren Königsborn und Massen, den drei bereits bestehenden Nahversorgungsstandorten „Kastanienhof“, „Berliner Allee“ und „Hemmerde“ einen potenziellen Nahversorgungsstandort im Siedlungsgefüge Uelzen, Mühlhausen und Lünern sowie insgesamt fünf ergänzende Grundversorgungsstandorte vorsieht.
- Die nahversorgungsbezogene Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte bemisst sich an den in den funktionalen Verflechtungsbereichen (vgl. Karte 21) vorhandenen Kaufkraftpotenzialen, die von der jeweiligen Umsatzleistung nicht überschritten werden sollen. Die Versorgungsfunktion der Grundversorgungsstandorte bemisst sich an der im fußläufigen Nahbereich lebenden Bevölkerung (i.d.R. 700 Meter-Radius).
- Grundsätzlich gilt, dass durch Neuansiedlungen bzw. die Erweiterung vorhandener Lebensmittelmärkte keine Gefährdung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche bzw. der an den der wohnortnahen Versorgung dienenden Nah- bzw. Grundversorgungsstandorten ansässigen Lebensmittelmärkte ausgehen darf.
- Vertiefende Empfehlungen zur Entwicklung der wohnortnahen Versorgung werden in Kapitel 7.5 ausgesprochen.
- Empfohlen wird auch weiterhin die Konzentration des **nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels** auf den **Ergänzungsstandort „GE Feldstraße“**. Denn dieser ist bereits heute prägender Angebotsstandort nicht-zentrenrelevanter Sortimente. Dabei sollten zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente an diesem Standortbereich auch zukünftig nur als betriebsformentypische Randsortimente zugelassen werden. Allerdings wird der Standortbereich im Regionalplan als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dargestellt. Die Weiterentwicklung dieses Standortbereiches würde demnach den Zielaussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel widersprechen (Ziel 6.5-1). Geeignete Alternativflächen, die im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) dargestellt und zudem auch hinsichtlich ihrer Größendimensionierung zur Konzentration entsprechender Großformate geeignet sind, sind im Stadtgebiet aber nicht vorhanden. Vor dem Hintergrund der gegebenen planungsrechtlichen Ausgangssituation wird bei konkreten

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Planungen daher empfohlen, möglichst frühzeitig Kontakt mit den übergeordneten Planungsbeteiligten aufzunehmen. Zudem wird angeregt, in der derzeit laufenden Regionalplanfortschreibung den an der Feldstraße gelegenen Standortbereich zukünftig als ASB vorzuschlagen, um perspektivisch einen auch bauleitplanerisch zu entwickelnden Ergänzungsstandort für den nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandel im Stadtgebiet vorhalten zu können.

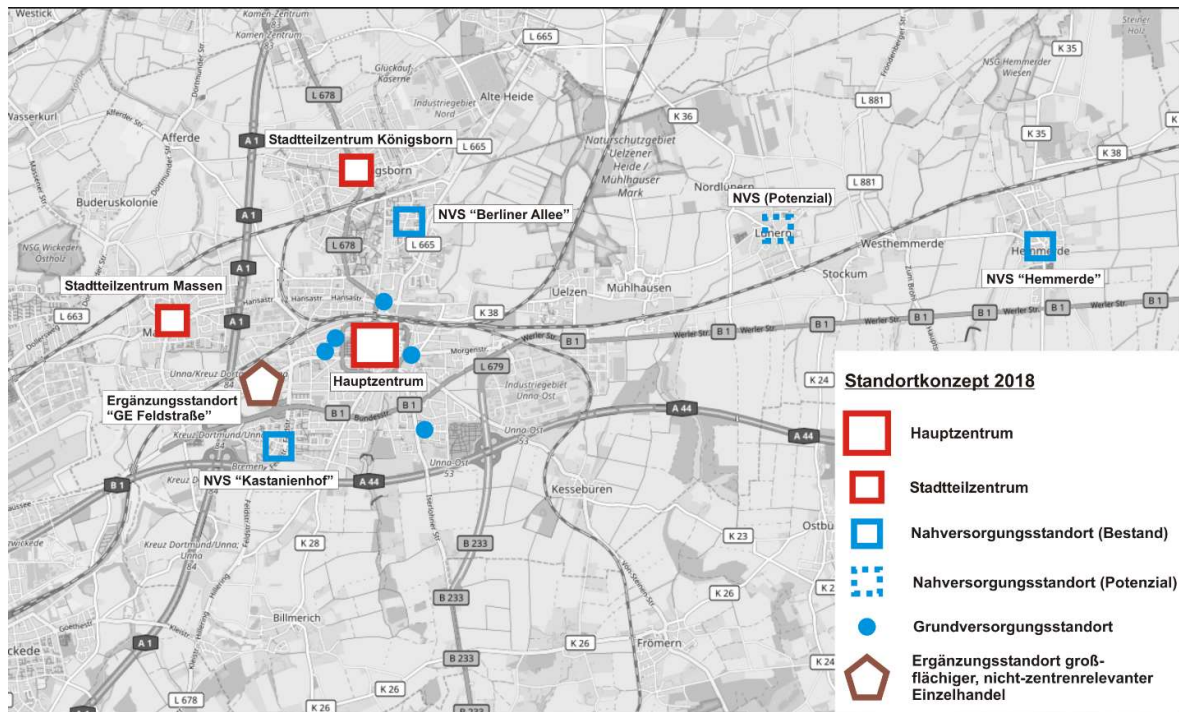
- Sofern eine Realisierung am vorgeschlagenen Ergänzungsstandort nicht möglich sein sollte, können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auch im sonstigen Stadtgebiet inner- und außerhalb zentraler Versorgungsbetriebe angesiedelt werden, sofern zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente lediglich als betriebsformentypisches Randsortiment vorgehalten werden und negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt ausgeschlossen werden können (Einzelfallprüfung).
- Aufgrund einer bereits sehr umfangreichen Bestandssituation sind die sortimentsbezogenen Ansiedlungspotenziale in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten jedoch als limitiert zu bewerten.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

7.4 Standortkonzept und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Unter Berücksichtigung der dargelegten Leitziele empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Unna an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Karte 17: Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2018



Quelle: Eigene Darstellung

Mit der Innenstadt als Hauptzentrum, den Stadtteilzentren „Königsborn“ und „Massen“ sowie dem ergänzenden Standortbereich „GE Feldstraße“ für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel wird das 2008 erarbeitete Standortkonzept in wesentlichen Punkten bestätigt. Änderungen ergeben sich insbesondere durch eine Neuordnung der für die wohnortnahe Versorgung bedeutsamen Angebotsstandorte sowie dem Wegfall zumeist solitär gelegener Fachmarktstandorte.

Mit dem vorgeschlagenen Standortkonzept 2018 wird das **Stadtzentrum** auch weiterhin als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Kernsortimenten³⁷ (zur Definition siehe Kap. 7.7) aufzunehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gesamtstadt beziehen.

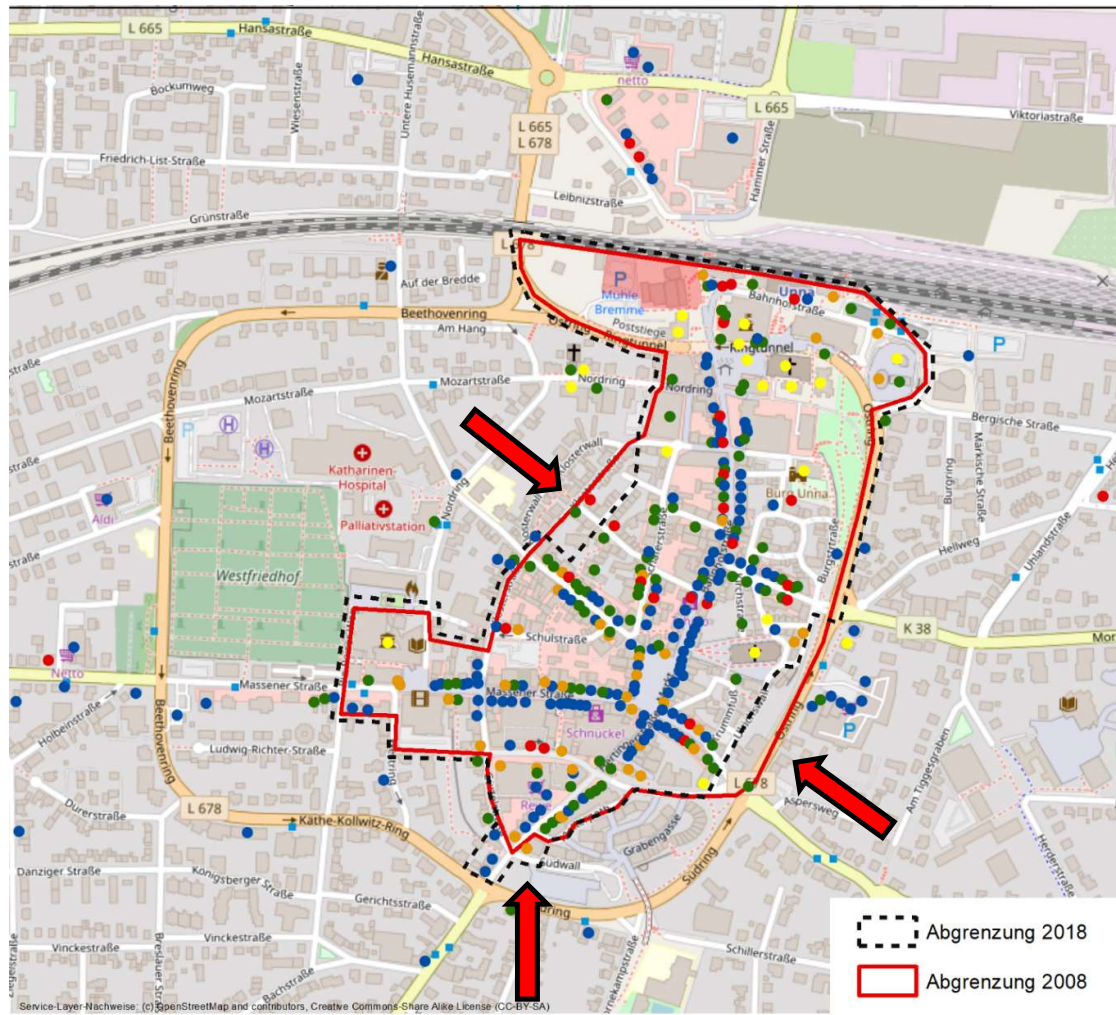
Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von erheblicher Bedeutung und dementsprechend sorgfältig vorzunehmen und genau

³⁷ ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

abzuwägen. Vor diesem Hintergrund gilt es, die derzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu prüfen und ggf. anzupassen.

Karte 18: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des Hauptzentrums



Quelle: eigene Darstellung

Gegenüber der 2008 erfolgten räumlichen Abgrenzung werden unter Berücksichtigung der derzeitigen Bestandsstrukturen vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen lediglich geringfügige Modifikationen vorgeschlagen, die sich auf die drei in der oben stehenden Karte mit Pfeilen gekennzeichneten Bereiche beschränken.

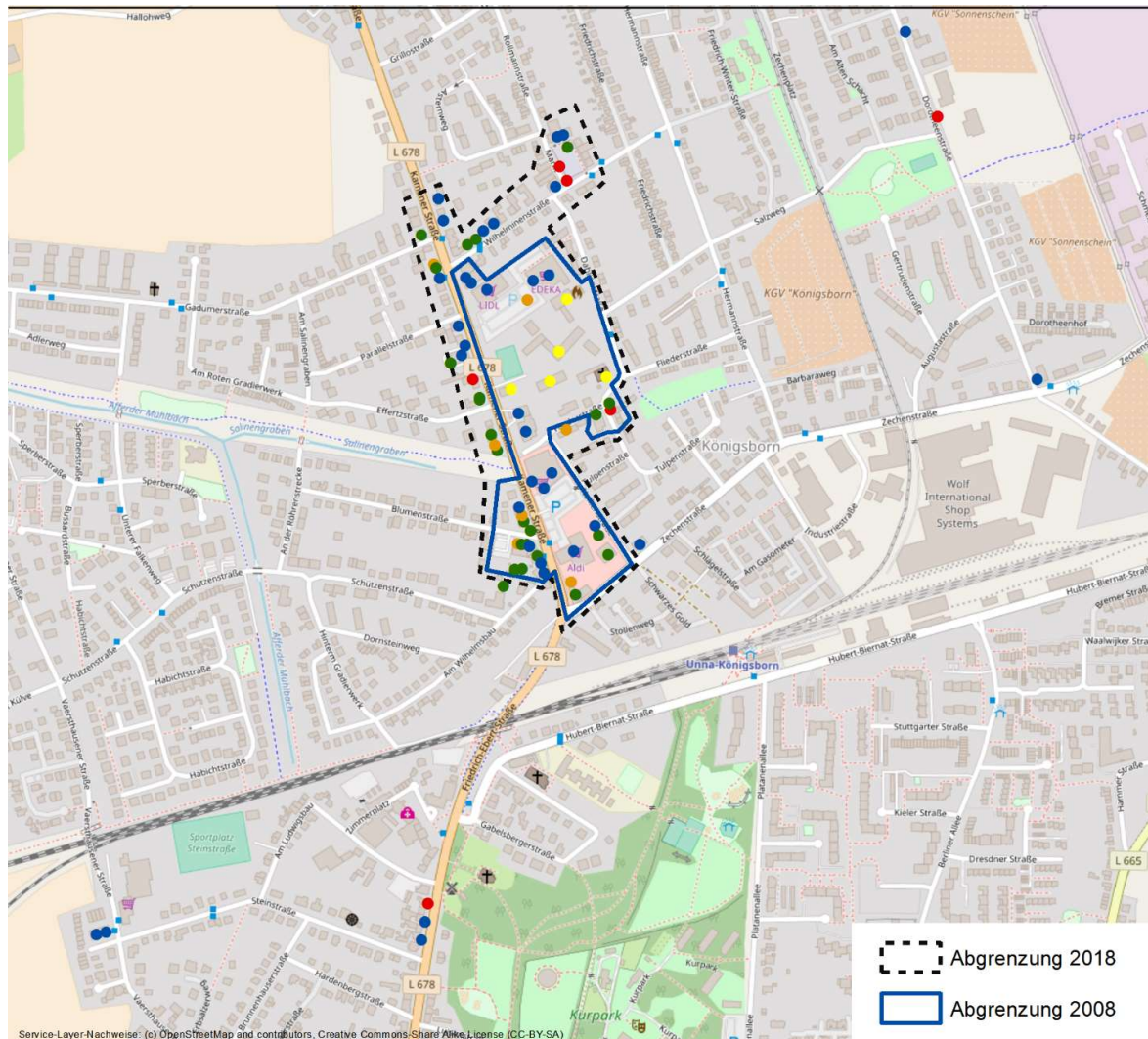
Da bereits in der Vorgängeruntersuchung der Standortbereich der Mühle Bremme in die räumliche Abgrenzung des Stadtzentrums einbezogen worden ist, ergeben sich auch an dieser Stelle keine Änderungsbedarfe.

Die räumliche Abgrenzung des bedeutendsten Angebotsstandorts der Kreisstadt Unna kann demnach weitestgehend beibehalten werden.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen die im nördlichen bzw. westlichen Stadtgebiet gelegenen **Stadtteilzentren Königsborn** und **Massen**, die zur Aufnahme von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten sowie auch kleinflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und Stadtteilbezug vorgesehen sind.

Karte 19: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Königsborn



Quelle: eigene Darstellung

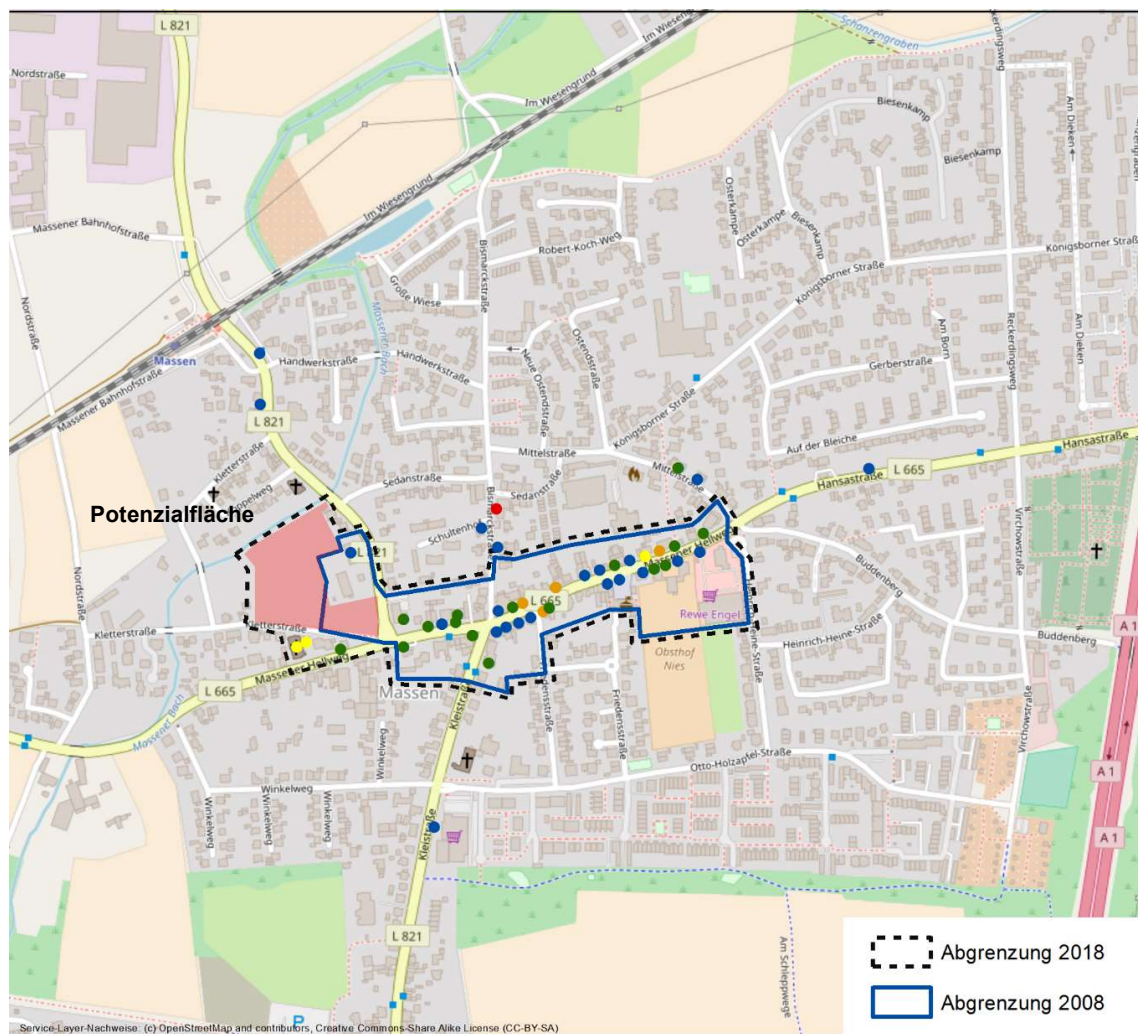
Hinsichtlich des **Stadtteilzentrums Königsborn** ist festzustellen, dass die wesentliche seit der letzten Fortschreibung 2008 eingetretene Veränderung – die Eröffnung des Siemes Schuhcenters an der Nelkenstraße – an einem in zentraler Lage innerhalb des Stadtzentrums gelegenen Standort stattgefunden hat. Auch aus den sonstigen zwischenzeitlich erfolgten Änderungen in der Angebotssituation ergibt sich keine Notwendigkeit, den zentralen Versorgungsbereich in seiner räumlichen Abgrenzung zu modifizieren.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich erfolgten Rechtsprechung („Wickrath-Urteil“)³⁸ wird allerdings vorgeschlagen, nunmehr auch die westlich der Kamener Straße gelegenen Besitzstrukturen dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen. Neben einigen, durchgängig kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben (u.a. Tabakwaren, Raumgestaltung) sind dort auch zahlreiche zentrenergänzende Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe (u.a. Bankfiliale, Frisör, Physiopraxis) vorhanden.

Mit gleicher Begründung wird vorgeschlagen, auch die Wilheminenstraße bis einschließlich des „Marktes Königsborn“ in die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches einzubeziehen. Dies auch vor dem Hintergrund der nur geringen räumlichen Entfernung zu den Angebotsschwerpunkten entlang der Kamener Straße.

Karte 20: Vorschlag zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Massen



Quelle: eigene Darstellung

³⁸ Beschluss des Bundesverwaltungsgerichtes vom 12.02.2009 - BVerwG 4 B 5.09

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Auch für das **Stadtteilzentrum Massen** ergibt sich aus dem gegebenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz keine Notwendigkeit, die 2018 erfolgte Abgrenzung zu verändern.

Die einzige Veränderung betrifft die bereits im ursprünglichen Einzelhandelskonzept vorgesehene Potenzialfläche im westlichen Randbereich des Stadtteilzentrums, die nunmehr an die konkret geplante Einzelhandelsentwicklung angepasst wird, so dass sich das Entwicklungsareal nunmehr in Gänze innerhalb der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs befindet.

Eine Inwertsetzung der vorgeschlagenen Entwicklungsfläche ist allerdings ausdrücklich an die Voraussetzung geknüpft, dass das Vorhaben städtebaulich und räumlich-funktional an die gewachsenen Angebotsstrukturen entlang des Massener Hellwegs angebunden wird. Denn nur so ist gewährleistet, dass von der Einzelhandelsentwicklung Kopplungs- und Synergieeffekte für den sonstigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz ausgehen können.

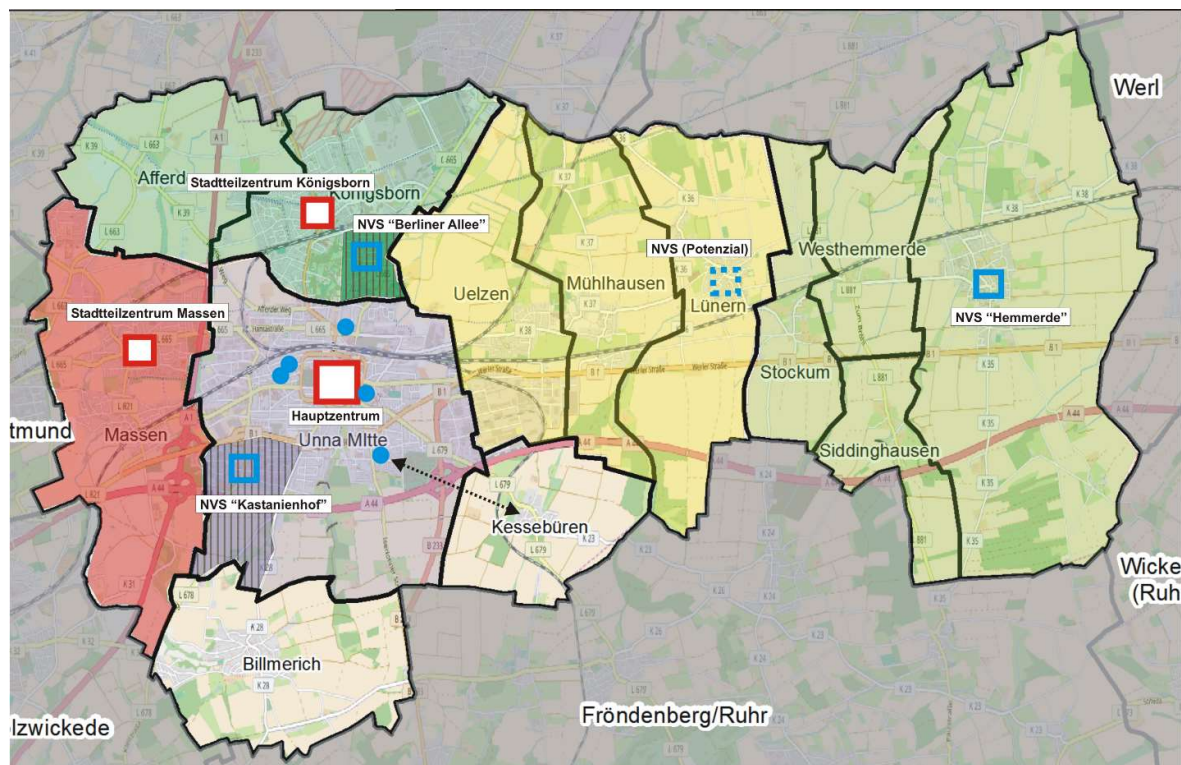
Weitere (Stadtteil-/Nahversorgungs-)Zentren sind im Mittelzentrum Unna nicht vorhanden und absehbar auch nicht zu entwickeln.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

7.5 Empfehlungen zur Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet

Gemäß den vorgeschlagenen Leitzielen soll das Hauptzentrum in erster Linie die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Kreisstadt Unna gewährleisten. Darüber hinaus übernimmt das Hauptzentrum – in Funktionsteilung mit dem Nahversorgungsstandort „Kastanienhof“ (s.u.) – auch Nahversorgungsfunktion für die in Unna-Mitte lebende Bevölkerung (vgl. folgende Karte).

Karte 21: Nahversorgungsbezogene Verflechtungsbereiche Stadt Unna



Quelle: eigene Darstellung

Im zugewiesenen nahversorgungsbezogenen Verflechtungsbereich leben aktuell rd. 18.700 Einwohner, die über eine nahversorgungsrelevante Kaufkraft von rd. 50 Mio. € verfügen. Dem steht eine innerhalb des Hauptzentrums getätigte Umsatzleistung von rd. 30 Mio. € gegenüber, wobei diese nur anteilig mit den aus Unna-Mitte stammenden Kunden erwirtschaftet wird. So konnte in einer im Rahmen des ursprünglichen Einzelhandelskonzeptes stattgefundenen Kundenwohnortserhebung aufgezeigt werden, dass lediglich rd. ein Drittel der Innenstadtkunden aus Unna-Mitte selbst stamm. ³⁹

Auch mit Realisierung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes auf dem Mühle-Bremme-Areal wird das

³⁹ Demnach stammen rd. 34 % der Innenstadtkunden aus Unna-Mitte, etwa 26 % aus den sonstigen Stadtteilen von Unna sowie etwa 40 % von außerhalb, wobei hierbei vor allem die unmittelbaren Umlandkommunen die höchsten Anteilswerte aufgewiesen haben (vgl. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept 12/2008; S. 52).

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Hauptzentrum somit zukünftig nicht dazu in der Lage sein, die Nahversorgung der in Unna-Mitte lebenden Bevölkerung alleine gewährleisten zu können. Das Hauptzentrum wird im Kernstadtbereich somit auch weiterhin durch umliegende Anbieter ergänzt werden (müssen), da mit Ausnahme des Mühle-Bremme-Geländes weder entsprechende Flächenpotenziale zur Aufnahme weiterer Lebensmittelmärkte zur Verfügung stehen, noch eine alleinige Konzentration auf das Stadtzentrum im Sinne einer flächendeckenden und damit wohnortnahen Versorgung anzustreben ist.

Ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen diesbezüglich die von hohen Wohnanteilen im jeweiligen Nahbereich (700-Meter-Radius) geprägten, als **solitäre Grundversorgungsstandorte** in das Standortkonzept einzuordnenden Lebensmittelmärkte:

- Rewe, Ostring („Hellweg-Center“)
- Aldi, Weberstraße
- Netto, Massener Straße und
- Netto, Viktoriastraße.

Diese sind aufgrund der vorab beschriebenen Komplementärfunktion zum Innenstadtzentrum von hervor gehobener Versorgungsfunktion und als solche in ihrem Fortbestand (marktgerecht) zu sichern.

Der an der Bertha-von-Suttner-Allee gelegene Lidl-Discountmarkt verfügt über einen hohen Wohngebietsbezug und übernimmt für die im südöstlichen Kernstadtbereich lebende Bevölkerung wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktionen. Ebenso wie die vorab genannten Lebensmittelmärkte ist auch dieser Anbieter daher als Grundversorgungsstandort in das Standortkonzept der Stadt Unna aufzunehmen. Darüber hinaus stellt er auch für die im dörflich strukturierten Stadtteil Kessebüren⁴⁰ lebende Bevölkerung die räumlich nächstgelegene⁴¹ (Nah-)Versorgungsmöglichkeit dar. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, den funktional zugeordneten Versorgungsbereich dieses städtebaulich integriert gelegenen Anbieters um die südöstlich gelegene, bislang unterversorgte Ortslage zu erweitern.

Marktgerechte Modernisierungs-/ Erweiterungsmaßnahmen sind demnach auch an diesem Standort grundsätzlich zulässig, haben sich allerdings auch hier an dem im zugeordneten Nahbereich lebenden Bevölkerungs-/ bzw. Kaufkraftpotenzial zu bemessen.

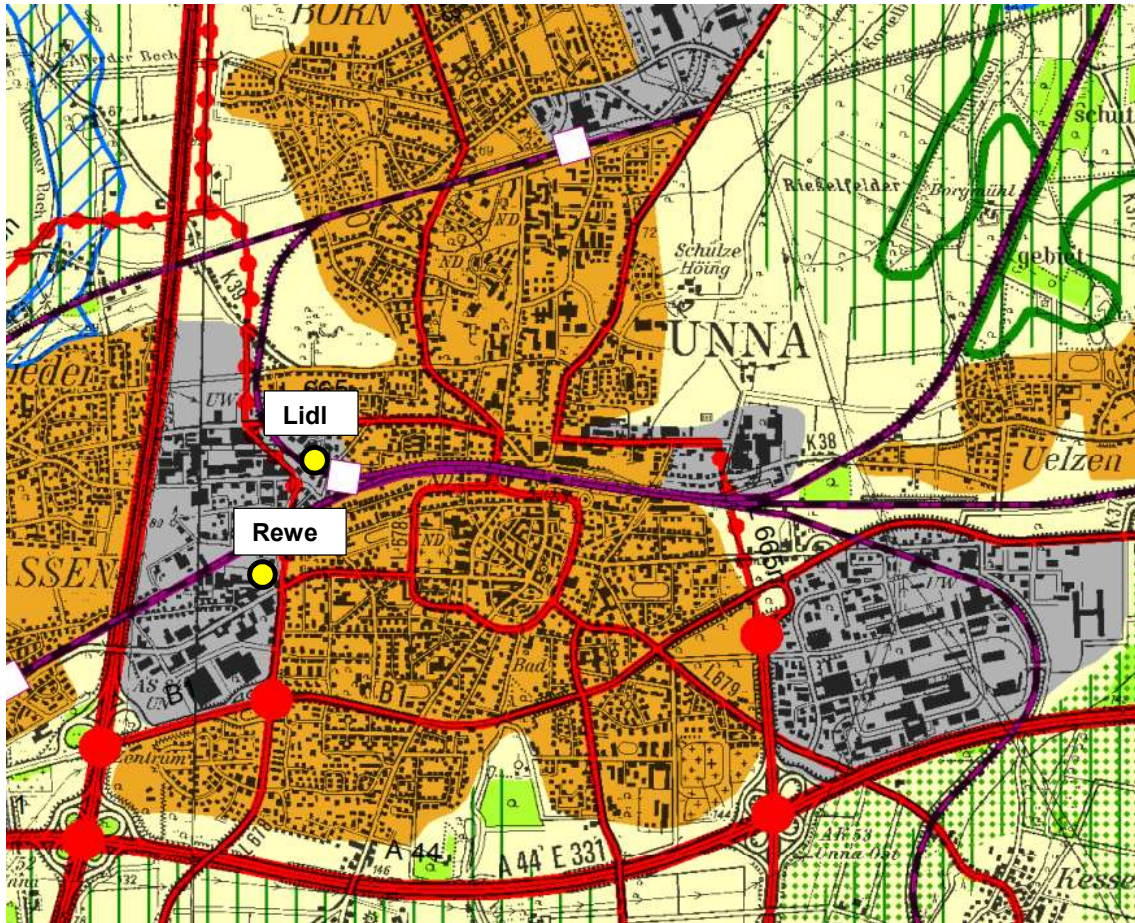
Demgegenüber nehmen sowohl die Lidl-Filiale an der HansasträÙe als auch der Rewe-Markt im Kreuzungsbereich von Massener Straße / Büddenberg unter siedlungsstrukturellen Gesichtspunkten bestenfalls teilintegrierte Lagen ein, die demnach nur eingeschränkte Nahversorgungsfunktionen übernehmen können. Vor diesem Hintergrund wird für diese beiden Standorte ebenfalls eine Bestandssicherung vorgeschlagen. Zudem befinden sich beide Lebensmittelmärkte in einem im Regionalplan als GIB dargestellten Bereich, so dass eine Weiterentwicklung nicht mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt. Gemäß den landesplanerischen Vorgaben sind beide Standortbereiche vielmehr (bestandssichernd) zu überplanen (vgl. Ausführungen in Kapitel 7.8.3 und 7.8.8).

⁴⁰ Bei einer Einwohnerzahl von rd. 600 Personen und einer Fläche von rd. 4 km² lässt sich eine Einwohnerdichte von rd. 150 Ew. je km² errechnen.

⁴¹ Luftlinie beläuft sich die Distanz auf rd. 2,2 km.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Karte 22: GIB-Darstellung Kernstadtbereich Unna



Quelle: eigene Darstellung

Im südwestlichen Kernstadtbereich ergänzt der Angebotsstandort „**Kastanienhof**“ die Versorgungsstruktur in Unna-Mitte. Dem funktionalen Nahbereich werden die rd. 4.600 Einwohner der umliegenden Wohnbereiche zugeordnet, die über eine nahversorgungsrelevante Kaufkraft von rd. 12 Mio. € verfügen. Im Lichte zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechung wird der nahezu ausschließlich durch die beiden Lebensmittelmärkte geprägte Standortbereich – vor allem aufgrund fehlender, ergänzender Dienstleistungsbetriebe und entgegen der Einordnung 2008 – nicht länger als zentraler Versorgungsbereich, sondern als der wohnortnahen Versorgung dienender **Nahversorgungsstandort** eingestuft. Hierbei handelt es sich ebenfalls um schützenswerte Versorgungsstrukturen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, so dass diese bei nahversorgungsbezogenen Planungen entsprechend zu berücksichtigen sind.

Wie einführend dargelegt, ist die Bemessungsgrundlage der Versorgungsfunktion der beiden **Stadtteilzentren Königsborn** und **Massen** die in den jeweiligen Stadtteilen lebende Bevölkerung. Das Stadtteilzentrum Massen kann demnach auf das nahversorgungsbezogene Nachfragepotenzial der rd. 10.700 Einwohner (rd. 29 Mio. €) zurückgreifen. Dem Verflechtungsbereich des Stadtteilzentrums Königsborn

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

wird neben Königsborn auch der westlich angrenzende Stadtteil Afferde zugeordnet. Die Nahversorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet teilt sich das Stadtteilzentrum Königsborn dabei mit dem Nahversorgungsstandort Berliner Allee (s.u.). Letzterem sind hierbei die rd. 4.000 Einwohner in einem als fußläufig zu erachtenden Nahbereich zugeordnet (vgl. Karte 21), die über ein Nachfragepotenzial von rd. 11 Mio. € verfügen. Damit beläuft sich die dem Stadtteilzentrum funktional zugewiesene Nachfrageplattform auf rd. 32 Mio. €.

Auch der Standortbereich **Berliner Allee** ist in der Vorgängeruntersuchung als zentraler Versorgungsbereich festgelegt worden. Mangels derzeit fehlender (Verkaufsflächen-)Ausstattung kann der Angebotsstandort die an die Versorgungsqualität zentraler Versorgungsbereiche gestellten Anforderungen nicht erfüllen und wird daher ebenfalls als **Nahversorgungsstandort** in das Standort- und Zentrenmodell übernommen.

Ein immer noch anzustrebender Ausbau des lokalen Nahversorgungsangebotes hat sich am Nachfragepotenzial der rd. 4.000 im zugewiesenen Verflechtungsbereich lebenden Personen zu orientieren.

Im östlichen Stadtgebiet übernimmt der in **Hemmerde** gelegen Care-Kauf wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen. Planungen zur Sicherung/ Stärkung dieses relevanten Anbieters sollten daher positiv begleitet werden. Konzeptionell wird empfohlen, den Standort ebenfalls als „**Nahversorgungsstandort**“ in das vorgeschlagene Zentrenkonzept zu übernehmen, der grundsätzlich Versorgungsfunktion für die rd. 3.100 Einwohner von Hemmerde, Westhemmerde, Siddinghausen und Stockum gewährleisten soll.

In den zentral gelegenen Stadtteilen Uelzen, Mühlhausen und Lünern leben insg. 5.100 Einwohner mit einer nahversorgungsrelevanten Kaufkraft in Höhe von rd. 14 Mio. €, die sich nicht bzw. nur unzureichend wohnortnah versorgen können (vgl. Kapitel 4.5).

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, im zentralen Stadtgebiet einen zusätzlichen Nahversorgungsstandort anzustreben und als „**Nahversorgungsstandort (Potenzial)**“ in das vorgeschlagene Standortkonzept zu integrieren. Unter Berücksichtigung des lokalen Versorgungsbezuges, bestehender Versorgungs-/ Pendlerbezüge sowie des ansprechbaren Kaufkraftpotenzials ergibt sich hierbei umsatzseitig eine Größenordnung, die i.d.R. von kleinflächigen Lebensmittelmärkten erreicht wird. Auf eine standortbezogene Lokalisierung wird verzichtet, vielmehr sind die Siedlungskörper der benachbarten Ortslagen in Gänze als „Suchraum“ zu verstehen. Voraussetzung für einen geeigneten Standort ist dabei in jedem Fall eine gute städtebauliche Integration. Der Ortsteil Lünern hat dank des bereits vorhandenen Ladenlokals (ehemaliger Frischemarkt) an der Lünerner Schulstraße die relativ besten Voraussetzungen für einen Nahversorgungsstandort.

Für den Stadtteil **Billmerich** (rd. 2.100 Einwohner) erfolgt insbesondere aufgrund der räumlichen Entfernungen sowie der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten weder eine funktionale Zuordnung zu bestehenden Standorten, noch kann aufgrund des geringen Kaufkraftpotenzials eine „eigene“ Nahversorgung als wirtschaftlich tragfähig und damit realisierbar in Aussicht gestellt werden. Mit Entfernungen zwischen 3 – 3,5 km können die im Stadtzentrum gelegenen Angebotsstandorte allerdings in vergleichsweise geringen Distanzen aufgesucht werden, wenngleich dies nicht mit der Qualität einer fußläufigen Nahversorgung gleichzusetzen ist.

7.6 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Unter Beachtung der bereits dargestellten Leitziele soll die Ansiedlung von **großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** auch weiterhin auf den „**Ergänzungsstandort GE Feldstraße**“ gelenkt werden.

Um hierbei unerwünschte Konkurrenzwirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel zu vermeiden und die zentralen Versorgungsbereiche zu fördern, sollte die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten weitgehend ausgeschlossen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als im Angebotsumfang deutlich untergeordnete Randsortimente zugelassen werden. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn:

- sie in einer sachlichen Beziehung zu dem Kernsortiment stehen,
- die von ihnen belegte Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet wird,
- entsprechende Verkaufsflächen deutlich untergeordnet sind und einen Anteilswert von max. 10 % gegenüber der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten und
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Mittels geeigneter Bebauungspläne sollte sichergestellt werden, dass hier ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) realisiert werden können.

Sofern keine Flächen am vorgeschlagenen Ergänzungsstandort aktivierbar sind bzw. aufgrund der planungsrechtlichen Ausgangssituation (GIB-Darstellung) eine Einzelhandelsentwicklung dort nicht umsetzbar ist, können großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auch an sonstigen Standorten im Stadtgebiet angesiedelt werden, sofern sie die empfohlenen Randsortimentsfestsetzungen beachten und von ihnen keine städtebaulich nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen (Einzelfallprüfung).

Grundsätzlich wäre die Konzentration entsprechender Großformate sowohl aus Kundensicht als auch vor dem Hintergrund eines möglich geringen Flächenverbrauchs wie auch Verkehrsaufkommens auf einige wenige Standortbereiche einer dezentralen Entwicklung innerhalb des Stadtgebietes zu bevorzugen. Allerdings sind sämtliche Standortbereiche, die zu einer vermehrten Aufnahme entsprechender Einzelhandelsbetriebe überhaupt in der Lage sind, im Regionalplan als GIB dargestellt (vgl. Karte 22) und somit mit derselben Grundproblematik behaftet, wie der vorgeschlagene Ergänzungsstandort „Feldstraße“.

7.7 Definition einer örtlichen Sortimentsliste

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2008 wurde unter anderem auch eine „**Unnaer Sortimentsliste**“ zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente beschlossen. Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der in Unna erfolgten Marktentwicklungen und unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich geänderten landesplanerischen Vorgaben zu überprüfen.

Im Rahmen des Landesentwicklungsplans (LEP) Nordrhein-Westfalen werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Die vorab genannten Leitsortimente sind innerhalb Nordrhein-Westfalens durchgängig als zentrenrelevant einzustufen – eine ortsabhängige Abweichung ist nicht möglich. Auch in Unna sind diese somit als zentrenrelevant einzuordnen.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentspektrums ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz demnach unstrittig. Weitergehende Festlegungen können und sollen unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Grundsätzlich werden dabei folgende Unterscheidungsmerkmale zugrunde gelegt:

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevante Sortimente** einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

- Die **Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten** ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Gegenüber der 2008 beschlossenen Sortimentsliste werden dabei nur wenige Veränderungen vorgeschlagen:

- Diese betreffen zunächst die definitorische Klarstellung, dass die der WZ-Nr. 47.78.9 zugeordneten **„Wasch- Putz- und Reinigungsmittel“** ebenfalls ein nahversorgungsrelevantes Sortiment darstellen.
- Zudem wird vorgeschlagen, die bisher als zentrenrelevant eingestufte Warengruppe **„Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel“** aufgrund der inhaltlichen Verbindung mit Drogeriewaren nicht weiterhin getrennt zu betrachten, sondern nunmehr ebenfalls als nahversorgungsrelevantes Sortiment einzustufen. Auch steht die gegebene Angebotsstruktur diesem Vorschlag nicht entgegen.
- Das bisherig als nahversorgungsrelevant eingestufte Sortiment **„(Schnitt-)Blumen“** wird zu rd. 50 % innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche vorgehalten, verfügt über hohe Kopplungspotenziale mit sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten und weist demnach eine hohe Zentrenrelevanz auf. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, das Sortiment nunmehr den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
- Insgesamt befinden sich in Unna zwar nur geringe Verkaufsflächen im Sortiment **„Musikinstrumente und Musikalien“**, zwei der insgesamt drei kleinteiligen Anbieter belegen allerdings Standorte innerhalb des Hauptzentrums. Daher wird angeregt, die Warengruppe weiterhin als zentrenrelevant einzuordnen.
- In der Warengruppe **„Haushaltstextilien, Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche (Haustextilien)“** entfällt die größte Verkaufsfläche auf die Randsortimente des außerhalb des Stadtzentrums gelegenen Möbelhauses Zurbrüggen. Allerdings wird die Warengruppe auch in nicht unerheblichen Maße in der Innenstadt vorgehalten⁴² und trägt dort zu einem umfassenden Branchenmix bei. Neben einigen kleinteiligen Fachanbietern ist exemplarisch auch die entsprechende Fachabteilung des innerstädtischen Magnetbetriebes Kaufhaus Schnüchel anzuführen. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, das Sortiment weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.
- Für die in der Realität nur schwierig voneinander abzugrenzenden Sortimente **„Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel“**

⁴² Rd. 25 % des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes entfallen auf das Stadtzentrum.

sowie „**Antiquitäten und Gebrauchtwaren**“ gilt ebenfalls, wie vorab genannt, dass sie den Angebotsmix in der Innenstadt mit einzelnen kleineren Anbietern (u. a. Fotoläden, Antiquitätenhändler, Kunstgalerie) fördern, sodass eine Einordnung als zentrenrelevant gerechtfertigt erscheint.

- Waren der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computerzubehör** und auch **Telekommunikationsgeräte** sind gemäß LEP als uneingeschränkt zentrenrelevant zu betrachten, wohingegen im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** grundsätzlich zwischen **Elektrogroßgeräten** und **sonstigen elektrischen Haushaltsgeräten** unterschieden werden kann. Während Elektrokleingeräte vor allem aufgrund der Handlichkeit generell den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuweisen sind, stellen Elektrogroßgeräte (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen und sind daher tendenziell als nicht-zentrenrelevant anzusehen. Daher wird vorgeschlagen, die bislang gültige Einordnung beizubehalten und Elektrokleingeräte entsprechend als zentrenrelevant und Elektrogroßgeräte als nicht-zentren-relevanten einzuordnen.
- Zwar wird die Warengruppe „**Ton- und Bildträger**“ nicht explizit im LEP als Leitsortiment benannt, aufgrund einer vergleichbaren Warenbeschaffenheit mit den zentrenrelevanten Leitsortimenten Unterhaltungselektronik bzw. Telekommunikation sind auch diese den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
- Der bisher als nahversorgungsrelevant („Heim- und Kleintierfutter“) bzw. nicht-zentrenrelevant („zoologischer Bedarf u. lebende Tiere“) eingestufte Sortimentsbereich „**zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)**“ soll zukünftig in Gänze als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Auch wenn mit der Fressnapf-Filiale im zentralen Versorgungsbereich in Königsborn ein entsprechendes Fachmarktkonzept innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ansässig ist, übernimmt dieses Sortiment keine zentrenprägende Funktion. Größere Anbieter mit diesem Sortiment zwingend auf innerhalb der Zentren gelegene Standorte zu lenken, erscheint auch vor dem geringen Kopplungspotenzial mit sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten nicht erforderlich.
- Ebenfalls als nicht-zentrenrelevant sind mit der aktualisierten Unnaer Sortimentsliste auch **Sportgroßgeräte, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf**⁴³ einzustufen. Denn diese prägen weder die aktuelle Angebotsstruktur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, noch verfügen sie über hohe Kopplungspotenziale mit dem sonstigen zentrenprägenden Einzelhandel. Auch aufgrund der Sperrigkeit der Waren sowie nur geringer Flächenproduktivitäten ist bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten. Zudem befindet sich der größte Anbieter („Sport Schroer“) bereits heute am dezentralen Ergänzungsstandort Feldstraße. Im Jahr 2008 wurden Sportgroßgeräte und Sportartikel nicht differenziert betrachtet.

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort Unna wird somit eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversor-

⁴³ Gemäß Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008) des Statistischen Bundesamtes sind Angelgeräte und Angelzubehör nicht der WZ-Nummer 47.64.2 „Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel)“ sondern der WZ-Nummer 47.78.9 „Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (in Verkaufsräumen)“ zugeordnet.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

gungsrelevante, zentrenrelevante Warengruppen und nicht-zentrenrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Wie oben dargestellt, ergeben sich im Vergleich zu den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Unna aus dem Jahr 2008 somit nur geringe Abweichungen.

Tabelle 10: Unnaer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente**)			
47.1/ 47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
Bekleidung, Schuhe, Sport			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte (u.a. Konditionskraftmaschinen, Fußball- oder Handballtore, Boote), Campingartikel
Bücher, Schreib- und Spielwaren			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Großgeräte)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf			
aus 47.76.1	Blumen	47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spiegelgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe)
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
Möbel, Einrichtungsbedarf			
aus 47.51	Haushaltstextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
		aus 47.51	Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)
		aus 47.53	Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter		
Sonstige Sortimente			
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
		45.32	Kraftwagenteile und -zubehör
<p>* Aufzählung nicht abschließend ** gleichzeitig zentrenrelevant Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP NRW</p>			

7.8 Ersteinschätzung einzelner Planvorhaben

Im Folgenden werden einzelne, aktuell angefragte bzw. diskutierte Planvorhaben vorgestellt und sowohl unter Berücksichtigung der jeweiligen planungsrechtlichen Ausgangssituation als auch der vorab aufgeführten Handlungsempfehlungen bewertet.

Soweit nicht bereits vorliegend, ist bei großflächigen Vorhaben mit einem Verträglichkeitsgutachten grundsätzlich nachzuweisen, dass keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

7.8.1 „Mühle-Bremme“

Bereits im Einzelhandelskonzept 2008 ist das am nördlichen Ende der Fußgängerzone gelegene „Mühle Bremme“-Gelände als zentrale innerstädtische Potenzialfläche benannt worden, über die „tatsächlich eine funktionale Stärkung des nördlichen Teils der Unnaer Innenstadt herbeizuführen [sei].“⁴⁴ Mit einer Entfernung von gerade einmal rd. 70 Metern zu einem der bedeutendsten Innenstadtmagneten⁴⁵, der nachbarschaftlichen Lage zu Rathaus und zentralem Bahnhof sowie einer ausreichenden Flächendimension verfügt das „Mühle-Bremme“-Areal standortseitig auch unter heutigen Gesichtspunkten über eine sehr gute Ausgangssituation, um am nördlichen Ende des Innenstadtbereiches eine kundenfrequenzstarke Einzelhandelsentwicklung aufzunehmen und positive Impulse nicht nur für diesen Teilbereich der Innenstadt zu setzen.

Die Stadt Unna hat für den Bereich einen Bebauungsplan (UN 92 „Mühle/Bremme“) aufgestellt, der am 26.02.2003 vom Rat der Stadt Unna als Satzung beschlossen worden ist. Darin wird ein „sonstiges Sondergebiet“ gem. § 11 Abs. 2 BauNVO mit der Zweckbestimmung „Einkaufszentrum“ festgesetzt und die Verkaufsfläche auf insgesamt max. 6.850 m² bzw. bei Nachweis einer ausreichend leistungsfähigen Verkehrsanbindung auf max. 7.535 m² (10 % mehr) begrenzt.

Weiterhin wird festgesetzt:

- Ein „SB-Markt als Vollsortimenter einschl. Getränkemarkt“ darf auf max. 1.850 m² Verkaufsfläche betrieben werden. Dieser darf Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren, Wasch- und Putzmittel, Hygieneartikel und Körperpflegemittel anbieten.
- Auf der restlichen Verkaufsfläche („Nonfood“-Bereich) dürfen grundsätzlich alle Sortimente außer Nahrungs- und Genussmitteln und Möbeln ohne weitere Begrenzung angeboten werden.

Nach vielen Jahren des Stillstands ist das Areal im Herbst 2017 an einen Projektentwickler verkauft worden, der an dem Standort insgesamt rd. 7.400 m² Verkaufsfläche realisieren möchte. Als Ankermieter ist ein Edeka-Supermarkt vorgesehen, der von weiteren kleineren Einheiten ergänzt werden soll. Einer ersten Projektskizze zufolge sind demnach im Erdgeschoss neben dem Lebensmittelmarkt noch zwei Beklei-

⁴⁴ vgl. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept, BBE 12/2008, S. 77

⁴⁵ dem Textilkaufhaus Peek & Cloppenburg

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

dungsmärkte sowie ein weiteres Ladenlokal geplant. Im der Bahnhofstraße zugewandten Teil soll ergänzend ein Café untergebracht werden.

In diesem Zusammenhang wäre für die vorgesehenen Textilanbieter eine Ausrichtung auf das Segment „Junge Mode“ wünschenswert, für das derzeit ebenfalls noch Angebotslücken im innerstädtischen Besatz auszumachen sind.

Abbildung 18: Projektskizzen „Mühle-Bremse“



Quelle: Ten Brinke/ Deterding Architektur

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die nach derzeitigem Kenntnisstand geplanten Einzelhandelsnutzungen allesamt von den im Bebauungsplan diesbezüglich formulierten Festsetzungen abgedeckt sind, das Planvorhaben dazu in der Lage ist, bestehende Angebotslücken im innerstädtischen Einzelhandelsangebot zu beseitigen und v.a. aufgrund der frequenzschaffenden Wirkung insbesondere des Lebensmittelmarktes zu einer Stärkung und Belebung des nördlichen Innenstadtbereiches führen wird.

Die Planung ist demnach in vollem Umfang positiv zu sehen.

7.8.2 Unna-Massen

Im westlichen Teilbereich des Nebenzentrums Massen ist die Ansiedlung eines Supermarktes mit rd. 1.400 m² VKF (Edeka) und eines rd. 1.200 m² großen Discounters geplant. Das bislang von Edeka genutzte Ladenlokal an der Kleistraße würde nach der erfolgten Verlagerung voraussichtlich von einem Discount- oder Getränkemarkt nachgenutzt werden.

In Massen leben rd. 10.700 Einwohner, die über ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial von 28,7 Mio. € verfügen, davon 25,0 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel sowie 3,7 Mio. € für Drogerie-/Parfümerie.

Vor dem Hintergrund der derzeitigen Besitzstrukturen – Rewe innerhalb des Nebenzentrums, Edeka außerhalb, Nachholbedarf bei Drogeriemarkt – ist selbst bei der Annahme sehr leistungsfähiger Marktteilnehmer aktuell von umfangreichen Kaufkraftabflüssen auszugehen (siehe Kap. 4.5). Neben den Ange-

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

botsstrukturen in Dortmund-Wickede dürften hiervon vor allem die in Unna-Mitte ansässigen Lebensmittelmärkte profitieren. Die Kaufkraftabflüsse in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren werden sich gegenwärtig in einer Größenordnung von rd. 10 Mio. € bewegen: In der nachfolgenden Tabelle ist dargestellt, dass dem nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzial des Stadtteils (28,7 Mio. €) gegenwärtig nur ein Umsatz in Höhe von 18,5 Mio. € gegenübersteht.

Tabelle 11: Nahversorgungssituation in Massen vor/nach Realisierung der Planvorhaben

nahversorgungsrelevante Sortimente	Situation	
	vorher	nachher
	Mio. €	Mio. €
Kaufkraftpotenzial Stadtteil Massen	28,7	28,7
Umsatz Stadtteil Massen	18,5	27,5
<i>davon Nebenzentrum Massen</i>	11,0	22,3
Umsatz-Kaufkraft-Relation	64 %	96 %

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Nach Realisierung aller geplanten Veränderungen (Neuansiedlung Aldi, Erweiterung/Verlagerung Edeka, Nachnutzung Altstandort durch Netto) würde der Gesamtumsatz im Stadtteil voraussichtlich auf 27,5 Mio. € steigen. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation im Stadtteil Massen würde auch in diesem Fall noch unter 100 % bleiben.

Bei überschlägiger Berücksichtigung eintretender Wettbewerbswirkungen gegenüber dem lokalen Bestand (v.a. Rewe) wird die nahversorgungsrelevante Umsatzleistung der innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Nebenzentrum Massen) ansässigen Einzelhandelsbetriebe eine Größendimension von rd. 22 Mio. € erreichen.

Die innerhalb des funktional zugewiesenen Verflechtungsbereiches (=Stadtteil Massen) vorhandene nahversorgungsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 28,7 Mio. € wird somit auch zukünftig nicht überschritten.

Der zu verlagernde Edeka-Markt wird eine maximale Umsatzleistung von rd. 7,0 Mio. € erzielen, davon rd. 6,6 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.⁴⁶ Der Aldi-Markt wird bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.200 m² eine Umsatzgröße von maximal rd. 7,2 Mio. € erreichen, wovon mit rd. 6,3 Mio. € der weit überwiegende Teil auf die nahversorgungsrelevanten Sortimenten entfällt. Der Netto-Markt wird einen Umsatz von rd. 4,0 Mio. € erzielen, davon rd. 3,6 Mio. € mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Mit der angestrebten Ansiedlung von Edeka/ Discounter im westlichen Teilbereich des Nebenzentrums wird dort allerdings eine Angebotsfokussierung erfolgen, die zukünftig eine Schwerpunktverschiebung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vom östlichen Ende (aktuell Rewe) an den westlichen

⁴⁶ Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.400 m² entspricht dies einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 5.000 €/m², die damit die durchschnittlich von Edeka-Supermärkten erwirtschaftete Umsatzleistung je m² um mehr als 10 % übersteigt.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Randbereich nach sich ziehen wird. Sofern die Planungen aber in Richtung der bestehenden Versorgungslage ausgerichtet und an diese angebunden sind und die Wettbewerbsfähigkeit des Bestandsmarktes Rewe am Ostrand erhalten bleibt, dürfte auch der zu entwickelnde Standortbereich grundsätzlich stabilisierende Wirkung für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen können. Auch würde sich die Versorgungssituation für die in Massen lebende Bevölkerung mit Realisierung des Planvorhabens, maßgeblich aufgrund eines dann umfassenderen Lebensmittelangebotes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (Vollsortimenter/ Discounter) gegenüber der aktuellen Situation verbessern.

Vor diesem Hintergrund ist bei Aufnahme des in jedem Fall notwendigen Planverfahrens eine auf die dann relevante Variante ausgerichtete Auswirkungsanalyse zu erarbeiten, die die Verträglichkeit bezogen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung nachweist, insbesondere auf das Stadtteilzentrum Unna-Massen und den dort befindlichen REWE-Markt.

Unter dem Vorbehalt einer städtebaulichen wie funktionalen Ausrichtung der geplanten Einzelhandelsentwicklung auf den gewachsenen Versorgungskern ist die Planung demnach dazu geeignet, die lokale Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums auszubauen.

Letztlich würde eine dem Stadtteil Königsborn vergleichbare Situation herbeigeführt, wo die realisierten Nahversorgungsumsätze knapp unterhalb des entsprechenden Kaufkraftpotenzials liegen (vgl. Kap. 4.5).

7.8.3 Erweiterung Lebensmittelmarkt Massener Straße/ Büddenberg

Der im Kreuzungsbereich Massener Straße/ Büddenberg ansässige Supermarkt möchte seine Verkaufsfläche (zurzeit rd. 800 m²) deutlich erweitern und wäre zukünftig als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzuordnen.

Im Bebauungsplan „UN61B“ wird für den Standortbereich des Lebensmittelmarktes ein Gewerbegebiet nach § 8 BauNVO 1990 festgesetzt. Die angestrebte Neuaufstellung würde demnach eine Änderung des Bebauungsplanes voraussetzen.

Wie bereits dargelegt wird auch der Standort des Supermarktes im Regionalplan als GIB dargestellt, so dass eine Weiterentwicklung nicht mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt. Der Realisierung eines dann großflächigen Lebensmittel-Supermarktes steht insbesondere das Ziel 6.5-1 „Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen“ entgegen.

Die angestrebte Erweiterung ist demnach ohne eine Regionalplanänderung nicht umsetzbar.

Darüber hinaus wird dem Lebensmittelmarkt vor allem aufgrund seiner nur teilintegrierten Lage im westlichen Randbereich des Kernstadtbereichs im Rahmen des mit dieser Untersuchung vorgeschlagenen Versorgungsmodells nur eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion zugesprochen, die mit einer bestandssichernden Entwicklungsempfehlung einhergeht.

7.8.4 Erweiterung Maxi-Markt/ Berliner Allee

Der kleinflächige Lebensmittelmarkt soll unter Hinzunahme eines derzeit leerstehenden benachbarten Ladenlokales (ehem. Schlecker; rd. 200 m²) am derzeitigen Standort geringfügig erweitert werden. Aufgrund seiner siedlungsintegrierten Lage - im aktuellen Einzelhandelskonzept wird der Standortbereich als ergänzender „Nahversorgungsstandort Berliner Allee“ festgelegt - und der wichtigen wohnortnahen Versorgungsfunktion für die im Nahbereich lebenden Personen (rd. 4.000 Einwohner) ist dieses Planvorhaben zu befürworten.

Auch die im zugewiesenen Verflechtungsbereich zur Verfügung stehende Kaufkraft in Höhe von rd. 11 Mio. € wird durch die geringfügige Erweiterung des derzeit einzigen Lebensmittelmarktes bei Weitem nicht überschritten, so dass die Planung auch mit den gegebenen Handlungsempfehlungen übereinstimmt.

7.8.5 Erweiterung Norma Am Kastanienhof

Gleiches gilt grundsätzlich auch für die am „Nahversorgungsstandort Kastanienhof“ vorgesehene Einzelhandelsentwicklung. Dort soll der bestehende, bislang rd. 450 m² große Norma-Markt neu aufgestellt und auf bis zu 1.400 m² erweitert werden. Damit wird der wohngebietsintegrierte Standortbereich ergänzt, an dem zudem ein Edeka-Supermarkt ansässig ist.

Aus Gutachtersicht ist das Planvorhaben dazu geeignet, die derzeitige Versorgungsfunktion langfristig zu sichern, ohne dass eine über die lokale Kundenansprache zu erwartende Ausweitung des Marktgebietes zu erwarten ist. Darüber hinaus ist in einer 2018 von der BBE erstellten Auswirkungsanalyse⁴⁷ aufgezeigt worden, dass von dem Planvorhaben keine zentrenschädigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

Gleichzeitig wird auch zukünftig die im zugewiesenen Verflechtungsbereich vorhandene Kaufkraft (rd. 12 Mio. €) von den dann ansässigen Nahversorgungsbetrieben nicht überschritten.

7.8.6 Netto-Erweiterungsvorhaben Viktoriastraße

Unweit des Stadtzentrums ist an der Viktoriastraße ein rd. 800 m² großer Netto-Markt ansässig, dessen Verkaufsfläche auf rd. 1.000 m² erweitert werden soll. Gemäß dem vorgeschlagenen Versorgungsmodell übernimmt (auch) dieser Markt wichtige komplementäre Versorgungsfunktionen für das nahegelegene Innenstadtzentrum, so dass dieser als Grundversorgungsstandort berücksichtigte Standortbereich ebenfalls grundsätzlich in seinem Fortbestand (marktgerecht) gesichert werden kann/ soll.

Hierzu ist anzumerken, dass im Discountsegment seitens der Betreiber für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² als marktgerecht angesehen werden, wobei Verkaufsflächen-größen von rd. 800 m² immer seltener realisiert werden. Die geplante Erweiterung ist vor dem Hinter-

⁴⁷ Untersucht wurde ein rd. 1.200 m² großer Norma-Markt.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

grund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel somit als standortsichernde Maßnahme zu bewerten. Dabei wird der Netto-Markt auch nach der angestrebten Realisierung eine Verkaufsflächendimensionierung aufweisen, die im unteren Mittelfeld neu errichteter Lebensmittel-Discounter anzusiedeln ist.

Auch in Anbetracht des im fußläufigen Nahbereich (rd. 700 Meter) zur Verfügung stehenden nahversorgungsrelevanten Kaufkraftvolumens in Höhe von rd. 12 – 13 Mio. € bei einer zurechenbaren Bevölkerung von 4.800 Personen wäre das Erweiterungsvorhaben grundsätzlich konzeptkonform.

7.8.7 Aldi-Erweiterungsvorhaben Weberstraße

Auch die an der Weberstraße ansässige Aldi-Filiale ist bislang 800 m² groß und soll zukünftig auf bis zu 1.200 m² erweitert werden – eine Größendimension, die im Mittelfeld neu errichteter Lebensmitteldiscounter rangiert (s.o.).

Konzeptionell ist der Angebotsstandort aufgrund seiner zentralen Lage und Siedlungsintegration ebenfalls als ergänzender Grundversorgungsstandort vorgesehen, der als solcher (marktgerecht) gesichert werden kann/ soll.

Zudem ist nach einer ersten, überschlägigen Prognose davon auszugehen, dass auch der erweiterte Aldi-Markt – selbst bei Berücksichtigung der hier gegebenen Überschneidung der 700-Meter-Radien mehrerer Anbieter - nicht das im fußläufigen Nahbereich vorhandene Kaufkraftpotenzial übersteigen wird. Dieses beträgt bei rd. 7.500 zurechenbaren Einwohnern rd. 20 Mio. €.

Das angestrebte Erweiterungsvorhaben ordnet sich demnach konzeptionell in das vorgeschlagene (Nah-) Versorgungsmodell ein.

7.8.8 Lidl-Erweiterungsvorhaben HansasträÙe

Der in randseitiger zu den umliegenden Wohnbereichen in einer Gewerbegebietslage ansässige Lidl-Markt möchte von seiner derzeitigen Verkaufsfläche (rd. 800 m²) auf eine betreiberspezifische Standardgröße (zwischen rd. 1.250 und 1.500 m² VKF) erweitern. Die bestehende Lidl-Filiale trägt grundsätzlich zwar zur flächendeckenden Nahversorgung in Unna bei, allerdings leben im fußläufigen Nahbereich lediglich rd. 2.500 Personen. Eine deutlich über der aktuellen Filialgröße liegende Verkaufsflächenausweitung ist vor dem Hintergrund des begrenzten Kaufkraftpotenzials im Nahbereich somit nicht begründbar.

7.8.9 Lidl Erweiterungsvorhaben Bertha-von-Suttner-Allee

Auch die an der Bertha-von-Suttner-Allee ansässige, rd. 800 m² große Lidl-Filiale soll modernisiert und neu aufgestellt werden. Aufgrund des hohen Wohngebietsbezugs ist der Standortbereich als „Grundversorgungsstandort“ eingeordnet, der neben der Bevölkerung im Nahbereich auch die südöstlich gelegene Ortslage Kessebüren versorgen soll (vgl. Ausführungen in Kapitel 7.5).

Insgesamt steht in dem zugeordneten Verflechtungsbereich ein Kaufkraftpotenzial von rd. 10 Mio. € zur

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Verfügung, aus der sich im Rahmen einer städtebaulichen Atypik⁴⁸ eine genehmigungsfähige Verkaufsflächenobergrenze von rd. 1.200 – 1.250 m² ableiten lässt.

Ein in dieser Dimension neu aufgestellter Lidl-Markt würde zugleich auch den Leitlinien des Einzelhandelskonzepts entsprechen.

7.8.10 Erweiterungsvorhaben Aldi/ Lidl Kamener Straße

Die beiden an der Kamener Straße ansässigen Lebensmitteldiscounter haben Erweiterungsabsichten geäußert. Der Aldi-Markt soll demnach auf 1.400 m² Verkaufsfläche erweitert werden, der Lidl-Markt auf 1.250 m². Beide werden auch zukünftig eine Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches einnehmen, daher befinden sich beide Erweiterungsvorhaben standortseitig grundsätzlich am „richtigen“ Standort.

Die geplanten Neuaufstellungen sind demnach dann konzeptkonform, wenn die zukünftig innerhalb des Nebenzentrums generierte nahversorgungsrelevante Umsatzleistung nicht die im Verflechtungsbereich vorhandene Kaufkraft übersteigt.

Bei einer derzeitigen Umsatzleistung von rd. 27 Mio. €, der eine Kaufkraft von etwa 32 Mio. € entgegensteht, sind beide Erweiterungsvorhaben aber konzeptkonform.

⁴⁸ Vgl. Kapitel 9.2

8 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Unna im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Rates über die Grundzüge des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenrelevanz eines Sortiments bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.



Köln, im September 2018

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Claus Freuen



i. V. Jörg Lehnerdt

9 Anhang: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass der Rat der Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

9.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Unna zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Unna weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013⁴⁹ klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

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

⁴⁹ Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁰ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

9.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

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

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

⁵⁰ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 9.2.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

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

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

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

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

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z. B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

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

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

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

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

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

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

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

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

9.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

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

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.⁵¹

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

Laut LEP NRW ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

⁵¹ BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

9.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

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

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.⁵² In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.⁵³

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

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

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

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

⁵² Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

⁵³ OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

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

9.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

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

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Unna steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der im zentralen Versorgungsbereich gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

9.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

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

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)⁵⁴.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

9.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur auf innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche gelegener Standorte zu lenken.
- (Großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen (= Nah-/ Grundversorgungsstandorte), sofern die Zielsetzung der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Um die zentralen Versorgungsbereiche zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden, soweit sie nicht ausschließlich der Gebietsversorgung dienen.

⁵⁴ zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

Einzelhandelskonzept der Kreisstadt Unna – Fortschreibung 2018

- Die Entwicklung der Nahversorgung soll sich zukünftig am vorgeschlagenen Standort- und Zentrenkonzept orientieren. Standorte, denen gemäß Einzelhandelskonzept keine Nahversorgungsfunktion zukommt, sind im Bestand zu überplanen.
- Für den Ergänzungsstandort „GE Feldstraße“ sind Weiterentwicklungen des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich grundsätzlich zu unterstützen. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesem Bereich aber auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung). Allerdings sei noch einmal auf die GIB-Darstellung des Standortbereiches im Regionalplan hingewiesen.
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.